

EUSKALDUNAK KOMUNIKABIDEEN AURREAN

IRITZIEN, OHITUREN ETA JARREREN
AZTERKETA KUALITATIBO ETA KUANTITATIBOA



GORKA SALCES ALCALDE

LEIOA, 2016

eman ta zabal zazu



UPV EHU

**EUSKALDUNAK KOMUNIKABIDEEN
AURREAN:
IRITZIEN, OHITUREN ETA JARREREN AZTERKETA
KUALITATIBO ETA KUANTITATIBOA**

DOKTORE-TESIA

Soziologia eta Gizarte Langintza Saila
Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea
UPV/EHU

ZUZENDARIA: JOSU AMEZAGA ALBIZU

Gorka Salces Alcalde

Leioa, 2016

ESKER ONAK

Edorta Arana, Patxi Azpillaga, Bea Narbaiza, Estitxu Garai, Libe Mimenza, Argitxu Camus, Maddalen Dupuy, Xipri Arbelbide, Eneko Bidegain, Alberto Barandiaran, Pello Urzelai, John Roberts, Mikel Azkona, Ibai Zelaia, Oihan Mendo, Mikel Iraola, Aritz Diaz de Durana, Noelia Ramos eta Mariano Bellosori, ikerketan zehar era batera edo bestera emandako laguntzagatik.

Marijo Deograsi, aurrekoagatik, morenito guztiengatik eta beharrezko uneetan hitz egokiak aurkitzeagatik.

Xabi Landabidea eta Koldo Diaz Bizkarguenagari, lan honetan dibertitu naitekeela sinestaraztearren. Jakina, balizko sanba lezio eta ideia zoro guztiengatik ere bai. Vosotros tenéis las cosas más importantes que decir.

Julen Martinez, azala diseinatzeagatik, musikalki ni elikatzeagatik eta aldapa pikoetan gehiegi ez erasotzeagatik.

Elin Jones eta Huw Oweni, Aberystwytheko egonaldian etxean senti nendin egindako ahalegin guztiengatik. Diolch yn fawr.

Josu Amezagari (batez ere) emandako konfiantzagatik. Eta izandako pazientziagatik.

Euren sukalde, egongela, bulego eta auzoko tabernetako ateak ireki dizkidaten solaskide guztiei, zuen bitartez Euskal Herria(k) hobeto ezagutu d(it)udalako.

A aita, ama y Gisela. Porque si no creyeseis en mí no estaría aquí.

Eta Enarari, prozesu honetan zehar izan ditudan gorabehera guztietan adorea eta indarra emateagatik.

AURKIBIDEA

TAULEN AURKIBIDEA	13

GRAFIKOEN AURKIBIDEA.....	17

SARRERA	21

1. Sorguneak.....	23

2. Ikerketaren helburuak	25

3. Testuinguruak.....	27

3.1. Bidaia luzearen emaitza.....	27

3.2. Aldaketa soziolinguistiko eta mediatikoak	31

3.3. Berehalako (era betiko) erronkak	34

3.4. Datu enpirikoen beharraz.....	36

4. Metodologia hirukoitza.....	39

4.1. Marko teorikoa	39

4.2. Azterketa kualitatiboa.....	42

4.3. Analisi kuantitatiboa	46

IKERKETAREN ZERTZE TEORIKOA.....	51

1. Diziplinararteko hurbilketa bat	53

2. Hizkuntzaren jabekuntza prozesua: aldagai eragile eta eragozleak	55

2.1. Aldagai objektibo eta subjektiboak	67

3. Hizkuntzarekiko jarrerak eta motibazio motak.....	89

4. Elkarbizitza edo talka linguistikoa.....	109

4.1. Diskurtso ekolinguistikoa ezbaian.....	114

4.2. Diglosia: komunitateen arteko itun bideragarria?	117
5. Hedabideak eta identitatea	135
5.1. Identitatea definituz: (irudikatutako) gutasunak	135
5.2. Identitate eraikigarriak: push (jarrai)/pull (eraiki)	146
5.3. Menu kulturala, hedabideetan ere	159
5.4. Hedabideen rola identitate eraikigarrietan	161
5.5. Sare sozialak, arnagune potentzial	170
5.6. Hedabideen eskaintza osotasuna	173
5.7. Diglosia komunikabideetan?	177
6. Beharrian etnolinguistikoak eta arruntak	191
7. Formatuen, edukien eta euskarrien garrantzia hautu mediatikoan	217
7.1. Esparru geografikoa	217
7.2. Euskarri lehenetsia eta engaiaimendu politikoa	219
7.3. Hizkera eta erregistroa	226
8. Konbergentzia mediatikoa eta hedabideen ekarpena hizkuntza gutxituari	241
9. Panorama mediatiko berriaren erronkak	251
9.1. Telebista, garaikidetasunaren atea	256
10. Ondorio gisa: interes puntuak	261

ANALISI KUALITATIBOA..... 265

1. Analisi kualitatiboa: hitzaurre gisa	267
2. Euskarriak	271
2.1. Idatzizko komunikabideak	271
2.1.1. Paperaren etorkizuna: desagerpena edo urritzea?	272
2.1.2. Paperean, gaiak landuago	276
2.1.3. Papera, atseginagoa	277
2.1.4. Etorkizuna, digitala	279

2.2. Telebista	283
2.2.1. Betiko etxeko katea ikusi	283
2.3. Irratia.....	289
2.3.1. Irratia entzuteko tokiak.....	289
2.3.2. Irratiko eduki lehenetsiak.....	291
2.4. Internet.....	293
2.5. Sare sozialak.....	297
3. Edukiak.....	303
3.1. Euskarazkoei egindako kritikak	303
3.1.1. ETB1: folklorea eta kirola	303
3.1.2. ETB1 eta ETB2: kate berbera, hizkuntza aldatuta	304
3.1.3. Gaztea, musika komertzial erdaldun eta atzerritarra	306
3.2. Morboa: akuilu eta galgarria	307
3.3. Kalitatea.....	310
3.3.1. Tokikoak, apal	310
3.3.2. Marketina, hobetu beharreko alorra.....	311
3.3.3. Kalitate onari buruzko iruzkinak	312
3.4. Albisteen hedapen geografikoa.....	313
3.4.1. Gertutasuna balioetsi.....	313
3.4.2. Mailaketa geografikoa kontsumoan.....	319
4. Komunikabideen erabilera motak	321
4.1. Gehienbat (edo bakarrik) informatzeko.....	321
4.2. Bakarrik (edo gehienbat) entretenitzeko	323
4.3. Erabilera aldakorrak	326
4.4. Erabilera instrumentala	328
4.5. Denbora betetzeko erabilera	329
4.5.1. Atzeko zarata	329
4.5.2. Irratia: multitasking-erako aukera	330

4.5.3. Gainetik irakurri	331
4.6. Ohiturari lotutako erabilera	332
4.7. Motibazioaren arabeko erabilera tipoak: hurbilketa bat	335
4.7.1. Kontaktu erabilera: ingurunearen baldintzak apurtzen..	335
4.7.2. Erabilera didaktikoa: komunikabideak ikasbide	338
4.7.3. Gaztea&gazteak: politikatik ihesi.....	339
4.7.4. Militantzia eta diletantzia: kontsumo parametroen banalerroa.....	340
4.7.5. Euskarazko hedabideen kontsumoa egunerokotasunaren isla gisa.....	341
5. Hedabideak eta politika.....	343
5.1. Denak daude lerratuta.....	343
5.1.1. Sinesgarritasun falta	344
5.1.2. Tramoia gardena	347
5.1.3. Abertzaleak Vocentokoak baino lerratuago?	349
5.1.4. Diario de Navarra, Sud Ouest eta Deïari buruzko hautemateak	350
5.2. Pluraltasuna lehenetsi.....	351
5.3. Bi munduen paradigma.....	354
5.4. Esparru sinbolikoaren desplazamendua.....	357
5.5. Euskarazkoak=abertzaleak.....	360
5.5.1. Berria eta ezker abertzalea	362
5.5.2. ETB eta EAJ.....	369
5.5.3. Tokiko hedabideak salbuespen gisa	372
6. Euskarazko hedabideen esparrua	375
6.1. Edukiak: puntu gotorrak eta hutsuneak	375
6.1.1. Gizarte mugimenduen isla: ikuspegi aniztasuna.....	375
6.1.2. Tokikoak edo mundukoak indartu?	378
6.1.3. ETB1 eta marmotaren eguna	379

6.1.4. EITB, erdaren alde	381
6.1.5. Autozentramenduaren beharra	381
6.1.6. Tokikoak: erreferentzialak beraien esparruan.....	383
6.2. Eskaintza: zeren falta sumatzen dute?	384
6.3. Sektorearen egitura	388
6.3.1. Saretzearen beharra.....	388
6.3.2. Behar ekonomikoak: diruaren balazta	391
6.3.3. Komunikabidea: normalizazioaren eragile nagusi.....	393
6.3.4. Barka eragozpenak: arazo teknikoak.....	393
6.4. Eskuragarritasuna eta presentzia	395
6.4.1. Eskuragarritasuna, hedabide motaren arabera.....	395
6.4.2. Eskuragarritasuna, herriaren tamainaren arabera.....	397
6.4.3. Presentzia: ikusgaitasun publiko urria, tokioek salbu...	398
6.4.4. Euskarazkoen ezagutza	400
6.5. Euskarazko komunikabideen etorkizunarekiko hautemateak	403
6.5.1. Positiboak.....	403
6.5.2. Negatiboak	405
7. Hedabideen hizkera	407
7.1. Ulerterrazak	407
7.2. Ulerkaitzak	409
7.2.1. Euskaldun zaharrak	409
7.2.2. Hego haizea buruko min.....	411
7.2.3. Teknizismoak eta erregistroa oztopo.....	413
7.2.4. Hitza eta Berria.....	415
7.3. Euskalkien erabilera.....	417
7.3.1. Euskalkiak gehiago erabiltzearen alde.....	417
7.3.2. Euskalkiak bai, baina mugekin.....	419
8. Laburpena&Ondorioak	421

ANALISI KUANTITATIBOA.....	437
1. Hedabideen kontsumoa Euskal Herrian.....	439
1.1. Iturrien deskribapena: askatu ezinezko korapiloa.....	439
2. Euskal Herriko ohitura komunikatiboak	447
3. Hego Euskal Herriko ohitura komunikatiboak.....	451
3.1. Hedabideen kontsumoa Hego Euskal Herrian	451
3.2. Hedabideen kontsumoa herrialdeka	462
3.2.1. Araba.....	462
3.2.2. Bizkaia.....	466
3.2.3. Gipuzkoa	469
3.2.4. Nafarroa	473
3.3. Euskarazko komunikabideen kontsumoa Hego Euskal Herrian	477
3.3.1. Idatzizkoak.....	480
3.3.1.1. Euskarazko tokiko hedabideak: analisi labur bat	482
3.3.2. Irratiak.....	492
3.3.3. Telebistak	495
3.3.4. Twitterreko jarraitzaile kopuruak	496
3.4. Euskarazko komunikabideen publikoa: lurralde banaketa	501
3.4.1. Araba.....	503
3.4.2. Bizkaia.....	505
3.4.3. Gipuzkoa	507
3.4.4. Nafarroa.....	508
3.5. Komunikabidetako kontsumitzaileen arteko alderaketa.....	510
3.5.1. Kontsumitzaileen sexu-banaketa	511
3.5.2. Kontsumitzaileen banaketa, adinaren arabera	514
3.5.3. Kontsumitzaileen banaketa, hizkuntza gaitasunaren arabera	519

3.5.4. Kontsumitzaileen banaketa, ikasketa mailaren arabera ..	524
3.6. Polikontsumoa	529
3.6.1. Hedabide-moten arteko polikontsumoa	530
3.6.2. Euskarazko hedabideen arteko polikontsumoa	537
4. Ipar Euskal Herriko ohitura komunikatiboak	543
4.1. Médiamétrie-ren neurketak	543
4.2. Komunikabideen erabilpenaren azterketa: telebista eta irratia	546
4.2.1. Telebista.....	556
4.2.2. Irratia.....	556
5. Zenbait ondorio transbertsal	569
6. Telebista: ohitura komunikatiboen laburpena.....	577
7. Irratia: ohitura komunikatiboen laburpena.....	587
8. Prentsa: ohitura komunikatiboen laburpena	599
9. Webguneak: ohitura komunikatiboen laburpena.....	607
10. Sare sozialak: ohitura komunikatiboen laburpena	615
ONDORIOAK.....	619
1. Hondarreko azalpen laburra	621
2. Ondorio nagusiak	623
2.1. Errealitate soziolinguistikoaren eta kontsumoaren arteko harremana	623
2.2. Identitatea, kontzientzia eta kontsumoa	625
2.3. Eskaintza osotasunaren garrantzia	627
2.4. Ildo editorialaren rola.....	627
2.5. Harreman sozialak eta kontsumo mediatikoa	628

2.6. Hizkera, identifikaziorako tresna.....	632
2.7. Erreferentzia eremuak.....	635
2.8. Informazio-emarien norabideak.....	638
2.9. Denbora faktorea.....	639
2.10. Migrazio digitala.....	640
2.11. Kalitatearen irudikapena(k)	642
2.12. Kontsumo joera nagusiak.....	645
2.13. Audientzia neurketa propioen beharra.....	647
2.14. Hedabideak, normalizaziorako trendsak	650
3. Epilogoak: gogoeta transbertsalak.....	653
ERANSKINAK.....	657
BIBLIOGRAFIA.....	675

TAULEN AURKIBIDEA

1. Aurreko eguneko entzule kopuruak Hego Euskal Herrian, milaka eta katearen arabera (2008-2014)	452
2. Euskadi Irratiaren eta Gaztearen eguneroko entzule kopuruak, milaka (2008-2014).....	455
3. Aurreko eguneko ikus-entzule kopuruak Hego Euskal Herrian, milaka eta katearen arabera (2008-2014)	455
4. Aurreko eguneko irakurle kopuruak Hego Euskal Herrian, milaka eta egunkariaren arabera (2008-2014)	458
5. Aurreko eguneko irakurle kopuruak Hego Euskal Herrian, egunkariaren eta formatuaren arabera, milaka (2008-2014)	459
6. Aurreko eguneko irrati entzule kopuruak Araban, milaka eta katearen arabera (2008-2014)	463
7. Aurreko eguneko telebista ikus-entzule kopuruak Araban, milaka eta katearen arabera (2008-2014)	464
8. Aurreko eguneko prentsa irakurle kopuruak Araban, milaka eta egunkariak arabera (2008-2014)	465
9. Aurreko eguneko irrati entzule kopuruak Bizkaian, milaka eta katearen arabera (2008-2014)	466
10. Aurreko eguneko telebista ikus-entzule kopuruak Bizkaian, milaka eta katearen arabera (2008-2014)	468
11. Aurreko eguneko prentsa irakurle kopuruak Bizkaian, milaka eta egunkariak arabera (2008-2014)	469
12. Aurreko eguneko irrati entzule kopuruak Gipuzkoan, milaka eta katearen arabera (2008-2014)	470
13. Aurreko eguneko telebista ikus-entzule kopuruak Gipuzkoan, milaka eta katearen arabera (2008-2014)	471
14. Aurreko eguneko prentsa irakurle kopuruak Gipuzkoan, milaka eta egunkariak arabera (2008-2014)	473
15. Aurreko eguneko irrati entzule kopuruak Nafarroan, milaka eta katearen arabera (2008-2014)	474

16. Aurreko eguneko telebista ikus-entzule kopuruak Nafarroan, milaka eta katearen arabera (2008-2014)	475
17. Aurreko eguneko prentsa irakurle kopuruak Nafarroan, milaka eta katearen arabera (2008-2014)	476
18. Euskarazko agerkarien irakurle kopuruak, maiztasunaren arabera eta milakoetan (2008-2014)	481
19. Euskarazko tokiko agerkarietako irakurleak (estrapolazioa).....	482
20. Euskarazko irratien aurreko eguneko entzule kopuruak, milaka (2008-2014)	493
21. Euskarazko telebisten aurreko eguneko ikus-entzule kopuruak, milaka (2008-2014).....	495
22. Euskarazko hedabideetako kontsumitzaileen lurralde banaketa, CIESen 2014ko akumulatuaren arabera	502
23. Euskarazko komunikabideetako kontsumitzaileak, sexuaren arabera (%)	512
24. Komunikabide erdaldunen eta elebidunen kontsumitzaileak, sexuaren arabera (%)	514
25. Euskarazko komunikabideetako kontsumitzaileak, adinaren arabera (%)	516
26. Komunikabide erdaldunen eta elebidunen kontsumitzaileak, adinaren arabera	518
27. Euskarazko komunikabideetako kontsumitzaileak, hizkuntza gaitasunaren arabera (%).....	520
28. Komunikabide erdaldun eta elebidunen kontsumitzaileak, hizkuntza gaitasunaren arabera (%)	523
29. Euskarazko komunikabideetako kontsumitzaileak, ikasketa mailaren arabera (%).....	526
30. Komunikabide erdaldun eta elebidunen kontsumitzaileak, ikasketa mailaren arabera (%).....	528
31. Hedabideetara esposizio handia EAEn (%).....	531
32. Esposizio handia hedabide tradizionaletara eta internetera, adinaren arabera eta ehunekoetan	535

33. Euskarazko komunikabideen arteko polikontsumoa, Zarautzen (2006).....	541
34. Euskarazko edukiak dituzten telebisten ikusle proportzioa lanegunetan Ipar Euskal Herrian (%), eskualdearen eta maiztasunaren arabera.....	548
35. Biztanleriaren zein proportziok ikusten duen ETB1 eta biztanleriaren soslai linguistikoa, Ipar Euskal Herriko eskualdearen arabera.....	551
36. Astegunetan telebista ikusten duten 5 eta 12 urte arteko haurrak Ipar Euskal Herrian (%), orduaren arabera	555
37. Irratien entzule kuota Ipar Euskal Herrian (%), entzuteko maiztasunaren eta eskualdearen arabera.....	558
38. Biztanleriaren zein proportziok entzuten dituen euskarazko kateak eta biztanleriaren soslai linguistikoa (%), Ipar Euskal Herriko eskualdearen arabera.....	561
39. Ipar Euskal Herriko eskualde bakoitzeko euskaldunen zein proportziok entzuten dituen egunero euskarazko irratiak (%)	564
40. EAEko herritarrek informatzeko nahiago dituzten telebista kateak, ehunekoetan.....	580

GRAFIKOEN AURKIBIDEA

1. Berriaren eta tokiko prentsaren hileroko orrialde kopurua hiztun bakoitzeko, eskualdearen hiztun dentsitatearen arabera	478
2. uztarria.com webguneko erabiltzaile kopurua, urtearen eta maiztasunaren arabera	484
3. uztarria.com webguneko erabiltzaile kopurua, hilabetearen eta maiztasunaren arabera	485
4. uztarria.com webguneko erabiltzaile kopurua 2013ko azaroaren 4tik 10era, egunaren eta maiztasunaren arabera	486
5. elgoibarren.net webgunearen bisita kopurua, hilabeteka (2012-2013)	487
6. ataria.info webgunearen eguneroko bisita kopurua, 2014ko urtarrilaren 20tik 2013ko otsailaren 2ra	489
7. zuzeu.eus webgunearen urteroko bisita kopurua (2009-2014)	490
8. zuzeu.eus webgunearen hileroko bisita kopurua (2014)	491
9. zuzeu.eus webgunearen eguneroko bisita kopurua (2015eko ekainaren 22tik 28ra)	492
10. @berria, @argia eta @gaztea Twitter kontuen jarraitzaile kopurua 2013 eta 2015ean, hilabeteka	497
11. @hamaikaTb, @euskadi_irratia eta @topatuinfo Twitter kontuen jarraitzaile kopurua 2013 eta 2015ean, hilabeteka	499
12. @eitbAlbisteak, @zuzeu eta @Sustatu Twitter kontuen jarraitzaile kopurua 2013 eta 2015ean, hilabeteka	500
13. Euskarazko komunikabideen merkatu kuota Araban (%), komunikabide motaren eta eskualdearen arabera	505
14. Euskarazko komunikabideen merkatu kuota Bizkaian (%), komunikabide motaren eta eskualdearen arabera	506
15. Euskarazko komunikabideen merkatu kuota Gipuzkoan (%), komunikabide motaren eta eskualdearen arabera	508

16. Euskarazko komunikabideen merkatu kuota Nafarroan (%), komunikabide motaren eta eskualdearen arabera	509
17. Gure Irratiaren eta Irulegiko Irratiaren merkatu kuota (%), Ipar Euskal Herrian (1993-2013)	545
18. Gure Irratiaren eta Irulegiko Irratiaren entzuleen batura (1993-2013).....	546

SARRERA

Sorguneak, helburuak & testuinguruak

1. SORGUNEAK

2012ko abenduan hasitako proiektu honen ernamuina euskarazko hedabideen sektoreak berak identifikatutako beharrianetik jaio zen. Izan ere, ohitura komunikatiboak zeharo ari dira aldatzen, eta horien nolakotasunak zein ondorioak ulertzea ezinbestekoa bilakatu da sektorearen biziraupena bermatuko bada. Halaber, Euskal Herrian azken hamarkadetan jazotako eraldaketa soziolinguistikoek ere komunikabideei eragiten diete, eta horiek ulertzeko eta interpretatzeko gakoak eskuratzea premia bilakatu da euskarazko hedabideentzat.

Aipatutako bi arazoak lan akademikoaren bitartez aztertzeak ekar zitzakeen onurez jabeturik, HEKIMEN Euskarazko Hedabideen Elkartea eta NOR ikerketa-taldea elkarlanean hasi ziren, eta, emari gisa, eskuen artean dugun ikerketa unibertsitatearen testuinguruan gauza zitekeela planteatu zen. Hala, EHUko Zabalduz programako beka jaso ondoren abiarazi genuen proiektua.

Jakinda aurretik genuen bidea ez zela samurra izango, ikerketaren garabideak definitzeari ekin genion. Alabaina, gaia teorikoki zedarritu eta azterketa kuantitatiboa eta kualitatiboa egin aurretik, proiektuaren helburu nagusiak finkatzea beharrezkotzat jo genuen.

2. IKERKETAREN HELBURUAK

Doktorego-tesi honen helburu nagusia honako moduan laburbildu daiteke: aldaketa teknologikoen ondorioz komunikabideen sektorea egitura-krisian murgilduta dagoela, eta Euskal Herriko egoera soziolinguistikoak azken hamarkadetan aldaketa sakonak bizi izan dituela kontuan hartuta, euskaldunek euskarazko hedabideen aurrean dituzten iritziak, ohiturak zein jarrerak aztertzea. Horrez gain, analisi horren bitartez hizkuntza-normalizazioaren bidean hedabideek joka dezaketen rola finkatzen laguntzea eta merkatuaren ezagutza sakontzea dugu jomuga, etorkizunera begira sektoreak bide berriak jorratu ahal dituzan. Honekin, Hekimen elkartearen sortzeko prozesuan 50 komunikabide bakoitzari baino gehiagok egin zuten gogoeta estrategikoan planteatzen zen behar bati erantzun nahi zaio. Halaber, berandu baino lehen martxan jartzekoa da Hedabideen Behatokia, eta haren zutarrietako bat komunikabideen eta unibertsitatearen arteko elkarlana izan dadila aurreikusten da. Hala, komunikabideentzat interesgarriak diren ikerketa ildoak testuinguru akademikoan gauzatzeko asmo partekatu horretan ekarpen bat gehiago izan nahi du lan honek.

Ikerketaren helburu zehatzen artean lehena euskaldunek (berezi) euskarazko komunikabideekiko dituzten iritziei, ohiturei eta jarrerari lotutako aldagaiak identifikatzea izango da. Izan ere, euskarazko hedabideen kontsumoa baldintzatzen duten irizpide erabakigarrienak zeintzuk diren azaleratzea berebiziko garrantzia du sektorearentzat, batik bat, etorkizunerako estrategiak zehazten laguntzeko. Kontuan hartuta hizkuntza gutxitu bateko hiztunen eta komunikabideen arteko

harremanaz ari garela, faktoreon artean hizkuntzarekin berarekin lotutakoak zein estralinguistikoak aztertuko ditugu, ahalik eta ikuspegirik integralena emateko asmoz.

Alta, nagusiki izaera kualitatiboa du lehen helburu horrek, eta guk ikuspegi kuantitatibotik ere jorratu nahiko genuke gure ikerketa-objektua. Horrenbestez, euskal herritarren eta, bereziki, euskal hiztunen kontsumo mediatikoaren inguruko lan estatistikoak biltzea izango da gure bigarren helburu zehatza.

Bestalde, euskarazko hedabideen antzerako testuinguru geopolitikoan jardun behar duten hizkuntza gutxituetako hedabideen esperientziak aztertzea onuragarria izango litzatekeela uste dugu. Hortaz, euskarazko hedabideen inguruko literatura eta beste hizkuntza gutxituetako sektoreen ingurukoa aztertuz elkarri elikatzeko bideak irekitzea litzateke ikerketa honen hirugarren helburua.

3. TESTUINGURUAK

Euskarazko komunikazio esparruaren egungo egituraketa eta erabiltzaile potentzialek (alegia, euskaldunek) esparru hori osatzen duten komunikabideekiko duten harremana prozesu soziohistoriko jakinen ondorio da. Ukipen egoeran dagoen hizkuntza gutxitu baten hiztunen eta komunikabideen arteko harremana aztertzeraz goazen heinean, aipatutako prozesua ulertzeko egiturazko baldintzei eta behin-behineko egoerei erreparatu beharko diegu. Halaber, ikuspegi makroa eta mikroa uztartu beharko ditugu, munduko komunikabide guztiei eragiten dieten aldaketak mahaiaren gainean jarri eta beroriek Euskal Herriko testuinguruan nola eragiten duten ikusteko. Gatozen, bada, hari mutur guztiak lotzera.

3.1. BIDAIA LUZEAREN EMAITZA

Esan daiteke euskarazko komunikabideek 1980ko hamarkadan bizi izan zutela bere historiako lehen loraldia (Tokikom, 2013: 5). Sektore publikoari dagokionez, Euskal Autonomia Erkidegoaren sorrerak EITB martxan jartzea ahalbidetu zuen 1982an, eta, haren baitan, euskarazko telebista (ETB1) zein irrati generalista (*Euskadi Irratia*). Handik zortzi urtera agertu zen gazteei zuzendutako musika irrati katea (*Euskadi Gaztea*), eta 2004an euskara hutsean (ere) eskura dagoen *eitb.net* webgunea¹ martxan jarri zuen komunikazio talde publikoak. 2008an,

¹ 2014tik, *eitb.eus*

berriz, haur eta gazteentzako ETB3 telebista kanalaren lehen emankizunak ikusi ahal izan genituen. Haatik, herri ekimenetik sortutako proiektuek ere oso ekarpen baliotsua egi(te)n diote euskarazko komunikazioari: 1988an *Arraste Presse*kin batera jaio zen euskarazko tokiko prentsa, eta handik gutxira, 1990an *Euskaldunon Egunkariaren* sorrerarekin, nazio mailako eguneroko prentsa.

Orduztik hona asko eraldatu da euskal komunikazio esparrua. Asko dira hasierako bultzada horren ondorengo gisa eratu diren herri, eskualde zein nazio mailako proiektuak. Hedabide gutxi batzuk, berriz, bidetik gelditu dira azken urteotan, arrazoi ekonomikoak edo politikoak direla medio. Krisialdi ekonomikoaren ondorioz desagertutakoen artean daude *Gen Gasteiz*, *Txaparro*, *Ttipi-Ttapa telebista*, *Esan Erran Irratia* eta *Nabarra* (Hekimen, 2013: 4), eta gogora ekarri nahiko ez genituzkeen arrazoiak direla medio, *Euskaldunon Egunkaria*².

Oztopoak oztopo, 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. Bidegainek, Egañak eta Zuberogoitiak osatu zuten euskarazko tokiko maparen arabera (Tokikom, 2013: 119), 92 ziren orduan herri edo eskualde mailan jarduten zuten proiektuak: 52 paperezko agerkari, 21 irrati, 7 telebista eta 11 webgune.

² Ezin ahaztu epaileek ahala aginduta itxi zituztela 1998an *Egin* eta *Egin Irratia*, nagusiki erdaraz aritu arren euskarazko edukiak zituztenak.

Alabaina, bilketa lan azpimarragarri horren mugetatik kanpo gelditu ziren hainbat komunikabide, euren hedapen-esparrua eskualdekoa baino handiagoa zelako (*Hamaika Telebista*, *ETB1*, *ETB3*, *Euskadi Irratia*, *Gaztea*, *Bizkaia Irratia*, *Berria*, *Argia*, *Elhuyar*, *Bertsolari*, *Gazteazulo*, *Gaur*⁸, *kazeta.eus*, *Herria*, *Antxeta Irratia*, *Gure Irratia*, *Irulegiko Irratia*, *Kanaldude*, *Xiberoko Botza*, *Jakin* edo *Uztaro* lirateke horren adibide), txostena idatzi ostean abiarazi direlako (*Arabako Alea*, *Geuria*, *uriola.eus* eta *Hala Bedi 2*, kasu) edo bertan agertzen ziren hainbat komunikabideen arteko batasun prozesuaren ondorioz sortutakoak direlako (*Tolosaldeko Ataria*).

Horrez gain, aipatu beharra dago *Aiaraldeak* paperera salto egin zuela 2013ko urrian³ eta Durangaldeko *Anboto* astekaria Zornotzan ere banatzen dela 2014ko martxotik⁴. Telebistaren esparruan, aurrerapen nabarmenak egin ditu euskarazko telebistak Nafarroan, Iruñerrian *Xaloa Telebista*, *Hamaika Telebista* eta *Nafar Telebista*ren lehen eta bigarren kateak ikus baititzakete (2014ko abendutik lehen kasuan⁵ eta 2015eko maiatzetik bigarrean⁶ zein hirugarrenean⁷). Horrenbestez, gaur egun 100 baino gehiago dira euskaldunoi informazioa edota entretenimendua eskaintzen dizkiguten euskarazko komunikazio proiektuak.

Berauen banaketa geografikoari erreparatuz, XIX. mendetik (ustezko) Euskal Herri euskalduna eta (ustezko) Euskal Herri erdalduna banatzen

³ <http://www.argia.eus/argia-astekaria/2394/aiaraldeak-komunikazio-leihoak>

⁴ <http://anboto.org/zornotza/1394096069790>

⁵ <http://www.berria.eus/albisteak/97589/xaloa-telebista-abenduan-hasiko-da-iruerrian-emititzen.htm>

⁶ <http://nafarroa.hitza.eus/2015/05/15/hamaika-hasi-da-irunerrian-ltd-bidez-emititzen-38-kanalean/>

⁷ <http://euskalerraierratia.eus/nafarroa/1431847982965>

duen isoglosak erreproduzitzen duela esan genezake, salbuespen positibo nabarmenekin. Izan ere, geografikoki euskararen esparru tradizionaltzat hartu izan ditugun eskualdeak betetzen dituzte euskarazko hedabideek, baina muga horiek gainditzea lortu dute eta eremu erdaldunagoetan ere badago euskarazko tokiko informazioa jasotzeko aukerarik.

Alabaina, ezin ahaztu muga geografikoak sortzez eta definizioz gainditzen dituzten komunikabideak, hots, internetekoak. Milurteko aldaketatik formatu digitalera egokitzeko lan egin dute euskarazko komunikabideek, multimediatasunerako bidean. Horrez gain, preseski sarean eta sarerako sortutako zenbait proiektuk erreferentzialtasuna lortu dute erabiltzaile euskaldunen artean, *zuzeu.eus*-ek, *sustatu.eus*-ek eta *topatu.info*-k, esaterako. Gainera, eduki aldetik kolore aniztasuna areagotzeko aukera eman dio internetek euskarazko komunikazioari, sortu diren atari espezializatuek eta tematikoek sektorearen eskaintza osatu dutelarik. Aurrekoaren adibide dira zientzia gaiak jorratzen dituen *zientzia.net*, kirol arloko *futbolmama.com* eta musika hizpide duen *badok.eus*.

Honetan guztiaz gainera, badira euskarazko edukiak lantzen dituen komunikabide elebidun franko. Talde honen baitan desberdintasun handiak daude hizkuntza erabilerari dagokionez, nagusiki euskaraz aritzen direnak (*Info7*), euskara eta erdarak modu nahiko orekatuan darabitzatenak (*radiokultura.eus*, *abotsa.info*, *Hala Bedi* edota *Eguzki Irratia*) eta eduki gehienek erdaraz lantzen dituztenak (*Gara*) baitaude.

3.2. ALDAKETA SOZIOLINGUISTIKO ETA MEDIATIKOAK

Jakina, hizkuntzaren ezagutzari eta erabilerari dagokionez oraindik orain alde handiak daude eskualde batetik bestera, baina euskara eta erdaren arteko banaketa geografikoa ez da, ezta hurrik ere, Luis Luziano Bonapartek bere euskalkien mapa⁸ egin zuen garaian bezain zurruna. Denboran hain atzera joan beharrik gabe, euskarazko hedabideak hainbeste garatu diren azken hiru hamarkadetan euskal hiztun komunitatea asko hazi da, eta aldi berean geografikoki hiztunen atomizazio prozesua gertatu da.

Alde batetik, euskaldunen taldea 528.521 kide izatetik 714.136 lagun izatera igaro da 20 urteren bueltan⁹, V. Inkesta Soziolinguistikoak erakusten digunez (Hizkuntza Politikarako Sailburuordetza, 2013). Alabaina, datu horrek hizkuntza baten egoeraren aspektu bakar bat islatzen du, ezagutzarena, alegia. Hizkuntzaren kale erabilerari dagokionez, berriz, azken neurketek ez dute irakurketa positiborako tarte handirik uzten (Soziolinguistika Klusterra, 2011). Hortaz, hiztun taldea handitu egin dela ezbairik gabe baieztatu daiteke, baina hizkuntzak ez du lortzen espazio publikoan duen presentzia areagotzea.

⁸http://www.euskara.euskadi.net/r59-38/eu/contenidos/informacion/eu_mintzagai_euskalkiak/eu_euskalk/images/EeE_5_handia.jpg

⁹ 16 urtez gorako biztanleez ari gara (Hizkuntza Politikarako Sailburuordetza, 2012: 28). Hortaz, haur eta gaztetxoak aintzat hartuz gero handiagoa litzateke euskaldunen kopurua.

Beste alde batetik, V. Mapa Soziolinguistikoak dioskunez (Hizkuntza Politikarako Sailburuordetza, 2011) biztanleen %20k baino gutxiagok euskaraz dakien eskualdeak gero eta gutxiago dira, EAEn bederen. Aitzitik, euskararen arnaguneek, hots, biztanleen %80 baino gehiago elebidun diren eremuek, 1981an baino herri gutxiago biltzen dituzte euren baitan.

Era berean, etxeen konposaketa linguistikoa ere askotarikoa bilakatu da. Eustaten datuen arabera, 1991an EAEko euskaldunen %63 euskaldunez soilik osatutako etxeetan bizi zen, eta erdaldunen %81, berriz, erdaldunez soilik osatutako etxeetan¹⁰. 2006rako, ordea, %63ra jaitsi zen etxe elebazarretan bizi zen erdaldunen kopurua. Aipatutako bi daten artean, eraldaketa are argiagoa izan zen euskal hiztunen artean, 2006an EAEko euskaldunen gehiengoa (%60) dagoeneko ez baitzen euskaldunez soilik osatutako etxeetan bizi, etxe mistoetan baizik.

Horrenbestez, azken hamarkadetan euskal hiztun komunitateak bizi izan duen garapena honako moduan laburbildu daiteke: lehen baino euskaldun gehiago dago, eta erdara nagusi den eskualdeetan edota etxeetan bizi den euskaldunen proportzioak gora egin du nabarmen, soslai horretako hiztunak euskaldungoaren gehiengoa bilakatu direlarik . Haatik, 3. eta 4. zonalde soziolinguistikoetako herrietan behera egin du etxean euskara darabilten herritarren proportzioak, eta euskaldun zaharren artan ere gero eta gehiago dira etxeke hizkuntza gisa erdara

¹⁰ Datu gehiagorako, NOR ikerketa-taldeko webgunera jo: <http://nortaldea.com/artikuluak/euskal-eta-erdal-hiztunak-etxeke-tipologiaren-arabera/>

dutenak (Hizkuntza Politikarako Sailburuordetza, 2011). Esparru fisiko definitu eta ezagunen jabe ziren bi talde linguistikoz osatutako gizartetik bi talde horiek espazio bera partekatzen duten gizartera igaro garela 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 talde bati zuzendutako produktuak ekoiztera igaro dira. Halaber, euskal hiztun horiek inoiz baino input kultural gehiago jasotzen dituzte eta inoiz baino baliabide gehiago dituzte material kultural horietara heltzeko, ezinezkoa delarik kanpoko eraginari itzuri egitea (Fishman, 1985: 94).

Hortaz, balizko hartzailearen ezaugarriak aldatu dira euskarazko komunikabideentzat, baina simultaneoki publikoarengana heltzeko kanalek sakoneko eraldaketa prozesua jasan dute, jasaten ari dira eta aurrerantzean ere jasaten jarraituko dute. Jenkins-ek azaltzen duenez, konbergentzia mediatikoaren aroan edukien emaria plataforma ugariaren bitartez bideratzen da, eta beste horrenbeste bide erabiltzen dira kontsumitzaileak erakartzeko. Halaber, muga nazionalak gainditzen dituen edukien zirkulazio hori erabiltzaileen esku dago batik bat, eta, hortaz, konbergentzia ezin da ulertu prozesu teknologiko hutsa balitz bezala, kontsumitzaileen praktikak zentro dituen prozesu kultural gisa baizik (Jenkins, 2008: 14-15). Bada, agerikoa da konbergentzia 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.

Erronka horien aurrean, euskarazko hedabideak atomizazio eszenatoki tradizionala gainditzearen beharraz jabetu dira, eta sektore gisa erantzun bateratua ematea ahalbidetzen dieten egiturak eratzeari ekin diote. 2012an tokiko hedabideak biltzen dituen TOKIKOM eta 2013an herri ekimeneko komunikabideak biltzen dituen HEKIMEN sortu izana dira horren adierazpide.

Bestalde, euskarri aniztasunaren trena garaiz hartu dute euskarazko komunikabideek, eta berauetako asko sare sozialetan oso posizionamendu ona lortu dutela baieztatu dezakegu okertzeko beldurrik gabe: zenbait adibide jartzearren, 2015eko irailean *@berria*-k 36.900 jarraitzaile zituen Twitterren, *@gaztea*-k 21.200, *@argia*-k 21.000 eta *@HamaikaTb*-k 10.900.

3.3. BEREHALAKO (ETA BETIKO) ERRONKAK

Horretaz aparte, 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 zentrokidez osatuta dago (Sanchez Carrión, 1991: 203), eta “euskal hedabideak nagusiki nukleora iristen dira” (Zubiri,

Retortillo eta Alberdi, 2007: 94). Sektoreak berak onartzen du puntu hori:

“Euskarazko hedabideak, nagusiki, hizkuntza komunitatearen nukleoan hedatzen dira. Nukleoa hizkuntza komunitatearen gune dinamikoena da, eta euskararekiko atxikimendu handiena dutenek osatzen dute (atxikimendu praktikoa, ez sentimentala). Nukleo horren barruan azpimultzoak daude, eta hedabide batzuk eraginkorragoak dira azpimultzo batzuetan besteetan baino. Nukleotik kanpoko zirkuluetan berriz, euskal hedabideen eragina ez da hainbestekoa” (HEKIMEN, 2013: 7)

Hortaz, euskararen ezagutza eta erabilerari dagokionez zirkuluaren ertzeetara heldu beharra dago, baina horrez gain periferia geografikoetara hedatzea ere funtsezko beharrezkoa da euskarazko komunikabideentzat, lehen azaldu dugun moduan hiztunen atomizazioaren ondorioz gero eta euskaldun gehiago dagoelako erdara nagusi den eremuetan. Azken urtetoan 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 eskaintzea estrategikoa da publikoa erakartzeko. Euskal hiztunen baitan egon daitezkeen azpitalde guztietara helduko badira, eskaintza osatua izatera bideratu beharko lituzkete ahaleginak euskarazko komunikabideek. Bete beharreko hutsuneen artean, *Berriako* zuzendari Martxelo Otamendik gazteentzako produktuak, aldizkari zein egunkari espezializatuak eta tokiko egunkariak aipatzen ditu, nazio mailako beste

egunkari bat izatea eta ikus-entzunezkoen aldeko apustua indartzea ere onuragarria litzatekeela gaineratuz (Otamendi, 2008: 271).

Jakina, hobekuntzak proposatzea erraza da; ez hainbeste, baina, hobekuntza horiek errealitate bilakatzea. Puntu honetara iritsita, dinamika multimediara egokitzeko eta proiektu berriak abiarazteko euskarazko komunikazioaren profesionalek egindako lana aitortu beharra dago. Izan ere, sektoreak berak aitortzen duenez (Hekimen, 2013: 9) Euskal Herriko erdarazko komunikabideetan diharduten kazetariak baino soldata nabarmen baxuagoa jasotzen egin dute kalitate jauzi hori, eta horietako batzuk euskal komunitate birtualarentzat erreferentziatzko informazio iturri bilakatu dira. Horrekin guztiarekin batera, esan beharra dago testuinguru ekonomiko orokorra eta komunikabideen mundu mailako krisi sektoriala ez direla preseski komunikazio proiektuak aurrera ateratzeko akuilu. Arazo guzti horiek tartean izanagatik, azken urteetan euskal komunikazio esparruak oso era duinean aurre egin dio ekaitz perfektu horri.

3.4. DATU ENPIRIKOEN BEHARRAZ

Aldaketa garaiak, beraz, hizkuntza gutxituentzat eta horietan aritzen diren komunikabideentzat. Mikel Irizarrek azaltzen duenez, “XXI. mendean komunikazioa da komunitategile nagusia. Hain da hau horrela, komunikazio-egitura propiorik eraikitzen ez duen komunitateak kolokan duela biziraupena” (Irizar, 2013: 2). Europako hainbat herrialdetako aditu zein arituek nabarmendu dute hedabideek hizkuntza gutxituen biziraupenerako ekarpen oso baliotsua egiten dutela (Davies, 2006;

Guyot, 2004; O'Connell, 2004). Hala ere, komunikabideen funtzio sinbolikoak, ekonomikoak eta politikoak aipatzen dituzten zenbait ikerlarik (Jones, 2008: 58; Cormack, 2004: 4) aitortu egiten du ekarpen horien inguruko ebidentzia enpirikoen gabezia nabarmena dela (Jones, 2013: 62; Cormack, 2007: 52).

Ondorioz, inoiz baino beharrezkoagoa da erabiltzaileengana zuzenean jotzea, euren kontsumitzeko motibazioetan arakatzea, kontsumitzeko moduei buruzko diskurtsoa aztertzea eta, hizkuntzarekin duten harremanean hedabideek betetzen duten rola balioestea. Hala, euskarazko komunikabideei etorkizunean produktu erakargarriagoak ekoizteko jakintza emango dien informazioa bide kualitatibotik biltzeari ekin diogu, betiere eskura genituen datu kuantitatiboak aztertzeari uko egin gabe.

Aitzitik, mahaiaren gainean jarri ditugun helburuek berekin dakartzaten galderak bi bide horietatik erantzuten saiatu aurretik, bilaketaren parametroak hobeto finkatzen eta gure ikerketa objektuarengana hurbiltzen lagundu digun literatura berrikusi dugu. Horrenbestez, hiru zutarri nagusi izango ditu gure ikerketak: hezurdura teorikoa, azterketa kualitatiboa eta azterketa kuantitatiboa. Gatozen, bada, metodologia hirukoitz hori zabalago azaltzera.

4. METODOLOGIA HIRUKOITZA

Aipatu berri dugun moduan, euskaldunen ohitura komunikatiboak kualitatiboki eta kuantitatiboki aztertzeari ekin aurretik oinarri sendoak jarri dizkiogu ikerketa prozesuari, berrikusketa bibliografikoaren bitartez.

4.1. MARKO TEORIKOA

Marko teorikoan ahalik eta ertz gehiagotik eta dizipinartekotasunetik heldu diogu praktika mediatikoen eta hizkuntza gutxituekiko jarreraren arteko harremanari, ahalik eta ikuspegi integralena emateko asmoz.

Hasteko, hizkuntzaren jabekuntza prozesuan eragiten duten aldagaiei buruz jardungo dugu. Sanchez Carrionen teoriari jarraiki, hiztunen motibazioek, ezagutzak eta erabilerak osatzen duten zikloa azaldu eta faktore horietako bakoitzak hizkuntza hautuan nola eragiten duten aztertuko dugu. Halaber, Martinez de Lunaren lanek aipatu berri dugun teoriari egindako emendakinari ere garrantzia emango diogu, hots, nabarmenduko dugu motibazioa>ezagutza>erabilera prozesua (eta alderantziz) bete ahal izateko inguruneak gutxieneko baldintza batzuek eskaini behar dizkiola hiztunari. Azken finean, horren bitartez azaleratuko dugu hizkuntza gutxituen aldeko erabaki efektiboan aldagai objektibo eta subjektiboen arteko dialektika indartsua sortzen dela, non batzuek eta besteek eragin esparru garrantzitsuak dituzten. Ikertzaileek puntu honen inguruan plazaratutako lanak arakatzek bide emango digu

hizkuntzekiko jarrera eta motibazio mota ezberdinez aritzeko. Euskal gizartean euskararekiko ikuspuntutik hedatuenak zeintzuk diren ikusiko dugu, ukipen egoeran dauden hizkuntzen arteko hautuan motibazio sinbolikoek eta instrumentalek (besteak beste) duten eraginaren inguruan hausnartzeko asmoz.

Horrek guztiak elkarbizitza edo talka linguistikoaren arteko dikotomia planteatzera eramango gaitu. Hizkuntza gutxituen ikuspegitik, elebitasun sozial orekatua lortzea desiragarria ote den galdetuko diogu geure buruari, baita oreka hori posible den ere. Azken galdera horri ezezko erantzuna eman dioten ikerlarien bidetik, hizkuntzen arteko balizko konpartimentazio soziofuntzional adostu baten inguruan sortutako eztabaida aletuko dugu, alegia, banaketa diglosiko bat euskararentzat ona dela defendatzen dutenen eta hizkuntzaren baten garapenerako esparru funtzional guztietan indartsu egotea beharrezkoa dela dioten artekoa. Hizkuntzen arteko harremanak dikotomikotzat edo gatazkatsutzat jotzen dituzten ikuspegiekin batera beste ikuspegi gehigarriagoak jorratuko ditugu, eleaniztasunaren ideia sustatzen dutenak. Horri lotuta, diskurtso ekolinguistikoak eta haren potentzialtasunak mahiaren gainean jarriko ditugu, baita hainbat ikerlarik ikuspuntu horri ikusitako gabeziak ere.

Marko teorikoaren lehenengo erdian hizkuntza gutxituen erronkez arituko gara, hortaz. Izan ere, euskaldunen ohitura mediatikoak aztertzerakoan hizkuntza hautuari eman diogu garrantzia beste ezeren gainetik. Esan gabe doa, euskal hiztunek komunikabideak zenbat, nola eta zergatik erabiltzen dituzten jakin nahi dugu, baina horrekin batera euskarazko komunikabideak zenbat, nola eta zergatik erabiltzen ez dituzten jakin nahi dugu. Hortaz, berrikusketa bibliografikoaren

lehenengo zatiak marko orokor bat paratzen du, hizkuntza gutxituetako hiztunen portaera linguistikoa baldintzatzen duten elementuek osatua dena. Bigarren partean, berriz, hizkuntza hautuaren eta hautu mediatikoaren arteko lokarria estutu egin dugu.

Lehenik eta behin, erabiltzaileen ohitura mediatikoak eta indentitatea(k) lotzen dituzten zidorrak ibili ditugu. Identitatearen kontzeptuaren definiziotik abiatuta, Bauman-ek modernitate likido izendatu zuen honetan nor bere nortasunaren elementuak hautatzeko beharrari eta eraikitze horretan zehar suerta daitezkeen ziurgabetasunei buruz egingo dugu berba. Hala, hedabideek identitatea eraikitze prozesuan nola eragiten duten deskribatu, eta aktore gisa eraginkor izan daitezen eskaintza osotasunak duen garrantzia azpimarratuko dugu, balizko banaketa diglosikoaren ideiarekin kontrajarrita. Ondoren, erabilera eta sarien teoriaren testuinguruan, gutxiengo linguistiko edota etnikoek komunikabideei ematen dieten erabileraren inguruko eztabaida ekarriko dugu gogora. Dinamika horretan, talde horietako kideek hedabideak funtsean beharrian etnolinguistikoa asetzeko erabiltzen dituztela dioten ikerlarien, azentua beharrian arruntetan jartzen dutenen eta bi ikuspegi horien artean kokatutakoen iritziak bilduko ditugu.

Horrez gain, komunikabideen formak eta edukiak hautu mediatikoan duten inportantzia aitortuko dugu. Hedapen esparruak eta ildo editorialak erabiltzaileak proiektu komunikatibo jakin batekin (des)engaiatzeko eragile direla azalduko dugu hasteko, baina, hizkuntza gutxituetan aritzen diren komunikabideak ardura nagusi ditugularik, hizkerari eta erregistroari buruzko hausnarketari leku berezia egingo diogu. Bukatzeko, komunikabideek hizkuntza gutxituen normalizazioan edota berreskuratzean egiten duten ekarpena aztertuko dugu. Ezin dugu

ahaztu nahi izan komunikabideek eraldaketa sakonak egin behar izan dituztela konbergentzia mediatikoaren arora egokitzeke, eta panorama berri horren erronkei garaiz heltzeak hiltunek hiltuntza gutxituarekiko duten pertzepzioan nabarmenki eragin dezakeela.

Osagai horiekin guztiekin eraiki dugun hezurdura teoriko horretan, Europako beste hiltuntza gutxituetako esperientziei presentzia transbertsala eman diegu. Izan ere, tesi honen hirugarren helburu zehatza gogoan¹¹, euskararen eta euskarazko komunikazioaren antzeko errealitateak gertutik ezagutzen dituzten ikerlarien lanak puntu guztietan erabili ditugu, Euskal Herriko egoerarekin kontrastatu eta gaiaren ulermena aberasteko. Bestalde, marko teorikoaren bitartez argazki ahalik eta osatuena ateratzen saiatu gara, haren xede nagusia analisi kualitatiboa materialez hornitzea izan baita. Hortaz, atal horren muina izan diren sakontasuneko elkarrizketetan jorratu beharrezko gaiak identifikatu ditugu bibliografia berrikusiz. Haatik, solasaldien edukia aztertzerako orduan bide induktiboa jorratzea erabaki dugu, eta, hortaz, ondorioen zuhaitza ez da bakarrik guk aurreikusitako adarrez osatuta egongo, elkarrizketatuek beraiek aberastuko baitute.

4.2. AZTERKETA KUALITATIBOA

Elkarrizketen bitartez mintzakideek komunikabideen (berezi, euskarazkoen) aurrean dituzten iritziak, ohiturak eta jarrerak azaleratzea helburu genuelarik, ondoko hiru ardatzetan oinarritutako gidoia erabili dugu:

¹¹ Ikus 24. orrialdea.

- 1) Solaskideak eta euskara
- 2) Solaskideak eta hedabideak
- 3) Solaskideak eta euskarazko hedabideak

Irakurleak lehenengo eranskinean ikus ditzake ardatz horietako bakoitzean jorratutako puntu nagusiak. Blokeetako bakoitzean, orokorrenetik zehatzenera planteatu ditugu galderak, Olabuenagak (2009) proposatutakoaren ildotik. Alabaina, gidoia izanagatik elkarrizketa sasi-egituratua egitea erabaki genuen, aldeztu aurretik guztiz itxitako dinamiken zurruntasunetik alde egin eta elkarrizketatuen diskurtsoen potentzialitate guztia ustiatzeko asmoz. Hasieratik oso kontziente izan gara lagin honetako emaitzak orokortzeko ezintasunaz, eta esan beharra dago inoiz ez dugula horretarako asmorik izan. Horren ordez, solaskide bakoitzak komunikabideen kontsumoari ematen dion esanahian arakatu nahi izan dugu, eta interpretazio pertsonal horien arteko dialektikan sor zitezkeen joera interesgarriak azaleratzea izan dugu jomuga. Hortaz, askatasuna eman diegu mintzakideei finkatutako gaietatik desbideratzeko eta gure gidoiaren bidez aurreikusi genuen kontakizuna berreraikitzeke eta aberasteko.

Horrez gain, solaskideak laginaren aniztasuna bermatuko duten faktoreen arabera hautatu ditugu, euskal hiztun komunitatearen aniztasuna isla dezaten. Horretarako, lau irizpide nagusi hartu ditugu aintzat: bizilekua, hizkuntza gaitasuna, sexua eta adina.

Irizpide geografikoei dagokienez, Hegoaldeko lau lurraldeetako bakoitzean zein Ipar Euskal Herrian egin ditugu elkarrizketak, eta

herrialde bakoitzeko partaideak hautatzeko orduan proportzionaltasun demografikoa errespetatzen saiatu gara, alegia, probintzia bakoitzak euskaldunen taldearen baitan duen pisua kontuan hartzen. Dena den, euskal hiztunen hiru laurdenak Bizkaian eta Gipuzkoan bizi direla aintzat harturik (Hizkuntza Politikarako Sailburuordetza, 2013), proportzionaltasuna ez dugu bete-betean errespetatu: beste herrialdeei legokiekeen elkarrizketa kopurua emendatu dugu hiztun komunitatearen gune periferikoetan bizi diren euskaldunen narrazioei tarte zabalagoa eskaintzeko helburuarekin, bigarren eranskinean ikus daitekeenez.

Halaber, herrialde bakoitzaren barruan oso egoera soziolinguistiko desberdinak daudela aintzat hartu dugu; hori dela eta, probintzia bakoitzari esleitutako elkarrizketetan eskualde ezberdinetako pertsonen testigantzak biltzeari berebiziko garrantzia eman diogu, Inkesta Soziolinguistikoetan zehazten diren lau zonalde soziolinguistikoetako mintzakideak laginaren parte izan zitezen. Elkarrizketatuak bizi diren eskualdean euskarak duen lege babesak ere euren erantzunak baldintzatzen dituen balioesteko asmoz, EAEko, Nafarroako hiru hizkuntz zonaldeetako eta Ipar Euskal Herriko hiztunak hautatu ditugu. Laginak saturazio zantzuak eman dituenean utzi diogu elkarrizketak egiteari, eta horren ondorioz kasu azterketak hiztun komunitatearen baitako proportzionaltasun demografiko ponderatua guk nahi bestekoa izan zedin solasaldi gutxi batzuk falta izan zaizkigu Gipuzkoan eta Araban. Haatik, uste dugu aspektu horretan ere gure helburuak bete-betean lortzetik oso gertu gelditu garela.

Horretaz aparte, gizon eta emakumeen arteko oreka mantentzeari garrantzia eman diogu. Hizkuntza gaitasunari dagokionez

euskaldun osoak diren hizlariak, ikasketa prozesuan murgilduta daudenak eta alfabetatu gabekoak elkarriketatu ditugu. Era berean, haurtzaroan bi gurasoekin euskaraz aritzen ziren euskaldun zaharrak, guraso bakoitzarekin hizkuntza banatan (edo bi gurasoekin bietan) aritzen ziren jatorrizko elebidunak eta eskolan edo euskaltegian jaso duten euskaldun berriekin mintzatu gara. Azkenik, solaskideen adinak komunikabideekiko zein euskararekiko esperientzian eragin nabarmena izan zezakeelakoan, belaunaldi ezberdinetako lagunak elkarriketatzeko erabakia hartu dugu. Hala, bost adin-talde sortu ditugu eta horietako bakoitzetik hainbat partaide hautatu ditugu, betiere adinez nagusikoak.

Irizpide horiek guztiak kontuan hartuz ahalik eta lagin anitzena osatzen saiatu gara, hots, euskaldunen taldea bezain anitza den lagin osatzen. Jakin badakigu komunikabideen kontsumoa baldintzatzen duten aldagai askoz gehiago daudela, luze eta zabal jardun baitugu horiei buruz marko teorikoan. Horren ondorioz, ikasketa-maila eta lanbide ezberdinak dituzten pertsonak biltzen saiatu gara, baita nortasun nazional eta ideologia politiko desberdinak dituztenak ere. Aitzitik, solasteari ekin aurretik objektibatzen errazagoak diren heinean, aipatutako lau faktoreak (bizilekua, hizkuntza gaitasuna, sexua eta adina) izan ditugu mintzakideen hautaketarako irizpide nagusi. Hirugarren eranskinean kontsulta daiteke elkarriketatu guztien zerrenda eta horietako bakoitzaren ezaugarri pertsonalak. Gure irudiko, elkarriketen diseinua marko teorikoan jorratutako aspektu guztietan oinarritzeak bermatzen du garrantzitsutzat jotzen ditugun faktore guztien eta kontsumoaren arteko harremana azaleratzea.

Horrez gain, nabarmendu beharra dago banakako zein binakako elkarrizketek osatzen dutela lagina. Guztira, 29 elkarrizketa burutu ditugu banaka, eta 6 binaka. Azken hauetan, elkarrizketatutako pertsonen arteko harremanak ahalik eta anitzenak izan zitezen saiatu gara, konfiantza mailaren arabera sor zitezkeen dinamika desberdinak azaleratzeko. Elkarrizketa guztiak euskaraz egin dira, solaskideen jarioetasun maila ere aldagai erabakiorra izan zitekeelakoan. Hizketaldien audioa baino ez dugu grabatu, bideoak partaideei eragin ziezaiekeen antsietatea ekidin eta euren erantzunetan ahalik eta interferentzia gutxien sortzeko xedearekin. Behin solasaldiak burututa berorien transkripzio literala egin dugu, kodeak (parte hartzaileen hizkerak) mezuaren esanahia hobeto ulertzeko informazioa jasotzeko asmoarekin. Azkenik, bildutako material guztia NVivo 9 softwarearen bitartez aztertu da, kodeketa induktiboaren bitartez. Hala, aldeztu aurretik gidoian zehaztutako puntuak oinarri hartuta nodo sailkapena egin dugu, baina solasaldien malgutasunean jorratu diren bestelako aspektuak ere kodetu eta interpretatu ditugu. Kodeketak eman dizkigun emaitzak berresteko esanguratsuak izan zitezkeen hitzen bilaketa gehigarriari ekin diogu, modu horretan osatu dugularik analisisa.

4.3. ANALISI KUANTITATIBOA

Behin marko teorikoa eta analisi kualitatiboa bukatuta, azterketa kuantitatiboari ekin diogu. Alabaina, Euskal Herri mailako datu estatistiko sistematizatuen falta izan dugu oztopo: herrialdeak bizi duen banaketa politiko-administratiboaren ondorioz, apenas existitzen den euskaldun guztien ohitura komunikatiboak aztertzen duen ikerketarik. Funtsean, azken hamarkadan Kulturaren Euskal Behatokiak 2008an argitaratutako *Euskal Herria 2007-2008: Kultura ohiturak, praktikak eta*

kontsumoa txostenak baino ez ditu zazpi herrialdeak bere osotasunean aintzat hartu. Hortaz, analisi kuantitatiboaren parterik esanguratsuena Hego eta Ipar Euskal Herriaren artean banaketa eginda burutu behar izan dugu.

Hego Euskal Herriko ohitura komunikatiboei dagokienez, CIESen audientzia neurketak izango ditugu iturri nagusi. Horien bitartez aztertuko dugu lau herrialdeetan komunikabideen erabilerak bizi izan duen garapena, alegia, zeintzuk (izan) diren telebistarik ikusienak, irratirik entzunenak eta egunkaririk irakurrienak. Lurraldez lurralde aztertuko ditugu datuok eta arreta berezia jarriko dugu euskarazko komunikabideen emaitzengan. Horretarako, eskualde bakoitzean lortzen duten merkatu kuota aztertuko dugu eta zonalde batetik bestera dauden desberdintasunei azalpen bat bilatzen saiatuko gara. Halaber, euskarazkoen publikoak alderatuko ditugu, komunikabide bakoitzak sexu, adin, hizkuntza gaitasun eta ikasketa maila ezberdinetako zein erabiltzaile proportzio duten argitara emanaz.

Alabaina, CIESen neurketek ez dituzte euskarazko tokiko proiektu gehienen datuak biltzen. Hala, Eusko Jaurlaritzaren Hizkuntza Politikarako sailburuordetzak egindako *Euskarazko hedabideak* txosteneko datuak aztertu, eta posible izan den neurrian CIESek eskainitakoekin alderatu ditugu. Horrez gain, zenbait tokiko aldizkarik eskatuta Aztikerrek 2007 eta 2011 artean egindako txostenak landu ditugu informazioa osatzeko, eta hautatutako zenbait komunikabiderengana zuzenean jo dugu, euren webguneen erabilera datuak jasotzeko. Izan ere, kontsumo digitalean dagokionean ere CIESek euskarazko hedabide gutxi batzuen datuak baino ez ditu eskaintzen, aztertu egingo ditugunak hala

ere. Online erabileraren atala osatzeko, euskarazkoen Twitter kontuen jarraitzaile kopuruak bildu ditugu hilabetez hilabete 2013 eta 2015 urteetan.

Audientzia datu hutsek erakusten duten errealitate numerikoaz gain herritarren ohitura komunikatiboen bestelako aspektuak aztertzeke asmoz erakundeek egindako txostenak ere landu ditugu. Hala, Eusko Jaurlaritzaren Prospekzio Soziologikoen Kabineteak azken bost urteotan egindako hainbat lan hartu ditugu kontuan, eta, horrez gain, 2011n desagertutako CoAN-ek (Consejo Audiovisual de Navarra-k) plazaratu zuen *Barómetro Audiovisual de Navarra 2010* ere bai.

Ipar Euskal Herriari dagokionez, berezko egitura politiko-administratiboa ez izateak iturrien gabezia are nabarmenagoa izatea eragin du. 1990ko hamarkadan *Euskal Irratiak* federazioak eta Euskal Kultur Erakundeak egindako ikerketak urrunegi gelditzen zaizkigu, errealitate mediatikoa eta kontsumo ohiturak zeharo aldatu baitira ordutik hona. Horrenbestez, azken hamarkadan bildutako datu apurrak baino ez ditugu sakonean aztertuko, hots, Médiamétrie-ren Médialocales neurketak eta 2008an Euskararen Erakunde Publikoak kaleratutako *Komunikabideen erabilpenaren azterketa: telebista eta irratia* txostena.

Bukatzeko, Euskal Herria osatzen duten lurralde ezberdinetako herritarren ohitura komunikatiboak bereizita aztertu ostean, ondorio orokor batzuk ateratzen saiatu gara. Aitzitik, zailtasun handiak izan ditugu askotariko metodologiekin, une ezberdinetan eta inolako koordinaziorik gabe egindako lanekin sintesi lana egiteko. Gainera, kasu

gehienetan hizkuntza irizpideak behar bezala txertatu ez direla uste dugu, eta horrek gure ikerketa objektuari behar bezala heltzea eragotzi digu. Horrenbestez, euskaldunen ohitura komunikatiboen inguruko ondorioak atera beharrean euskal herritarren ohitura komunikatiboen inguruko ondorio zatikatuak atera behar izan ditugu hein handi batean. Gure irudiko, honek argitara ematen du Euskal Herrian diseinatutako ikerketa autozentratuak sustatzea zein punturaino den beharrezkoa.

Behin metodologiaren inguruko argibideak emanda, ikerketa honen hiru atal nagusietako lehenari hasiera emango diogu jarraian. Hortaz, ondorengo orrialdeetan euskaldunek komunikabideen aurrean dituzten iritzietan, ohituretan eta jarreretan arakatu duten lan teorikoekin diziplinarteko diskurtsoa osatuko dugu.

IKERKETAREN ZERTZE TEORIKOA

Diziplinarteko hurbilketa bat

1. DIZIPLINARTEKO HURBILKETA BAT

Ikertzeari ekin eta berehala jabetu ginen mugaldeko proiektu bat genuela esku artean. Komunikabideen kontsumoa aztertzea gindoazen, bai; hizkuntza gutxitu batean aritzen diren hedabideen kontsumoa, baina. Hortaz, hornidura teorikoak halabeharrez diziplinartekoa izan behar zuela argi ikusi genuen. Izan ere, honakoa dugu literatura berrikusiz erantzun nahi izan dugun galdera:

Zeintzuk dira, ikerlarien arabera, ukipen egoeran dauden hizkuntza gutxituetako hiztunek hizkuntza horretako komunikabideak kontsumitzeari (edo ez kontsumitzeari) lotuta agertzen diren faktoreak?

Esan bezala, hainbat ertzetik heldu behar izan diogu erronkari. Alde batetik, balizko erabiltzaileengan (euskaldunengan) eragiten duten aldagai soziodemografikoak, psikologikoak eta kognitiboak ezagutzeko asmoz soziolinguistikara jo dugu. Alabaina, balizko erabiltzaile horiek hizkuntza gutxitu bateko hiztunak izanagatik, eta horrek berebiziko eragina izango zuela jakin bagenekien arren, euskarazko komunikabideen inguruko iritzietan, ohituretan eta jarreretan arakatu nahi genuen. Hala, ikertzailearen begien aurrean matrioska baten itxura hartu zuten azertu beharreko gaiak: *ikerketa subjektu* aktibo bat (euskaldunak) kanpoko geruzan, eta haren menpeko *ikerketa objektu* bat (kontsumoa eta kontsumoaren arrazoiak), barrukoan. Muineko estratu horretara heltzeko *media studies* arloko lanak ere aintzat hartu ditugu. Alabaina, diziplinen

arteko mugak marraztea ez da hain erraza berrikusketa bibliografiko honen kasuan, beronen enborra osatzen baitute komunikabideen inguruko ikerketa euren herriko hizkuntza gutxiatuaren berreskuratze prozesua bultzatzeko baliatzen duten akademikoen lanek. Garia aletzeari ekin aurretik, bihoakie azken horiei nire esker ona egindako goldatze-behar eskergarengatik.

2. HIZKUNTZAREN JABEKUNTZA PROZESUA: ALDAGAI ERAGILE ETA ERAGOZLEAK

Hizkuntza gutxituetako hiztunen hizkuntza-hautuak eta horietan eragiten duten motibazioak azaltzeko orduan, Sanchez Carrionek (1987) plazaratutako teoria da aipatu beharreko lehena. Izan ere, haren hitzetan motibazioa da edozein hizkuntzaren jabekuntza-prozesua baldintzatzen duen oinarritzko hiru faktoreetako bat. Beste biak ezagutza eta erabilera izango lirateke. *Txepetxen* ustez, hiru faktoreok, hizkuntzaren ikasketan ez ezik, beste edozein jakintza edo ikasketa jardueran ere eragiten dute.

Era berean, hiru faktoreak elkarren osagarri eta elkarren dependente dira. “Sus relaciones se asemejan a la de los vasos comunicantes” (Sánchez Carrión, 1987: 35). Halaber, faktoreak bi motatakoak izan daitezkeela azaldu zuen: espontaneoak edo naturalak, eta indutituak edo kulturalak. Ezagutza espontaneoak hizkuntza umetan ikasi dutenek lortuko dute, alegia, ikasketa-prozesu primarioa edo goiztiarra egin dutenek. Ezagutza indutitua, berriz, hizkuntza nerabegarotik aurrera ikasi dutenena izango da, alegia, ikasketa sekundarioa edo berantiarra egin dutenena.

Azaldu berri dugunez, Sanchez Carrionen ustez hiru faktoreak elkarri lotuta daude. Bada, hizkuntzaren ikasketa-prozesua goiztiarra edo berantiarra izateak faktoreak bereganatzeko ordena guztiz baldintzatzen du. Are gehiago, hizkuntza ikasterako orduan, elkarren kontrako norabidean egituratutako prozesuak dira umearena eta helduarena.

Umeak honako hurrenkeran egingo du prozesua: erabilera>ezagutza>motibazioa. Hau da, etxean modu naturalean ikasitako hizkuntza hitz egiten hasiko da lehenik eta behin; ondoren, erabilera horrek hizkuntzaren arauetara buruzko ezagutza emango dio; eta, azkenik, hizkuntza horrekiko motibazio naturala izango du. Helduen kasuan, ostera, prozesua abiarazteko beharrezkoa izango da aldeztasunetik motibazioa indutzea, hausnartzea. Motibazio hori behar bezain indartsua bada, subjektua hizkuntza ikasten hasiko da (ezagutza), eta, menperatze-maila egokira heltzean motibazioa mantentzen jarraitzen badu, orduan hasiko da hitz egiten (erabilera). Lehen motako prozesuari A ibilbidea deitu zion Txepetxek, eta, bigarrenari, aldiz, B ibilbidea.

Faktore batetik bestera igarotzeko, hiztunak nahikotasun maila deritzona erdietsi beharko du. Honela azaldu zuen Sanchez Carrionek faktore batetik bestera igarotzeko mekanismoak nola funtzionatzeko duen, A ibilbidea egin duten hiztunen kasuan:

“Si un niño no alcanza un determinado nivel de uso efectivo del idioma correspondiente, no llega a tener un nivel suficiente de corrección fonética, léxica y gramatical del mismo. Y, correlativamente, si no puede conseguir cierto nivel de corrección lingüística, equiparable al del hablante medio de su edad y grado de instrucción (de modo que se sienta a gusto y relajado cuando lo habla) es difícil que se llene hasta el nivel de suficiencia su compartimento motivacional.”
(Sanchez Carrion, 1987: 39)

Kontrara ere gertatu ohi da, nerabe eta helduen kasuan: hizkuntza berri bat ikasten hasteko izan duen motibazioa izateaz gain ez badu hizkuntzaren gramatika eta lexikoa ondo menperatzerik lortzen

(ezagutza), ez du inoiz erabilerara saltoa emateko adina lanabesik edukiko, eta hasierako motibazioa desagertu daiteke.

Jadanik adierazi dugun legez, bi ikasketa-prozesuak elkarren kontrako norabidean garatzen dira. Hortaz, hizkuntza modu naturalean ikasi duenak nahikotasun maila orokorrera heltzeko hizkuntza horrekiko motibazioa garatu behar du, kontzientzia linguistikoa, alegia. Hizkuntza modu akademiko batean bereganatu duenak, berriz, modu efektiboan erabiltzera heldu behar da galduko ez badu; hau da, erabileraren espontaneorako jauzia eman behar du (Sanchez Carrion, 1987: 40). Nahikotasun maila lortzeko, umeak ikusi behar du hizkuntza horretan bete ditzakeela funtzio komunikatibo guztiak eta helduak ez du interes edo motibazio kontrajarririk izan behar. Horrela ez bada, umeak ez du motibaziorik izango eta helduak ez du erabiliko.

Ikasketa-ibilbideen proposamena osatu nahian, Martinez de Lunak (1996) nabarmendu zuen hiztunaren gizarte inguruneak motibazioan, ezagutze eta erabileran duen garrantzia. Haren esanetan, *Txepetxek* ere balio handia eman zion inguruneari, eta horren adierazle litzateke hizkuntza ikasten duten helduen motibazio kulturalak edo arrazionalak aipatu izana (Martinez de Luna, 1996: 43).

Izan ere, hizkuntzaren eskuratze-prozesuaren B ibilbideari dagokionez, *Txepetxek* uste du prozesua martxan jartzen duen aldagaia motibazio kulturala dela, alegia, motibazioaren nahikotasun maila hizkuntza ikasten hasten denean lortzen dela. Hortaz, hizkuntza bati hitzeko babesa ematea edo haren apologia egitea motibazio eskasaren isla litzateke (Sanchez Carrion, 1987: 43). Hitzeko motibazio horiek ez dira

nahikotasun mailara heltzen hitzunari ez diotelako uzten ibilbidean aurrera egiten: ez dute ezagutzea eta hitz egitea ahalbidetzen. Modu berean, hitzunak hizkuntza erabiltzea eragingo ez duen ezagutza ez da nahikotasun mailara iristen. Gainera, hori gertatzen bada, motibazioak ere atzera egingo du. Alderantziz ere gertatzen da: ezagutza aurrera egiteak sostengatuko du hasierako motibazioa. Hiztun helduak hizkuntzaren erabilera kulturalaren edo ikasiaren bidez erregistro formaletan erosotasun osoz aritzea lortzen duenean, prozesua umeekin moduan funtzionatzen hasten da, kontrako norabidean: heldua natibizatu egin dela esan nahi du. Orduan, erabilera formal eroso horrek erabilera informalak *inbadituko* ditu, hizkuntza hitzun horren eremu informalak *konkistatzen* joango da, eta hortik ezagutzara, eta motibaziora. Orduan, motibazio kulturetik abiatu den helduak hizkuntza-jabekuntzaren zirkuitu osoa osatua izango du, ibilbide kulturala (B) eta naturala (A) egin dituelako: BA ibilbidea osatu du (Sanchez Carrion, 1987: 48-50).

Halaber, Martinez de Lunak uste du *Txepetx* ez zela mugatu helduen jabekuntza-prozesuan inguruneak duen pisuaz ohartaraztera, eta, horren ordezt, txikitatik eta etxean ikasi dutenen kasuan ere, *Txepetx*en proposamenean, “hizkuntzaren aldeko motibazioei lagungarri zaizkien osagarriak (...) errealtate hurbilak berak ezarritako mugetan dautza nagusiki” (Martinez de Luna, 1996: 43-44). Baina ikusi dezagun, haren lanaren inguruan egindako irakurketak une batez alde batera utzita, autoreak berak hizkuntza-jabekuntza prozesu naturalari buruz esandakoa.

*Txepetx*en hitzetan, aipatutako A ibilbidean jabekuntza-prozesua oso dinamikoa da, eta konpartimentu batetik bestera oso erraz egiten du jauzi umeak, konpartimentu horiek *hutsik* daudelako, alegia, ez duelako,

hizkuntzaren ikasketa sekundarioa egiten dutenen kasuan legez, jatorrizko hizkuntzaren erresistentzia gainditu behar izan (Sanchez Carrión, 1987: 54). Umearentzat, hizkuntza lanabes erabilgarria da, bere beharrianak adierazteko balio duelako (erabilera); hori egiten duen heinean, hizkuntza atsegina izango da berarentzat, esperientzia azaltzeko tresna delako (ezagutza). Horrek, aldi berean, hizkuntzarekiko motibazioa edukitzea ekarriko du. Motibazio espontaneo da, esan bezala. Haatik, puntu horretara heltzeko, umeak uneren batean hizkuntza modu kulturalean ikasi behar du. Izan ere, ezagutza naturalak, berez, ez du motibazio espontaneo lortzeko nahiko presiorik egingo, eta, gainera, hiztun horrek beste hizkuntzaren bat modu kultural batean ikasi beharko balu, bere ama hizkuntzari egotziko lioke bere ezintasuna, ez ama hizkuntza hori modu kulturalean ikasi ez izanari. Hiztuna esparru formaletan ama hizkuntzan aritzeko gai ez bada, espazio horrek beste hizkuntzak beteko ditu, eta ordezkapen linguistiko batean murgilduko da, zeinean hizkuntza berrian B ibildearen arabera murgilduko den.

Dena dela, hiztun elebakarra hizkuntza horretan funtzio formalak betetzeko gai ez bada, ez du motibaziorik lortuko, nahiz eta erabiltzen duen hizkuntza bakarra izan, hizkuntza gizarte harremanetan gora egiteko oztopo gisa antzemango duelako (Sánchez Carrión, 1987: 61). Beraz, hiztun hauek hizkuntza gutxitua erabiltzen dute *ez dutelako beste erremediorik*, baina oso eragin negatiboa dute hizkuntza-transmisioan, eurek arazo gisa antzeman duten hori ez dietelako hurrengo belaunaldiari behar bezala helaraziko, edo mezu negatiboa emango dutelako euren hizkuntzaren inguruan. Ordezkapen prozesuak bultzatzen dituzte, transmisioa eteten dutelako.

Aurreko bi paragrafoetatik ondorioztatzen dugu Martinez de Lunak irakurketa zuzena egin zuela *Txepetxek* gizarte inguruneari emandako garrantziaren inguruan. Izan ere, argi geratzen da bigarrenaren iritziz ingurune hurbilean hizkuntzak baldintza guztiak bete behar dituela (esparru formalean erabili ahal izatea, lanabes kulturala ere izatea eta gizarte-estatusa lortzeko trabarik ez egitea) hiztun naturalak hizkuntza gutxitua albora ez dezan. Puntu horri dagokionez, Martinez de Lunak, bere ikuspuntua indartzeko, Strubellen ideiak gogora ekarri zituen, soziolinguista valentziarrak ere inguruneak erabilerarako motibazioetan eragin handia duela baieztatu baitzuen:

“Bi (edo gehiago) hizkuntzaren erabilerarako nahikotasuna lortua izanda, harremanetarako hizkuntzaren aukeraketa zeren arabera ematen den galdetzen dio bere buruari. Bere ustez, aukeraketaren gakoa, “arau sozialetan” datza, hauek erabili beharreko kodea finkatzen baitute. Gizabanakoa horretaz ohartu gabe indarrean dagoen arau sozialak ezarritakoari jarraituko dio egoera bakoitzeko harremanetarako hizkuntza (gehienetan inkontzienteki) hautatzean.” (Martinez de Luna, 1996: 44)

Hala, Martinez de Lunak ondorioztatzen du “motibazio idealak eta objetiboak” inguruneak berak ezar ditzakeela; edo beste era batera esanda: “badago errealitate bat, maila idealeko motibazioei muga sendoak jartzen dizkiena” (Martinez de Luna, 1996: 44). Horrenbestez, zenbait zonalde soziolinguistikotan (erdaldunenetan) norbanakoen motibazioa ez litzateke nahikoa izango euskara ikasten has daitezen, alegia, *Txepetxek motibazioaren nahikotasun maila* zeritzon horretara heltzeko; ondorioz, *ingurune baldintzen gutxieneko maila* txertatu beharko litzaioke *Txepetxek*

eskemari, testuingurua hizkuntza ikasteko oztopo argia denean erabaki pertsonala nahikoa ez delakoan.

Edonola ere, gogora ekarri behar da motibazioak dinamikoak direla, euren eragina, intentsitatea eta motibazio-motak ez direla beti berdinak izaten (Martinez de Luna, 1996: 40-41), eta hiztunaren adinak zeresan handia du horretan. Horri dagokionez, Martinez de Lunak esandakoa Colin Baker-en (1992) *youth culture* kontzeptuarekin lotu daiteke, aurrerago azalduko dugunez¹².

Laburbilduz, hauexek dira Martinez de Luna *Txepetx*en lanetik ateratako ondorioz nabarmenenak:

- 1) Inguruneak motibazioak baldintzatzen dituela esaten du, berak bezala.
- 2) Hizkuntza gutxitua lehen hizkuntza izanda ere, inguruneak hiztunaren motibazioa muga dezakeela haren ustez.
- 3) Hizkuntza gutxitua bigarren hizkuntza legez ikasteko orduan, gehiago eragiten dutela baldintza errealek motibazio idealek baino (Martinez de Luna, 1996: 43-44).

Aurreko guztiak agerian uzten du hiztunaren gizarte sareak duen garrantzia, eta, ondorioz, motibazioaz, ezagutzaz eta erabileraz gain *hizkuntza barreman sareak* eta Strubellengandik hartutako *menpeko*

¹² Ikus 107-112. orrialdeak.

hizkuntzaren arau sozialaren ideia kontuan hartu beharko lirateke, Martinez de Lunaren irudiko, *ingurune baldintzen gutxieneko maila* betetzen den jakiteko. Halaber, motibazioen nahikotasunaz gain, uste du horien *nolakotasuna* ere aintzat hartu behar dela, Strubellen ildotik berriz ere. Izan ere, azken horrek dioenez, nolakoa den hiztuna (ingurunea, jatorria, etab.), halakoa izango da motibazioa, eta horren arabera hautatu beharko da hizkuntza irakasteko metodologia.

Ingurune hurbilak hizkuntzaren erabileran, ezagutzan eta motibazioan duen pisua nabarmentzearekin bat, hizkuntza komunitatearen inguruko diagnostikoa lekuan lekukoa izan behar duela defendatzen du Martinez de Lunak, eta balorazioan oinarritutako ekimenak eraginkorrak izan daitezen, ikuspegi historikoa txertatzea ezinbestekotzat jotzen du.

Ingurune hurbileko egoera soziolinguistikoak hiztunen hizkuntza gaitasun formalak zein informalak, gaitasun erlatiboa, erabilera eta hizkuntza gutxituarekiko iritzia ere guztiz baldintzatzen dituela baieztatu zuen Martinez de Lunak berak (2013), *Euskara EAEen: gaitasuna, erabilera eta iritzia* txostenean bildutako ikerketa enpirikoaren bidez.

Euskarazko ahozko gaitasuna baldintzatzen duten aldagaiei dagokienez, ondorioztatu zuen arabar, bizkaitar eta gipuzkoarren sexua, ideologia (ezker/eskuin) eta nortasun nazionala (euskaldun/espainiar) ez direla faktore erabakigarriak (Martinez de Luna, 2013: 16). Alegia, antzerako gaitasuna dutela abertzaleek zein unionistek, eskuinekoek zein ezkerrekoek, eta emakumeek zein gizek.

Hala, ahozko gaitasun-maila herritarren inguru soziolinguistikoak baldintzatzen du batik bat, eta horren atzetik transmisio eragileak eta aldagai soziodemografikoak dira herritarren ahozko gaitasunean gehien eragiten duten aldagaiak.

Hortaz, inguru hurbilean euskara zenbat erabiltzen den (lagunen eta familiaren testuinguruetan) baldintzatzen du gehien EAEko herritarren euskaraz mintzatzeko gaitasuna:

“Testuinguru soziolinguistikoa (erabilera-inguruneak) da euskarazko ahozko gaitasunarekin lotura estuena daukan elementua, dela zenbaki absolututan (euskara jakitea edo ez) dela zenbaki erlatibotan (euskaraz gaztelaniaz baino hobeto, berdin edo okerrago jakitea).” (Martinez de Luna, 2013: 21)

Esan bezala, hizkuntza-transmisioaren inguruko faktoreek ere garrantzia dute: horien artean, gurasoen lehen hizkuntza da herritarren gaitasun erlatiboa (euskaraz gaztelaniaz baino hobeto, berdin edo okerrago moldatzen diren) gehien baldintzatzen duen faktorea (Martinez de Luna, 2013: 67); gaitasun absolutuari dagokionez (euskaraz jakin edo ez jakin), eskolatzeko-hizkuntzak eragiten du gehiago. Dena den, inguru soziolinguistikoari lotutakoek eragin handiagoa dute betiere.

Aldagai soziodemografikoen aldetik, esan bezala, herritarren sexuak ez du ahozko gaitasunean eragiten; bai, ordea, jatorriak eta adinak. Jarrerak eta iritziek ahalmen esplikatibo urria dute, eta ideologiak zein nortasunak, batere ez. Hortaz, esan daiteke hiztunak hautatu ezin ditzakeen faktoreek eragiten dutela, batik bat, euren ahozko gaitasun absolutuan zein erlatiboan.

Esan bezala, bi gurasoen hizkuntza nagusia euskara denean, hizkuntza ondo meperatzen duten seme-alaben ehunekoak altuagoak dira etxean hizkuntz nagusirik ez dagoenean edo hizkuntza nagusia gaztelania denean baino, ulermen, mintzamen, irakurmen zein idazmenari dagokionez.

Etxeko hizkuntza-transmisioak eskolakoak baino garrantzi handiagoa du lau gaitasun motak garatzeko orduan. Izan ere, bi faktoreen arteko gurutzaketa eginda ondorio horretara heldu zen Martinez de Luna: euskara nagusi den etxeetako seme-alaben %92 euskaraz ahozko gaitasun ona edo oso ona dute, edozein hizkuntzatan ikasi dutelarik ere. Aitzitik, etxalde euskaldunetan jaio eta gaztelaniaz ikasi dutenen artean, %87ra baino ez da jaisten euskararen ahozko jabekuntza-tasa dei genezakeena. Bada, euskara nagusi den familietan 5 puntukoa baino ez den alde hori 27koa da hizkuntza nagusirik ez duten familietan (%57tik %31ra), eta 11koa gaztelania nagusi denetan (%22tik %11ra):

“Beste modu batera esateko, nahiz eta ikasketetako hizkuntza-eredua gaztelania izan, gurasoen hizkuntza nagusia euskara baldin bada, horrek eragile oso eraginkor moduan jotzen du hizkuntzaren transmisioan; hainbeste, non nahikoa den euskarazko gaitasuna emateko, edozer eredutan ikasten dutenen ia kasu kopuru berean. Aldiz, familiako hizkuntza nagusia euskara ez bada, gaztelaniazkoa ez den beste hizkuntza-eredu bat izateak, kasu batzuetan, euskararen behar adinako transmisioa emateko balio dezake.” (Martinez de Luna, 2013: 29)

Hala ere, Martinez de Lunak zehazten du idazmena eta irakurmena familiako transmisiotik autonomoagoak direla, hots, etxean euskaraz

egiteak ez duela seme-alabek idatzi eta irakurtzeko erraztasuna izango dutenik ziurtatzen, ez gaitasun informalen neurrian bederen.

Hala, gaitasun erlatiboari dagokionean ere etxeko transmisioak eskolako hizkuntzak baino garrantzi handiagoa duela diote txostenera bildutako datuek:

“Gurasoek hizkuntza nagusia gaztelania izan eta, hala ere, elebidunak izatera iritsi direnen kasuak soilik aztertuta, argi ikusten da hizkuntza eredu ezberdinek ez dutela bermatzen elebitasun orekatua –eta gutxiago, euskararen aldekoa–. Hots, ez dirudi hezkuntza sistema bere kabuz gai denik sistematik pasatzen direnen gehiengoei elebitasun orekatua eskaintzen, ez behintzat familiako errefortzurik gabe. Hizkuntza-gaitasun erlatiboaren gainean hezkuntza sistemak duen eragina familiak duenarekin alderatzen badugu, agerian geratzen da gurasoengan nagusia den hizkuntzak, ikasketen hizkuntza ereduak baino eragin handiagoa duela ondorengoek lortzen duten elebitasun motan.” (Martinez de Luna, 2013: 70)

Hortaz, ikerketa horretako emaitzek indarra emango liokete Mikel Zalbidek *Diglosiaren purgatorioa* saiakeran (2011) defendatutako tesiari, edo ondoko parteari behintzat: etxea-auzoa-komunitatea gertuko testuinguruetan euskara ama hizkuntza gisa transmititzeari lehentasuna eman behar zaio hizkuntza plangintzan. Zalbide beraren hitzetan, “euskara ama-hizkuntza gisa hurrengo belaunaldira transmititzen laguntzen ez duen euskalgintza ez da euskalgintza ona” (Zalbide, 2011: 117).

Euskararen erabilera azaltzeko gaitasun handiena duten aldagaien artean, berriz ere, testuinguru soziolinguistikoa dago *Euskara EAEn: gaitasuna, erabilera eta iritzia* txostenaren arabera. Horren atzetik, gurasoen hizkuntza-gaitasun erlatiboak eragiten du erabileran, eta gero, norberaren ahozko gaitasunak. Euskaldunek euskara edo erdarak erabiltzen dituzten azaltzeko ahalmen txikiena duten faktoreak soziodemografikoak (adina eta jatorria) eta ideologikoak (jarrerak eta iritzia) dira (Martinez de Luna, 2013: 39-40).

Familiako kideen artean ere, euskara erabiltzeko gehien eragiten duen faktorea gurasoen gaitasun erlatiboa da. Aldagai horren atzetik gizarte testuinguru hurbiletan egiten den erabilerak eragiten du gehien: lagunekin egiten dena lehenbizi, eta hurrena lanean edo eskolan egiten dena. Faktore soziodemografikoen artean, adinak baino ez du euskararen erabileran eragiten. Bestalde, familiako kideen arteko erabilera soilik gazteen artean neurtuz gero, gurasoen gaitasunak, lagunekin erabiltzen den hizkuntzak eta iritziek zein jarrerak eragiten dute gehien, hurrenez hurren. Martinez de Lunaren iritziz, gazteen artean hizkuntza gaitasuna erabilera azaltzeko gai ez izatea esan nahiko luke adin tarte horretan oso hedatuta dagoela hizkuntzaren ezagutza, “haien ingurune soziolinguistikoa edozein modutakoa izanda ere” (Martinez de Luna, 2013: 45).

Laneko hizkuntza erabilera azaltzeko orduan, berriz ere testuinguru soziolinguistikoa eta ahozko gaitasunak eragiten dute gehienbat. Gazteen artean, oster, ikasketetako hizkuntza da bigarren faktorerik garrantzitsuen, eta testuinguru soziolinguistikoa, garrantzi handiagoa du lagunaren arteko erabilerak senideen artekoak baino. Lagunen arteko

erabileran, are agerikoagoa da testuinguru soziolinguistikoak duen eragina, bai lagin orokorrean bai gazteen artean.

Horrenbestez, Martinez de Lunak ondorioztatzen du faktore objektiboenek, hautaezinenek, eragiten dutela batik bat euskararen erabileran, testuinguru sozial guztietan:

“Beraz, hizkuntzaren biziraupenaren oinarria den gaitasuna-transmisioa-testuinguru soziolinguistikoa zirkulua itxi egiten da, eta, gizartean horren inguruan dauden dimentsio subjektiboenak bigarren planoan daude. Hauetaz ari gara: iritziez eta jarrera ideologiko eta nortasunezkoen.” (Martinez de Luna, 2013: 54)

Baldintza objektiboek eta hizkuntza erabileraren arteko lotura estuak are pisu handiagoa hartzen du, batez ere erdaldunak nagusi diren eremuetan bizi diren euskaldunen proportzioa duela 30 urte baino handiagoa dela kontuan harturik (Hizkuntza Politikarako Sailburuordetza, 2011: 27). Tesiaren sarrerako atalean azaldu dugun moduan, aldaketa soziolinguistiko nabarmenak jazo dira azken hamarkadetan euskaldunen taldearen baitan, eta hizkuntza-jabekuntza prozesua ulertzeko eskemak garai berrira egokitu beharko ez genituzkeen galdetzen diogu geure buruari. Izan ere, Sanchez Carrionek hizkuntza jabekuntzaren teoria azaldu zuenean, 1980ko hamarkadaren bukaeran, euskal hiztunen tipologia ez zen, inondik ere, egun bezalakoa. Oso adin goiztiarretik hasita euskara bigarren hizkuntza gisa ikasi duten eskola ume euskaldun berrien belaunaldi oso bat hazia da dagoeneko, eta, gure irudiko, horrek konplexuago bilaka dezake euskaldunen kategorizazioa. Hala, hizkuntza etxean ikasi duten A hiztunek eta hizkuntza heldutan kulturaliki ikasi duten B hiztunek osatutako hiztunek gain, gurasoen motibazioak

bultzatuta euskara haurrak zirenean ikasi duten D hiztunen balizko tipologiaren existentzia planteatu litekeela uste dugu¹³. Txepetxek bere teoria plazaratu zuenean erabateko logikoa zuten Motibazioa>Ezagutza>Erabilera/Erabilera>Ezagutza>Motibazioa ibilbideek, baina eskolako euskaldun berrien hizkuntza jabetasuna azaltzeko Ezagutza>Motibazioa>Erabilera paradigma egokiagoa ez ote den pentsatu beharko genuke.

Hausnarketarako proposamen mamitsu horri hemen heltzeak luze joko luke, eta oso interesgarria izanagatik gure ikergaiaren nukleoa bazter uztea suposatuko luke. Hargatik, soziolinguistek gonbita luzatzen diegu, guk hemen iradokitako bidea ibil dezaten gustua badute. Bitartean, balizko paradigma berri hori eta, jakina, erabilera mediatikoan ematen den hizkuntza hautua bere dimentsio osoa ulertzeko gakoak erantzen jarraituko dugu.

2.1. ALDAGAI OBJEKTIBO ETA SUBJEKTIBOAK

Arratibelek eta Garciak (2001) aldagai psikosozialek hizkuntzen egoeraren inguruko diagnosiak egiteko duten garrantzia nabarmendu zuten. Euren esanetan, hizkuntzaren egoeraren inguruko ikerketak bi motatakoak izan daitezke. Alde batetik, soziologikoak, irizpide

¹³ Euskal alfabetoak C hizkia baduen arren, D letrak balizko hiztun tipologia berri honen izaera hobeto islatzen duela uste dugu, hain zuzen ere D eremuan ikasi duten euskaldun berriez osatuta bailegoke.

soziodemografikoak, gizarte-testuinguruak eta komunikazio-guneak kontuan hartuz egoeraren argazkia ateratzen dutenak. Bestalde, irizpide psikologiko eta psikosozialak ere txertatzen dituztenak, teorikoagoak eta prozesuak azaldu nahi dituztenak, errealitatea irudikatzeaz gain horretan eragiteko helburua dutenak. (Arratibel eta Garcia, 2001: 24-25). *Txepetxena*, esaterako, bigarren mota horretako ikerketa da.

Bi egileen iritziz irizpide soziodemografikoak dira euskararen erabileran gehien eragiten dutenak, baina psikolinguistikoek ere eragina dute. Horien artean, norbanakoak euskararen gutxieneko maila erlatiboa izan behar du, alegia, euskaraz erdaraz baino errazago edo paretsu moldatu behar dela. Horrez gain, mintzakideak ere gutxieneko maila hori eduki behar du, elkarrizketa gaztelaniara ez aldatzeko. Horrez gain, aldagai psikosozialek ere eragiten dute: motibazioek, jarrerak, leialtasunak, nahiek eta identitateak, besteak beste (Arratibel eta Garcia, 2001: 30).

Aldagai horiek guztiak batuz erabilera-maila neurtzeko eredua egin zuten Isasik eta Iriartek (1998), *Txillardegi*k 1984an plazaratutako *eredu isotropikoa* berrituz. Arratibelek eta Garciak azaltzen dutenez, eredu isotropikoaren arabera gizartean modu “aleatorio” batean ematen dira euskaldunen eta erdaldunen arteko harremanak; anisotropikoaren arabera, oster, hizkuntza-harremanak “endogamikoak” dira, alegia, euskaldunak euskaldunekin dituzte harreman gehiago, eta eradaldunak erdaldunekin (Arratibel eta Garcia, 2001: 31).

Azken puntu horrek lotura dauka *Erdaldunen euskararen inguruko aurreiritziak eta jarrerak* txostenean (Amorrortu et al., 2009) *bi mundu egoera* izendatzen duen kontzeptuarekin. Izan ere, lan kualitatibo horren

ondorio behinenetakoa izan zen erdaldun askok ez dutela inolako kontakturik euskararen munduarekin, horietako batzuk mundu horren existentziaz ere jabetzen ez direlarik.

Bi mundu egoerak erakusten digu irizpide soziodemografikoez eta psikolinguistikoez gehiago eragiten dutela euskararen erabilera (eta ezagutzan) irizpide psikosozialez baino. Hala ere, interpretatu daiteke “sozialki ahal izatearen edo *beharraren* baitan dagoela euskararen erabilera, eta ez norbanakoen edo taldeen *aukeraren* baitan, behintzat” (Arratibel eta Garcia, 2001: 32).

Hizpide ditugun bi ikerlarien esanetan, ondokoak dira prozesu psikosozialik aztertuenak:

- 1) euskararen *balioa* (beharrezkoa den).
- 2) euskararen aldeko edo kontrako *jarrerak*.
- 3) *Usteak*, hizkuntzaren etorkizunari buruzkoak.
- 4) *Motibazioak* (integratzailea/instrumentala/komunikatiboa).
- 5) *Identitatea* (hizkuntza, kultura, naziotasuna, lurraldetasuna).

Eta hauek dira populazioaren gehiengoak prozesu horietako bakoitzari eman ohi dion erantzuna:

- 1) Euskararen balio nagusia sinbolikoa da, ez praktikoa.

- 2)Jarrera euskararen berreskuratzearen eta normalizatzearen aldekoa da.
- 3)Etorkizunean euskara indartuko dela uste dute.
- 4)Euskarak balio integratzailea du, ez hainbeste instrumentala.
- 5)Identitate euskalduna dute. (Arratibel eta Garcia: 32)

Irizpide horien artean euskararen erabileran gehien eragiten duena *identitatea* dela baieztatzen dute. Euskal testuinguruan, dimentsio guztietan (hizkuntza, kultura, naziotasuna, lurraldetasuna) azaleratzen diren bi identitateen arteko harremana bi aukeraren artean mugitzen da: edo korrelazio guztiz negatiboa dute eta elkarri baztertzen diote, edo ez dago inolako korrelaziorik, ez dutelako elkar ezagutzen. Euskarak harreman edo korrelazio positiboa du identitate euskaldunarekin, eta negatiboa espainolarekin (Arratibel eta Garcia, 2001: 33).

Halaber, euskalduntze prozesua ulertzeko Arratibelek (2001) ikuspegi psikosozialean oinarritutako interpretazio eredua proposatu zuen. Teoria horren arabera, interpretazioa faktore sozologikoetatik hasita egin beharko litzateke. Ondoren, sare soziala aintzat hartu beharko litzateke, hor gertatzen baita sozializazioa, eta hor barneratzen baitira ezaugarri soziologikoak. Sozializazioaren ondorioz, gizabanakoaren identifikazio sozialaren eraikuntza gertatzen da, eta identitate horren arabera bideratuko ditu hiztunak prozesu psikosozialak; esaterako, euskararekiko motibazioa. Aurreko urrats guztien arabera azalduko lirateke norbanakoen portaera linguistikoak (Arratibel, 2001: 39).

Era berean, euskararen erabilera-maila azaltzeko eredua sortu eta faktore objektiboek subjektiboek baino gehiago eragiten zutela ondorioztatu zuen Garciak (2001). Eredua horren arabera, euskararen erabilera hiru aldagai motek baldintzatzen dute. Alde batetik, aldagai soziodemografikoek, alegia, testuinguru mikrososialeko faktoreek. Bestetik, aldagai psikosozialek, jarrerak eta identitate etnolinguistikoak. Azkenik, beste bi aldagai moten lotura eginez, sare sozialarekin zerikusia duten aldagaiak leudeke (Garcia, 2001: 152).

Aipatutako eredua sortzeaz gain, Garciak euskararen erabilera maila azaltzen duten faktore zehatzak zerrendatu zituen. Alde batetik, aldagai soziolinguistiko eta soziodemografikoak egongo lirateke; bestetik, aldagai psikosozialak (Garcia, 2001: 157)¹⁴. Hain zuzen ere, lehen multzoko faktoreak bizindar etnolinguistiko objektiboarekin bat letorkze, eta bigarrenak subjektiboarekin.

Bada Garciaren arabera aldagai soziodemografikoak eta identitate etnolinguistikoa dira euskararen erabilera maila altua izan dadin gehien eragiten duten faktoreak (Garcia, 2001: 158-159), eta ez hiztun komunitateari buruzko iritziak eta usteak. Hau da, hizkuntzaren bizitasun objektiboak subjektiboak baino gehiago eragiten duela. Era sinpleago

¹⁴ Aldagai soziolinguistiko eta soziodemografikoen artean subjektuen jaioterria, bizilekua, lehen hizkuntza, sexua, gurasoen lehen hizkuntza eta gurasoen jatorria daude. Aldagai psikosozialen artean, berriz, euskararen ezagutza maila, hizkuntza zein hiztunekiko jarrerak, bizitasun etnolinguistikoaren hautemate subjektiboa, bi hizkuntzekiko uste egozentrikoak, euskararekiko zein bi hiztun komunitateekiko uste exozentrikoak eta identitate etnolinguistikoa.

batean esanda: euskarak indar demolinguistiko nabarmena duen herri batean jaiotzen den, guraso euskaldunak dituen eta gertuko gizarte sare euskalduna duen pertsona baten kasuan askoz aukera gehiago daude euskara izan dadin eguneroko hizkuntza, pertsona horrek euskaldunak oso gutxi direla, hizkuntzak estatus baxua duela eta erakundeen babesik ez duela uste balu ere.

Hala, etorkizunean euskararen erabilera hedatu dadin hainbat baldintza ziurtatu behar direla uste du Garciak. Alde batetik, ezagutza mailak altua izan behar du, eta hezkuntzak berebiziko garrantzia du betekizun horretan. Aurrekoaren bitartez, gizabanako guztien ingurunean euskaldun proportzio altua egon dadin ziurtatu behar da eta, azkenik, euskal identitatea eta euskararen aldeko jarrera indartuko da. Garcíaren irudiko, orain arte erakundeek bultzatu duten identitate integratzaile kulturbiduna (*eusko-espainola*) ez da euskararen erabilerarekin lotzen eta, ondorioz, euskal identitatea indartzea da irtenbide bakarra (García, 2001: 160-161).

Hizkuntza hautuan eragiten duten faktoreen artean erabakigarrienak zeintzuk diren ezagutzeko erronka horretan, Martínez de Lunak eta Usarralde (2004) Arrasate, Andoain, Bergara, Hernani eta Lasarten (Gipuzkoa) egindako ikerketa nabarmendu beharra dago. Zehazki, ondoko aldagaien eman zieten berezibiko garrantzia:

“Gaitasun hori [hizkuntza-gaitasuna] behar adinakoa ez izatea, solaskide guztiak euskaldunak ez izatea, bete beharreko dokumentazioa, soilik, erdaraz betetzeko aukera izatea, motibaturik ez egotea, erabilera eremuko baldintzak

beste hizkuntza baten aldekoak izatea (...)” (Martinez de Luna eta Usarralde, 2004: 6)

Oro har, hizkuntzaren erakarpen-faktore horiei dagokienez, gaztelaniak euskarak baino askoz indar handiagoa duela baieztatu zuten. Baina, erabileran eragiten duten faktoreak identifikatzeaz gain, “bakoitzaren garrantzia zehaztu eta neurtzea, eta ahalegin hori teorikoki hornitzea”(Martinez de Luna eta Usarralde, 2004: 7) xede izan zuten. Finean, gizarte baldintzek euskal hiztun komunitatearen bizindarra baldintzatzen dutela eta azken honek euskararen erabilera auresaten duela frogatu nahi izan zuten; hots, bizindar etnolinguistikoaren teoria euskal hiztun komunitateari aplikatu zekiokela.

Hizkuntza baten bizindarra neurtzeko faktoreen artean, Gilesek, Bourhisek eta Taylorek (1977) demografikoak, babes zein kontrol instituzionalari lotutakoak eta estatusaren ingurukoak zerrendatu zituzten. Estatusa lau aldagaiz osatuta legoke: estatus ekonomikoa, estatus soziala, estatus soziohistorikoa eta hizkuntzak hiztun komunitatearen baitan zein kanpoan duen estatusa. (Giles, Bourhis eta Taylor, 1977: 310-312). Estatus demografikoa, berriz, hiztunen banaketa geografikoak, dentsitateak, komunitatea *homeland*-ean bizitzen jarraitzeak eta kideen kopuruak osatzen dute. (Giles, Bourhis eta Taylor, 1977: 312-315). Azkenik, babes instituzionalak, alegia, komunitate batek bere buruaren inguruko erabakiak hartzeko duen gaitasunak, bi adar edukiko lituzke. Alde batetik, babes formala legoke, komunikabideek, hezkuntzak eta administrazioak osatuta; bestetik, informala legoke, industriak, erlijioak eta kulturak osatuta (Giles, Bourhis eta Taylor, 1977: 315-318).

Alabaina, hiztun komunitateak azaldu berri ditugun ataletan agertzen duen bizindar objektiboaz gain, aintzat hartu behar da komunitateko partaideek bizindar horren inguruan duten pertzepzioa, alegia, bizindar etnolinguistiko subjektiboa (Bourhis, Giles eta Rosenthal, 1981). Hala, bizindar objektiboa “zenbait filtro afektibotik pasatu ondoren subjektu bakoitzak horri buruz sortzen duen konstruktua kognitiboa litzateke” bizindar etnolinguistiko subjektiboa (Arratibel, 2001: 101).

Bada, teoria hori arestian aipaturiko herrietako adierazleak kontuan hartuz frogatu zitekeen ikusi nahi izan zuten Martinez de Lunak eta Usarralde, hain zuzen ere:

“Ea bizindar etnolinguistikoaren baitan biltzen diren faktoreek herri bateko euskararen erabilera azaltzeko gaitasunik duten ala ez.” (Martinez de Luna eta Usarralde, 2004: 8)

Ondorio nagusi gisa, bizindar etnolinguistikoaren eta hizkuntza erabileraren arteko lotura argia zela ikusi zuten:

“Euskal hizkuntza komunitatearen bizindar etnolinguistikoa nolakoa, euskararen erabilera halakoa.” (Martinez de Luna eta Usarralde, 2004: 9)

Dena den, ñabardurak zeudela nabarmendu zuten, legea ez baitzen modu berean betetzen aztertutako herri guztietan:

“Bizindar etnolinguistikoaren eta euskararen erabileraren arteko erlazioa ez da herri guztietan intentsitate berekoa. Bizindar etnolinguistikoa baxua denean, euskararen erabilerarekiko duen distantzia handiagoa da; aldiz, bizindar

etnolinguistikoa altua denean, euskaren erabilerarekiko distantzia estuagoa da.” (Martinez de Luna eta Usarralde, 2004: 11-12)

Euskararen erabilera baldintzatzen duten faktoreak aztertu ondoren, Martinez de Lunak ondorioztatu zuen oreka linguistikoa guztiz apurtuta dagoela, eta egoera okerrera egiteko bidean dagoela:

“1. Benetako arriskua dago, egungo gizarte-elebitasun desorekatuaren egoerak euskara bazterrean eta atzera bueltarik gabe uztea, urteen poderioz.

2. Errealitatean ez dira inondik ere betetzen eskubide linguistikoak bermatzeko beharrezkoak diren baldintzak, indarrean dagoen araudian aurreikusten badira ere.”
(Martinez de Luna, 2013: 77)

Hortaz, gizarte-elebitasun eta hizkuntza-eskubide (praktikan) desorekatuak dira euskararentzako mehatxu handienetakoak. Bi aldagaietatik lehenarekin lotuta, gizarte sareak hizkuntza portaeran duen garrantzia nabarmendu zuten Martinez de Lunak, Jausorok, Berri-Otxoak eta Idirinek (1998), kontzeptu horren inguruko ikerketa metodologikoa burutu zutenean. Lan horren ondorioak jakitera ematen dituen artikuluan azaltzen denez, egileak bat datoz Josep A. Rodriguezekin (1995) gizarte prozesuak (kasu honetan, hizkuntza-portaera) sareko kideen arteko harremanen bidez azaltzen dela esatean. Hortaz, sarearen egitura ez litzateke norbanakoen ezaugarrien bidez azalduko: “sareen ikuspegitik, unitateen arteko harremanen informazioa da garrantzizkoa, eta harreman hauek osatzen dituzten sistemak gizarte egituraren oinarria dira” (Martinez de Luna et al., 1998: 62).

Ikerlan horren arabera, gizarte sareen metodologia oso aproposa da portaera linguistikoa azaltzeko, gizarte harremanetan gauzatzen baita hizkuntza baten edo bestearen erabilera. Hori dela eta, ikerketa enpirikoa egin zuten bi taldetan, aipatutako metodologia erabilia. Bereziki interesgarria da Ugaoko mutil gazte koadrila baten kideen arteko harreman linguistikoen azterketa.

Koadrila 6 elebidunek eta 4 erdaldun elebakarrek osatzen zuten, eta horrek jada lehen muga ezartzen zuen harreman guztiak euskaraz izateko. Izan ere, taldekideen arteko harreman linguistikoak aztertzeke orduan Cartwright eta Hararyren (1956) kontzeptua hartu zuten, alegia, hirukotea dela gizarte sare ororen oinarritzko osagaia. Eta hirukoteen arteko oreka zein desoreka linguistikoak bilatuz, horrelako talde motak aurkitu zituzten:

a) Denak elebidunak.

b) Elebiduna(k) eta elebakarra(k).

c) Denak erdaldunak.

Lehenengo kasuan, harremanak linguistikoki orekatuak (dena gaztelaniaz edo dena euskaraz) zein desorekatuak (bi hizkuntzak tartekatzen) izan zitezkeen, baina, edozein kasutan, hizkuntza hautua aukerazkoa izango zen, kide guztiek bi hizkuntzak menperatzen zituztelako. Hurrengo bi kasuetan, oster, partaideek derrigorrezko harreman orekatuak izatea beste erremediorik ez zeukaten: kideetako batek ez jakitea nahikoa zen harremana gaztelaniaz gara zedin. Jakina, koadrilako harreman gehienak

gaztelaniaz garatzen zirela ikusi zuten ikertzaileek, eta, modu horretan, ingurune hurbilaren garrantzia baieztatu zuten, alegia, euskaraz egin ahal izateko *ingurunearen gutxieneko baldintzak* bete behar zirela (Martinez de Luna et al., 1998: 70).

Hala ere, Ugaoko koadrilaren azterketak beste ondorio interesgarri batzuk utzi zituen. Horien artean hizkuntza-gaitasunarekin (Sanchez Carrionek *ezagutza* deituko lukeenarekin) lotutakoa nabarmendu nahiko genuke orain. Izan ere, autoreek, hizkuntza hautua sozialki baldintzatuta dagoela gogora ekartzean, Ben-Rafaelen (1994) ustez erabaki linguistikoa eragiten zuten aldagaiak aipatu zituzten. Azken horren arabera, gaitasuna, hiztunen elebitasuna orekatua edo desorekatua den, baldintza psikologikoak, hizkuntza-funtzioak eta ingurunea lirateke hizkuntza hautua baldintzatzen duten faktoreak. Bada, koadrilakideen hautu linguistikoa eta hizkuntz gaitasuna gurutzatzean argi ikusi zuten euskara mailarik altuena zutenen artean soilik gailentzen zitzaiola euskara gaztelaniari. Errealitate horrek *Txepetxek* aipatutako hiztun komunitatearen trinkotasunaren ideia nabarmentzera eraman zituen egileak:

“Horretan datza, hain zuzen ere, hizkuntza gutxiagotu baten hil ala biziko kinka: gune bateko euskaldun askoren elkarren arteko euskarazko sareak sortuz eta sendotuz hizkuntza komunitate horren trinkotasun handiagoa lortuko litzateke.”
(Martinez de Luna et al., 1998: 77)

Alta, Bakerek (1992) ohartarazi zuen jarrera linguistikoen inguruko ikerketen emaitzak kontu handiz erabili behar direla, aztertutako pertsonen prestigiotsu agertu nahi dutelako, eta ikerketen zioa edo

helburua antzemanaz gero, horren arabera erantzunak ematera joko dutelako. “Consciously and unconsciously people tend to give socially desirable answers” (Baker, 1992: 18-19).

Lazkanoren iritziz, hizkuntza bat edo bestea erabiltzeko hautua pertsonala da, baina “onura-funtzio” jakinen arabera hartzen da, bost aldagaiz osatuta legokeena:

“Bat, komunikazio-ahalmena; bi, jakintza edo informazioa eskuratzeko ahalmena; hirugarrena, identitatea, - identitatearen baitan azpi aldagaiak: entitate gertukoa eta ama-hizkuntzari lotua, ideologia edo erabaki politiko eta pertsonal baten arabera (neronek erabakitzen dut euskalduna izatea) eta inklusioa; laugarrena, baliabideak eskuratzeko ahalmena, hobeto bizitzea baldintzatzen duena, eta, bosgarrena, eskusioaren baliabidea (...) Bost variable horietatik, lehenengo laurak balioa handitzen dute, eta azkenengoak murrizten.” (Lazkano, in Altuna et al., 2009: 137)

Hortaz, sarritan testuinguruari lotutako faktoreen konbinazioak oztopatzen du euskararen erabilera. Jauregik eta Suberbiolak (2009) azaldu zuten bezala, “organismoaren eta ingurumenaren arteko egiturazko koherentzia” gorde behar da, hau da, euskaraz hitz egiten dutenen eta gizartearen arteko koherentzia:

“Nolabait esatearren, organismoa den sistema, inguruarekin dituen egiturazko harremanetan beste sistema zabalago baten barruan dagoela. (...) Euskaraz jardun ohi duen bikote elebidunak nekez iraun dezake koherentzia horretan, ingurunean harreman ugari, estu eta bazterrezinak badituzte

erdalgile elebkarrekin. Sistemak sistema barruan daude, bata bestearen barruan diren egurrezko panpina errusiar ezagunak bezalaxe.” (Jauregi eta Suberbiola, 2009: 181)

Alegia, egoera sozialen arabera moldatzen dugula gure eguneroko jardun linguistikoa. Dena den, bai Xabier Iasik (2011: 310-311) bai Imanol Esnaolak (2009: 60) bai Patxi Baztarrikak (2011: 152) euskararen erabilera anisotropikoa dela diote, euskaldunek hizkuntzarekiko duten atxikimendua handia delako. Halaber, Baztarrikak dio erabilera datuen inguruan oso irakurketa kontrajarriak egin izan direla euskal gizartean, nork bere interes politikoen eta (nolabait esatearren) militantzia linguistikoen arabera, baina ezin dela ukatu erabilerak gora egin duenik, eta honek ezin duela, inolaz ere, ezagutzak beste gora egin:

“Erabileran, ezagutzak eta motibazioak ez ezik, beste faktore batzuk ere eragiten dute, hala nola, kontzentrazio demolinguistikoak, ohiturak, harreman-sareak, hizkuntza gaitasunak, atxikimenduak, eta abar.” (Baztarrika, in Uranga et al., 2011: 153)

Haatik, Baztarrikak baieztapen horiek egin zituen urte berean egindako Hizkuntzen Kale Erabileraren VI. Neurketak ezeztatu zituen hark erabileraren inguruan esandakoak (Soziolinguistika Klusterra, 2011: 2), geldialdi egoera kezkarrian gaudela baieztatuz.

Horretan badu zeresanik ukipen egoeran dauden hizkuntza gutxituen erabilera zorizkoa izateak, Xabier Iasik (2009) *Txillardegi* gogora ekarriz azaltzen duen moduan. Hori hala izanik, egungo egoera soziolinguistikoak euskararen erabileran izan dezakeen eraginaz

ohartarazten du. Izan ere, euskal hiztunen kontzentrazio demolinguistiko altuko eremuetan erdaldun gutxi batzuk bizitzera joateak euskararen erabilerak nabarmen behera egitea eragin dezake; eremu erdaldunetan, berriz, euskaldunen ehunekoak asko igo arren erabilerak ez du maila berean aurrera egiten:

“Udalerri oso euskaldunetan, gehienetan udalerri txikietan, elebidunen proportzioan zertxobait galtzeak erabileraren galera esanguratsuak dakartza eta, aitzitik, euskaldunen proportzio txikiko udalerri eta hiri handietan, berriz, elebidunen proportzioaren hazkuntza nabarmenak erabileraren igoera apalak ekartzen ditu.” (Isasi, 2009: 46)

Martinez de Lunak (2013) ere azaltzen du gizarte-elebitasun desorekatuak euskararen erabilerari jartzen dizkion mugak, eta banaketa soziogeografiko argitik nahasketara bidean dagoen panorama soziolinguistikoak dituen ondorioak:

“EAEko egoera gizarte-elebitasun desorekatutzat jo dezakegu, eta ondorioz Euskararen Erabilera Normalizatzeako Oinarrizko Legeak agindutakoa ezin da osotasunean bete, herritar guztien eskubide linguistikoak berdintasunean bermatzeari dagokionean. Gainera, egoera horri gehitu behar zaio elebidunak diren pertsonen portzentaje handi batek errazago egiten dutela gaztelaniaz euskaraz baino, pertsona elebidun gehienen berezko joera, errazagoa egiten zaien hizkuntzan hitz egitekoa izan daitekeelarik.” (Martinez de Luna, 2013: 66)

Hala, aditu batek baino gehiagok nabarmendu du soziolinguistika hezkuntzan txertatu beharko litzatekeela, hizkuntzen erabilera baldintzatzen duten faktore eta prozesuak ulertuz gero gazteek

kontzientzia linguistikoa garatzeko aukera gehiago egongo delakoan.

Hona Jordi Soleren azalpena:

“Bigarren hezkuntzan (eta unibertsitatean) irakatsi beharreko Soziolinguistikak ez du errealitatearen deskribapen soila izan behar, hori fonetika gramatikarekin nahastea bezala izango bailitzateke. Deskribatu baino gehiago egin behar da, eta gizarte- eta kultura-prozesuak azaltzen diren eremuan sakondu behar da. Mendeko hizkuntzak hizkuntza-ordezkapenera bultzatu eta bultzatzen jarraitzen dituzten mekanismoak zeintzuk diren ulertzen badu gazteak, errazagoa izango zaio hizkuntza-normalizazioa sustatzen duten mekanismo psikosozialez eta merkatu- eta politika-mekanismoez jabetzea. Gainera, prozesu historiko honetan gazteak berak duen paper aktiboaz ohartzeko aukera izango du.” (Solé, 2011: 291)

Bourhis eta Landryren arabera, “gizarte demokratikoetan, demografia-faktoreak oso garrantzitsuak dira hizkuntza-taldeentzat” (Bourhis eta Landry, 2008: 155) hiztun kantitatea handia izateak kontrol instituzionala izateko ateak irekiko dizkiolako hizkuntzari.

Arestian azaldu lez, Gilesek, Bourhisek eta Taylorek (1977: 309) proposatu zuten demografiak, kontrol insituzionalak eta estatusak talde etnolinguistikoak indartu edo ahuldu ditzaketela. Bourhisek azaltzen digunez (2001: 110), 1970ko hamarkadan Quebeceko anglofonoak demografikoki gutxiengoa ziren, baina oso estatus altua zuten inglesa hizkuntza indartsua zelako, eta kontrol instituzional oso handia zuten (hedabideak...). Horregatik, kuantitatiboki gutxiengoa ziren, baina ez kualitatiboki.

Patxi Baztarrikak (2011) argi eta garbi azaltzen du kantitatea baino garrantzitsuagoa dela kalitatea, alegia, euskara gutxi edo ezer erabiliko ez duten hiztun asko baino, hobe dela euskara askotan edo beti erabiltzen duten hiztun gutxixeago izatea:

“Zer ari da gertatzen? Ba, inoiz baino euskara dakiten herritar gehiago daudela azken hamarkada hauetako aurrerapenekin, inoiz baino herritar gehiagok duela euskara bigarren hizkuntza modura. Etorkizunean ere horrela izango dela. Baina atzera joan gaitezke euskara lehen hizkuntza modura duten herritarren kopuruari dagokionez. Horrela balitz bere bizi-indarra oso ahula izango litzateke.”
(Baztarrika, in Uranga et al., 2011: 160)

Azken finean, hiztunen zein ehunekok duen hizkuntza gutxitua ama hizkuntza, hori da bizindarra baldintzatzen duena. Xabier Isasik ere (2011) ondo baino hobeto azaltzen du, euskaldunen taldearen barne konposaketaren historia baliatuz, zein den euskararen bizindarra:

“XIX. mendearen hondarrean Euskal Herrian zeuden euskaldunak XXI. mende hasieran baino gutxiago ziren, gaurko kopuruaren erdia baino zerbait gehiago, hain zuzen ere. Alabaina, XIX. mendean euskaldunak gehiengoa ziren, biztanleriaren %50a baino gehiagoan, euren artean asko, gehienak seguru aski, euskaldun elebakarrak ziren; garai hartako gizartean euskara erabiltzea ezinbestekoa zen, beraz. Gaur egun, oster, euskaldunok gutxiengoa gara, biztanleriaren heren bat ozta-ozta, eta guztiok, salbuespenik salbuespen, elebidunak edo eleaniztunak gara, euskaldun elebakarren multzoa erabat desagertu da; pertsonaren bizimodu arruntean euskara erabiltzea, bada, ez da ezinbestekoa. Ehun urteren buruan euskararen erabilera, maila baten edo bestean, ezinbestekoa izatetik aukerazkoa izatera igaro da; hizkuntza-erabilera gertaera segurua izatetik zorizko gertaera izatera igaro da.” (Isasi, 2011: 178).

Euskal Herriko gune euskaldun eta ez hain euskaldunetan hizkuntzarentzako arnaguneak sortzea beharrezkoa dela nabarmendu dute soziolinguistek. Aurrerago luze eta zabal azalduko dugunez, aldebakarreko elebitasunak (euskaldun guztiak elebidun izateak baina erdaldun elebakar asko egoteak) kalte handia egiten dio euskararen erabilerari hizkuntza indartsu den eremuetan, zer esanik ez ahulago dagoen eskualdeetan. Tokian tokian, euskaldunen arteko harreman sareak trinkotzea litzateke euskararentzako esparru hegemoniko horiek lortzeko bidea. Erramun Baxokek (2009) ondo baino hobeto azaltzen du:

“Familiako bilera batean denak euskaldunak direlarik, maizenik denek euskara erabiltzen dute, frantsesean trebe izanikan ere. Haatik erdaldun bat aski da, euskarazko harremanak guttitzeko. Eskualde euskaldunetan euskararen erabilera neurri handikoa da, mintzakide asko delakotz, egoera askotan. Orduan zer egin, euskaldunak guttiengoan direlarik? Egoera frustragarria euskaldunentzat. Aterabide bakarra da euskal guneak sortzea, non ere normal eta atsegingarri baita euskaraz mintzatzea: eskola inguruko ekintzak, kulturaldiak, Baionan kantuz, Angelun mutxikoak, mintzaldiak...” (Baxok, 2009: 123)

Euskararen ezagutza hazten jarraitzen duen bitartean, erabileraren inguruko datuak kezkatzeko modukoak dira. Euskaldunen kantitateak gora egiten du etengabe; ez, ordea, kalitateak. Beste era batera esanda, euskaldun kopuru absolutuaren hazkundera euskaraz hitz egiteko gaitasun erlatibo nahiko mugatua duten gizarte segmentuetan gertatu da, batik bat. Erramun Osaren hitzetan:

“Erabilerari buruz hitz egiten denean, kontuan hartu behar dugu elebidunen kopuruaren hazkundera non gertatzen ari den. Gaur egun, elebidunen erdia gune ez euskaldunetan bizi da, kontzentrazio demolinguistikoa %40 azpitik duten gune

eta hirietan. Gainera, gazteak dira: 1991ean gutxi gorabehera 16-24 bitartekoak %15 inguru zen elebiduna. 15 urte beranduago %55a da elebiduna. Gazteak gero eta euskaldunagoak dira, ingurune erdaldunetan bizi dira, horiek dituzten harreman-sareak batez ere erdaldunak dira, euskara baliatzeko dituzten aukerak urriak dira, eta, gainera, hizkuntza baliatzeko duten gaitasun erlatiboa urria da. Beraz, horrek eramaten gaitu pentsatzera erabilera nekez hazi daitekeela, eta ezagutza ez hainbeste.” (Osa, in Altuna et al., 2009: 131)

Hala, erdal elebidun gazte horiek euskaraz hitz egiteko aukera izan dezaten, hiri eta auzo erdaldunetan euskararentzako arnaguneak sortzearen beharra beste behin azalera ateratzen da. Bourhisek eta Landryk azaltzen duten legez, hiztunen sakabanaketak komunitate linguistikoren bizindarra kaltetzen du, eta esparu geografiko jakin batean indartsu izateak, ostera, indartu. (Bourhis eta Landry, 2008: 154) Dena den, Lazkanoren ustez, hiztun taldearen trinkotzeak eta arnaguneen sorrerak arrakasta izan dezan (alegia, erabilera hazteko akuilu izan dadin), lehenik eta behin gutxieneko indar demolinguistikoa ziurtatu behar da. Hark dioenez, %40tik beherako ezagutza duten eremuetan, oraindik orain ezagutzaren hazkundera bideratu behar dira hizkuntza politiken ahaleginak, ezagutza-maila horretatik gora baino ez baita eraginkorra erabilera handitzeko asmoz arnaguneak sortzea:

“Puntu horretara arte pertsona bat baino gehiago euskaldundu behar dira euskara erabiltzen duen euskaldun bat irabazteko. Aldiz, puntu horretatik aurrera euskalduntzen den pertsona bakoitzeko, erabiltzen duen lagun bat baino gehiago irabazten da.” (Lazkano, in Altuna et al., 2009: 132)

Erabilerarako jauzia egin ahal izateko ezagutzaren %40ko muga ezartzeak lotura argia leukake *Txillardegi* erabileraren inguruan defendatutako ideiekin. Izan ere, haren arabera euskararen erabilera anisotropikoa da: elebidunak elebidunekin harremanak izateko joera agertzen dute, erlazio hauen baitan proportzioz espero daitekeena baino gehiago erabiltzen dute euskara, eta, hortaz, batez ere elebazarrek galgatzten dutela erabilerak gora egitea (Álvarez Enparantza, 2001).

Horren guztiaren ondorioz, tokian tokiko errealitate demolinguistikora egokitutako hizkuntza politikak abiaraztea proposatzen du Lazkanok (Altuna et al., 2009). Kontuan hartu behar da duela zenbait hamarkada baino nahasiagoa dela Euskal Herriko egoera soziolinguistikoa. Haatik, konpartimentazio soziogeografiko zurrunik (euskaldunen eskualdeak eta erdaldunenak, euskaldunen etxeak eta erdaldunenak) nahasketa oinarri duen errealitatera igaro gara. Linguistikoki mistoak diren etxeei dagokienez, *Euskara EAE*n: *gaitasuna, erabilera eta iritzia* txostenak azpimarratzen du hizkuntzaren transmisioan eragin positiboa eta negatiboa izan dezaketela, eta gurasoek egiten duten kudeaketan dagoela gakoa. (Martínez de Luna, 2013: 68)

Albert Bastardasek azpimarratzen duenez, edozein hizkuntza existitzearen arrazoia da tresna erabilgarria dela, funtzio komunikatiboa betetzen duela espazio eta une jakin batean. Hortaz, hizkuntza salbatzeko haren testuingurua salbatu behar da, alegia, baldintzak sortu edo birsortu behar dira euskarak (edo beste edozein hizkuntza gutxituk) eremu horretan tresna komunikatibo gisa erabilgarri izaten jarraitzeko:

“Hauxe da erronka: ekosistema soziopolitikoak eta kulturalak eraikitzea gizakiok hizkuntza-kodea erabiltzen jarrai dezagun. Hortaz, hizkuntzak berak baino garrantzi handiago du testuinguruak, hots, hizkuntzaren habitatak” (Bastardas, 2011: 14)

3. HIZKUNTZAREKIKO JARRERAK ETA MOTIBAZIO MOTAK

Belen Urangak azaltzen duenez, hiru dira mundu mailan hizkuntza-anitzasuna mehatxatzen duten gertakariak:

“1) estatuetako hizkuntza ofizialek euren esparru geografikoen baitan bertako hizkuntzen ordezkatzeko masiboa, 2) ingelesaren mundu mailako lingua franca-ren hedatze ia masiboa eta –momentuz- eztaba daezina, eta 3) ezagutzen den inoizko hizkuntza-aniztasun handiena duen migrazio-mugimendu zabalena.” (Uranga, 2011: 40)

Izan ere, haren ustez egun munduan bizirik dirauten hizkuntzak historia soziolinguistikokoaren emaitza dira, gizakiaren parte hartze zuzena izan duten prozesu dinamiko eta sistemikoen ondorio, beraz. Hala, Urangaren ustez, prozesu horietan hizkuntzari bakarrik lotutako faktoreez gain “esparru ekonomiko, politiko eta sozialeko aldagaiek parte hartzen dute” (Uranga, 2011: 39).

Zehazki euskararen egoerari dagokionez, Urangak dio aurreiritzi negatiboari aurre egin beharko litzaiekeela. Horien artean aipatzen du euskarari esleitzen zaion izaera antimoderno, batez ere gazteen artean:

“Gazteengan, esate baterako, euskarak balio erakargarriak transmititzeko zailtasunak eta pertzibitzen duten modernitatearen kontrako irudia aldatzeko bideak asmatu beharra ezinbestekoa izango da.” (Uranga, 2011, 45)

Lehenago gogora ekarri dugun moduan; Martinez de Lunak ondorioztatu zuten euskararen erabileran gehien eragiten duten aldagaiak objektiboak direla, baina aldagai subjektiboetan aurrera egiteak duen garrantzia ez du ezkutatu:

“Baldintza objektiboen indartzeak baldintza subjektiboen hobekuntza ekarriko luke, diskurtso ez hain ideologikoa indartzearekin batera euskararen irudi soziala hobetuko bailitzateke.” (Martinez de Luna, 2013: 78)

Halaber, *Euskara EAE*n: *gaitasuna, erabilera eta iritzia* txosteneko galdetegian parte hartu zuten herritarren erantzunei analisi faktoriala aplikatu zitzaizen, aurrez zehaztutako lau faktorek (euskaltzaletasunak, mesfidantzak, onarpen pasiboak eta abantaila sozialak) euskararen inguruko iritziak azaltzeko zuten ahalmena neurtzeko. Bada, euskaltzaletasuna litzateke aldagai esplikatzaile indartsuena, adierazitako iritzien %27 faktore horri lotuta bailegoke. Era berean, euskararekiko mesfidantzak erantzunen %11 azalduko luke, onarpen pasiboak %7, eta abantaila sozialak %6¹⁵. Indar esplikatzailearik handiena duten bi faktoreetan jarri nahiko genuke fokua, inplikazio soziologiko nabarmenak dituen errealitatea azaleratzen baitute. Izan ere, *euskaltzaletasun* faktorea euskaraz gaitasun ona izatearekin eta hizkuntza etxean jaso izanarekin lotuta agertzen da; *mesfidantza*, berriz, adinarekin harremana du (batik bat nagusien artean agertzen baita), eta, gazteen kasuan, hizkuntza gaitasun eskasarekin. Horrez gain, euskaltzaletasunaren faktorea agerikoagoa da euskaraz ikasi duten inkestatuen erantzunetan, eta mesfidantzarena, erdaraz ikasi dutenenetan. Faktore euskaltzaleak indar esplikatibo handia duen erantzunetan abertzaletasunarekin

¹⁵ Espazio faktorial ez azaldua %49koa da (Martinez de Luna, 2013: 57).

korrelazio positiboa antzematen da, eta mesfidantza nagusitzen denetan, negatiboa da ideologia horrekiko lotura (gazteen artean azken puntu honetan harremana lausoagoa den arren). Argi dago bi mundu arrunt desberdin islatzen dutela euskararekiko iritzi batzuek eta besteek:

“Aurrekoak estatistikoki baieztatzen du bai Euskaltzale iritzi-joera bai Mesfidatiarena bi ingurune –edo azpikultura– soziolinguistikoki ezberdinetan finkatuta daudela, eta elkarrengandik urrun daudela edo, are gehiago, kontrajarrita. Euskaltzaletasun iritziak gurasoek euskara nagusi dutela, ikasketak hizkuntza horretan egin direla eta familia, lan edo ikasketa eta lagun inguruneetan hizkuntza horren erabilera nahiko altua dela adierazten du. Euskararekiko Mesfidantza iritzi-joerak gaztelania hizkuntza-ardatz gisa dauka eta euskara arrotz moduan. Bi diskurtso sozial horiek EAEko unibertso soziolinguistikoko aurkia eta ifrentzua dira.” (Martinez de Luna, 2013: 63)

Geografikoki, bi aurpegiko errealitate hori gazteen artean areagotuko litzateke Martinez de Lunaren arabera. Hala, eremu erdaldunetako gazteen artean biztanleriaren batez bestekoaren artean baino ohikoagoa litzateke euskararekiko mesfidantza jarrera izatea, eta eremu euskaldunetakoen artean euskaltzalea izatea batez bestekoan baino ohikoagoa litzateke. “Hots, gazteen artean ere agerian geratzen da, eta biztanleria osoaren azterketan baino nabarmenago egiten da, bi ingurune soziolinguistikoki kontrajarriren existentzia” (Martinez de Luna, 2013: 75).

Gauzak horrela, Martinez de Lunak planteatzen du EAEko herritar gehienak *defentsa/axolagabekeria/arbuioa* ardatzean leudekela, euskararekiko jarrerei dagokienez. Euskara ikuspegi instrumentaletik dakusan gutxiengoa, abantaila sozialen diskurtsoarekin bat datorrena, da

ardatz horretatik kanpo dagoen gizarte sektore bakarra (Martinez de Luna, 2013: 76).

Inguruneak hiltunezi ezartzen dizkien mugak irudiz hornitzeko, Jausorok Arrasateko gaztetxoekin egindako ikerketa (Jausoro, 1991) ekarri zuen gogora Martinez de Luna. 13-14 urteko nerabeek “kontraesan batean” (Martinez de Luna, 1996: 46) ikusten zuten euren burua, bi presio linguistikoren artean zeudela sumatzen baitzuten: alde batetik, etxean eta eskolan euskaraz egiten zuten; bestetik, kalean gaztelania zen nagusi. Gainera, gurasoek zein irakasleek euskaraz egin zezaten eskatu arren, berdin jokatzen zutela agerikoa zen eurentzako, alegia, helduak ere etxean euskaraz eta kalean gaztelaniaz aritzen ziren. Horrenbestez, euskara haurrekin eta etxearekin lotzen zuten, eta gaztelania, ordea, gazteekin eta kalearekin. Gainera, horrek guztiaren eraginez, euskarari funtzio espresiboak falta zitzaizkiola sumatzen zuten: kalean gaztelaniaz egiten zutenez, kale hizkerarik gabeko hizkuntza bezala zekusaten euskara. Arrasateko gaztetxoek portaera linguistikoak ingurune baldintzen nahikotasun maila aintzat hartzea beharrezkoa dela baieztatzen du, Martinez de Lunaren esanetan:

“Adibide honekin ikus liteke inguruneak ezartzen dituen mugak erabilerarako motibazio beroenak ahul ditzakeela: gaztetxoarentzat, euskara erabiltzea bere aisialdiko kideekin “ume” posizioan kokatzen esangura du, eta horrez gain, horrek suposatzen duen beste gaztetxoek (“gazte” posizioan kokatzen direnak) aldetik baztertua izatea.” (Martinez de Luna, 1996: 46)

Bestalde, adibidea erabilgarria da Bakeren ustez (1992) *youth culture*-ak¹⁶ gazteen hautu eta portaera linguistikoetan duen eragina baieztatzeko, eta, horrez gain, *Txepetxek* hizkuntzen funtzio-mailen inguruan esandakoaz hausnartzeko.

Haren ustez zazpi dira hizkuntza baten funtzio nagusiak: nortasun-funtzioa, familia-funtzioa, lan-funtzioa, herri-funtzioa, nazio-funtzioa, kultura-funtzioa eta nazioarteko-funtzioa (Sánchez Carrión, 1987: 75). Esan daiteke gaur egun nazioarteko-funtzioa ingelesak baino ez duela betetzen. Hizkuntza bakoitzaren prestigioa betetzen dituen funtzioen araberakoa da, sabaia ukitzen duen mailaren araberakoa. Hizkuntza batek duen prestigioa zehazteko bere jatorrizko komunitateak ematen dionari so egin behar diogu. Euskararen kasuan, eskualde askotan 5. mailako funtziora heltzen da (maila nazionala), baina beste leku batzuetan ez da existitu ere egiten. Gainera, gizarte-talde ezberdinen artean hizkuntza berberak balorazio ezberdina izan dezake. Hizkuntza guztiek elkarren artean borrokatzen dute, bakoitzak bere mailatik: euskara eta gaztelania 4. eta 5. mailen artean borrokan ari dira Euskal Herrian. *Txepetxen* ustez, euskarak nazio-hizkuntzaren funtzioa bete behar du, herri-hizkuntzaren mailara, hots, maila dialektalera mugatuta ez badu ikusi nahi bere burua. Hori gertatuko balitz, kultura-hizkuntza gisa bidea itxita edukiko luke (Sánchez Carrión, 1987: 79). Dena den, testuingururik onenetan baino ez da iristen euskara 4. edo 5. maila horietara; Tafallan, esaterako¹⁷, 2. funtzio-mailara baino ez litzateke helduko, eta nonahi kultura funtzioa betetzen duen gaztelaniaren inposatze-indarra handiagoa izango da

¹⁶ Ikus 107-112. orrialdeak.

¹⁷ *Txepetxek* berak erabilitako adibidea (Sánchez Carrión, 1987: 351).

gertuko ingurunean euskararen egoera zenbat eta okerragoa izan (Sánchez Carrión, 1987: 351).

Aurrekoarekin lotuta, hizkuntza bat ikasi eta erabiltzeko motibazioak hizkuntza horri esleitzen zaion funtzioari erabat lotuta dagoela defendatzen du Strubellek:

“The motivation, and the learning of the language, are related to the function or domain: it is not the same to regard the individual as a consumer of products, as a member of a labour market, or as a member of a local community.”
(Strubell, 2001: 279)

Felix Etxeberriak ondo azaltzen duenez, hizkuntza bat ikasteko motibazioak bi motatakoak izan daitezke: “lehenbizikoa, hizkuntza jakin bat ikasteak izan dezakeen erabilgarritasuna eta, bestea, hizkuntza jakin hori hitz egiten duen taldean sartzeko gogo” (Etxeberria, 2009: 140). Hau da, motibazio instrumentalak edo integratzaileak. Batzuk edo besteak izatea testuinguruak baldintzatzen duela defendatzen du Etxeberriak.

Gazte unibertsitarioen artean hizkuntzak ikasteko prozesua nola funtzionatzen duen ikertu zuen Etxeberriak, eta lan horretan baieztatu zuen testuinguru soziolinguistikoak hizkuntzarekiko jarrera guztiz baldintzatzen duela. Kasu honetan, ikasketetako hizkuntzak eta etxeko hizkuntzak izango lukete eraginik handiena hizkuntzak ikasteko orduan motibazio-mota bat edo bestea izateko:

“A” ereduko ikasleen taldeko guztiek adierazten dute euskara beharrezkoa dela lanerako. Gurasoetako batek euskaraz hitz egiten duen ikasleen kasuan, nortasunarekin lotzen dute sarriago euskara ikasteko motibazioa. “A” ereduan, hizkuntza inposaketa bidez ikasteko arrazoia nabarmentzen da; “D” eta “B” ereduetan, berriz, gaztelaniaren inposaketak ekarri duen euskararen galera eta horrek eragiten duen erru-sentimendua nabarmentzen dira.” (Etxeberria, 2009: 145)

Edonola ere, ikasle unibertsitarioen artean euskara ikasteko motibazio nagusia instrumentala da, edozein hizkuntza-eredutan ikasita. Dena dela, D eta B eredukoek euskara nortasunarekin lotzen dute, eta A eredukoek ez hainbeste:

“Euskararen murgilpen handiagoa dutenen aldetik euskara ikasteko motibazioa euskaldun izatearena da; alegia, euskara identitate kulturalarekin jartzen dute harremanetan. Hori motibazio sinbolikoa litzateke.” (Etxeberria, 2009: 148)

Hizkuntzaren transmisioa emateko faktore garrantzitsuenak identitarioak edo integraziozkoak direla uste izan da, baina faktore pragmatikoak ere oso aintzat hartzeko modukoak direla nabarmentzen du Strubellek (2001: 261). Haren ustez, hizkuntza-politikari zilegitasun berria emateko beharra dago: hizkuntza berreskuratzeko arrazoi gisa, iraganeko errepresio bortitzari erreferentzia egiteak gero eta eragin gutxiago izango du, eta diskurtso berriak behar dira (Strubell, 2001: 272-273).

Hori dela eta, hizkuntzen estatusa aldatzeko prozesua (onerako eta txarrerako) deskribatzen duen eredua landu du. Eredua horretan hizkuntza baten ikasketan eta motibazioan eragiten duten faktoreak aintzat hartu ditu: motibazio instrumentalak (lan-merkatuko kidea izatea),

komunikazionalak (hedabideen kontsumitzailea izatea) eta nortasunezkoak (komunitate bateko kidea sentitzea). Aipatutako teoriaren arabera, hizkuntzan zerbitzu eta ondasun gehiago kontsumituz gero hizkuntzaren erabilgarritasunarekiko pertzepzioa hobetuko litzateke, eta horrek hizkuntza ikasteko eta erabiltzeko motibazioa haztea eragingo luke. Jende gehiagok hizkuntza ikasten hastean ondasun eta zerbitzuen eskaria handituko litzateke, eta eskariarekin batera, eskaintza ere zabalagoa izango litzateke (Strubell, 2001: 280).

Ereduko urrats guztietan, norabanakoak du aldaketaren giltza, baina urratsa emateko oztopoak egon daitezke, eta hori da, hain zuzen ere, hizkuntza-plangintza dihardutenek ekidin behar dutena. Hala, oztopoak gaindituko dituzten neurriak aurkitu behar dituzte:

“In the Catalan case, I feel that there are growing obstacles in the 'pragmatic' fields of perception and motivation.”
(Strubell, 2001: 280)

Bere aldetik, Martinez de Lunak adierazi zuen gizartearen gehiengoak euskararen ezagutza saritzen duela, baina erabilera ez dakusala balio gehigarri gisa (Martinez de Luna, 2013: 73). Horrekin lotuta, aurretik egindako ikerketa bat (Baxok et al., 2006) ekarri zuen gogora:

“Lan horren arabera, euskara ikasteko edo ikasi nahi izateko lehen eta hirugarren arrazoiak identitarioak dira, indibidualak edo kolektiboak: “herri honen hizkuntza da” eta “euskalduna sentitzen naizelako”. Bigarren arrazoa komunikatiboa da: “euskaldunak diren pertsonekin komunikatu ahal izateko”. Eta laugarren arrazoa arte ez da agertzen euskara jakitea beharrezkotzat edo ezinbestekotzat jotzea –arrazoi profesionalengatik, kasu honetan: “lana

bilatzeko edo lanerako behar dudalako.” (Martinez de Luna, 2013: 74)

Bestalde, euskara ez ikasteko arrazoi nagusiak behar sozialik ez sentitzeari lotutakoak lirateke, horien artean *ez dut behar komunikatzeko, denek dakite gaztelania* delarik gehien aipatu den esaldia.

Euskara ikasteko eta euskaraz aritzeko arrazoiak aldatzen ari direnik ezin uka. Hala ere, euskaraz bizitzeak hautu bat izaten jarraitzen duela eta jarraituko duela azaltzen du Jon Sarasuak (2011). Haren arabera, argi dago belaunaldi gazteek aurrekoekin alderatuta bestelako motibazioak dituztela, eta euskarak belaunaldi horietan lekua izateko kontuan hartu beharko da jarrerak ez direla aurreko belaunaldietakoak bezain militanteak eta gertuko hizkuntza indartsuen eskaintza oparoa eta omnipresentea dela. Aldagai politikoak pisua galdu du euskaldunen hizkuntza hautuetan, baina hala ere Sarasuak uste du euskalduna ez dela inoiz izango hiritar arrunta: euskalduna izango bada, euskaraz hitz egingo badu, hautua egin beharko du, hautu kontzientea, eta horrek gehiengoan hizkuntzen parte diren hiritarren arruntekiko desberdin bilakatuko du. Hortaz, hizkuntza politikan dihardutenei postmodernitateko kultura paradigma likidoez gain euskaldunen kasuan beste aldagai batzuek ere eragiten dutela kontuan hartzeko eskatzen die:

“Hiritar estandar batek (madrildar batek, paristar batek...) ez du bere hizkuntzan bizitzeko nahimen, borondate, ahalegin esplizitu berezirik egin eta elikatu beharrik, eta euskaldunak bai. Datu hori saihesteak analisi eta estrategia guztiak distortsionatzen ditu. Beraz, ikuspuntu soziologikotik beste aldagai batzuk sartu behar ditugu entsalada horretan,

euskaldun komunitatearen garabideak ulertuko baditugu.”
(Sarasua, 2011: 132)

Azkenik, aipatu behar da Etxeberriak euskara batua eta euskalkien arteko balizko gatazka ere aztertu zuela, eta horretan ere testuinguru soziolinguistikoak ikasleen jarrerak erabat baldintzatzen ditu:

“D eredukoek, jatorriaz euskaldun direnek eta giro euskaldunagoan bizi izan direnek, euskalkien defentsa egiten dute euskara batuaren aurrean. Aldi berean, elebiduntze prozesua euskararen ikaskuntzarekin lotzen dutenak hizkuntza zatitzaile gisa ere bizi dute euskalkien erabilpena; ikasle horiek bigarren mailako euskaldun sentitu dira euskalkian mintzatzen zirenen alboan.” (Etxeberria, 2009: 148)

Egun euskarak bizi duen egoera ikusita, Martinez de Lunak ondorioztatzen du hizkuntzarekiko motibazioak hiru motatakoak izan daitezkeela:

1)Sinbolikoak: euskara euskal naziotasunaren adierazpen gisara ikustearen ondorio dira

2)Arrakasta-motibazioak: “elite sozioekonomiko eta politikoen “hizkuntza ereduari” jarraitzean datza” (Martinez de Luna, 1996)

3)Motibazio pragmatikoak

Motibazio sinbolikoak oso indartsuak izanda ere, ez dute norbanakoen portaera linguistikoa (Martinez de Lunak *hizkuntza-eremua* deitzen duena)

baldintzatzen, ez bada pertsona hori bizi den ingurune baldintzen galbahetik pasa ondoren. Egoera soziolinguistiko negatibo batek motibazio sinboliko horiek asko ahul ditzake, eta, era berean, ingurune hori da motibazio pragmatikoak sortzen dituen, eliteen portaera linguistikoaren ispilu funtzioa betetzen duelarik. Tamalez, “Euskal Herriko elite gehienen hizkuntz eredua erdara izan da, eta oraindik ere horixe da. Beraz, arrakasta ereduaren aldetik orain arte ez da motibazio aipagarririk sortu” (Martinez de Luna, 1996: 50). *Txepetxek* ere argi adierazi zuen eliteen hizkuntza-jokabideak euskarari eragindako oinazearen neurria, geroago azalduko dugun moduan¹⁸.

Sarasuak (2013), berriz, gaur egungo Euskal Herrian euskararekiko lau motibazio bide nagusi ikusten ditu. Lehenik eta behin fluxu-motibazioa legoke, arbasoengandik jasotako ondarearen biziraupenarekin lotutakoa. Bigarrena motibazio pragmatikoa litzateke. Halaber, balio erantsia aipatzen du; motibazio horrek harremana du euskarak hiztunei eskaintzen dien mundu berriarekin, beste hizkuntzek eskaintzen dutenarekin konparatuta desberdina dena. Azkenik, motibazio politikoa legoke, abertzaletasunarekin lotuta. Horrez gain, zeharkako bosgarren faktore bat ere aipatzen du, aurreko lauetan eragiten duena: hizkuntzaren indar espresibo eta estetiko (Sarasua, 2013: 217). Etorkizunera begira, motibazio nagusiak pragmatikoa eta balio erantsiari lotutakoak direla uste du.

¹⁸ 180. orrialdetik aurrera luze eta zabal azalduko da Sanchez Carrionek *irrealitatearen diskurtso* zeritzon hori.

Kezka berezia agertzen du Sarasuak motibazioaren gaiarekin, egungo gazteek euskararekiko dituzten jarrerak hizpide hartuta. Haren irudiko, azken mende erdian euskararen alde egindako lanak emaitza kuantitatibo onak eman ditu, baina alderdi kualitatiboak huts egin du:

“Hizkuntzaren garapen-paradigma bera izan dugu, ziurrenik, herrena: motibazio nagusiki azpipolitikoa edo bestela pragmatikoa, ezagutza nagusiki kuantitatiboa, eta erabilera sarri kopiatua.” (Sarasua, 2013: 206)

Horrez gain, hizkuntzarekiko atxikimendu-mota aldatzen ari dela dio; batez ere gazteen artean, baina besteen artean ere:

“Batetik, beste hizkuntza nagusietan datorren eduki interesgarrien uholdea inoiz baino handiagoa da. Eta bestetik bizi gaituen kultura zappingaren kultura da, menuarena. (...) Atxikimendu-moduaren lasaitze hau nabarmena da bai hitzunaren arloan, bai kultura kontsumoaren arloan, bai sorkuntzaren arloan.” (Sarasua, 2013: 206-207)

Hortaz, hitzunen motibazioetan eragitea euskalgintzaren lehentasuna izan beharko lukeela uste du, euskaraz bizitzeak beti eskatuko duelako hautu kontzientea. Sarasuaren iritziz, normalizazioaren paradigmak ez du balio: euskalduna beti biziko da salbuespen egoera horretan, ez-normaltasun horretan, eta errealitate hori aintzat hartu behar da planifikazio estrategikoak egiterakoan (Sarasua, 2013: 211).

Euskal Herrian bezala, Galesen ere gazteen artean askoz altuagoa da hizkuntza gutxitua etxetik kanpo ikasi dutenen proportzioa¹⁹. Williamsen iritziz (2001), zalantzan jar daiteke gazteen galesera maila nagusiagoena baino baxuagoa den, baina ingelesaren eragina oso nabarmena da belaunaldi berrien hizkeran. Alta, galesera bigarren hizkuntza duten gazteek hizkuntzarekiko motibazio instrumentala izan dezaketela planteatzen du, eta horrek, agian, aurreko belaunaldietako hiztunak bezain engaiatuak ez izatea ekar lezakeela. Izan ere, galeseradun zaharrek hizkuntzarekiko motibazio sinbolikoa izango lukete, hots, identitate-emaile litzateke hizkuntza, eta ez tresna soila:

“Older age groups learned Welsh at home within the family and for some linguists this is a significant feature for their use of Welsh is likely to be natural, richer, more idiomatic and colloquial than the rather formal, English-influenced style and patterning of younger Welsh speakers. This raises difficult questions of interpretation, for in terms of vocabulary and domain confidence the quality of Welsh spoken by the youngest group may be superior to that of the eldest group, even if it is less idiomatic. It may also be suggested that for the younger age groups their language loyalty/affiliation may not prove to be as resolute in the future, if Welsh represents for them a predominantly second language: a

¹⁹ Welsh Use Survey 2013-2014 ikerketaren datuek argiatara ematen dutenez, belaunaldi gazteen artean adinekoen artean baino askoz baxuagoa da gurasoak galesera hiztunak zirela dioten proportzioa. 3 eta 15 urte arteko galestarren %18k dio umeak zirenean aita galesez ondo hitz egiteko gai zela, eta amari buruz galdetzean %22ra igotzen zen proportzioa. Euren hizkuntza gaitasunari buruz galdetu zietenean, ordea, Galeseko ume eta gaztetxoek %35ak erantzun zuen galeseraz ondo zekiela. Hortaz, gurasoen belaunalditik seme-alabenera izandako igoera horrek galeserak hiztun berrien artean izandako irabaziak erakusten ditu. Adinekoen artean, berriz, %73k zioen aitak galeseraz zekiela, eta %72k ama gai zela hizkuntza horretan ondo aritzeko. Euren gaitasunari buruz galdetzean, aldiz, hiztunen proportzioa %63ra jaitsi zen, 65 urtez gorako galestarren eta euren gurasoen belaunaldiaren artean hizkuntza gutxituak hiztun zaharren artean izandako galeraren isla. <https://statswales.wales.gov.uk/Catalogue/Welsh-Language>

useful means of communication rather than an automatic first choice language of expression.” (Williams, 2001: 61-62)

Kezka handia agertzen du Williamsek (2001: 64) galesera hizkun berri horietako asko linguistikoki isolatuta daudelako euren etxeetan. Hizkuntza gutxituarentzako nagusitasun esparru soziofuntzional edota geografikoen gabeziak izan ditzakeen efektuak agerikoak dira, hala Euskal Herrian nola Galesen.

Hizkuntza gutxitua erabiltzeko motibazio-motei buruz hitz egiten hasita, eta Galesetik mugitu barik, Bakerek (1992) gogora ekartzen du bi izan direla literaturak deskribatu izan dituen hizkuntzarekiko jarrera mota nagusiak. Alde batetik, jarrera instrumentala legoke, praktikotasunarekin zein erabilgarritasunarekin lotutakoa. Beste hizkuntza bat ikasteko motibazio instrumentala duen pertsonak gizarte aitorpena edota etekin ekonomikoak lortu nahiko lituzke batik bat, eta, hortaz, jarrera indibidualista izateko joera duela dio Bakerek. Haatik, integrazio-jarrera askoz sozialagoa litzateke, hiztun komunitate batean integratzeko edo komunitate horretako hiztunen antzekoa izateko desira islatuko bailuke (Baker, 1992: 31-32).

Bi jarrera-motek nahiko desberdinak iruditu arren, Bakerek ohartarazi zuen ez dutela zertan kontrakoak izan, pertsona berberak hizkuntza ikasteko hainbat arrazoi izan dezake eta. Halaber, integrazio-jarreraren garrantzia baloratzeko orduan hiztunaren jarrera oso kontuan hartzekoa dela nabarmendu zuen, zenbait testuingurutan bigarren hizkuntzaren kontrako jarrera nagusi izan baitaiteke:

“Where a pupil is required or encouraged to learn a minority language (...) cultural sanctions, perceived economic demands, religious affiliations and the target language group's expected reactions are all potentially important. (...) The best of intentions can be thwarted by the worst of conditions.” (Baker, 1992: 36)

Bistan denez, azken esaldi horrek guztiz bat egiten du Martinez de Lunak formulaturiko *ingurunearen gutxieneko baldintzen* kontzeptuarekin. Halaber, Bakerrek hizkuntzarekiko jarrerengan eragiten duten faktoreak analizatzen ditu. Haren lana Gardneren *Socio-Educational Model*-arekin (Gardner, 1979, 1983, 1985a) uztargarria dela aipatzen du. Ideia horrek bigarren hizkuntzaren ikasketarako modelo psikosoziologikoa proposatzen du, lau urratsetan gauzatuko litzatekeena. Lehen pausoan, hiztun berria izango den umeak ingurunearen transmisio kulturala jasoko luke. Bigarren fase batean, norbanakoen ezaugarriak kontuan hartu beharko lirateke: adimena, jarrera, motibazioa eta egoera ezberdinetan hiztunak senti dezakeen antsietate linguistikoa. Horrez gain, aintzat hartu beharko genuke hiztun horrek hizkuntza modu formalean edo informalean ikasi duen. Azkenik, alde batetik, hiztunak ele bietan lortzen duen hizkuntza-gaitasuna kontuan hartu beharko litzateke, eta, bestetik, pertsona horren auto-kontzeptua, balio kulturalak, jarrerak eta usteak (Baker, 1992: 39-40).

Adinari dagokionez, Bakerek azaltzen du galestarrek, heldu ahala, galesera utzi eta ingelesa hartzeko joera dutela. Generoaren aldetik, zenbait ikerketek (W.R. Jones, 1950; Sharp et al. 1973; E.P. Jones, 1982) mahaiaren gainean jarri zuten neskek mutilek baino joera handiagoa zutela galeseraren aldeko jarrera izateko. Hiztunek zer eskola-motan ikasi

duten ere faktore esanguratsua da; izan ere, Sharp et al.-ek (1973) frogatu zuten eskola elebidunetako ikasleak galeseraren aldeko jarrera argiagoa dutela galeseraren arnaguneetako ikasleek baino. Kontraesana iruditzen daitekeen emaitza hori ikusita, Bakerek bere buruari galdetzen dio ez ote den eremu ingelesagoetako eskoletan irakasle zein gurasoek galeseraren aldeko konpromiso kontzientea hartu izanaren ondorio. Edonola ere, hiztuna bizi den inguru soziolinguistikoak ere eragin argia duela nabarmentzen du Bakerek aurrekoarekin bat. Aitzitik, inguru sozialak ez du hiztunarengan eragiten bakarrik hizkuntza gutxitua gehiago edo gutxiago berba egitearen ondorioz, zeharkako beste aldagai batzuk ere egon badaude eta:

“The language usage of family and friends, community and youth culture, mass media and identification models, peer groups and 'pop' culture may be influential in attitude formation.” (Baker, 1992: 44)

Izan ere, gazteek pop kulturarekin edo kultura gaelikoarekin identifikatuta sentitzeari garrantzi handia ematen dio Bakerek, talde baten edo bestaren partaide izateak eragiten baitu, nerabazarora heltzean, gaelikoaren aldeko jarrera mantentzea edo jarrera negatiboagoa garatzea:

“E.P. Jones (1981) research, further analysed in Baker (1985), found that attitude to Welsh, in particular a decline in attitude to Welsh over the ages 10 to 13 was most linked to various cultural activities. (...) being involved in an active participatory Welsh culture was important if attitude to Welsh was to remain favourable.” (Baker, 1992: 45)

Laburbilduz, Bakeren ustez, mundu zeltikoan hizkuntzarekiko jarrerak baldintzatzen dituzten faktoreak ikertu izan direnean, batez ere adina,

sexua, hizkuntz gaitasuna, eskola mota eta testuinguru soziolinguistikoa hartu dira aintzat. Horietatik adina, sexua, eskola mota eta testuingurua “finkoak” direla dio, alegia, umeak ezin duela aldagai horiengan eragin. Hortaz, jarrerak ikertzerakoan hautagarriak diren aldagaiak ere sartu beharko liratekeela uste du, eta berriro nabarmentzen du gazteek hautatzen duten filiazio kulturalak (pop edo gaelikoa) jarrerengan eragin handia duela (Baker, 1992: 49). Horrenbestez, *youth culture* deritzona aldagai oso garrantzitsua da, hizkuntza gutxituaren alde edo kontra egin dezakeela ematen baitu. Haatik, Bakerek bere buruari galdetzen dio, hizkuntzarekiko jarrera edo gazte-kulturaren artean, zein agertzen den lehenengo gaztetxoaren (edo beste edozein hiztunen) baitan, eta zeinek zeinengan eragiten duen:

“The issue is simply, what affects what? Does language attitude determine choice of youth culture? Does youth culture determine linguistic attitudes? Are language attitudes both affected by, and affect cultural contexts? That is, is there a mutual cause-effect, circular relationship?” (Baker, 1992: 50)

Zalantza horiek uxatu nahian, aldagaien arteko harremanak aztertu zituen. Ondoren, aldagaiak jarrerengan duten eraginaren arabera sailkatu zituen, eta, esanguratsuenetik garrantzirik gabekoenera, honakoa litzakete hurrenkera: kultura gaelikoan eta literarioan parte hartzea (galeseraren aldeko jarrera era argian sustatzen du), ingurune soziolinguistikoa (zenbat eta gaelikoagoa, orduan eta jarrera positiboagoa), adina zein sexua (zenbat eta gazteago, orduan eta jarrera hobea; emakumeek gizonek baino jarrera positiboagoa dute), pop kulturaren parte izatea (txarrerako eragiten du jarreretan) eta, azkenik, hizkuntza gaitasunak eta eskola motak ez omen zuten garrantzi handirik galeserarekiko jarrera azaltzeko,

baina aldagai horiek hobeto zehaztu beharra nabarmendu zuen Bakerek, alegia, estatistikoki esanguratsuak izateko zorrotzago jokatu behar zuela kategoriak ezartzen (Baker, 1992: 73-74).

Nolanahi ere, *youth culture* horren agerpenak eta galeseraren aurreko jarrera okerrera egiten duen adina berbera dela azaltzen du, hain zuzen ere, 13 eta 14 urteren artean. Sasoi horretan gazteek aldaketa fisiko eta motibazionalak izaten dituztela azaltzen du, nortasuna familian oinarritzetik lagun taldean oinarritzera igarotzen dela eta agian horren eraginez galeserarekiko jarrera hain aldekoa izateari uzten diola. Ezin uka Jausorok Arrasateko gaztetxoan artean egindako ikerketan ateratako ondorioak oso antzekoak direnik²⁰, bi ikerketetan aztertutako subjektuen adinak ere berberak baitira.

Hala, esan daiteke nerabezaroaren hasiera une kritikoa dela: nortasun indibiduala garatzen den heinean eskolaren eta familiaren eragina lausotzen da (zuzenean errefusatzen ez direnean), eta gazteak beste erreferente batzuk bihurtzen ditu bere eraikitze prozesu horren ardatz. Alde batetik, lagunarteak garrantzi handia hartzen du, eta, horri dagokionez, Bakerek argi uzten du pop tankerako kulturen murgilduta dauden gazteak gazte-kultura gaelikoan parte hartzen dutenak baino jarrera negatiboagoa garatzen dutela hizkuntzarekiko. Beste alde batetik, helduen mundua ere erreferente bilakatzen da, eta adinak aurrera egin ahala hizkuntza gutxituaren erabilerak behera egiten duen frogarik onena Euskal Herria bera dugu. Era batera edo bestera, konponente sozialaren

²⁰ Ikus 90. orrialdea.

garrantzia argitara ateratzen da beste behin, Strubellek (2001) edo Martinez de Lunak (1996, 2013) aldarrikatu legez. Bakeren hitzetan, “attitude appears more strongly connected with the 'environmental' variables than individual attributes” (Baker, 1992: 68), eta, ondorioz, *ingurunearen gutxieneko baldintzak* betetzeak premiazkoa ematen du.

4. ELKARBIZITZA EDO TALKA LINGUISTIKOA

Ingurunearen garrantzia nabarmendu dugu aurreko puntuan. Eta hizkuntza gutxituetako hiztunen ingurunea elebiduna da; onerako edo txarrerako, hein handiagoan edo txikiagoan, baina elebiduna. Hala, Bakerek nabarmentzen du ezin direla pertsona berberak hitz egiten dituen bi hizkuntzekiko jarrerak banaturik aztertu, eta, hizkuntza gutxituarekiko jarreraz gain, elebitasunarekiko jarrera ere aztertu behar dela (Baker, 1992: 76). Elebitasuna aztertzerako orduan, jarrera sustraktiboa edo ikuspegi gehigarria jorratu ditzake ikerlariak: alde batetik, pentsa dezake ezin dela egon bi hizkuntzaren arteko elkarbizitzarik, eta batek bestea suntsituko duela; bestetik, pentsa dezake aldebikotasuna existitu daitekeela, Bastardasek (2011) dioenaren ildotik. Bada, Baker-en hipotesia da elkarbizitzaren ikuspuntua dela nagusi gizartean. Hori frogatu zuen 25 galderaz osatutako galdetegi batez bidez:

“There is a definite degree of positiveness towards bilingualism in Wales. Bilingualism is seen as pragmatic in terms of individual ownership (cognition), education and wider society. It is also seen as advantageous in affiliative, cultural and utilitarian contexts.” (Baker, 1992: 82-83)

Emaitzak eskuan, aldagaien arteko gurutzaketa egin zuen, eta ondorio nagusia izan zen elebitasunarekiko jarrerak eta galeserarekikoak ez direla berdinak. Elebitasunaren aldeko jarrera, inguru anglofonoetako eskola elebidunetan topatu zuen, batez ere. Haren ustez, hizkuntza ingelesa

nagusi den Galeseko eremuetan galeseraz ikasten duten nerabeentzat elebitasuna beste inorentzat baino zentzuzkoagoa eta beharrezkoagoa da:

“Bilingualism may be more prominent, more necessary, more noticed where Welsh speakers form patchy pools in an expanse of anglophone language and culture.” (Baker, 1992: 45)

Alabaina, elebitasunaren inguruko jarreretan ere gazteak hautatzen duen kulturak eragiten du gehien, kultura-mota bakoitzak galeseraren inguruko jarreretan eragiten duen norabide berean.

Hizkuntzen eremuan jarrerak aldatzeak dimentsio politiko argia duela defendatzen du Baker-ek, hots, botere-taldeek hizkuntzekiko jarrerak manipulatzeko dituztela. Horrekin lotuta, Katzek (1960) jarrerak baldintzatzen dituzten lau funtzioak deskribatu zituela gogora ekartzen du. Lehenik eta behin, funtzio instrumentala legoke, alegia, hizkuntzaren baliagarritasun praktikoa. Bigarrenik, *the ego defensive function* legoke; horren arabera, hizkuntza hegemonikoa nagusi den testuinguru batean hizkuntza gutxitua hitz egiteak sor ditzakeen antsietatea eta ziurgabetasuna jarrera aldatzeko arrazoiak izan daitezke, Lawek (2013) azaltzen duenaren ildotik. Horrez gain, *value-expressive function* aipatzen du; hau da, pertsonen euren balioekin eta autokontzeptuarekin bat datorren hizkuntzan aritzearen beharra senti dezaketela, eta, horren ondorioz, hizkuntza gutxituarekiko jarrera aldatu. Azkenik, *knowledge function* legoke: pertsona bakoitzak gutxiengoaren kultura, gizartea, politika eta hezkuntzaren inguruan duen ezagutza-mailak ere baldintza dezake (Baker, 1992: 101).

Jarrerren baldintzatze-mota nagusiak lau dira Bakeren ustez. Zentzurik pavlovtarrenean ulertuta, baldintzatze klasikoa litzateke lehena, hots, hizkuntza gertakari edo estimulu postiboei lotuta egotean jarrera positiboa izango dela. Halaber, *reinforcement and operant conditioning* deritzona aipatzen du, hizkuntzarekiko jarrera positiboa izateak sariren bat edo arrakasta ekar diezaiokela sumatzearekin lotuta dagoena. Hurrengo baldintzatze-mota *human modelling* delakoa litzateke, arrakasta duten pertsonen portaera linguistikoa datzana, eta gurean *Txepetxek* zein Martinez de Lunak, besteak beste, aipatu dutena. Bukatzeko, *consistency and self justification* baldintzatzea legoke, oro har Katzen *value-expressive function*-ekin bat datorrena (Baker, 1992: 102-105).

Hala, faktore pertsonalek eta sozialek eragiten dute norbanakoek hizkuntzekiko duten jarreraren. Hitzun komunitate gutxituek hizkuntzaren aldeko jarrerak sustatzeko izan ditzakeen portaerez hitz egiten hasita, Bakerek Tajfelen lana (1981) gogora ekartzen du. Azken horren arabera, jarrera negatiboak aldatzera laguntzen duten komunitate-harremanak ondorengoak lirateke:

- a) Elebakarren integrazioa bultzatzea.
- b) Elebakarrek hizkuntza gutxitura aldatzea borondatezkoa dela antzematea.
- c) Bi komunitateen arteko antzekotasunak kontaktua egiteko erabiltzea.
- d) Bi hizkuntz komunitateetako kideen arteko harremana estua eta laguntasunezkoa izatea.

e)Elebiduna izateak ondorio sozioekonomiko positiboak izatea (Baker, 1992: 107-108).

Zalantza guztietatik kanpo dago elebakarrak erakar ditzaketen portaera ireki eta integratzaileak direla, baina kontuan hartu behar da, giza-kapitala metatzeaz gain, hizkuntzak dagoeneko daukana mantentzera bideratu behar direla tankera horretako estrategiak. Galdera honakoa da: elebakarrekiko jarrera hain integratzaileek ez al dute eragingo hiztun-komunitate gutxitua gehiengoaren pisuak itota hiltzera kondenatzea? Bada, Bakeren ikerketa enpirikoak zalantzak argitzen lagun diezaguke. Izan ere, lehen analisi batean 11 eta 14 urteko gazteen artean hartutako lagina handik bi urtera errepikatu zuen, gazte berberekin, eta, ñabardurak ñabardura, galeserarekiko zein elebitasunarekiko jarrerek okerrera egin zuten. Adinak aurrera egin ahala galeserarekiko jarrerek txarrera egiten duela jadanik azaldu dugu, eta, gainera, lagin batetik bestera 13-14 urteetako une kritikoa igaro zuten ikerketan aztertutako gaztetxo gehienek.

Hala ere, interpretaziorako beste gako garrantzitsu batzuk eskaintzen dizkigu Bakeren bigarren lagin horrek. Izan ere, nerabeek jarrera aldaketa negatiboagoa zen ingurua zenbat eta ingelesagoa izan, eta, ondorioz, testuingurua zenbat eta gaelikoagoa izan orduan eta aukera gehiago daude jarrera positiboa mantentzeko:

“Those who become less favourable in their attitudes over the two years are those from the more English language backgrounds. The more Welsh the language background, the higher the probability of less change and staying favourable in language attitudes.” (Baker, 1992: 123)

Laginaren arabera, hizkuntza gaitasunarekiko autopertzepzioak, eskola-motak eta sexuak ere eragiten dute jarreretan. Aitzitik, beste behin, gazte-kultura batean edo bestean murgiltzea zen aldagai erabakigarriena. Emaitzak ikusita, Bakerek hurrengo ondorioak atera zituen:

“Concomitants of language attitude maintenance are a strong Welsh language background, relatively strong involvement in Welsh and literary culture, higher than average ability in Welsh and being in Welsh medium education. There is also relatively less involvement in ‘popular’ culture, and decreasing involvement in that culture over time.” (Baker, 1992: 125)

Pop kultura ingelesez mintzo da, eta, alde horretatik, kultura ingelesaren adierazpena da. Globalizazioaren garaian nerabeak kultura gutxitu baten partaide “isolatua” izatea gero eta zailagoa den honetan, bikulturalismoa hizkuntza gutxituentzako Troiako zaldia izan daitekeela iradokitzen du Bakerek. Hala, erronka edo arazo gisa hartu daitekeen auzi ekidinezina dugu bikulturalismoa:

“Attitude to Welsh is strongest when children are relatively unfamiliar with popular culture and participate more in traditional Welsh culture and engage more in the less gregarious activity of private reading. The global village, the breakdown in European barriers, the glamour and glitter of Anglo-American culture may make it more and more difficult to adopt an isolationist approach to Welsh culture. Biculturalism becomes the easy slogan. On these analysis, biculturalism can be seen either as a threat or as the challenge to be met in the salvation of the language. Biculturalism may open the door to wide and varied experiences but it walks popular, modern, majority culture. In a teenager’s living space such culture may leave decreasing room for a minority language.” (Baker, 1992: 132)

Hortaz, posible da ingelesa (gaztelania edo frantsesa) ibilgailu duen kulturaren barneratzea galesera (euskara) suntsitu gabe? Ematen du gehiengoaren hizkuntzak kultura garaikidearekin eta gutxiengoaren hizkuntza kultura tradizionalarekin lotzeko joera jendartean oso errotuta dagoela. Ondorioz, posible da pop kulturarekin (kultura garaikidearekin, oro har) uztargarria ez den hizkuntza hitzunen irudiko erakargarri eta baliagarri izaten jarraitzea? Izan ere, *Txepetxek* proposatutako jabekuntza-prozesuen A ibilbidea (hitzun natiboek egiten dutena) azaldu dugunean adierazi dugun legez, hitzunak ikusten badu hizkuntza ez dela gai bizitza sozialaren esparru guztietako funtzioak betetzeko (demagun, etxean hitz egin arren ez duela euskaraz edo galeseraz abesten duen pop talderik *ezagutzen*), ez du motibazio espontaneorik garatuko, hura baztertzera eta euren ondorengoei ez transmititzera joko du, eta, ondorioz, biziraupena kinka larrian egongo da.

4.1. DISKURTSO EKOLINGUISTIKOA, EZBAIAN

Nazioarteko hizkuntzaren funtzioa betetzen duen horrek (ingelesa) eta koska bat beherago dauden horiek (frantsesa, gaztelania) globalizazio garaian hedapen-ahalmen izugarria dutela ikusirik, eta hizkuntza gutxituen eta gehiengoaren arteko hegemonia-borrokaaren dialektika antzu samarra izan dela jakinik, soziolinguistek bestelako diskurtsoak eta bide teoriko berriak jorratzen hasi dira azken hamarkadetan. Zehazki,

ikuspegi ekolinguistikoa²¹ asko zabaldu da hizkuntza gutxituen inguruan lanean diharduten soziolinguisten artean. Haatik, Joxe Inazio Markok eta Belen Urangak (2011) egindako ikerketak argi uzten du euskalgintzan lan egiten duten herritarrek modu anbibalenteak dakusatela ideia gisa: alde batetik, hizkuntza gutxituen aldeko diskurtsoa hauspotzeko indar teoriko handia aitortzen diote, baina praktikan gauzatu ahal izateko zailtasunak ikusten dituzte (Marko eta Uranga, 2011: 111-112).

Oro har, hizkuntzen arteko harremanak gatazkatsuak direla sinetsi izan da Euskal Herrian, soziolinguistika katalanak jorratutako ideiei jarraiki. Alabaina, Albert Bastardasek (2011) ez du uste hizkuntzen arteko elkarbizitza halaberrez gatazkatsua izan behar duenik: *hizkuntza hau edo bestea* paradigma posible bakartzat ikusi beharrean, *hizkuntza hau eta bestea* moduko formulazioak egingarriak direla defendatu du. Ikuspegi hori jorratu dute euskalgile batzuek, Markok eta Urangak egindako ikerketan, baina beste askok gatazkaren ikuspegia jorratu dute. (Marko eta Uranga, 2011: 114)

Halaber, hizkuntza ekologiak komunitate kontzeptuan oinarritzen da, eta hainbat parte hartzailek azpimarratu zuten gizarte indibidualistan zaila

²¹ Urangak azaltzen duenez, “hizkuntzen ekologiak edo ekolinguistikak hizkuntzen eta ingurumenaren arteko harremanak aztertzen ditu; esan nahi da hizkuntzen arteko harremanak eta hizkuntza horien eta gizartearen artekoak, gizartea hizkuntzen ingurumena baita” (Uranga, 2011: 34). Era berean, metafora biologikoa “hizkuntzan izakiak balira moduan kontsideratzeari” deritzo (Uranga, 2011: 35), eta, hortaz, ikuspegi ekologiko batetik parekagarriak lirateke biodibertsitatea eta hizkuntza aniztasuna.

dela balio komunitarioetan oinarritutako teoria sozializatzea. (Marko eta Uranga, 2011: 117)

Bestalde, Patxi Baztarrikak aipatzen du orain arte euskararen aldeko diskurtsoa politikoa izan dela gehienbat, eta ildo politiko horretako jendea biltzeko kapaz izan den arren, ez du lortu, jakina, beste ideologietako pertsonak erakartzea. Horretan, hizkuntza-ekologiak potentzialitate berria izango luke, “abiapuntuan ez baitu proiektu politiko jakin batekin lotura, baizik eta hizkuntza-aniztasunaren defentsarekin, eta horren defentsari ematen zaion balio etikoarekin” (Baztarrika, in Uranga et al., 2011: 148). Horrez gain, hegemonia linguistikoa lortzeko borrokatzeari utzi behar diogula uste du, eta botere-harremanean oinarritutako elkarbizitza linguistikotik “eleaniztasunaren kudeaketa iraunkorra eta demokratikoa” (Baztarrika, in Uranga et al., 2011: 159) egitera igaro behar dugula.

Martinez de Lunak ere uste du hizkuntza-ekologiak “abertzaletasunaren mugak gainditzeko balio duela”, baina, hala ere, azaltzen du “abertzaletasunean oinarritutako diskurtsoak balio duela oraindik ere” (Martinez de Luna, 2011: 149). Halaber, ez du uste elkarren kontrako diskurtsoak direnik, eta kontrajarri gisa ulertzea euskararentzat arriskutsua litzatekeela gaineratzen du.

Xabier Erizek onurak eta huts egiteak ikusten dizkio hizkuntzen ekologiaren diskurtsoari. Metafora biologikoa kontrako efektuak sor ditzakeela uste du, eta, horrez gain, ekologiaren balioak barneratu ez dituzten pertsonak ez omen dute diskurtsoa bereganatuko. Sarasuak ere

uste du analogia biologikoa arriskutsua izan daitekeela, “epe ertainera disfuntzionala” (Sarasua, 2013: 25), oihanean animali handiak txikia jaten baitu. Hortaz, Erizek *iraunkortasunaren* kontzeptua erabiltzea proposatzen du, gizarte zientzietan sortutakoa eta alderdi soziokulturala, ekonomikoa eta ekologikoa aintzat hartzen dituen. (Erize, 2011: 69) Erizek gogora ekartzen du dagoeneko 1987an Txepetxek jorratu zuela iraunkortasunaren gaia, *Un futuro para nuestro pasado* laneko *El equilibrio ecolingüístico* kapitulu. Halaber, *berdintasunaren diskurtsoa* izeneko atalan proposatutakoa “hizkuntzen ekologiaren kontzeptua koherentzia etikoan sakonduz berrindartzea” litzatekeela dio (Erize, 2011: 78). Modu honetan laburbiltzen du inplementatu beharko litzatekeen ikuspegia:

“*Helburua, beraz, bikoitza da: (a) hizkuntza gutxituaren komunitatea trinkotzea, eta (b) eragina lortzea gizarte orokorrean, hizkuntza nagusiaren hiztunak areriotzat jo gabe*” (Erize, 2011:79)

4.2. DIGLOSIA: KOMUNITATEEN ARTEKO ITUN BIDERAGARRIA?

Euskarak eta erdarek bete beharko lituzketen espazio soziofuntzionalak erregulatzeko eta hiztun komunitateen arteko harremanak bideratzeko proposamen polemikorik ez da falta izan azken urteotan. Mikel Zalbidek proposatu zuen gaur egungo egoeran diglosia formaren bat lortzea onuragarria izan daitekeela euskararentzako, eta konpartimentazio soziofuntzional eta are soziogeografiko adostua egin beharko litzatekeela bi hizkuntzen artean:

“Euskara-erdarak hemen izango dira etorkizunean, euskara bizirik ateratzen bada, eta beraz hizkuntza bakoitzak espazio fisiko-territorialaren, sozio-funtzionalaren edo bien zati bana bere mende izan beharko duela onartu beharko dugu. Hots, hizkuntza bien (eta, beste maila batean, ingelesaren) konpartimentazio egonkor samar bat diseinatu, gizartean adostu, inplementatu eta egonkortu beharra daukagula. Beste hitzetan esanik, eta inor gutxi poztuko dudala ongi aski badakit ere, diglosiazko formulazio berri bat hil ala biziko eginkizuna dugu.” (Zalbide, 2011: 16)

Diglosiaz ari denean, Fishmanek terminoari emandako adieraz ari da, eta ez, berak dioen legez, “diskurtso politiko-ideologiko jakinaren gidaritzapean” sortutako definizioaz (Zalbide, 2011: 19). Hortaz, diglosia dioenean, hizkuntzen arteko konpartimentazio soziofuntzional egonkorraz ari da, batez ere.

Bere tesia defendatzeko, Zalbide Mitxelena hartu zuen hizpide, haren esanetan honen irudiko ere diglosia euskararentzako irtenbide duina izan zitekeelakoan. Hauxe da iritzi horren isla litzatekeen pasartea, Mitxelenak idatzi eta Zalbidek gogora ekarri zuena:

“Así como nuestro pueblo necesita encontrar un lugar entre los pueblos, así también nuestra lengua tiene que encontrar un lugar entre las lenguas: un lugar suficiente, que asegure su continuidad y desarrollo, sin aventuras maximalistas. Como he dicho y escrito en otra parte, no debemos caer en el infierno del ghetto por huir del purgatorio de la diglosia. La integración nos es tan necesaria en el aspecto lingüístico como en cualquier otro.” (Mitxelena 1974: 26)

Fishmanek argi eta garbi bereizten ditu elebitasuna eta diglosia. Lehenengoa norbanakoen baitakoa litzateke; bigarrena, berriz, gizarte mailako fenomeno da:

“Diglossia differs from biligualism in that it represents an enduring societal arrangement, extending at least beyond three generation period, such that two “languages” each have their secure, phenomenologically legitimate and widely implemented functions.” (Fishman, 1985a: 37)

Euskal Herrian, egoera diglosiarik gabeko elebitasunerantz doala ematen du, eta, Fishmanek azaltzen duenez, bi hizkuntzek esparru berdinak bereganatzeko borrokan diharduten testuinguru horretan hizkuntzarik indartsuena gailentzen da goiz ala berandu.

Elebitasunaren eta diglosiaren arteko desberdintasuna bi hizkuntzen arteko elkarbizitza esparruan datza Fishmanen definizioaren arabera: lehen kontzeptuan elkarbizitza linguistikoa pertsonaren baitakoa da, eta bigarrenean, gizarte-mailakoa. Era berean, Fishmanek bikulturalismoa eta dietnia kontzeptuak erabiltzen ditu bi kulturaren arteko elkarbizitza pertsonala eta soziala deskribatzeko:

Gaur egungo gizartean bi kulturen arteko gizarte-itun egonkorrak lortzea oso zaila dela onartzen du Fishmanek, nahiz eta, haren irudiko, botere politikorik ez duten gutxiengoentzat tankera horretako hitzarmen sozialek biziraupena bermatzeko beharrezkoak izan daitezkeen. Halaber, diglosia egoerak normalean komunikazioaren esparru informalak betetzeko (familia, auzo eta herriko komunikazioa) erabiltzen den hizkuntzaren garaipenarekin bukatzen direla aspaldi azaldu zuen Fishman-ek:

“The dissolution of a diglossia situation that has endured for centuries under the impact of modern massification processes has most usually involved the elevation of L.”
(Fishman, 1985c: 91)

Hala ere, bi hizkuntzen arteko funtzio banaketa egonkorra ez da beti esparrurik apalenak bete dituen hizkuntzaren alde hausten.

Oro har, Barbour hizkuntzen arteko funtzio-banaketa diglosikoaren aldekoa da, horrek ez baitu, haren irudiko, hizkuntza gutxitua zertan desagerrarazi:

“That the need for a language to be used in all spheres in order to survive is both a Eurocentric and a mistaken view is demonstrated to be false time and again by experience in other areas of the world. There are of course many cases of obliteration of cultures and languages in Asia and Africa, but there are many cases which demonstrate that a language, and other cultural characteristics, will continue to flourish if they are valued by the community in question, regardless of whether the language is used in all areas of the community’s life.” (Barbour, 1996: 39)

Zentzu horretan, bat dator Fishmanen planteamenduekin, esanez diglosia, galbidea izan beharrea, biziraupenerako estrategiarik eraginkorrena izan daitekeela hizkuntza gutxituentzat:

“As Fishman has often noted (...) the best guarantee of the survival of the minority language may be its place in a stable diglossic relationship with a language of wider use.”
(Barbour, 1996: 40)

Barbouren hitzetan, hiztun komunitateek hizkuntzari berezko identitatearen elementu gisa balio handia ematen badiote ez da desagertuko, nahiz eta hizkuntza handiagoek goi-mailako funtzioak monopolizatu. Europan halako kasurik badela nabarmentzen du, luxenburgera adibide moduan jarritz: hiztun gehienek alemaniera edo frantsesa dakite eta erabiltzen dute kultura eta administrazio hizkuntza gisa, eta luxenburgerak familia eta lagunarteko ohiko hizkuntza izaten jarraitzen du.

Era berean, gogora ekartzen du Irlandako kasua, zeinean estatuko erakunde guztietan ofiziala izateak ez du gaelikoaren gainbehera eten, hizkuntza bera jadanik ez baitzen irlandar identitatearen elementu zentral eta funtsezkoa:

“Irish has been the first national language of the Republic of Ireland (...) and it has been compulsory in schools and for civil service appointments since the founding of the Free State in 1926, but this has not stemmed its decline since it had already previously lost its significance as an essential element of Irish identity.” (Barbour, 1996: 41)

Era batera edo bestera, Zalbidek uste du bi hizkuntzen arteko elkarbizitza diglosikoa dagoen testuingurua ez dela gatazkatsua, ez dagoela auzi linguistikorik, ez dagoela bere eskubideak zanpatuta sentitzen dituen hiztun komunitaterik, eta konpartimentazio sozio-funtzionala baketsua eta guztiek onartua dela. Definizio horrek ezeztatuko luke diglosia hizkuntza zapaltzaile eta zapalduaren arteko gatazka gisa irudikatzen duen ideia.

“Diglosiaren galerak (ez diglosiak) probokatzen du, hemen eta nonahi, aurrez aurreko hizkuntza (edo aldaera) bietako baten galera.” (Zalbide, 2011: 89-90)

Zalbideren ustez, euskal hiztun komunitatea ez da, gaur egun, diglosia egoeran bizi, ez baitago argi zehaztuta noiz hitz egiten den euskaraz eta noiz gaztelaniaz:

“Euskaldungoa oro har harturik erreferente, gure hiztun-elkarteak ez dauka euskara-erdaren arteko konpartimentazio argirik: ez dago konpartimentazio territorial hertsirik (...) Ez dago, bereziki, konpartimentazio soziofuntzional zorrotzik.” (Zalbide, 2011: 94)

Euskal Herrian diglosia molderen bat egotekotan, euskararen arnasmuneetan dagoela uste du Zalbidek, nahiz eta eskualde horietako gazteen praktika sozialek etorkizunean diglosiaren biziraupena zaildu. Hala, diglosia molde tradizionala desagertze bidean dagoela uste du, euskarak ez baitu esparru arautu gabeetan zuen eskusibotasuna inondik inora mantendu, eta espazio arautuetan sarbidea izan arren ez baitu lehentasuna izaterik lortu.

Horrenbestez, Zalbidek honako moduan definitu zuen euskara eta erdararen arteko ukipen egoerak Euskal herrian marrazten duen egoera linguistikoa: “behinolako diglosia betearen azken arrastoak baizik gelditzen ez zaizkion elebitasun partzialeko egoera mugikorra” (Zalbide, 2011: 99). Esan gabe doa, okerrarako mugitzen ari den egoera. Hori dela eta, diglosiak euskararen biziraupena bermatuko lukeela defendatzen du, zenbait esparru sozialetan hegemoniko bilakatuko litzatekeelako, aurreko

mendeetan bezalaxe. Hala ere, XXI. mendeko gizartean antzinako moldeko diglosia ezartzea oso zaila dela aitortzen du.

Euskara ez da konpartimentazio soziofuntzional argiak eskaintzen zuen erabilera-esparru ziurren galera pairatzen duen hizkuntza gutxitu bakarra. Berbarako, frasierak inoiz baino hitzun gehiago ditu, baina, hala ere, egoera ez da asko hobetu azken hamarkadetan, Gorterek azaltzen duenez (Gorter, 2001: 216).

Haren esanetan frasierak nagusi izaten segitzen du familiako eta herriko esparruetan. Alabaina, esparru formalagoetan, hots, hizkuntzaren goi mailako funtzioetan (hezkuntza, hedabideak, administrazio publikoa) frasierak aurrerapauso oso txikiak eman ditu azken hamarkadetan, eta oraindik oso gutxi erabiltzen da (Gorter, 2001: 221). Horrenbestez, zenbat eta testuinguru formalagoa izan, orduan eta gehiago erabiltzen da neerlandera.

Hala ere, Gorterek dio frasiera ama hizkuntza dutenek bigarren hizkuntza bezala ikasi dutenek baino askoz gehiago erabiltzen dutela, testuinguru guztietan. Gakoa, beraz, hizkuntza gutxituak ama hizkuntza duten hitzunak lortzea litzateke, Fishmanek adierazi legez. Haatik, tradizionaliki hizkuntza gutxitua landa-eremuan baino ez da izan biztanle gehienen etxeke komunikazio-lanabes, hirian nagusitasun egoeran dagoen hizkuntza gailendu izan baita arlo horretan ere. Azken hamarkadetan, baina, banaketa geografiko argi horrek egoera nahasiago bati utzi dio lekua, eta ezkontza linguistikoki mistoen kasuan hizkuntza gutxitua alboratuko dela uste du Gorterek:

“The low decline of percentages of mother-tongue speakers in the traditional rural areas has continued and there has been a slight increase in the towns. Today, on average some 70% in the countryside and some 40% in the towns are Frisian L1 speakers. This means that the speakers are geographically more evenly distributed (...) Migration from rural areas to the towns is, of course, an important factor. It also means that almost all neighbourhoods and most families have become linguistically mixed. Here lies a potentially dangerous situation for Frisian, because research tells us also that in mixed marriages by far the majority will opt for Dutch as the language for the next generation.” (Gorter, 2001: 225)

Aisian eta lan-munduan ez du rol handirik jokatzen frasierak. Konpartimentazio soziofuntzionalak funtzionatzen du, oso era argian. Hala ere, Gorteren ustez frasieraren egoera ez da hain txarra, baina familia eta auzune mistoak arriskutzat hartzen ditu, eta hizkuntzaren kalitateak behera egitearekin lotzen. Bi hizkuntzen arteko harremana diglosi gisa definitzen jarraitu daiteke, nahiz eta konpartimentazio soziofuntzional tradizionalan aldaketa nabarmenak gertatu diren. Alta, lehen zalantzarik gabe frasierarenak ziren esparruak orain ez dira guztiz ziurrak, eta frasierak aurrera egin duen funtzioetan neerlandera nagusi izaten jarraitzen du. Hortaz, hizkuntza gutxituaren erabilera ausazkoa da eremu guztietan, eta egoera horretan hizkuntza zapaltzailea ateratzen da garaile:

“There used to be some sort of stable diglossia relationship, where Dutch was the higher and more prestigious language, and Frisian was the language of home and of the family. Today Dutch enters into and cannot be kept out of the intimate spheres of the home, friends, family and neighbourhood. At the same time Frisian seeks to 'conquer' some of the higher domains of education, media and public administration. Frisian has made inroads in areas where it

was not used 50 years ago. This implies that it is far less clear what language to use, at what moment in time, or who is going or not going to use Frisian. Dutch is the language that is taken for granted, Frisian is the marked language most, but not all, of the time. Conscious speakers of Frisian or RLS activists may find themselves frequently in a situation of 'competing bilingualism'. However, as a written language Frisian has remained quite marginal, thus there is still a diglossic distribution between spoken and written language functions. A number of structural power processes work against the use of Frisian. This is not only at the level of society as a whole, but also in personal interaction between people.” (Gorter, 2001: 231).

Hizkuntza gutxitua biziraun dezan esparru soziogeografiko hemegonikoak izatea zein punturaino den garrantzitsua argitara ematen du Irlandako esperientziak. Ó Riagáinek gogora ekartzen du XX. mende hasieratik irlandera-hiztunen banaketa geografikoa zeharo aldatu dela: mendebaldeko eta hegoaldeko arnasguneetan kontzentratutik egotetik, herrialde osora hedatu dira gaeliko-hiztunak. Hortaz, uniformatu egin da panorama linguistikoa, berdindu da eskualde guztietako irlandera-hiztunen proportzioa (Ó Riagáin, 2001: 199-200).

1920ko hamarkadatik gora egin du irlandera hiztunen proportzioak, baina batez ere eskola-adinean daudenei esker. Adin horretatik aurrera ere hobetu dira erregistroak, baina askoz modu geldoagoan. Erabilera askoz altuagoa da arnasguneetan, nahiz eta, teorian, ezagutzaren datuak berdindu diren eskualde guztietan. Haatik, ingurune soziolinguistikoa guztiz inglesa da eskualde horietatik kanpo, eta horregatik da hain baxua erabilera: ekosistema ez delako gai hiztunak atxikitzeko. Gainera, arnasguneetan neurketatik neurketara behera egiten du erabilerak.

Gaeltacht-etan (gaelikoa nagusi den eremuak) behera egin zuen nabarmen ezagutzak 1970tik aurrera, Ó Riagáin iritziz, ezkontza mistoak ugaritu zirelako eta transmisioa ez zegoelako ziurtaturik. Gune horietatik kanpo, etxeen %4an baino ez da gaelikoz egiten. (Ó Riagáin, 2001: 202-203)

Ildo beretsuan, Strubellek kezka agertzen du gaztelaniak katalanari egiten dion presioa erabatekoa dela uste baitu. Horrekin batera, Prats et al.-ek (1990: 60-62) idatzitakoa gogora ekartzen du, alegia, diglosia bukatzen ari dela, ez dagoela gizartean esparru elebakar katalanik, eta elebitasun soziala gizartearen esparru guztietara hedatu dela, horrek dakarren arriskuarekin: ezegonkorra da elebitasun soziala, linguistikoki egoera batetik besterako igarobidea, eta horregatik dago katalana historian inoiz baino mehatxatuago (Strubell, 2001: 266).

Hizkuntza zapaltzailea gizarteko esparru guztietan presente egoteak hizkuntza gutxituaren kalitatean txarrerako eragiten duela berresten du Strubellek: haren esanetan, katalanaren ulermena hedatu arren hizkuntzaren kalitateak behera egin du, jatortasun lexiko, gramatikal eta fonetikoaren kaltetan, espainieraren eraginez. Haatik, irakurtzeko eta idazteko gai diren herritarren kopurua inoiz baino handiagoa da; horren isla da *El Periódico* eta *La Vanguardia* 1997an katalanezko edizio arrakastatsuak martxan jarri izana (Strubell, 2001: 278).

Hedabideei dagokienez, Kataluniako esperientziak erakusten du daukaten balioa, batez ere ikus-entzunezkoek. Alde batetik, komunitate baten parte izatearen pertzepzioa hedatzen dute ikusleen artean. Bestetik, hedabideek lan aukera ugari sortzen dituzte hizkuntza gutxituko hiztunen artean.

Hala ere, Strubell-ek uste du Fishman-ek gutxietsi zuela hizkuntza zapaltzailearen hedabideek duten eragin negatiboa (Strubell, 2001: 262-263).

Orokorrean, katalanaren erabilerak gora egin du, batez ere lehen belaunaldiko katalanen artean. Bikote mistoek garrantzi handia dute igoera horretan, baina ematen du transmisioa bermaturik dagoela, bai gurasoak katalan-hiztunak bai erdaldunak direnen kasuan. Gazte gehienak jatorrizko elebidunak dira gaur egun. Hala ere, hizkuntzaren etorkizuna ez da hain ziurra, Bartzelonako eremuan jatorriz erdaldunak direnek duten pisu demografikoa, eta hizkuntza-hautuan arau interetnikolinguistiko negatiboak indarrean darraiten heinean (Strubell, 2001: 278-279).

Baina, Euskal Herrira itzuliz, zein da Zalbideren ustez euskararen biziraupena bermatuko lukeen diglosia-mota? Lehenik eta behin ama hizkuntza gisa transmititu beharko litzateke. Euskarak konpartimentalizazio soziogeografiko argirik ez duenez, beharrezkoa du konpartimentalizazio sozio-funtzionala, alegia, hizkuntzaren esparru ez arautuetan jaun eta jabe izatea, eta horretarako euskarak etxeko hizkuntza izan behar du.

Fishman-ek ere argi eta garbi egiten du etxeko erabilera-esparruan lan egiteari lehentasuna ematearen alde. Eremu horretan hizkuntza jasotzeak, hots, ama hizkuntza izateak, hurrengo belaunaldiei transmisioa egiteko aukerak handitzen ditu.

Haren esanetan, hizkuntza gutxituek euren egoera hobetzeko baliabide gutxi dituzte, eta, hortaz, ondo hautatu behar dute zeintzuk diren indartu behar diren funtzioak. Era berean, hamaika ekintza egiteko moduko baliabiderik ez dagoenez, funtzioen arteko loturak zeintzuk diren ondo jakin behar da, hartu daitezkeen neurriak eraginkorrak izan daitezen (Fishman, 2001: 14).

Fishmanen hausnarketak Euskal Herrira ekarrita, esan daiteke eskolak hizkuntza gutxituan emateak ez duela zuzenean *euskalduntzen*: umeak etxetik datoz hizkuntza menperatzailea hitz egiten, eta eskolatik kanpo eta eskola bukatu ostean ez badu hizkuntza gutxitua hitz egiten, egoerari buelta ematea oso zaila da. Horretan garrantzi berezia du etxeak: gurasoek uste badute eskola elebidunetara eramanda haurrak euskaldunduko direla okerturik daude. Hori ziurtatzeko, eurek ikasi beharko lukete hizkuntza, umeak etxean ere hitz egin dezan. Bestela, bigarren hizkuntza baino ez da izango umearentzat, umearen belaunaldi osoarentzat. Gainera, esan bezala, ume horrek ez badu eskolatik kanpo eta eskolatzeko-prozesua bukatzean hizkuntza gutxitua erabiltzen, heldua denean seme-alabak baditu ez da gai izango hizkuntza hori modu egokian transmititzeko, eta bigarren hizkuntza izango da betirako. Gakoa euskaldunzaharrak *ekoiztea* da:

“It is infinitely easier to socialise children into an environmentally utilised language (no matter how small that environment may be in relative terms) than into one that remains unutilised outside of the easily compartmentalised school-experience.” (Fishman, 2001: 15)

Joxe Manuel Odriozolaren irudiko, oster, “diglosiaren kontzeptua baliagarria da gizarte tradizionalen egitura soziolinguistikoak hautemateko, baina ez du balio gizarte moderno guztiz konplexuetan aplikatzeko” (Odriozola, 2011: 216) Hori dela eta, ez du bideragarri ikusten euskararen biziraupena bermatuko lukeen gutxieneko diglosia formulatzerik, eta glotopolitika *maximalisten* bidea jorratzea beste erremediorik ez du ikusten: “edo euskara hizkuntza hegemonikoa bihurtzen da lurralde osoan edo zatiren batean ala euskaldungoarenak egin du” (Odriozola, 2011: 219). Haren ustez, Zalbidere proposamenak bazterreko lekua baino ez lioke utziko euskarari gizartean, “ez Mitxelenak opa zion leku duina”. Arnasguneetan ere ez du posible ikusten diglosia, eta, hortaz, euskal testuinguruan desagertutzat jo daitekeen errealitatea da.

Horrez gain, Odriozolak ez du bat egiten Zalbiderekin diglosiaren definizio zientifikoa eta aseptikoa erabiltzearen inguruan. Lehenaren ustez, hizkuntzen arteko ukipenak sortzen dituen menperatze-menpekotasun egorearen aurrean, soziolinguistak lubakiaren alde batean edo bestean kokatu behar dira.

Bestalde, Zalbidek diglosia definitzeko erabili duten irizpideak Euskal Herriko egoera soziolinguistikoaren kasuan ez direla guztiz betetzen ohartarazi zuen Lionel Jolyk:

“Diglosiaren osagaiak, atributu eta ezaugarriak laburbiltzen ditu Zalbidek, gehienbat Fishmanen eredia jarraituz: diglosia gertaera soziala da, iraunkorra izan behar du, egoera diglosikoetan konpartimentazio soziofuntzionala gertatzen da hizkuntzen artean, hizkuntzak eskuratzeko bideak

ezberdinak dira (eskola vs eguneroko jarduera) eta diglosia ez da gatazka iturri nabarmen. Hemen ikusi dugunez aurreneko lau puntuak argiak badira azken puntua, gatazkarena, hain argia ez da.” (Joly, 2011: 194)

Sarasuak ez du elebitasun sozial orekatuan sinesten, eta hizkuntzek, bizirauteko, hegemonia-guneak behar dituztela uste du (Sarasua, 2013: 97). Euskararen kasuan, baina, ez du uste hegemonia hori geografikoa izan daitekeenik, hots, lurralde jakin batean euskara nagusitu daitekeenik. Hala, uste du biziraupenerako bermea hizkuntzak betetzen dituen funtzioak direla, eta ez lurraldetasuna. Komunitatea saretzearen alde egiten du, espazio hegemonikoak lortzeko han eta hemen:

“Oreka partzialak bila ditzakegu. Globalki hizkuntza bakoitzak lurralde berean bere espazioa izatea ere izan liteke desio egoki, eta errealitate. Baina aldi berean ohartu beharko dugu hasteko, horretarako ere hizkuntzek (batez ere hiztun komunitate txikienean, edo desabantailan daudenean) beren nagusitasun-guneak, beren hegemonia-esparruak beharko dituztela berauetan funtzioak bete ahal izateko. Nagusitasun gune hauek izan litezke familia, eskolak, auzoak edo gune funtzional handiagoak. Gune funtzionalik gabe hizkuntzak ez du berotasunik.” (Sarasua, 2013: 97)

Maria Jose Azurmendik ohartarazten du konpartimentazio soziofuntzional eta soziogeografikoak euskararen etorkizunerako izan ditzakeen arriskuez. Haren ustez, irtenbidea baizik galbidea litzateke egoera horren aldeko apustua egitea:

“Gauza bat da ikustea halako konpartimentazio motatara goazela, pixkanaka, egunean (shift), baina bestea da hau horrela izan behar duela onartzea, eta nik ez dut onartzen,

benetan nahi badugu euskararen etorkizuna ziurtatu (reversing shift)." (Azurmendi, 2011: 169)

Paula Kasaresek onartzen du Zalbidek defendatutako tesiaren lehen atala, alegia, Euskal Herriko egoera soziolinguistikoa ez dela diglosikoa. Ez dago ados, oster, bigarren partearekin: ez du uste euskarak diglosia motaren bat behar duenik salbazioa bermatzeko (Kasares, 2011: 200). Halaber, Zalbidek planteatzen du lehen hizkuntza gisa transmititzean eta eguneroko esparru ez-formaletan nagusi izatean jarri beharko litzatekeela indarra, esparru formalagoak erdaren esku utziz. Kasaresek uste du konpartimentalizazio horri euskarak ez liokeela etekin handirik aterako:

"Hiztun talde bateko belaunaldi bakoitzak kide berriak (ahal den gehienak) bere hizkuntzan sozializatzeko dituen bide-aukerak ez dira familia bidezko hizkuntza transmisioaren esparrura mugatzen, ez eta Fishmanen (1991) home-family-neighborhood-community multzora ere, erabilera esparru horiek hizkuntzaren belaunez belauneko jarraipena zurkaizten badute ere. Eskola, zerbitzuak, hedabideak, kultura industriak... horietatik kanpo dagoen hizkuntzak zer aukera du hiztunen adierazpide ohikoa izateari segitzeko?" (Kasares, 2011: 201)

Herri euskaldunetan tradizionalki egon den diglosiak euskara eta gaztelania maila ezberdinetan jartzen zituela ondorioztatzen du Kasaresek, harreman hierarkiko hiztunengan ondorioak izan zituela, eta, hortaz, ez dio diglosia-mota horri onurarik ikusten. Gainera, diglosia desagertzen ari den diagnostikoarekin ez dago guztiz ados, eta euskarak zenbait eskualdeetan eskolan, etxean edo aisialdian espazioa irabazi duela aipatzen du, nahiz eta funtzio horiek eksklusibotasunean ez eskuratu.

Bestalde, familian eta auzoan euskaraz egiteko, eguneroko gertukotasuna oinarri duten harreman guztietan euskara indartsu bilakatzearen beharra nabarmentzen du:

“Fishmanen home-family-neighborhood-community, etxe-auzo-ingurumen hurbila erabilera-esparrua lehentasunezkoa da, baina bai eta eskola, Zalbideren auzogintza eta ohiko zerbitzuak ere, tokiko hedabideak barne. Hau da, hiztunek bertze hiztunekiko hizkuntza maizen eta harremanik estuenetan erabiltzen duten esparruak dira euskararen erabilera ahalbidetu, erraztu eta gizarte-araua bilakatzeko premiarik handiena dutenak.” (Kasares, 2011: 203-204)

Horrez gain, Kasaresek nabarmentzen du bermatu behar dela haur eta gazteen familiaz kanpoko harremanetan eta kontsumoan euskara eskuragarri izatea.

Mikel Zalbideren irudiko, berriz, IKTek “ohiko konpartimentazio moldeak” ukitu dituzte, baina ez guztiz suntsitu, eta, ondorioz, etxe-auzo-lagunarteak, hots, sozializazio-gune primarioak, garrantzirik handiena duen joko-zelai linguistikoa izaten jarraitzen du:

“Lehen baino panorama inhospitoagoa ekarri du modernitateak sozializazio-gune horietara: egia da hori. Baina orain gutxira arte mintzajardunaren eta ama-hizkuntzaren belaunez belauneko jarraipen-gune nagusi izandako etxe-auzo-lagunarte konplexua ez du, bistan denez, osorik desegin. Konplexu horrek (ez internetek eta ez zenbait IKTk) bihurtzen ditu 2011n ere Soriako haurrak gaztelaniazko hiztun, Wipperführt-ekoak deutschsprachige Kinder eta Oportoko neska-mutilak falantes de portugueses. Bizirik dago horietan belaunez belauneko ama-hizkuntzaren transmisio-bide arrunta, ingelesa jaun eta jabe den ehun kanaletik

gorako telebista aukeren eta internet-sare aberatsaren garai supraetniko honetan ere.” (Zalbide, 2011b: 229)

Alabaina, komunikabideek eragindako konpartimentazio soziofuntzionaletan eta, batez ere, hedabideen esparruan planteatutako litezkeen banaketa diglosiko adostuen balizko ondorioetan arakatu aurretik, identitatearen eta kontsumo mediatikoaren arteko harremana jorratu beharko genukeelakoan gaude.

5. HEDABIDEAK ETA IDENTITATEA

Identitatea hizkuntza gutxituetako hiztunek hedabideekin egiten dituzten hizkuntza-hautuen arrazoi edo motibazio nagusi gisa dakusan autorearik ez da falta. Hala ere, identitatearen indartzaile izateari beste faktore batzuk gehitu behar zaizkio. Zuberogoiak (2003), esaterako, garrantzi handia eman zion hizkuntzatik haratago doan ikuspegi autozentratuaren kontzeptuari eta hedabideak mota guztietako gaiak euskaraz jorratzeari.

5.1. IDENTITATEA DEFINITUZ: (IRUDIKATUTAKO) GUTASUNAK

Alabaina, identitatearen inguruan hitz egiten hasi aurretik ondo zedarritu beharko genituzke kontzeptuaren mugak. Zein da identitatearen definizioa? Galderari erantzuna ematen laguntzeko oso erabilgarri zaigu Lorenzi-Cioldik eta Doisek egindako berrikusketa historikoa:

“El diccionario asocia el término identidad con la similitud y la comunidad, la unidad y la permanencia, y lo opone a la alteridad, al contraste, a la diferencia, a la distinción. La identidad es así el carácter de lo idéntico. Algo muy distinto ocurre en psicología social. Para James (1890), Cooley (1902) o Mead (1934-1963), más allá de sus divergencias, la identidad está claramente anclada en la relación de lo individual y de lo colectivo, de las personas y de sus grupos de pertenencia. Está propiamente enraizada en lo que (...) no es idéntico, y se enriquece de esta diferencia. Es, no obstante, tras los famosos trabajos de H. Tajfel (...) cuando la identidad, tanto a nivel individual como colectivo, empieza a analizarse

como la construcción de una diferencia, la elaboración de un contraste, la puesta en evidencia de una alteridad.” (Lorenzi-Cioldi eta Doise, 1996: 71)

Hortaz, Tajfelek identitate sozialari buruz plazaraturiko teoriak (1972) identitatea definitzeko bide berria irekiko luke Lorenzi-Cioldiren eta Doiseren aburuz, zeinetan bestetasuna kontzeptuaren beraren funtsa den.

Andersonen (1983) pausuak jarraituz, Calhounek azaltzen du gizabanakoek historikoki talde handien kideztat hartu izan dutela beraien burua, baina giza multzo horiek funtsean ez daudela lotuta aurrez aurreko harreman pertsonalen bitartez, identitate komunen bidez baizik (Calhoun, 1991: 95-96). Hain zuzen ere, aurrez aurreko harremanetan oinarritutako munduaren eta giza masa handiak biltzen dituzten gizarte sistema antolatuen arteko apurketa garaikidetasunaren ikurretako bat dela adierazten du Calhounek. Hala ere, banaketa horrek esanahi berri bat hartu du, aurrez aurrekoak ez diren erakundeek askoz ahalmen handiagoa baitute gizarte antolatzeko, aldaketa teknologiko eta garraioen iraultzari esker (Calhoun, 1991: 96).

Gizarte interakzio garaikidean aurrez aurreko harremanak bizitza pribatuaren euskarri izaten segitzen dute, baina esparru publikoan, eta, bereziki, boterea egikaritzeko orduan, irudikatutako komunitatearen muinean dauden zeharkako harremanak nagusitzen dira:

“Direct interpersonal relationships organize less and less of public life, however –less and less of the crucially determinant

institutions controlling material resources and exercising social power.” (Calhoun, 1991: 102-103)

Irudikatutako komunitate horiek, zuzeneko harremanetan oinarrituta ez egon arren, gizarte harremanen isla direla gaineratzen du. Zeharkako harreman sozial horiek beharrezkoak lirateke komunitateko kideak lotzeko eta beraien identitateei garrantzia emango dieten botere esparruak definitzeko:

“People without direct interpersonal relations with each other are led by the mediation of the world of political symbols to imagine themselves as members of communities defined by common ascriptive characteristics, personal tastes, habits or concerns. These are understood at least sometimes as communities because of the strong sense of fellow-feeling, common interest and shared identity. But at the same time, they are crucially imagined because of the their difference from local communities and others based on direct interpersonal relationships. Imagined communities are essentially categorical identities.” (Calhoun, 1991: 108)

Izan ere, Bourdieuk azaltzen duenez taldekidetasunen eraikuntza praktikoa eta teorikoa arrakastatsua izan dadin berebiziko garrantzia du aldez aurretik partaideen arteko gertutasun soziala existitzea:

“la labor simbólica de constitución o de consagración que es necesaria para crear un grupo unido (...) tiene tantas más posibilidades de alcanzar el éxito cuanto que los agentes sociales sobre los que se ejerce estén más propensos, debido a su proximidad en el espacio de las posiciones sociales y también de las disposiciones y de los intereses asociados a estas posiciones, a reconocerse mutuamente y a reconocerse en un mismo proyecto (político u otro.)” (Bourdieu, 1997a: 49)

Halaber, Calhounek gogora ekartzen ditu Andersonen hitzak, zeintzuen arabera nazioa irudikatzea posible izan zen inprimatze teknologiei lotutako komunikazioa kapitalismoarekin eta munduko hizkuntza aniztasunarekin²² izandako interazkioaren ondorioz. Horri lotuta, Calhounek iradokitzen du ikus-entzunezko komunikabideek, erlijioek eta nazionalismoak azkartu zutela irudikatutako komunitateen eraikuntza. Prozesu horretan telebistak izandako garrantzia nabarmentzen du bereziki, hainbat arrazoi direla medio:

“Contemporary communications media play an especially important role in constituting these imagined communities. Not only do broadcast media and more specialized channels such as computer networks facilitate mechanisms of coordination of action through indirect relationships, at the same time, some of these media -television especially- simulate directness of relationship. Television offers visual and aural information at the same time, something closer to the physical embodiment of experiential learning.” (Calhoun, 1991: 109-110)

Hortaz, zeharkako harremanak bideratzeko ahalmen teknikoa izateaz gain, elkarren arteko zuzeneko harremana izatearen fikzioa eragiten du ikus-entzuleengan, eta, ondorioz, identifikazio sozialerako tresna boteretsua da telebista:

“Television and other mass media offer extraordinary potential for furthering the creation of imagined communities, both as objects of identification and as object of antagonism.” (Calhoun, 1991: 111)

²² Zehazki, Andersonen “the fatality of human linguistic diversity” aipatzen du. (Anderson, 1983: 46) Calhoun-en aipatua (Calhoun, 1991: 109).

Aurreko lerroetatik inferitzen denez, taldekidetasuna definitzen duten erreferente kultural eta moralen sistema identifikatzeko bide ematen digu telebistak, baina, aldi berean, taldekidetasun hori kanpotik definitzen duten ezaugarriak ere eramaten ditu gure egongelara. Hots, taldekidetasunaren muina ulertzeko, definizioa bezain garrantzitsuak dira antonimoak. Kideak bezain garrantzitsu, kide ez direnak. Hain zuzen ere, ez legokeelako identifikaziorako biderik alteritate/bestetasun sozial horren faltan.

Izan ere, Tajfelek defendatzen du norbanakoek euren talde identitatea mantenduko dutela gizartean ondo baloratuta dagoen heinean, eta beste talde batzuetako kide izaten saiatuko direla partaidetza horrek kutsu negatiboa duenean. Beraz, identitate sozialaren aspektu positibo zein negatiboez beste gizarte-taldeekiko alderaketaren bidez baino ez dute esanahirik; hau da, norbanakoek besteekin konparatu behar dute euren burua balioesteko (Tajfel, 1984: 75).

Tajfelek berak emandako definizioaren arabera, identitate soziala estuki lotuta dago norbanakoak talde horren parte izatearen kontzientziarekin:

“entenderemos por identidad social aquella parte del autoconcepto de un individuo que deriva del conocimiento de su pertenencia a un grupo (o grupos) social junto con el significado valorativo y emocional asociado a dicha pertenencia.” (Tajfel, 1984: 292)

Nork bere taldeari izaera kolektiboa ematen dioten ezaugarriak eta beste taldeko ezaugarriak alderatzen dituenean, orduan du taldekidetasunak inoiz baino esanahi sakonagoa. Taldeen arteko alderaketa horietan

gauzatzen den botere-harremana zilegia ez dela antzematen denean, talde azpiratuko partaideak euren burua talde dominatzaileko kideekin konparatzen hasiko dira:

“la ilegitimidad percibida de las relaciones actuales de status, poder, dominación o cualquier otro diferencial implica el desarrollo de algunas dimensiones de comparabilidad (...) allí donde no existía.” (Tajfel, 1984: 304)

Gutxiengo baten parte sentitzeko, berriz, taldekideak gutxitasun horrek eragindako kalteak pairatu behar ditu. Testuinguru horretan, hizkuntza gutxituaren aldeko mugimendua taldearen autoestimu kolektiboa handitzeko giltzarrietako bat izan daitekeela uste du Tajfel-ek:

“Los movimientos dirigidos al restablecimiento de un status igual o alto para el idioma propio de una minoría étnica van acompañados a menudo de fuerte carga emocional. El idioma nacional se convierte fácilmente en uno de los principales símbolos de diferenciación con dignidad, de una autodefinición positiva.” (Tajfel, 1984: 379)

Giza-taldeen arteko dinamika horretan, homogeneitate-efektua deritzonak agerian uzten du norberaren taldeko kideak (*Gutxi* edo endotaldea) eta beste taldeetako partaideak (*Haiek* edo exotaldea) antzemateko orduan alde handia dagoela:

“El efecto de homogeneidad del exogrupo es la tendencia a percibir y a juzgar a los miembros de un exogrupo de forma menos diversificada y heterogénea que los miembros de dicho grupo.” (Lorenzi-Cioldi eta Doise, 1996: 78)

Lorenzi-Cioldiren eta Doiseren ustez, exotaldea homogeneizatzeko joerak erakutsiko luke identitate sozialaren teoriak proposatzen dituen

ereduak ez direla nahikoak identitatea sortzeko prozesua azaltzeko, teoria horren arabera norbanakoek beste taldeengandik bereizteko eta bere taldekideen berdinak izateko balio duten ezaugarriak erabiltzen baitituzte. Hala ere, taldeen arteko dimentsio konparatibo horrek indarra galtzen du alderaketa talde bereko bi norbanakoren artean egiten denean; orduan, dimentsio interpertsonalak hartuko luke garrantzia. Alta, aldi berean hainbat kategorizazio-maila erabiltzeko beharra nabarmendu dute egileek:

“La personalización del individuo y la identidad personal, por un lado, y la homogeneidad de los grupos y la identidad social, por otro, no mantienen necesariamente relaciones antagónicas. (...) Una diferenciación entre yo y “otro”, al menos en el endogrupo, coexistiría con una diferenciación entre “nosotros” y “ellos”. ” (Lorenzi-Cioldi eta Doise: 1996: 80)

Horrekin batera, Lorenzi-Cioldik eta Doisek gogora ekarri zuten exotaldea homogeneizatzeko joera prestigioa edo boterea duen taldeko partaideen artean ematen dela batik bat, Fiskeren (1993) eta Henleyen (1973) lanen ildotik (Lorenzi-Cioldi eta Doise: 1996: 83). Modu zehatzean laburbiltzearen:

“Un prestigio más elevado estaría ligado a una mayor personalización de los miembros del endogrupo.” (Lorenzi-Cioldi eta Doise: 1996: 87)

Moralesek eta Paezek (1996) ere zalantzan jartzen dute identitate sozialaren teoriaren hainbat aspektu. Hasteko, desberdintasun egoeran endotaldearen alde egiteko joera zalantzarria dela uste dute, eta Mesak, Huicik eta Garriga-Trillok (1993) Mellilako ikasle kristau zein

musulmanekin egindako lana erabiltzen dute adibide gisa. Izan ere, azken ikerketa horren emaitzek argi utzi zuten estatusa duen taldeko kideek (ikasle kristauek) exotaldea modu homogeneoagoan antzematen zutela; nerabe musulmanek, ordea, euren taldea homogeneoagoa zela uste zuten. Euren ondorioen arabera, gutxiengoek modu homogeneoan irudikatzen dute euren burua, eta gehiengoek exotaldea antzematen dute endotaldea baino homogeneoago (Morales eta Paez, 1996: 6).

Deschampsek eta Beauvoisek, berriz, gogora ekartzen dute Jonesek eta Mc Gillisek (1976) norbanakoen jokabidea aurreikusteko moduei buruz esandakoa. Azken horien arabera, bi modu nagusi daude pertsonen jokamoldea zein izango den aldez aurretik epaitzeko: kategorian oinarritutakoa eta pertsonan oinarritutakoa. Lehenaren arabera, norbanako horiek partaide diren taldeei atxikitako ezaugarri estereotipatuetan oinarriturik aurreikusten dugu nola jokatu duen:

“Cuando sabemos que tal individuo pertenece a tal grupo particular, nuestros estereotipos intervienen y cabe esperar, por ejemplo, que un científico reaccione de manera más racional que un literato. (...) Los miembros de un mismo espacio sociocultural tendrían, por lo tanto, expectativas relativamente idénticas de cara a los miembros de una misma subcultura.” (Deschamps eta Beauvois, 1996: 97)

Portaera aurreikusteko bigarren modua, berriz, pertsonari lotuta dago guztiz: subjektua aldez aurretik ezagutzen dugu, hainbat egoeraren aurrean nolako erantzuna eman duen badakigu, eta, ondorioz, bere izaeraren inguruko ideia zehatza daukagu. Bi mekanismo horien bidez azalduko genuke besteen portaera:

“La idea central es, por lo tanto, que las personas interpretan lo que hacen o lo que hace el otro (...) como algo gobernado por fuerzas inherentes a las personas implicadas (causalidad interna), o que tiene su origen en el entorno (causalidad externa).” (Deschamps eta Beauvois, 1996: 98)

Oinarri horretatik abiatutik, Deschampsek eta Beauvoisek ondorioztatzen dute gertakizun negatiboen aurrean barne-arrazoia erabiltzen dela exotaldearen kasuan (*berez horrelakoak direlako egin dute*), eta kanpo-arrazoia, berriz, endotaldearen kasuan (*baldintzek behartuta egin dugu*). Biek ala biek uste dute prozesu horrek endotaldearen identitate sozial positiboa mantentzeko akuilu dela, Tajfelen identitate sozialaren teoria aintzat hartuz gero (Deschamps eta Beauvois, 1996: 104).

Taldeen arteko botere-harremanetan ere funtzionatuko luke mekanismo horrek. Puntu honetan, Deschampsek eta Beauvoisek Guimond eta Simarden lana (1979) dakarte gogora: azken bien arabera, talde zapalduko eta zapaltzaileko kideek azalpen-mota desberdina emango diote zapalkuntzari. Lehenek sistemari egotziko diote erantzukizuna (kanpoko arrazoiak) eta bigarrenek, berriz, norbanakoei (barrukoak). Dena den, talde zapalduak ikuspuntu hori hartu dezakete edo bestea, alegia, talde zapaltzailearen eskemak onartu edo ez (Deschamps eta Beauvois, 1996: 107-108).

Capozzak eta Volpatok gogora ekartzen dutenez, identitate sozialaren teoriaren arabera norbanakoek autoestimua igotzeko alternatibak bilatuko dituzte euren identitate soziala negatiboa dela sentitzen badute. Exotaldearen estatusa gainetik egoteko arrazoiak zilegiak eta aldaezinak

direla sentitzen badute, eta taldeen arteko mugak iragankorrak direla uste badute, pertsonak erabaki indibidualak hartuko dituzte euren taldea utzi eta bestera joateko (Tajfel, 1981). Taldeen arteko mugak zeharkaezinak direla uste badute, taldearen barruan alderaketa indibidualera joko dute: beste taldekideekin alderatuz ez dute euren talde identitatearekiko estimua handitzen, baina bai euren identitate pertsonalarekiko. Taldeen arteko estatus diferentzia zilegi ez dela ikusten denean, edo desoreka hori ezegonkorra dela pentsatzen dutenean, orduan talde gutxituko kideak talde gisa arituko dira estatusa aldatzeko ahaleginean (Capozza eta Volpato, 1996: 42-44).

Hala ere, Capozzak eta Volpatok nabarmentzen dute identitate sozialaren teoriaren baitan autoestimua eta identitatearen arteko harremana ikusteko moduari hainbat kritika egin zaizkiola. Izan ere, diskriminazioak estatus baxuko taldekideengan identitate indartzaile gisa funtzionatzen duela frogatu zuten Oakesek eta Turnesek (1980) zein Lemyrek eta Smithek (1985) (Capozza eta Volpato, 1996: 45), Tajfelek planteatutakoaren kontrara.

Pertsonen jokabidea auresateko kategoriak eta norbanakoan oinarritutako estrategiak erabil ditzakegula azaldu dugu dagoeneko. Bada Corneillek eta Leyensek (1996) azpimarratzen dutenez, kategorizazio soziala ez da esanahi neutroen unibertso batean garatzen, interakzio sozial jakinen baitan baizik. Ideia hori hornitzeko, Smith eta Zaràteren (1992) lana jarri zuten adibide gisa:

“Consideran claramente que los criterios de similaridad utilizados por un sujeto en una tarea de juicio social podrían depender de sus teorías acerca de la naturaleza del objeto

percibido, y de las relaciones que éste mantendría con otros objetos (...) Es, entonces, esencial tener en cuenta las motivaciones y objetivos del sujeto perceptor en el estudio de la categorización.” (Corneille eta Leyens, 1996: 53)

Epai sozial horretan ideologiak berebiziko garrantzia duela baieztatzen du Ibañezek (1996). Haren irudiko, ideologiak norbanakoen diskurtsoa zein jokabidea markatzen du eta errealitatea distortsiona dezake, baina errealitatea interpretatzeko erabiltzen ditugun moduei esanahia eta koherentzia ematen die. Hala ere, Billig et al.-en ildotik (1988), ezein ideologiak mundua modu bakar eta zehatzean emateko tresna denik ezeztatzen du, ideologia guztiek barne kontraesanak baitituzte:

“El individuo no se encuentra dotado de un "programa de interpretación de la realidad" por el simple hecho de estar insertado en un conjunto de posiciones sociales y particulares de una ideología determinada, sino que debe recurrir a sus propias habilidades e iniciativas para conferir sentido a la realidad. Esto explica la diversidad de significaciones que construyen los individuos a partir de una misma ideología o de un mismo juego de inserciones sociales.” (Ibáñez, 1996: 314).

Hori dela eta, gizarte fenomenoek azalpena, eta, horien baitan, taldearteko fenomenoena, ez litzateke burmuinean bilatu behar, gizartean baizik (Ibáñez, 1996: 320). Era berean, diskurtsoak aldagai kultural, linguistiko, sozial eta kognitiboek baldintzatuta leudeke.

Taldekidetasun horiek eraikitze bidean, Sarasuak (2013) nabarmentzen du aro garaikideko ideia abstraktu nagusiak izan zirela askatasuna, berdintasuna eta senidetasuna (Frantziar Iraultzako *liberté, égalité, fraternité* ezagunak), baina ideologia modernoek ez dutela ekoitzi “identitatearen

gramatika osasuntsurik”. Bere iritziz, “kulturen eta hizkuntzen aniztasunari nondik heldu ez du jakin modernitate ilustratuak” (Sarasua, 2013: 17). Hala ere, estatu garaikideek berdintasunaren ideia homogeneizazio kulturalaren mesedetan erabili dutela ekartzen du gogora. Gaur egun, estatuen saiakera uniformizatzailuez gain, hizkuntza gutxituek inoizko eskaintza kultural oparo eta eskuragarrienari egin behar diote aurre. Etxetik jasotzen duten mintzoa eta kultura kanpotik jasotako osagaiekin nahasten ditu, gero eta gehiago, XXI. mendeko norbanakoak.

5.2. IDENTITATE ERAIKIGARRIAK: PUSH (JARRAI)/ PULL (IREKI)

Hortaz, identitatea sortzeko prozesuan hainbat aldagaik hartzen dute parte; batzuk hautagarriak eta beste batzuk, printzipioz, hautaezinak. James Lullen ustez, mendebaldeko gizarte garaikideetan norbanakoak eraikitzen ditu, gero eta gehiago, bere kultura pertsonalaren ezaugarriak. Prozesu hori gertatzen den une berean, baina, identitate kolektiboak aterpea ematen jarraitzen dio gizakiaren ziurgabetasunei:

“The diversity and amount of cultural information to which people have access today encourages unprecedented personal cultural experimentation and self-reliance. But a seemingly contrasting development -cultural retrenchment- is also taking place. The remarkable rise of the individual in globalization has changed but not erased the role of collective Culture as a stable, guiding source of belongingness, security and identity.” (Lull, 2006: 44)

Lullek dioenez bi joera horiek kontraesankorrak ematen dute, baina errealitatean txanponaren aurkia eta ifrentzua dira. Bi norabidetan hedatzen den identitatearen eraikuntza horri *the push and the pull of culture* deitu zion. *Push* kulturalaren baitan leudeke aurreko belaunaldiengandik jasotako aspektuak, hautagarriak ez direnak, hala nola ama hizkuntza, oinarritzko gizarte-balioak edo gastronomia. *Pull* kulturala, berriz, guk geuk hautatzen ditugun ezaugarri kulturalak dira, gure identitate kulturalaren atal autoeraikiak. Hortaz, Jon Sarasuak *Hiztunpolisa* saiakeran plazaratutako *jarraidura* eta *irekidura* kontzeptuekin bat letorke, hurrenez hurren, *push* eta *pull* kulturala. Haren esanetan, *jarraidura* aurreko belaunaldiek transmititutako etika, hizkuntzaren arkitektura eta bestelako kultur balioak lirateke:

“Jarraidura gizakiaren sen kultural oinarritzkoa da. Senekoa dugu eman digutenari jarraipena ematea, jaso dugunaren gainean gure nortasuna txertatzea eta ondorengoei pasatzea. (...) Gizakiok jarraidura gara. Fluxu erraldoien eramaile.” (Sarasua, 2013: 129)

Irekidura, berriz, garai bakoitzean kanpoko emari kulturaletik barneratzen dugun lehengai kulturala izango litzateke:

“Unean unekoari zabalik egotea: ingurukoek ekarri digutenari, ezarri zaigunari, sortu diren eraginei, teknologiari, etengabeko inarrote kultural neketsuari...irekita egotea. Unean-unekoa jasotzea, ikastea eta liseritzea. (...) Ez da zaila hori ikustea euskaltasunaren material kultural oso-osoan.” (Sarasua, 2013: 132)

Sarasuaren ustez, hizkuntza komunitate batek bi jarrera horien beharra du biziraungo badu eta sasoian sasoikoari egokituko bada. Lullen esanetan, berriz, behar kolektibo eta indibidualen isla lirateke aldi berean:

“The push and pull refers to the dynamic and dialectical nexus between Culture and culture, between the cultural life of the group and that of the individual.” (Lull, 2006: 46)

Pull kulturalak erakarpen indar handia du gaur egun, baina Lullek Baumanen hitzak ekartzen ditu gogora: gaur eguneko ziurgabetasunek indibidualizazio-indar itzela dute, eta horren ondorioz interes kolektiboak iraganean baino are abstraktuagoak bilakatu dira. Ziurgabetasun horren aurrean, *push* kulturalak egonkortasuna eskaintzen die norbanakoei, eta, aurreikus daitezkeen ohituretan oinarritutako egunerokotasunak ematen duen ziurtasun hori beharrezkoa denez, jarraidura horrek inoiz ez du guztiz funtzionatzen indar zapaltzaile gisa:

“Individual persons today chase their dreams with unprecedented energy and latitude but they still need to connect, communicate, and commune with others. (...) Familiar cultural structures and traits act as commodious resources for physical survival, psychological stability, and identity. (...) People rely on the ‘push’ side culture to maintain the integrity and viability of the familiar in a increasingly incomprehensive and dangerous world. (...) That’s why Culture never functions solely as an unwanted, dominating, limiting force that is imposed on individual persons. To the contrary, most people depend on Culture for great comfort, even for survival.” (Lull, 2006: 47)

Hala ere, Lullen irudiko *push* horrek munduaren ikuspegi zurruna dakar berekin, baita beste taldeekiko aurreiritziak ere. Dena den, gaur egun mundu mailako giza-mugikortasunaren eraginez, identitatearen arlo transmititua gero eta gutxiago eman daiteke egintzat:

“The push of culture therefore increasingly refers to the shared experience of particular signs in a crowded and highly competitive symbolic environment.” (Lull, 2006: 46)

Pull kulturala, berriz, mendebaldeko zibilizazioa deritzonarekin lotzen du Lullek. Haren iritziz, kapitalismoak eta merkataritzak ekarri dute modernizazioa eta globalizazioa, eta eragin ideologiko eta kultural horiek gogor kolpatu dituzte gizarte tradizionalak, batez ere, XX. mendetik aurrera. *Irekidura* horrek aukera kulturala anitzagoa izatea ekarri du, eta, horrekin batera, bizimodu ezberdinen onarpena. Dena den, gizarte-eredu indibidualistak bereikoikeriara eraman gaitzakeela ohartarazi du, AEBetako adibidea jarrita. Gehiegizko indibidualizazioak kalte handiak eragin diezazkioke gizarteari:

“Contemporary cultural activity widens disparities between social classes, the general argument goes, and threatens the stability of cultural communities.” (Lull, 2006: 50)

Hautuak hautu, Josu Amezagaren irudiko nork bere identitatea bideratzen duen hizkuntza hautatzen du, eta gaur egungo euskaldun askorentzat euskara tresna bat baino ez da, ez bere nortasunaren adierazpide (Amezaga, 2009: 53). Halaber, euskara eta gaztelaniaren arteko elkarbizitza gatazkatsua dela uste du, eta, hortaz, kulturantzatasuna, bi kultura horiei dagokienez, formulatzen zaila da Euskal Herrian:

“Kultura-aniztasunaren inguruan irakurtzen dudanean, eta ikusten dudanean nortasun partekatuen kontzeptuak, Britainia Handiko turkiarren kasuan adibidez, turkiar sentitzen dira eta baita ere britainiar. Hori oso polita iruditzen zait, ederto. Baina Turkia eta Britainia Handia ez daude gatazkan, eta gurean nortasun horiek, orain partekatuak izan behar omen ditugun nortasun horiek gatazkan daude. Orduan, fenomeno oso desberdina da. Zelan eramaten dugu partekatze hori aurrera, gatazka egoera baten erdian?” (Amezaga, 2009: 63)

Amezagak bezala, Sarasuak ere uste du hainbat hizkuntza jakin daitezkeela, baina bakarrak hezurmamitzen duela norbanakoen identitatea:

“Besteak beste, esaten dut ni portugésaren komunitatekoa ere banaizela momentu honetan, eta gaztelarakea ere bai, eta ingelesekoa ere neurritxo batean, baina badaude diferentziak. Nik sentitzen dut euskara dela nire ardura-komunitatea, besteak dira nire erabilera-komunitateak, baita nire gozamen-komunitateak, baina euskara sentitzen dut nire ardura-komunitatea.” (Sarasua, 2009: 65)

Cormackek ere uste du identitatea eta hizkuntza estuki lotuta daudela. Are gehiago, gizakiak taldeen parte izateko beharra dute, eta taldekidetasun hori hizkuntza erabilera bereizi baten bidez adierazten da (Cormack., 2000: 5). Hala, hizkuntza ez da identitatearen ezinbesteko elementua, baina bai oso parte garrantzitsua, eta identitate kolektibo jakin bati eusteko aldagai erabakigarria. Ildo bereean, Koldo Diazek azaltzen du euskal identitatea anitza dela, eta ez dagoela hura definitzen duen elementu zentral eta bakarrik, ezta euskara ere. Euskara elementu nagusia litzateke, indar sinboliko handikoa, baina ez bakarra. Hala, “praktika eta euskal identitate-erreferente aniztasun honek Euskal Herriak osatzen

duen komunitatearen baitan kolektibitate txikiagoak daudela” proposatzen du Diazek (2014: 83), gaineratuz, Anduagaren hitzei jarraiki (2013), *naizio multipolarizatu* gisa ulertu beharko genukeela.

Gaur egun kanpoko eraginari itzuri egitea ezinezkoa da Fishmanen ustez, eta benetako gakoa da jatorrizko identitate etnokulturalak zein punturaino barneratzen duen beste kulturaren *outputa*:

“Syncretism is a far greater principle of nonideological daily life than either intellectuals or elites care to recognize. Ultimately, the issue becomes not whether but what or how much of the outside to admit into the inside, how much of the new (and once-foreign) to indigenize, to synthesize, to incorporate into the preexisting and phenomenologically “authentic” tradition. Modern ethnic identity includes many hitherto foreign/modern ingredients that may once have appeared disjointed and contentious but that have now been digested and authenticized nevertheless.” (Fishman, 1985c: 94)

Dena den, hizkuntza identifikaziorako tresna da; askotan, jatorriaren edo sorterriaren aurretik pertsonak elkarri talde bereko kide aitortzeko bidea izaten da mintzaira:

“It has been found in Québec, among Franco-Americans in Maine, and in Wales (Taylor et al., 1973; Giles et al., 1976; Giles et al., in press) that ethnic group members identify more closely with someone who shares their language than with someone who shares their cultural background. For instance, Welsh bilinguals will consider themselves more similar to an Englishman who spoke Welsh than to a Welshman who spoke English.” (Giles, Bourhis, eta Taylor, 1977: 326).

Identitate linguistikoa eta hizkuntza erabilera norberak hauta dezake, eraiki dezake. Jatorria, berriz, aurrez emandako aldagaia da. Pertsona batekin identifikatzeko, gure hizkuntza erabiltzeak gure sorterrikoa izateak baino garrantzi handiagoa izango luke, hortaz. Halaber, nor bere taldeko hizkuntzarekiko fideltasunak gora egin dezake beste taldeko hiztunez inguratuta dauden pertsonen artean:

“Chapman et al. (...) refer to a similar point by citing a study which showed that the strongest feelings of language loyalty among the Welsh are in English-speaking counties of Wales. An ethnic group’s speech style can seemingly only assume salience as a marker of ethnic identity in relation to the existence of a contrasting ethnic group.” (Giles, Bourhis, eta Taylor, 1977: 328-329).

Jacqueline Urla antropologoaren ustez, hizkuntza nortasunaren adierazpide litzateke; hau da, kultura baten kosmobisioa hizkuntzaren bidez adierazten da, eta, hortaz, hizkuntza bereganatu gabe ez da posible kultura baten mundu ikuskera ulertzea:

“Antropologoaren ustez, hizkuntzaren bidez eskuratzen da kultura. Hizkuntzak berak kulturaren produktu ere badira, hau da, irudikapen sinbolikoko sistemak, kolektiboak denboraren poderioz sortuak eta etengabe garatuz doazenak. Kultura bat benetan ezagutzeko, benetan ulertzeko, bertakoen komunikazio-hizkuntza edo — hizkuntzak ikasi behar direla truisimo bat da. Antropologoentzat, kulturaren espresioa da hizkuntza. Nahiz literatura jasoko prosa izan nahiz nerabeen kaleko hizkera izan, hizkuntzan ikusten dira gizarte-balioak, genero-harremanak, denbora— eta nortasun- kontzeptuak: beti ohartzen ez bagara ere, garen bezalakoak egiten gaituzte. Are gehiago: hizkuntza edo bere erabilera ezagutu ezean, nolabait ere kultura horretatik kanpora zaude.” (Urla, 2009: 73).

Ildo beretik, Urlak dioenez nazio baten parte izateko parametroak ulertzen diren moduaren arabera, adituek bi naziotasun mota nagusi daudela esan izan dute. Alde batetik naziotasun etnikoak leudeke, alemaniarra litzatekeelarik haren adibide prototipikoa. Kasu horietan, norbanakoak naziokide gisa onartzeko irizpideak kulturalak edo arrazialak lirateke. Bestetik, naziotasun zibikoak leudeke, Frantziakoa esaterako, non balio edo ideologia jakin bat atxikitako norbanakoek osatzen duten nazioa. Urlak bereizketa hori zalantzan jartzen du, eta, nolanahi ere, argi adierazten du euskal naziotasuna ezin dela sailkapen horretako lehen taldean sartu:

“Txillardegik sortzen lagundutako diskurtsotik hirugarren nazio-nortasun bat jaiotzen da —pragmatikoa— non naziokide eta partaide izateko irizpideak ez datozen jaiotzatik ez sinesmen soiletik, baizik eta euskara hitz egitetik.” (Urla, 2009: 75)

Hala, euskal identitate nazionala hizkuntzaren inguruan egituratuko litzateke, euskararen inguruan, alegia. Alabaina, Urlak ohartarazten du ez dagoela “euskal munduaren kide izateko edo espresatzeko bide bakar bat” (Urla, 2009: 80), eta hori gizarte konplexu guztietan gertatzen dela.

Erramun Baxokek azaltzen duenez, naziotasun etniko eta zibikoaren arteko banaketaz gain, nortasun kolektiboa eraikitze bideen arteko banaketa ere egin daiteke, eta horrek hizkuntzarekiko atxikimendua eraldatuko luke, sinbolikoa izatetik praktikoa izatera igarotzen baita:

“Nortasun kolektiboari buruz bi ikusmolde nagusi badira: primordialismoa eta konstruktibismoa. Primordialismoaren arabera nortasuna betidanikako izaera esentzial bati buruzko

leialtasuna da. Ezaugarri nagusiak dira sorterrria, arbasoak, hizkuntza, ohiturak, historia. Ikusmolde tradizional hau adierazten dute ez bakarrik adin talde zaharrenetan, bai eta ere modernitatearen aroan.

Baina post-modernitean sartzean, bereziki globaltasunarekin eta komunikazio teknika berriekin, nortasunak beste itxura bat hartzen du eta konstruktibismoak esplikazio hobea ematen digu: nortasuna da giza bakoitzak beretzat eraikitzen duen zerbait, lehenagoko kulturaz jabetuz bai eta ere inguruko kulturak onartuz. Motibazio eskasa aipatzen dugularik maizenik motibazio aldaketa bat da.” (Baxok, 2009: 124-125)

Etxeberriaren ustez, ordea, motibazio mota berri hori ez litzateke nahikoa, eta hizkuntza ikasteko “behar-beharrezkoak dira hizkuntza horrekiko afektu-loturak garatzea, lotura pragmatikoez eta instrumentalez gain; izan ere, hizkuntza norberaren bizitzan eta kulturaren integratzen denean, inklusio-sentimenduak sortzen dira” (Etxeberria, 2009: 139) Hala ere, aurretik aipatu dugun legez, *Euskara EAE*n: *gaitasuna, erabilera eta iritzia* txostenaren arabera nortasun nazionalak eta ideologia politikoak ez dute eragin handirik euskararen erabilerari dagokionez (Martinez de Luna, 2013: 67). Izan ere, Albert Bastardasek uste du nortasuna ez dela ez eksklusiboa ez unitarioa, eta pertsona bakoitzak hainbat nortasun eduki ditzakeela, bere baitan mailakaturik (Bastardas, 2011: 21).

Ildo berean, Baumanek baieztatzen du XXI. mendean norbanakoen identitateak etengabe eraikitzen direla, definizioz:

“En pocas palabras, la “individualización” consiste en transformar la “identidad” humana de algo “dado” en una

“tarea”, y en hacer responsables a los actores de la realización de esta tarea y de sus consecuencias (así como de los efectos colaterales) de su desempeño. (...) Con esto, los humanos ya no “nacen a” su identidad. Según la famosa frase de Jean-Paul Sartre, “no basta con nacer burgués, hay que vivir la vida como un burgués” (...) La modernidad reemplaza la heteronomía del sustrato social determinante por la obligatoria y compulsiva autodeterminación.” (Bauman, 2009: 37)

Estamentu-gizartea desagertzean, norabanakoek deserrotze prozesu batean murgiltzen zirela uste du Baumanek, baina gero berriz errotzen zirela, euren klasearen parte ziren ezaugarriak eta portaerak barneratu behar baitzituzten. Indibidualizazioa parametro horien arabera egiten zen garaia *leben modernitatea* deitzen dio. Egungo *bigarren modernitatean*, berriz, ez dago balizko errotze baten itzaropenik, norbanakoak guztiz deserroturik baitaude:

“No nos equivoquemos: ahora, como antes (...) la individualización es un destino, no una elección. En la tierra de la libertad individual de elección, la opción de escapar a la individualización y de rehusarse a tomar parte de ese juego es algo enfáticamente no contemplado.” (Bauman, 2009: 39)

Hala, gizarte garaikidean pertsonak ezin dute bidearen bukaera ideal bat irudikatu, ideala bidea bera delako; etengabeko mugimendua, alegia:

“Todas las imágenes de una sociedad feliz pintadas por distintas brochas y en variados colores durante los últimos dos siglos demostraron ser quimeras inalcanzables o, en los casos en los que su advenimiento se produjo, insoportables (...) todas las visiones de un mundo hecho a medida pintadas hasta ahora resultan indigeribles, y todas las que aún no han sido dibujadas son sospechosas a priori. Hoy viajamos sin una

idea de destino que nos guíe. Ni buscamos una sociedad mejor ni sabemos con certeza qué elemento de la sociedad en la que vivimos nos hace indiferentes y nos impulsa a escapar.” (Bauman, 2009: 143)

Modernitate likidoan garapena ez da helmuga, bidea baizik. Ziurgabetasun horrek desmobilizazioa ekar lezakeela ohartarazten du Baumanek. Dena den, horrekin batera azaltzen du etengabeko hautu horretatik alde egiteko lehen aukera etnizitatea dela. Hain zuzen ere, aldez aurretik emandakoa delako eta taldekidetasuna eta ziurtasuna sentitzeko jotzen dute modernitate likidoko garaiko norabanakoek etnizitatearen sutondora:

“A diferencia de otras variedades de identidad, la idea de etnicidad tienen gran carga semántica. Supone axiomáticamente un casamiento oficiado en el cielo, que ningún esfuerzo humano puede separar, una suerte de vínculo de unidad predeterminado que precede a todas las negociaciones y pactos sobre derechos y obligaciones. En otras palabras, la homogeneidad que supuestamente marca a las entidades étnicas es heterónoma: no un artefacto humano, ni tampoco, por cierto, un producto de la actual generación de humanos. No es raro, entonces, que la etnicidad sea la primera opción cuando se trata de aislarse del aterrador espacio polifónico donde “nadie sabe hablar con nadie”, ocultándose en un “nicho seguro” donde “todos son iguales” y donde, por lo tanto, no hay mucho de qué hablar y de lo poco que queda se puede hablar fácilmente.” (Bauman, 2009: 115-116)

Ildo berean, Meluccik nabarmentzen du ziurgabetasuna eta hautatu beharra direla gizarte garaikideetako ezaugarririk behinenak:

“Si la experiencia de la incertidumbre se erige en un componente constitutivo de la vida cotidiana, ésta viene

marcada cada vez con más frecuencia por una paradoja, por el hecho de que imposible no elegir. Para actuar nos vemos constreñidos a efectuar elecciones cada vez con más frecuencia y de forma inevitable. (...) Esto precisamente crea la paradoja, porque la elección, que desde siempre se asoció con la idea de la voluntad y de la libertad, se convierte en una necesidad, es decir, que es imposible no elegir entre las distintas posibilidades. (...) en los sistemas contemporáneos la elección y la decisión pasan a ser el único destino.” (Melucci, 2001: 88)

Identitatea, beraz, ez da inoiz gehiago aurrez emandakoa, egunez egun eraikitzen den kontzeptua baizik. Halaber, norbanakoa da prozesu horren erantzule bakarra:

“La identidad, la misma palabra lo expresa en su raíz semántica, es un concepto esencialista que hace referencia a una sustancia o a una estructura estable con la que el individuo o el grupo se identifican. Las transformaciones mencionadas nos alejan cada vez más de la idea de un sujeto o de un actor que tendría un núcleo fuerte definido metafísicamente y desplazan la atención hacia los procesos a través de los cuales los individuos o los grupos se definen, “construyen” eso que, con cierta dificultad, continuamos llamando su identidad.

En segundo lugar, los procesos de construcción del significado son cada vez más prerrogativa de los actores individuales, a los que socialmente se les dota de recursos adecuados a este fin. Se podría afirmar, paradójicamente, que el actor social es cada vez más el individuo.” (Melucci, 2001: 89-90)

Hala ere, taldekidetasun etnikoaren sentimendua ez da ahuldu. Etengabe hautatu beharraren ondorioz, partaidetza etnikoak mekanismo beharrezkoa izaten jarraitzen du pertsonentzat:

“Los nuevos sentimientos de pertenencia étnica no son meras herencias de una tradición enraizada en la historia del estado-nación, sino que son el producto específico de los cambios que están teniendo lugar actualmente en las sociedades complejas. (...) Mientras que otros lazos de pertenencia grupal se han debilitado o disuelto, la solidaridad étnica responde a necesidades identitarias que operan no sólo en el plano material, sino también en el simbólico.” (Melucci, 2001:102)

Hortaz, mundu globalizatu honetan nork bere ekintzen zioa aurkitzeko bidea da etnizitatea, eta ez bakarrik zapalkuntza kultural eta linguistikoari aurre egiteko modua. Finean, identitate eraikigarrien munduan kidetza etnikoak ondo zedarritutako balio eta sinboloen sistema eskaintzen dizkie norbanakoei.

Aitzitik, gaur egungo herritarren pertenenzia sinbolikoak anitzak direla nabarmentzen du Meluccik, eta etnizitatea etengabe eraikitzen jarraitzen dugun identitate horren alderdi bat baino ez litzateke:

“Los individuos ya no pertenecen sólo a un grupo o a una comunidad. Un rasgo que caracteriza a la sociedad contemporánea es precisamente la multiplicación de pertenencias. El hecho de que un individuo viva en un lugar determinado y tenga un cierto trabajo ya no define de manera unívoca su identidad. (...) Todo ello ha dado lugar a una proliferación de los modos en que los individuos se definen a sí mismos.” (Melucci, 2001: 136)

5.3. MENU KULTURALA, HEDABIDEETAN ERE

Errealitate horren gauzatze mediatikoa kontsumo joeren indibidualizazioa litzateke. Komunikabideen eskaintza eduki-mota anitzagoak eskainiz gizarte-joera horretara egokitu da publiko gero eta segmentatuagoetara heltzeko. Hedabideen kontsumo indibidualak, baina, besteengandik banatzen gaitu, eta horrek, Lull-en hitzetan (2006), berekoikeria hauspotzen du. Hala ere, norbanakoa ezin da bakarrik subjektu berekoi gisa kontzeptuatu, azken finean, garaikidetasunaren esperientzia kulturalaren motorea baita. Garraiobideen iraultzak eta baliabide sinboliko eta kulturalen eskaintza ugartu izanak eragin du norbanakoek sormena lantzea, eta modu independenteagoan jokatzea.

Baumanek bere *Liquid Modernity*-n (2006) adierazten du indibidualizazioak norbanakoak defendatzeko aukerarik gabe uzten dituela egitura zapaltzaile erraldioen aurrean, eta Lull ez dator ikuspegi horrekin bat (Lull, 2006: 52). Haren ustez, *push* eta *pull* kulturalak ez dira elkarren kontrakoak, prozesu berberaren bi alderdi baizik; elkarren osagarri diren alderdiak, gainera:

“A robust array of collective affiliations and more individualized identities contribute to cognitive balance and stability. Culture frames, limits and empowers at the same time.” (Lull, 2006: 54)

AEBak jadanik ez dira ikus-entzunezko ekoizpenak eta horien bitartez mundu ikuskera esportatzen dituen herrialde bakarra (Morley, 2006: 30-

31), baina mundu mailako merkatu mediatikoa menderatzen jarraitzen dute. Asko hitz egin da globalizazioaz, alegia, globalizazioarekin batera tokiko adierazpen kulturalak izan duten berpizteaz. Hedabideen esparruan, egia da mundu mailako saioak tokian tokiko errealitatera eta gustuetara egokitzen direla, baina Morleyk ohartarazten duenez, programa horiek Estatu Batuetan sortutako eredu bertsioak baino ez dira. Haatik, haren ustez ez da erraza inperialismo kulturalaren aurrean defendatzea eta nor bere kultura defendatzea esentzialismoan erori gabe:

“Evidently, the problem here is how one is to define what constitutes the original, indigenous, culturally pure forms that are to be defended, without falling into an essentialist position. How far in history do you have to go to find the pure elements to be defended?” (Morley, 2006: 36)

Horrez gain, Morleyk gogora ekartzen du kultura bat definitzeko norbaitek hartu behar duela definizio hori zehazteko ardura, eta kultura definitzen duten aldagaien artean naziotasuna ez dela bakarra:

“The question of what is foreign to who may not necessarily be, primarily, a matter of nationality -it can be a matter of ethnicity, class, region, gender or generation.” (Morley, 2006: 36)

Horrek azalduko luke zergatik Britania Handiko langile klaseek hain harrera ona egin zieten Estatu Batuetako telebista saioei: tokiko goi klaseen ereduak birsortzen zituzten programa nazionalak baino, klaseen arteko panorama irekiagoa erakusten zuten produktu estatubatuarrek nahiago izan zituzten, Morleyen hitzetan. Hala ere, beste kulturengandik elementuak inportatzeko merkatuan zenbait herrialde besteak baino askoz hobeto kokatuta daudela aitortzen du, hots, “the forms of

foreignness primarily available for importation are still mainly, if no longer exclusively, Anglo-American” (Morley, 2006: 38).

Horrenbestez, Morleyk ondorioztatzen du hibridazio kulturala duela zenbait hamarkada baino handiagoa dela globalizazioaren ondorioz, baita hedabideetan eta hedabideen bitartez ere. Hala ere, inportazio kulturalak norabide bakarrekoak izateari utzi dioten arren, AEBek euren ikuspegia eta kultura komunikabideen bitartez beste herrialdeetara esportatzen jarraitzen dute era masiboan, eta, oro har, zentro igorle horretatik kanpo dauden hainbat periferiak esanahi-hartzaileak baino ez dira. Dena den, mundu globalizatu horren barnean zenbait azpisistema daudela gogora ekartzen du, eta leku guztien arteko distantziak murriztu arren batzuk elkarrengandik gertuago daudela, ez dagoela ekidistantzia kultural unibertsalik:

“When Hardt and Negri claim that “Empire presents a superficial world, the virtual centre of which can be accessed immediately from any point across the surface” (Hardt and Negri 2000: 53) we might bear in mind how difficult it still is to get from Dakar to Brazaville without passing through Paris.” (Morley, 2006: 40).

5.4. HEDABIDEEN ROLA IDENTITATE ERAIKIGARRIETAN

Hedabideen esparruan, nork bere kontsumoa homologatzeko modua izaten da besteek ere gauza bera kontsumitzea; hau da, gehiengo baten parte sentitzeko lasaitasuna ematen dute zenbait produktuk, nahiz eta beste kontsumitzaileekin harremanik ez sortu:

“Según palabras de Liisa Uusitalo, “los consumidores suelen compartir los espacios físicos de consumo como salas de conciertos o exhibición, sitios turísticos, de actividad deportiva, shoppings y cafeterías, sin mantener ningún tipo de interacción social” (1998: 221) Esos espacios instan a la acción, no a la interacción. El hecho de compartir el espacio físico con otros actores abocados a una actividad semejante añade importancia a la acción, le da el sello de la “aprobación numérica” y de ese modo corrobora su sentido, lo justifica sin necesidad de mayor argumentación.” (Bauman, 2009: 105)

Telebistaren kasu zehatzean, Landabideak (2013) uste du kontsumoak arlo sozial oso argia duela. Hala, ikusitakoari buruz beste pertsonekin hitz egitea saio bat jarraitzearen esperientziaren baitan legoke:

“Televisual leisure experiences do not necessarily start when switching on the TV set nor end when it is switched off. The relations with television are more overarching than exposure.” (Landabidea, 2013: 488)

Metaelkarrizketa horiek programaren aurretik, bitartean eta ostean ematen dira eta oso azkar egokitu dira sare sozialetara, joera global bilakatuz. Testuinguru horretan, esanahia zein hizkuntzatik abiatuta sortzen den oso garrantzitsutzat jotzen du Meluccik. Izan ere, nork bere hizkuntza erabiltzeak errealitatea interpretatzeko modu bereizia eta propioa sortzeko bidea litzateke, oro har esanahi globalizatua gailentzen den unean:

“Una dimensión de los conflictos que atraviesan todos los movimientos étnicos y culturales es completamente novedoso y no pertenece de modo privilegiado a estos actores sociales: cobra forma como un conflicto de

denominación, un conflicto sobre el significado de las palabras y las cosas en una sociedad en la que el nombre suplanta en grado creciente a la realidad. Precisamente por ese motivo, el idioma, a través de la identidad étnica y lingüística, cobra tanta importancia: en la sociedad de la información de hoy, el modo en que denominamos a las cosas decide inmediatamente su propia existencia. El componente idiomático en los conflictos étnicos es, por lo tanto, no simplemente la reivindicación de un derecho tradicional (...) Idiomas diferentes dan lugar a mundos diferentes, y el vínculo con la lengua materna (...) capacita al individuo para denominar el mundo como él o ella desea, resistiendo u oponiéndose al léxico estandarizado impuesto por los centros planetarios de la cultura de masas.” (Melucci, 2001: 117)

Izan ere, ez dugu ahaztu behar boterea, funtsean, arestian aipatutako esanahien eraikuntzaren bitartez erabiltzen dela:

“El poder se ejerce fundamentalmente construyendo significados en la mente humana mediante los procesos de comunicación que tienen lugar en las redes multimedia globales-locales de comunicación de masas, incluida la autocomunicación de masas.” (Castells, 2009: 535)

Prozesuon baitan aniztasun handia dagoela aitortu arren, Castellsek uste du eraikuntza sinboliko guztiak komunikabide multimediek sortzen eta hedatzen dituzten mezuen mendekoak direla (Castells, 2009: 536). Haren esanetan, sare sozialen arrakastak komunikazio korporazio handiek tradizionalki bete izan dute informazioaren *gatekeeping* rola kolokan jartzen badu ere, oraindik orain hedabide handiek eragin handia dute eta erabiltzaileak konektatzeko ahalmen handia izaten jarraitzen dute. Komunikabideek euren boterea mantentzearen zioa bikoitza litzateke: alde batetik, interneteko komunikazio fluxurik handienak haien bitartez

gauzatzen dira, eta bestetik, informazio webgunerik bisitatuetak hedabide-korporazio ezagunenak dira, mezuaren iturri gisa markari ematen zaion balioa dela eta (Castells, 2009: 536-538). Hala, bere irudiko, herritarrek esanahien eraikuntza independentea gauzatu ahal izateko internetek posible egin dituen komunikazio-sareak mantentzea ezinbestekoa da.

Masa-kultura globalizatuaren aroan, errealitatea interpretatzeko hedabideek eskaintzen duten markoak eragin handia du, bereziki gazteengan. Horrenbestez, identitatearen eraikuntza prozesua osatzeko elementuak nondik eskuratzen dituzten baldintzatuko ditu gazte horien mundu sinboliko indibidualaren ezaugarriak. Haatik, arestian aipatu legez, globalizazioak homogeneizazio-prozesua eragin du kulturen alorrean, “modu industrialean ekoizitako kultur produktuen” (Amezaga, 2009: 45) bitartez. Estatuak indarra galdu du nortasun emaile gisa, ez delako herritarren eguneroko arazoak konpontzeko gai eta erakunde supranazionalak (Europar Batasunak, esaterako) “nazio nortasuna birsortzeko zenbait mekanismo” (Amezaga, 2009: 45) kendu dizkiotelako (moneta, berbarako). Testuinguru aldakor, global eta homogeneizatzaile horretan, estaturik gabeko nazioekiko pertenezia sentimenduak norabanakoen beharrian identitarioak asetzeko mekanismo gisa baliatzen ari direla uste du Amezagak, Castellsek (1997) eta Meluccik (2001) esandakoaren ildotik:

“Castellsek bezala, Meluccik ere ikusten ditu estaturik gabeko nortasun etnikoak gure aro honetan banakoak dituen nortasun beharrei erantzuteko aukera bezala. Eskaini dezaketen atxikimendua aukera izan daiteke jendartearen konplexutasuna eragiten ari den zentzuaren galerari aurre egiteko. Areago, mintzaira hegemonikoen aurrean talde

hauek beren hizkuntzaren bidez errealitatea modu propioan izendatzeko duten ahalmena, Melucciren arabera, abantaila handia da etorkizunari aurre egiteko.” (Amezaga, 2009: 46)

Diazek ere baieztatzen du erakundeek identitate emaile gisa indarra galdu dutela norbanakoen mesedetan. Eszenatoki berri horretan norbanakoek hartu dute protagonismoa, identitate aniztasuna da nagusi gizartean eta, hausnarketa horiek Euskal Herrira ekarrita, orain artekoekin alderatuta “bestelako galdera eta tresna kontzeptualak beharrezkoak izango dira egungo euskal identitatea ikertzeko eta ulertzeko” (Diaz, 2013: 36). Halaber, “euskal identitatea eta Euskal Herria bera ideia politiko eta ideologiko bat jarraitu baino, batez ere egunerokotasuneko plano sozialean eraikitzen dela” deritzo (Diaz, 2013: 83), eta gure irudiko identitatea eraikitzen duten eguneroko praktika horiean bete-betean sartzen da hedabideen kontsumoa.

Nortasun kolektiboak sortzeko prozesu horretan hedabideak XIX. mendetik eragilerik garrantzitsuenak izan direla uste du Amezagak. Identitatea eraikitzeko komunikabideek duten indarra hiru dimentsiotan gorpuztuko litzateke:

“Batetik, komunikabideak taldea definitzen duten ezaugarri objektiboen hedatzaileak dira; bestetik, komunikabideek eremu publikoaren euskarria ematen dute; azkenik, komunikabideak ikur hedatzaile garrantzitsuenak dira.” (Amezaga, 2009: 46)

Era berean, komunikabideek eta hizkuntzak talde identitatean jokatzeko dituzten paperak estuki lotuta daudela baieztatzen du. Lehenik eta behin, hedabideek nortasuna hedatu ahal izateko hizkuntza erabiltzen dutelako

bitarteko gisa. Horrez gain, hizkuntza taldekidetasunaren bereizgarriak aipagarrienetarikoa da, eta beste ezaugarri berezigarriak transmititzeko ezinbesteko tresna da. Halaber, taldearen ikurrak hedatzen ditu eta hiztun-komunitateko kideen arteko harremanak egituratzen ditu (Amezaga, 2009: 49).

Bestalde, Husbandek (1977) nabarmendu zuen hedabideek erabiltzen duten hizkuntzak eragin dezakeela sozialki banatutako taldeek identitatea mantendu dezaten, alegia, zapaltzaile/zapaldu dikotomia betikotzeko tresna izan daitekeela talde jakinei ezaugarri jakinak esleitzen dizkien lexikoa erabiltzea. Ikerketak Erresuma Batuko albisteetan zurien eta beltzen karakterizazioa aztertu zuen, baina ondorioak Euskal Herrira ekar daitezke, bi talde horien ordez euskaldun/erdaldun edo abertzale/unionista dikotomiak erabiliz:

“The news media have been shown to operate professional routines which produced a stylized construction of language; a construction in which existing tendencies inherent in the English language may be exacerbated. This phenomenon, in conjunction with the normative function of the news media, has rendered them powerful agents of White British identity maintenance. For these same reasons, the news media may reasonably be expected to alienate the Black population in the United Kingdom by signalling simultaneously their cultural stigmatization and their institutional oppression. The English language may be unavoidable White, but news media language appears determinedly so.” (Husband 1977, 234)

Telebistak naziotasuna ulertzeko modu desberdinak islatzen ditu eta nortasun nazional mota desberdinak hauspotu ditzake, Hikmet Tabak *Med TV*ren zuzendari ohiak ondo azaltzen duenez:

“Kurds themselves have a new-found enthusiasm for their history: some hope to find evidence that Kurds are the native and oldest people in Mesopotamia, while others prefer the theory that Kurds are truly Europeans and thus close to the dominant civilization of the contemporary world. All these conflicting theories, logical and illogical, show the continuing need to debate and discover the truth about Kurdish history and identity. Med-TV is proud of its contribution to this enterprise.” (Tabak 1997, 22)

Nortasun hautagarri eta mailakatu horien eraikuntzan internetek izan dezakeen papera adituen arteko eztabaidagai izan da. Igor Calzadaren ustez, mundu birtualeko nortasuna mundu errealekoaren berdina litzateke, pertsonak ez baitituzte desberdintzen. Ondorioz, ez du uste, berez, internet mehatxua denik euskaldunek euren hizkuntza-nortasuna alda dezaten (Calzada, in Suberbiola et al., 2009: 52). Elin Haf Gruffyd Jonesen irudiko, berebiziko garrantzia du hiztun komunitateak ikuspegi autozentratua proiektatzea, eta horretarako esparru birtualean ere lehiatu behar da hizkuntza hegemonikoekin:

“Minority languages communities are also only too aware of the economic and socio-political implications of being the object of others' cultural gaze rather than actually producing one's own vision of the world. Communities must be able to project images of themselves, rather than being the subject of other communities' view of them. In the global environment of the information age, this will become even more important. Creating communicative spaces is essential for every group which sees itself as a cohesive unit.” (Jones, 1997: 48)

Ikuspegi autozentratutik sortutako edukiek hiztun komunitatearen autoestimua lantzeko modu eraginkorra izan daitezke, gainera. Izan ere,

hizkuntza gutxituaren erabilgarritasuna kolokan jartzen dute hiztunetako askok, bai arlo komunikatiboan bai ekonomikoan:

“On the one hand, the perception Breton speakers have of the use of thier language in contemporary society exemplifies the phenomenon of self-depreciation minority cultures have to cope with. It arises from the problem of the economic and cultural integration.” (Michon and Guyot 1997, 87)

Bretainiera hiztunek hizkuntzarekiko zituzten pertzepzioei buruzko ikerketa batetik ateratako ondorioak dira aurrekoak. Hortaz, bretoi askok hizkuntza ez zuten lehiakor ikusten mundializazioaren garaian, baina azterketan zehar hain justu kontrako jarrera ere azaleratu zela argitu zuten Michonek eta Guyotek:

“This second commonly held attitude reveals what Armand Mattelart calls ‘the revenge of cultures’, that is the re-emergence of cultural singularities as an answer to the homogeneization brought about by the process of internationalization.” (Michon and Guyot 1997, 87)

Amezagak, Aranak, Basterretxeak eta Iturriotzek (2000) aipatzen dute Castellsek (1997) egindako lana, eta bigarren ikuspegi horrekin bat dator:

“M. Castells (1997), in an exhaustive study of globalization processes, has analysed this phenomenon, and reached the conclusion that collective identities are not disappearing, but changing, precisely as a reaction against economic, political, cultural and social globalization. An example of this would be the persistence and even increase of ‘national questions’ throughout Europe.” (Amezaga et al., 2000: 17)

Azpillagak (2000) ere agerian uzten du komunikabideetan globalizazioa eta tokiko identitateen indartzea aldi berean ematen diren fenomenoak direla:

“In this new media and audiovisual field, characterized by globalization and technological development, culture thus takes on greater prominences which in turn extends, to a large degree, into the public sphere and the political arena. Conversely, the processes of the formation of cultural identity becomes more and more complex. This is due in particular to the reinforced, though unequal, interaction of global, national and local planes, but also to the increasing fragmentation and individualization of communicative and cultural consumption and references.” (Azpillaga 2000, 64)

Internetek eta globalizazioak hizkuntza gutxituetan eragiten dute eta eragingo dute, ez dago zalantzarik. Aitzitik, Cormacken iritziz, mundu mailako komunikazioaren paradigmak ez ditu hizkuntza gutxituak, berez, ez salbatuko ez behin betiko lurperatuko. Haren ustez, gakoa identitatean dago:

“Globalization is often assumed to sound the death knell for minority languages, and there can be little doubt that it presents a serious threat. (...) However, such a pessimistic (...) point of view needs to be treated as sceptically as the opposite extreme, which sees broadcasting and the Internet as a unproblematic means of saving minority languages. The problem with such views (...) is that they oversimplify complex situations. In particular, they overlook the interactions between language, media content, collective identity and political culture. The key element here is the notion of identity, which is at the centre of this conceptual matrix.” (Cormack, 2000: 3)

5.5. SARE SOZIALAK, ARNASGUNE POTENTZIAL

Sare sozialen indarraz eta horiek pertsonen benetako harreman-sarearekin duten harremanaz asko hitz egin eta idatzi da azken urteotan. Garabide elkartearen irudiko, internet aldi berean aukera eta arriskua izan daiteke euskararentzako:

“Gaur egungo euskal ziberespazioaren erretratua bi faktore nagusik baldintzatzen dute: alde batetik hizkuntza gutxitu eta diglosikoa izatea, milioi bat hiztunera ere ez iristea, eta, bestetik, Euskal Herriko maila ekonomiko altua, Europako batez bestekoa baino pixka bat altuagoa baita. Lehenengoak euskara hedabide berrietan erabiltzea eragozten du; bigarrenak, berriz, bultzatzen.” (Garabide, 2010: 53).

Ildo beretsuan, Jon Sarasuaren iritziz “interakzio fisikoa duen sare sozialik gabe sare birtualak berehala iraungiko zaizkigu” (Sarasua, in Suberbiola et al., 2009: 56). Aldi berean, interneten beste hizkuntzek eskaintzen duten informazio eta eduki fluxu erraldoiaren aurrean, euskarak kantitatearen ordez kalitatea eskaini behar duela uste du. Igor Calzadaren ustez, berriz, sare sozialak euskal hiztun komunitatea lotzeko eta egituratzeko bidea izan daitezke:

“Sarearen gai horretan, niretzat pauso bat beherago joan behar da. Sareek joan behar dute euskalgintzara, Baionara, Sarara, Tuterara, La Bastidara, Sestaoko hiztunak konektatzera. Gero juntatuko dira edo ez, eskaintzaren arabera.” (Calzada, in Suberbiola et al., 2009: 64)

Sareek hiztun komunitatearen artikulazioan joak dezaketen rola ulertzeko lan giltzarria da Diazen doktore tesia (Diaz, 2013). Gazteek euskal identitatea interneten zelan eraikitzen zuten kualitatiboki aztertzen du Diazek, etnografia digitalaren bidez. Bada, parte hartzaileek eguneroko bizitza offlineko hizkuntza hautuak Facebooken errepikatzen dituztela ondorioztatzen du (Diaz, 2013: 138). Hala, online eta offline errealitateen arteko uztarketa argia dakusa Diazek praktika sozialei dagokienez, edo, zehatzago esanda, “offline munduan jasotako sozializazio prozesuak eta munduak ikuskerek Interneten gauzatzen diren harremanak baldintzatzen dituztela” (Diaz, 2013: 41).

Harreman ez mediatizatu offlineetan nagusiki erdara erabiltzen duten euskaldunentzat, beraz, sare sozialek ez lukete aldaketa nabarmenik ekarriko, eguneroko harreman ez mediatizatueta egiten duten hautu linguistikoaren isla izango bailitzateke sareetako hizkuntza erabilera. Haatik, Diazek berak esaten duen moduan, “interneten, herri bereko biztanleek euskal identitate-erreferenteak konpartitu ditzakete leku geografiko iguala konpartitu gabe” (Diaz, 2013: 202). Azaltzen ari garen moduan, aurrez emandako osagai iturri bakarrez osatutako identitateak gero eta ezohikoagoak dira, eta euskal identitatearen kasuan erantzun oso monokordea jasoko lukeen *zer da* galdera aplikatu beharrean, postmodernitatera egokituago dagoen *zelan eraikitzen da* galdetzea komingarriagoa litzatekeela planteatzen du Diazek. Eszenatoki berri horretan, euskara ez litzateke euskal identitatea *definitzen* duen elementu bakarra, baina bai taldekidetasun hori *eraikitze*ko erreferente nagusia.

Hala, identitate-erreferente partekatuen dislokazio espazio-tenporala posible bada, eta euskara euskal identitate autoeraiki eta multipolar berri

horren elementu nagusia izaten jarraitzen badu, ondoriozta dezakegu euskal hiztun komunitateari dagokionez zentroaren eta periferiaren arteko artikulaziorako lanabesa izan daitekeela sarea, harreman offlineetan erdara erabiltzen dutenek onlineetan euskara erabiltzeko aukera handiagoa baitute, bederen identitatearen elementu gisa aitorpena ematen badiote.

Vilaweb atariko zuzendari Vicent Partalen irudiko, egungo hizkuntza-ekosisteman mundu mailako hizkuntza izatera iristea ez du hiztun kopuruak edo botere politikoak erabakitzen, baizik eta hiztun horiek mundu mailako joeretan presente egoteko borodateak:

“Lehen globalizazioa objektu politiko bat zen eta estatuen esku zegoen, inperioen esku, baina orain bizitzen ari garen globalizazioak denoi eragiten digu, eta geuk erabakitzen dugu parte hartu ala ez. Ez badugu parte hartzen, bazterrean geratzen gara. Ez dut horrelakorik gomendatzen.” (Partal, 2009: 118)

Elebakartasuna lortzearen helburua baztertzen du Partalek, eta hori hala izanik, egungo testuinguruak eleaniztasunaren aldeko apustua egin beharko litzatekeela uste du, hizkuntza gutxituentzako aukera delakoan:

“Eleaniztasunak bidea ematen digu gure hizkuntza hizkuntza kolektibotzat hartzeko, eleaniztasuna errespetatuz harekin elkar ulertzeko, geurea den bakarra delako eta bereizten gaituelako.” (Partal, 2009: 119)

Hizkuntza global izateko erronka horretan, internet hizkuntza gutxituak munduratzeko tresna erabilgarria direla uste du Partalek, alegia, hizkuntza ikustarazteko bidea.

5.6. HEDABIDEEN ESKAINTZA OSOTASUNA

Tom Moringek *functional completeness* kontzeptua aipatzen du, alegia, hizkuntzaren osotasun funtzionala edo normalizazioa. Moringen esanetan, horretara iristeko hiztunak beharrezkoa du hizkuntza horretan funtzio guztiak betetzeko aukera emango dioten hedabide-motak, “that is, that there are media platforms available in the minority language for each type of media” (Moring, 2007: 18-19). *Institutional completeness* hori lortzeko, hizkuntza gutxituetako hedabideek hizkuntza menperatzailekoek eskaintzen dituzten hedabideen kalitatearekin parekatu daitekeen zerbitzu oso bat eskaini behar dute gutxienez. Gainera, hizkuntza gutxituan hainbat motatako edukiak egoteak ziurtatuko du osotasun instituzionala, 1980tik aurrera telebista eta irrati komertzialak zabaltzeko izanak hori eskatzen baitu. Hala ere, zenbait kasutan hori ere ez da nahikoa izaten:

“Depending on the status of the language, the level of bilingualism among the speakers, and also on the territorial distribution of the speakers of a language, even high levels of institutional completeness may not lead to functional completeness.” (Moring, 2007: 19)

Hizkuntza gutxituetako hedabideen eskaintza askotarikoa ez izatearen ondorioak Elena Sintesek ere jarri zituen mahaiaren gainean. Katalunian saltzen den informazio orokorreko eguneroko prentsan komunikabideek katalana erabiltzeko edo ez erabiltzeko arrazoiak aztertu zituen, baita hautaketa hori egiteko arrazoiak, motibazioak eta interesak ere, bere

esanetan, komunikabideak gero eta garrantzi handiagoa baitute kultura hedatzeko. Honako hipotesia planteatu zuen:

“Komunikazio arloko enpresek eta, bereziki, prentsakoek, euren hizkuntz politikak eta estrategiak egiten ditzutenean, zenbait faktorek baldintzatuta daude; lau hauek azpimarratu behar dira, besteak beste: egitura demolinguistikoa, komunikabideen arloko egitura, hizkuntz politika eta nagikeria historikoa.” (Sintes, 2003: 67-68)

Egitura demolinguistikoari dagokionez, Sintesek nabarmentzen du bizilekua, jatorri geografikoa, adina, ikasketa maila eta klasea direla, katalanaren kasuan, balizko kontsumitzaileek hizkuntza jakin eta erabili dezaten gehien eragiten duten aldagaiak. Komunikabideen arloko egituran, berriz, argi adierazten du Bartzelonan argitaratzen den nazio-mailako egunkariak gehiago daudela Espainiara edo nazioartera begira, eta gehienak gaztelaniaz editatzen direla. Bartzelonatik kanpoko egunkariak, oster, tokikoak edo eskualdekoak dira, katalanez argitaratzen dira eta ikuspegi propioa dute (Sintes, 2003: 70-72).

2003an idatzitako artikuluan egoera “paradoxikoa” zela zioen Sintes, biztanleriaren ehuneko handi bat egunkariak katalanez irakurtzeko gai izan arren katalanezko prentsaren eskaintza aurreko garaietan baino txikiagoa baitzen (Sintes, 2003: 74). Haren irudiko, egunkariak katalanez irakurtzeko nagikeria historikoak hedabideen egiturarekin izango zukeen lotura. Beste era batera esanda, eta Habermasek planteatutakoa makulu gisa erabilia, gaztelaniaz irakurtzeko ohitura betikotzen laguntzen zuten komunikabideek:

“Irakurleei dagokienez, Jürgen Habermasen arabera, sistemak bere arauak ezarri ditu eta xedapen bihurtu ditu, eta baieztatu daitezke irakurleek arau horietan oinarritzen dituztela euren ekintzak; beraz, askorentzat gaztelaniaz irakurtzen jarraitzea "naturala" da.” (Sintes, 2003: 74)

Kontuan hartu behar da 2003tik hona prentsaren egituraketa aldatu egin dela Katalunian, eta aipatutako *habitus* historikoa hauspotzen zuten zenbait egunkarik ere katalanezko edizioak kaleratu dituztela. Zerbait (onerako) aldatzen ari den seinale. Haatik, egoera aldatu izanagatik gaurkotasuna izaten jarraitzen du Sintesen analisiak, hizkuntza gutxituetako hedabideak kontsumituak izan daitezen aldagai erabakigarriak zeintzuk diren ulertzen laguntzen baitu.

Hala ere, Moringen ustez hedabideek orokorrean dituzten ondorio edo eragin kulturalak ezin ditugu desberdindu bizitza sozialaren beste aspektuek eragindakoengandik, informazio gutxi baitaukagu arlo horretan (Moring, 2007: 17). Hala ere, hizkuntza gutxituetako hiztunek garatzen duten nortasun kulturalen hedabideek eragin handia dutela baieztatzen du. Haatik, nortasunaren eta hedabideen arteko harremanari baino garrantzi gehiago ematen dio hedabideen eta hizkuntzaren biziraupenaren artean egon daitekeenari:

“But the central question remains: how does speaking a language in the media interact with the survival and development of the language itself?” (Moring, 2007: 18)

Galderari helduz, Moringek erantzun zuen hedabideak edukitzeak hizkuntza batek aurrera egin dezan asko inporta duela. Hori dela eta, berebiziko garrantzia ematen dio osotasun instituzionalari, hots,

hedabide-mota guztiak eskura izateari. Izan ere, Moringen ustez gutxi dira hedabideen esparruan funtzionaltasun maila ona duten gutxiengo linguistikoa; horien artean leudeke euskararen eta katalanaren hiztun-komunitateak, Hego Tiroleko alemaniera-hiztunak eta suederiakoak Finlandian.

Aintzat hartu beharko genuke hedabide-mota asko daudela, horietako bakoitzak modu ezberdin batean eragiten duela gudan, eta kultura-funtzio ezberdin bat betetzen duela. Ondorioz, lehenago ere azaldu dugunez, “for institutional completeness, minority language audiences would have to have access to them all in their own language” (Moring, 2007: 20). Hortaz, ezin da pentsatu internetek beste hedabide-moten funtzioa bete dezakeenik. Moringek berak aipatzen duenez, Carlssonek eta Harriek (2001) internet eta egunkarien kontsumoaren arteko korrelazio positiboa aurkitu zuten hedabide nordikoak aztertzean.

Aurreko guztiak ondorio argiak ditu hizkuntza gutxituetako hedabideentzat: hedabide bakoitzak funtzio bat, eta, are gehiago, egunaren zati bat betetzen badu, eta hizkuntza gutxituak ez badu hedabide panorama osatu bat eskaintzen (demagun interneteko atariak dituela, baina ez telebistarik) zergatik ez du hizkuntza gutxituaren hiztun elebidunak *berea* alde batera utziko *bestean* murgiltzeko? Moringek ondoko moduan planteatu zuen:

“As minority language communities are predominantly bilingual, people that have access to an incomplete set of media outlets in their own (minority) language would not only be tempted (by market mechanisms) but actually forced

to turn to media in the majority language to compensate missing parts.” (Moring, 2007: 23)

Hedabide-mota guztiak eskura izateaz gain, horietako bakoitzean genero eta formatu guztietako edukiak eskura izan behar ditu hizkuntza gutxituko hiztunak, gehiengoaren hizkuntza darabilten komunikabideak hautatuko ez baditu. Ondoko paragrafoak euskaldunontzat oso ezagunak diren egoerak deskribatzen ditu:

“Whereas media in majority languages offer a broad range of programme and newspaper genres, it is customary in states where only limited offerings are available in the minority languages to focus on news, some programmes reflecting events within the minority community, and in the best case some programmes for children.” (Moring, 2007: 25)

Bestalde, adina ere aldagai erabakigarria da Moringentzat. Hizkuntza gutxituetako hedabideei gazteentzako produktuak falta zaizkiela uste du, “even in relatively strong minority language communities” (Moring, 2007: 26), eta, jakina, horrek ez du funtzionaltasun osoa lortzerik uzten. Hortaz, hiztunak hizkuntza hegemonikoa darabilten hedabideetara joko ez badu, hizkuntza gutxituak hedabide-mota guztiak eskaini beharko dizkio, horietako bakoitzean genero eta formatu guztietako edukiak izan beharko ditu eskura, eta adin guztietako jendea aintzat hartu beharko du.

5.7. DIGLOSIA KOMUNIKABIDEETAN?

Beraz, hizkuntza gutxituak eta honetan mintzo diren hedabideek komunikazio euskarri guztietan egon behar dute presente, etorkizunean

erakargarri eta ikusgai izaten jarraitzeko. Bada, Garabide elkarteak atondutako *Hedabideak* txostenean ezin argiago laburbiltzen da euskarazko komunikabideek azken urteetan egindako lana, eta egungo egoeran sektoreak dituen ajeak:

“Azken bi hamarkadatan, euskal komunikabideak historian inoiz ez bezala loratu dira, eta gaur egun inoiz ez bezalako aniztasuna dago prentsa idatzian zein ikus entzunezkoetan, eta, zer esanik ez, Interneten: informazio atari orokorrak, norbanakoenak, espezializatuak eta atalkakoak. Badira komunikabide instituzionalak, kultur elkarteek bultzatutakoak, enpresa proiektuak, eta tokian tokiko egitasmoak. Batzuk zeharo egonkortuta daude, eta erreferentzia dira bakoitza bere esparruan. Beste batzuek arazo larriak dituzte aurrera egiteko, eta diru laguntzen menpe bizi dira. Baina kirol egunkari bat falta da, esaterako; eguneroko gehiago falta dira, eta aldizkari espezializatu gehiago. Falta, asko falta da. Eta, hala ere, asko egin da.”
(Garabide, 2010, 55)

Hortaz, asko egin da aurrera, baina, era berean, ondoko hizkuntzetan, eta gure baitan bizi diren erdaretan ere gehien kontsumitzen diren produktu motak falta ditu euskarazko kazetaritzak. Horren adibiderik argiena litzateke kirol egunkari baten gabezia. Horrez gain periferia geografikoetara hedatzea ere funtsezko beharrezana da euskarazko komunikabideentzat, lehen azaldu dugun moduan hitzunen atomizazioaren ondorioz gero eta euskaldun gehiago dagoelako erdara nagusi den eremuetan. Azken urtetoan 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).

Formatu eta euskarri guztietako edukiak publiko-mota guztientzat sortzeko beharra nabarmentzen da, beraz. Alabaina, hiztun-talde osoarentzat lehentasunak markatzean planteatutako estrategiaren ildo berean, Zalbidek ez du uste euskarazko komunikabideek esparru guztiak bete ditzaketenik, eta indarrak gertuko esparruan jartzeko proposatzen du:

“Ezin zaie hiritarrei beren gustu eta jakingura osoa aseko lukeen euskal telebista, euskal prentsa eta IKT multzorik eman. Posible da, ordea, herritarren interes hurbila erakartzen duten gaiak euskaraz landu eta zirkulazioan jartzea.” (Zalbide, 2011a: 123)

Haatik, Zalbidek hizkuntzaren harreman ez mediatizatuentzat proposatutako akordio diglosikoa hedabideen esparruan ere errepikatzeak nolako eragina izango luke hiztunengan? Alegia, hedabideen barruan euskaraz funtzio horietako gaiak jorratzera mugatu beharko ginateke, gainontzeko guztiak erdaretan jorratuko liratekeelarik? Edo, bestela, proposamenak euskalgintzaren ahaleginak *home-family-neighborhood* eremura zentratzeko deia egiten duenean, euskarazko hedabideetako eduki eta formatuak eremu horretara zuzendutakoak izan behar dutela esan nahi al du, eta, hortaz, euskarak 3. funtzio-mailatik gorako edukiak dituzten hedabideek gaztelaniaren esku utzi behar al ditu?

Lehen galderari erantzuna erantzuna Aitor Zuberogoitiak eman zion bere doktorego-tesian: hedabide elebidunetan euskaraz tokiko gaiak eta euskal kulturari lotutakoak baino ez badira jorratzen, euskaldun berriek ez dute hizkuntza jarraitzeko beharrik sentituko eta euskaldun zaharrek

hizkuntza iletratua dela usteko dute (Zuberogoitia, 2003a: 70); hortaz, banaketa diglosiko horren bidez hedabideek oztopatuko Zalbidek lehentasun gisa dakusan hizkuntzaren transmisio naturala.

Bigarrenari erantzuteko gakoak, berriz, Moringek (2007) jorratutako *functional completeness* zein *institutional completeness* kontzeptuek ematen dizkigute: euskarazko hedabide elebakarrek tokiko gaiak eta euskarari lotutakoak jorratzen badituzte erdarazkoen esku utziz gainontzeko gai guztiak, hiztunek aukera guztiak eskaintzen dizkien hizkuntzara eta hedabideetara joko dute, eta, ondorioz, euskarazkoak ez lirateke hizkuntza-proselitismoa egiteko baliagarriak izango.

Haatik, itaun horien muinari ekiteko, alde z aurretik Txepetxek gai horri lotuta egindako hausnarketa eta sortutako zenbait kontzeptu azaltzea beharrezkoa iruditzen zaigu. Izan ere, Sanchez Carrionen hitzetan, zenbait hiztun natibok inguruneak ezarritako egoera negatiboak gainditu eta hizkuntzaren erabilera oparoa eta anitza egiten dute, eta horrek, aldi berean, beharrizan oso handiak eta konplexuak sortzen dizkie ezagutzari dagokionez; oso motibatuta daude. Puntu horretan, berez lortu duen motibazioak *gainezka* egin dezake, motibazio kulturala izateraino. Orduan, hizkuntzaren jabekuntza-prozesua alderantziz ematen hasiko da, hizkuntza kulturen barneratzeko tresna izaten hasiko den heinean. Motibazioa izaten jarraitzen du, baina, orain, motibazio arrazionala edo kulturala izango du, kontzientzia linguistikoa, alegia. Horrek gehiago jakitera (ezagutza) bultzatuko du (Sánchez Carrión, 1987: 63-64). Beraz, hiztun horiek A ibilbidea osatu eta B ibilbidean barneratzeko beharra sentitzen dute. Horiek dira natibo kulturizatuak, heldu natibizatuak legez

oso gutxi izan arren kualitatiboki oso garrantzitsuak direnak. AB edo BA ibilbideak osatu dituztenak dira.

Natibo kulturizatuek eta heldu natibizatuek osatzen dute hizkuntzaren espazio sinbolikoa. Hitzun horiek hizkuntza edozein erregistro edo egoeretan erabiltzeko gai dira; hots, hitzun osoak dira. Hizkuntza baten bizitasuna gehien baldintzatzen duen faktorea da hitzun hauek osotasunaren zein ehuneko osatzen duten, eta ez hainbeste hitzun kopuru absolutua zein den (Sánchez Carrión, 1987: 65).

Alabaina, hitzun-taldearen proportziorik ahalik eta handienak hizkuntza-jabekuntzaren prozesu osoa burutu ahal izateko (AB edo BA ibilbideak) apurketa-tentsiora heltzea beharrezkoa dela azaldu zuen *Txepetxek*. Hizkuntzak menperakuntza eta atzerakada egoerari buelta ematen hasten dion uneari deitu zion apurketa-tentsioa. Une horretatik aurrera hitzun komunitatea berraitkitzeari ekingo diote hitzunek (Sánchez Carrión, 1987: 375). Jakina, hori gertatu aurretik galera-prozesua moteldu behar da. Berreskurapenak motela izan behar du hasieran, gero eta abiada handiagoa hartzeko.

Hala ere, puntu horretara iritsi ahal izateko hitzun-taldea osatzen duten talde soziolinguistikoak uztartzea beharrezkoa da; egituraketa prozesua aurrera eraman behar da, eta prozesu horretan talde bakoitzak bere ahalmenaren araberako papera izan behar du. “Pero lo que impide a la nación lingüística sometida alcanzar el punto de maduración necesario para producir la tensión de ruptura no es, estrictamente hablando, la desarticulación de sus grupos socio-lingüísticos. Pues esta desarticulación

es un *efecto*, no la *causa*” (Sánchez Carrión, 1987: 381). Benetako zergatia hizkuntza zapalduaren komunitatea osatzen duten taldeen arteko lotura eraginkorra oztopatzeke era artifizialean sortutako tapoiek osatzen dute.

Tapoien kontzeptua bereziki interesatzen zaigu, motibazioa>ezagutza>erabilera edo erabilera>ezagutza>motibazioa ibilbideetan faktore batetik bestera igarotzea oztopatzen baitiote hiztunari, eta, hortaz, hedabideak erabiltzeko beharrezkoa den ezagutza, eta, batez ere, motibazioa garatzea eragotziko diotelako. Faktoreen arteko zirkulazioa eteten duten buxadurak azaldutako ibilbideetako bi norabideetan gertatu daitezke.

Motibazio kulturaletik ezagutza kulturalera igarotzeko oztopo edo tapoia izaera politikoa du: irrealitatearen diskurtsoa da. Diskurtso horrek komunitatea hainbat aukera politikoen artean banatzen du, eta komunitatea bera desagituratzen du. Tapoi hori hizkuntza idealizatzean datza, eta, *Txepetxen* arabera, jatorriz euskal herritarrek izan arren erdaldunak diren gizarte-sektoreetan antzeman daitekeen jarrera da: euskara ikasteko motibazioren bat izan dezakete, baina ez nahikoa. Hortaz, euskararen aldeko diskurtsoa mantenduko dute baina beti plano hipotetiko batean, gauzatu gabe; euskara sinbolo bat izango da, ez tresna erabilgarri bat (Sánchez Carrión, 1987: 368). Baina ikus dezagun nola azaldu zituen autoreak berak diskurtso honen ondorio politikoak:

“Suponer amenazada lo único que tienen en euskara (una cierta motivación) les da la excusa para liderar una supuesta causa vasca en la que ellos se sitúan, ya tal cual son, en el centro, desplazando a los extremos (a la periferia) a lo euskaldún por un lado (futuro de subjuntivo) y a lo erdaldun

inmotivado (pretérito imperfecto) por el otro: nuevas periferias que en sus distintos radicalismos lingüísticos de signo opuesto darán la razón al centro: ellos son el Presente de Indicativo, lo real, lo posible. Formulan así una comunidad vasca sin euskara, o con un euskara famélico, simbólico, hipotético e hiperbólico que es la cristalización ideológica de lo híbrido.” (Sánchez Carrión, 1987: 268-269)

Ildo berean, hizkuntza bat galtzeko prozesuan erabilera sinbolikoak zein funtzio betetzen duen argi eta garbi zehazten du Fishmanek, euskal gizartearen sektore zabalei aplikatu dakiekeen egoera deskribatuz:

“At this advanced stage of language shift B may well continue a vestigial existence. It will, of course, continue to be used by the "parochials", i.e., by non-mainstream Bs. It is also found on some letterheads and on some office doors and even on some store windows evocative of mainstream B-ness. However, its major function among the latter is clearly metaphorical. It is used (by those who still know it) primarily in exceptional circumstances: to designate humor, irony, satire, affect, or to put it even more broadly- to indicate symbolic contrastivity to normal functioning. (...) Language maintenance is clearly impossible on a metaphorical basis alone.” (Fishman, 1985b: 63)

Sanchez Carrionen ustez, irrealitatearen diskurtsoa erabiltzen dutenek hizkuntza idealizatzea besterik ez dute egiten, idealizazio bat izan beharrean egunerokotasunean erabilgarria den tresna komunikatibo bilakatuko balitz, eurek zentralitate politikoa galduko luketelakoan:

“Para ellos el idioma es una idealización: la esencia y la fragancia de la raza que hay que mantener incontaminado dentro del tarro de la irrealidad, antes que permitir que la realidad lo rompa. Es decir, rompa su ilusión, y su pretensión de ser el centro de la nación, los sitúe en su posición normal

de periferia cuyo ascenso ha de depender de la eficacia de su aprendizaje del euskara.” (Sánchez Carrión, 1987: 269)

Hortaz, *Txepetxe* diosku irrealitatearen diskurtsoa estatusa galtzeko beldurrari lotutako jarrera dela, baina ezin kaltegarriagoa dela euskararentzat:

“Sólo hay que comprobar, por ejemplo, la cantidad de líderes de partidos políticos vascos que pertenecen a este sector sociolingüístico para comprender con claridad que una de las primeras garantías de normalidad consiste en que dentro de la comunidad euskaldún este grupo –que no representa ninguna alternativa- vuelva a ubicarse en la posición excéntrica que le corresponde, dejando el centro al espacio simbólico de euskaldunes completos.” (Sánchez Carrión, 1987: 270)

Beste modu batera esanda, zenbait politikari erdaldunek euskarari naziotasun-adierazpen nagusiaren izaera ukatzen diote.

Hurrengo tapoiak, ezagutza kulturaletik erabilera kulturalera pasatzea eragozten duenak, izaera legala du: hizkuntzen arteko desberdintasuna betikitzen duten lege-xedapenak dira. EAEen euskara ezagutzeko eskubidea daukagu, baina ez euskara ezagutzeko betebeharra. Gaztelania, berriz, estatu osoko biztanleek ezagutu behar dute. “El segundo tapón consiste, pues, es un tapón legal que consagra la desigualdad” (Sánchez Carrión, 1987: 384). Lege horiek aldatu behar dira baina, aldatuta ere, hizkuntza berreskuratzeko baldintza *sine qua non* hiztun komunitatearen bateratzea da, komunitateak berak sortu dezan bizirauteko nahia eta beharra (motibazioa).

Hala ere, Fishmanek gogora ekartzen du hizkuntzaren inguruko legeak ezin direla denbora luzez mantendu ez bada babes sozial handiarekin. Era berean, gizartean hizkuntzarekiko nagusi diren jarreraren isla baino ez lirateke legeak:

“There can be no doubt about it. Language laws -like all laws- doubtlessly engender and reinforce social attitudes and behaviors related to their goals and purposes. However, they are not in themselves sufficient “causes” with respect to these attitudes and behaviors. Laws require authoritative implementation (...) but not even authoritarian governments can endlessly continue to implement laws that do not gain general acceptance and that are not reinforced by and congruent with basic societal processes, rewards and values.”
(Fishman, 1985b: 60)

Sanchez Carrionen teoriarekin jarraituz, hirugarren tapoi batek erabilera naturaletik ezagutza eta motibazio naturalera igarotzea oztopatzen du. Izaera soziala du: alde bakarreko elebitasuna da (Sánchez Carrión, 1987: 377) Euskaldunak elebidunak dira halabeharrez, legeak hala esaten duelako, baina euskal herritar erdaldunek ez dute euskara behar euskaldunekin komunikatzeko, eta horrek euskarak nazio-funtzioa eskuratzea ekiditen du. *Txepetx*en irudiko, tapoi horren irtenbidea horixe da: euskara biztanle guztien hizkuntza natural eta kultural bakarra izatea. Ikus daitekeenez, Zalbideren diglosia proposamenak alde bakarreko elebitasuna onartu eta hiztun komunitateak tapoi hori gaingitu dezan ekiditen du.

Laugarren tapoiak ezagutza naturalak motibazio natural bihurtzea oztopatzen duena da, eta izaera psikologikoa dauka: gutxitasun konplexua da (Sánchez Carrión, 1987: 389). Horren arabera, hizkuntza

gutxituak ez badu ondo baloratutako kultura bat sortzerik lortzen, hiztun natural hori ez da bere hizkuntza maitatzera helduko, bere irudimenean hizkuntza kolonizatzaileak bakarrik izango duelako kultura-hizkuntzaren izaera. Askotan, hizkuntza eta kultura zapaltzailea mirestera helduko dira hiztun horiek.

Aipatu berri ditugun bi tapoi horiei dagokienez, Giles, Bourhis eta Taylorek uste dute hizkuntza gutxituak duen bizindar etnolinguistikorearen araberakoa izango dela hiztunek beste taldeko kideekin izango duten jarrera linguistikoa:

“Individuals in ethnolinguistic groups which have little collective vitality cannot be expected to behave in the same way in an intergroup situation as individuals whose groups have much vitality. The types of sociopsychological processes operating between ethnolinguistic groups in contact may well differ according to whether the groups in question have high, medium or low vitality.” (Giles et al., 1977: 318)

Sanchez Carrionen ustez, normalean tapoiak ondorengo ordenean agertzen dira: hasteko, hizkuntzari zenbait funtzio kentzen zaizkio, alegia, kultura- eta nazio-hizkuntza izateko aukera ukatzen zaio. Horrek hiztunen psikologian eragiten du, gutxitasun konplexua sortuz. Hori dela eta, hiztun komunitatea desegituratzen da, eta, ondorioz, honek ez dauka lege diskriminatzaileen aurka egiteko indarrik. Hori apurtzea da, hain zuzen ere, apurketa-tentsioa: hasteko, komunitatea egituratzen da; gero, diskriminatzaileak diren legeen aurka mobilizatzen da; ondoren, gutxitasun konplexua desagertzen da; eta, azkenik, hizkuntzak funtzio guztiak bereganatzen/berreskuratzen ditu (Sánchez Carrión, 1987: 393-394).

Baina, zein da, Txepetxen esanetan, prozesua martxan jartzeko kendu behar den lehen tapoia? Bada, motibazio kulturaletik ezagutzara doana, alegia, irrealitatearen diskurtsoa.

Hedabideen esparrura ekarrita, Aitor Zuberogoitiak bere doktore-tesian *prentsa elebidun diglosiko* deitutakoak betetzen duen funtzioarekin pareka daitekeela uste dugu. Izan ere, *Txepetxen* ideietatik abiatuta zehaztu zuen Zuberogoitiak elebidunak izanagatik euskarari toki testimoniala gordetzen dioten egunkariak hizkuntzaren jabekuntza- eta transmisio-prozesuetan duten eragin kaltegarria. Haren ustez, prentsa elebidun diglosikoak euskarak hedabideetan gutxieneko presentzia izango duela ziurtatzen du, baina haren garapen kuantitatibo zein kualitatiboa oztopatzen du, “euskara gai jakin batzuk jorratzera kondentatzeaz gain, hizkuntza horren ahalbide guztiak garatzea oztopatzen duelako” (Zuberogoitia, 2003a: 9). Hau da, erdarek esparru garrantzitsuenak hartzen dituzte, euskara bazterrean gelditzen da, eta horrek euskarak erreferentzialtasuna lortzea oztopatzen du. Halaber, hizkuntza erabiltzeko motibazioak suspertzearen kontra egiten du prentsa diglosikoak, *Txepetxek* proposatutako zirkuituan tapoi-funtzioa egiten duela deritzo, “motibazio eta erabilera-defizitak ahalbidetuta zirkuituan zehar butxadura nabarmenak eragiten dituelako” (Zuberogoitia, 2003a: 11). Jakina, buxadura horiek modu ezberdin batean funtzionatzen dute euskaldun zahar eta euskaldun berrien kasuan, ikusi dugunez, hizkuntzaren jabekuntza-prozesua elkarren kontrako noranzkoetan egiten dute eta.

Alde batetik, egunkari diglosikoek ez dute euskaldun berriek euskararen gutxieneko erabilera bat egin dezaten laguntzen; izan ere, haien kasuan

motibazioa>ezagutza>erabilera eskemaren bitartez funtziontzen du hizkuntzaren ikasketak, eta egunkari horietan euskarak ez badu zentralitatea eskuratzen, jatorrizko motibazioa lausotuko da eta ez dira erabileraren estadiora helduko:

“Euskara bertsolaritzari, folkloreaki edo hizkuntzari berari buruz jarduteko baliabide mugatua baino ez bada (beste gauza garrantzitsuak –editorialak direla, nazioarteko kontuak direla edota azaleko titulu nagusiak direla-gaztelaniaz idazten diren bitartean), euskaldun berri potentzialek bizkor demonio osatuko dute (osatzen dute) sekuentzia: gauza garrantzitsuak erdaraz esaten dira, ergo euskara osagarria, anekdotikoa da, betelanerako baino ez da baliagarri, ergo euskaraz ez dago gune bizi eta albiste-sortzailerik, ergo zertarako euskara ikasi?” (Zuberogoitia, 2003a: 69)

Euskaldun zaharren kasuan, berriz, erabilera>ezagutza>motibazioa eskemaren arabera funtzionatzen du hizkuntzaren jabeakuntza prozesuak. Egunkariak albisterik garrantzitsuenak erdaraz ematen badituzte, hiztunak sentituko du euskara hizkuntza “iletratua” dela, eta bazter utziko du. Azken finean, Zuberogoitiaren ustez prentsa elebidun diglosikoak euskararik gabe euskaldun izan daitekeela sinistarazten die herritarrei:

“Oraindik definizio eta kontzeptu okerren gatibu jarraitzen du euskal hizkuntza-komunitateak (jende askok, barbarako, euskal prentsa erosten duela uste du, erosten duena besterik denean: prentsa elebiduna, edo, gehiago zehaztu gura izanez gero, Euskal Herriko prentsa abertzale elebiduna.” (Zuberogoitia, 2003b: 28)

Prestigio kontua da. *Txepetxen* terminologiaren arabera irrealitatearen diskurtsoa sustatzen dutenek euskal hiztun-komunitatearen espazio sinbolikoa okupatzen dute, alegia, hizkuntzaren jabekuntza-prozesu naturala zein kulturala osatu dutenek irudimen kolektiboan izan beharko luketen lekua (erdigunea) hartzen dute. Gauza bera egiten dute, hedabideen alorrean, egunkari diglosikoei: hiztun komunitatea artikulatzeko orduan euskarazkoek izan beharko luketen leku zentrala hartzen dute. Beste era batera esanda, *euskaldun* izateko abertzale izatea nahikoa den mezua hedatzen dute, kontzeptuari etimologikoki duen esanahia ukatuz. Hala, nortasun-identifikazio nazional euskal herritarra euskalduntasuna bera baino garrantzi handiagoa izatera pasatzen da. Esan gabe doa, askoz errazagoa da nork bere abertzaletasuna lau haizeetara zabaltzea, euskara ikastea baino.

Labirinto horretatik ateratzeko Zuberogoitiak hedabideak eredu autozentratuen arabera antolatzea proposatu zuen. Irtenbide horren arabera, euskal esparru komunikatiboa euskal hizkuntza-komunitetetik abiatu beharko litzateke, baina ez bakarrik hizkuntzaren aldetik. Hortaz, ez litzateke nahikoa izango argitalpenak euskaraz idatzita egotea, albisteak *euskaratik* deskodetzea ere beharrezkoa baita; hau da, hiztun-komunitatearen begietatik ikusita idatzi behar dira berriak. Autoreak berak azaldu zuenez, “kontua da norbere hizkuntza-komunitetetik abiatuta, hizkuntza-komunitate horretan oinarrituta (...) berorren kultur ondarea ikertu eta baliatuta, horren araberrako komunikazio-esparrua prestatzea, bertako kideak asebeteko dituzten komunikabideak eskaintzea, inorenak modu kaskarrean kopiatzen ibili ordez” (Zuberogoitia, 2003b: 28).

Horrenbestez, euskaldunak euskarazko prentsara hurbiltzeko hauspoa, edo, nahi bada, balio erantsia, autozentramenduak emango luke. Euskal esparru komunikatiboa euskaldunentzako identitate emaile garrantzitsu gisa dakusa Zuberogoitia. Izan ere, gero eta hedabide gehiago jasotzen ditugu gure etxeetan, gehienak erdaraz, eta horrek euskal hiztunen identitatearen eraikuntzan eragina izango du, duda izpirik gabe: “sasoi bateko identitate estatiko eta aldagaitz samarrek iraganeko kontua dirudite eta aro historiko berriak erantzun are berriagoak eskatzen dituela ematen du” (Zuberogoitia, 2003b: 25). Zaila da esatea mundu globalizatuak halabeharrez sortu dituen munduko txoko guztietako albisteak bat-batean kontsumitzailearen eskura jartzen dituzten komunikabideak, edo, ahalmen teknikoari esker, hauek izan diren mundu eta identitatea globalizatuak sortzera lagundu dutenak. Ziurrenik, bietatik pixka bat. Edonola ere, Zuberogoitia uste du euskarazko hedabide autozentratuek euskal hiztunei zer eskainia dietela:

“Zergatik hautatuko dute euskaldunek euskarazko produktua beste hainbat produkturen artean? Luis Fernandezek gakoa aipatua du: geroz eta mundu globalago eta, ondorioz, errogabeago honetan, euskal hedabideek identitate bat eskain diezaioketelako hedabide-kontsumitzaileari. Eta identitatea eskaintze hori autozentramendutik etorri behar delakoan gaude.” (Zuberogoitia, 2003b: 30)

6. BEHARRIZAN ETNOLINGUISTIKOAK ETA ARRUNTAK

Amezaga, Arana, Basterretxea eta Iturriotzen ustez, hedabide batek erabiltzen duen hizkuntzak identitatea birsortzeko moduan eragiten du, hizkuntza bateko zein besteko hedabideek antzeko ideologia izanda ere:

“Language is a conditioning factor of the elements that reproduce identity (...) the differences between the media belonging to the same ideology but using a different language are not very substantial, but a significant trend is observed.” (Amezaga et al., 2000: 38)

Estatu bateko hizkuntza nagusia izanda beste estatu batean gutxituak diren hizkuntzen testuinguruan ere oso antzeko hausnarketak egin izan dira. Eslovakian bizi den hungariar gutxiengoaren kasuan, Lászlók diosku hungarieraz idatzitako egunkariak identitatea egunero berresteko moduetako bat direla:

“Their readers identify with their community and feel part of the minority community on a daily basis.” (László, 2008: 65)

Hizkuntza gutxituko komunikabideek hizkuntza menperatzailearenak besteko eskaintza zabala badute, hiztunak gutxituaren alde egiteko joera izango duela frogatu zuen Moringek, Finlandia hegoaldeko suediera hiztunen artean egindako ikerketan. Izan ere, eremu horretan suedierak indar handia du, eta familia asko mistoak dira. Ikerketen arabera, han *the strict preference condition* deitutakoa betetzen da; hots, egoera berdintasunean,

hizkuntza gutxituko hiztun elebidunak haren alde egingo du, beti ez bada batzuetan:

“The strict preference condition implies that the target public, all other thing being equal, will display a net preference for carrying out at least some of their activities in the minority language rather than in the majority language.” (Moring, 2007: 28)

Finlandian egindako ikerketaren arabera, hiru faktorek baldintzatzen dute hiztunaren eta beronek hedabideetan egiten duen hizkuntza hautuaren arteko harremana:

1-Dimentsio pertsonala: Bi hizkuntzetako zein erabiltzeko ohitura duen.

2-Harremanen dimentsioa: Familia elebakarra edo elebiduna den.

3-Dimentsio espaziala: Komunitatea elebiduna den, edo bi hizkuntzako zein gailentzen den inguru hurbilean.

Ikerketak argitara eman zuen hizkuntza gutxituko hedabideen kontsumoa gehien baldintzatzen duen faktorea familiaren soslaia linguistikoa dela. Aldez aurretik, kontuan hartu behar da Finlandian suedierazko hedabideek osotasun instituzionalaren premisa betetzen dutela. Beste bi aldagaiek, oster, gutxiago baldintzatzen zuten hedabideen kontsumoa. Moringen esanetan, aipatutako faktoreek etxeko bizilagunen hizkuntza-gaitasunek ezarritako joerak indartzen dituzte gehienbat (Moring, 2007: 28).

Familian erabiltzen den hizkuntza da, hortaz, hedabideen hautuan islarik argiena izango duen aldagaia²³. Nortasun etnolinguistikoarekin loturarik zuzenena duena, hain zuzen ere. Ildo berean, Lászlók eta Moringek (2013) proposatu zuten nortasun etnolinguistikoa hedabide jakin batzuk erabiltzeko aldagai motibazionala izan daitekeela, eta, aldi berean, hedabideek identitate etnolinguistiko positiboa sortzen eta sostengatzen lagundu dezaketela:

“We propose that ethnolinguistic identity can be a motivational factor worth considering when studying the impact of media on language minorities. Media, in turn, can strengthen or weaken ethnolinguistic identity.” (László eta Moring, 2013: 47)

Hipotesi hori baiztatzeko, *Ethnolinguistic Identity Gratifications* teoria osatu zuten. Era berean, azkeneko hori bi teoriaren arteko integrazioaren emaitza da: *Nortasun etnolinguistikoaren teoriarena* (psikologia sozialetik garatua) eta *Uses and Gratifications* teoriarena (hedabideen eta komunikazioaren ikerketatik garatua), alegia.

Nortasun etnolinguistikoaren teoriak dioenez, talde etnolinguistiko baten kidek oinarritutako nortasun sozial positiboa mantentzeko nahia *bizindar etnolinguistiko subjektiboari* dago lotuta, batik bat. Bizindar etnolinguistikoa hainbat aldagaik osatzen dute: hizkuntzaren estatusak, demografiak, babes instituzionalak, talde-mugen hautemateak eta kideen

²³ Ikusi dugunez, Martínez de Lunak (2013) zein Baker-ek (1992) nabarmendu dute faktore objektiboek duten garrantzia. Motibazioan, ezagutzen eta erabileran aldagaiok duten eragina aztertu zuen lehenak, eta hizkuntzarekiko jarrerak nola baldintzatzen dituen, bigarrenak.

ezaugarriak. *Uses and Gratifications teoriak*, oster, ulertzen saiatzen da zergatik hedabideen kontsumitzaileek beharizan zehatzak asetzeko hedabide zehatzak hautatzen dituzten, subjektu aktibo gisa. Erabilera eta sarien teoriaren sorrera Katz, Blumer eta Gurevitchen lanari lotuta dago (1974), Rodak azaltzen duenez (1989). Azken horrek ondo adierazten du zeintzuk diren ikuspegi horren oinarri nagusiak:

“El postulado esencial de la perspectiva de usos y gratificaciones es que el uso diferencial de los medios incide sobre el proceso de los efectos. A esto va unido otro supuesto básico que sirve para explicar ese uso diferencial: los individuos son portadores de necesidades que tienden a satisfacer de diversos modos, entre los que cabe incluir la utilización de la comunicación de masas. De la utilización se derivan gratificaciones, cuyo origen se sitúa indistintamente en el contenido de la comunicación, en el acto de exponerse o en el contexto social en que se produce el uso.” (Roda, 1989: 232-233)

Katz, Blumer eta Gurevitchek ondoko bost hipotesi planteatu zituzten erabilera eta sarien eredu horren baitan:

- 1) Publikoa aktiboa da, alegia, komunikabideen erabilera helburuen lorpenarekin loturik dago hein handi batean.
- 2) Hartzaileren esku dago komunikabidearen hautaketa beharizanaren asetzearekin lotzea.
- 3) Komunikabideen eta beharizanak asetzeko bestelako bitartekoen artean lehiakidetasun harremana dago.
- 4) Suposizio metodologiko honen arabera, norbanakoak euren beharizanak identifikatzeko eta zehazteko gai dira.
- 5) Publikoaren orientazioa aldeztu aurretik aztertu gabe masa komunikazioaren esanahi kulturalaren inguruko balorazioak ez dira onargarriak.

Hortaz, erabilera eta sarien teorian beharrianaren kontzeptua da erdigunea. Alabaina, Rodak zehazten du komunikabideetako erabiltzaileak eragile aktibo gisa hartzea kritika ugari jaso dituela, eta berak ere zalantza handiak agertzen ditu ideia horrekiko (Roda, 1989: 234). Haren ustez, sariaren ideiak arazo kontzeptual eta operazionalak ditu, eta Blumlerek berak azaltzen du audientzia aktiboa neurtzea ezinezkoa dela (Blumler: 1979). Ildo berean, Lometti et al.-ek (1977) uste dute sariak, aztertutako norbanakoen erabakietan baino, ikerlariek sortutako kontzeptuetan oinarritzen direla. Kontuan hartu behar da erabilera eta sarien teoria hein handi batean zirikatzearen teoriari erantzuteko jaio zela. Azken ikuspuntu horren arabera, subjektua hartzailea da, erabiltzaile aktibo baino gehiago. Hedabideek hartzaile horrengan duen efektua aztertzen du, ez erabiltzaileek hartzen dituzten erabakiak (Roda, 1989: 232).

Konbergentzia mediatikoaren aroan, baina, komunikabideen eta publikoaren arteko harremana hainbeste eraldatu da, non ezinezkoa den erabiltzaileak hartzaile huts direla gehiago defendatu:

“Thanks to the Internet, the concept of “active audience” has now reached a pinnacle. Proposed by early uses-and-gratifications (U&G) researchers (e.g., Rubin, 1993) to capture the purposiveness and attentiveness in media consumption and contrast it with the general assumption of a “passive audience” among media-effects scholars (Rubin, 2009), the notion of an active audience has steadily moved from an assumption to obvious reality. Internet audiences are so active now that we seldom refer to them as “audiences”. Instead, we call them “users”, in keeping with the letter of U&G paradigm.” (Sundar and Limperos, 2013: 504-505)

Sundar eta Limperosek azaltzen dutenez, erabilera eta sarien teoria oinarri izan duten ikerlariek hedabide mota jakin batzuk erabiltzeko

motibazioetan arakatzeko orduan aldagai psikologiko eta sozialei erreparatu diete. Blumleren lanak (1979), esaterako, aditzera ematen du telebistaren zein prentsaren bitartez lortu nahi diren sariak aztertutako subjektuen ezaugarri soziodemografikoek zeharo baldintzatuta daudela. Halaber, McLeodek eta Beckerek (1974) erakutsi zuten eduki zehatz batzuekiko esposizioaren eta hedabideak helburu jakin batzuekin erabiltzearen artean oso lotura estua zegoela.

Azaltzen ari garen teoria garatzen hasi zenetik, hainbat izan dira erabiltzaileek jaso nahi dituzten sariak sailkatzeko moduak:

“Así, aparecen tipologías unifuncionales, en las que la motivación básica no pasa de ser una necesidad no articulada de contacto social; bifuncionales, que giran en torno a la dicotomía motivación hacia la búsqueda de información motivación hacia la búsqueda de evasión; tetrafuncionales, como la de Wright (1960), que considera las funciones de vigilancia del entorno, correlación, entretenimiento y transmisión cultural, y multifuncionales, que amplían considerablemente ese marco.” (Roda, 1989: 236)

Azken talde horretan sar daiteke Greenbergekin (1974) egindako sailkapena, zazpi talde nagusitan taldekatu baitzituen adin ezberdinetako haur eta gaztetxoek telebistaren bidez ase nahi zituzten beharrianak: ikasteko, ohitura gisa, konpainia izateko, aktibatzeke, lasaitzeko, ahazteko eta denborapasa gisa. Sundar eta Lamperosek nabarmentzen duten moduan, komunikabideen sektorea eraldatzearekin batera aldatu dira beharrianak eta sariak. Hala, Papacharissik eta Rubinek (2000) ondoko motibazioak edo sariak aurkitu zituzten interneten erabilerrari erreferentzia egiteko: informazio bilaketa, denborapasa, erabilgarritasun interperzonala, erosotasuna eta entretenimendua. 2010ean, berriz, Twitterren bidez erabiltzaileek lortu nahi dituzten sariak horrela sailkatu

zituzen Liuk, Cheungek eta Leek: informazioa partekatzea, denborapasa, gizarte interakzioa, erosotasuna, entretenimendua, konexioa, dokumentazioa eta adierazpen pertsonala (Sundar eta Lamperos, 2013: 508). Katz, Blumer eta Gurevitchek jatorrizko planteamenduaren arabera, erabilera zehatzak eragile psikologiko, soziologiko eta ingurunezkoek baldintzatuta daude, eta horiek guztiek hautu pertsonalak baldintzatzen dituzte. Rodak zehaztasun falta egozten dio baieztapen horri, eduki mediatiko berberak funtzio desberdinak bete ditzaketela frogatzen duten lanak (Rosengren eta Windahl, 1972) gogora ekarriz (Roda, 1989: 237). Era berean, Sundarek eta Lamperosek diote komunikabide zahar eta berriak sari berberak lortzeko erabiltzen direla eman dezakeela askotan, baina hein handi batean motodologiaren egokitzapen faltari egozten diote hautemate hori:

“When comparing the gratifications from early television studies to the Internet and new communication technologies, one is left with the impression that newer media do not really afford any new gratifications that cannot be found in traditional media. This could be due to the fact that there are fairly consistent and overlapping gratifications that people have for using various media, or could be a result of the measures that are often employed to understand new media.” (Sundar eta Lamperos, 2013: 508)

Hala, erabiltzaileok komunikabide zahar eta berrien bitartez sari berberak jasotzeko aukera egon badagoela onartu arren, uste dute oraindik ez direla behar bezain ondo zehaztu komunikabide berrienganako motibazioak:

“Although it is entirely possible that we seek out new media for reasons that are similar to those for selecting and using older media, we must also consider the possibility that nuanced (and perhaps “new”) gratifications obtained from using the Internet and other new communication technologies have not been fully specified, even though they

may be captured by gross measures of larger categories of gratifications.” (Sundar eta Lamperos, 2013: 509)

Hala, orain arte definitu izan diren sari tipologiak berrikusi eta komunikabide berriak erabiltzeko moduetara moldatutako sariak artikulatu beharko lirateke. Kontzeptualki, hedabideen erabileratik lortutako sariak ez dute zertan egon aldeztu aurretiko beharrezanetan oinarrituta, hedabideak erabiltzen diren bitartean sor baitaitezke (Sundar eta Lamperos, 2013: 510). Komunikazio paradigma berrira egokitzeko, sarien sailkapen eredu berria proposatzen dute, non sariak lau talde nagusitan antolatuta leudekeen. Hain zuzen ere, edukien euskarrian, ekimenean (alegia, *prosumer* izateko aukeran), interakzioan eta nabigagarritasunean oinarritutako sariak osatuko lukete sailkapena (Sundar eta Lamperos, 2013: 512-517).

Gure irudiko, *Uses and Gratifications* teoriak izandako garapenari buruzko digresio luze hau ezinbestekoa da Lászlók eta Moringek plazaratutako *Ethnolinguistic Identity Gratifications* teoria ulertzeko. Gatozen, bada, azken horri buruz berriz ere hitz egitera. Izan ere, Moringen aurreko lanen ildotik, aipatutako bi ikerlariak gogora ekartzen dute hizkuntza gutxituko hedabide-sareak kalitatezkoa eta anitza izatea oso garrantzitsua dela, horrek ere eragiten baitu norbanakoek beharrezan etnolinguistikoko hedabideen bitartez asetzen edo ez asetzen (László eta Moring, 2013: 47).

Teoria berri hau Finlandiako suediera hiztunen artean frogatu zuten, berriz ere. Hedabideen eskaintzaren faktoreari garrantzi handia eman

zioten: euren esanetan, osotasun instituzionala *Ethnolinguistic Identity Gratifications* teoria aplikatzeko aurrebaldintza da, ase nahi diren beharriaz eragiteaz gain asetako beharriaz ere eragiten dielako. Beste era batera esanda: “nobody seeks media content that does not exist” (László eta Moring, 2013: 55-56). Beharrianak ase nahi izatearen eta asetako beharrianen artean desberdindu zuten ikerketa egitean. Bereziketa horrek ondoko honi egiten dio erreferentzia: hedabideak erabiliz norbanakoei ase nahiko lituzketen beharrianak dira lehenak, eta bigarrenak, berriz, hedabideak erabili ostean benetan ase dituzten beharrianak.

Ikerketaren arabera, hizkuntzak maila lokalean duen bizindarra eta familiak erabiltzen duen hizkuntza komunikabideak zein hizkuntzatan kontsumituko diren aurrezateko azalpen-irizpide egokiak dira, eta taldearteko mugaren hautematea, berriz, ez hainbeste. Hala ere, hautemate horrek gehiengo linguistikoko kideei gutxiengoaren kideei baino gehiago eragiten zien: taldearteko mugaren pertzepzioa ez zen erabakigarria suediera hitzunen artean, baina finlandiera hitzunen artean esangura handiagoa zuen:

“Finnish speakers who perceive the inter-group boundary to be less marked use the two media types more commonly in Swedish than those who perceive the boundary to be harder.”
(László eta Moring, 2013: 53)

Oro har, bi hiztun-taldeen arteko alderaketak erakutsi zuen portaera guztiz asimetrikoa zutela hedabideak hizkuntza batean edo bestean kontsumitzean. Suedieraren tokian tokiko bizitasuna oso aldagai garrantzitsua da suediera hitzunen hedabide erabilera aurreikusteko,

baina finlandiera hitzunen artean ez da hain adierazle esanguratsua. Ingurune hurbilaren egoera linguistikoak gehiago eragiten du suediera hitzunen hizkuntza identifikazioan eta portaeran, finlandiera hitzunengan baino. Hots, suediera hitzunek finlandiera gehiago erabiltzen dute euren ingurunean oso presentzia handia badu, baina finlandiera hitzunek ez dute suediera gehiago erabiltzen euren ingurunean oso presentzia handia duenean ere²⁴.

Bidenabar, aipatu beharra dago hori ez zela izan Moringek hizkuntza gutxituaren trinkotasun geografikoari garrantzia eman zion lehen aldia. Izan ere, Pattenek eta Kymlickak egindako lana aipatu zuen (2003: 299-305) hitzun-komunitate gutxituek hiru trinkotasun mota eduki ditzaketela gogorarazteko. Hiru egoera horiek irudiz hornitzeko, adibide zehatzak jarri zituen Moringek. Haren arabera, flandriera litzateke hizkuntza gutxitu trinkoaren adibide argia, geografikoki oso konpaktua eta frantsesarekiko muga argiak dituenak. Bigarren trinkotasun-maila batean euskara egongo litzateke: eskualde batzuetan indartsu, baina beste batzuetan ahul edo oso ahul. Azkenik, dispersio geografikoaren adibidetzat Irlandako gaelikoa jarri zuen: hitzun-komunitatea guztiz sakabanatua da, eta gaelikoz mintzo diren enklabe zehatzak egon arren, batasun geografikorik gabekoa da (Moring, 2007: 27).

²⁴ Betiere jatorrian hizkuntza bat edo bestea hitz egiten duten elebidunez ari gara. Bestalde, deskribatutako portaerak zerikusi handia du Elin Haf Gruffydd Jonesek landutako *linguistic permeability* kontzeptuarekin. Jonesen Galesko komunikabideen praktika linguistikoak aztertu eta ondorengo ondorioa atera zuen: ingelesez aritzen diren hedabideen *gatekeeping* linguistikoa galesez ari direnena baino askoz gogorragoa da. (Jones, 2013: 30).

Hori dela eta, hizkuntza gutxituetako hedabideek, eskainiko dituzten edukiak hautatzerako orduan, hiztunen banaketa geografikoaren irizpidea aintzat hartu beharko luketela zioen Moringek. Izan ere, trinkotasun handiko hiztun-komunitateak kulturalki trinkoak izan daitezke, baina, Irlandaren kasuan, esaterako (eta, hein handi batean, Euskal Herriaren kasuan) ezin da mezu bakar bat eman, hiztun-komunitatearen *uharte* bakoitzak bere ezaugarriak izango baititu:

“In territories with perfect concentration, the language community can be expected to form a relatively uniform cultural community as well. If there is imperfect concentration, media would have to respond to asymmetric tasks as some of the speakers would be within a (more or less) unified linguistic culture whereas other parts would be culturally mixed with the majority population. Bilingual districts, finally, would form a culturally mixed context for the minority media to operate within, the strongholds of which might or might not form separate local communities.”
(Moring, 2007: 27)

Esan beharra dago euskarazko hedabideen sektorean ardura handiko beharrak dituzten pertsonen ideia bera aipatu egin dutela, zeharka bada ere. Adibide gisa, ikus dezagun *Goienako* Iban Arantزابalek BAT aldizkarian esandakoa:

“Eskualde bakoitzean, hango herriak zelakoak diren jakinda eta hango herritarren ikuskeratik emango lukete mundua ikusteko modu bat, eskualde horretatik irakurketa bat aterako litzateke ezein gertakari tokiko betaurrekoez begiratzearen ondorio. Gertakaria bertaratuko litzateke eta informazio bera modu ezberdinetan eman. Seguruenik, Zuiako koadrilan eta Goierrin total ezberdin.” (Arantzabal, 2008: 110)

Orain arte aipatu ditugun ikelariak jatorrizko hizkuntza darabilten hedabideak kontsumitzean gutxiengoetako kideen nortasun etnolinguistikoa indartzen dela baieztatzen dute. Aitzitik, Aksoyk eta Robinsek (2006) hedabideen erabilera azaltzeko ikuspegi identitarioa erabiltzea kritikatzten dute. Londresen bizi diren turkiar emigranteen artean ikerketa egin zuten, jakiteko talde horretako partaideek zer iritzi zeukaten satellite bidez Turkiatik heltzen zitzaizkien telebista kateek turkiartasunaz eta Turkiaz ematen zuten irudiari buruz. Bi autoreen ustez, azken urteetan emigranteek osatutako gutxiengo etnikoek euren sorterriko komunikabideak kontsumitzeko aukera lortu izanak inplikazio oso sakonak ditu, emigrazioaren esperientzia bizi eta sentitzeko moduetan eragiten duen heinean (Aksoy eta Robins, 2006: 89).

Amezagaren eta haren kolaboratzaileen irudiko (2001), telebista migranteen akulturazio tresna indartsua izan daiteke, jatorrizko kultura eta identitatearen gordeleku den familia-eremuan interferentzia kulturalak eragin baititzake. Sorterriko telebista eskura izanez gero, berriz, fisikoki urrun dagoen espazio publiko horren partaide sentitzeko aukera dute gutxiengo diasporikoetako kideek:

“Efectivamente, si es posible acceder cotidianamente desde el salón de casa, a la televisión del lugar de origen, en la propia lengua, o a través de internet todas las mañanas a los diarios de información de dicho lugar, escuchar sus emisiones de radio, etc., parece más fácil el mantenimiento de la propia lengua, la propia cultura, e incluso la autoinclusión en un espacio público geográficamente lejano pero simbólicamente cercano. Con lo cual se está facilitando la reproducción de bases importantes para la formación de la identidad colectiva, a la vez que puede incrementarse la impermeabilidad a la cultura y la identidad del lugar de recepción.” (Amezaga et al., 2001: 81-82)

Taldekidetasun sentimenduen dislokazio espazio-tenporal horretan sakonduta, Amezagak gogora ekartzen ditu *placeless cultures* delakoak (Meyrowitz, 1985), zeintzuen arabera kultura batek ez du zertan leku fisiko bati lotuta egon, komunikabide digitalek deserrotze geografiko hori posible egin dutelako. Labur eta artez esatearren, “la identidad y la cultura quedarían así liberadas del espacio” (Amezaga et al., 2001: 82)²⁵.

Haatik, bere hausnarketan Amezagak behin eta berriz lotzen ditu komunikabideak eta identitatea, eta, azaltzen ari ginen moduan, Aksoyren eta Robinsen arabera hedabideen kontsumoa eta nortasun etnikoa lotzen duten planteamenduak problematikoak dira. Gatazkatsutzat jotzen dituzte, haien irudiko transnazionalak diren garapenak iruditeria nazionalaren kategorien bitartez ulertu nahi dituztelako, eta, ondorioz, itsua delako hedabide-kultura transnazional berriek ekar ditzaketen berrikuntzei:

“In our work, we have sought to move beyond the national mentality and its fundamental categories -those of 'community', 'identity' and 'belonging'- in order to explore alternative possibilities to transnationalism.” (Aksoy eta Robins, 2003: 90)

Migrazioa galera eta gabezia gisa ulertu izan dela azaldu zuten Aksoyk eta Robinsek, eta Sarah Ahmedek ere modu horretan dakusa. Azken horren

²⁵ Argudiaketa ildo hori jarraituta, esan liteke euskarak indar demolinguistiko ahula duen eremuetako euskaldunak *barne diaspora* osatzen dutela: hiltun horiek bi kultura dituzte, baina euren alde euskalduna asetzeko arnaguneetan ekoitzitako kultur produktuetara jo behar dute. Hiltun periferiko horiek komunitatearekin ardaztu ahal izateko komunikabideek duten garrantzia esan gabe doa.

iritziz, erregistro batetik besterako mugimendua da, dislokazio tenporala eta espaziala: sorterritik aldentzeko prozesua, alde batetik, eta iraganaren eta orainaren arteko banaketa ezartzen duena, bestetik. (Ahmed, 1999: 343)

Hala, Aksoyren eta Robinsen iritziz, nostalgiak sorterriaren irudia kristalizatzea eragin dezake emigranteengan. Modu horretan, alde egin zuteneko irudia gordeko dute, eta idealizatu: arkadia bihurtuko da sorterria, idealizazioa (Aksoy eta Robins, 2003: 91). Alabaina, jaioterritik satelite bidez heltzen zaizkien telebistek irudi hori apurtzen dute, gaur eguneko Turkia erakusten dieten heinean:

“As a consequence of bringing the mundane, everyday reality of Turkey 'closer', it is undermining this false polarising logic. The 'here and now' reality of Turkish media culture distrubs the imagination of a 'there and then' Turkey, thereby working against the romance as diaspora-as-exile, against the tendency to false idealisation of the 'homeland'. We might say, then, that transnational Turkish television is an agent of cultural de-mythologisation.” (Aksoy eta Robins, 2003: 95)

Sorterriko telebista katea ikusi ahal izateak banaketa kulturalaren esperientzia gainditzeko eta jatorrizko komunitatearekiko lotura identitarioa indartzeko baliagarria denik ez dute ukatzen, baina hori errealitatearen parte txiki bat baino ez dela diote:

“The problem is that the theoretical categories available to diasporic media and cultural studies make it difficult to see anything else than diasporic forms of behaviour. Individuals are derived from the social orders to which they 'belong'; they amount to little more than their membership of, and

participation in, an 'imagined community.'" (Aksoy eta Robins, 2006: 87)

Hau da, emigranteak eta euren portaerak jatorrizko komunitateko kide gisa juzgatzea kritikatzeko dute, alegia, norabanako izaera ukatzea taldekidetasuna nabarmentzeko. Ikerketan parte hartu zuten elkarrizketatuetako askok aitortu zuten telebistak Turkiarekin konexioa ematen diela, telebista ikustean han egongo balira bezala sentitzen direla. Autoreen arabera, horrek ez du loturarik identitate etnolinguistikoarekin:

"Television brings the ordinary, banal reality of Turkish life to the migrants living in London. The key to understanding transnational Turkish television is its relation to banality." (Aksoy eta Robins, 2003: 95).

Hala, eguneroko Turkiaren irudi banal horrek telebista desetnizazio tresna bilakatzen duela uste dute (Aksoy eta Robins, 2003: 101-102), eta Marisca Milikowski ere iritzi berekoa da. Haren esanetan, Turkiako satelite bidezko telebistak "helps Turkish migrants, and in particular their children, to liberate themselves from certain outdates and culturally imprisoning notions of Turkishness, which had survived in the isolation of migration" (Milikowski, 2000: 444).

Hala, emigranteak telebista ikustean "ordinary uses and gratifications" (Milikowski, 2000: 460) ase nahian ibiliko lirateke, eta ez *Ethnolinguistic Identity Gratifications* ase guran, Moringek defendatzen duen moduan. Ildo berean, Aksoyk eta Robinsek uste dute ikus-entzule emigranteek bilatzen dutena "ordinary social gratifications" (Aksoy eta Robins, 2003: 101) asetzea dela. Hortaz, telebista kontsumitzaile arrunten nahiak betetzera etorriko litzateke. Kontsumitzaile horiek talde jakin bateko kideak izan

arren, telebistak ikus-entzuleei eguneroko esperientzia partekatua emango lieke beste ezerean aurretik:

“Like any other viewers, Turkish-speaking viewers in Europe are also in search of broadcast television that is meaningfully and effortlessly available. They are also wanting -and to a quite a large extent finding- the pleasures of familiarity and confirmation. And our point is that the desire for such an engagement with Turkish television is entirely social, and not at all ethnocultural or ‘diasporic’ in its motivation.” (Aksoy eta Robins, 2006: 94)

Elkarrizketatuek esandakoetatik ondorioztatu zutenez, zeregin horretan askotan huts egiten dute turkiar telebistek, Londresen bizi diren emigranteek askotan kexatu baitziren formatuez eta edukiez: kalitatea txarrekoak iruditzen zitzaizkien sorterriko kateak, irudi gordinegiak eskaintzen zituzten eta ediziorik gabekoak iruditzen zitzaizkien.

Esan bezala, Milikowski ere Robinsen eta Aksoyren iritzi berekoa da, satellite bidezko telebistek komunitate diasporikoetan duten eraginari dagokionez. Herbeheretan bizi ziren turkiar etorkinek eta haien seme-alabek Turkiako telebista ikusteko esperientzia nola bizi zuten aztertu zuen. Ondorioak ezin argiagoak izan ziren:

“Turkish television, watched in the context of Dutch society, de-ethnicizes rather than ethnicizes viewers’ perception of cultural difference.” (Milikowski, 2000: 445)

Herbeheretako turkiar etorkinen artean jokabide jakin batzuk jatorrizko kulturarekin lotzeko joera oso errotuta dagoela azaltzen du Milikowskik. Hark dioskunez, kultura tradizionalaren eta garaikidearen arteko muga

etnikoa dela antzematen dute etorkin turkiarrek: modu tradizionalen jokatzeko duten pertsonak baino ez dira turkiarrek, eta estandar garaikideen arabera jokatzeko dutenak holandar bilakatzen dira²⁶. Testuinguru horretan, Turkiako satellite bidezko telebistek etorkinen ikuspegiak *desetnifikatze*ko aldagai garrantzitsua dela defendatzen du.

Horrez gain, Herbeheretako turkiarren bigarren belaunaldiak gurasoen jatorrizko kulturaren eta euren harrera kulturaren elementuak barneratu dituztela, eta, hortaz, bitasun identitarioan bizi direla adierazten du Milikowskik. Bigarren belaunaldi horrek Turkiako telebista ikusteko duen modua identitate bikoitz horren isla litzateke:

“By watching Turkish television, viewers feel affirmed in their love and affinity to Turkish people, Turkish landscapes and Turkish cultural sights and sounds. Though many informants claim that they feel the same way about the Netherlands when they are in Turkey, this does not, of course, cancel the affective tie to Turkey. It confirms the particular ‘two-ness’ of this second generation’s cultural experience.” (Milikowski, 2000: 458)

²⁶ Aksoyk eta Robinsek alde batetik eta Milikowskik bestetik azaltzen dutenez, Europara emigratutako turkiar zaharrek uste dute beraien garaioko portaerak ordezkatzeko dutela *turkiartasuna*. Ikuspegi hori ikertzailearen aldetik begiratuta, Bourdieuk ohartarazi zuen gizarte portaera zehatzak gizarte talde zehatzekin automatikoki lotzearen arriskuez: “*El modo de pensamiento sustancialista (...) conduce a tratar las actividades o las preferencias propias de determinados individuos o determinados grupos de una sociedad determinada en un momento determinado como propiedades sustanciales, inscritas de una vez y para siempre en una especie de esencia biológica, o —lo que tampoco mejora— cultural, conduce a los mismos errores en la comparación ya no entre sociedades diferentes, sino entre periodos sucesivos de la misma sociedad.*” (Bourdieu, 1997: 15)

Alde batetik entretenitzeko ikusiko lukete bigarren belaunaldiko turkiar-holandarrek Turkiako telebista, baina beste alde batetik funtzio informatibo eta hezitzaile argia betetzen du, batez ere gurasoen hizkuntzan gaitasun maila hobetzeari dagokionez:

“Informants report that their command of the Turkish language has become much better since satellite television has made its debut into their homes. In general, their knowledge of Turkey has become more extensive, which many of them appreciate.” (Milikowski, 2000: 459)

Horrez gain, satellite bidezko telebistak egungo Turkiako irudia ekartzen die gazteei, eta bertan agertzen diren jokamolde sozialak beren gurasoek irakatsitako turkiartasun eredu zurrunarekin apurtzen dute:

“Turkish television is attractive because it highlights certain differences between customs and ideas in Turkey itself, and customs and ideas of Turkish migrants in the Netherlands. (...) Part of the attraction thus consists in how issues of sexuality, gender and family are depicted and framed in Turkish television. (...) In such matters the information of Turkish television is described as helpful and illuminating.” (Milikowski, 2000: 459)

Ondoriozta daiteke gazteek berezko identitate turkiarra gara dezaten balio duela telebistak, identitate horrek euren gurasoen eredu tradizionalak apurtzen dituelarik. Aitzitik, Milikowskik uste du zentzu horretan telebista aldagai desetnizatzailea dela bete-betean.

Herbehereetako gizartearen sektore batek, ordea, oso bestelako irudia du sorterriko telebistek gutxiengo etnikoengan duten eraginaz. Awadek azaltzen duenez (2013), Herbehereetako gizartean gutxiengo etnikoekiko

bi diskurtso nagusi daude. Alde batetik, ikuspegi multikulturala legoke, zeinaren arabera migranteek jatorrizko kulturari eutsiz lortu baitezakete gizarte inklusioa. Bestetik, integrazioaren diskurtsoa legoke, asimilazio kulturalaren sinomino baino ez dena. Bigarren logika horrek kulturak esentzializatzen dituela uste du, bai gutxiengoarena bai gehiengoarena:

“Not only does it rely on simplistic and static images of what minority identities are, but it also assumes an authentic national identity.” (Awad, 2013: 170)

Gutxiengo etnikoen errepresentazio hegemoniko horrek eragin handia izango luke hedabideek, erakundeek zein marketing agentziek egiten dituzten audientzia neurketetan. Hala, azken urteotan Herbehereetako gutxiengo etnikoen audientziak eraikitze eta neurtzeko prozesuak marko ideologiko neoliberalaren baitan kokatzen direla salatzen du. Testinguru horretan, neurketetan biztanleria autoktono eta aloktonoaren²⁷ artean bereizteak ez luke bakarrik publizitatearen eta marketinaren arloko helbururik izango, horrekin batera taldeen arteko hierarkia bat ezarriko bailuke. Horrenbestez, kontsumoa identitate kulturalari hertsiki lotuta legoke, Herbehereetako hedabideak (kontsumo normalizatuaren sinonimotzat hartzen direnak) integratze bide emango lukete eta sorterriko hedabideek, aldiz, *beste aberri* batengana erakarriko lituzkete migranteak (Awad, 2013: 169-179).

Euren esanetan esentzialistak diren ikuspegiekin bat egin edo ez, emisioa egiten den testuingurutik kanpo ikusteak interferentzia kulturalak

²⁷ Gehiengoaren hizkuntza hitz egiten ez duten guztiek osatzen dute aloktonoen taldea. Quebecen oso termino erabilia da frantsesez edo ingelesez mintzo ez diren herritarrak definitzeko.

eragiten dituela onartzen dute Aksoyk eta Robinsek. Izan ere, euren ikerketako Turkiar emigranteak Ingalaterran bizi dira, eta, gutxienez bi kultura horien jabe direnez, ezin dute telebista ikusi Turkian bizi diren turkiarrak bezala, hauek kultura bakarra dutelako, eta kultura horren bitartez deskodetu behar dutelako telebistak eskaintzen dien edukia:

“We may say that the decontextualisation of the migrant viewing situation often results in a kind of interference in the reception of cultural signals from Turkey. A further consequence of the dislocated context of consumption is that migrant viewers can never be in a position to watch Turkish television naively or innocently. We must be aware that they actually operate in and across two cultural spaces (at least): Turkish and British (...) When we say that Turkish migrants cannot watch Turkish television innocently, we mean that they can no longer watch it from the inside, as it were. They cannot recover the simple perspective of monocultural (national) vision. They are compelled to think about Turkish culture in the light of other cultural experiences and possibilities.” (Aksoy eta Robins, 2003: 103)

Gure irudiko, oso desberdina da Londreseko edo Herbehereetako turkiar diaspora eta Finlandiako suediera hiztunak edo Eslovakiako hungariera hiztunak aztertzea. Lehenengo bi kasuetan, migranteen komunitateak aztertzen dira, eta hurrengo bietan, berriz, beste estatu bateko hizkuntza nagusia hitz egin arren jatorria aztertutako eremu geografikoan duten komunitateak. Halabeharrez, hizkuntzarekiko eta nortasunarekiko harremanek ezin dute berdinak izan. Alabaina, adibide guztiak erabilgarriak zaizkigu Euskal Herriko egoera ulertzeko, hiztun komunitate baten zentroaren eta periferiaren artean (periferia horiek geografikoak, sinbolikoak edo gaitasunezkoak izan) komunikabideek lotune kultural gisa zelan operatzen duten jakiteko.

Gainera, Euskal Herrian ere diaspora, hedabideak eta nortasun nazionala lotu dituen lanik egin da. Izan ere, Josu Amezagak (2004) Venezuelako zein Argentinako euskal diasporetako kideengan *Canal Vascoren* erabilera aztertu zuen. Latinoamerikako euskaldunekin eta euren ondorengoeekin egindako elkarrizketak landu ostean, telebista-katearen erabilera “euskal nortasuna birsortzeko burutzen diren bestelako praktiken testuinguruan” (Amezaga, 2004a: 193) kokatu beharko litzatekeela ondorioztatu zuen.

Hala ere, Amezagak ohartarazi zuenez, “*euskal diaspora* deitzen dugun multzo heterogeneo horretan, euskal nortasuna birsortzeko praktikak euskaltasuna bera bizitzeko erak bezain anitzak dira” (Amezaga, 2004a: 193). Zehazki, euskal identitatea bizitzeko eta zer den ulertzeko bi modu oso desberdin aurkitu zituen diasporako kideen artean. Alde batetik, zenbaitek euskalduntasunaren ideia oso definitua zuten, balore eta ideia jakinei estuki atxikia. Haientzat, irudimenezko komunitate abstraktua da, pertsona eta bizipen konkretuez gain. Oro har, lehen edo bigarren belaunaldiko emigranteak dira, diasporako euskal komunitateetan oso integratuta daudenak eta Euskal Herrira bidaiatutakoak. *Canal Vascoren* eskatzen diotena euskalduntasunaren ideia zehatz eta osatu horrekin lotutako saioak emitzea da; hots, eraikitako euskalduntasuna zaintzea:

“Jagotearen jarreratik, zera eskatzen zaio, beste ezeren gainetik, Canal Vascore: “geurea” erakustea. Hots, aldeztu aurretik definitutako euskaltasuna konfirmatu eta berrindartzeko erabiltzen dute euskal telebista. Horregatik, Euskal Herriaz eta euskaltasunaz duten ideiarekin bat ez datozen edukien aurrean, jarrera kritikoa garatzen dute.” (Amezaga, 2004a: 193-194)

Beste zenbaitzuek, ordea, arestian aipatutako *gutasun* hori beste modu batean interpretatzen dute. Identitateari dagokionez, euskalduntasuna

eraikitzen ari dira, eta *Canal Vascon* ikusten dutena nortasun horretara txertatzen dute, saioetan agertzen dena Euskal Herri tradizionala izan edo ez:

“Euskaltasuna eraikitzen ari direnen egoeratik, aitzitik, ez da hain erraza kanalaren bitartez jasotzen dituzten edukiek aldeztu aurretiko ideiekin talka egitea, eta hortik jarrera irekiagoa garatzen da Canal Vasconen aurrean: euskaltasunarekiko aurreiritziak malguagoak izanik, egungo euskal gizartearen ispilutzat hartzen dute Canal Vasco, eta beratik jasotako materialez eraikitzen dute euskalduntasunaren puzzlea.” (Amezaga, 2004a: 193-194)

Bi jarrera horiek izendatzeko, “jagon versus eraiki” (Amezaga, 2004a: 97) formula erabili zuen Amezagak. Hortaz, *Canal Vascon*en edukien aurrean erantzuteko moduek islatuko luketena zera da: telebistak finkatuta dagoen identitatea berresteko bidea ematen diela batzuei, eta “euskaltasunaren hazia” ernetzekoa, besteei. Nolanahi ere, telebistak identitatearen indartzaile gisa funtzionatzen du bi egoeretan, eta, gainera, bi azpitaldeetako kideei nortasun hori osatzeko falta zaizkien osagaiak eskaintzen dizkie, izan erreferente konkretuak edo abstraktuak:

“Esperientzia digital hau, ikusi dugunez, garrantzi handikoa da diasporako zenbait kiderentzat, eta zera erakusten digu: geure nortasunaren eraikuntzan, zein leku hartzen duten diskurtso abstraktu eta orokortzaileek, eta zein bizipen errealek. (...) batzuentzat Euskal Herria bizipen konkretua da, pertsona jakin batzuekin aurrez aurre izandako harremanen gainean eraikia (normalean arbasoak eta senideak izaki), diskurtso orokortzaileen eta bestelako bitartekarien presentzia gabea. Horixe da, esaterako, arbaso euskaldunak izanik baina diskurtso nazionalistarik jaso gabe eta euskal komunitatearekin batere harremanik gabe bizi diren hainbaten kasua (...) Beste batzuentzat aitzitik, komunitate

irudimenezkoa da, aurrez aurreko harreman zuzenetan oinarritu gabea. (...) Canal Vascoren erabilerak bi motatako esperientzian izan dezake eragina. Lehenari, Euskal Herriaren inguruko diskurtso orokortzailea eta sinbolikoa osatzen ahalbidetzen dio, euskal komunitatea ordezkatzeko duten ikurak eta komunitate abstraktu gisa irudikatzen duten diskurtsoak hedatzen dituen neurrian. Bigarrenari, aurrez aurreko harremanetan oinarritutako komunitatearen lilura eskaini diezaiolake.” (Amezaga, 2004a: 195-196)

Hala, *Canal Vasco* “euskaltasuna berreraikitze materialak” eskaintzen dizkie diasporako komunitateei, emigrazioa eten zen momentutik ez baitzuten Euskal Herriari buruzko lehen eskuko albisterik jasotzen. Sorterriko hedabide transnazionalari esker, “diasporako euskaldunek Euskal Herriaren oraina izan dezakete”, eta nortasun izoztuaren ordean, euskalduntasun garaikidera gerturatzen joango da euren identitatearen kontzepzioa:

“Gero eta gehiago agertzen dira, diasporako kezka eta elkarriketetan, Euskal Herrian bizi garenon kezka eta elkarriketetan agertzen diren auzi eta gai berberak, hangoek zein hemengoek, aldi berean, Teleberri berbera ikusi dugulako.” (Amezaga, 2004a: 196)

Ikus daitekeenez, azken puntu honetan Aksoy eta Robinsekin bat dator, sorterriko telebistak komunitate diasporikoetan daukan eragin desmitifikatzailea mahaiaren gainean jartzen baitu.

Horrez gain, Amezagak nabarmentzen du diasporako kideek euskaldunetako “estereotipo positiboak hedatzeko eta besteen aurrean euskaldun agertzeko” erabiltzen dutela *Canal Vasco*, eta uste dute Espainiako zein Amerikako zenbait hedabidek Euskal Herriaren inguruan

zabaltzen dituzten estereotipo negatiboei aurre egiteko tresna izan beharko lukeela. Latinoamerikan euskalduna estimatua izan da, eta, horren ondorioz, diasporako euskaldunak erraz identifikatzen dira euskaldun gisa tokian tokiko hiritarren aurrean. “Izan ere, gizarteko ospea duen nortasunaren jabe izatea garrantzi handikoa baita norberaren nortasunaren eraikuntzan” (Amezaga, 2004a: 197). Azken finean, topaleku funtzioa ere betetzen du *Canal Vascok*. Euskaldunen artekoa, alde batetik, eta euskaldunen eta besteen artekoa, bestetik.

Bestalde, Amezagak *Canal Vascoren* inguruan egindako ikerketan hedabideen kontsumoan eragiten duen beste faktore identitario bat azaleratzen da, baina ez duena zertan loturarik izan nortasun etniko-nazionalarekin. Zehazki, Landabideak (2013) nabarmendutako belaunaldi faktoreari buruz ari gara. Haren esanetan, telebista ikusteko esperientziaren esanahia asko aldatzen da pertsona batetik bestera, telebista ikusteko motibazioak eta kontsumo horren bitartez ase nahi diren apetak oso desberdinak baitira:

“The same television content is referred to by different participants that engage in significantly different manners with it. The same can be said about the activity of watching television, which can be related to as anything from a waste of time to the best moment of the week, an opportunity to bring the family together or a chance not to engage in conversation.” (Landabidea, 2013: 488)

Hala, esperientzien ugaritasun horretan aldagai erabakiorra da belaunaldi-pertenentzia, telebistaren bitartezko aisiaren pertzepzioa asko aldatzen baita belaunetik belaunera. Landabidearen esanetan, adinak bakarrik ezin du azaldu telebistaren eta aisiaren arteko harremana, baina argi dago jaiotza-datak telebista ikusteko modua baldintzatzen duela:

“The skills, goals, strategies and habits related to TV consumption are different between age-groups, due to the differences in expertise with information and communication technologies, media literacy levels and personal and social agendas.” (Landabidea, 2013: 487)

Komunikabideak eta balizko erabiltzaileak eurekin dituzten harremanak sakonki eraldatzen ari direla berresten du. Aldi berean, hedabideen panoramak azken hamarkadetan izandako aldaketak belaunaldi bati atxikitzeko eta belaunaldien arteko bereizketak egiteko aldagai erreferentzialak direla azpimarratzen du:

“The moment of insertion of a new media in one’s life (early years, adulthood, retirement) is employed as a biographical and generational marker, and has a lasting effect on the relationship with television.” (Landabidea, 2013: 488)

Hala, Bizkaiko euskal hiztunen artean egindako ikerketan, Landabideak ondorioztatzen du lau belaunaldiren arteko desberdintasunak oso handiak zirela, telebistarekiko harremanari zegokionez. Oro har, gazteek (18-35 urte) ordu hutsak betetzeko tresna gisa dakusate telebista; kaltegarritzat jotzen dute baina aldi berean onartzen dute harekiko menpekotasuna dutela. 35 eta 49 urte artekoen adin-taldean lan egun luze baten osteko saritzat hartzen dute, erlaxatzeko unearekin, alegia. 50 eta 64 urte artekoek, berriz, aisirako tresna erabilgarri gisa irudikatzen dute, hainbat funtzio bete ditzakeena gainera: entretenitzea, informatzea edo atsedena ematea lirake horren adibide. Azkenik, erretiratuak belaunaldiak liluraz hitz egiten du telebistaz, munduari irekitako leihoa bailitzan (Landabidea, 2013: 485-486).

7. FORMATUEN, EDUKIEN ETA EUSKARRIEN GARRANTZIA HAUTU MEDIATIKOAN

Ikusi berri dugunez, komunikabideak kontsumitzeko garaian dena ez da identitatea, eta identitatea ez da bakarrik etnolinguistikoa. Hala, hizkuntza gutxituaren egoeraz eta komunitateko partaideek hizkuntzarekin duten harremanaz gain hedabideen ezaugarri *arruntek* ere baldintzatzen dute balizko kontsumitzailearen hautu mediatikoa. Komunikabideek erabiltzen dituzten formatuak, edukiak eta euskarriak lirateke horren adibide, baita albisteak eskaintzerakoak aintzat hartzen den esparru geografikoa eta erabiltzen den hizkera-mota ere bai. Alta, ikusiko dugunez, aldagai horietako askok lotura handia dute erabiltzaileen kosmobisioarekin: berau islatzekotan kontsumituak izateko aukera handiagoa izango dute hedabideek.

7.1. ESPARRU GEOGRAFIKOA

Amezagak, Aranak, Basterretxeak eta Iturriotzek azaldu zutenez (2000), komunikabideetan agertzen diren albisteetako esparru geografikoak taldekidetasun jakinak islatzen ditu, eta, aldi berean, gizarte nortasun horiek indartzeko balio du:

“One of the mechanisms used by mass media to reproduce a collective identity is the creation of a significant ‘we’, an area where things take on meaning and importance. This area is

what we call the area of reference, and constitutes the definition of the identity group.

Obviously, just like identities, reference areas can appear staggered or organized in a series of concentric circles.”
(Amezaga et al. 2000: 23)

Gertuko albistek herritarren bizitzetan era zuzenean eragin dezaketela aitzat hartuta, pentsa daiteke gertuko erreferentzia esparrua (Euskal Herria kasu honetan) gehien jorratzen duten hedabideak kontsumituko dituztela, eta horiek proiektatzen duten identitatearekin bat egingo dutela. Aitzitik, Amezagak eta enparauek artikulu horretan aztertutako Euskal Herrian argitaratzen diren egunkariak zein proportziotan hitz egiten zuten erreferentzia esparru horietako bakoitzaz, alegia, edukiaren zein ehuneko zen Euskal Herriari, Espainiari edo nazioarteari buruzkoa.

Eduki analisi horren arabera, *Euskaldunon Egunkaria* eta *Gara* ziren Euskal Herriko albiste gehien zituzten kazetak, eta *Diario Vasco*, *Diario de Navarra* eta *El Correo*, gutxien lantzen zituztenak. Hain justu, Hego Euskal Herrian gehien kontsumitzen diren egunkariak dira, beraz, nazio mailako albiste gutxien izaten dituztenak. Ez hori bakarrik: publikoak hautematen du tokiko albisteak modu eredugarrian jorratzen dituztela, eta beste komunikabideek hori dutela faltan.

Tokiko albistea zeri deitzen diogun, hor dago koska. Izan ere, Euskal Herriko erreferentzia esparrua (herrikoa, eskualdekoa) duten notiziak *El Correo*, *Diario Vasco* eta *Diario de Navarra* jorratzen zituzten aztertutako beste edozein egunkari baino. Hortaz, esan genezake jendeak tokikotasuna oso gertuko albisteekin lotzen duela, eta ez Euskal

Herrikoekin. Eskema horretan Vocento taldeko egunkariak ondo maneiatzen dituzte publikoaren eskaerak.

7.2. EUSKARRI LEHENETSIA ETA ENGAIAMENDU POLITIKOA

Halaber, duela zenbait urtetik hona paperezko prentsaren heriotza iragartzen dutenen aurrean Skobergok eta Winsvoldek frogatu zuten tokiko prentsa paperean eta interneten irakurtzen duten pertsonen soslaia, lokaltasuna balioesteari dagokionez, ez dela berdina, eta, ondorioz, formatu tradizionala alboratzeak arriskuak izan ditzakeela:

“Although the younger generations are moving online, there are social and cultural differences between audience groups that make the transition from print a risky and uncertain strategy for local newspapers. It is generally the same sociodemographic groups that read both editions, except for one critical dimension: attachment to the locality where they lived was shared by those preferring the printed over the online newspaper.” (Skobergo eta Winsvold, 2011: 214)

Halaber, ikerketa horren arabera hedabideen edizio digitala zein paperezkoa irakurtzen dutenen maila sozioekonomikoa bakarrik paperezkoa irakurtzen dutenena baino altuagoa da, eta 40 urtetik beherakoek egunkariak irakurtzeko ohitura gutxiago dute (Skobergo eta Winsvold, 2011: 228).

Horrez gain, tokiko egunkariak tokiko identitatea hedatzeko edo indartzeko bitartekari rola jokatzen dutela aipatzen da ikerketan. Alta,

tokiko identitate indartsuaren eta egunkaria irakurtzearen arteko lotura paperezko edizioaren erabiltzaileen artean baino ez zuten aurkitu. Horrenbestez, irakurleek paperezko edizioa eta digitala bi hedabide desberdin balira bezala hartzen dituztela ondorioztatu zuen:

“Accordingly, the two platforms seem to invoke different use and preferences among the audiences, suggesting that online and printed newspapers perhaps are conceived of as different media, thereby supporting our hypothesis that the two versions are not substitutes but complements to one another.” (Skobergo eta Winsvold, 2011: 228)

Skobergoren eta Winsvoldren iritziz, horrek ondorioak izango lituzke hedabideen industrian, enpresek ezingo bailukete irakurleak zuzenean euskarri batetik bestera pasatzerik espero. Hori dela eta, bi euskarriak produktu guztiz independente gisa tratatu beharko lituzkete:

“In other words, if online news production is complementary to the printed newspapers it means that newspaper publishing houses cannot rely on moving their audiences to an online platform; they should rather see online news as a diversification of the journalistic product they sell to their audiences.” (Skobergo eta Winsvold, 2011: 228)

Publiko bereiziak dituzten produktu bereizi legez, euskarri bakoitzeko hedabideek erabiltzaileengan efektu politiko desberdinak izan ditzakete. Arlo horretan, Moellerek eta de Vreese (2013) defendatzen dute hedabideek, baina bereziki telebistak eta internetek, eragin handia dutela nerabeen bizitzan eta jarrera politikoan. *European Social Survey*-eko datuen analisia ardatz hartuta, hipotesi gisa planteatu zuten hedabideetan kontsumitzen den eduki motak nerabeek parte hartze politikoarekiko duten jarreraren zeresan handia duela (Moeller eta De Vreese, 2013: 309).

Analisiaren ostean, hipotesiaren lehen zatia, hots, albisteen kontsumoak nerabeen konpromiso politikoa aurrean zezakeela, ez zen guztiz baieztatu. Izan ere, berriak irakurtzen zituzten herritar helduek parte hartze politikorako joera zuten, baina nerabeen artean bi aldagaien arteko harremana ez zen hain argia. Hipotesiaren bigarren atala, berriz, guztiz berretsi zuten: hedabideetan entretenimendua kontsumitzen duten nerabeek politikarekiko jarrera pasiboagoa izaten dute (Moeller eta De Vreese, 2013: 317-318).

Haatik, Moeller eta de Vreeseren aurretik, zenbait ikerlarik jadanik nabarmendu zuten hedabideen erabileraren eta jarrera politikoen arteko lotura zuzena:

“Previous research has shown that political interest is empirically linked to media use (Luskin, 1990) and news attention (Slater, 2004).” (Jebril et al., 2013: 109)

Campusek ere nabarmentzen du eztabaida politikorako grinaren eta informazioarekiko esposizioaren artean lotura estua dagoela:

“The more a person collects media information the more he/she talks about politics.” (Campus, 2012: 48)

Puntu honetara iritsita azpimarratu beharra dago sareek izan duten eragina norbanakoen artean sozializatzeko eta komunikatzeko moduetan, Garciak eta Del Hoyok aipatutakoaren ildotik (2013). Berauen arabera, sare-gizarteak sozializazio prozesu tradizionalen harreman-eremuak, partaideak eta mekanismoak berritu ditu, eta horrek guztiorrek

ondorioak izan ditzake pertsonen zein gizarteen arau, balio, jarrera eta portaeretan (García eta Del Hoyo, 2013: 114).

Balitzko eraldaketa horien aurrean, orain arteko ikerketek internetek eta sare sozialek politikoki parte hartzen duten herritarren soslaian, inplikazio moduetan eta zergatietan eraginik izan duten arakatu nahi izan dutela azaltzen dute Garciak eta Del Hoyok. Batzuek parte hartzea aldagai dependentzetzat hartu dute, alegia, uste dute gazteen engaiamendu politikoa sare sozialen erabilera aktiboaren ondorio dela. Bestetuek, aldiz, parte hartzea mendeko aldagaia dela diote, hots, defendatzen dute soilik bizitza errealean politikoki inplikatzeko direnek erabiltzen dituztela sareak ingurukoak inplikatzeko saiatzeko eta ziberaktibismoa sustatzeko. Bada, azaldutako bi ikuspegietako bigarrenarekin bat letorke aipatutako bi ikerlariek Madrileko Erkidego Autonomoko hainbat unibertsitateko ikasleen artean egindako azterketaren emaitzak:

“Los jóvenes que ya tenían una actitud activa hacia la participación social offline, utilizan las redes sociales para reafirmar sus conductas y animar a otros a la participación e implicación en cuestiones sociales, cívicas y/o políticas.”
(García eta Del Hoyo, 2013: 114)

Holt et al.-ek (2013) nabarmentzen dutenez, mendebaldeko gizarteetan gazteek nagusiagoek baino prestatasun gutxiago agertzen dute politikoki parte hartzeko eta, horrez gain, hedabide tradizionaletako albistegiak gutxiago kontsumitzen dituzte. Haatik, gazteek sare sozialak belaunaldi zaharragoek baino gehiago erabiltzen dituzte, eta horrek interes

politikoaren arloan orekatzaile gisa funtziona daitekeela iradokitzen dute autoreek:

“More specifically, we will test the hypothesis that social media mobilize younger citizens, while traditional media mobilize older citizens, and that this holds true with respect to both political interest and participation.” (Holt et al., 2013: 20)

Gainera, euren hipotesiaren arabera bi faktoreen arteko harremana kausala litzateke, eta ez elkar eraginezkoa; hau da, sare sozialen kontsumoak sortzen du konpromiso politikoa, eta ez alderantziz. Ikerketak planteaturiko hipotesiak berretsi zituzten, eta horrek aurrez aurre egiten du talka Garciak eta Del Hoyok Madrilen ateratako ondorioekin:

“If only traditional news media use had positive effects on political interest and participation, then the different patterns of media use between younger and older group would imply increasing gaps in political interest and participation. The results, however, show that both attention to political news in traditional media and use of social media for political purposes have positive effects on both political interest and offline political participation.” (Holt et al., 2013: 20)

Van der Wurffen irudiko, informazioa hainbat euskarritan kontsumitzeak hainbat ikuspuntu ideologiko jasotzeko akuilua izan daiteke, bermatzen ez duen arren:

“Exposure to a variety of media outlets predicts to some extent the reception of diverse ideas, especially for citizens with lower education. But interest and knowledge are better predictors. This indicates that policies that favour a diverse

supply are necessary but not sufficient. New ideas are required to stimulate audiences to receive the diversity that is sent, especially in modern online societies.” (Van der Wurff, 2011: 328)

Beraz, euskarri bakoitzak bere publikoa du, eta erabiltzaile talde horien artean desberdintasun handiak daude politikarekiko interes-mailari eta are ikuspuntu politikoari dagokionez. Goasse Brouwerrek (1996) uste du hizkuntza gutxituetako hedabideek irekiak izan behar dutela politikoki eta eskaintzen dituzten gaietan, berez komunitatea nahikoa txikia baita publikoa gehiago segmentatzen ibiltzeko:

“Today FF is a family monthly, seeking to present opinion and aimed at old and young and at every social class. This is, frankly, a utopian formula: those in favour of opinion-orientated articles dislike the lighter ‘human interest’ reading, and vice versa. Liberals and conservatives do not readily accept each other’s opposing positions. But within FF the various groups of readers have to tolerate, even respect, each other. This is necessary because the Frisian language area is too small for an exclusively opinion-based magazine and the same applies to a family monthly. But the fact that FF, in spite of its heterogeneous character, is successful, gives a special charm.” (Brouwer, 1996: 41)

Lászlók (2008), berriz, argi azaltzen du hizkuntza gutxituetako hedabideek politikarekin duten harreman zaila. Askotan, hizkuntza horretan aritzen den egunkari bakarra izateak ez du pluraltasun politikorako tarte handirik uzten, eta gutxiengo horretan nagusi den ideiak defendatu behar ditu kazetak biziraungo badu:

“In democratic states there are newspapers with various political orientations and readers can choose from them according to their taste.

Minority newspapers are in a different position: they often stand alone -without competition- on the market of minority language press, and therefore their readers have no choice. This is why these papers tend to take their readers’ political views into consideration and adjust to them or follow them.”
(László, 2008: 73)

Euskararen herriaren kasuan, nazio mailako hedapen-esparrua duten komunikabideen aldetik, euskarri bakoitzeko erreferente nagusi bana baino ez da egon historikoki. Sarasuak ondo baino hobeto azaltzen du horrek sor ditzakeen arazoak, irratia adibide gisa baliaturik:

“Beste hizkuntzetan, irratia bateko arratsaldeko programazio gustuko ez baduzu, no problem, beste bat sintonizatzen duzu. (...) Nazio mailan eta estaldura on batekin euskarazko irratia bakarra dago. (...) Euskadi Irratiak lan ederra egin du urte askotan. Bakarra izatearen kondizioa, baina, ez da sana.”
(Sarasua, 2013: 328)

Euskarazko prentsa generalista nazionalari leporatu zaio politikoki lerratua dela eta duela irakurle askorik, ez duela hizkuntza komunitatearen kanpoko geruzetara heltzerik lortzen. Sarasuaren ustez, hiztun komunitatearen erdiguneko sektorean pertsonen arteko lotura funtzioa betetzen du prentsa nazionalak, eta hori funtzio kualitatibo funtsezkoa da, talde horietakoak milaka gutxi batzuk izango balira ere. Funtzio kualitatibo hori dela eta, euskarazko prentsa nazionalak uko egin beharko lioke alderdi baten alde egiteari. Gaur egun, baina, euskalgintzaren arlo askotan bezala hedabideetan ere, eragileen parte

handi bat ezker abertzalekoa da bere irudiko, eta hiztun komunitate osoari zerbitzua eskaintzearekin batera alderdiaren alde egiteko tentazioa existitzen da. Beste euskaltzale asko hedabideetatik urrunduko lirateke horren ondorioz (Sarasua, 2013: 329-331).

Hurrengo urteetan hauteskunde-hegemonia lortzeko borroka (EAEñ) bi bloke politiko abertzaleen artekoa izango dela aurreikus daitekeen honetan, euskarazko komunikabide publikoek eta herri ekimeneko komunikabideek alderdi-lehia mimetizatzeko arriskuaz ohartarazten digu Sarasuak. Eskema horretan, ETBk EAJren ikuspegi politikoa islatuko luke, eta herri ekimenekoek ezker abertzalearena. Euskalgintzarentzat albiste txarra litzatekeela uste du, eta bi alternatiba planteatzen ditu eskema horretatik irteteko: abertzaletasun klasikoak euskarazko prentsa sortzea, edo herri ekimeneko prentsa nazionalak ildo editorial independentea izatea, alderdi guztiekin kritikoa (Sarasua, 2013: 334).

7.3. HIZKERA ETA ERREGISTROA

Halaber, publiko potentzialak komunikabidearekin engaiatu dadin ondo hautatu behar da hedabideak erabiliko duen hizkera eta erregistroa. Hizkuntza guztietan aritzen diren komunikabideentzat funtsezko aldagaia izanagatik, Jonesek nabarmentzen du masa hedabideek erabiltzen duten hizkuntzaren inguruko eztabaida bereziki ohikoa dela hiztun komunitate gutxituen baitan. Testuinguru horietan hiru ezaugarri nagusi izango lituzke hizkuntzaren eta komunikabideen arteko harremanaren inguruko ika-mika:

“Firstly, in the minorities language contexts, the relationship might even be perceived as fundamental and causal, drawing on concepts related to the study of ‘moral panics’ (Cohen, 1972) (as expressed in claims such as television/the internet/etc is killing the language). Secondly, public debate may possibly be more wide ranging and more acute in its polarities (the internet can save / destroy the language). Thirdly, there may be a presence in minoritised language contexts of the notion of whether media organizations should operate in the language or for the language.” (Jones, 2013: 32-33)

Masa komunikazioak hizkuntza gutxituengan duen eragina, beraz, handietsi egiten da sarri askotan, alde positibotik zein negatibotik. Esparru honetan, muturreko pertzepzioak eta balorazioak oso arruntak direla azaltzen du Jonesek, oso gertutik ezagutzen dugun errealitate deskribatuko ez balu ironikoa eta umoretsua suerta zitekeen pasarte honetan:

“Minoritised language media organizations can be criticised simultaneously for being too monolingual or too bilingual; accused of excluding non-speakers and of making excessive allowances to the degree of doing a disservice to the language’s fluent speakers. The language used by the media can be perceived both too formal and too informal, too correct, yet full of mistakes; too out of touch and too complex as well as too impoverished, depleted and infantilised. Too much use can be made of dialect forms or not enough attention paid to them; there can be too much or too little translation; the outlet can be in the hands of activists as well as being perceived to be in the hands of the state establishment. These binaries can be directed at the same media outlet at the same time, as it is indeed the predicament of minoritised language media to have to please all, and potentially not pleasing anyone.” (Jones, 2013: 33)

Publiko arruntaren zein hizkuntzaren aldeko ekintzaileen artean azaldutako jarrerak agertzeak are zailago bilakatzen du komunikabideentzat erabili beharreko hizkeraren ezaugarriak zehaztea. Francesc Vallverduk azaltzen duenez, hizkuntza gehienek aldaera estandarra administrazio publikoak, hezkuntza sistemak, hedabideek eta beste esparru publiko batzuek definitzen dute. Katalanaren kasuan, diosku, literaturak zerrendatutako aldagaiek baino garrantzi handiagoa izan du hizkuntza estandarra definitzeko, hainbat arrazoi historiko direla medio:

“If all the speech communities have recognized a standard form as essential for communication and cohesion in the community, in the Catalan context the standardized language has had an even more important role to play, because of the many threats to the unity of the language, and the various factors that have interfered with its development. It is understandable, therefore, that special attention has been paid to the standard language on Televisió de Catalunya from the very beginning.” (Vallverdú, 1995: 65)

Bada, hizkuntza katalanaren batasuna mehatxatu duten faktore historiko horien artean lurraldeen banaketa politiko-administratiboa eta dialektoen presentzia nabarmendu daitezke. Euskarak ere antzeko egoera bizi du aipatutako bi arloetan, eta, hortaz, euskal testuingurura aplikatu dezakegu Vallverduk egindako diagnosa: telebistak berebiziko garrantzia du hizkuntza estandarra ezartzeko eta hedatzeko.

Alabaina, idazkera estandarra ez da nahikoa hizkuntzaren aldaera ezberdinak erabiltzen dituzten hiztunen arteko komunikazioa errazteko, ahozko estandarra ere beharrezkoa da. Hedabideei dagokienez, idatzizko estandarrak ez du kasu guztietan bermatzen komunikazio eraginkorra,

Vallverduk ohartarazten duenez. Izan ere, jarduera mediatikoaren hainbat atal testuz lagundutakoak izanagatik (gidoiak, filmeetako itzulpenak, editatutako albisteak), zenbait egoeratan kazetariak ez du idatzizko erregistroaren makulua izango, hala zuzeneko emanaldietan nola elkarrizketetan. Horrez gain, azpimarratzen du ahozko komunikaziora bideratutako mezuei eta idatzizko komunikaziora bideratutakoei ez zaiela zertan tratamendu bera eman, eta hori ere aintzat hartzeko moduko aspektua dela.

Bestalde, erabiltzen den hizkuntzaren erregistroa testuingurura egokitzea beharrezkotzat jotzen du, baita ahoskera zaindua, esaldien eraikuntza ulerterraza eta koherentzia gramatikala ere. Zenbait berbaren kasuan, profesionalek egunero erabiltzen duten ahoskera forma neutrotik oso urrun badago edo kazetariak forma neutroa ezingo balu modu naturalean ahoskatu, hitz hori saihestea gomendatzen du. Ahoskeraz gain, hitzen azentuazioa ere jatorrizko hizkuntzarena eta, haren baitan, aldaera estandarrarena behar du izan. Hortaz, ekidin beharko lirateke hizkuntza hegemonikoaren eragina, eta baita hizkuntza gutxituaren dialektoena ere.

Vallverduk ez dio itzuri egiten *TV3*eko kazetarien hizkuntza gaitasunari egindako kritiken gaiari. Haren irudiko, egia da katea martxan jarri zen urteetan katalanez erdipurdiko maila zuten profesionalak kontratatu zirela, baina hizkuntza gutxituetako hedabideetako kazetarien hizkuntza gaitasuna oso zorrotz epaitzearen arriskuaz ere ohartarazten du:

“The protest were often justified, although their reasons were not always realistic. Certainly there are sufficient actors, journalists, teachers, etc., who have a good accent and who

express themselves very well in Catalan, but are they all good oral communicators?” (Vallverdú, 1995: 72)

Beste era batera esanda: hedabideetan gaitasun komunikatiboak linguistikoen aurretik jartzea komeni da. Alta, Sarasuaren iritziz hizkuntza gutxituetako komunikabideek anti-komunikatiboak izan behar dute zenbaitetan, lexiko berria gizarteratzeko lanean funtzio pedagogikoa betetzen dutelako. Azken urteetan kazetaritzan ahozko hizkeratik gertuago dagoen hizkera erabiltzeko joera nagusitzen ari dela nabarmentzen du, eta horretan euskara ondoko erdarak baino aurreratuago egon daitekeela, baina “hori orekatu behar du hizkera konplexuak erabiltzeko beharrarekin, bere funtzioa beteko badu” (Sarasua, 2013: 242).

Gainera, hizkuntza gutxituetan aritzen diren hedabideek hizkuntza hegemonikoa nola tratatu erabaki behar izan dute hasieratik. Izan ere, aritzen diren hizkuntzan aritzen direlarik, gizarteko sektore guztietako jendea agertzen da programetan, baita elebakarrak ere. Hizkuntza bakarra hitz egiteko gai diren pertsonekin komunikatu ahal izateko, hedabideak erabili ohi duen hizkuntza (gutxitua) alde batera utzi behar da une batez, baina, aldi berean, ikusleekiko komunikazioak bazter utzi den hizkuntza horretan izaten segitu behar du uneoro. Hala, gizartean aldebakarreko elebitasuna nagusi izateak hizkuntzen trataerarekiko erabaki politikoak hartzera behartu ditu kateetako arduradunak hastapenetatik. Ikus dezagun zeintzuk ziren (1995an) *TV3*ek arlo horretan erabiltzen dituen irizpideak:

“If the person being interviewed lives in Catalonia, or understands Catalan, the interviewer asks questions in

Catalan and the interviewee answers in his or her own language: when this language is other than Castilian, an interpreter translates into Catalan. If the person interviewed is a Spanish-speaker but does not understand Catalan, the interviewer addresses the viewer, presenting the interviewee in Catalan, and then proceeds with the interview in Castilian. If the person being interviewed is foreign and does not understand Catalan, the interviewer, using simultaneous translation equipment, interviews in Catalan.” (Vallverdú, 1995: 72)

Haatik, gizartearen baitako aniztasun linguistikoaz gain, mundu mailakoa ere kudeatu behar dute kateek. Herrialdearen mugaz gaindiko informazioa eskaintzen denean, jatorrizko gizartean erabiltzen diren bi hizkuntzak ez eta hirugarren bat erabiliko dute protagonistek, ingelesa sarri askotan. Bada, egunerokotasunean ere ingelesarekin leihan dabilzten hizkuntzen kasuan, aniztasun linguistikoaren bi ardatzak (gizarte barrukoa eta nazioartekoa) egituratzen dituen hizkuntza berdina da: ingelesa bera. Galeseko *S4C* telebistaren kasuan, ondoko moduan aurre egiten zion (1995an) aipatutako errealitateari:

“In practice it appears that, on the whole, the English clip is retained, and English-speaking public figures are neither dubbed nor subtitled into Welsh. Thus is tacitly recognized that the clip will be understood by the Welsh-speaking viewers as it stands, and the assumption appears to be that a short English clip of this type does not of itself change the nature of an otherwise Welsh-language programme.” (Awbery, 1995: 80)

Hortaz, Galeseko telebistaren irizpideen arabera ingelesezko pasarte bat agertzeak ez du galeseraz egiten den programa baten hizkuntza izaera aldatzen. Gaur egungo gazteek euskara eta erdara *code switching* moduan

erabiltzeko joera nabarmena dutela ikusita, beharbada birplanteatu beharko lirateke kateetako irizpide linguistiko zurrinak, euskarak komunikabide horietan duen hegemonia zalantzan jarri gabe betiere.

Dena den, gizartearen errealitatea zintzotasunez islatzeko nahia eta kateek hizkuntza gutxituarekin duten konpromisoa ez dira uztartzen errazak. Publikoaren zati handi batek ez du ontzat hartzen hizkuntza hegemonikoa sarritan erabiltzea:

“This policy has caused controversy in the Welsh-speaking community, which claims on the one side that it makes the programme more accesible to those whose confidence in their Welsh is shaky, and on the other hand allegations that including such items is a betrayal of the Channel’s obligation to present Welsh-speaking programmes.” (Awbery, 1995: 80)

Edozein hedabideren helbururik behinenetarikoa errealitatea islatzea da, eta errealitatea elebiduna da. Hizkuntza gutxituetan aritzen diren komunikabideen kasuan, ordea, hizkuntzarekiko konpromisoa kateen izanaren erdigunean kokatzen da. Oreka hori mantentzea zaila da berez, eta ia ezinezkoa fikzioa ekoiztu behar denean, saioa sinisgarria izango bada:

“Wales is a bilingual society, and while it would be possible to present drama series which were scripted completely in Welsh, they would not in any way mirror the environment in which most Welsh-speakers find themselves today, where swithcing from one language to another according to the social context is wholly natural.” (Awbery, 1995: 80-81)

Gizartea elebiduna den modu berean, badira linguistikoki mistoak diren etxeak, zeinetan kide batzuek bi hizkuntzak hitz egiten dituzten eta beste batzuek bakarra. Zirkunstantzia horrek kateen hedapena oztopatu izan du urteetan zehar, etxeako kide guztiek ezin baitzuten ondo ulertu pantailan agertzen ari zena. Awberryk azaltzen duenez, *S4C*-k ingelesezko subtituluak erabiltzen ditu errealitate hori gainditu eta etxe guztietara heltzeko asmoz. Hala eta guztiz ere, hedabideen kontsumoa guztiz indibidualizatu da azken urteotan, eta etorkizunean joera horretan sakontzera joko dugula ematen du. Hortaz, elebakarrak eta euskara ikasleak integratuta eta eroso senti daitezen bide berriak jorratu beharko lirатеke, familiarekin batera telebista ikusteko ahalegina egingo lukeen jendea bakarka kontsumitzean erdaretan egindako programak ikustera joko duela aurreikusi daiteke eta.

Euskal Herrian gertatzen den moduan, Galesen ere galesera ama hizkuntza ez duten heldu askok ikasteari ekin diote, eta eskoletan ingelesez mintzo diren inguru sozial eta familia askotan haurrek galeseraz ikasi dute eskolan. Hiztun berri horiek hizkuntza komunitateko kide bihurtzearen garrantziaz jabetuta, *S4C* kanalak galesera ikasten ari direnentzako programa bereziak ekoizten ditu. Gainera, hizkuntza gaitasun ezberdinak kontuan hartu izan ditu, hasiberrientzako zein ikasle aurreratuagoentzako saioak grabatuz.

Halaber, galeserak hizkuntza estandar arautua izan arren, dialekto ezberdinen erabilera oso hedatuta dago telebistan, baita saio formaletan ere. Zonalde bateko hizkera hizkuntzaren prestigiodun aldaera gisa ez nabarmentzeko hartu zen erabaki hori, eta ohikoa da kutsu dialektal neurtua duten hizkerak entzutea programa formaletan. Saio

informalagoetan, berriz, dialektoen arteko aldeak askoz handiagoak dira, eta hainbat hiztun kexu ziren ezin zutelako beste eskualdeetako hizkera ulertu, ingelesera aldatzea nahiago zutelarik. Awberyren ustez, berriz, telebistan aldaera desberdinak entzun behar izateak dialektoen onarpena handitzea ekarri du denborarekin:

“Regular exposure to the Welsh of different districts ensures that people become familiar with a wider range of dialects, and more accepting of differing local traditions.” (Awbery, 1995: 86)

Sarasuaren ustez (2013), komunikabideek erabiltzen duten hizkera ondo hautatu behar da, identitate eraikigarri eta indibidualen aroan balizko kontsumitsailearen nortasun pertsonalarekin bat etorriko bada. Hautu horretan euskalkiek hobeto islatzen dute identitate indibidual berezitua izateko beharra, jende askori euskara batu normatiboak ez baitio motibaziorik ekartzen. Ondorioz, euskarazko komunikabideetan batuaren eta euskalkien arteko mailaketa egon behar duela defendatzen du:

“Batuaren arragoa, hizkera estandartuak, euskalkiak, barietate lokalak. Mailaketa behar dugu, continuum batean. Tokiko hizkerak eta estandarra ez dira elkarren kontra ari. Badira arrazoiak, adibidez, Goiena telebista Debagoieneko hizkera lantzen hasteko, ETBko informatiboan doinu estandarra mimetizatu gabe. Egungo jeora psikosozialak pistak ematen ari zaizkigu. Debagoieneko hizkerek, maila batzuetan, beren funtzioa izango dutela dirudi oñatiar, arrasatear edo atxabaltarren autoirudian, hizketaren funtzio estetikoan eta estilistikoan. Eta itxura dauka euskaltasunari atxikitze motibazioetan sartzen zaiela hori ere, batzuri edo askori.” (Sarasua, 2013: 246-247)

Hizkera zainduena erabilia ere, hizkuntza gutxituetako idatzizko komunikabideek publikoaren irakurtzeko gaitasuna dute muga sarritan, hiztunen zati handi bat (gehiengoa, askotan) hizkuntza hegemonikoan jaso baitu hezkuntza, edo bigarren hizkuntza gisa ikasi du hedabideak erabiltzen duen berbeta. Lehen kasuan, hizkuntzaren gaitasun formalak hobeto menperatzen dituzte hizkuntza hegemonikoan, eta bigarren kasuan, gaitasun informalak. Modu batera zein bestera, gaitasun erlatiboa hobe da hizkuntza menperatzailean; horrek zail bilakatzen du kontsumitzaile potentzialak hedabideak erabiltzen hastea, eta hedabideen beraien bideragarritasun ekonomikoa ere kolokan jartzen du. Brouwerrek argi azaldu zuen zein zen *Frysk en Frij* hilabetekari frisiarraren egoera 1996an:

“FF cannot be fully self-supporting, because it uses a minority language. In campaigns to acquire new subscribers the first argument met with among those declining to subscribe is ‘I cannot read it’ or ‘I hardly read it’. The hurdle remains high and cannot be lowered by FF. That is why a government grant is needed.” (Brouwer, 1996: 45)

Telebistak hizkuntza estandarra ezartzeko duen garrantzia irudiz hornitzeko adibide ona ematen du Hikmet Tabak kazetari kurdua, satelite bidez kurdueraz emititzen zuen (1999an itxiarazi zuten arrazoi politikoak tarteko) *Med TV* telebistaren sortzaileetakoa dena. Hark argi azaltzen du hainbat dialekto dituen hizkuntza batean telebistak homogeneizaziorako eta elkar ulertzea errazteko tresna paregabea dela:

“We did not want to dictate what the official Kurdish dialect should be; we thought that when Kurds had the opportunity to hear one another, an official Kurdish dialect would emerge from the mixture of dialects.” (Tabak, 1997: 26)

Horrenebestez, kurdueraz egindako lehen telebista martxan jartzean lau dialekto nagusietatik bakarra ere ez lehenesteko hautua egin zuten, hizkera desberdinen arteko zubi lana egin zezakeelakoan.

Cormacken ustez, hedabideek erregistro berezia garatu dute, formaltasunaren eta informaltasunaren artekoa. Alde batetik, idatzizko euskarria duten saioek muga paratzen dute erregistroari dagokionez, hedabideek gainditzen saiatu behar diren muga, komunikazio informalaren esparruan mugitzera ohituta dauden audientziengana helduko badira (Cormack, 2000: 7-8). Erregistroen esparruan erdibideko irtenbidea bilatzen duten modu berean, hedabideek esatarien azentuari garrantzia ematen diote. Geografikoki oso markatuta dauden ahoskerak ekiditea da xedea, alde batetik, eta oso azentu artifizial eta neutroak ere ez dira komenigarriak, bestetik. Hala, hedabideek euren hizkuntza mota berezia garatu dutela baieztatzen du Cormackek. Hizkera horrek hedabideen beharrian zein egoerei erantzungo lieke (batik bat audientzia ahalik eta zabalarengana heltzeko helburuari), “situations which are significantly different from traditional public and private contexts” (Cormack, 2000: 9).

Dena den, hizkuntza identitatearen alderdi inportantea den heinean, eta komunikabideak identitate jakin batera lotzen saiatzea audientziari eusteko bideetako bat izan daitekeela kontuan harturik, Cormackek dio norbaitek pentsa zezakeela hizkuntza gutxituetako hedabideentzat lana erraza izango zela, baina ez dela hala. Izan ere, hizkuntza identitatearen muineko elementuetako bat da, baina ez bakarra, eta beste identitateek ere (politikoak, eskualdekoak, erlijiosoa) pisu handia dute kontsumo mediatikoan. Cormacken ustez, lurralde jakin batean errotuta dauden

hedabideek audientziaren identitatea hobeto ezagutzeko parada dute, are gehiago komunikazioaren mundializazio garai honetan, zeinetan mundu mailako hedabideek kontsumitzaileekiko gertutasuna galdu duten. Halaber, hizkuntza gutxituetako hedabideek audientzien fragmentazioa nagusi den testuinguru mediatikora ondo egokitu daitezkeela uste du, paradigma berri horretan komunikabideak target zehatzei zuzenduta daude, alegia, minorizatutako hizkuntzetakoek betidanik egin dutena:

“Media globalization does not mean that the global audiences become a single identity, but rather that audiences fragment. More typical of a global media audience is the special interest audience. Thus minority language audiences become much more typical of the new audience than they were in the days when national audiences were dominant. This takes the minority language audience away from the margins and puts it nearer the mainstream audience.”
(Cormack, 2000: 12)

Hortaz, globalizazioaren aroak estatu homogenizatzaileena baino multipolarragoa izango da, eta joko-zelai horretan hiztun komunitate gutxituek estatusa eta onarpena lortzeko aukera handiagoa dutela uste du Cormackek. Haren ustez, abagune hori probesteko gakoetako bat hedabideak dira, eta, hortaz, kulturaren ikuspegi tradizionala jorratzen dutenak baino gehiago, hizkuntzaren arnaguneetara estuki lotuta dauden hedabideak behar dituzte hizkuntza gutxituek.

Zabalondoren irudiko (2005), globalizazioa, digitalizazioa eta multimedia teknologien garapena aldi berean gertatu dira, horrek telebistagintzaren merkatua hedatzea ekarri du, eta hizkuntza gutxituentzat aukera aparta da hori.

Nerabeek *ETB1*i buruz zituzten iritziak eta telebistako kontsumoan hautuak egiteko erabiltzen zituzten irizpideak aztergai izan zituen, eta emaitzek argitara utzi zuten formatu eta eduki-mota guztietako saioak eskaintzea funtsezkoa dela hizkuntza gutxituetako hedabideak kontsumituak izan daitezen. Izan ere, Zabalondok berresten du *ETB1*ek ez duela nerabeentzako programaziorik, eta, hortaz, umetan telebista euskaraz ikusten duenak nekez kontsumituko duela euskarako fikzioa heldutasunera heltzean.

Ildo berean, ikerketan parte hartu zuten ikasleek askotan aipatu zuten bikoizketaren arazoa, alegia, euskaraz oso pertsona gutxi dabilela bikoizketan eta aktoreen ahotsak ezagunak direla. Hala ere, esaten dute, adibidez, *Dragoi Bola* telesailak asko galtzen zuela gaztelaniaz, hain zuzen ere, saio hori aurrenekoz euskaraz ikusi zutelako. Hortaz, produktu baten hizkuntzaren naturaltasuna ikusten den lehen aldikoa izaten da haientzat (Zabalondo, 2005: 80-81). Jakina, normalean euskara suertatzen da galtzaile lehia horretan.

Zabaldondoren hitzetan alfabetazioak, adinak eta euskalkiak eragiten dute *ETB1* ikusterako orduan: 45 urtetik gorakoek gutxiago ikusten dute, eskolan gaztelaniaz ikasi zutelako eta ez zutelako euskarazko telebista bat ikusi nagusiak izan arte, eta, bestalde, Gipuzkoan Bizkaian baino gehiago ikusten da kateak darabilen euskara dela eta (Zabalondo, 2005: 84).

Halaber, ikerketan parte hartu zuten gazteek jatorrizko edukiak dituzte gustoko, eta ez dute arazorik (D ereduko ikasleak dira) euskaraz zein gaztelaniaz jarraitzeko. Gaztelaniazkoak dituzte gustokoen, baina

kontuan hartu behar da euskaraz eskaintza askoz murriztagoa dela, eta kalitatea ere oso kontuan hartzen dutela telesail bat hautatzeko orduan.

Bestalde, hizkuntzaz jabetzeko moduen aldaketak ere hautu mediatikoan eragiten duela erakutsi zuen aipatutako ikerketak. Gazteei hizkera naturala iruditzen zitzaien euskara formala erabiltzen zuten saio eta formatuetakoa, eta naturaltasun falta igartzen zuten hizkera kolokialagoa zerabilten programetan:

“Okertzeko beldurrik gabe esan genezake, gazteei sinesgarriagoa egiten zaiela dokumentalen hizkera, ikasketan darabilten euskara eredutik gertuago dutelako. Ezin esan gauza bera fikziozko hizkerari buruz: aisialdian erabili beharreko euskara kolokialaren eredurik ez dute, eta gehienbat gaztelaniaz mintzo dira eskolako gaiei lotutakoez beste esparru ia guztietan.” (Zabalondo, 2005: 90)

Bestalde, Herve Ar Bihanek (2008) nabarmendu zuen hedabideek eraginkortasunez komunikatzeko erabili behar duten hizkera labur eta zehatzak hizkuntza gutxitua ikasten ari direnen jabetasuna prozesuan lagun dezakeela. Hala ere, bretoieraren kasuan, irratiek erabiltzen duten sintaxia eta hizkuntza ikasteko metodoek erabiltzen dutenak bat ez etortzeak prozesua zailtzen du:

“One of the main requirements of the language used on radio is to be able to broadcast the maximum possible news in a short time, while maintaining correctness. Although this language sometimes demonstrates features which are unusual in everyday speech, it also demonstrates a great capacity for concision and correctness. This is why we believe it can be an effective tool for learners. As far as Breton is concerned we find that journalistic language makes use of syntax that learners frequently have difficulty mastering by

means of more 'traditional' teaching and learning methods."
(Ar Bihan, 2008: 24)

Gaur egungo gizarteak terminologia berria sortzen du abiadura handian. Termino horiek hizkuntza gutxitura nola itzuliko den erabakia oso ordu gutxian hartu behar da hedabideetan, eta hitz *ofiziala* zein den argitu arteko denboran termino ezberdinak sor daitezke kontzeptu berari erreferentzia egiteko. Horrek guztiak are zailago bilakatzen du hizkuntza gutxituko hiztegi teknikoa eta terminologia garaikidea hedatzea, Walshen eta O'Connellen irudiko:

"Due to the lack of resources, terms are not made available quickly enough for the daily and even hourly demands of translators, broadcasters, lecturers or others working professionally with Irish. This leads to a great deal of guesswork and unofficial coining of terms, with the result that several conflicting versions may be in use by the time the official term becomes widely available." (Walsh and O'Connell, 2008, 43)

8. KONBERGENTZIA MEDIATIKOA ETA HEDABIDEEN EKARPENA HIZKUNTZA GUTXITUARI

Hedabideek erabiltzen duten erregistroak eta hizkerak kontsumitzaileekiko komunikazioa baldintzatzen duela argi gelditu da; haatik, konbergentzia mediatikoaren aroan²⁸ ez da erraza komunikazioa zer den esatea, modu zehatzean definitzea. Jensenen iritziz, digitalizazioarekin komunikazioaren kontzeptua kolokan dago, eta berak eredu berri bat proposatzen du praktika komunikatiboak aztertzeko, hiru gradu diferente izango lukeena:

“The human body enabling communication face-to-face; the technically reproduced means of analog mass communication; and the digital technologies facilitating networked interaction one-to-one, one-to-many, as well as many-to-many” (Jensen, 2010: 4)

Bere ikuspegiaren arabera, ez da jasangarria pertsonen arteko eta hedabideen bitarteko komunikazioa banatzen jarraitzea, aurrez aurrekoa

²⁸ Jenkinsen arabera, konbergentzia mediatikoa plataforma ugariaren arteko eduki emarian oinarrituko litzateke. Edukien mugimendu horretan funtsezko rola jokatuko lukete erabiltzaileek, eta, hortaz, konbergentzia ez litzateke soilik garapen teknologikoaren ondorio, giza interakzioek berebiziko garrantzia baitute eraketa horretan. Hala, konbergentzia etengabeko prozesua litzateke, zeinetan komunikabide berriek, zaharrak ordeztu beharrean, eurekin elkarreraginean arituko liratekeen (Jenkins, 2008).

eta mediatizatua. Gainera, Jensenek uste du gaur egun ez dela *two-step-flow of communication* gertatzen²⁹, baizik eta hiru urrats daudela.

Komunikazioaren hiru gradu horietatik lehena giza gorputza litzateke, alegia, pertsona bera. Katetoria horretan baitan leudeke ahozkotasuna eta eskuzko idazkera, baita, haren ustez, giza gorputzaren gaitasun komunikatiboak hedatzen dituzten tresnak ere. Bigarren graduan teknologiak leudeke, masa hedabideak, esaterako:

“I take media on the second degree to include the various analog technologies -from printed books and newspapers to film, radio and television- all of which took shape as one-to-many media institutions and practices of communication.”
(Jensen, 2010: 68)

Hauen ezaugarri nagusia litzateke informazioa espazioan eta denboran hedatzeko ahalmen izugarria dutela, parte hartzen duten pertsonen kopurua edozein izanda ere. Bigarren gradu komunikatiboko tresnak erraz birsortzeko sortuak dira; egunkariak eta liburuak jartzen ditu horren adibide gisa.

Azkenik, hirugarren urratsa legoke, meta-teknologiena. Aurrez aurreko komunikazioa eta komunikazio mediatizatua integratzen dituenaz gero,

²⁹ Teoria horren arabera, ideien emaria eta berorien eragin soziala bi fasetan garatuko litzateke: lehenean komunikabideek *opinion leaders* delakoen artean banatuko lukete informazioa, eta bigarrenetan informazioa jaso duten norbanako erreferentzialek ideiak zabalduko dituzte euren gizarte sareetan (Katz eta Lazarsfeld, 1955).

aurreko bi urratsak bere baitan bilduko lituzkete meta-teknologiek, alegia, ordenagailuek:

“The digital computer reproduces and recombines all previous media of representation and interaction on a single material platform of hardware and software. (...) As means of expression, digital media join text, image and sound in some new and many old genres, as inherited from mass media as well as face-to-face interaction (...) digital media integrate one-to-one, one-to-many and many-to-many forms of communication.” (Jensen, 2010: 69-70)

Hedabide digitalen aroan komunikazioa nonahi dago, eguneroko bizitzan txertatuta dago eta zaila da argiki definitzea hedabide bat zer den ere:

“Digital media are becoming ubiquitous; they make both information and other people accessible almost anytime, anywhere. Digital media are also increasingly pervasive; integrated into common objects and artifacts, natural and cultural environments, they may no longer be recognized as media.” (Jensen, 2010: 64)

Ondorioz, Jensenen irudiko inoiz baino beharrezkoagoa da hedabideen eta komunikazioaren arteko harremana birdefinitzea, eta, bi kategoria horien artean, arreta gehiago jartzea komunikazioari (Jensen, 2010: 70). Izan ere, funtzioa (komunikatzea) bitartekoari (hedabidea) gailendu zaiola defendatzen du, alegia, hedabideak komunikaziorako tresna baino ez direla, eta ez komunikazioa bera (Jensen, 2010: 84).

Landabideak (2013), berriz, uste du konbergentzia mediatikoa komunikazio sisteman aldaketa handiak eragiten ari dela, baina ez dela fenomeno guztiz berria:

“Cases of technological and industrial media convergence can be found in the evolution of cinema, radio, television, press and the internet that show that media have very rarely been isolated entities, unrelated to the apparition and evolution of new forms of storytelling and media production. The technological development of each medium opens new areas of opportunity for its audiences that inevitably spill over to other media as they intend to ignore, resist, confront, adapt and overcome the latest transformations and trends.”
(Landabidea, 2013: 478)

Hala, teknologiak komunikazioa eraldatzen duten arren, erabiltzaileek dute hedabide paradigma berriak eratzeko giltza, benetako aldaketak ez baitira ematen teknologien erabilera sozialki hedapen zabala duten arte. Ondorioz, Landabideak diosku audientziaren jarrerak eta ohiturak aztertzea beharrezkoa dela konbergentzia mediatikoaren aroan telebistak eskuratuko duen esanahia ulertzeko.

Petersek dionez XX. mendean zehar hedabideei askotan leporatu zaie gizakion arteko elkarriketa oztopatzea, baina ez du uste hala izan denik. Izan ere, haren irudiko, aipatutako gizaldiak aurrera egin ahala hedabideak gero eta gehiago bilakatu ziren elkarriketarako tresna. Era berean, elkarriketak gero eta mediatizatuagoak direla defendatzen du. Pertsonen arteko komunikazioaren eta komunikazio mediatizatua aztertu ostean, Petersek ondorioztatzen du hedabideen bitartez egiten den komunikazioak ez duela pertsonen artekoa oztopatzen, eta zenbait kasutan onurak izan ditzakeela:

“Dialogue is not the only way to carry culture. Anyone learning a new language knows that conversation is scarier than newspapers or television, since failure to understand is

annoying to others and it is potentially embarrassing if you pretend to understand.” (Peters, 2006: 124)

Konbergentzia mediatikoak hedabideen eta kontsumitzaileen arteko komunikazioa eraldatu duela argi dago. Informazioaren zikloan subjektu pasibo izatetik ekoizle izatera igaro dira herritarrak, eta, Garcia de Madariagak gogora ekartzen duenez, bilakatze prozesu horretan lehen kolpean kontraesankorrak iruditu daitezkeen gertakariak jazo dira, duela oso gutxira arte kontsumitzaile baino izan ez direnen parte hartze mediatikoa sustatu duten indarrak kazeta enpresen oligopolizazioa eragin duten berberak baitira:

“Paradójicamente, las mismas tecnologías digitales que han contribuido de manera tan significativa a la configuración de un escenario comunicacional tan concentrado y mercantilizado han sido también las que han favorecido el desarrollo de nuevos formatos y soportes que, entre muchas otras cualidades, brindan diferentes oportunidades para la incorporación de las inquietudes de los ciudadanos en los discursos dominantes de los medios mediante su participación directa en la producción informativa. El periodismo del siglo XXI se encuadra en un entorno mucho más complejo que el de hace apenas diez años, un escenario en el que los pasivos y silenciosos ciudadanos se convierten en potenciales productores de información.” (García de Madariaga, 2006: 206)

Internetek eta sareek parte hartze mediatikoaren mekanismoak nolabait demokratizatu dituen testuinguru honetan komunikabide tradizionalentzat, eta, bereziki, idatzizkoentzat, egoera berrira egokitu beharrak buruhauste nabarmena suposatzen du. Lopezen irudiko, paperezko egunkariak erreferentzialak izaten jarrai dezaten gakoa edukietan eta parte hartze mekanismoetan dago:

“Unha das solucións a este panorama hai que buscala nos contidos. O novo xornal ten responder os intereses, necesidades, sonos e aspiracións dos lectores. (...) E iso esixe darlle máis protagonismo ós lectores na elaboración do xornal da nova era. De aí a necesidade de reflexionar sobre os mecanismos para articular esa participación no xornal en papel da era dixital.” (López, 1999: 147)

Horren guztiorren ondorioz, hedabideetan parte hartzeko bide berriak hiztun-komunitate gutxituen baitan nolako garapena duten jakiteak inoiz baino garrantzi handiago du, eta bada gaia jorratu duen ikerlaririk. Philippa Lawek (2013), esaterako, bere doktore-tesian aztertu zituen galesera hiztunek hizkuntza horretako hedabideetan parte hartu dezaten eragiten duten aldagaiak.

Nor bere buruaren hizkuntza gaitasunarekiko pertzepzio negatiboak eta horrek sortutako antsietateak erabiltzaile askok hedabideetan parte har zezaten eragozten zuten. Hala azaltzen du Lawek:

“Some of those surveyed thought that their Welsh was not fluent enough to take part in media content, while others felt that the kind of Welsh they spoke was not ‘good’ enough compared to the Welsh they heard in the media. Even those who said that they were fluent in Welsh were still prone to occasional dips in confidence, when presented with opportunities to participate in media content. Audiences’ apprehension was found to be a major barrier to participation – and was more important than their perceived lack of competence in Welsh.” (Law, 2013: 2)

Hala, komunikabideetan parte hartzeko jarrera ardatz harturik, lau kontsumitzaile mota bereizi zituen Lawek. Gogotsuak, itzuri egileak, baikorrak eta hiztunak. Honako moduak deskribatu zituen:

“Enthusiasts, who are relatively confident in their Welsh and willing to interact with media content in various different ways.

Avoiders, who are generally unwilling or unable to take part in any media content in Welsh.

Optimists, who welcome the opportunity to interact with Welsh-language content in undemanding ways.

Talkers, who are happy to take part in phone-ins, but not in other kinds of interactive media.” (Law, 2013: 3)

Gogotsuen taldean, batez bestekoa galeseraz hitz egiten eroso sentitzen da, galeseraz mintzo den gizartean inplikaturik baitaude, parte baitira. Gustura hartzen dute parte edozein hedabide motako galesera saioetan. Gehienek galesera dute ama hizkuntza, eta egun ere maiztasun handiz erabiltzen dute. Umetan, gaztetan eta heldutasunean ere, beti erabili izan dute galesera. Haien artean bi herenak gaitasun formal zein informaletan hizkuntzan aritzeko gai dira, eta gehienak eroso sentitzen dira telefonoz elkarrizketa bat galeseraz izateko orduan. Gainontzekoen moduan, urduri senti daitezke hedabideetan parte hartzeko orduan, baina gaunditzeko prest daude.

Galeseradun komunikabideetan parte hartzeari itzuri egiten dioten gehienak, berriz, deseroso sentitzen dira hizkuntzarekin berarekin. Ez dute hizkuntza gaitasun handirik, ez gaitasun formaletan ez informaletan.

Horrez gain, ez daude prest inolako motako galeseradun hedabideetan parte hartzeko. Hizkuntza ulertu arren, ez dira publikoki erabiltzeko gai sentitzen, eta ziurtasun eza sentitzen dute galesera hiztunez inguraturik daudenean. Halaber, talde honetako partaideak ez daude galeseraren gizartearekin konprometiturik, eta gutxitan kontsumitzen dituzte galeserazko hedabideak. Hauetako batzuk hedabideetan parte hartzeko aukerarekiko mesfidatiak dira, aukera hori galesez edo ingelesez izan (Law, 2013: 4).

Baikorren artean askok ez dute galesera maila handirik, baina euren ahalmen guztia erabiltzeko prest daude. Talde honetako kideek ez dute enfasia hedabideetan parte hartzeko oztopoetan jartzen, baizik eta parte hartze horrek emango liekeen plazerean. Ondorioz, nahiz eta ez izan idazteko edo hitz egiteko gaitasun handirik, gutxiago eskatzen dieten parte hartzeko moduei heltzeko prest daude. Une honetan, baikorrak ez daude galeseradun gizartearen konprometiturik, baina euren maila hobetu eta etorkizunean hiztun osoak izateko nahia adierazten dute.

Hiztunen taldekoek, oster, gaitasun informalean maila ona dute, ez, ordea, formalean. Horren arrazoia da talde honetako gehienek galesera ama hizkuntza dutela, baina ingelesez ikasi dutela eskolan. Hortaz, ordenagailuaren bidez mezuak galesez idazteari muzin egiten diote (oro har, ez dute ordenagailua eta internet gustuko), baina gustura hartuko lukete telefonoa hedabide batean hitz egiteko aukera suertatuko balitz eta esateko zerbait izango balute. Nahiz eta belaunaldi zaharren ezaugarriak dituztela iruditu, batez beste ez dira beste taldeetako kideak baino zaharragoak (Law, 2013: 5).

Hortaz, gaitasunek, hizkuntzarekiko jarrerak eta ama hizkuntzak eragiten dute, gehienbat, hizkuntza gutxituko hedabideetan parte hartzeko prestutasunean. Baikorren taldeak argitara ematen duenez, esan daiteke kasu honetan jarrera dela aldagai erabakigarria: gaitasun handiegirik ez izan arren, hiztun-komunitatearekiko engaiamenduak parte hartzera bultzatzen ditu talde horretako partaideak.

9. PANORAMA MEDIATIKO BERRIAREN ERRONKAK

Argi dago euskarri anitzeko hedabide-paradigma berriak eta baliabide teknologikoez komunikazioa bi norabidekoa izatea ahalbidetzen dutela. Era berean, erabiltzaileek hizkuntza gutxituetako hedabideetan parte hartzeak hizkuntzaren estatusa eta hiztun-komunitatearen autoestimua hobetu dezake. Garabide elkartetik aipatzen dutenez, komunikabideek berebiziko garrantzia dute hizkuntzaren garapenerako, eta akuilu izan daitezkeen era berean galga ere bilakatu daitezke. Hizkuntzari egonkortasuna eta uniformetasuna emateko lanabes giltzarriak dira hedabideak, eta irakaskuntza baino eragin handiagoa izan dezakete “hizkuntzaren berreskurapenerako, eta hizkuntza sendotzeko eta trinkotzeko” (Garabide, 2010: 12). Hiztun komunitatearentzat funtsezkoa da hedabide indartsuak izatea, hizkuntzaren estatusa ona izango bada. Izan ere, hedabideek “aukerak ematen dizkiete hiztunei beren buruaren errepresentazio publiko hori kontrolatzeko, komunitate bereko beste kideen ideiak, ikuspegiak eta arazoak ezagutzeko, eta Guaren ideia komunitate horren baitan txertatzeko” (Garabide, 2010: 12).

Sarasuak (2013) azken bost hamarkadetan euskara berpizteko egin diren ahaleginetan jorratutako alor nagusien artean kokatzen du hedabideena, korpusa, hezkuntza, kultur sorkuntza eta familia transmisioarekin batera. Aurrerantzean ere hedabideek euskararen bizindarra bermatzeko bide nagusien artean egongo dela deritzo:

“Hedabideek funtzioak dituzte hizkuntzaren estandartzean eta hizkeren nagusitzean. Bai eta hizkuntza komunitatearen autoirudian eta autokonfiantzan ere. Europako hizkuntza komunitate txikien bizi-indar maila eta beren hedabideen gaitasuna nahiko bat datoz.” (Sarasua, 2013: 311)

Komunikazio-paradigma berri honetan, baina, zaila da euskarri anitzeko hedabideek hizkuntza gutxituari egiten dioten ekarpena zehaztea. Bizitasun linguistikoa neurtzeko indizeek hedabideak aintzat hartu izan dituzte, baina errealitate mediatiko berrian komunikabideek bizitzaren alor guztietan presente daude, ez dira aldagai isolatuak. Hori dela eta, Elin Haf Gruffydd Jonesek galdetzen du ea zeintzuk diren, konbergentzia kultural eta mediatikoaren ondorioz, jadanik erabilgarriak ez diren indizeak, eta zeintzuk diren indize horien parte izatera igaro behar diren adierazle berriak. Azken finean, egin beharreko galdera da nola egokitu beharko genituzkeen hizkuntza gutxituetako hedabideen inguruko indizeak sare sozialen eta hedabide transbertsalen aroan (Jones, 2013: 60-61).

Jonesek azpimarratzen duenez, zenbait soziolinguistak, Fishman tartean, garrantzia kentzen diote hedabideek hizkuntza gutxituengan izan dezaketen onurari. Hala ere, Jonesen hitzetan, hizkuntza gutxituetako hedabideak ikerketzen dituztenek nabarmentzen jarraitu dute hizkuntza batentzat zeharkako onurak dakartzala hedabideak izatea, nahiz eta froga enpiriko zuzenik ez egon. (Jones, 2001: 62) Cormackek ere uste du Fishmanek gutxiesten duela hedabideek hizkuntza gutxituen berreskurapenean izan dezaketen garrantzia, ez dagoela hedabideak hizkuntza-erabileran eragiten dutela baieztatzen duen froga enpirikorik, eta oso zaila dela hedabideak aldagai isolatu gisa identifikatu ahal izatea:

“In the European context, the minority languages that seem to have been most successful in their use of media (particularly television) -Catalan and Welsh- are also those in which a wide range of other institutional supports has been implemented for the language, making it very difficult to identify the specific impact of the media.” (Cormack, 2007: 52)

Esan bezala, hedabideak faktore banatu gisa isolatzea gero eta zailagoa izango da konbergentziaren aroan. Izan ere, hedabideen ekoizpen, kontsumo eta banaketak hain eraldaketa sakonak jasango ditu, ezen oso ikuspegi berriak beharko baitira *hedabideak* bizitasun linguistikoaren adierazle gisa aplikatu nahi izateko. Puntu honetan, Jonesek Sonia Livingstonen ikuspegia gogora ekartzen du (2009:1), zeinaren arabera komunikazio interperpsonalaren eta masa-hedabideen arteko banalerroa gero eta lausoagoa den (Jones, 2013: 66). Era berean, gogora ekartzen ditu Jenkinsen hitzak (2006:3): konbergentzia mediatikoa ez da ulertu behar soilik prozesu teknologiko hutsa izango balitz bezala, gailuen garapenarekin baizik praktika kulturekin baitu lotura handiagoa.

Ondorioz, online komunikazioa bizindar linguistikoa ebaluatzeko indizeetan txertatzeko saiakerek gaur eguneko indizeen eta horien baitako aldagaien berrikuspen sakona eskatzen dutela uste du Jonesek:

“A simple assimilation of online communication within the indices associated with the old media paradigm of 'one-to-many' distribution is not sufficient in itself for this restricts our understanding of online communication as a mere shift in technology and the invention of new appliances without recognizing that convergence culture has, according to Jenkins and others, more to do with the changes in cultural

practices and heightened levels of participation and interactivity”. (Jones, 2013: 70)

Hedabide zeharren paradigmatik ere konbergentziaren kultura horren eragin indartsua jasotzen ari den arren, gehienak oraindik orain aktore boteretsuak direla ohartarazten du Jonesek, “as they are joined by additional corporate gatekeepers who between them retain significant control over the whole media landscape” (Jones, 2013: 70).

Horrez gain, zenbait ikerlarik nabarmendu dute hedabideak nonahi dauden aroan inguru sozialak, hots, gertuko pertsonak, norbanakoen iritzien definizioan duen garrantzia. Campusek gogora ekarri duenez, “recent research has offered new evidence to the thesis that, despite the important and impressive presence of mass media, personal discussion still shapes the formation of political opinion” (Campus, 2012, 46).

Hedabideen presentzia etengabekoa izangatik, familia eta lagunak izaten dira norbanakoen pentsamolde politikoetan gehien eragiten dutenak. Hortaz, haren irudiko Katz eta Lazarsfieldek 1955ean planteatutako tesietara itzuli dira gaur eguneko ikerlariak, hots, gizarte zirkulu hurbilek informazioaren zirkulazioan eta norbanakoen iritzi politikoaren definizioan duen garrantzia nabarmentzera. Hala ere, Campusek ez du uste gaur egun komunitateko kide politikoki ez aktiboen artean informazioa banatzen duten iritzi-liderrik dagoenik, aspaldi Katz eta Lazarsfieldek teorizatu zuten moduan:

“Several decades later, scholars who have analysed political discussion in modern electoral campaigns have been unable to identify those opinion leaders who, according to Katz and

Lazarsfeld, should be able to influence the less politically active people by virtue of the trust they inspire (Campus and Pasquino, 2007; Huckfeldt and Sprague, 1995). Therefore, although it may be true that political discussion, especially within homogeneous networks, reinforces consistent individual opinions and challenges contrasting views (Beck et al., 2002; Schmitt-Beck, 2003), it is unclear whether the process of validation of information depends on evaluating in a special way the expertise and wisdom of specific discussion partners". (Campus, 2012: 49)

Hala, gaur egungo eztabaida sareak dentsitate handirik ez izateak eragingo luke oso ideia desberdinetako pertsonen arteko elkarrizketa politikoa ohikoagoa izatea, eta, hortaz, iritzi-buruzagi egonkorrak identifikatzea zailagoa izatea.

Halaber, internetek pertsonen arteko komunikazioan eta norbanakoen iritzi politikoan eragiteko modu berriak ekarri ditu, eta, ondorioz, Katz eta Lazarsfieldek *opinion leaders* kontzeptua berrikusi beharko litzateke:

"The new characteristics of the political context, and in particular of contemporary political discussion networks, suggest that the latest ones are no more the cohesive groups of the past, but should rather be conceived as webs of relationships that may also be loose and volatile". (Campus, 2012: 53)

Edonola ere, gaur egungo gizartean, hizkuntza gutxituentzat komunikabideak izatea funtsezkoa da Cormacken irudiko, arrazoi sinbolikoak, politikoak eta ekonomikoak direla medio:

“(1) the electronic media can have an important symbolic role for language communities, a signal that the language and the community are able to cope fully with the contemporary world, rather than being simply part of an outdated heritage; (2) they can provide a real economic boost, including attractive career prospects for young people who want to work in the minority language; (3) they are important in developing a public sphere within a language community which allows a political community to develop and indeed allows the community to develop its own news agenda; (4) they are important in relation to how the community is represented both within itself and to outsiders”. (Cormack, 2004: 4)

9.1. TELEBISTA:

GARAIKIDETASUNAREN ATEA

Hizkuntza gutxituan aritzen den telebistaren existentziak hizkuntza horren eta kultura tradizionalaren arteko lotura automatikoa egitea oztopatzen duen ideia behin eta berriz errepikatzen dute hizkuntza minorizatuak duten Europako herrialdeetako ikerlariek. Hizkuntza gutxituak iraganarekin lotzeko joera estatuko hizkuntzen mende bizi izan diren gizarte guztietan oso hedatuta egon den seinale. Hourighan-en esanetan, hizkuntza gutxituetako telebistak aurrejuzguak apurtzeko tresna eraginkoarra izan dira:

“Broadcasters and programme-makers working through this services have successfully challenged many of the traditional stereotypes associated with minority languages. As a result, minority cultures now have much greater associations with glamour, modernity and youth (Cormack 1994; Grin and Vaillancourt 1999). This youthful image has contributed to the growing success of minority language education and

cultural activities. This cultural confidence has contributed to greater political strenght". (Hourigan, 2004: 59-60)

Daviesek adierazi zuen Galesen ere telebistaren sorrerak aurreko adibideetan deskribatutako efektuen antzekoak izan dituela:

"A survey of the uptake of successive media technologies by the Welsh-language community shows that the Welsh have proved eager to take advantage of new media as a means of saving their language from the confines of folk culture and consequent marginalisation". (Davies, 2006: 69)

Galeseko testuinguruan jarraituz, Jonesek (2008) zehazki telebistak hizkuntza gutxituei ekartzen dizkien onurak azpimarratzen ditu, biziraupenerako oinarrizkoak diren hainbat esparrutan:

"Television is certainly a status symbol for minority language communities and it has been argued that a decent television service brings with it a level of social significance to the language. As an expensive medium, its very existence can stimulate the economy of a language; as a highly regulated medium, it requires recognition by officialdom in order for it to be created in the first place; as an audio-visual medium it asks little of the literacy levels of its viewers, which as a visible medium -both within the community and beyond- serves as a tangible evidence that the language is (still) alive. Finally, television has a universality and dexterity that makes it suitable for light entertainment and serious debate, for young children and the older generation, and reaches almost every home". (Jones, 2008: 58)

Guyotek ere aipatzen du hedabideek bultzada eman diezaioketela hizkuntza gutxituari, nahiz eta, berez, ez izan berreskuratzeko nahikoa:

“Media use is not a sufficient condition in itself to change the situation, but it is part of the range of means that help a language to conquer a wider audience and to escape marginalization”. (Guyot, 2004: 22)

Ildo berean, O’Connellék (2004) uste du hizkuntzaren berreskuratze eta normalizazio prozesuan estrategikoak diren alor guztietan ekarpena egin dezaketela komunikabideek. Hasteko, hedabideek jarrerak hobetzen lagundu dezaketela uste du, Cormackek esandakoaren ildotik, hiztunek hizkuntza gutxitua teknologia berriekin lotzea lor baitezakete. Modu horretan, hautsiko da hizkuntza gutxituaren eta kultura tradizionalaren arteko lotura psikologiko automatizatua. Hizkuntza gaitasunaren aldetik, ikus-entzunezko komunikabideei esker hiztun natiboen irakurtzeko trebezia hobetu daitekeela eta beste dialektoetara zein hizkuntza estandarrera ohitu daitezen baliagarria izan daitezkeela nabarmentzen du O’Connellék. Gure ustez, hizkuntza gutxitua bigarren hizkuntza gisa ikasi dutenei telebistak egin diezaiekeen ekarpen linguistikoa gehitu beharko litzaioke gainontzekoan gure adostasun osoa duen irakurketa horri.

Bestalde, hizkuntza erabilera hedabideen mekanismo parte hartzaileen bidez sustatu daitekeela baieztatzen du. Komunitatearen babesaren aldetik, hiztunen autopertzepzioa hobetzeko eta autoestimua lantzeko tresna aproposa deritzo telebistari. O’Connellen iritziz, hizkuntzaren belaunen arteko transmisioan ere lagungarria izan daiteke telebista, hiztun gazteak zaharren hizkera jaso dezaten eta, linguistikoki mistoak diren etxeetan, seme-alabek gaitasun egokia garatzeko laguntza eta indargarri gisa.

Halaber, ikus-entzunezko hedabideak hizkuntza plangintza koordinatu eta eraginkorra koordinatzeko gune aproposa izan daitezkeela defendatzen du, eta, aldi berean, uste du komunikabideek ikerlarien eta hiztunen arteko loturak sor ditzaketela. Horrez gain, korpua estandarizatzeko ahalmena esleitzen die, eta plangintza integratua ere errazten dutela uste du, “by the visibility of the minority language media in audiovisual media” (O’Connell, 2004: 40).

Kapitulu honetan zehar ikusi dugunez, hizkuntza gutxituen eta komunikabideen inguruan ikertzen dabilzan aditu zein arituek denbora eta energia eskaini diote eskaintza mediatikoak hiztun komunitateari ekartzen dizkion onuren inguruko hausnarketari. Zalantzarik gabe, interakzio horiek hobeto ezagutzea ezinbestekoa izango da hizkuntza normalizaziorako bideak eraginkortasunez jorratuko badira. Puntu honen inguruko azken hausnarketa gisa, guztiz egiten dugu bat Cormackek (2004) plazaratutako iritziarekin: hizkuntza gutxituetako hedabideen inguruko ikerketak berezko ildoak izan behar du, hedabideen ikerketarengandik zein hizkuntza gutxituen ikerketarengandik erdibidea izango dena, bi ikerketa arlo horietatik guztiz bereizi ezin den arren.

10. ONDORIO GISA: INTERES PUNTUAK

Tesiaren sarrerako atalean azaldu dugun moduan, zertze teorikoak, berez atxikita duen helburuaz gain (ikerketa objektura gerturatzea eta, aurretik egindako lanez baliatuz, diskurtso propioa garatzea) esanahi metodologiko argia du gure kasuan. Izan ere, euskaldunek komunikabideen aurreran dituzten iritziak, ohiturak eta jarrerak aztertzen duen literaturaren berrikusketa egitean gure ikerketa proiektuaren hurrengo urratsa materialez hornitu dugu.

Hala, mosaiko teoriko honetan zehar bildutako ideiekin osatu ditugu analisi kualitatiboaren funtsezko elementuak, hots, sakoneko elkarrizketak eta berorien gidoia. Alabaina, uste dugu ikerketa enpiriko bat inplementatzeko bidea sekula ez dela aseptikoa: gaia aztertzeo objektiboki garrantzitsuenak diren aldagaiak jarri behar dira mahaiaren gainean, baina ikerlariak beti izango du jorratuko den puntu bakoitzarekiko ikuspegi propioa. Horrenbestez, elkarrizketa saioen bitartez aztertu nahiko genituzkeen zenbait interes puntu formulatu ditugu. Bada, atal teorikoari amaiera emateko, ekar ditzagun azalera bide kualitatibo zein kuantitatibotik arakatuko ditugun bederatzi puntuak eta berorietako zenbaiten baitan bildutako azpiatalak:

1. Hiztun bakoitzak hizkuntzaren jabekuntza prozesuan dagoen fasearen eta euskarazko hedabideekin duen harremanaren arteko lotura. Hots,

hedabideekiko motibazoa, ezagutza eta erabilera euskararekikoen isla diren aztertuko dugu.

1.a) Balizko erabiltzaileek euskarari ematen dioten balioak (sinboliko-identitarioak edo instrumentalak) euskarazko hedabideen kontsumo mailan duen eragina.

1.b) Euskararekiko hitzezko engaiamendua erabilera mediatikoaren esparruan jarrera proaktibo (ez) bilakatzeko joera.

1.c) Euskarazko komunikabideetako hizkuntza-soslaia, ama hizkuntzari dagokionez bereziki.

2. Ingurunearen baldintza linguistikoen eta euskarazko hedabideen kontsumo mailaren arteko harremana.

2.a) Hedabide bakoitzaren hedapen-esparruan euskarak duen indar demolinguistikoaren eta leku bakoitzeko erabiltzaileek hedabide horien bitartez ase nahi dituzten beharizanen arteko harremana.

3. Erabiltzaileen konpomiso sozial edota linguistikoak edukien (bereziki informatiboan) aukeraketan betetzen duen rola.

4. Euskarazko hedabideen ildo editorialari buruzko iritzi-giro nagusia.

5. Harreman sare hurbilaren eragin psikosoziala aukeraketa mediatikoan, eta, bereziki, azken horren baitako hautu linguistikoan.

6. Euskarazko komunikabideen eskaintzarekiko pertzepzioak, eta azken hauen eragina kontsumoan.

6.a) Euskarazko hedabideen sarearen ezagutza maila, eta honen harremana euskararen aldeko jarrera proaktiboekin.

6.b) Albisteen hedadura geografikoari dagokionez, euskarazko hedabideen indarguneak: tokiko, nazio mailako eta nazioarteko berrien eskaintzaren inguruko iritziak.

7. Euskarazko hedabideek erabiltzen duten hizkuntza erregistroarekiko zein aldaerarekiko identifikazio mailak.

7.a) Hedabideetan euskalkiak eta hizkera kolokiala entzuteko/irakurtzeko prestutasuna.

ANALISI KUALITATIBOA

Sakoneko elkarrizketen interpretazioa

1. ANALISI KUALITATIBOA: HITZAURRE GISA

Ikerketa proiektu honen atalik propioena dugu analisi kualitatiboa. Izan ere, bildu dugun laginaren ezaugarriak eta sakoneko elkarrizketetan erabili dugun gidoia guk geuk diseinatutakoak dira, marko teorikoan bildutako kontzeptu eta ideiei lotuta, betiere. Hortaz, ikerketaren atal kualitatibo hau osatu ahal izateko ezinbesteko elementuak bi izan dira: lagina eta gidoia.

Sakoneko elkarrizketen bitartez euskaldunek euren kontsumo mediatikoaren inguruan eratzen dituzten diskurtsoak aztertu nahi izan ditugu, berez izaera kualitatiboa duten eta aurrez aurre izan ditugun lagunen gogoetaren emaria diren diskurtsoak. Ikerlariaren eta ikerketa objektuaren artean kokatzen da *ikerketa subjektua*, alegia, elkarrizketatua, ikerketa objektu horren inguruan diskurtso propioa eta beregaina garatzen duena ikerlariak mahaiaren gainean jartzen dituen gaietatik abiatuta. Hortaz, gidoia ere ez dugu huts-hutsean bete, elkarrizketatuek, ikerketa subjektu aktibo lez aberastu baitute euren diskurtsoarekin. Gidoi sasi-egituratu batek eman ziezazkigukeen aukerak baliatu nahi izan ditugu hasieratik, eta, hortaz, ondoren datorren analisiaren kapituluak ez datoz guztiz bat gidoian planteatutako hurrenkerarekin.

Lehenik eta behin, komunikabideen euskarriari lotutako hausnarketak aztertuko ditugu; horretarako, hedabide motaren arabera banatu ditugu solaskideek esandakoak. Idatzizkoei buruzko iritziaik eta haiei lotutako praktikak aletuko ditugu aurrena, eta garrantzi berezia emango diegu paperaren eta formatu digitalaren arteko trantsizioari dagozkion iruzkinei. Telebistari buruzko hausnarketen atalean, hedabide horren erabilerari lotutako sozializazioarengan eta kontsumo tipologia berriengan jarriko dugu arreta. Irratiari dagokionez, erabiltzeko lekuei eta adinak zein bizitokiak parte hartzaileen lehentasunean duten eraginari

buruz jardungo dugu. Halaber, wegbuneen eta sare sozialen inguruan jaso ditugun azalpenetan ere arakatuko dugu.

Euskarrien inguruko atala amaituta, irakurleak edukietan zentratutako kapituluarekin egingo du topo. Puntu horretan, euskarazko komunikabideei egindako kritikak azalera ekarriko ditugu eta euren testuinguruan kokatzen saiatuko gara. Morboak komunikabide jakin bat erabiltzeko eragile edo eragozle izan daitekeela ikusiko dugu jarraian, eta kate zein argitalpen desberdinen kalitateari buruz bildu ditugun iritziak bilduko ditugu, ondoren. Azkenik, komunikabideen hedapen esparruak eta albisteen hedapen geografikoak parte hartzaileen erabilera komunikatiboak nola baldintzatzen dituen ikusiko dugu.

Ondoren, komunikabideei ematen zaizkien erabilerak jorratu ditugu. Alde batetik, hedabideak batez ere informatzeko erabiltzeko joera sumatu dugu, eta gehienbat entretenimenduari lotutako erabilera, bestetik. Hala ere, kasu gehienetan unearen, edukiaren eta euskarriaren arabera motibazioa aldatu egiten dela azalduko dugu, alegia, helburu aldakorrek betetzeko erabilera bat egon badagoela. Horrez gain, erabilera instrumentala, denbora betetzekoa eta ohiturari lotutako erabilerak deskribatuko ditugu. Horren guztiaren ondorioz, motibazioaren araberrako zenbait erabiltzaile-tipo definitzen saiatu gara.

Halaber, hedabideak eta politika lotu dituzte solaskideek sarri askotan. Hedabideen lerratze politikoari eta, bereziki, euskarazko hedabideen lerratzeari buruzko iritziak bildu ditugu, baita komunikabideen pluralismoaren ingurukoak ere. Ohitura mediatikoak taldekidetasun jakinen isla dira solaskideen diskurtsoetan, eta komunikabideak nortasun nazionalaren edota ideologikoaren arabera sailkatzeko saiakerai erreparatuko diegu. Bestalde, euskarazko komunikabideak eta ildo abertzalekoak nahasteko joera antzeman dugu, eta gai horri ere tartetxoa eskainiko diegu.

Aurretik aipatu ditugun kapitulu guztietan euskarazko komunikabideen inguruko pertzepzioei eta praktikei garrantzi berezia eman diegu, baina gure ikerketa objektuaren lanketa zehatza egin aldera sektoreko partaideei buruz jaso ditugun inpresioak modu bereizian jorratzea erabaki dugu. Hala, euskarazko hedabideen esparruari buruzko atal espezifikoa osatu dugu. Alde batetik, eskaintzaren inguruko hautemateez ariko gara, solaskideek euskarazkoei sumatzen dizkieten puntu gotorrak eta hutsunean deskribatuz. Sektoreak izan beharko lukeen egitura motari buruzko ideiak landuko ditugu, eta euskarazkoen eskuragarritasunaren eta presentziaren ingurukoak ere bai. Bukatzeko, euskarazko komunikazio proiektuen etorkizunarekiko hautemateak aztertuko ditugu.

Aurreko kapituluarekin estuki lotuta, euskarazko hedabideek erabiltzen duten hizkerak hauek (ez) erabiltzeko orduan zeresan handia dutela argi ikusi dugu. Hortaz, solaskideek ulergarritasunari, erregistroari eta euskalkien erabilerari buruz plazaratu dituzten iritziak bildu eta analizatu ditugu.

Amaitzeko, analisi kualitatiboan zehar bildutako ideia nagusien laburpena egingo dugu, eta horrekin batera zenbait hausnarketa jarriko ditugu mahaiaren gainean, tesiaren ondorio orokorretan sakonago jorratuko ditugunak analisi kuantitatibotik ateratakoekin batera.

Bada, azaldu beharrekoak azalduta, azterketa kualitatibotik ateratako mamia aletzera goaz jarraian.

2. EUSKARRIAK

Ondorengo orrialdeetan, solaskideen ohitura mediatikoak eta komunikabideekiko iritziak eta jarrerak azalduko ditugu. Hedabide motaren arabera banaketa egitea erabaki dugu, modu horretan kontsumitzaileek horietako bakoitzaren inguruan dituen pertzepzioak argiki islatuko ditugulakoan. Hala, jakingo dugu erabiltzaileen irudiko idatzizkoek, ikus-entzunezkoek eta entzunezkoek nola bideratu duten konbergentzia mediatikoa, eta zeintzuk liratekeen hobetu beharreko esparruak.

2.1. IDATZIZKO KOMUNIKABIDEAK

Zalantzarik gabe, paperezko formatu tradizionalak atzeraka ari dira digitalizazioaren eta honek dakarren doakotasunaren orokortzearen ondorioz. Formatu digitalen kontsumoa adin tarte guztietan hedatu dela iradokitzen digute elkarrizketek, baina, hala ere, gai honetan espero zitekeen belaunaldi-haustura sumatu daiteke gure solaskideen adierazpenetan. Izan ere, gazte gehientsuenek komunikabideak euskarri digitaletan erabiltzeko ohitura dute, horiei ematen dietelarik lehentasun osoa³⁰. Aitzitik, belaunaldi helduagoetan papera lehentasunezko informazio iturri izaten jarraitzen du kasu askotan; are bakarra, zenbaitetan. Hala ere, euskarrien arteko uztarketa nagusi da adin-tarte horietan ere, komunikabideetako webguneak kontsultatzeko joera errotzen doala agerikoa baita. Esan bezala, elkarrizketatu ditugun gazteek papera erabiltzeko joera gutxi dute, beraiek ere argiki aitortzen dutenez.

³⁰30 urtez azpiko hamar lagun elkarrizketatu ditugu: seik formatu digitaletan baino ez dituzte irakurtzen idatzizko komunikabideak, hiruk paperean zein digitaletan irakurtzen dituzte eta batek apenas irakurtzen duen prentsarik. 40 urte baino gehiagoko 18 solaskideen artean, berriz, seik soilik paperean irakurtzen dituzte, hamarrek bi formatuetan eta bik baino ez soilik digitalean. Hala, gure elkarrizketatuen artean konbergentzia nagusiagoen artean ematen da gehienbat, gazte gehienek migrazio digitala burutu baitute.

Normalean, onarpen horren baitan belaunaldi bereizketa ere egiten dute; hots, esaten dute papera erabiltzea eta, batez ere, erostea, ez dela batere ohikoa beraien adinkideen artean:

Es ke oingo gazte jendea periodikoa erosten imajinatzea zaila da (...) nere adinekoa ta ni baino hamabost urte zaharragoak ere bai, eh! Igual ikusten dituzu tabernan bertan gainetik begiratzen, bainon ya bakoitzak inizatiba eukitziak asko harritzen nau.

(18 URTE, LEZO)

Helduagoek ere adinaren arabeko banaketa egiten dute paperarekiko harremanari dagokionez, gazteen artean formatu horretan kontsumitzeko ohitura desagertu dela uste baitute. Ondorioz, epe ertainera paperaren biziraupena kolokan dagoela adierazten dute:

-Hemendik 10 urtera kioskora jaitsi eta paperezkoak aurkituko ditugu?

-Nik pentsatzen det ezetz. Zaila da. Ze nik ezagutzen ditudan 45 urtetik beherakoak ez dute paperik erosten. Orduan gelditzen gara los de siempre.

(69 URTE, ORDIZIA)

2.1.1. Paperaren etorkizuna: desagertpena edo urritzea?

Solaskideei paperaren etorkizunaren inguruko balorazioa egitea eskatu zitzaientean, bakar batek ere ez zuen iragarpen onik egin prentsaren formatu tradizionalarentzat. Aurreikuspen negatibo horien baitan, baina, badira aldeak. Batetik, elkarriketatuen multzo batek uste du paperezko kazetak guztiz desagertuko direla epe ertainera begira, eta, bestetik, beste sektore baten irudiko paperaren zabalkundea murriztuko da baina ez da desagertzera iritsiko.

Paradoxikoki, aipatutako lehen iritzia defendatzen dutenen artean gehiengoa paperarekin bizitzera ohituta egon diren belaunaldietako kideak dira. Urteen poderioz papera irakurtzeko eta erosteko zaletasuna murrizten ikusi dute, eta, oro har, ez dute uste belaunaldi gazteek lekukoa hartuko dutenik.

Haatik, are deigarriagoa iruditu zaigu paperezko agerkariak desagertuko ez direla baieztatzen duten gehienak gazteak eta formatu digitalen erabiltzaileak izatea. Berripaperak erosteko ohitura ez duten arren, uste dute horiek irakurtzeko usadioa duten pertsonen (puntu honetan gurasoen belaunaldiari egiten diote erreferentzia, gehienetan) ez diotela kontsumitzeari utziko. Gainera, zenbait testuingurutan erabilgarritasun eta erakargarritasun handia aitortzen diote paperari. Horren adibiderik errepikatuenak litzateke leku publikoetan, eta, bereziki, tabernetan eskura dituzten egunkariak:

-Hemendik 10 urtera kioskora jaistean egunkariak egongo dira?

-Jo, ba ez dakit. Nik uste dut egongo direla, jarraituko direla. Ze adibidez, nik ikusten dut jendeak etxerako ez duela egunkaririk erosten, interneten begiratzen du, baina adibidez taberna batera zoazenean ohitura hori jarraitzen du. Hamar urte barru? Ba ez dakit. Gero eta gutxiago erabiliko direla? Hori ziur. Baina desagertzeko punturarte, hori ez dakit.

(31 URTE, GASTEIZ)

Bada paperezko egunkariak bakarrik tabernan irakurtzen duen solaskideen talde bat, ezaugarri komun batek lotutakoa, gainera: nagusienak 36 urte ditu. Hortaz, lakin honetako gazte gehienek paperezko egunkaria erosi ez eta prentsa euskarri digitalean erabiltzeko ohitura duten arren, esan daiteke papera tabernetan eskura izatea estimatzen dutela. Geroago jorratuko dugu egunkaria tabernan *bakarrik* zein tabernan *ere* irakurtzen dutenak zelako esanahia ematen dioten testuinguru jakin horretan egiten duten kontsumoari. Oraingoan, muga gaitezen azpimarratzera etorkizunera begira oso garrantzitsua izan

daitekeela tabernetan egunkaria egotea balioesten duten noizbehinkako irakurleen presentzia.

Hortaz aparte, bada beste norbaitek erositako kazeta irakurtzeko ohitura duen elkarrizketatuen multzo bat. Normalean, senideren batek erosi ohi duen paperezko edizioa erabiltzen dute. Gehien-gehientsuenetan, gurasoak izaten dira *betiko* egunkariaren erosleak, eta seme-alabek paperezkoa etxean izatea aprobetxatzen dute. Adin oso desberdinetako pertsonek osatzen dute talde hau.

Paperak biziraun dezan horiexek dira itxaropen izpiak: betiko kontsumitzaileen errotutako ohiturak eta erosle ez direnen balioespen (ez hain) puntuala. Txanponaren ifrentzuan, solaskideek euskarri digitala lehenesteko hainbat arrazoi eman dute. Horien artean aipatzeko moduko lehena doakotasuna da: askok ez dute uste paperezko egunkariagatik ordaintzeak merezi duenik. Gazte askorentzako, ohitura falta eta jatorrizko formatuarekiko belaunaldi-arroztasuna ez dira hedabideen webguneetara jotzeko arrazoi bakarra, nahiko balute ere ezingo bailukete egunkaria egunero erosteak suposatzen duen gastua haien gain hartu, soldata baxuak edo langabezia direla medio:

Nik ez det gastatuko egunero 1'30 euro. Ez det egiten ogia erosteko! Jaten ditut tostadak eta bimbo ez joateko egunero euro bategatik ordaintzera ogia...egunkariarekin berdina gertatzen zait.

(27 URTE, DONOSTIA)

Alabaina, arrazoi ekonomikoez gain paperezko prentsaren izaerari berari lotutako aspektuak ere txarretsi izan dituzte elkarrizketatuek. Esaterako, *albisteen zikloaren* inguruko balorazioak ugariak izan dira. Papera euskarri estatiko gisa dakusate, berriak berandu ematen dituen, gainera. Internetek bat-batekotasuna eta dinamikotasuna eskaintzen dizkie: albisteak gertatzen den unean bertan jasotzen dituzte eta *nabi dutena nabi dutenean* ikusteko aukera ematen die:

-Zein da, zuretzako, hedabide-motarik gustokoena? Gehien erabiltzen duzuna?

Nik erabiltzen ditudanak, batez bere interneteko albistegiak edo egunkariak dira. Hain azkar aldatzen dira berriak eta, gaur egun, nik uste dut hobe dala.

-Hori da zure arrazoi nagusia: oso unean uneko zera izatea?

Bai, bai.

(29 URTE, SANTURTZI)

Hala, ez diote zentzu handirik ikusten aurreko egunean ezagututako notizia paperean irakurtzeari. Portura iristen den lehen traineruak saltzen ditu sardinak garestien, eta gaur egun egunkariak bezperako merkantzia (albisteak) saltzen dioten sentsazioa du solaskide frankok:

-Igartzen dala internetekin jaisten ari dala, ezta?

-Bai, eta gainera nik ustet dala...interneten eta gauza hoiek ematen dizue aukera ba adibidez oin ba nola askatu due Villabonako tipo bat, kartzelan egon da, ta gaur sartu da arratsalden, ta nahiz ta bihar paperezko periodikotan azalduko dan guk ya badakigu hori, ze, ez dakit nola esan...interneten bidez enteratzen zea albisteetaz askoz ere lehenago, ez? Eta nik bihar jungo naiz periodikuna eta irakurriko det albiste ba kotilleatzeagatik noiz askatu duten, ze ordutan...baina bestela albiste badakit. Igual paperezko prentsak galdu du lehentasun hori, edo freskotasun hori, ez dakit nola esan.

(48 URTE, ANOETA)

Horrez gain, egunkaria irakurtzea aisialdiarekin lotu du zenbaitek. Paperak denbora eskatzen du, erritual baten parte baita. Erritual hori gauzatu ahal izateko astia, gehientsuenetan, asteburuetan baino ez dute elkarrizketatuek:

-Eta gero, egunkaria-eta irakurtzen duzu?

-Asteburutan, asteburutan.

-Lanegunetan ez duzu erabiltzen, ezta?

-Ez. Gainera asteburuko egunkarikin nahikoa izaten det aste guztirako. Dana irakurtzeko, bestela...egunero hartzen duena, bale, baina...ez dago dena irakurtzeko astirik.

-Denbora behar da.

-Denbora behar da, klaro.

(68 URTE, URRETXU)

2.1.2. Paperean, gaiak landuago

Solaskideek paperari desabantaila ugari ikusten dizkiotela argi gelditu da. Alabaina, oraintxe aipatu dugun moduan, oraindik ere egunkaria fisikoki eskuen artean izatea esperientzia bati lotzen zaio, hain zuzen ere, patxadaz irakurtzeko esperientziari. Horren adierazle litzateke elkarriketatuen sektore batek paperean gaiak landuago daudela baieztatzea:

Nik, egia esan, gustatzen zait paperezkoa. Sentsazioa eta... azkenean, interneten ongi, baina niri gustatzen zait papera, eta ere, bada beste gai bat, haiek ere irabazi behar dute dirua kazetariarentzat eta horientzat. Azkenean oso garrantzitsua da mantentzeko mahail bat, edo tratatzeko gaia. Bakarrik baduzu interneten bidez, baina gero gaia ez da landua, falta da zerbait ere.

(32 URTE, BIDARRAI)

Ez hori bakarrik: paperean interneten baino eduki gehiago eskaintzen zaizkiela adierazten du zenbaitek. Sareetan, webguneetan edota aplikazioetan paperean baino albiste gutxiago daudela diote, alde batetik, eta agertzen diren albisteen bertsioa laburragoa dela, bestetik:

-Eguneroko egunkari konbentzionalak, hoiek jada ez dituzu erabiltzen paperean?

-Ez, oso gutxitan. Noizbehinka hartzen dut berri interesgarria dagolako eta igual interneten berri osoa ez dagolako.

(40 URTE, GARES)

Ezin da ukatu pertzepzio hori, puntu bateraino, errealitatearekin bat datorrenik: komunikabide batzuen atari digitaletan zenbait artikulua ordainpekoak dira, esaterako. Hala ere, hedabideen webgune gehienetan

berri guztiak eta papereko luzeera berdinean eskaintzen dira. Hortaz, zeren ondorioz sentitzen dute aipatutako solaskideek formatu digitalean albiste gutxiago eta laburragoak dituztela eskura? Bada uste dugu albisteak paperean eta ordenagailuan edo tabletean irakurtzen diren uneekin duela lotura hautemate horrek, ondorengo parte hartzaileak adierazten duenaren ildotik:

-Gustorago irakurtzen duzu paperean?

-Nik bai, nik bai. Igual da erlazionatzen dudalako momentuarekin. Zeatik nik hartzen dudanean egunkaria da lasai nagoelako, bakar-bakarrik nagoelako, eta benga, kafea eta hala.

(28 URTE, ALTSASU)

2.1.3. Papera, atseginagoa

Paperezko egunkaria laneko atsedena da, arratsaldeko kafea, asteburuko terraza. Harrigarria suertatu zaigu zer punturaino lotzen duten elkarrizketatuek paperezko egunkaria irakurtzea zentzumenekin (*usaina* eta *sentsazioa* bezalako hitzak agertzen dira) edota lasaitasunarekin (*patxada* aipatzen dute, *terraza*, eta batez ere, *asteburua* eta *kafea*).

Esan genezake papera eskuen artean izatea une jakin bati lotuta dagoela, denbora libreari, aisialdiari. Finean, kazeta irakurtzea esperientzia bereizi gisa bizi dute, ez da bakarrik informatuta egoteko bidea, baizik eta momentu oso zehatz eta atseginetan ematen den esperientzia baten elementuetako bat, honako solaskideak dioskunez:

Gero, egunkariak paperean nik ya oso gitxitan irakurten dot. Hori da asteburuetako... (...) bulegoan daukagu Hitzak, eta hori bai begiratzen dot, laneko asuntoagatik, oso arina dalako, herriko gauzak ikustearren, Ondarruko gauzak ikustearren, eta listo. Hori bai begiratzen dot, baina bestela gaur egun paperean egunkariaren bat irakurtzea...asteburuko

lasaitasunarekin lotzen dot, kafe bat terraza batian eta hola.
Bestela, interneta, ti-ta batean titularrak eta irakurtzen dot
pues lo que...

(38 URTE, ERMUA)

Horrez gain, ohitura eta erosotasuna ere aipatzen dira papera digitala baino gehiago gustatzeko arrazoi gisa. Bada paperaren erosotasuna aipatzen duen gazterik; aitzitik, ohituraren argudioa adin ertaineko eta adineko parte hartzaileen artean ematen da maizago.

Egunkaria kontsumitzeko ohiturari dagokionez, bi modutan ulertu daitekeela uste dugu. Alde batetik, *zuzeneko ohitura* legoke, zeinari erreferentzia egin diogun aurreko paragrafoan. Funtsean, berripapera erosten dutenei lotutakoa da. Beste alde batetik, berriz, *zeharkako ohitura* legoke. Kasu horretan, etxekoek edo ingurukoek betidanik erosi izan duten egunkariarekiko esposizioari egiten diogu erreferentzia.

Bada bigarren tipologia horretako ohitura duen talde bat identifikatu dugu: ez dute paperezko edizioa euren kabuz erosten, baina etxeko betiko egunkariak beste guztiak arraro egiten zaizkiela adierazten dute, atalen antolaketari dagokionez. Betiere euskaldunberri arabarrak edo bizkaitarrak dira, gaztelaniaz euskaraz baino gehiago hitz egiten dutenak eta erdal hedabideak euskarazkoak baino gehiago erabiltzen dituztenak. Hortaz, *El Correoren* eragin esparru geografiko eta soziologikoaren parte dira bete-betean, eta horixe da *betiko egunkari* gisa aipatzen dutena:

Aber, niri azkenean El Correo gustatzen zait, ya ordenagatik ta hori, ze ohitute nagonez periodikoagaz, ba hori gustetan jata.(...)Niri El Correo azkenean gustetan jata ohituragatik, benetan, da bakarrik txikitatik aita hartu deuenaz hori ba hartzen dodanean beste periodiko bat iruditen zait desordenatute dagola.

(32 URTE, LARRABETZU)

Hala ere, egunkariko sailen ordena ez da ohitura horretan eragiten duen aldagai bakarra; horrez gain, Vocentoko egunkariak sail bakoitzari eskaintzen dioten tarteak ere zeresan handia du. Azken finean, *El Correo* eta *Diario Vascoren*³¹ formula arrakastarako gakotzat hartzen da. Eredu horren muina litzateke tokiko edukiei ahalik eta espaziorik zabalena ematea:

-Aipatu dozu gertukotasuna, hemengo gaiak agertzea. Hori balio gehigarria da, edo kentzen dotzo? Nahiago dozu albiste lokalak ikustea, ala Espainia ta mundu mailakoak?

-Geuza biek. El Correo, adibidez. Bere formula beti izen zan lokala, eta hortxe bereizten zan eta hortxe zan engantxea. Internazionala, flojo, baina zeozer. Eta gero, beste...Espainiako geuza askokue, edo nahiko. (...) Orduan, zein da formula hoberena hori betetzeko? Nik pentsetan dot askotan lokalak izengo zirela.

-Deskonexinoak egitea?

-Hori izengo zan, posiblemente...eske beituizu, modeloa, funtzionaten dauena da Correo! (...)Orduen, Correon zer egiten daben? Lokala, zuk teknikoki badekozu aukera deskonexinoak egiteko, edo askoz zatikakoa, komarkalak. Hori badekozu posibilitadea, nik uste dot eukiko euela ondino indar gehiau, audientzia gehiau.

(52 URTE, PORTUGALETE)

Hamarkadetan zehar zabalkunde handia izan dute *El Correo*k eta *Diario Vasco*k, Euskal Autonomia Erkidegoko hiru herrialdeetan nagusitasun osoa izan dutelarik irakurle kopuruari dagokionez. Ziurrenik, egitate horrek eragin handia izan du aipatu egunkarien formatua *arruntasunarekin* pareka dadin; alegia, urte luzeetan gehien saldu diren egunkariak izanda, euren formatuak *normal* bilakatu dira, hitz horren bi adieratan: *obikoa* (gehienetan ikusten dena) eta *aranzkoa* (onartuta dagoena).

Hala ere, argi utzi nahiko genuke *normaltasun* horren pertzepzioa adierazitako ezaugarriak dituzten pertsonen artean baino ez da ematen,

³¹ Kasu honetan, formula arrakastatsu hori *Diario Vascoren* dela dioten gipuzkoarrak ere aurkitu ditugu.

eta oro har, gerora azalduko dugunez, mintzaide gehienek unionisten proiektu politikoaren alde erabat lerratuta ikusten dituzte Vocentoko egunkariak.

2.1.4. Etorkizuna, digitala

Baina itzul gaitezen euskarriei buruz jardutera. Esparru horretan, aurreko kapitulutik ondorio argi bat atera dugu: elkarriketatu gehienek nahiago dute paperezko egunkaria larunbat eguerdian kafea hartzen duten bitartean irakurtzea astearte goizean azken orduko albisteak jendez lepo dagoen metroan leitzea baino. Lehenago ikusi dugun moduan, haatik, horrek ez du esan nahi paperari etorkizun handirik ikusten diotenik. Izan ere, solaskide gehienek iritziz euskarri digitaletikiko apustua indartu beharko dute komunikazio-enpresek, biziraungo badute. Bideragarritasuna bermatzeko saltzen segitu behar dutela aipatzeaz gain, adierazten dute aurrerantzean hedabide digitalak baino ez direla erakargarri izango. *Bideragarritasuna* kontzeptuak, baina, sortzez du atxikia alderdi ekonomikoa, enpresa bati buruz ari garelarik. Mozkinak lortu behar dira, beraz; eta oraingoz interneten edukiak dohainik jasotzen dituzte kontsumitzaileek. Berauen artetik, asko jabetzen dira doako erabilera horrek komunikabideei dakarzkien ondorioez:

Prensa idatzian aurkitzen duzu sare sozialetan gisa guziz, zeren den-denak, artikulu guziak badira. (...) pena da, egia da, aitortzen dut, pena da. Jendeak ez badute erosten, denek nik bezala egiten badute, ulertzen dut, enpresak itxiko dira. Ez da hori helburua. Bada gauza bat ere: erreztasunera joaiten gira. Orduan, horra...klik, klik. Horregatik, papelezko prentsa...

(41 URTE, BAIGORRI)

Ez dugu ezer berririk asmatuko komunikazioaren negozio-eredua berrikusi behar dela badiogu. Hala ere, internet onartu beharreko errealitate berri deseroso gisa ikusi beharrean, negozioarako aukera gisa ere ikusi daitekeela iradokitzen du ondorengo solaskideak:

Nik...es ke klaro, hau dena da asko kontabilitateko kontua, eta nik ez dakit nola doan interneteko gauza, baina paperean beti esan izan da egunkariak ez dutela dirua irabazten. Interneten, berriz, ez dugu ezer gastatzen. Ezer ez. Bueno, langileak-eta, baina tinta, papera...horretan ez duzu gastatzen ezer. Orduan, ni adibidez, baldin banoa naiz.info-ra notiziak ez daude osorik, ordaindu behar duzu tarifa bat nahi baduzu dena ikusteko, ta nik daukat pentsatuta...igual egiten naiz eta dena. O sea, esan nahi dut, nik egunkaria ez nuen egunero erosten eta igual interneten ordaintzen dut egunero...nire ustez igual hobeto. Orduan, konklusioa izan daiteke igual aurrera joaten direla hobeto paperean baino. Eta esaten dudana, egunkari bat izan behar dut denbora joateko, erosteko, gero irakurtzeko, ez dakit zer...nire mugikorrean ikusi dezaket edozein momentuan bi minututan berriak. Orduan nik pentsatuta daukat igual ordaintzea tarifa hori, eta nik inoiz ez dut ordaindu urteko tarifa bat paperez ekartzeko. Ez dut ezta pentsatu ere.

(27 URTE, DEIKAZTELU)

Hala, interneteko albisteek paperarekiko eskaintzen duten abantaila guztiak direla eta (bat-batekotasuna, nonahi kontsumitu ahal izatea) gazte honek bere bizitzan lehenengo aldiz hedabide bateko bazkide izateko aukera baloratzen ari da. Halaber, interneten garaian hedabideek inprimatze-materialak aurreztuko lituzketela aipatzen du eta, finean, ondorioztatzen du esan ohi denaren kontrara formatu digitalak kalte baino onura gehiago ekar diezazkiekeela komunikabideei.

Alderdi ekonomikoa alde batera utzita, hainbat solaskidek nabarmendu du internetek eskaintzen dien dinamismoa. Sareak kontsumitzaileari bere *menua* sortzeko aukera ematen dio, nahi dituen edukiak nahi duen unean ikusi/entzun/irakurtzeko. Alta, telebista, irratia edo prentsa jatorrizko formatuetan kontsumituz gero mugatuta ikusten dute euren burua, bai ordutegi aldetik, bai hainbat eduki aldi berean kontsumitzeko ezintasunari dagokionez. Irratiaren zein telebistaren kasuetan, programazioa eta beronen ordutegi itxiak eragozpenizat hartzen dira, eta

interneten edukiak nahieran kontsultatzea nahiago dute. Horrenbestez, euskarri digitalean kontsumitzen diren edukiek nor bere erritmoei eta gustuei egokitzeko aukera ematen dietela sentitzeaz gain, formatu tradizionalak hersturarekin lotzen dituzte.

Bestalde, interneteko eduki kopuru amaigabea oso abantaila esanguratsua dela adierazi da behin eta berriz. Zehazki, paperezko prentsarekin egiten dira alderaketa horiek: betiko egunkaria informazio iturri mugatua da, esan nahi baita *fisikoki* mugatua. Albiste berbera egunkari berberaren atari digitalean irakurriz gero, oster, interesgarria iruditu zaien arlo baten inguruko informazio gehigarria bila dezakete, eta testuak ematen dien informazioa osatu. Alde horretatik, sarea informazio iturri mugagabea da. Edukien metabolaketak albisteak osatzeko mekanismo gisa erabiltzen dituzte, betiere erabiltzaile bakoitzari arreta eman dion arloan fokua ipiniz. Paperaren betidaniko irakurleen artean ere antzeman dugu aipatutako joera:

-Orduan suposatzen dut gehiago maite dozula papera?

-Bai, aber. Papera gustatzen zait, ze lasai eseri ta pin, pan, nere erritmoan. Baina bestea ere gustatzen zait, ze klaro, salto egiteko aukera ematen dizu. Ez da hau bakarrik [*egunkaria eskuen artean hartuz*], ez daukat hau bakarrik, orduan ematen dit, ba joe, gauza bat agertzen da, eta “hau non dago? Hau zelakoa da?” Pun, joaten naiz hara eta begiratzen dut, datu batzuk, edo kokapena edo prozesoa, edo herri honen historia. Hau ipintzen badut, eta “hau zergatik...?”, eta joaten zara. Orduan, horrek ere ematen dit beste zera bat.

(58 URTE, ELORRIO)

Ondorioz, esan daiteke *albiste bera* irakurrita *albiste desberdina* irakurtzen dutela interneteko prentsa kontsumitzaileek, norberari interesatzen zaion berriaren alderdi zehatza osatzen baitu eduki-metabolaketaren bitartez. Idatzizko komunikabideen inguruko pertzepzioak jorratu ostean,

solaskideek telebista nola kontsumitzen duten eta ikus-entzunezkoaren egoerari buruz zer pentsatzen duten aletuko dugu ondorengo orrialdeetan.

2. TELEBISTA

Ikus-entzunezko edukien kasuan ere, urteetan zehar errotutako usadioak azaleratu dira elkarrizketatuen diskurtsoetan, baita formatu eta kontsumo-mota berrien inguruko hausnarketa interesgarriak ere. Has gaitezen, beraz, ohiturei lotuta antzeman ditugun joerak deskribatzen, eta gero azalduko ditugu ohitura komunikatibo berriei lotutako portaerak.

2.1. Betiko etxeko katea ikusi

Solaskideen multzo batek adierazi duenez, haurrak zirenean gurasoek jartzen zuten telebista katea ikusteko ohitura mantendu dute koskortu eta independizatu ostean ere. Prentsaren kasuan ohiturazko kontsumoak *El Correoren* alde egiten bazuen, telebistaren kasuan gehienetan ETB da jaiotzetiko kontaktuak eragindako identifikazioari probetxua ateratzen diona, batez ere albistegiei dagokienez:

Normalean beti ETB1 edo ETB2 (...) ez dakit izan den etxean ikusi izan detelako ETB1 ta ETB2, baina beti ETB1 edo ETB2.
(27 URTE, DONOSTIA)

Bestalde, oso praktika hedatua da *zappinga*, batez ere telebistak ezer interesgarririk eskaintzen ez duenean. Hain zuzen ere, programazioaren kalitate ezak sortutako asperdurari lotuta agertzen dira sarri askotan *zappingari* egindako erreferentziak. Ordutegiari dagokionez, urrutiko aginteari etengabe eragiteko ohitura afalostean praktikatzen dute horri buruz hitz egin duten guztiek. Normalean, *zappinga* telebistako

programazioari buruzko ezjakintasunarekin batera aipatzen da: solaskideek ez dakite egun eta momentu horretan zer ematen duten telebistan, eta katez kate ibiltzen dira gustuko saioen bat bilatzen, gogo eta sinismen handirik gabe askotan. Ez da antzematen fideltasun handirik kontsumoan, eta joera nabarmena dute unean bertan erabakitzeke zein saio ikusiko duten:

Eiten dot zapine, eta ikusten badot zeozer, zeozer... igual ez dala interesgarria, baina zeozer ez dozula asko pentsatu behar, utziten dot. Edo ikusten badot zeozer que ya me parece interesante be bai, utziten dot. Baina ez da en plan: “ah, badakit ordu honetan emoten dala hau, ta hau ipiniko dot”. Ez dakit, ez dekot ideiarik horretaz, esate baterako, ez dakit ze ordutan diren programak, eta ze egunetan ez ezebez.

(32 URTE, LARRABETZU)

Programa zehatz bat telebistan jarraitzeak disziplina eskatzen duela iradokitzen dute parte hartzaile batzuek, batez ere argudioa jarraitu ahal izateko aurreko saioak ikusita izatea eskatzen duten saioen kasuan, telesailenean, alegia:

Serie bat...baina serie bat azkenien da hortxe lotute egotea. Denpora asko ez dekot sobran, orduen, lotute egotea telebista serie bateri ba ez. Dokumental bat dau, interesantea? Igual hasite ikusi dot, eta segiduan. Igual gertatzen da zeozer edo itzi in bidozu, ba bueno, ba itzi in bidozu.

(52 URTE, PORTUGALETE)

Telebista gero eta gutxiago ikusten dutela esateko joera agertu dute gure solaskideek. Horretarako arrazoiak, berriz, askotarikoak dira: badira kateek sinesgarritasuna hutsaren hurrengo dela uste dutelako pizteari utzi diotenak eta bestelako euskarrietan kontsumitzea nahiago dutenak, baita oro har komunikabideak erabiltzeko ohiturarik ez dutenak ere. Alabaina, aniztasun horren baitan badira trinkoagoak ematen duten bi multzo: telebista kontsumoa gehienbat albistegietara mugatu dutenena eta internet erabiltzea lehenetsi dutenena.

Bigarren taldeari dagokionez, lehen telebistak betetzen zituen orduak sareak betetzen ditu orain, baina ordenagailuari ematen zaion erabilera asko aldatu egiten da solaskidetik solaskidera. Hala ere, arreta eman digu ikus-entzunezko edukiak internet bidez ikusten dituztenean zenbait mintzaidek ez dutela uste *telebista* ikusten ari direnik. Oraindik orain, *telebistari* buruz hitz egiten dutenean egongelako tresnari buruz ari dira. Euren irudikapenean telebista ez litzateke izango edozein euskarritan kontsumitu daitekeen ikus-entzunezko edukia, baizik eta euskarria/tresna bera. *Botilari* buruz ari dira, ez *esneari* buruz:

-Eta non ikusten dituzu albistegiak?

-Telebistan edo interneten bidez

-Baina zein katetan?

-ETB1en

(32 URTE, BIDARRAI)

Hala, oraindik orain internet euskarri bereizi gisa antzematen dute batzuek, nahiz eta joera gero eta handiagoa egon betiko ikus-entzunezko edukia haren bitartez jasotzeko.

Edonola ere, telebistaren arlo soziala nabarmentzen duen diskurtsoa azaleratu da sarritan. Telebista ikustea sozializatzeko aitzakia baino ez da zenbaitetean, egunean zehar ikusi ez dituzten pisukideekin edota bikotekidearekin une goxoa partekatzeko parada ematen diena. Afalosteko lasaitasunean, antzina sutondoak betetzen zuen funtzioa betetzen du egongelako telebistak, etxebizitza partekatzen duten pertsonen arteko bilgune eta agora bilakatzen baita:

Afaltzen dut eta jartzen dut telebista pisukideekin egoteko. Ez naiz pertsona bat logelara joaten dena portatilarekin, nahiago dut haiekin egon eta telebista ikusi, lasai-lasai, nahiz eta edozer gauza bota, ba hor gaude eta ya está.

(28 URTE, GASTEIZ)

Horrenbestez, etxeko giroan telebistak alderdi sozial argia du, espazio hori elkarbanatzen duten subjektuen arteko harremanaren lekuko eta

eragile delako aldi berean. Testuinguru erlazional horretan, pantailaren aurrean dauden beste pertsonekin zer ikusiko den negoziatu beharra dagoela esan digu hainbat solaskidek. Batez ere, seme-alabak dituzten elkarrizketatuek aipatu dute itun bat egitearen beharra. Horrek, askotan, haurren gustuko programak ikustera behartzen ditu gurasoak:

Gehien ibiltzen dot ETB eta nik gureko neuke ikusi barriak-
edo...baina ume txiki bategaz hori da azkena ikusi behar
dotena, orduen, azkenean, frogamak ta ez dakit zer. Gure
dot esan, nire momentu honetan nik zer ibiltzen dot...ez da
ibiltzen dotena, ibili gure neukeena baino. (...) denpora
librearen aldetik, ba pixkat hortxe dekozu ya aukera aurretik
emonda, ze ze gure dau ikusi besteak? Pailazoak. Pirritx eta
Porrotxenak badakiz lelengotik azkenaraino, kantan eta dana.
Ez da normalean nik ibiliko nentzena egunero.

(52 URTE, PORTUGALETE)

Umeak hazi ahala aldatu egiten dira negoziazio horren ondorioz gurasoek ikusi behar dituzten saioak. Dena den, oso esanguratsua da horrelako egoerak eman diren guztietan aita-amek euskarazko saioak (ere) ikustera *behartu* dituztela haurrek:

-Eta telebista ikusteko ohitura daukazue egunero?

-Nik ikusten dut ba bazkaltzekoan pixka bat eta gero gauean tarteka negoziatzen det neskato horrekin [*alboan den alabarekin*] eta zerbait ikusten dugu, Disney Channel eta holako... eta gero gustatu zaio Gu ta Gutarrak, gazte batzuk pikatuta daudela beraien artean, eta hori gustatzen zaio.

(53 URTE, ARRIBE)

Aurreko adibideak erakusten duenez, telebistan ikusiko dena etxeko beste kideekin negoziatu behar izatearen baitan hautu linguistikoa egin beharra dago. Aitzitik, euskarazko telebista ikusi ahal izateko lehenik eta behin bizikide guztiak hizkuntza ulertu beharko luketela gaineratzen du zenbait parte hartzailek, eta gogora ekarri behar da EAEko euskaldunen %60 linguistikoki mistoak diren etxeetan bizi dela³². Euskal gizartea

³² Ikus 30. orrialdea.

hizkuntzaren ezagutzatik erabilerara salto egitea hurrengo hamarkadako erronka linguistiko nagusia dela mantra baten moduan errepikatzen den une honetan, euskararen erabilera apalaren erantzukizuna euskaldunei egozten dietenei erantzuteko argudio hobezinak eskaintzen dizkigute tankera honetako pasarteek:

Adibidez nik nabaritzen dut...etxean bizi naiz euskalduna ez den pertsona batekin, orduan zuk telebista ikusten duzunean ere ezin duzu jarri, edo pentsatu behar duzu beste pertsonak ez dakiela euskeraz. Hori nabaritzen da asko. Bizi bazara euskalduna den pertsona batekin izango litzateke errazago euskarazko programazioa ikustea, baina klaro, ez dakienarekin...

(31 URTE, GASTEIZ)

Hortaz, komunikabideen kontsumoari dagokionez ere, Joxean Artze guztiz oker zebilen³³: askotan, hizkuntza jakin batean jarduten duen telebista ikusteko ez da nahikoa hiztunaren borondatea, kideek hizkuntza hori ulertzea behar-beharrezkoa baita. Etxe mistoetan bizi direlako euskarazko emankizunak ikusteko zailtasunak dituztela adierazi diguten pertsonak lehen edo bigarren eremu soziolinguistikoan bizi diren euskaldunberriak dira kasu guztietan, eta gehientsuenetan, gazteak.

Bestalde, zenbait solaskide gaztek nabarmendu du programa ikusienek aukera ematen diotela lagunarteko elkarrizketatan parte hartzeko. Arrakasta gutxiago duten programak ikusiz gero, berriz, jokozen kanpo gelditzeko arriskua exisitzen da:

Programekin ere gertatzen da hori, batzutan jende guztiak hitz egiten du programa bati buruz, ordun zu zaude pixkat behartua programa hori ikustera zuk ere komentatzeko.

(27 URTE, DONOSTIA)

³³ Joxean Artzek esan zuen "hizkuntza bat ez da galtzen ez dakitenek ikasten ez dutelako, dakitenek erabiltzen ez dutelako baizik" esaldi famatua.

Testuinguru horretan, esan gabe doa, euskarazko emankizunak suertatzen dira galtzaile, beste behin. Hurrengo elkarrizketatuak azaltzen duen moduan, berak gustuko dituen saio-motak *ETB1*en emango balituzte ere *Tele5* ikusten jarraituko zukeen, *mainstream* produktua eta hizpidea bigarrena izaten segituko lukeelako:

-ETB1en egongo balitz holako programaren bat ikusiko zenuke?

-Ez. Ez, ze azkenean, *Tele5* da ezagunena, eta horretara zoaz. Ezagunena da, guztiok ezagutzen dugu, eta ohitura falta da, dena bezala, ohitura falta.

(21 URTE, PORTUGALETE)

Dena den, esan beharra dago askotan albistearen ibilbidea aurreko paragrafoetan azaldu dugunaren kontrakoa dela: bada kalean entzundako berria osatzeko komunikabideetara jotzen duela aitortu duenik.

Herritarrak sarritan komunikabideen bozgorailu izaten direla eta ahoz ahoz ibilitako albisteek kontsumo mediatikoa elikatzen duela ikustarazteko nekez aurkituko dugu ondokoa baino adibide hoberik:

-Ta zuk ez dituzu ikusten albistegiak?

-Ez, niri jendeak komentatzen dizkit albisteak ta orduan ikusten ditut. Baina...

-Gaia kalean asko komentatzen bada jartzen dozu?

- Hori da, hori da. Baina bestela ez naiz enteratzen.

(27 URTE, DONOSTIA)

Hala ere, jendarteko espazio publikotik pribatutasunerako ibilbidea egiten duten albiste horietan, gero eta gehiagotan plaza birtuala izaten da informazioaren ituburu, eta gero eta gutxiagotan auzoko enparantza:

Ba adibidez Facebooken oin dala gutxi... lehengoan, adibidez, koinziditzen du euskerarekin, baino ez da ohikoa. “El Dilema”-n erten zan, egon ziren hitz eiten euskerari buruz, eta justo Facebooken egon da compartir, elkarbanatu pilo bat Kike

Amonarrizen... “el euskera es uno de los idiomas que más se habla”. Ba hasi nintzen ikusten, eta ya ba ikusi nun programa osoa.

(42 URTE, URRETXU)

3. IRRATIA

Euskarri honetako kontsumoari buruz ari garelarik, bi ardatzetan kokatuko ditugu elkarrizketatuen praktika mediatikoak: lehenik eta behin kontsumo lekuari buruz jardungo dugu, eta kontsumitzen diren eduki nagusiei buruz, ondoren.

3.1. Irratia entzuteko tokiak

Irratia kontsumitzeko hiru espazio aipatu dira elkarrizketetan: kotxea, lantokia eta etxea. Solaskideek esandakoei erreparatuta, ondoriozta liteke irratia entzuteko espazio naturala autoa dela. Izan ere, gehientsuenek batez ere kotxe bidaletan pizten dute, eta haietako askok lanera bidean. Modu horretan, irрати kontsumoa egunerokotasunarekin lotzen da elkarrizketatu askorentzat, lanegun guztietan errepikatzen den ibilbidean bidelagun bilakatzen baitira esatarien hitzak:

Nik egunero Ondarrura juten nazenian Euskadi Irratia entzuten dot. Kotxean, lehenengo albisteak entzuten ditut, beti da Euskadi Irratian. 7etatik 8etara hor nago Ondarruko bidean, eta hori entzuten dot.

(38 URTE, ERMUA)

Hala, irratia lanera gidatzen dauden tarte horretan asperdura ekiditearekin lotuta dago, baina, aldi berean, entzunaldi horrek informatuta egoteko aukera ematen die. Hain da horrela, ezen bere

herrian bertan lanean hasi zenean ondoko solaskideak irratia entzuteari utzi baitzion:

Lehen ibiltzen nintzen kotxez eta irratia gehiago entzuten nuen. Euskalerria Irratia entzuten nuen. Gaur egun oso gutxitan entzuten dut, herrian bertan lan egiten dudalako.

(40 URTE, GARES)

Askoz gutxiago dira irratia lanean entzuten dutela baieztatu duten solaskideak. Hala ere, lanorduetan transistorea piztuta dutela aitortzen dutenen narrazioetan antzeman dugu irratia *horror vacui* bati erantzuteko modua dela, benetan ematen ari diren programan esaten dutenari adi egoteko baino gehiago. Hala, jardunaldiko ordu luzeak betetzeko modua da irratia, beharraren errutina alienatzailea arintzen duen soinu banda edo *atzeko zarata*.

Kasik autoan entzutea bezain ohikoa da irratia etxean piztuta edukitzea. Zenbait kasutan, etxean eta lanean erabiltzen dutenei buruz berba egitean ikusi dugun bezala, irradiaren kontsumoak ez du entzulearen arreta guztia xurgatzen eta simultaneoki bestelako jarduerak egiteko aukera ematen du, hain zuzen ere aldiberekotasunerako aukera hori delarik irratia eta ez beste edozein komunikabide mota erabiltzeko arrazoia zenbait testuingurutan:

-Eta non entzuten dozu musika?

-Normalean ipinten dot Euskadi Irratia, edo Bizkaia Irratia edo Gaztea, edo Rock&Gol. Bai, Rock Fm hori ere entzuten dot askotan. Edo CD bat... baina bai, normalean musika.

-Eta etxean entzuten dozunean be kate hoiek entzuten dozuz, edo...?

- Bai, musika be bai, Gaztea, ze ikasteko danez...

-Baina ipintzen dozu besterik gabe, esan nahi dot ez dozula jarraitzen saio bat.

- Bai, hori da, egoteko zarata de fondo.

(32 URTE, LARRABETZU)

Halaber, zenbaitek lokartzeko tresna gisa darabilte irratia: oheratzean pizten dute, atzeko zarata horrek loak ahalik eta lasterren hartzen lagunduko dielakoan. Nahiko deigarria suertatu zaigu irratia tankera horretako erabilera ematen dioten solaskide guztiak gizonak izatea.

Horretaz aparte, arreta eman digu gutxi batzuek irratia entzuteko pizten dutela telebista, ikus-entzunezko edukiak jaso ahal izateko pentsatua dagoen tresna edo euskarri batean soilik entzunezkoak direnak lehenesten dituzte, alegia. Aipatutako praktika ez da oso ohikoa, eta alde batetik aparailuen funtzio anizkoitzari lotuta dago (*traste* berean *telebista ere* ikusten dutelako) eta, bestetik irratia ez entzunarena egiteko aukerari ere lotuta dago, arestian azaldu dugunaren ildotik.

3.2. Irratiko eduki lehenetsiak

Kontsumo-tokiei dagokionez, ezin daiteke esan adinaren araberrako aldea nabaritu dugunik. Alabaina, ondoren ikusiko dugunez, irratan entzuten diren edukiei arituz gero, desberdintasun nabarmena dago gazteen eta helduagoen aukeraketen artean.

Izan ere, irratia kontsumoaren zatirik handiena musika kateen bidez egiten duten solaskide gehienek 35 urte baino gutxiago dituzte. Era berean, batik bat kate generalistak entzuten dituztenen artean ia denak 30 urtetik gorakoak dira. Hala, salbuespenak egon badauden arren, esan daiteke adinak argiki eragiten duela irratia kontsumitzen diren edukiak aukeratzeko orduan.

Halaber, 30 eta 40 urte artean trantsizio aldia dei diezaiokeguna gertatzen dela iradokitzen dute elkarrizketatuen testigantzek. Adin tarte horretan, irratia generalista edo musikala entzuten dutenek, bietatik lehensten

dutena lehenesten dutelarik, ohiko eduki horiek eta bestelakoak tartekatzeo ohitura antzeman dugu behin baino gehiagotan:

-Irratia... bide asko egiten dut.

-Kotxean?

-Bai. Bide asko-asko, Baionara joaiteko, ordu bat. Gero lanean ere batzutan, beraz, irratia beti piztua dut, eta euskaraz, Euskal Irratiak. Baina gero batzutan maite dut ere pixkat moztea, beraz, EITB jartzen dut, musikaren entzuteko. Badakizu, batzutan, bon, beti-beti gauza intelektualak... ale! Aldatu!

(33 URTE, EZPEIZE)

Hala, trantsizio aldiko adinean, entzuleek oraindik musika saioak ere entzuten dituzte, baina zaharragoak diren gehienek musika albo batera uzten dute eta eduki informatiboak, magazinak edo zaletasun jakinen inguruko saioak lehenesten dituzte.

Irratian musika entzuteko fasea igaro dutenentzat, edo irratian musika entzuteko ohiturarik sekula izan ez dutenentzat, *Euskadi Irratia* da informazioa jasotzeko orduan erreferentziazko kate euskalduna. Euskarazko kate publikoa ohiko katetzat dutenen artean ezaugarri komunak oso agerikoak dira: denak Hego Euskal Herriko biztanleak dira eta, *Euskadi Irratiaz* gain, euskarazko beste hedabide batzuen ohiko kontsumitzaileak dira. Adinari dagokionez, aurreko puntuan azaldutakoaren ildotik, gehienak 30 urtetik gorako entzuleak dira.

Euskadi Irratiak Hegoaldean betetzen duen funtzioa *Euskal Irratiek* betetzen dute Ipar Euskal Herrian. Hala ere, baieztapen horri ñabardurak egin beharko genizkioke, adin aldetik askoz transbertsalagoa delako *Xiberoko Botzaren*, *Irulegiko Irratiaren* eta *Gure Irratiaren* kontsumoa. Nahita utzi dugu aipatu barik sarearen parte den *Antxeta Irratia*, solaskideek ez baitute aipatu.

Hiru kateetako bakoitza bere herrialdean erreferentzialtasuna lortzen du, Ipar Euskal Herrian elkarriketatu ditugun pertsona guztien esan baitigute, gutxi-asko, *Euskal Irratiak* sintonizatzeko ohitura dutela. Gainera, kasu gehienetan eguneroko ohiko kateak izaten dira, gutxiago direlarik noizbehinka entzuten dituztela esan diguten solaskideak.

Geroago sakonago azalduko dugunez, lapurtarek, baxenafarrek eta zuberotarrek tokian tokiko irratia entzuten dituzte ikerketa honetan nazionaltzat hartzen ditugun komunikabideak Hegoaldeko zat jotzen dituztelako. Hala, euskarazko komunikabideen unibertsoaren baitan, *Euskal Irratiek* ikuspegi *meta-autozentratua* eskaintzen die. Hots, ez dute bakarrik Euskal Herriari buruz eta euskaraz egiten; horrez gain, gertuko erreferentzia esparruko berri emari etengabea eskaintzen diete, Hegoaldea sorleku duten hedabide nazionalek ez bezala:

-Egia da Berrian ez direla ainitz...Iparraldeari buruz ez dira...badira, albiste garrantzitsuenak bai ateratzen direla, bainan edo tarte tikietan edo zailak dira gero...ene ustez, lurraldetasunaren kontua da...ene ustez ez duzu Xiberuko gauza baten inguruko artikulua bat ikusiko. Ez dakit, hori ikusiko duzu hilabeteen behin.

-Eta tankera hoietako albisteak ikusteko zer erabiltzen duzu?

-Gure Irratia. Bai, bai. Gure Irratia eta Irulegiko Irratia.

(21 URTE, ANGELU)

4. INTERNET

Internet hedabide mota guztietako edukiak kontsultatzeko aukera ematen duen espazioa da, ez hedabide mota bereizia. Alabaina, formatu tradizionalekin alderatuta kontsumo aukera ezberdinak eta pertzepzio ezberdinak eragiten dizkie erabiltzaileei, eta, hortaz, atal bereizi batean jorratuko ditugu interneteko kontsumoari dagozkion iritziak, ohiturak eta jarrerak.

Plataforma transbertsal gisa, sareak euskarriaren eta edukiaren arteko nahaste kontzeptualak sor zitzakeela aurreikusi genuen, eta solaskide batzuen kasuan gure susmoak baieztatu egin dira. Alta, beste hainbeste elkarrizketatuk ez dute ikus-entzunezkoak kontsumitzeko erabiltzen duten tresnaren arabera bereizketarik egiten: telesail bat interneten bidez ordenagailuan ikusten ari direnean argi dute telebista ikusten ari direla, telebista aparatuan ikusten dutenean bezalaxe. *Esneari* erreparatzen diote, ez *botilari*.

Egunkarien kasuan, paperean edo formatu digitalean irakurriko dituzten hautatzeko momentuan bigarren aukeraren alde egiten dutenek arrazoi mota ugari eman dituzte erabaki hori justifikatzeko. Hasteko, webguneak erabiltzeak egunkari bat baino gehiago irakurri ahal izatea errazten die. Modu horretan, irakurleek iritzi oso desberdinak kontrajartzeko aukera dute:

-Eta zeintzuk begiratzten dituzu?

-Izaten dira egunkari digitalak: Berria, Gara, eta gero Libération frantsesez, Le Monde pixka bat. Gero ya, klaro, informazio gauzetan, ba hemen kazeta.info, ez dakit egunkaria deitu daitekeen baina egunero informazioa berritzen dute... ta hoiengue inguruan ibiltzen naiz gehienbat.

(44 URTE, BAIONA)

Hortaz, interneten dinamismoa nabarmentzen da, egunkari batetik bestera salto egiteko aukera, alegia. Laburbilduz, euskarri digitalen bat-batekotasuna (albisteak unean ezagutzeko aukera), aldiberekotasuna (komunikabide bat baino gehiago aldi berean erabili ahal izatea) eta mugikortasuna (hedabide batetik bestera arin aldatzea) estimatzen du kontsumitzaile askok. Gainera, atari digitalen doakotasuna nabarmentzen dute, eta, paperezko egunkariekin ez bezala, objektu gehiago gordetzeko beharrik ez dagoela.

Solaskideek paperezko agerkarien aurrean dituzten ohiturak eta jarrerak aztertuta ditugunean esan dugun legez, esperientzia guztiz desberdina da

irakurtzeko edukiak pantailan edo betiko formatuan kontsumitzea. Bigarren aukera hori nahiago dutenen artean bada egunkariak interneten ere irakurtzen duen jende ugari, batez ere aurreko paragrafoan zerrendatu ditugun arrazoiak direla medio:

-Ordun, biak irakurtzen dozuz, paperean. Interneten ibiltzen zara albisteak begiratzen-eta?

-Albisteak, gutxi. Bueno, puntual, hola zerbait gertatu bada, prensa ez badaukat eskura, ba bai. Zera, Naiz, edo bestela gara.net, eta berria.info zabaltzen dut. Argia dexente begiratzen dut, eta hemeroteka eta bideoak eta hori. Eta gero gustoko gauzak ere bai: leku bati buruz, edo gauza bati buruz nere afizioena edo... niri beti gustatu izan zait gauza bat agertzen bada ezagutzea. Ta baten batek pista bat ematen badit, edo herri bat edo... "ta zer da hori? Bale, ba enteratuko naiz, esango dizuet". Eta pin, pon, pon, bilatzen dut eta hori.

(58 URTE, ELORRIO)

Pentsa litekeenaren kontra, natibo digitalak baino askoz lehenago jaiotako hainbat solaskidek ere internetera jotzen du egunkariak irakurtzeko, eta eguneroko erronda egiten duten kazeta bat baino gehiago irakurriz. Errutinaren parte bilakatu zaien praktika hori beti ordu berean egiteko joera dutela antzeman dugu. Ondorengo bi emakumeek, esaterako, goizean konektatzeko ohitura dutela azaldu digute:

-Orduen ibiltzen dozuez...egunkariak leiduten dozuez interneten?

-LEM67: Bai! Goizetan esaten dogu, goazen.

-LEM71: Gu bixok gauzenien bai; baie ostien nik ez, ze nik goizien...

-Eta zeintzuk ibiltzen dozuez?

-LEM67:: Deia ta Correo. Da bueno, La Vanguardia, katalana pe eitten dogu.

(67 URTE, LEMOA; 71 URTE, LEMOA)

Gehienetan internet eta formatu tradizionalen arteko alderaketa paperarekin egin arren, ordutegiaren gaia mahaigaineratu denean telebistaren edota iratiaren programazioek paratzen dizkieten mugak

kritikatu dituzte parte hartzaileek. Izan ere, interneten bidez saioak nahi duten unean kontsumi ditzaketela nabarmentzen dute, eta horri esker ez dutela aurrez finkatutako ordutegi finko baten mendean egon beharrik. Azken finean, euren kontsumo mediatikoa euren bizitzaren erritmora egokitzeke malgutasuna eskaintzen die internetek:

-Azkenean relebuan zelan ibiltzen nazen lanian, ibiltzen baldin bazara ordu bat edo hola ordenadorian gero ya telebista ez dot ikusten.

-Baina ordenadorian, telebistako gauzak ikusten?

-Ba danetik. Igual telebistakoa baino nere asuntoak, nere gauzak. Según me dé: egun baten kirolan zeoze ikusi nahi baldin badot hori ikusten dot. Igual oin adibidez Tourra izan danian ta atsaldez nauanian lanian, ba igual ez dot ikusten ta gero bai ikusten dot interneten.

(37 URTE, ANTZUOLA)

Bide batez, esan dezagun telesailak interneten bidez ikusteko ohitura batez ere gazteen artean dagoela errotuta. Helduagoek bestelako saioak sarean ikusteko arrazoi berberak eman dizkigute gazteek telesailak ordenagailuan ikusteko:

-Esan duzu telesailak ikusten dituzula. Baina, ikusten dituzu telebistan ematen dituztenean, edo interneten? Ze, azken urteetan asko hedatu da joera hori.

-Ba gehienak interneten. Ze, azkenean, telebistan ikusten duzuna... pixka bat pendiente egon behar zara, ia zer botatzen duten gaur, zer ez... internetera zoaz eta daukazu nahi duzuna, edozein momentutan. Gainera, ez duzu ez itxaron behar ez ezer. Orduan, ba azkenean, ba hori. Aukera erraza.

(21 URTE, PORTUGALETE)

5. SARE SOZIALAK

Hedabideen atari digitalen kontsumoa adin tarte guztietan hedatu da, eta kontsumo joera finkatua da egun. Sare sozialek, berriz, bestelako aukerak ematen dizkiote zenbait solaskideri, nork bere menua eraikitzeko gurari horretan maila bat gorago baitago webguneekin alderatuta.

Izan ere, sare sozialetan interesgarriak zaizkien komunikabideen jarraitzaile izateaz gain, hautua gehiago findu dezakete eta komunikabide horien baitan erakargarri zaizkien atalak edo kazetariak soilik jarrai ditzakete. Webgunea formatu tradizionala baino dinamikoagoa da albiste batetik bestera salto egiteko aukera ematen dielako, baina sareak webguneak baino are dinamikoagoak dira selektiboagoak izateko aukera ematen dietelako: *timeline* edo horma berean, komunikabide asko eta berorietako kazetari ugari jarrai ditzakete. Hala, nor bere sare sozialeko profilean aldeztu aurretiko hautaketa eginez, benetan interesgarri suertatzen zaizkien albisteak baino ez dituzte jasotzen. Twitterrek, Facebookek eta enparauek informazioaren galbahe funtzioa betetzen dutela esan daiteke.

Elkarrizketetan zehar aipatu berri ditugun bi sare sozialei buruz baino ez diegu galdetu. Diazek (2014) adierazitakoaren ildotik, uste genuen solaskideek oso erabilera ezberdina eman ziezaioketela bi sareetako bakoitzari, eta errealitate horren inguruko diskurtsoak azaleratzea interesgarria izan zitekeela komunikabideen jarduerari lotutako eduki motak zein sareren bidez kontsultatzeko joera dagoen jakiteko.

Bada, Facebooki batez ere erabilera ludikoa ematen diote solaskideek, eta Twitterri, batez ere informatiboa. Hala ere, panorama orokor horri zooma hurbildu ostean, zenbat ñabardura esanguratsu egin behar dizkiogu. Izan ere, Twitterri erabilera ludikoa ematea oso arraroa den arren, ohikoagoa da Facebook albisteak ikusteko kontsultatzea.

Horrenbestez, aurreko baieztapenari aldaketa txikia gehituz, esan beharko genuke Twitter informatzeko erabiltzen dutela elkarriketatuek, eta Facebook, berriz, *batez ere* harreman pertsonaletarako:

-Gero, esan dostazu sareak be erabiltzen dozuzela. Twitter? Facebook? Biak?

-Facebook eta Twitter. Bai.

-Biak gauza bererako erabiltzen dozuz edo diferentea da bati eta besteari emoten dotsezun erabilera?

-Facebook ikusten dut gehio, aber ez den txarto sonatzen...da kotilleo puro y duro.

-Argazkiak ikusteko, kontakturako...

-Bai, hori da. Twitter, berriz, erabiltzen dut informazio puntu bezala.

(28 URTE, ALTSASU)

Halaber, Facebook Twitter baino jende gehiagok erabiltzen du guk bildutako laginaren baitan, eta sare sozialetan soslaia duten ia guztiek 40 urte edo gutxiago dituzte. Hala, guk bildutako laginari dagokionez behintzat, sare sozialek batik bat gazteen artean lortzen dute arrakasta. Horrez gain, sare sozialen bat batekotasuna nabarmentzen dute erabiltzaileek. Albiste jarraitzen duten kazetariak minutuz minutuko informazioa eskaintzen dute sareetan, eta webguneetan eta (zer esanik ez) formatu trazionalan beranduago jasotzen da berria:

-Ni igual berria naizelako Twitterren, zeatik nik orain dela gutxi deskargatu nuen eta hasi nintzen Twitterrekin, gehienbat Loiolako istorio guztia jarraitzeko. Eta bai ikusi nuela Pradilla, tipo hori, zela una máquina, una machine, zeatik dena momentuoro esaten zuen ze ari zen pasatzen Audientzian-eta (...)

-Twitterrengandik bat-batekotasuna nabarmentzen dozu, beraz?

-Bai, momentuan pasatzen ari zena bagenekien hemen. Konkretuki geunden epaiketa horrekin nahiko...nahi genuela jakin zer ari zen pasatzen-eta, eta zen pasada bat : “Eta orain egin dute hau, eta orain egin dute bestea”. Eta oraindik telebistan 3etan atera behar zena...gainera ez zela atera ezta

erdia ere, baina bueno. Niri gustatzen zait, Twitterra gauza horietarako gustatzen zait asko.

(28 URTE, ALTSASU)

Aurreko paragrafoan *Garako* berriemaile Alberto Pradilla aipatzen du solaskideak informazio iturri erreferentzial gisa. Lehenago azpimarratu dugunaren ildotik, sareek kazetari jakinen kontuak jarraituz albisteak pertsonalizatzeko aukera dutela sentitzen dute zenbaitek. Bildu dugun laginaren kasuan, sare sozialei buruz berbetan ari ginela kazetariren bati erreferentzia egin diotenak 30 urtetik beherakoak dira eta euskaraz edo, gutxienez, elebitan txiokatzen duten profesionalak aipatu dituzte. Azpimarratzeko modukoa da Pradillak soslaia militantea dute gazte nafarren artean lortzen duen arrakasta; bestalde, *Argiak* sareetan presentzia indartsua izateko zenbait kazetarik egindako lanaren aitortpena egin duenik bada:

-DON27b: Aukera hori badakazu saihesteko. Orduan ordutegi hoiek hautsita, internet dakazu mobilean ta kalean aurkitzen dituzu pantailak. Eta hor euskaldunak ondo ikusten ditut. Azkenean, Hitzarekin, Berria mugitzen dezu, ta batez ere sartu da hor Letonan...Argia...Lander Arbelaiz egiten ari den lana, ba nahiko potentea izaten ari da, batez ere harreman aldetik, sare harremana osatzen.

-DON27a: Nik uste det gaur egun informazioa nahiko errez eskuratu dezakezula, leku guztietatik, eta dena...horregatik euskalduna baldin bazea, ba hoiek nahiko potenteak dia.

-DON27b: Apostua egin da, Argian adibidez.

(27 URTE, DONOSTIA; 27 URTE, DONOSTIA)

Aurreko gazteak baieztatutakoaren ildotik, sare sozialen erabiltzaile gehienek uste dute euskarazko komunikabideak ondo kokatuta daudela komunikazioaren aro berrian. Euren irudiko, euskarazkoek garaiz hartu dute multimediatasunaren olatua eta presentzia zein ikusgaitasun nabarmena lortu dute sareetan. Kasu batzuetan, arreta gehien erakartzen duten gaietan ere indartsuenak diren komunikabideen alternatiba eta lehiakide gisa irudikatu dituzte:

Hitza. Horrek oso ondo funtzionatzen du. Sarea ondo montatuta dake ta notiziak nahiko azkar ematen ditu. Twitterren jarraitzea Hitza oso ondo dago, adibidez; Diario Vasco-ren alternatiba bezala gai lokalak jorratzeko. Hala ere, zuk esan dezun bezala albisteak aukeratzen dira, eta azkenean biak ikusten dituzu, zeatik albiste asko ez dira agertzen batean eta bestean.

(27 URTE, DONOSTIA)

Sare sozialetako hizkuntza erabilerari dagokionez, solaskideen portaerak antzekotasun handiak ditu bestelako hedabideetan adierazitakoarekin. Hala, Twitterren edo Facebooken aritzen diren elkarrizketatu gehienek euskara *ere* erabiltzen dute, neurri handiagoan edo txikiagoan. Berriz ere, elebitasuna da praktika nagusia, nahiz eta gehiago arakatu beharko litzatekeen elebitasun mailan, alegia, kontsumoaren zein proportzio hartzen duen euskarak eta zein gaztelaniak. Praktika eleanitzak ere identifikatu ditugu, baina ez dira hain ohikoak.

Haatik, bada sareetan euskara erabiltzen ez duen solaskideen multzo bat, oro har hedabideen bitartez beharrian arruntak (Aksoy eta Robins, 2007) ase nahi dituzten gazteek osatua. Geroago luze eta zabal azalduko dugun bezala, gazte horiek eduki banalak lehenesten dituzte politiko edo sozialen aurretik eta gaztelania euskara baino gehiago erabiltzen dute, hala aurrez aurreko harremanetan nola komunikabideak kontsumitzeko garaian.

Sareak erabiltzen ez dituzten elkarrizketatuek, berriz, haiengandik oso urrun ikusten dute euren burua. Sentimendu horren arrazoiak belausaldi pertinentziari lotutakoak dira askotan, baina ez beti. Izan ere, sareak informazioaren saturazioarekin lotu dituzte bai erabiltzaileek bai erabiltzen ez dituztenek:

-Sare sozialak-eta, erabiltzen dituzu?

-Ez, oso txarra naiz.

-Baina euki badekozu?

-Email helbide bat, baina Facebook eta Twitter eta halakoak ez. Oso urrun egiten zaizkit.

-Ez duzu inoiz interesik euki edo da gehiago belaunaldi kontu bat?

-Bueno, nire lagun askok badaukate, nire adina eta gehiago daukatenak, baina ez dakit, niri hori... tontakeria bat iruditzen zait holako gauzak erabiltzea. Bueno, asko erabiltzea. Ulertzen dut aisialdi behar batzuentzat interesgarria izan daitekeela baina informazioaren saturazio horrek...ez dakit, atzera botatzen nau. Nahiago dut denbora pasa beste gauza batzuetan ez eta atzo zer egin dudan kontatzen egon edo ez dakit noren argazkiak begiratu... ez dit ezer ematen, pertsonalki, iruditzen zait ez nauela aberasten horrek, pobretzen nau gehiago.

(44 URTE, BAIONA)

3. EDUKIAK

Komunikabideek eskaintzen dituzten edukien inguruko hausnarketa mamitsuak egin dizkigute mintzaideek. Hainbat katek egiten duen saioen aukeraketari buruz aritu zaizkigu, baita albisteetan islatzen diren esparru geografikoen garrantziaz ere. Hurrengo orrialdeetan arlo horien inguruko ikuspegi orokor bat eskaintzen saiatuko gara.

3.1. EUSKARAZKOEI EGINDAKO KRITIKAK

Lehenik eta behin, solaskideek euskarazko komunikabideen edukiekiko agertu dituzten kexarik errepikatuenak azalduko ditugu.

3.1.1. ETB1: folklorea eta kirola

*ETB1*en programazioak folklorea edota kirola besterik ez duela eskaintzen salatzen du hainbat elkarrizketatut. Gehienetan, lehenengo edo bigarren zonalde soziolinguistikoko pertsonak egin dituzte gisa horretako baieztapenak. Zehazki, programazioaren bitartez Euskal Herri tradizionalaren irudi erreproduzitzea leporatzen diote euskarazko telebista publikoari:

Orain gauzak aldatzen dabilz, baina...ematen du antzinako euskaldunak direla, zer egiten zuten idiekaz, nola egiten zuten gazta...Hori ondo dago, ez dago txarto, baina gaur egungo hizkuntza gura badugu gaurkoa izatea, XXI. mendeko hizkuntza izatea, zerbait berria eskaini behar dugu.

-Orduan, ETB1ek antzinako eredu hori eskaintzen du?

-Bai. Eta antzinean oso baliozkoa zen. Pertsonak erakusteko zer izan ginen. Eta lehen oso egokia zen, baina gaur egun ez.

(...)ETB1en, ba zelan egiten zuten gazta duela 2000 urte euskaldunek, Idaho eta hori guztia.

(29 URTE, SANTURTZI)

Bitxia da *ETB1*en programazioa etno-folkorikoa dela esateko batek baino gehiagok euskal diasporari erreferentzia egin izana, modu ironiko samarrean. Hala, *ETB1*ek antzinako euskalduntasun ereduak sustatzen duela irudikatzeko erabiltzen da Ameriketara joandakoen adibidea. Diasporak iragana ordezkatzeko luke, eta haren inguruko saioak emititzea *ETB1* egungo garaietara egokitu ez izanaren isla litzateke. Aldi berean sinbolikotzat eta erreltztat duten marko horretan, *Boise-trikitixa-pilota* hirukitik irten ezinda ikusten dute zenbaitek euskarazko telebista kate publikoa:

Nik ETB euskaraz oso gutxitan ikusten dut. Ze aukerak dira: ETBK hori, kirolak ematen dituen; nik kirolak ez ditut gustuko. Bestea da ETB1, eta ETB1en zer dago? Euskaldunak Amerikan, euskaldunak Australian, euskaldunak ez dakit non. **-Oso irudi etnikoa edo folklorikoa ematen duela uste duzue?** - Bai, oso. Edo auresku txapelketa, edo arin-arin txapelketa, edo bertsolariak...nik hori, benetan, ezin dut.

(41 URTE, AMURRIO)

Hala ere, esan beharra dago batzuentzat negatiboa den hori positibo dela zenbaitetan, kirolzaleek eta, bereziki, pilotazaleek, askotan jotzen baitute *ETB1*era. Zehazki, Ipar Euskal Herrian egindako elkarrizketetan behin baino gehiago aipatu da pilota dela *ETB1* ikusteko arrazoi nagusia inguruko jende askorentzat:

ETB ere huntsa sartua da, herrixka guzietan hartzen da ETB1, pilotarekin, hola sartua da. Gainera Xala lekuindarra da, eta beraz partiduatik ETB Iparraldean oso sartua da.

(65 URTE, LEKUINE)

Gehienetan, gaztaroa aspaldi pasatako solaskideek egiten dituzte tankera horietako iruzkinak, edo zahartzen hasitako inguruko pertsonen

erreferentzia egiten diete gazteagoek, bestela. Kasu horietan, programazio *tradizionala* euskarazko katea pizteko akuilu izaten da:

-Uste duzue igual hemen jendeak gehiago ikusten dituela France 3-ko hoiek [albistegiak] ETBkoak baino?

-ATH55: Bai, bai, France 3 gehio. ETB anitxek hartzen dute pilotan aldetik.

-EZP33: Bai, igantik aita (...) iganti arrastik, pilota.

-ATH55: Meza, meza ere bai [biak barrezka].

-EZP33: Bai, egia.

(55 URTE, ATHARRATZE; 33 URTE, EZPEIZE)

Aurrekoak ez du esan nahi ETB1 pilota ikusteko jartzen duen Hegoaldeko gazterik ez dagoenik, jakina, baina joera argi bat markatzen duela deritzogu: folkorean eta herri-kiroletan oinarritutako saioek batik bat adineko elkarrizketatuen artean lortzen dute arrakasta.

3.1.2. ETB1 eta ETB2: kate berbera, hizkuntza aldatuta

Solaskide batzuek adierazi digute ETB1ek eta ETB2k saio berberak dituztela, hizkuntza aldatuta. Albistegiak lirateke horren adibide paradigmaticoa, baina bestelako saioetan ere aipatutako mimetismoa antzematen dute bi kateen artean. Oro har, eskema hori euskarazko programenzako kaltegarria dela antzematen dute, gaztelaniara jotzeko erraztasuna dela medio jendeak ETB2 lehenesten duelakoan. Gainera, elkarren baliokide liratekeen saio horiek ordu berean programatuz gero gaztelaniazkoak lortzen du audientziarik handiena, eta arlo horretan bada ETBri abilezia falta leporatu dionik:

-Azkenien, ipintzen dozu tertulia ordu berdinean, eta jendiek zein ikusiko deu? Euskerazkoa beti egongo da jentie ez dauena ikusiko, ze azkenien Klaudio Landana denpora gehixau daroa, jentia ya horretan engantxeu bada ez dau aldatuko ikusteko euskerazkoa. Gai berdinak jorratzen dabie, es ke azkenien ez dotzu ezer motibetan. Ipin beste gai bat,

ipini beste zeuzer, ipini tertulia bata bada 4etatik 6etara ba
6etatik 8etara, engantxetako bixetara gero.

(28 URTE, EA)

Solaskidearen iritziz, hortaz, *ETB1* litzateke *ETB2*ren erdipurdiko kalkoa, eta horren ondorio tamalgarriak leuzkake euskarazko katearentzat. Ildo beretik, telebista publikoaren baitan gaztelaniaren aldeko hautua agerikoa dela defendatzen dute askok, gerora luze eta zabal azalduko dugunez.

3.1.3. Gaztea: musika komertzial erdaldun eta atzerritarra

Katearen hasierako urteetan ez bezala, gaur egun *Gazteak* Euskal Herritik kanpoko sortutako musika komertziala ematen duela kritikatu dute solaskide batzuek. Txarrerako aldaketa nabarmena sumatu dute katearen edukietan, haren sorreraren ostean orain baino euskarazko musika askoz gehiago entzun zitekeelakoan. Halako iritzia plazaratzen dituztenak gazteak dira eta erdara dute ama hizkuntza:

Nik Euskadi Gaztea entzun dot beti. Ikastolatik etxera joaten nintzenian beti irratixa euki dot. Eta Euskadi Gaztea. Eta bai igartzen ziñun gehixau musikiaren aldetik herrikua zala gehixau. Ba Doctor Deseo, Kuraia, Ken Zazpi, ez dakit ze, Etsaiak...herriko musikia, bardin jata, euskeraz kantu eitxia edo erderaz edo ingelesez, baina Euskal Herriko taldiak. Eta oin bai jotzen dabezela gehixau kanpora. Ba musika komertziala.

(32 URTE, BERGARA)

Kritikak gehienak *Gaztearen* entzuleek egin dituzte, baina bada kritikatzan den arrazoiagatik katea erabiltzen ez duen solaskiderik. Ondorengo adibidean, elkarrizketatuak argi adierazten du kateak eman duen bira errentagarria dela entzule kopuruari dagokionez (eta ondorioz, ekonomikoki), nahiz eta kalitate aldetik beherakada argia eragin:

-Zuen ustez egokia da euskeraz jartzen duten musika kopurua?

- Oso gutxi. Baina horri buruz behin hitz egiten egon ginen...nik ezagutzen dut tipo bat, horretan egiten duena lana, eta disketxeetan, eta hemen, Euskal Herriko munduan nahiko jantzia dena. Eta behin esan nion: “zer gertatzen da Euskadi Gaztearekin?”. Eta berak: “beitu, lehen bakarrik euskerazko musika jartzen zuenean 5000 entzule. Orain jartzen duten musikarekin, 20000. Baduzu zeozer esateko horren kontra? Ez. Es ke, zer esango duzu? Horren kontra...hor ez dago eztabaidarik. Holan da. Eta jartzen dute una puta mierda de música, eta irabazi dute 15000 entzule. Eta horrek agintzen du.

(37 URTE, URDUÑA)

Beste behin ere, kalitatearen eta arrakastaren arteko talka azaleratzen da aurreko pasartean. Izan ere, komunikazio proiektuen bideragarritasun ekonomikoak lehentasun osoa duela adierazi eta ulergarritzat jotzen du solaskide ugari.

3.2. MORBOA: AKUILU ETA GALGARRI

Hedabide batekiko gertutasun politikoa kontsumitzeko motibazioetako bat izan daiteke. Alabaina, kontrakoa ere gertatzen dela sumatu dugu: parte hartzaile frankok aitortu du bere ideologiaren antipodetan dauden komunikabideak ikuskatzen dituela. Hala, *etsaiaren* ikuspegia hedatzen duten informazio plataformek bilatutako haserrea eskaintzeaz gain euren ideia politikoak berresteko bidea ematen diete sarritan:

-Beraz, Cuatro eta La Sextako albistegiak ikusten dituzu.

-Bai, hoiak eta gero 3etan ETB...edo askotan Antena 3. Dena den hori da gauza personal bat...da pixka bat barre egiteko.

-Beste ikuspegia, ezta?

-Hori da, informazioa betetzeko. Askotan dagoenean zerbait holan nahiko guretzako dena tabu, ba ikusten duzu beste leku

batetan eta ikusten da...askotan sakonago edo bere ideiekin. Orduan, kontraste egiteko, gustatzen zait. Eta Antena 3 da hain eskuindarra eta hain hola...es ke gustatzen zait, tío. O sea, nola jartzen gaituzten, nola...

(27 URTE, DEIKAZTELU)

Aurreko adibideak *kanpoko etsaiari* egiten zaio erreferentzia, Madrileko komunikabide bati, alegia. Espainiako hiriburuko eskuin mediatikoari buruz hitz egitean adjektibo kalifikatibo negatiboen sorta anitza bildu dugu gurekin berba egin duten pertsonen ahoetatik, haren parte diren komunikabideek Euskal Herriko politikari emandako tratua dela eta. Multzo horren baitan sartuko lirateke, zein solaskidek hitz egiten duen, *Intereconomía*, *Antena3*, *La Razón*, *El Mundo* eta beste hainbeste komunikabide. Alabaina, bada *barruko etsaia* aipatu duenik ere, gertuko testuinguru politikoan bakoitzaren ideologiaren kontrakoa ordezkatzan duen hori, alegia:

Batzutan hola kuriosidadiagatik Diario Vasco irakurtzet, según ze albistea-eta...ya juten zea morbokin esatea: “ostia, aber hau nola landu dun DVk albiste hau, nola eman dion buelta”. (...) Ba orain adibidez Hernialdeko zuloa, AHTko hori, ba nei morboa ematen dit DVk nola jorratu duen gai hori.

(48 URTE, ANOETA)

Haatik, ez diogu hainbeste erreparatuko morboan oinarritutako kontsumoaren alde politikoari, luze eta zabal jardungo baitugu horri buruz ondorengo atal batean. Izan ere, hedabideen edukiaren eta morboaren arteko lotura ez da alderdi horretara mugatzen, hainbat solaskidek gogora ekarri digunez. Alde batetik, Vocentoko egunkariei albisteen aukeraketa eta tratamendu guztiz sentsazionalista egitea egozten diote batzuek, hautu hori guztiz gaitzesgarria iruditzen zaielarik:

Orain gabilta Estado Islamikokin gora ta behera. Jotzen badezu Diario Vascora ez duzu sekula jakingo zergatik sortu den hori. Bai, sekulakoak eitten dituztela eta lepoa moztan dutela, hori guztia hor eukiko dezu, eta horrek daukan indarra ta beldurgarriarazten zaitu. Baina beste periodiko

batzuk behintzat saiatzen dira halako sorpresibo izan dan sormenaren arrazoia, eta hortan ere ikusten da: nondik zetorren, zeinek lagundu zion zeini garai batean. Bada gertakizun harrigarri hoien arrazoia azaltzeko gogua. Eta besteetan ez dezu ikusten, sentido hortan amarillismo gehio egiten da nahiz ta periodiko serio baten barruan egon.

(48 URTE, EIBAR)

Alabaina, beste parte hartzaile batzuek (komunikabideak lehenago azaldu ditugun beharrian arruntak asetzeko kontsumitzen dituzten batzuek) hain zuzen ere albiste *horiak* bilatzen dituzte egunkariak irakurtzeko orduan:

-Ta badau zerbait Correion bereziki gustetan jatzuna?

- Ciudadanos, bai, hori da gehien gustetan jadana.

Ciudadanos, sucesos eta holakoak. (...)“ostu deure joyería baten, istripu bat egon da”... eta holako gauzak.

(32 URTE, LARRABETZU)

Hala, berri sentsazionalista horiek jasoko lukete jendearen arreta eta proiektzio soziala, pantailatik edo paperetik jendarteko elkarrizketetara salto egitea lortzen dute maiz. Ondorengo solaskideak aitortzen duenez, tankera horretako albisteek behar baino protagonismo gehiago eskuratzen dute lagunarteko kalakaldietan, inportanteagoak liratekeen gaien zein albisteen kaltetan:

-Orduan krisiari buruz hitz egiten duzue sarean, baina ez duzue esaten: “beitu, gaur hau irakurri dut ez dakit non...”

-Ez. Bueno... adibidez Bilbon gauzaren bat interesgarria edo... pixka bat, azkenean...del corazón, pixka bat morbilloa daukaten gauzak bai komentatzen dituzula. Azkenean, Bilbon hiltzaile bat dago, eta hori, bua, da super garrantzitsua. Eta komentatzen duzu, baina, gero, benetan garrantzitsuak diren gauzak ez dituzu komentatzen [*barrezka*].

(21 URTE, PORTUGALETE)

Bestalde, ikuskizunaren izenean komunikabideek etikoki onargarriak ez diren erabakiak hartzen dituzte zenbaiten esanetan. Bereziki gaitzesgarria iruditzen zaie ikus-entzunezkoetan eskaintzen diren zenbait irudi, pertsonen edo familien³⁴ duintasuna kaltetzen dutela, eta eduki horien tratamendua ere desagokitzat jotzen dute.

3.3. KALITATEA

Komunikabideen kalitatearen inguruan jaso ditugu iritzi gehienak negatiboak izan dira. Adostasun zabala egon da tokiko hedabideen kalitate eskasaren inguruan, eta euskarazkoen marketingari ere kritika ugari egin zaizkio.

3.3.1. Tokikoak, apal

Tokiko komunikabideen kalitatearekiko iruzkin negatibo ugari jaso dugu, eta kritika horiek askotariko ezaugarri pertsonalak dituzten mintzakideek egin dituzte, gainera. Alde batetik, hedapen esparru zabalagoa duten komunikabideekin baino exijentzia maila baxuagoa daukate tokikoekin, eta, horren ondorioz, justifikatu egiten dute azken hauen kalitatea apala izatea. Halaber, kalitate estandarrak baliabideekin lotuta agertzen zaizkigu diskurtso askotan, eta hainbat solaskideren irudiko tokikoen muga ekonomikoek azalduko lukete, esaterako, emankizunak behin eta berriz errepikatzea edo publizitateak programazioaren tarte handiegia hartzea:

-Gainera Urola Telebista ere badaukagu.

-Ta hori ikusten duzu, Urola Telebista, edo gehiago igual?

³⁴ Etikoak ez diren irudi eta albiste-tratamenduei buruz berba egiterakoak, *familia* hitza behin baino gehiagotan agertu da.

-Ba beira, oso gutxi, beti iragarkiak...gehiegi da, gehiegi da. Es ke jartzen dute pilo bat. Eta hori beharko da, bestela dirurik ez dago telebistarako.

(68 URTE, URRETXU)

Horrez gain, aipatu beharra dago euskarri guztietan aritzen diren tokiko komunikabideak kalitate apalekoa direla iradokitzen duten hausnarketak bildu ditugula. Betiere, kalitate erlatiboaz ari gara, nazio mailako komunikabideekin alderatzean ondorioztatzen baita askotan tokikoak makal samarrak direla:

Eta Bizkaie! aldizkari elektronikora jotzen dut. Bueno, ez da, holan... ez dakit nola esan... nahiko hedabide apala da, baina ematen du jokia. (...)Bizkaia Irratia ondo dau; ez zait iruditzen horren... askoz lokalagoa iruditzen zait, askoz apalagoa Euskadi Irratia baino, eskaintza aldetik-eta.

(37 URTE, ALGORTA)

Ez genuke atal txiki hau bukatu nahi ñabardura garrantzitsu bat egin barik. Izan ere, hona ekarri ditugun adibide guztiak euskarazko tokiko komunikabideei buruzkoak izatea horien inguruko iruzkinak pizten diguten interesaren ondorio baino ez da, erdarazkoen inguruko iritziak koordinada berberetan mugitzen baitira.

3.3.2. Marketina, hobetu beharreko alorra

Komunikabideen promozioari buruz aritu diren mintzakide apurrek euskarazkoei kritika egin diete. Esparru horretan hain ospetsuak ez diren produktuak ezagutzera emateko ahalegin handiagoa egitea eskatu diete, alde batetik, eta ezagunenak diren produktuen presentzia eta ikusgaitasuna sustatzeko neurriak hartzea, bestetik. Ondorengo pasartean ikus daitekeenez, solaskideek ez dute oso argi euskarazko zenbait agerkari noiz eta nola merkaturatzen diren:

**-Uste dut 7haizeetara dagoela, Garak ateratzen duena.
Baina ez dakit banatzen duten egunkariarekin, edo...**

-ORD69: Ah, bai.

-ORD50: Noizean behin banatzen dute dohainik, eta... noski, hori lortzen dudanean hartzen dut. Baina nik dakidala ez dago gauza...

-ORD69: Nere ustez ez dute promozionatu hori, ez? Noiz etortzen dan, ez dakit ze ostiraletan egunkariakin batera edo... baina gero, nik kioskoan-eta ez det ikusten. (...) Eta Berria, tabernetan ere, gutxi ikusten da. Kanpainia bat egin beharko lukete, ze gehiena Diario Vasco egoten da.

(69 URTE, ORDIZIA; 50 URTE, ORDIZIA)

Horretaz aparte, euskaraz jarduten duten kazetariak egindako lan eskerga balioan jarri beharko litzatekeela aldarrikatzen du ondorengo elkarrizketatuak, ez baitu uste behar bezain besteko aitormena jaso(tzen) dutenik normalizazio prozesuan egindako ekarpen baliotsuagatik:

Nik esango nuke Euskal Herrian kalidade handia dagoela terreno horretan, hedabideetan, eta oso jende ona dagoela. Nik ez daukat zalantzarik. Eta hori beste era batera saldu beharko litzateke.

(37 URTE, ALGORTA)

3.3.3. Kalitate onari buruzko iruzkinak

Aipatzekoa da irrati kate zehatzek jaso dituztela elkarrizketatuen laudorioak, bertan lan egiten duten kazetarien jardun profesionalari zein programazioari esker. Euskarazkoen artean, *Euskadi Irratiak* jaso du kritika positibo gehien, hurrengoa esaterako:

Nik esango nuke Euskadi Irratian oso saio erakargarriak daudela, gai erakargarriak...eta nik nere inguruan ikusten detena, eta entzuten dudana...nik uste jende askok entzuten duela.

(50 URTE, ORDIZIA)

Gainera, gizartean euskarazko kate publiko generalistaren prestigioaren inguruko adostasuna dagoela iradokitzen du ondorengo parte hartzaileak:

Euskadi Irratiak, adibidez, daka kriston katxea gaur egun.

(27 URTE, DONOSTIA)

Erdarazkoen artean, berriz, kultura eta musika programazioaren erdigune dituen *Radio 3* kateak iruzkin onak jaso ditu 35 urtez azpiko zenbait solaskideren partetik.

3.4. ALBISTEEN HEDAPEN GEOGRAFIKOA

Solaskideek adierazi digutenari erreparatuz gero, komunikabideen kontsumoa baldintzatzen duten aldagai erabakiorren artean dago albisteen dimentsio geografikoa. Hala, erabiltzaileek euren interes esparruko berriak jasotzeak hedabide jakin bat hautatu eta bestea baztertzeko erabakian oso eragin handia du.

3.4.1. *Gertutasuna balioetsi*

Parte hartzaileen gehiengoak gertutasuna eskatzen die komunikabideei. Euren herrietako eta auzoetako albisteak lehenesten dituzte, nazio zein mundu mailakoan aurretik. Tokian tokiko informazioa eskaintzen duen komunikabide horiei balio gehiagarria ematen diote, hainbat arrazoi praktiko eta sinboliko direla medio. Alde batetik, tokiko dimentsioa duten albisteek euren eguneroko bizitzarako erabilgarria den informazioa ematen dietela sentitzen dute. Hala, etxetik zenbat eta gertuago egon hedabide horren sorgunea, orduan eta erabilgarriagoa suertatzen zaie. Komunikabide bati egunerokotasuneko gertakizun xumeen berri ematea eskatzen dio hainbatek beste ezeren aurretik:

Es ke azkenean gure hurbilekoak erakartzen gaitu gehien.
Hori, ba neskalogunan ama moduan (...) Deian Gernikako
aipamenik dagoenean horretara jotzen du, eta hori
harentzako garrantzitsua da. Ba azokan ez dakit zer produktu
salduko dutela, edo saltzeari utziko diotela...

(37 URTE, ALGORTA)

Eragin erreala, ukigarria duten albisteak lehenesten dituzte. Gertuko
albisteek haien bizitzetan eragiten dutela sentitzen dute, eta aldi berean
albisteak kontatzen dituen gertakizunetan eragile izan daitezkeela ere bai:

Baina bueno, hemengo gauzak, bai, hemengo bertako...
behinik bat Euskal Herriko zera. Gero kanpora be bai, baina
beste intensidade batekin. Esan nahi dut, interes bat,
informatuta egoteko, baina nik badakit irakurtzen dudanetik
nik eragin egiteko hemen gertukoa dala. Hemen, eta nire
herrian edo inguruan. Orduan, esaten dut, oso ondo dago
hori jakitea, baina nik hor ezin dut ezer egin, baina hemen
bai.

(58 URTE, ELORRIO)

Ildo beretik, ondorengo solaskideak azaltzen du garrantzitsutzat jotzen
diren albisteek ez dutela apenas eraginik pertsonen eguneroko bizitzan,
eta albiste xumetzat jo ohi direnek, aldiz, eragina izateaz gain lotura
sortzen dutela komunikabideen eta kontsumitzaileen artean, azken hauek
jasotako berriekin identifikatzen baitira:

Nik gurago ditut herritarren berriak: "Aurten Iparraldean ezin
izan dituzte abereak hil, edo ardiak ez dakit nora eroan". Hori
ez dirudi garrantzitsua denik, baina, osotasunean, gauza
garrantzitsuenetarikoa da. Eta Hegoaldean bere bai. Berriak
ematen dituzunean pertsonengana hurbildu behar zara, eta
pertsonen arazoak horiek dira, ez dira burtsa, ez da futbola.
Benetako problemak azaleratzea. Horregaz guztiok
identifikatzen gara.

(29 URTE, SANTURTZI)

Horrenbestez, hedabideen bitartez zerbitzu publikoa jasotzen dutela argiago sumatzen dute *ikusgarriak* diren albisteekin, *espektakularrak* direnekin baino. Lehen pertsonan ikusi edo ukituko duten errealitate hurbila islatzeak erreferentzialtasuna ematen die hedabideei...

Irulegiko Irratia Baxenafarroan irrati entzunena da. Bai agendarako, berrientzako, abisu txikientzat... bueno, utilitate bat.

(44 URTE, BAIONA)

...eta nazio mailakoek esparru hori betetzen ez dutela sentitzen dutenez, tokikoetara jotzen dute informazio hiperlokalaren bila:

Goizero entzuten dut Gure Irratia albisteak entzuteko, eta hor badituzu lekuko gauzak, eta ez dituzu aitxematen bortxaz Berrian edo Garan, hori segur.

(21 URTE, ANGELU)

Halaber, tokiko edukiei lehentasuna ematea joera transbertsala dela esan dezakegu, komikabideekin zein euskararekin askotariko harremanak dituzten solaskideek aipatu baitigute komunikabideen edukiak gertukoak izatea balioesten dutela.

Hala, euskarazko herri eta eskualde mailako komunikabideek erreferentzialak izatea lortzen dute euren hedapen esparruetan. Alabaina, “euskarazko tokiko hedabideen eskaintza zabalena eta handiena Gipuzkoan eta Bizkaian kokatuta dago” (Bidegain, Egaña eta Zuberogoitia, 2013: 182), eta, zehazki, hizkuntzaren arnagune tradizionalak diren eremu geografikoetan. Azken urteotan urrats garrantzitsuak eman dira errealitate hori gainditzeko bidean, hainbat komunikazio proiektu berri agertu baita euskararen indar demolinguistikoa hain handia ez den eremuetan. Horren isla lirateke Bilboko *uriola.eus*, Arabako *Alea*, Aiaralde eta Hego Uribeko *Geuria*. Hala eta guztiz ere, oraindik orain eskualde ugaritan ez dago euskarazko tokiko prentsa jasotzeko aukerarik, eta zonalde horietako hiztunek (bidez

batez esanda komunitatearen baitan gero eta pisu handiagoa dutenak³⁵) ezin dituzte euskaraz jaso lehenesten dituzten tokiko eduki horiek. Honek guztiak ez du esan nahi euskarazko tokiko komunikabiderik ez duten eskualdeetako euskaldunek euren kontsumo mediatiko guztia erdaraz egiten dutenik. Beste barik, informazioa edo entretenimendua euskaraz jaso ahal izateko nazio mailako komunikabideetara jo behar dute. Modu horretan, elkarrizketatuen hitzek iradokitzen dute eskualdeko hedapen esparrua gainditzen duten proiektuek funtsezko rola betetzen dutela hizkuntzaren normalizazio prozesuan, euskaldun gutxi bizi den eremueta solaskideei aukera ematen baitiete euskararekin eguneroko harremana mantentzeko. Itzul gaitezen, baina, tokiko hedabideen pertzepzioei buruz aritzera.

Euskarazko komunikabideen artean ere, tokiko eta nazio mailako eskaintza dagoen eskualdeetan, eduki hiperlokal horien ondorioz erabakitzen dute solaskideek lehenengoak hautatzea. Jarraian ekarriko dugun pasartea joera honen adibide adierazgarria dela uste dugu, enpresa berberaren bi proiektu komunikatiboen artean mintzakideak lokala (*Hitz-a*) lehenesten baitu sare sozialetan nazionalaren (*Berria*) aurretik, hain zuzen ere bigarrenak ez duelako bere herri inguruko albisterik jasotzen lehenenegoa bezain sarritan:

-Eta gehiau erabiltzen dozu lagunekin komunikatzeko edo be bai erabiltzen dozu berriren bat irakurtzeko?

-Ba bai, beixu, hor Busturialdeko Hitzagaz, ta ordun hor notizixek ipintzen dabez, ta irakurtzen dotez. Ta gero ba bai, kanpuen dauzen lagunekaz berbetako, bai.

-Ta Busturialdeko Hitz-a zergatik?

-Inguruko notizixek direlako. Berriakoa be bai dekot, baina Berriako notizixek ba irakurri be ez dotez eitxen. Beti da politika asko, Euskal Herrikoaz, ta azkenien gehixen interesetan doste hori: ze pase dan Elantxoben, ze pase dan Gerniken.

(28 URTE, EA)

³⁵ Horrela frogatzen dute V. Mapa Soziolinguistikoak (Eusko Jaurlaritza, 2011: 27) eta *Mapa Sociolingüístico de Navarra 2011*-k (Gobierno de Navarra, 2015: 28).

Euskarazko tokiko eskaintza exisititza, beraz, ezinbesteko baldintza da inguruko albisteak ikus/entzun/irakurtzean ez dezaten erdarazkoetara jo. Alabaina, euskarazko komunikabide nazionalak tankera horretako albisteak ez eskaintzearen ondorioz, tokiko agerkari euskaldunak ez duten eskualdeetan bizi diren hiztunek erdarazkoen bidez ase behar dute tokiko informazioaren gosea:

Begira, nik lehen erabiltzen nuen informazioa euskeraz, zen Geu Gasteiz, bidaltzen zutela hilabetero etxera, eta hori beti irakurtzen nuen. Baina bueno, orain dela urte batzuk desagertu zen. Nik uste dut Berria egunkaria baino askoz gehio irakurtzen nuela. Ohitura neukan irakurtzeko iristen zenean. Gasteizko kontuan ziren, eta hemen hurbileko kontuan ziren eta beti irakurtzen nuen, bai.

(31 URTE, GASTEIZ)

Nazio mailako euskarazko komunikabideei buruz aritzean, Euskal Herri osoa hedapen esparru gisa dutenei egiten diegu erreferentzia. Alta, lurralde osora banatzeak ez du esan nahi probintzia guztiak neurri berean aintzat hartzen direnik. Esan dugun moduan, solaskideek antzematen dute tarte handiagoa eskaintzen zaiela zenbait gairi, baina, horrez gain, zenbait eskualdeko edo probintziako albisteak gutxiagotan agertzen direla sentitzen dute. Herrialdeen arteko arrakala mediatikoa bereziki zaugarria da banaketa politiko-administratiboa areagotzen duenean, eta, alde horretatik, Bidasoaren eta Pirineoen banalerroa euskarazko komunikabideetan islatzen dela argiki adierazten dute Ipar Euskal Herrian elkarriketatu ditugun pertsona gehienek. Izan ere, Lapurdiko, Nafarroa Behereko eta Zuberoako berriek nazio mailako komunikabide euskaldunetan hartzen duten proportzio eskasaz kexu agertu dira behin eta berriz:

-Irakurtzen baduzu Berria %90 Bizkaia, Gipuzkoa, Araba eta Nafarroari buruz da. %10 Iparraldea, eta batzuetan segur %5.

(32 URTE, BIDARRAI)

Oso esanguratsua dira solaskide honek aipatzen dituen proportzioak, Ipar Euskal Herriari buruzko albisteak *Berria* egunkariaren %5-10 direla

uste baitu. Kontuan hartu behar da Euskal Herriko biztanleen %9 bizi dela Lapurdin, Nafarroa Beherean eta Zuberoan. Euskal hiztun taldearen baitan, berriz, %7 baino ez dute ordezkatzeko hiru herrialde horietako lagunek (Hizkuntza Politikarako Sailburuordetza, 2013: 16). Bada, *Berriaren* aurrekaria izan zen *Euskaldunon Egunkariak* Ipar Euskal Herriari bere albisteen %7,2 eskaintzen zizkion 2000. urtean, Amezagak eta Aranek egindako kalkuluen arabera (Amezaga eta Arana, 2000: 110). Datu horiek ikusita, ebidentzia ukazina da euskarazko kazetak nagusiki Hegoaldeko gaiak jorratzen dituela, baina ezin inolaz ere baieztatu Iparraldeari buruzko albisteak eremu horrek herrialdearen eta hiztun taldearen baitan duten neurrikoak ez direnik.

Hala ere, azken urteetan Ipar Euskal Herrian propio sortutako proiektuak martxan jartzeko ahaleginari aitorpena ematen diote batzuek, bereziki nabarmentzen delarik *Berriak Ipar Euskal Herriko Hitza* sortzean egindako ekarpena:

-Iparraldeko edo zure eskualdeko gaiak jorratzen dira, edo nahiko zenuke gehiago egotea?

-Nik uste diat indar bat egin dela hor, Berrian, adibidez, Iparraldeko Hitza beita azken urtetan, eta ordün...

Iparraldeko üskan idatziak beitia testuk eta hola... bon, batua beita beti, baina Iparraldeko batua. Eta hoi, bai, apreziatzen da.

(33 URTE, EZPEIZE)

Solaskideak adierazten duenez, nazio mailako euskarazko komunikabideen tokiko bertsioekiko gertutasuna sentitzeko arrazoi ugari dago, eta horien artean erabiltzen den hizkuntzak badu pisua. Ideia hori, baina, geroago jorratuko dugu sakontasun handiagoz.

Telebistari dagokionez, ez dira gutxi izan Espainiako edo Frantziako kateak baino gehiago *ETB* ikusten dutela esan digutenak argudio pragmatikoak erabilia:

Teleberrian hemengo berriak ematen dituzte. Hemen zeozer gertatzen bada...ez dakit, niri gustatzen zait hemengoa

jakitea lehenengo, eta nahiago dut jakin, hemen lantegi baten sute bat egon den Badajozen zer gertatu den baino. (...)Edo eguraldia. Joe, ba nik jakin nahi dut zer egingo duen bihar hemen, Sevillan...ba bale, pues oso ondo, baina...ni hemen izango naiz.

(41 URTE, AMURRIO)

Halaber, Euskal Herrian sortutako komunikabideek eta Espainian edo Frantzia sortutakoek albisteen aukeraketa desberdina egiten dute. Zailagoa da eguneroko bizitzan eragina izan dezakeen zerbait topatzea hedabide madrildarretan zein paristarretan, eta, hortaz, informazioa jasotzeko orduan hautua baldintzatzen du. Urruntasun hori, baina, ez da bakarrik aurreko pasartean agertzen denaren moduko gertakizun xumeetan islatzen, zenbaitetan irakurketa politiko garbia baitago horren inguruan:

ETB1ek eta ETB2k badute lehenengo Trintxerpeko sutearena. Ez dakit besteek eman zuten, baina badakizu ETBk emango duela, eta zu izanik Donostiakoa Trintxerperi zer gertatu zaion nahi dezu jakin. Igual neri ez zait hainbeste importa zer gertatzen ari den en Plaza Mayor [*Puerta del Sol esan guran*].

(27 URTE, DONOSTIA)

Aurreko adibiden ikus daitekeenez, albisteen hedapen geografikoak taldekidetasun jakinak islatzen ditu (Amezaga etab., 2004): Trintxerpen 2013ko abenduaren 31n izandako suteari M-15 mugimenduak Madrilen egindako bilkurei baino garrantzi handiagoa emateak esanahi sinboliko argia dauka, eta hala interpretatzen du solaskide honek ere.

3.4.2. Mailaketa geografikoa kontsumoan

Aurreko orrialdeetan ikusi dugunez, komunikabideek, euren hedapen esparruaren arabera, garrantzi gehiago ematen diete tokiko albisteei,

nazio mailakoei edo mundukoei. Eskema horri jarraiki, notiziaren mailaren arabera agerkari edo kate jakinak erabiltzeko joera antzeman dugu. Hots, tokiko albisteak irakurtzeko komunikabide batera jotzen du solaskide askok, beste batera Euskal Herri osoari eragiten dioten berriak begiratzeko, eta hirugarren batera nazioarteko gaien inguruan jakinaren gainean egoteko. Hala, albistearen eragin esparruaren arabera aldatzen da haren berri izateko hautatzen den komunikabidea, informazioaren estratifikazio geografikoa ematen delarik. Esan daiteke hedabide bakoitzak, bere ezaugarrien arabera, indargune bana duela. Euskarazkoen kasuan, tokiko esparruan lortzen dute erreferentzialtasun mailarik handiena, nahiz eta, ikusi berri dugun moduan, espreski tokikoak direnen eta nazio izaera dutenen arteko bereizketa egin behar den honi dagokionez ere:

-Irakurtzen dut beti Gara, Berria...gero Le Monde, frantsesez. Eta hori, guti gora behera. Informazio orokorra ukaiteko gehiago Le Monde edo Gara, eta gero lokalagoa Berria.

-Orduan egunkari bakoitza hautatzen duzu albistearen neurri geografikoaren arabera?

-Bai, hori da da. (...) Egia da Berrian ez direla ainitz...Iparraldeari buruz ez dira...badira, albiste garrantzitsuenak bai ateratzen direla, baina edo tarte tikitetan edo zailak dira gero...ene ustez, lurraldetasunaren kontua da...ene ustez ez duzu Xiberuko gauza baten inguruko artikulua bat ikusiko. Ez dakit, hori ikusiko duzu hilabeteen behin.

-Eta tankera hoietako albisteak ikusteko zer erabiltzen duzu?

-Gure Irratia. Bai, bai. Gure Irratia eta Irulegiko Irratia.

(21 URTE, ANGELU)

4. KOMUNIKABIDEEN ERABILERA MOTAK

Komunikabideei ematen zaien erabilera asko aldatzen da elkarriketatu batetik bestera. Gure solaskideei dagokienez, kontsumo mediatikoak betetzen duen helburuen aldetik nahikoa antzekotasun dituzten taldeak identifikatu ditugu, eta jarraian emango dugu erabiltzaile tipologia horien berri.

4.1. GEHIENBAT (EDO BAKARRIK) INFORMATZEKO

Hasteko, komunikabideak nagusiki informazio iturri gisa erabiltzeko joera antzeman dugu zenbait elkarriketaturengan. Erabilera mota honen baitan hedabideak albisteak ezagutzeko bidea dira, eta horretara bideratuta daude edukiak eta saioak lehenesten dira. Gure laginaren baitan, komunikabideen bitartez batik bat informazio beharrianak asetzen dituztenek 35 urte baino gehiago dituzte ia salbuespenik gabe, euskarazko komunikabideen ohiko erabiltzaileak dira eta euskara erdara beste edo gehiago erabiltzen dute eguneroko bizitzan. Kasu batzuetan, noizbehinka entretenimenduzko saioak ere kontsumitzen dituzten arren (batez ere telebistan), informazioa lortzea da hedabideetara jotzeko arrazoi nagusia:

-Zuk komunikabideak informatzeko erabiltzen dituzu gehienbat, baina entretenitzeko ere ematen diezu, Wazemank eta hoiek aipatuta.

-Bai, tarteka, edo edozein pelikula ematen badute jartzen duzu (...) Baina ez daukat hortan ohitura finkoak. Eta egia da nahiko lanpetuta ibiltzen naizela eta jende askorekin ibili beharra...nik telebisorik izango ez banu faltan faltan sumatuko nuena izango zan informazio falta.

(48 URTE, EIBAR)

Beste batzuetan, berriz, erabilera mediatikoa informazioa lortzera baino ez dago bideratua, eta komunikabideek ez dute solaskideen entretenimenduan inolako paperik jokatzen. Elkarriketen garapenak parte hartzaileek hedabideak informazio funtzioarekin bakarrik erabiltzen dituztela aditzera eman digun kasuetan zuzenean galdetu diegu gaiaren inguruan, eta zenbaitetan erantzun gordin eta argiak jaso ditugu, ondorengoan kasu:

-Normalean, ikusten ari naiz komunikabideak oro har informatzeko erabiltzen dituzula. Ez da hainbeste entretenitzeko bide bat, edo bai?

-Nire kasuan ez.

-Informatzeko da.

-Bai. Nire kasuan ez.

(45 URTE, ONDARROA)

Aitzitik, hedabideen erabilera nagusiki informatiboa egiten duten solaskideen artean badira aurreko orrialdean deskribatu dugun soslaiarekin bat ez datorren lehen zonalde soziolinguistikoko gazte pare bat. Adinagatik ez ezik hizkuntza erabileragatik ere ez ez dira sartzen informazioa lehensten duen batez besteko elkarriketatuen deskribapenean, erdarak euskara baino gehiago erabiltzen baitituzte gizarte harremanetan. Haatik, komunikabideei dagokienez euskarazkoak erabiltzen ohitura oso errotuta dute, euren eguneroko kontsumo mediatikoaren erdigune izateko punturaino.

Kasu hauetan komunikabideak euskararekiko konpromiso pertsonala adierazteko bidea direla ondorioztatzen dugu. Gazte hauen gertuko ingurunean euskal hiztunen proportzioa txikia denez gero, hizkuntza efektiboki erabiltzeko gutxieneko baldintzak ez dira betetzen (Martinez de Luna, 1996). Testuinguru zail horretan, komunikabideek dinamika hori apurtu eta euskaraz bizitzeko aukera ematen diete. Horrenbestez, esan dezakegu komunikabideak arnagune ez fisiko bilakatzen zaizkiela gazte horiei; hots, zapaltzen duten zorua baldintzak gaingitzen dute erabilera mediatikoaren bitartez. Hala, hiztun komunitatearekin kontaktu estua izatea oztopatzen duen lurralde baldintzak gaingitzen dituen

komunikazio espazioa edo, bestela esanda, espazio geolinguistikoa (Amezaga, 2007; Sinclair, Jacka eta Cunningham, 1996) osatuko lukete euskarazko komunikabideek.

4.2. BAKARRIK (EDO GEHIENBAT) ENTRETENITZEKO

Aurreko erabilerarekin kontrajarrita, komunikabideengana batez ere entretenimendu bila jotzeko joera antzeman dugu. Batik bat entretenimenduzko erabilera egiten duten elkarrizketatuen ezaugarriei dagokienez, 35 urte edo gutxiago dituzte, emakumeak dira eta hedabideen kontsumo gehiena erdaraz egiten dute. Azken puntu horri dagokionez, nabarmentzekoa da talde honetako partaideetako bat euskarak indar demolinguistikoa aipagarria duen eremuan bizi dela (hirugarren zonalde soziolinguistikoa), horren ondorioz hizkuntzak egunerokotasunean presentzia nabarmena duela (Eusko Jaurlaritza, 2011: 77), eta, hala eta guztiz ere, erdarazko komunikabideak erabiltzea nahiago duela.

Ez da euskararekiko atxikimendu faltaren ondorio, taldekide gehienek erabiltzen baitute, eta, horrez gain, guztiek baitute harekiko motibaziorik (sinbolikoa edo instrumentala izan). Gazte hauek erdarazkoetara jotzeak berriz ere behartzen gaitu hizkuntza bateko komunikabideek eskaintza anitza izateak duen garrantzia soslaia guztietako erabiltzaileek kontsumi ditzaten. Ondoko solaskidearen hitzek erakusten duten moduan, euskarazkoek (berezik) fikzioan huts egiten dutela antzematen du hainbatek:

-Orduan zuretzako dala, telebista dala ahaztuteko...

-Bai.

-Eta serieak zein esan dozu?

Baina euskeraz? Es ke euskeraz txikitan ikusten naben

Goenkale, Balbemendi, hoiek ikusten nabezen, baina ez dot

soportetan. Oin Castle ikusten dot, ez dakit. (...) Jartzen dabe
azentua gehixau erderaz, askoz be. Vaya Semanita ta
Irrikitown, adibidez, ba igertzen da dala kopia merke bat.

(28 URTE, EA)

Hortaz, marko teorikoan aipatutako *institutional completeness* (Moring, 2007) hori betetzeak berebiziko garrantzia du, gustuko programa motak euskaraz aurkitzeko zailtasunaren ondorioz erdarazkoetara jotzen baitute askok. Horrez gain, hizkuntzaren egoera ahulagoa den eskualdeetan, euskarazkoek aldagai gehigarriak dituzte kontra, hala nola finkatutako ohitura mediatikoak eta komunikabideen arlo soziala. Ezkerraldeko (Bizkaia) gazte honek adierazten duen moduan, euskarazko telebistaren eskaintzarekiko pertzepzioa positiboa izan arren askoz errazagoa da gaztelaniazkoak ikustea, saio erreferentzialak hizkuntza horretan ematen direlako, eta etxeko hizkuntza gaitasun ezak euskarazkoak kontsumitzea ezinezko bilakatzen duelako:

Uste dut, ETB1, behintzat lehen, ez zela hain del corazón,
beste batzuk bezala. Baditu telesail interesgarriak, barre
egitekoak, kulturakoak, berriak...Bai. Ez da ez dudala ikusten
bere edukieragatik, baizik eta interes faltagatik, askoz
errazagoa da Tele5 jartzea eta ikusten ari duzuna bihar
komentatzea lagun batekin. (...) Nire gurasoek, adibidez,
ikusten dute El Conquistador. Eta beraiek ez dakite euskaraz.
Zuk komentatu dezakezu gaztelaniaz soilik dakien batekin,
baina euskarazko telesailak, ez.

(21 URTE, PORTUGALETE)

Azken pasartean argi eta garbi azaleratzen da komunikabideen dimentsio erlazionala. Sare sozialen garaian sinestezina ematen badu ere³⁶, aurretik ikusi/entzun/irakurritako eduki bati buruzko interakzioak *analogikoak* edo aurrez aurrekoak izaten jarraitzen dute neurri handi batean, eta kasu askotan ez dira ingurunearen gutxieneko baldintzak betetzen (Martinez de Luna, 1996) gero lagunartean edo etxeko giroan komentatuko diren

³⁶ Mundua nor bere Twitter kontuaren TLaren bukaeran amaitzen ez dela adierazi nahi genuen ironikoki. Ziur gaude irakurle onberak lizentzia hartu izana eta umorerako dohain eskasa barkatuko digula.

saio horiek euskarazkoak izan daitezzen. Beraz, euskarazko programen kontra jotzen du inguruak euskaldunen kontzentrazio eskasa dagoen guneetan, aurreko gauean telebistan ikusitakoari buruzko elkarrizketa batean partaideren batek euskara ulertzeko gai ez izateko aukerak handiagoak baitira.

Bestalde, nabarmendu beharra dago informazio saioekiko interes falta nabarmena agertu dutela komunikabideak batez ere entretenitzeko erabiltzen dituzten pertsonen. Albisteek ondoeza sortzen diete, pantailan agertzen diren arazoak konpontzeko modurik ez dutela sentitzen baitute, eta, egoera horren aurrean, nahiago dute albistea ez ikusi eta ahalik eta gutxien arduratu:

**-Zuk zer erabiltzen dozu gehiago? Telebista? Irratia?
Egunkariak?**

-Ba... biherrerara sartu aurretik irratixe, ta gero ya etxera heltzen nazenien telebista.

-Gabian?

-Bai, deskonektetako, bai.

-Telebista da gehiau entretenitzeko?

-Bai, deskonektetako. (...)

-Ta ze gustetan jatzu ikustea? Beti gauza bera, edo aldatzen dozu?

-Bai, ikusten dotez dokumentalak. Sálvame be bai, es ke da depende, bada tostoi bat aldatzen dut. Serie batzuk be bai, Castle, ez dakit. Danetarik. Adibidez, honek notizixek ez jataz asko gustetan, ze beti dire desgrazixek, ta esaten dot: "zeozer aldatu ahal dot nik?" Ez. Orduen, bueno...

(28 URTE, EA)

Hortaz, txarto sentiarazten dieten berri txarrak ikustea baino nahiago dute eduki sozialekin edo politikoeekin inolako zerikusirik ez duten emankizunak ikustea, entretenimenduzkoak, alegia. Harrigarria da aurreko eta ondorengo pasarteetako gazteen diskurtsoak zein punturaino diren antzerakoak:

-Eta zergatik telebista? Zer ematen dizu telebistak beste hedabideek ematen ez dizutena?

-Azkenean, telebistan ikusten dudana aislatzeko eta entretenitzeko modu bat da. Beste komunikabide batzuetan, adibidez, egunkarietan... badakit egunkarian irakurriko dudana gehiena berri txarrak izango direla. Orduan, zertarako? Eta pixka bat ere pereza edo ematen dit. Azkenean, errazera goaz, eta telebista aukeratzen dut. (...) Ni naizen moduan, azkenean, entretenitzekoak ikusten ditut, pixka bat aislatzeko. Gertatzen denaz ahoz aho enteratuko zara, denok hitz egiten dugu gauza berdinetaz: krisia, edo ez dagoela dirurik, edo...

(21 URTE, PORTUGALETE)

Komunikabideak zertarako erabiltzen dituzten galderari erantzuteko erabili dituzten esamoldeetan gorpuztu da beste inon baino argiago informazioarekiko interes falta hori, *deskonektetako, ebaditzeko, aislatzeko* edo *a mi rollo* moduko formulak baliatu baitituzte. Hala, eduki informatiboak kontsumitzeko ohitura (falta) eta politikarekiko ardura (falta) lotuta agertzen dira diskurtso horietan, Moellerek eta De Vreese (2013) planteatutakoaren ildotik.

4.3. ERABILERA ALDAKORRAK

Aurreko bi puntuetan luze jardun dugu komunikabideak gehienbat funtzio espezifiko batekin lotzen duten erabilerez. Alabaina, solaskide gehienek ez dituzte komunikabideak helburu bakar batekin erabiltzen, eta testuinguruaren arabera mota bateko edo besteko edukiak zein formatuak hautatzen dituzte.

Alde batetik, bildutako testigantzek adierazten digute kontsumitzen den orduak oso modu nabarmenean baldintzatzen duela komunikabideen bitartez ase nahi den beharrizana. Hala, egunean zehar informazioarekiko

interes handia agertzen duten pertsonen ere afalostean telebista lasaitzeko erabiltzen dutela behatu dugu, hurrengo adibideak argiki islatzen duen moduan:

-Komunikabideei buruz hitz egiten hasita, lehen esan didazu denetarik erabiltzen duzula. Zein da gehien gustatzen zaizun hedabide mota?

-Telebista, nire ustez.

-Eta noiz ikusten duzu?

-Eguerditan, edo bestela jai egunetan. Eta bestela gauean. Gauekoa beti. Eguerdikoa posible badut.

-Eguerdikoa eta gauekoa diozu. Albisteak, ezta?

-Bai, bai, albisteak. Telebista ikusten dut albisteak ikusteko, eta gero gauean...lo egiteko.

-Gauekoa da gehiago denbora betetzeko edo lasai egoteko momentu hori, eta bestea da zu informatzeko, ezta?

-Bai, bai, eguerdian jartzen badut da...nik lan egiten dut a turno partido, orduan eguerdian Lizarran banau banao etxera eta hori, heldu, ipini debate bat egoten dela Lauan edo Sextan, gero bietako bat ordu bietan ikusi, 3etan dagoena 3etan, eta lanera. Eta gauean ya ba jesartzen naiz sofán, eta jartzen dutena (...) Askotan da zapping.

(27 URTE, DEIKAZTELU)

Beste alde batetik, komunikabideak hainbat euskarritan kontsumitzen dituzten pertsonen entzunezko eta ikus-entzunezko edukiei funtzio ezberdinak esleitzeko joera agertu dute. Euskarriaren araberako funtzio banaketa horretan, tendentziarik hedatuena da irratiori erabilera informatiboa ematea eta telebista, berriz, entretenitzeko piztea:

-Eta zer da gehien gustatzen zaizuna Euskal Irratietatik? Saio konkreturen bat? Edo jartzen duzu euskarazko irratia entzutearren? Edo...

-Nik berriendako. Lehen gauza berriak: badakit zein ordutan den, tak, piztuko ditut jakiteko zer gertatu den edo zer gertatuko den. (...) Telebista ere, baina telebista askotan izaten da, badakizu, lasaituta, gauean, ordu batez holako serie bat ala beste. Entretenitzeko gehiago.

-Hortaz, irratia gehiago da informatzeko?

- Informatzeko, bai. Eta egunkaria berdin, informatzeko.
(33 URTE, EZPEIZE)

4.4. ERABILERA INSTRUMENTALA

Azkenik, komunikabideei erabilera pragmatikoa ematen dietela aditzera eman digute zenbait solaskidek euren iruzkinen bitartez. Funtzio instrumental hau motibazio informatiboari lotuta agertzen da, baina azken hori ez bezala ez du zertan jakinmin soila edo interes soziala adierazi. Kontsumo pragmatikoari buruz ari garenean, erabiltzaileen eguneroko bizitzetan eragiten duten gertakizunei buruz jakinaren gainean egoteko egiten den erabilerari egiten diogu erreferentzia. Askotan, tokiko komunikazio espazioari lotuta agertzen da erabilera instrumentala, eta kasu horietan hedabidea herriko gertakizunen agenda gisa kontsultatzen dute mintzakideek. Funtzio instrumental hori lanarekin edo ikasketekin lotuta agertu zaigu kasu batzuetan:

Nik irratia entzun behar dot, egon behar dot egunean. Ba ez dakit, Amets Arzallusek, Atxagak, edo Egañak, edo Iribarrek, edo halako batek gogoeta bat egiten badu, gogoeta horren barri izan behar dut eta igual nire lanerako ere interesgarria izan daiteke.

(37 URTE, ALGORTA)

Beste zenbaitetan, aldiz, eguneroko bizi jarduna errazteko informazio praktikoa bilatzen dute, trafikoaren ingurukoa, esaterako:

Beste momentu batzutan zer entzuten nentzen? Ba Radio 7. Ta zergaitik? Ba bere momentuen, istripuak egoten ziranien izeten zan informazioa momentuen, puntuan. Formato hobeagoa dalako? Ez, que va. Baina...

(52 URTE, PORTUGALETE)

4.5. DENBORA BETETZEKO ERABILERA

Ikusi dugun legez, informatzeko, entrenitzeko eta are ikasteko erabil daitezke komunikabideak. Haatik, hainbat solaskideen iruzkinak aditzera ematen digute betelanerako ere balia ditzaketela: autobuseko bidaiak irauten duen ordu laurdenean ez aspertzeko, edo bazkaria prestatzeko tarteak eramangarriagoa egiteko. Gainera, tankera honetako kontsumoa hedabide mota batekin baino gehiagorekin lotuta agertu zaigu.

4.5.1. *Atzeko zarata*

Solaskide askoren iruzkinak argi utzi digutenez, telebista edo irratia pizteak ez du zertan esan nahi emisioari adi egotea. Askotan, komunikabideek *horror vacui* bati erantzuten diote: isiltasuna ekiditeko tresnak baino ez dira. Ondorengo lagunak azaltzen du telebistak lagunduta egotearen fikzioa mantentzen duela, zenbait unetan bakardadea uxatzeko balio duela, alegia:

-Igual dala gehiau entretenitzeko, ez? Telbista piztearena, dinot.

-Bai, bai, sin más. Igual eukiteko afalten dodanean, edo holako momentutan. Ta gainera, bakarrik bizi nazenen, ba yo que sé, ba azkenean da horretarako, ez egoteko afaltan lurrera begituten.

(32 URTE, LARRABETZU)

Hortaz, telebista eta, neurri txikiagoan, irratia, ekintza zentral baten gehigarria baino ez da, *atzeko zarata* dei genezakeena. Komunikabideen funtzio osagarri hori egunaren bi une oso zehatzetara lotuta agertzen da gehienetan: otorduetara eta afalostera. Gau parteko kontsumoari dagokionez, telebista loak hartzeko erreminta gisa erabiltzen duenik aurkitu dugu, batez ere jubilatutako mintzakideen artean.

Horretaz aparte, kasu askotan telebistak sozializatzeko markoa ematen die mintzakideei. Landabideak (2013: 213) nabarmendu lez, antzina sutondoak betetzen zuen funtzioa dauka telebistak egun: bere inguruan biltzen ditu etxebizitza batean bizi diren kide guztiak, eta modu horretan egunerokotasunaren erdigunean bertan kokatzen da. Alabaina, askotan txertatze hori praktika gisa baino gehiago elementu (objektu) gisa egiten du telebistak, hurrengo mintzakidearen hitzak aditzera ematen dutenez:

-Afaltzen dut eta jartzen dut telebista pisukideekin egoteko. Ez naiz pertsona bat logelara joaten dena portatilarekin, nahiago dut haiekin egon eta telebista ikusi, lasai-lasai, nahiz eta edozer gauza bota, ba hor gaude eta ya está.

-Da sozializatzeko momentu bat, ezta?

-Hori da, hori da, bai. Bai, porke egunean zehar igual ez dugu kointziditzen, igual ni noa bazkaltzera baina bestea ez...orduak gabeen ia-ia beti daude danak. Igual ez gaude ezta ikusten bez, dau de fondo esaten dana, ez? Baina bai, normalean gabeen telebista ikusten dugu ta listo.

(28 URTE, GASTEIZ)

Hala, telebistak sozializaziorako aitzakia ematen du, baina sozializazio horrek ez du zertan telebistarekin zerikusirik izan: telebisoreak proiektatzen dituen irudiak elkarrizketaren parte bilaka daitezke, eta, hala izatekotan, sozializazioa telebistaren bitartez igarotzen da, baina ez da beti hala izaten. Komunikabideko edukiak elkarrizketaren parte ez diren kasu horietan, telebista sozializazioaren lekuko baino ez da.

4.5.2. Irratia: multitasking-erako aukera

Hala, telebista ikusteak erabateko dedikazioa eskatzen du: solaskideek ezin dute besterik egin hari adi daudenean, eta beste edozer egiten ari badira (azaldu berri dugun kasuan, bizikideekin berba egiten) ezin dute telebista ikusi.

Bada, irratia aditu bitartean bestelako jardueretan murgilduta egon daitezkeela aipatu dute hainbat solaskideek entzunezko komunikabidearen alderdi positibo gisa. Hots, ez dute uste irratia entzutea telebista ikustea bezain jarduera xurgatzailea denik, lehenak, ikusizko edukirik ez daukanez gero, aukera ematen baitie beste norabaitera begira egoteko. Aldiberekotasunerako potentzialitate horrek irratia lehenestera eramaten ditu zenbait solaskide, hurrengo adibidean nola:

-Eta telebista, beraz, bat ere ez?

-Ez, ez.

-Eta zergatik ez zaizu gustatzen? Ohitura falta, edo?

-Ez dut sekulan ezagutu. Geo, hoi piztuta ahua zabalik egoiten naiz, baina ez. Enetako irratia lasaiago da: entzuten da eta beste zonbait egiten dut. Telebistak...

(55 URTE, ATHARRATZE)

4.5.3. Gaietik irakurri

Idatzizko prentsarekin ere denbora betetzeko kontsumoa ematen da zenbaitetean. Joera hori deskribatzeko *gaietik irakurri*, *santuak irakurri*, *gainbegiratu* eta antzeko esamoldeak erabili dituzte. Egunkariak denborapasa gisa erabiltzen dituztenean argazkiak edota tituluak izaten dira parte hartzaileek ikuskatzen dituzten elementuak. Egitate honek baieztatzen du kazeten elementurik bisualenek zer nolako garrantzia eduki dezaketen irakurleak mamira erakartzeko. Azken finean, irudiek edo izenburu erakargarriek karnata moduan funtzionatuko lukete, eta, amuari kosk egitekotan, irakurle sutsuak ez diren askok ere albiste osoa leitzen dute; horren lekuko ondoko solaskidearen hitzak:

-Erran behar dut ere, orokorki ez naiz irakurle handia. Irakurri bai, egunero, baina egunero pasako ditut horren ordu bat, ez gehiago.

-Gaietik irakurri...

-Hara, gaietik. Gustatzen baldin bazait goxokia, irakurri. Bestela beste gauza batetara.

(40 URTE, BAIGORRI)

Horrez gain, intentsitate baxuko irakurketa horri egindako erreferentzien baitan proportzio handia hartzen dute tokiko kazetei lotutakoak, askotan haietan agertzen diren albisteen nolakotasunari lotzen delarik gainetik irakurtzearen arrazoia. Halaber, eskualdeko prentsan nor bere herriko albisteak osorik leitzeko baina ondoko herrietakoak gainetik begiratzeko joera antzeman dugu, *Goierriko Hitza*ren harpidedun honek adierazten duenaren ildotik:

-Ta paperekoari beti egunero ematen diozu bistadizo bat?

-Bai, bai.

-Arratsalde parte horretan, igual?

-Iluntzean. Nik goizen normalen lanera joaten naiz; batzutan, normalean buzoian daukat, baino... bueno, baina Hitza gainera da oso, badakizu...

-16 orrialde dira, ezta?

-Gutxiago. Eta gero gainea nik beheko, Beasaingo...ba berdina: titularra irakurriko det zeri buruz dan, eta normalen barrukoa ez det irakurtzen. Hemengoa. O sea que 2-3 orri.

(42 URTE, URRETXU)

4.6. OHITURARI LOTUTAKO ERABILERA

Urteetan zehar hartutako ohiturek garrantzi handia dute komunikabide bat aukeratzeko orduan. Alde batetik, 45 urte baino gehiago dituzten solaskide gehienek paperezko prentsa lehenesteko argudio gisa erabiltzen dute ohitura. Bestetik, umetatik egunkari edo kate bat ikustera ohituta egon den pertsona fidelizatzea askoz errazagoa dela berresten dute parte hartzaileek esandakoek. Ohiturazko kontsumo hori zein hizkuntzatan egingo den jakiteko, adinak eta etxeko hizkuntzak zeresan handia dute. Izan ere, 40 urtetik gorako solaskide gehienentzat, batez ere egunkariei buruz ari garenean, erdarazkoak izan dira hamarkada luzeetan zehar erreferente nagusiak, eta hala izaten jarraitzen du, ez bada elkarrizketatuen beraien kasuan bai belaunaldi bereko pertsona gehienen artean:

Zu hemen etxe euskaldun askotan...Diario Vasco erosten due.
Eta esaten dezu: "si etxe hortan denak euskaldunak die".
Klaro, ohiturengatik...edo adibidez jende heldua, asko. (...)
Jende gazteak berriz, ba Gara edo Berria.

(48 URTE, ANOETA)

Anoetar honen eta beste hainbat mintzakideren pertzepzioaren arabera, gaur egungo gazteak ohituago daude euskaraz irakurtzera, betidanik izan dute kontaktua euskarazko komunikabideekin, eta etorkizunean orain baino gehiago erabiliko dira. Neurri batean, gazteen artean bildutako testigantzek zantzuak ematen dizkigute iragarpen positibo horiek bete daitezkeela pentsatzeko.

Izan ere, etxean euskaraz egi(te)n duten 40 urtez azpiko solaskideen artean ohiturazko kontsumoak euskarazkoen alde egiten duela ikusi dugu. Solaskide hauen kasuan *habitus* historikoak (Sintes, 2003) ez du, aurreko belaunaldietako kideentzat lez, erdarazko komunikabideen alde jokatzeko, txiki-txikitatutako ezagutu (eta erabili) baitituzte euskarazkoak:

-Telebista eta irratia ere gehienbat etxeko influentziaz, etxean jartzen dutenian (...)

-Etxean jartzen dutena, beraz, hautua ez duzula zuk egiten, baizik eta hor dagoen hori...

-Bai, hori da, baina jartzekotan ere nik berriak entzun behar banitu, jarriko nituzke betidanik entzun dudana lekutik, ez? Nahiz ta ez izan nik aukeratutakoa, bai.

-Eta hoiek dira? Euskadi Irratia imajinatzen dut, irratia kasuan.

-Bai, bai.

-Eta telebistan? ETB1?

-Bai, ETB1, ETB2... (...) Hitza etxera iristen da (...) mahaian gainian dago, pues igual begirada botatzen diozu. Izan da beti etxean euki degun gauza bat, ta ez dakit.

(18 URTE, LEZO)

Hala, behin kabia utzita euskarazko komunikabideak lehenesten jarraitzen dute, umetatik ohituta egon baitira horiek ikus/entzun/irakurtzera:

-Zein da zuri gehien gustatzen zaizun edo gehien erabiltzen duzun komunikabide-mota?

-Irratia, asko. Euskadi Irratia. Hori ere, azkenean, zer ikusi hura ikasi. Gurean Euskadi Irratia egon da piztuta etxean beti. Aitak Euskadi Irratian parte hartzen zuen batzuetan halako eguerdiko lehiaketetan, Aizu aizu, eta hau eta bestea. Euskadi Irratian, kirola. Euskadi Irratian, futbola, Iñaki Elortza ta... urteak pasa dira, eta sukalde honetan *[bere etxekoan, ez gurasoenean]* irratia piztuko banu Euskadi Irratia agertuko litzateke.

(37 URTE, ALGORTA)

Alabaina, ezin dugu esan ondorio hauek elkarriketatu ditugun gazte guztientzako baliagarriak direnik. Etxeko hizkuntza erdara duten 40 urte baino gutxiagoko parte hartzaileen artean erdararen alde jokatzeko du ohituraren mekanismoak. Gurasoek betidanik ikusi dituzten telebista kateetan eta, bereziki, erosi dituzten egunkarien formatua aipatu dute behin baino gehiagotan. Hala, urteetako esposizioak komunikabide horien antolaketa *ordenarekin* parekatzea eraman ditu:

-Erabiltzen dut El Correo etxean ikusi dudalako hori.

-Betikoa da, ezta?

-Bai, eta gurasoak...ze supuestamente El Correok dauka bere alde politikoa be bai eta guzti hori, baina ez da etxekoek alde politiko horretara jotzen dutelako, baizik eta, ez dakit zergatik, formatoa...etxean beti izan da horrela: El Correo, El Correo.

(28 URTE, GASTEIZ)

Hortaz, esan daiteke gure elkarriketatu gazteen kasuan behintzat etxeko hizkuntzak euskarazko hedabideen erabilera maila aurrean dezakeela, propiotzat edo normalizat hartuko diren komunikabideak aurrean ditzakeen modu berean.

4.7. MOTIBAZIOAREN ARABERAKO ERABILERA TIPOAK: HURBILKETA BAT

Kapitulu honetan zehar komunikabideak kontsumitzeko motibazio desberdinez aritu gara. Jarraian, motibazio horiek aintzat hartuta gure solaskideen artean aurkitu ditugun euskarazko hedabideen erabilera tipoak sortzen saiatuko gara.

Alabaina, kontuan hartu behar da *joerak* ditugula iturburu, alegia, eratuko ditugun tipoak *idealak* direla. Motibazioen arteko nahasketak oso ohikoak dira eta tipo ideal horiekin ehuneko ehunean bat datozen mintzakideak gutxi dira. Aitzitik, bestelako soslaien elementu gutxi batzuk izatea arrunta bada ere, ondoren azaltzera goazen tipo idealetako batetik gertu daude aztertu ditugun diskurtso gehienak.

4.7.1. *Kontaktua erabilera: ingurunearen baldintzak apurtzen*

Marko teorikoan aipatu dugun moduan, euskara ama hizkuntza ez duten euskaldunentzat, alegia, hizkuntzaren ikasketa sekundario edo kulturala (Sanchez Carrión, 1991) egin dutenentzat, motibazioak eta ezagutzak ez dute zertan nahikoak izan egunero erabili ahal izateko. Euskara jakiteaz eta hitz egin nahi izateaz gain, ingurunearen gutxieneko baldintzak (Martínez de Luna, 1996) bete behar dira maiztasunez erabili ahal izateko, hots, euskaraz hitz egiteko gutxieneko espazio eta jende kopurua izan behar dute inguruan.

Behatu ahal izan dugunaren arabera, zenbait mintzakidek ingurunearen gutxieneko baldintza horiek ez betetzeak suposatzen duen harresia eraisteko eta euskara ez galtzeko tresna gisa erabiltzen dituzte nazio

mailako euskarazko komunikabideak³⁷. Erdaldun elebakarrak gehiengoa izaten jarraitzen duten eremu horietako solaskide horiei euskararekin eguneroko harremana izateko aukera ematen diete nazio mailako hedabideek. Hala, eskualde erdaldunetan ere ikus/entzun/irakur daitezkeen komunikabideak elementu giltzarriak dira hizkuntzaren normalizazio prozesuan, eremu horietako hiztun askorentzat galdu nahi ez duten euskararekin eguneroko lokarri ia bakarra baitira.

Kontaktu erabilera deitu diogun horren ebidentziak aurkitu ditugu lehen eta bigarren zonalde soziolinguistikoko zenbait gazteren testigantzetan. Zehazki, 35 urte baino gutxiago dituzten, euskara eskolan ikasi zuten eta kontsumo mediatikoaren proportzio handi bat euskaraz egiten duten solaskideez ari gara. Kasu hauetan, euskarazko komunikabideek euren identitatearen parte den eta galdu nahi ez duten euskarari ainguratzeko bidea dira:

-ETB1 ikusten duzu programak gustatzen zaizkizulako edo euskarazko katea delako?

Ez, ba bueno, niri gertatzen zaidana da nik euskera ez dudala asko entzuten, eta entzuteko irratia eta telebista ipintzen dut. (...)

-Irratia orduan ere euskeraz entzuten duzu gehiena?

- Bai, bai, Euskadi Irratia. (...) Athleticen partiduak entzuten ditut euskaraz. Es ke azkenean erabiltzen dut irratia, nire inguruarekin euskeraz hitz egiten ez badut beste errekurto so bat izateko, euskara ez galtzeko. (...) ETB1 eta irratia entzuten

³⁷ Nazio mailakoez ari gara tokiko euskarazko prentsaren eskaintzak hutsune geografiko nabarmenak dituelako hizkuntzaren arnasmune geografikoetatik kanpo, alegia, euskaldunek egunero hizkuntza erabil dezaten ingurunearen gutxieneko baldintzak betetzen ez diren eremuetan. Azken urtetoan 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).

dut eta ikusten dut euskara ez galtzeko, eta baita irakurmena ez galtzeko, erabiltzen dut Berria eta Naiz.

(34 URTE, GORDEXOLA)

Azken finean, komunikabideek hiztun komunitatearekiko lotura bat eskaintzen diete komunitate horren periferia geografikoetan bizi diren hiztunei. Euskaldunak izan arren, solaskide hauek fisikoki urrun senti dezakete hiztun komunitatea, eta harengandik gertu sentitzeko bidea ematen diete nazio mailako komunikabideek.

Gure irudiko, ondoren jartzera goazen adibideak beste ezeinek baino hobeto adierazten du komunikabideak zein neurriraino izan daitezkeen arnagune funtzional hiztun dentsitate baxuko eremuetan. Izan ere, solaskide gazte honek espreski azaltzen du zenbait urtez Elizondon lanean aritu ostean jaioterrira (Deikaztelu, Estellerria) itzuli dela³⁸, eta horrek euskaraz bizitzeko aukerak asko murriztu dizkiola. Egoera horren aurrean, *Berria* egunkaria erabiltzen du, hizkuntzarekin kontaktua mantentzeko:

-Horregatik diot, igual zuri euskerazko eskaintzak herren egiten dizula...

-Ez dago. Zuzenean ez dago. Gainera Gararekin ez gaude oso pozik, konkretuki Gara Nafarroa, gure ustez hego Nafarroa ez du aipatzen. (...) Hortarako nahiago dut Berria, sakontzen duela gauzetan zeozer gehio, eta gainera euskeraz. Gainera nik ikusten dut behar bat, ya hitz egiten ez dudala, ba gutxienez irakurri zerbait.

-Hizkuntzarekin lotura bat izateko bidea dira komunikabideak?

-Hori da.

-Igual inguruan ez duzu hainbeste aukerarik, ezta?

³⁸ *Mapa Sociolingüístico de Navarra 2011* txostenean azaltzen den moduan, Elizondon %50 eta %80 artekoa da euskaldunen proportzioa, eta Deikaztelun, berrix, %10 baino gutxiagokoa (Gobierno de Navarra, 2015).

-Horregatik bilatzen duzu zerbait dena...euskera ez ahazteko, lehen. Ze ya pare bat urte hemendik eta nabaritzen dut, kostatzen zait.

-Nabaritzen da eguneroko...

-Ez dut praktikatzen ezer.

(27 URTE, DEIKAZTELU)

Lehenago ere aipatu dugun moduan, euskal hiztun taldea ez da guztiz trinkoa (Moring, 2007:27): eskualde batzuetan elebiduna da populazioaren gehiengo zabala, baina beste batzuetan euskaldunen proportzioa oso baxua da. Bada, azalera ekarri berri dugun pasartearen modukoek iradokitzen dute bigarren eremu horietan ere hedatzen diren komunikabideek aingura linguistiko baten funtzio bete dezaketela bertako hiztunentzat.

4.7.2. Erabilera didaktikoa: komunikabideak ikasbide

Alabaina, periferia fisikoez gain, euskarazko komunikabideen kontsumoari buruz ari garelarik erabateko garrantzia dute periferia dialektal gisa izenda genitzakeenak. Izan ere, Bizkaiko eta Ipar Euskal Herriko zenbait solaskide euskaldun zaharrentzat komunikabideak euskara batuaren arau gramatikalak eta ortografikoak bereganatzeko tresna eraginkorra dira, alfabetizazioa erdaraz jaso baitzuten.

Identifikatu ditugun kasu horietan, heldutan alfabetizazio prozesua hastea erabaki zuten euskaldun zaharrek adierazi digute komunikabideek (batez ere idatzizkoak) euskara batua ikasten laguntzen dietela, eta hain zuzen ere hori dela euskarazko hedabideak kontsumitzeko arrazoi nagusia: euren ikasketa prozesuaren partetzat dituzte. Tankera honetako kontsumoa egiten duten solaskide guztiek 50 urte baino gehiago dituzte, nagusitan alfabetatzen hasi ziren eta Bizkaikoak edo Ipar Euskal Herrikoak dira. Ondorengo adibideak argitara ematen duenez, kasu hauetan komunikabideek funtzio didatiko argia betetzen dute:

-Esan dozu ETB1 bai ibiltzen dozula, eta ya euskarazkoetara egingo dogu salto. Egunkaria esan dozu ez dozula irakurtzen, orduen Berria-eta ikutu bez...

-Hasiko naz.

-Euskaltegiagatik-edo?

-Ez, eta beste bide bat hasi dotena lez. Onarte idatzizko euskerie ez dot ibili, edo ibili badot izen da oso gitxi, eta ikusten, joder, itzelezko akatsak. (...)Pentsatzen dot hemetik aurrera hasi nazen lez horko bidetik, ta pixkat indarra ta pixkat esfortzua eingo dotela hortxe, ba ibiliko dotela egunkari gehixau euskeraz.

(52 URTE, PORTUGALETE)

4.7.3. Gaztea&gazteak: politikatik ihesi

Lehen esan dugu euskara galtzeko beldur diren zenbait gaztek nazio mailako komunikabideak erabiltzen dituztela hizkuntzarekiko kontaktua mantentzeko. Kasu horietan, *Berria* eta *Euskadi Irratia* izan dira komunikabiderik aipatuena, baina aurrekoekin alderatuta soslaia desberdina duten gazteen beste talde batean *Gaztea* da hizkuntzarekiko lotura mantentzen duen komunikabidea. Aipatutako komunikabideen edukien artean dauden ageriko desberdintasunek azalduko lituzkete batzuen eta besteen hautuak. *Berria* eta *Euskadi Irratia* edukien parte handi bat informazioari eta gai politikoei zein sozialei lotuta dago. *Gaztea*, berriz, musika komertziala eta entretenimenduzko edukiak dira nagusi. Lehenengo taldeko gazteek euskarazko komunikabideekiko motibazio sinbolikoa dute, baina bigarren taldekoen motibazioak arruntak dira: entretenimendua jasotzeko jotzen dute komunikabideetara, eta espreski errefusatzeko dituzte politikarekin edo gizarte gaiekin lotura duten edukiak. Komunikabideen kontsumoarekiko ikuspegi *hedonista* daukaten gazteentzat, *Gaztea* euskararekin konektatzeko modua eskaintzen die, jaso nahi ez dituzten eduki politikoei inolako loturarik

ez duen programazioaren bitartez. Kasu batzuetan talde honetako partaideek euskararekin duten ia lotura bakarra *Gaztea* da. Beste batzuetan, berriz, musika katea da euskarazko komunikabide kontsumoaren osagai nagusienetarikoa.

4.7.4. Militantzia eta diletantzia: kontsumo parametroen banalerroa

Parte hartzaile gazteenen praktikek argitara eman dutenez, euskarazko komunikabideekiko bi diskurtso nagusi daude solaskideen artean. Alde batetik, elkarrizketatu batzuek argi esan digute eduki politikoak arbuiatzen dituztela, eta, bestetik, hizkuntza bateko edo besteko komunikabideak kontsumitzea hautu politikoa dela baieztatzen duten solaskideak aurkitu ditugu.

Bigarren kasu horretan, euskarazko komunikabideen aldeko hautua erabaki militante baten ondorio izaten da; hots, hedabide horiek erabiltzen dira *euskarazkoak izaki babestu behar direlako*. Kontsumo mediatikoaren irarkurketa etnolinguistikoa bat dago (László eta Moring, 2013) eta ez, *diletanteagoak* diren mintzaideen kasuan nola, beharrian arruntak asetzeko nahia (Aksoy eta Robins, 2006). Honek guztiak berriz ere agerian uzten du zeinen garrantzitsua den hizkuntza gutxituetako hitzunez komunikabide anitzak izatea (Moring, 2007), askotariko edukien eskaintzak baino ez baitu sustatuko komunitateko partaide guztien kontsumoa.

Bide batez, puntu honetara iritsita aipatu beharra dago *bedonisten* multzoan egiten den kontsumo gehiena doakoa dela. *Militanteen* artean, aldiz, komunikabide bat kontsumitzearen ordaintzeko prestutasun handiagoa sumatu dugu. Halaber, dagoeneko aipatu dugun lez, militanteek esanahi politikoa ematen diote kontsumoari, hainbatetan aipatu baitute multzo horretako kideek egunkaria euskaraz baino ez

dituela erosten, eta erdarazkoak, kontsumitzekotan, doan kontsumitzen dituztela. Hala, komunikabide bat erabiltzeagatik ordaintzea komunikabide horren proiektuari babes a gertzearekin parekatu dute. Gisa honetako diskurtsoa duten solaskide askok harpidetza eginez adierazi dute euskarazko komunikabideekiko engaiamendua, baina hemen ere belaunaldien arteko aldea nabarmena da. Izan ere, gutxi dira 35 urtez azpiko harpidedunak. Gure irudiko, egitate honek azalpenak gazteen egoera ekonomiko eta laboral kaskarrean leudeke alde batetik, eta ohitura komunikatibo berrien hedapenean (sare sozialen eta webguneen bidezko doako kontsumoa), bestetik.

4.7.5. Euskarazko hedabideen kontsumoa egunerokotasunaren isla gisa

Beste zenbait parte hartzaileentzat, euskarazko komunikabideen kontsumoa eguneroko praktika linguistikoen isla da gehienbat. Ikuspuntu honetara lerratutako argudioak baliatu dituzten elkarrizketatu guztiak 50 urtetik gorakoak dira, 3. edo 4. zonalde soziolinguistikoan bizi dira eta euskara dute ama hizkuntza. Euskara pertsona hauen identitatearen erdigunean dago, eta eguneroko komunikazio tresna arrunta ere bada; ondorioz, normaltasun osoz erabiltzen dituzte euskarazko telebista, irratia eta idatzizko hedabideak. Horrek ez du esan nahi hautu kontzientea ez dagoenik, militantzia linguistikoari egindako aipamenak ugariak izan baitira multzo honetako kideen artean ere. Euskaraz bizi dira eta euskaraz bizi nahi dute, ahalik eta esparru gehienetan. Horixe da euskarazko komunikabideak kontsumitzeko lehen arrazoia:

-Euskadi Irratia, egun osuan. Ez det jartzen besterik. Euskadi Irratia, 24 orduz.

-Hori zergatik? Beti euki dozulako ohitura kate hori entzuteko?

-Bai, bai. Euskadi Irratia jarri zanien, nik esan nun: "hau dek neria". Lehen Loiola, baina Loiolan erditan euskeraz ta beste

erditan erderaz, hori izaten zan, ta Euskadi Irratia ireki zanian...

(71 URTE, ASTEASU)

Hala ere, kasu isolaturen batean aurreko arrazoiez gain euskaraz errazago irakurtzea aipatu da motibazio gisa:

-Berria irakurtzen duzu astean sei egunean, eta Gara behin baino ez. Hori da Berria Gara baino gehiago gustatzen zaizulako egunkari gisa, edo %100ean euskeraz delako?

-Euskeraz delako, horregatik. %100, eta euskeraz nik errezago... bueno, nik lehen gazteleraz irakutzen nun, baina gero...

(58 URTE, ELORRIO)

5. HEDABIDEAK ETA POLITIKA

Atal honetan hedabideen alderik politikoenaz jardungo dugu, eta, horren baitan, solaskideek komunikabideen eta politikaren arteko loturaz duten hautemateez, zehazki. Hasteko, pertepzio orokorreaz hitz egingo dugu, eta kapituluaren aurrera egin ahala zooma jaitsiko dugu euskarazko hedabideen inguruko iritziak eta usteak arakatzeko.

5.1. DENAK DAUDE LERRATUTA

Izenburu horrek laburtzen du elkarrizketatuen artean adostasunik zabalena duen ustea: komunikabide guztiek oso ageriko ildo politikoa dute, identifikatzen erraza dena eta alderdi jakinekin lotutakoa. Egitate zalantzaezintzat hartzen den errealitate horren adibide gisa, solaskideen testigantzetan askotan errepikatzen da albiste bera oso modu desberdinean azaltzen duten bi hedabideen irudia:

Ikusten da nondik dijoan bakoitza?

Joe! Bai, bai! Ez, ta zelan kontetan dabezen gauzak, eta batekoa ta bestekoa...dana da beti oso txarra edo oso ona. Ta ez da ez hain ona ez hain txarra. Ta esaten dozu, bueno, zer da hau?

(28
URTE, EA)

Lerratze politiko orokortu horren komunikabideekiko loturak haustea ekarri du batzuetan, zenbait parte hartzailearen irudiko ezein hedabidek ez baitu gutxienezko objektibotasun maila eta, ondorioz, ez baitira informazio iturri fidagarriak:

Es ke dena kutsatuta dago! Dena da...zuk ikusten dituzunean albisteak, beti ikuspuntua...nik uste dut inoiz ez dela objektiboa, beti da subjektiboa. Nola da posible? Bueno,

ulergarria da, baina niri horrek izorratzen nau pilo. Zergatik kate batean ematen dute berri bat era batean, eta gero beste batean berria omen dena, berbera, eta ezberdin ematen dute? Hori zergatik gertatzen da? Nik horrekin ezin dut!

(37 URTE, URDUÑA)

5.1.1. Sinesgarritasun falta

Azken pasarte horretan aipatzen diren arrazoiak direla medio, parte hartzaileen talde batek aipatzen du komunikabideak sinesgarritasun krisian murgilduta daudela. Aurreko adibideko solaskide berberak nabarmendu duenez, ez da bakarrik albiste bat tratatzeko modua asko aldatzen dela kate batetik bestera; horrez gain, albistegietan agertzen denak eta agertzen ez denak ere eragin handia dute komunikabideen sinesgarritasun faltan. Komunikabideek errealitatearen elementu batzuk hautatu egiten dituzte eta besteak ostendu, modu horretan errealitate berri bat sortuz (Amezaga et. al, 1997: 44). Azken finean, berrien aukeraketa politiko interesatua dagoela iradokitzen du solaskideak:

Eta ez bakarrik tratamendua, baizik eta zer nolako gauzak kontatzen dituzten. Hori ere, nahiz eta egiazkoak izan...zergatik kontatzen dizute gauza bat eta ez dizute beste bat kontatzen? Eta nork erabakitzen du hori? Eta zer komeni zaie jendeak entzutea?

(37 URTE, URDUÑA)

Alabaina, informazio edukien hautaketa alderdikoia dela antzeman arren, zenbaitek aipatzen dute ekidinezina dela galbahe horretatik pasatzea, albisterik jaso nahiez gero bederen:

Badakit zer dagoen, badakit zer ez duten argitara emango, baina informatuta sentitzen naiz

(37 URTE, ALGORTA)

Paperera ekarri berri dugun pasartean baieztatukoari ñabardura bat gehitzen diote hainbatek, *albisteak ikus/irakur/entzutearen* eta *informatuta*

egotearen arteko bereizketa argia ezartzen baitute. Lehenengo kontzeptua komunikabideen informazio atalekiko esposizioaren sinonimo baino ez litzateke izango; bigarrenak, ordea, kontsumitzailearen partetik jarrera aktiboa eskatuko luke:

-Orduan telebisa gehiago ikusten dozu informatzeko?

Bai, bai. Informatzeko telebista, errezagoa dalako. Bueno, informau... albisteak ikusi.

-Ta zergatik in dozu barre informatzeko kontuarekin?

-Ze telebista informau ez dau eitxen, ez?

-Dala iritzia gehiau?

-Bai, jendia...azkenian telebista batek...dana ez dozu sinistu bihar, ez? Ikusten dozu ze pasatzen ari dan munduan, ta gero zuk baloratzen dozu zure modura.

(38 URTE, ANTZUOLA)

Horrenbestez, informatuta egoteko komunikabideen kontsumitzaileak albisteak *deskodetu* beharko lituzkete, alegia, *informazio* *butsaren* gainetik dagoen *eduki politizatuaren* geruza kendu, muinarekin gelditzeko. Deskodetze prozesu horretan erabiltzaileen ikuspegi kritikoa ezinbestekoa da iritziaaren atzetik ezkututzen den mezua jaso ahal izateko:

Bakoitzak nahi duena edo komeni zaiona kontatzen du. Azkenean hori, eta pasatzen da telebistan, aldizkarietan, irratan, internetean...Zuk hartu behar duzu nahi duzun mensajea.

(34 URTE, GORDEXOLA)

Haatik, lerratzte nabarmen horren eraginez komunikabide bat erabiltzeari utzi eta norberaren ikuspegitik gertuago dagoen beste bat erabiltzera igaro direla aitortu dute zenbait parte hartzailek. Hortaz, hainbat kasutan deskodetzea txikiagoa izateko beharra sentitzen dute, hots, beraien oinarritzko balio-sistemarekin aurrez aurre talka egiten duten hedabideak baztertzeko beharra:

Bueno...lehen ikusten genuen lehenengo kateko Telediariora [TVE1], ze, bueno...ez dakit, ez dakit...ez nuen oso gustoko hemengo. Baina gero ya, egia esango dut, PP sartu zenean

ya no podía con ello, bai? Eta, orduan, berriro Teleberria ikustera.

(41 URTE, AMURRIO)

Beste kasu batzuetan nor *beretzat* edo, hobe esanda, *guretzat*, hartzen dituen komunikabideak erabiltzen ditu zuzenean, horiek ere lerratuta daudela jakinagatik. Kontsumo mota hori gizarte taldekidetasunen isla litzateke, bakoitza partaide sentitzen den ideologia edota nazio-sentimendua babesten duen komunikabidea erabiltzen baitu, inolako xalotasun izpirik gabe:

-Nere ustez dena dago politikoki lerratua, baina azkenean egunkari bat erabakitzen denean zein irakurri da berak hori entzun nahi duelako. Albiste berdina da, baina bere ikuspuntutik. Berdina El Mundo irakurtzen duenak, Berria irakurtzen duenak edo...

-Badakizu hedabide bakoitzak ze ideia dituen, eta horren arabera...

- Hori da, zuk egiten dezu nahi dezuna, zure aldekoa dena.

(27 URTE, DONOSTIA)

Bere taldeko komunikabideak kontsumitzen dituzten solaskide askok, baina, beste taldeko komunikabideak ere erabiltzen dituzte, sarri askotan besteei pentsatzen dutena jakin eta ikuspegiak kontrastatzeko. Kontsumo mota hori komunikabideen funtzioari buruzko atalean jorratu dugu dagoeneko.

Horrez gain, esan beharra dago hedabideen *gatekeeping* rola kolokan jartzen duten solaskideak badaudela, batez ere gazteen artean. Horien iritziak, interes editorial batzuen menpean dauden komunikazio-enpresek eskaintzen duten informazioa baino, gehiago merezi du informazio horizontala eskaintzen duten atarrietakoa kontsumitzea. Kazetariei osatutako *one-to-many* komunikazioa baino, *prosumer*-ei sortzeko aukera ematen dion *many-to-many* modukoa lehenesten dute, ideien aniztasunaren berme delakoan:

-Internetekoak gustoko dituzu, baina zeintzuk dira zure hedabiderik gustokoenak?

Euskaraz idazten dabenak: Zuzeu, Berria, Argia... gehiago gustatzen zait Zuzeu, adibidez. Libreagoa ikusten dudalako. Ez direlako hain berri zehatzak, hain...normalean egunkari bat irakurtzen baduzu badakizu zer aurkituko duzun.

-Eta Zuzeun ez?

-Zuzeun ez. Bakoitzak berea idazten dau. Hori gustatzen zait, ideia desberdinak ikustea.

(29 URTE, SANTURTZI)

5.1.2. Tramoia gardena

Aurreko puntuaren ildotik, komunikabideen edukiekin edo ikuspegiarekin nekatu samar daudela adierazi digute zenbait parte hartzailek. Euren esanetan, auresaten erraza da kateek edo agerkariek auzi zehatz baten inguruan izango duten jarrera, eta horrek desmotibazio handia dakarkie, kontsumoan jarraikortasuna egotea oztopatzeko punturaino.

Alde batetik, hedabideek politikoki nondik joko duten antzematea hain erraza izatea kritikatzan dute. Informazio objektiboa jasotzea ezinezkoa dela eta albisteak irakurtzean nork bere deskodeketa egin behar duela aditzera ematen dute jaso ditugun iruzkin ugari; honakoak, esaterako:

Bakoitzak nahi duena edo komeni zaiona kontatzen du.
Azkenean hori, eta pasatzen da telebistan, aldizkarietan,
irratian, internetean...Zuk hartu behar duzu nahi duzun
mensajea.

(34 URTE, GORDEXOLA)

Horrez gain, beti tankera bereko berriak aukeratzea leporatzen diete albistegiei. Behin baino gehiagotan albiste txarrak nagusi diren sentsazioa aipatu digute, eta horrek informazio saioak ez kontsumitzeko argudio edo aitzakia gisa erabili dute. Azkenik, emankizunak antolatzeke moduari

kritika egin dion elkarrizketaturen batekin egin dugu topo: programei erraz igartzen omen zaie nora joko duten, zein izango den emango duten hurrengo urratsa. Azken finean, ustez errealak diren telebistako eduki asko fikziozkoak direla diosku hurrengo mintzakideak, kamerak piztu aurretik eta ikusleari bizkarra emanda hitzartutakoak, alegia:

Azkenean be bai da, barrutik ikusita, edo dana sinisten dozu, vender a un vendedor esaten dana, edo bestela ez dozu sinisten ezer edo oso gitxi. Esan: “bah, orain esango dotso ez dakit zer eta dakit zenbat, ta zarratuko dabe entrebista holan”. Ba bueno, ba... ta asko ez zara okertzen, e?

(52 URTE, PORTUGALETE)

Bestalde, telebistako programazioa ezagutzen ez dutela esan duten solaskideen multzoa identifikatu dugu. Pare bat kasutan, zehazki ETB1en zer ematen duten ez dakitela esan, eta iraganean euskarazko katea askoz gehiago ikusten zutela gaineratu dute:

Nik lehen ikusten nuen pila bat. Gurasoekin bizi...bueno, duela 10-12 urte, hasi zenean Goenkale eta hori, nik Goenkale ikusten nuen lehen bizpahiru urteetan ikusten nuen egunero, eta orain ETB1eko programarik normalean ez dut ikusten. Ez dakit zergatik, ez dakit ohituragatik edo ez dituztela gustatzen zaizkidan programak ematen. Ez dakit. Orain galdetzen badidazu zein den ETB1en programazioa...

(31 URTE, GASTEIZ)

5.1.3. Abertzaleak Vocentokoak baino lerratuago?

Oro har, Vocento taldeko egunkariak unionismoaren proiektu politikoarekin estuki lotzen duten iruzkinak nagusitzen dira. Hala ere, arreta eman digu euskaldunberrien artean sektore batek kazeta horiek neutral gisa hautematea:

Nitzako, behintzat, El Correo oso inpartziala dala. (...) eta nik pentsetan dot gustetan dala horregatik.

(32 URTE, LARRABETZU)

Aipatutako pertzepzioan eragin handia du kazeta horiek beraien lurralde historikoan salduenak izatea; alegia, aitortu egiten da egunkari hedatuenak izatea ematen diela neutraltasun ukitu hori. *Normaltasuna* markatzen duten komunikabideak dira, *norma den hori* zedarritzen dutelako gizartean duten sarbide handiari esker. Hauteskunder ez hauteskunde batzuek eta besteek defendatzen dituzten joera politikoei lortutako emaitzek kontrakoa baieztatzen badute ere, Vocentoren egunkariak gizartearen erdigunean kokatzen dituzte, eta Euskal Herriari nazio izaera aitortzen dioten kazetak, berriz, bazterretan:

-AMU41: Adibidez, hemen pertsona bat hemen ikusten dugu Gara besapean, eta ya, pentsatzen dugu: “bale, pun, honek hau pentsatzen du”. Pertsona bat ikusten duzu El Correo, eta bueno, ez hainbeste.

Markatuago dago Gara edo Berria El Correo baino?

-URD37: Bai, bai.

-AMU41: Bai, bai, jakina! Eta Deia...

-URD37: Baina es ke El Correok dauka...igual finkatuago dago.

-AMU41: Sartuen dagoena da.

-URD37: Bai. Es ke horregatik da.

(41 URTE, AMURRIO; 37 URTE, URDUÑA)

Azpimarragarria da askoz errazago jartzen zaiola eskuineko espainolistaren kartela *Diario Vasco*ri Gipuzkoan, *El Correo*ri Bizkaian eta Araban baino, bi egunkariak enpresa berdinenak izanik. Azaldu berri dugunez, hamarkadetan zehar mantendutako prentsa-hegemoniaren ondorio litzateke Vocentoko egunkarien ikuspegia normalizat jotzea, baina horrek ez luke azalduko zergatik mendebaldeko bi herrialdeetako solaskideen kasuan mekanismo horrek funtzionatzen duen eta gipuzkoarrean, berriz, ez hainbeste. Esan beharra dago *El Correo* politikoki markatu gabekoa dela esan duten solaskide guztiek gaztelania dutela ama hizkuntza, eta gaztelania gehiago erabiltzen dutela, nola hedabideetan, hala ahozko harremanetan. Aurreko adibidean, esaterako, argi adierazten da aipatutako hegemoniaren efektua.

Esan bezala, elkarrizketatu gipuzkoarren artean ez dugu aurkitu *Diario Vasco* politikoki hain markatua ez dagoela dioenik; bai, ordea, unionismoarekin eta eskuineko ideologiarekin lotu duenik. Bada, jakina, *El Correo* koordinada politiko berdinetan kokatu duen arabar zein bizkaitarrik. Alabaina, egunkari horiek neutralizat edo, behintzat, ez markatutzat jotzen dituztenek ez bezala, eskuineko espainolistak direla diotenen artean ezaugarri ugaritasuna da nagusi. Horrek aditzera emango luke bigarren iritzi hau euskal gizartearen talde guztietan hedatuago dagoela, tranbertsalagoa dela, alegia. Lehenengo iritzia, berriz, azaldutako ezaugarriak dituzten talde jakinetan baino ez litzateke erroturik egongo.

1.1. Diario de Navarra, Sud Ouest eta Deiari buruzko hautemateak

Bestalde, esan beharra dago bi egunkari horien baliokide nafarra den *Diario de Navarrari* buruz solaskideek ez dutela inolako zalantzarik agertu, den-denek agerikotzat jo baitute eskuinekoa eta unionista dela. Era berean, Ipar Euskal Herrian prentsa arloan erabateko hegemonia duen *Sud Ouesten* kasuan, bere ildo editoriala baloratzen denean (beti gertatzen ez dena) Frantziako eskuinarekin bat egitea eta euskararekiko zein euskal kulturarekiko ikuspegi jakobinoa izatea leporatzen zaio:

-Gero irakurtzen, maite ditut...bon, Sud Ouest-a ez, ez dut soportatzen!

-Ez duzu Sud Ouest gustuko?

-Ez, deus. Berdin ene senarra joaiten delarik Hazparnerat edo hola, atzo egin ditu erosketak eta erosi du, baina nik ez dut hunki ere. Ez dut soportatzen, ez da deus eta ez da objektiboa, ene ikuspuntu.

-Politikoki oso markatuta dago?

-Bai, bai.

-Eta zeinen alde dago markatuta Sud Ouest?

-Frantziako eskuinaren alde, gehiago.

(65 URTE, LEKUINE)

Noticias taldeko komunikabideei dagokienez, azpimarratzeko modukoa da ildo editorialari buruzko iruzkin gehienak Bizkaian egin direla, guztiak *Deia* EAJren alde nabarmenki egiten duela esateko. Solaskideen hautemateen esparruan bederen, askoz indartsuagoa da jeltzaleen eta *Noticiaseko* kazetaren arteko identifikazioa Bizkaian Hegoaldeko beste hiru herrialdeetan baino:

Nik *Deia* egunkaria gehiago irakurtzen dot neskalagunaren baserrian hori jasotzen dutelako egunero, eta bale, ondo dau *Deia* egunkaria, baina panfletotik asko dauka, nire ustez. Ez du... orain tokatzen dan inplikazioa ez dauka egunkari horrek. Ildo editoriala oso etsigarria da. (...) apur bat EAJren bozgoragailu nagusia da komunikabideen aldetik.

(37 URTE, ALGORTA)

5.2. PLURALITASUNA LEHENETSI

Orokorrean, oso ezohikoa da informazioa iturri bakarretik jasotzea: normalean solaskideek komunikabide bat baino gehiago erabiltzen dute informatuta egoteko. Hori hala izateko arrazoi nagusietako bat da hedabideetako webguneen bidez albisteak dohainik ikus ditzaketela, baina, horrez gain, pluralitasunaren balorazio positiboa dago kontsumo anitz horren atzetik:

Bueno, nik uste dut ildo politikoa ez gustatuta ere flexibleak izan behar garela, eta ikuspuntu desberdinak begiratu behar ditugula, eta aztertu.

(21 URTE, PORTUGALETE)

Beraz, nork bere taldekidetasunak izanda ere, beste taldeetako partaideen iritziak entzutea ariketa osasuntsu gisa antzematen da, eta hain zuzen ere ikuspegi sektarioa gainditzeko jotzen da beraien hedabideetara, irakurlearen sinesmenen oso kontrakoak diren horietara ere, maiz:

Hautatzen duzu entzun nahi duzuna. Horrek dauka arrisku bat, bakarrik egiteko zure mundua eta ez ikusteko beste mundua, eta alde horretatik ba sartu nuen *El Confidencial*

ere, pentsatzen dudalako beste gauzak batzuk ere entzun eta irakurri behar ditugula.

(40 URTE, GARES)

Modu horretan, nor bere ideologiaren kontrako hedabideak irakurtzea informazioa kontrastatzeko edo osatzeko bidea izaten da. Batzuetan, elkarrizketatuek albiste berdinari buruzko ikuspegi desberdinen arteko alderaketa egitea dute xede, besteen ideiak irakurtzeari balioa ematen baitiote:

-Komunikabide guztiak politikoki oso markatuta daude?

-Bai, horregatik dut gustoko ikustea desberdinak. Ikusteagatik dena. Ez bakarrik nire ideia.

(27 URTE, DEIKAZTELU)

Beste kasu batzuetan, berriz, gehiago nabarmentzen da arestian aipatutako edukiaren aukeraketa; alegia, hedabide batzuetan albistearen zenbait aspektu nabarmentzen direla, eta beste zenbaitzuk besteetan (Amezaga et al., 1997). Horren ondorioz, komunikabide bat baino gehiago kontsultatu beharra dago *benetan* jazotakoaren dimentsio osoa atzeman ahal izateko:

Askotan zein da bidie? Ba denpora eukitzen badozu, hartzen dozu lau, notizia bardinagaz, ta lau ikuspuntu. Ta ikusten dozu, hau holan, hau holan...

(53 URTE, PORTUGALETE)

Dena den, ikus/entzule/irakurleak bere ikuspegiarekin bat datozen hedabideak hautatzeko joera dute, informazioa eskuratzeko orduan bederen. Alabaina, noizean behin nor bere ideologiaren antipodetan dauden komunikabideak kontzienteki kontsumitzen dituztela azaldu digute mintzakide askok. Alde batetik, euren ideiak berresteko bidea ematen die mekanismo horrek: *arerioaren* mundu ikuskerak erasotuta sentitzen dira, eta sumindura horrek euren taldekidetasuna indartzea du ondorio:

-Ez dau holan jarraitzen dozuen...?

-LEM68: Eztot ikusten...bueno! Batzutan be bai!

Intereconomía...

-LEM71: Ah, bai! Aber zer esaten deurien jakiteko! Horrek direz...

-Gaixo jartzeko ipinten dozue, ezta?

- LEM68: Horrek bai izeten direz...ni berbetan egoten naz bakarrik. Zenbet guzur, zenbet...!

- LEM71: Etorri zan Arrasatera Intereconomíaako reportero bat, eta orduen jenteari preguntetan dotsen, eta jentiek esaten dotsen: “¡vete de aquí, que eres un provocador, porque eres un nosequé!” ...ta holan egiten dotsien, ezta? Baia da: beittu zelan esaten dotsien, zelango jentie, zelan esaten dotsien reporterueri, ta honek eztau eitten ezebez”. Ezebez ez, ze esaten dauen gabero, jakine, hombre. (...)
Lotsabako hutsak direz. Espainolak!

(69 URTE, LEMOA; 71 URTE, LEMOA)

Gaiaren inguruan egin diren aipamen gehienetan, hedabideak euskal herritar edo espainiar/frantziar naziotasunaren ispilu dira, edo, zehatzago esanda, Madriletik edo Parisetik Euskal Herriarekiko ezezagutza islatzen duten mekansimoak. Hala, endotalde/exotalde ardatzean nor bere naziotasuna aldarrikatzeko aukera ematen diete komunikabideek, kontraktotasunaren bitartez. Identifikazio negatibo hori, esan bezala, naziotasunaren esparrukoa izan da aipamen gehienetan, baina ideologikoa ere izan da zenbaitetan, hots, ezker/eskuin ardatzaren baitakoa.

Hala ere, esan beharra dago *etsaia politikoaren* bozgorailuak aditzeko solaskideen motibazio bakarra ez dela nor bere taldekidetasuna berrestea, zenbaitek aipatu baitute komunikabide horiek kontrako bandoaren inguruko informazioa eskuratzeko erabiltzen dituztela. Ideologikoki aurrez aurre daukaten talde sozialaren baitan mugitzen diren ideiak ezagutzeko baliatzen dute hedabide horien kontsumoa, batez ere beste taldekoek nor berarenari buruz (*haiiek guri buruz*) hitz egiten dutenean, ondoko mintzakideak adierazten duenez:

-Eskuindar gisa gustatzen zaidana, El Confidencial.
-**Atzo ere aipatu zidaten. Ez dakit morboa den hitza, baina bai gozatzeko bestearen kontrakotasun horrekin. Hori al da?**
-Mmmhh...ez dakit. Ez dakit, nik esango nizuke informazioa jasotzeko, aber eskuinean zer egosten den, eta batzutan informazio interesgarria da guretzat, ez da bakarrik parre egiteko...nik badakit, igual Diario de Navarra gehiago irakurri beharko nuke, baina ez dut gogo handirik irakurtzeko, egia erran...El Confidencial ikusten dut serioa.

(40 URTE, GARES)

5.3. BI MUNDUEN PARADIGMA

Komunikabideek taldekidetasun jakinak islatzen dituztela hautematen dute solaskideek, aurreko puntuetan azaldu dugun moduan. Ez hori bakarrik: aurrez aurre dauden endotalde eta exotalde horien arteko talka hedabideetan gorpuzten da, modu horretan *bi munduen paradigma* deienezakeena (Amorrortu et. al, 2009) elikatzen dutelarik. Kontzepzio horren arabera, Haiek/Gu banalerroaren alde bateko eta besteko munduaren ikuskerak funtsean elkarren kontrakoak lirateke oinarritzotzat jotzen diren hainbat alorretan.

Alabaina, banalerroa paratzeko irizpide nagusiak zeintzun diren ez dago hain argi. Izan ere, elkarren arteko taldekidetasunen paradigma horretan, ardatza ideologikoa, geografikoa edo linguistikoa izan daitekeela iradokitzen dute parte hartzaileen hausnarketek.

Hedabideetan gauzatzen diren talde-talken artean, hainbatek abertzaleen eta unionisten artekoa nabarmentzen dute beste edozeinen aurretik. Hala, beraiek edo ingurukoek erabiltzen dituzten komunikabideen arteko desberdintasun basikoa Euskal Herriaren izaera politiko-administratiboari buruzko iritzian legoke: nazio bat dela aldarrikatzen dutenak leudeke alde batean, eta Espainiren edo Frantziaren eskualde estatusa baino aitortzen ez diotenak, bestean. Azpimarratzekoa da

diskurtso horrek, batez ere, lehen edo bigarren zonalde soziolinguistikoa bizi diren pertsonen artean duela indarra. Pentsatzekoa da unionismo politikoak eremu horietan, oro har, eskualde euskaldunagoetan baino emaitza hobeak lortzeak eragina izan dezakeela pentsamolde horren garapenean. Hipotesi horren arabera, solaskide hauen bizilekuetan abertzale eta unionisten arteko banaketa orekatua izateak (edo unionistak nagusi izateak) lehen planora eramango luke bi taldeen arteko talka, abertzaleen hautes-nagusitasuna nabarmena den eremuetan beste batzuk direlarik bi munduen arteko banalerroa hezurramitzen duten irizpideak.

Beste solaskide batzuen irudiko, komunikabideen arteko banaketa ezartzeko ardatza geografikoa litzateke. Alde batetik, hemengo komunikabideak leudeke (Euskal Herrikoak), eta bestetik, hangoak (Espainiakoak edo Frantziakoak). Jakina, ardatz geografiko horren aurreko ardatz politikoarekin uztartuko litzateke kasu askotan, bi gazte donostiarren arteko ondorengo elkarrizketak argitara ematen duenez:

-DON27a: Madrileko jendeak ikusten badu Tele5 gero horregatik dauzkatela pentsatzen dituzten gauzak hemengoetaz, da ikusten dutelako Tele5. Nik ere Tele5 tragatuko banu, sinistuko banuke esaten dutena ere eukiko nuke beste pentsamendu bat. Neretzat ETB ez da...da realista. Besteak dira gezurti batzuk.

-DON27b: Nik uste hori Euskal Herri barruan ere gertatzen dala. Euskal Herritik kanpo ta barruan dago jendea onartzen duna proiektu politiko euskaldun bat edo ez. Ta hori gertatzen da barruan eta kanpoan. Ta normalena da kanpotik ez onartzea. Horregatik irudikatzen da Madrilen notizia asko modu horretan, ta hemen beste irakurketa bat egiten da.

(27 URTE, DONOSTIA; 27 URTE, DONOSTIA)

Orobat, ardatzen arteko superposizioaren adierazle litzateke *hemengo* hedabideak *hangoen* taldean kokatzea. Zenbait kasutan, taldekidetasunen banalerroa ezartzean solaskideek sinbolikoki Parisen edo Madrilen kokatu dituzte Euskal Herriko egunkari unionistak. Geografia fisikoak eta politikoak ez dute beti bat egiten:

El Correo da, pixka bat, Espainiako egunkaria, eta Berria da gure egunkaria, modu batean esanda. Eta, Berria, nire ustez, objektiboagoa da.

(21 URTE, PORTUGALETE)

Elkarrizketatu horren irudiko, *El Correo* Bilbon sortzen den egunkaria izanagatik Madrileko ikuspegiarekin egindakoa da. Berriz ere, abertzaletasuna Euskal Herriko adierazpen politiko naturalizat jotzen da, eta unionismoa, aldiz, *hango* joera politikoa, *bemen* ere jarraitzaile franko duena. Hala ere, esan beharra dago *hango* hedabideei buruz jardutean, mintzakideak gehienetan Madrilgoez edo Parisekoez aritzen direla.

Oro har, esan daiteke elkarrizketatuentzat kosmobisio baten funtsezko osagaia politikoa edo(ta) geografikoa dela, eta ez linguistikoa. Oso gutxi dira hizkuntza komunikabideak taldekatzeko irizpide gisa baliatu duten solaskideak. Dena den, banalerroa euskarazko eta erdarazko hedabideen artean paratu duten guztiak gizon gazte euskaldunberriak izatea datu esanguratsua izan daitekeela uste dugu.

Hizkuntzak sinbolo eta ideia sistemen sortzaile gisa duen garrantzia hain gutxitan nabarmendu izanari kezagarria deritzogu. Haatik, gure irudiko merezi du hurrengo pasarte nabarmentzeak, hain zuzen ere euskara berezko kosmobisio baten erdigunean kokatzen duelako:

Nire ustez hizkuntza ez da bakarrik hizkuntza. Hizkuntzak dauka atzean kultura bat, bizimodu bat, izan modu bat eta dena. Orduan, euskeraz hitz egiten ari garenean...es ke da, da beste gauza bat...nola esan? Euskera da gauza bat aparte, eta gero dago politika, soziala...orduan, euskerazko egunkari bat behar du demostratu, euskerazko kultura zabaldu, behar du izan oso ezberdina besteetaz aparte, euskera badelako bere kultura eta bere bizimodua eta bere arazoak eta bere gauza eta bere arazo nahiko propio eta nahiko...horregatik ya da nire ustez ikuspuntu desberdin bat.

(27 URTE, DEIKAZTELU)

Azkenik, ezkerreko eta eskuineko egunkarien arteko banaketa aipatu dutenak ere ez dira ardatz *nażionalari* edota *geografikoari* lehentasuna eman diotenak bezain beste. Orokorrean, iritzi ezkertiarak era irekian plazaratu dituen jendea aritu da esker/eskuin ardatzaz, eta aipatzen den kasu gehienetan bestelako ardatzekin batera agertzen da:

-Berriak badu bere lerroa, Garak ere. Le Monde gutiago, bainan halere frantses gauza bat da eta Frantziarentzat. Hori guztia sentitzen da, eta frantses egunkarietan ere. (...)

-Dena den, esan duzu Le Mondekin: beharbada ez dago hain lerratuta baina Frantziakoa da. Orduan, euskal egunkariak eta frantsesek edo espainolek islatzen dituzte bi mundu diferente?

-Ah bai, hori segur. Zen-ta oai ere lurraldetasunaren kontua politikoa da. Eta ikusten da: Le Monde Frantziar Estatuarentzat egin dela eta Berria Euskal Herriko jendentzat. Eta deia hori politikoa da, gaur egun politikoa da. Eta bai, gero sindikatuak eta gauza ezkertiarak gehiago ikusten ditugu Berrian, ez dakit, edozein beste egunkaritan baino.

(21 URTE, ANGELU)

5.4. ESPARRU SINBOLIKOAREN DESPLAZAMENDUA

Sánchez Carriónnek (1991) azaldu zuenez, euskal hiztun komunitatearen esparru sinbolikoa hiztun osoek osatzen dute, alegia, esparru formal zein informaletan euskaraz jarduteko gai direnak. Aurretik azaldu dugun moduan, hizkuntzaren jabekuntza prozesua *motibazioa>ezagutzia>erabilera* hurrenkeran garatuko litzateke euskaldun berrien kasuan, eta *erabilera>ezagutzia>motibazioa* hurrenkeran, euskaldun zaharrenean. Zirkuitu horretan urrats batetik bestera igaro ahal izatea oztopatzen duten tapoiak ere identifikatu zituen, lehenago ere gogora ekarri dugunez.

Bada Zuberogoiak (2003) bere doktore tesian argi adierazi zuen nagusiki erdaraz jarduten diren komunikabide abertzaleek tapoi funtzio hori betetzen dutela, modu ezberdinetan eragotziz hizkuntzaren jabekuntza prozesuaren burutzea euskaldunberrien eta euskaldunzaharren kasuan:

“prentsaren praktika elebidun diglosikoak ez du zirkuituaren irkulazioa batere arintzen; aitzitik: oztopoak jartzen ditu. Batetik, motibazio-defizita eragiten du hizkuntza ikastekotan diren euskaldun berriengan; bestetik, erabilera-esparruen defizita ere eragiten du, eta horren ondorioz euskaraz alfabetatu gabeko euskaldun zaharrek ez dute euskaraz alfabetatzeko ez presiorik ez beharrik sentitzen”
(Zuberogoiak, 2003: 68)

Horren aurrean, euskara hutsezko komunikazio esparru autozentratua osatzea eta trinkotzea proposatu zuen Zuberogoiak. Gure ikerketan zehar egindako elkarrizketen analisisa egin aurretik, planteamendu horri adostasun osoa agertzen genion, baina aipatu azterketa kualitatiboak berretsi egin du gure adostasuna. Izan ere, parte hartzaile askok Zuberogoiak *hedabide abertzale diglosiko* izendatzen zituenak aipatzen dituzte euskarazko hedabideei buruz galdetzean. Erantzun horien bitartez solaskideek *espazio sinbolikoaren desplazamendua* gauzatzen dutela uste dugu. Izan ere, Sánchez Carriónnek *espacio simbólico* gisa izendatu zuen AB eta BA hiztunez (euskaldun osoez) osatutako taldea, alegia, euskaraz sortzeko eta hausnartzeko ahalmen handiena duten norbanakoez osatutakoa (Sánchez Carrión, 1991: 203). Bada, euskara hutsezko komunikabideekin batera hedabide elebidun diglosikoak (edota, besterik gabe, abertzaleak) aipatzean, elkarrizketatuek nortasun nazionala eta hizkuntza nahasten dituzte, bigarrenari bere kokaleku zentrala ukatzen diotelarik arlo sinbolikoan (*abertzale izatea euskaldun izatea da*) zein praktikokoan (*euskararik gabe euskaldun izaterik bada*). Gehienetan, Gara egunkaria da euskara erdigune ez duen euskalduntasun horren ispilu izatea lortzen duena:

-Erreza da hemen kioskoetan euskerazko egunkariak aurkitzea?

-Bai, nik beti ikusten ditut Gara eta Berria.

(21 URTE, ANGELU)

Tankera horretako erantzunak ematen dituzten elkarriketatuen soslai oso adierazgarria da, guztiak lehenengo edo bigarren zonalde soziolinguistikoko euskaldun berriak baitira, euskara gaztelania baino gutxiago erabiltzen dutenak, eta, salbuespen askorik gabe, gazteak. Horrek zer pentsatua eman beharko liguke: euskal hiztun komunitatearen periferian dauden gazte hauek guztiak, gutxi-asko, euskara hutsezko hedabideak erabiltzen dituzte, euskararekiko atxikimendua agertzen dute (batzuek sinbolikoa eta praktikoa, beste batzuek soilik instrumentala)... eta hala ere *Gara* euskarazko komunikabideen taldean sartzen dute. Hala, egunerokotasunean euskararen presentzia urria den inguruetan, euskarazko edukiak eskaintzea nahikoa da, atalik gehienak erdara hutsean badira ere, komunikabidea euskarazkotzat hartua izan dadin.

Hala ere, *Gara*, Zuberogoiaren terminologian, hedabide abertzale diglosikoa da: eduki gehienak gaztelaniaz eskaintzen ditu baina baditu albisteak euskaraz. Are deigarriagoa da, zenbait kasutan gertatu legez, euskarazko hedabideei buruz galdetu eta ETB2ren edo *Deiaren* inguruko erantzunak jasotzea:

-Baina erabiltzen dituzunaz aparte, egongo dira ezagutzen dituzun [euskarazko] hedabideak. (...) Idatzizkoak, Berriaz aparte?

-Ba Berria, Deia...

(...)

-Azkenean, ETB1en telesail edo programa bat ezaguna egiten da, Conquistador bezala, eta jende guztiak ikusten du.

Zergatik? Ezaguna delako, ez bakarrik bere edukieragatik.

Esaten duzu: "a, honek ere ikusten du..."

-Baina hori ETB2 da

-A, bueno, bai...

(21 URTE, PORTUGALETE)

Irakurlea gehiago larritu ez dadin, aurreko adibidearen modukoak salbuespena baino ez direla esan beharra dago. Hala ere, gisa horretako adierazpenetan are bortitzagoa litzateke espazio sinbolikoaren desplazamendua, ETB2ren kasuan (oro har, kate abertzale gisa hautematen dena) ez baita beharrezkoa hizkuntza erabiltzea ere *euskarazko* gisa identifikatua izateko.

Balitzko zalantza oro uxatzeko, nabarmendu nahi dugu betiere *euskarazko* komunikabideen inguruan galdetu diegula solaskideei, sekula ez *euskal* komunikabideei buruz: etimologikoki esanahi argia duen arren gizarte mailan adiera zabalagoa eskuratu du azken termino horrek, eta zeri buruz ari ginen argi utzi nahi genuen. Hala eta guztiz ere, esan bezala, erdara hutsezko kate publikoa aipatu zitzaigun zenbaitetan.

5.5. EUSKARAZKOAK=ABERTZALEAK

Hedabideetan euskarazkoak eta abertzaleak nahasten dituzten solaskideen adibideak, baina, elkarrizketatuen artean sumatu dugun iritziklima orokortuaren isla baino ez dira. Horrenbestez, txanponaren ifrentzu horrek badu bere aurkia, jakina: *batzuentzako abertzale guztiak euskarazkoak* diren modu berean, *euskarazko guztiak abertzaleak* direla diote gehientsuenek:

-Euskarazkoak nabarmenki abertzaleak dira?

-DON27b: Bai

-DON27a: Bueno, nabarmenki abertzaleak!

-DON27b: Es que está intrínseco!

-DON27a Nabarmenki abertzaleak...es que ez dira kontrakoak, ez dira abertzaleen kontrako berriak. Ez det uste gureak direnik...

-DON27b: [DON27a-ren izena], komunikabide hori euskeraz badago egina, ta euskeraz komunikatzen baldin bada abertzalea da, suposatzen da %100. Oso lotuta daude hizkuntza erabilera eta identitatea, nik uste.

(27 URTE, DONOSTIA; 27 URTE, DONOSTIA)

Aurreko pasarteak argiki laburbiltzen du solaskide gehienek gaiaren inguruan pentsatzen dutena: A solaskideak euskarazko hedabideak *berez* abertzaleak direla esatean, B solaskideak euskarazkoen defentsan irteteko beharra sentitzen du, baina inplizituki kokatzen ditu bai bere burua bai euskarazko hedabideak abertzaletasunaren baitan, pluralaren lehenengo pertsona erabilia haiei erreferentzia egiteko.

Hala ere, euskarazko hedabideak abertzaletasunarekin lotzea hedabide abertzaleak euskarazkotzat jotzea baino jarrera askoz transbertsalagoa da, ezaugarri oso anitzak dituzten solaskideak iritzi horretakoak baitira. Kasu askotan naturalizat hartu da harreman hori, eta neutraltasuna ia ezinezkotzat jo izan da:

-Askotan leporatu zaie euskarazkoei lerratuta egotea.

Guztiak daude lerratuta? Hitz, adibidez?

-ORD50: Ez.

-ORD69: Iruditzen zait gehiago herriko kuxkuxeoak-eta.

(...)

-Eta Berriaren kasuan? Kasu horretan diferentea da?

-ORD69: Ez, Berriak postura hartuta dauka. Euskararen alde, Euskal Herriaren alde, eta baita ere munduko...

parekidetasuna, edo justiziaren alde. Orduan, jakina ikusten dala hori. Diario Vascon ikusten dan bezela fatxa badela eta dana. Ba bueno...

-ORD50: Baina esan nahi badezu sigla batzuen alde...ez, hori ez. Nik ez det uste. Kontrakoa uste det: komunikabide asko baino askoz neutralagoa dala.

(ORDIZIA, 69 URTE; ORDIZIA, 50 URTE)

Aurrerago ere arituko gara euskarazko hedabideen eta abertzaletasunaren arteko loturari buruz zabalago.

5.5.1. Berria eta ezker abertzalea

Euskarazko hedabideen joera politikoaren inguruko pertzepzioak arakatzeko orduan, garrantzi berezia eman diogu Berria egunkariaren inguruko balorazioei. Izan ere, sakoneko elkarrizketak egiteko sasoian Eusko Jaurlaritzako Hizkuntza Politika Sailburuordetzak 2014an euskarazko komunikabideentzako dirulaguntzak banatzeko erabili zituen irizpideei lotuta sortutako polemika puri-purian zegoen.

Irakurleak gogoratuko duenez, irizpide berrien ondorioz %14 jaitsi zen *Berriak* Eusko Jaurlaritzarengandik jasotako dirulaguntza, horrek eragindako zalapartak Hizkuntza Politika Sailburuordetza gaiaren inguruko oharra ateratzera behartu zuen³⁹, eta handik gutxira Hekimeneko ordezkariak Eusko Legebiltzarrean hitz egin zuten dirulaguntzek sortutako kezkaren kari. Bada agerraldi horretan EAJko legebiltzarkide Garbiñe Mendizabalek baieztatutakoaren arabera euskal gizartean *Berria* “ezker abertzalearen tresna”⁴⁰ den pertzepzioa hedatuta dago. Horrez gain, aipatu kazetak “pluraltasuna irabaziko balu, agian irakurle gehiago irabaziko lituzke”, hautetsi jeltzalearen esanetan.

Horrenbestez, *Berriaren* balizko lerratze politikoaren inguruan elkarrizketatuek zituzten iritziak biltzeari ekin genion, eta jasotako erantzunen artean aniztasuna nagusi dela nabarmendu beharko litzateke. Jarraian aletuko ditugu solaskideen artean identifikatu ditugun pentsamolde nagusiak, egunkariaren eta ezker abertzalearen arteko harremanari dagokionez.

Elkarrizketatuen sektore esanguratsu baten ustez, *Berria* egunkariak ezker abertzalearen ikuspegi politiko eta sozialaren alde egiten du. Baieztapen

³⁹ <http://www.berria.eus/dokumentuak/dokumentua1348.pdf>

⁴⁰ http://www.berria.eus/paperekoa/2021/006/424213/2014-11-04/caj_pluraltasuna_irabazita_irakurleak_irabaziko_lituzke.htm

hori egiten dutenen diskurtsoak gertuagotik behatu ostean, baina, iritzi ezberdinen isla diren zenbait azpitalde identifikatu ditugu.

Solaskide batzuek aitortzen dute *Berria* irakurri ez arren ezker abertzalearekin identifikatzen dutela. Egunkariaren eta indar politikoaren arteko lotura galdera formulatu eta berehala egiten da, harremana agerikoa balitz bezala eta hausnarketa handiren beharrik gabe:

-Ze uste dozu, abertzaleen alde bai?

-Bai, bai [argi]

-Ta abertzaleen barruan, batzuen edo besteen alde?

-Ba bai, bai. Abertzalia da, baina ezker abertzalia da, claramente.

(38 URTE, ANTZUOLA)

Dena den, zenbait kasutan argi gelditzen da ez dagoela kausa-ondorio harremanik *Berria* irakurtzearen eta ezker abertzalearekin lerratuta dagoela pentsatzearen artean. Ondorengo kasuan, esaterako, hizlariak esplizituki aitortzen du kazetaren lerro politikoaren inguruko iritzia ez dela berori irakurtzearen ondorio:

-Eta Berria adibidez, uste duzu badagoela markatuta?

-Hombre, nik bai ikusten dut...hombre, nik ez dut asko irakurri Berria, baina nik uste dut bai jakiten dela nondik jotzen duten tiroak.

(28 URTE, GASTEIZ)

Irudi luke azken esaldi horretan oinarritzko kontraesana dagoela: nola *jakiten da* egunkari baten lerro politikoa egunkari hori *asko irakurri* ez bada? Oso interesgarria litzateke jakitea enpirikoki frogatu gabeko uste horretan zer neurriraino eragiten duen politikariak eta beste sektore politikoetako hiritarrek egunero gai horren inguruan publiko egiten dituzten iritziek. Izan ere, Amezagak, Aranak, Iturriotzek eta Martinek

(1997) azaltzen duten gisara, politikariek, mahaigaineratzen dituzten ideien bitartez, iritzi publikoa sortzen saiatzen dira.

Teorian, iritzi publiko horrek populazioaren gehiengoak gai zehatz bati buruz pentsatzen duena ordezkatuko luke, baina horren berri izateko mekanismorik ez dago eta, hala ere, jende gehienak hurkoen iritziei buruzko irudia sortua du. Esan gabe doa, iritzi-giro hori sortzeko baliabide aipagarrien artean daude hedabideak:

“gizarte oso bati dagozkion gaietan, nola asmatu zein diren iritzi nagusi eta zein ez? Azken funtsean, besteei buruz dugun informazio “bigarren eskukoa” izaten da, eta hedabideek ematen digute neurri batean” (Amezaga et al., 1997: 44)

Ondorioz, iritzi publiko *birsortu* bat ageri zaigu hedabideetan, errealitatearen aspektu jakin batzuk nabarmendu eta beste batzuk ezkutatzen dituen komunikabidearen interesen arabera. Hautu kontziente horren bitartez sortuko litzateke jendaurreko errealitate soziala edo iritzi publikatua. Bada arestian aipatu lege zinez interesgarria litzateke funtsean *Diario Vasco* edo *El Correo*ren irakurle diren solaskideen kasuan *Berriaren* ildo editorialari buruz duten ikuspegia zer neurriraino den beraien kabuz sortutakoa edo, aitzitik, kontsumitu ohi dituzten egunkarien kosmobisioaren eta eguneroko hautu informatiboen isla diren.

Berriaren irakurle direnen artean ere zenbaitzuk egunkaria ezker abertzalearena alde lerratuta dagoela esaten dute⁴¹. Hala ere, sektore

⁴¹ Eusko Legebiltzarrerako 2009ko hauteskundeetan zehar ekoiztutako 600 albiste pieza aztertu ostean Casadok, Filibik, Jiménezek, Martínezek eta Merodiok osatutako ikertzaile taldeak ondorioztatu zuenez, “*Berria* es el diario que mayor equisitancia mantiene entre los dos candidatos con más referencias en sus páginas, Ibarretxe y López” (Ikus: eleccionesvascas2009.files.wordpress.com). Ildo berean, Bizkaiko 2011ko hauteskundeetan egindako azterketan Jiménezek ondorioztatu zuen *Berriak*

honetan ñabardura gehiago egiten dira: *Berria* ez litzateke ezker abertzalearen baitako adierazpen soziologiko eta politiko *ofizialaren* (alegia, Sorturen) aldekoa zentzu hertsian, baina aldi berean abertzale/unionista ardatzean abertzaleen aldean kokatuko litzateke, eta eskuin/ezker ardatzean, ezkerren aldean. Hortaz, ez litzateke alderdi baten bozgorailu, baizik eta alderdi horren mugak askorekin gainditzen dituen gizarte sektore batena. Bi jarrera horien arteko desberdintasuna markatzeko, *Berria* eta *Gara* egunkarien arteko alderaketa egin dute elkarrizketatu askok.

Elkarrizketatu ditugun pertsonen artean nahiko sentimendu transbertsala da *Gara Berria* baino are gertuago dagoela ezker abertzalearengandik. Euskal Herriko hiru errealitate politiko-administratiboetako eta adin zein sexu desberdinetako solaskideek transmititu digute aipatutako ideia, bai eta euskararekin mota eta intentsitate desberdinetako harremanak dituzten pertsonak. Kasu hauetan, argi eta garbi baieztatu dute *Berriak* ildo editorial markatua izan baduela, baina *Gara* hori baino askoz urrunago doala, ezker abertzalearen *organu ofizial* izateraino:

Euskerazkoak ikusten dituzue norbaiten alde markatuta edo neutralagoak iruditzen zaizkizue?

-Lerroa badaukate, nik uste.

-Berriak, adibidez, noren alde egiten duela esango zenuke, adibidez?

-Ba hori, euskalzale. Dauke, geografikoki, hartzen du Euskal Herrian guztia, beste egunkariak... bueno, Garak bai, baina beste egunkariak ez dute hori hartzen. Nik uste dut horregatik egin zituztela biak, bai bata eta bai bestea, Euskal Herri guztia hartzen dutelako, eta hori bada ildo bat, ez? Eta gero euskalzalea, esango nuke PNVzalea ez det uste denik, eh? Horregatik eman dizkie 200.000 euro gutxiago. Hainbat albiste PNVri ez zaizkio gustatzen, ordun, koño, taka.

-Ordun gehiago Bildutik gertu-edo?

-Bai, baina bueno, igual ez hainbeste, ez dakit.

-Ez hain nabarmenki?

kanpainia modu generikoan tratatu zuela eta gainontzeko egunkariak hautagai jakinen alde edo kontra egiten (Jiménez, 2011: 88)

-Ez, ez, ez.

-Ze ba? Beste baten bat ikusten duzu gehiau Bildurekin?

-Bai, hombre, Gara. Baina Gara ez da euskeraz.

(53 URTE, ARRIBE)

Hasieran modu espontaneoan ateratzen ziren alderaketa hauek *Berriaren* lerratze politikoaren inguruan galdetuz gero, baina diskurtso horrek zuen indarra ikusita zuzenean galdetzera igaro ginen. Hala ere, erabaki hori hartu ostean ere batzuetan ez zen beharrezko izan solaskideak xaxatzea, bakar-bakarrik egiten baitzuten alderaketa:

Berria, adibidez, lerratuta dago? Eta noren alde? Igartzen da norbaiten alde dagoela, politikoki?

-Bai, ezker abertzalearen... aber, ez alde...bai, bai, bai, ezker abertzalearen alde. Konparaketa bat egin dezaket?

-Jakina, bota.

-Gararekin konparatuta bai dela xumeagoa. Ez zaio, esaten den bezala, ez zaio hainbeste plumeroa ikusten.

(28 URTE, ALTSASU)

Aurrera segi baino lehen, aipatu beharra dago erabili berri ditugun bi adibidetatik lehenak *Berriaren* inguruko iritzi garrantzitsu bat seinalatzen digula. Solaskideen sektore baten irudiko, *Gara* eta *Berriaren* ildo politikoen arteko ñabardura nabarmen hori egunkari bakoitzak lehenesten dituen edukien bitartez islatuko litzateke. Hala, joera hori agertzen dutenen ustez, *Garak* batez ere informazio politikoari emango lioke garrantzia beste ezeren aurretik. *Berria*, aldiz, euskal hizkuntza eta kulturala oinarri dituen proiektu komunikatibo gisa antzematen dute:

-Eta ordun zein da diferentzia euren artean?

-(...)Gara igual ikuset hor oso bide politikoa, politika asko lantzen du. Albiste politikoa bere haragia da. Eta Berria ba bueno, hori bai, baino baita ere euskera ere bai asko lantzen du, hizkuntza bera, ekologiaren aldetik ikusten zaio ba preokupatzen dela gehio.

(ANOETA, 48 URTE)

-Berria eta Gararen artean, desberdintasunak igartzen dituzu?

-Bai [barrezka]. Garan erderaz egiten dute...eta hori politikoa da ere. Nahiz ta ene ustez ezkertiar eta abertzalea izan, badute Hego Euskal Herriaren beste ikuspegi bat badute, zenta Berrian bakarrik euskaraz dira albisteak, eta Garan erderaz emaiten dituzten ere, orduan... ez dakit zabalagoa denentz edo beste publiko bat ukitzeko denentz, hori segur, Hego Euskal Herrian badirelako pertsona ainitz erderaz ari direnak, edo erderaz asko errezago irakurtzen direnak, eta bai, ezberdintasun bat atzematen dut. Ene ustez Euskal Herriaren beste kontzepzio bat dute, Euskal Herriaren kontzepzio politikoa. Eta Berrian, nahiz eta politikoa izan, badute ikuspegi kulturala, hizkuntzarena, gehiago.

(21 URTE, ANGELU)

Iritzi hauen bitartez, solaskideek euskararen normalizazioan egiten duen lana aitortzen diote kazetari, baina aldi berean ukaezina da esparru horretan erantzukizun handia esleitzen diotela:

-Eta Berria ere markatuta ikusten duzue Ezker Abertzalearen alde?

-Nik bai. Agian ez Gara bezain beste, baina bai. Baina nik uste dut alde horretan ez dagoen jende askok ere irakurtzen duela Berria, euskaraz irakurri nahi duelako eta beste aukerarik ez dagoelako.

(AMURRIO, 41 URTE)

Gainera, hainbat elkarrizketatuk dio *Berria* euskarazko egunkari bakarra izanda pluraltasun hori gorde behar duela, *euskaldunen baitako pluraltasuna*, alegia. Puntu horri buruz aritzean, askotan *euskaldun* eta *abertzale* sinonimo gisa erabiltzen dira, edo hobeki esanda, bigarrena lehenengoaren adierazpen politiko naturalizat jotzen da:

Azkenean euskaldun egunkarie da, orduen hango jendea izango da euskaldun ideologia bategaz, ez da izango bez espainol petoa. Orduan bai igual zentzu horretan pentsatu ahal dozu Berria dala Ezker Abertzalekoa, baina bueno... nitzako da simplemente abertzale, baina ez Ezker Abertzalekoa politikoki esanda.

(LARRABETZU, 32 URTE)

Berriak, nik esango nuke... gainera hala tokatzen zaio: gehiengo zaintzen du bere irakurle espektroa. Zaindu behar du, Berriako irakurlea da euskaldun jendea, eta jende abertzalea, baina bueno, ez dakit nola esan... neutralitate hori asko zaindu behar du.

(ALGORTA, 37 URTE)

Badira *Berriaren* eta ezker abertzalearen artean harreman zuzenik ez dagoela baieztatzen duten solaskideak. Oro har, *Berria* irakurtzeko ohitura duten pertsonen artean aurkitu ditugu norabide horretan doazen adierazpenak, kontsumo horren maiztasuna dena delarik. Aurretik aipatu dugun moduan, euskarazko egunkari bat abertzalea izatea logikaren eta normaltasunaren barruan kokatzen dute:

-Politikaren aldetik ikusten dituzu lerratuta euskerazkoak?

-Lerratuta zer da?

-Batzuen alde egiten duten nabarmen, politikoki.

-Baina hori, hori...misteriorik ez dago! Ez dakit zenbat buelta eman behar diogun gai honi.

-Ezinezkoa da euskarazko hedabide bat abertzalea ez izatea?

-Zaila da...egin daiteke, egin daiteke. Baina ez dute egingo. O sea, abertzalea ez denari ez zaio interesatzen euskara. Ez, ez, ez, es ke...eta ni poztuko nintzateke. Klaro, nik ez nuke erosiiko nahiz eta euskeraz izan, ulertzen? (...)gazteek superatuta dute, beste errealtate bat izan du. Baina gazteria horrek ere ez dizu esango Berria mundu abertzalekoa denik.

(45 URTE, ONDARROA)

Horrenbestez, solaskide honek gaindituzat jotzen du euskarazko komunikabideen eta abertzaletasunaren arteko harremanaren inguruan galdetzeko garaia, eta, *Berriaren* kasu zehatzari dagokionez, ez du zalantzarik agertzen ezker abertzalearen ikuspegia gainditzeko duela esateko orduan:

-Abertzalea bai. Baina Berria ezker abertzalekoa da?

-Ez.

-Irekiago ikusten duzu, zabalago?

-Askoz ere. Dudarik gabe, dudarik gabe.

(45 URTE, ONDARROA)

5.5.2. ETB eta EAJ

Elkarrizketatuen sektore esanguratsu batek Euskal Irrati Telebistaren eta EAJ alderdiaren arteko lotura egiten du. Ezbairik gabe, EITBren lerratze politikoari buruzko uste orokortu horretan eragin handia du Euskal Autonomia Erkidegoko komunikabide publikoa izateak eta administrazio egitura horretan 2009-2012 legealdia ez beste guztietan alderdi jeltzaleak agindu izanak⁴². Izan ere, bada hedabide publikoen lerratzea hauteskundeetako emaitzen ondorio baino ez dela baieztatzen duenik. Ikuspegi horren arabera, komunikabide publikoen helbururik behinena

⁴² Amezagak azaltzen duenez, “lehen urteetako Zuzendari Orokorrak nola edo hala alderdiari lotuta egon baziren ere, joera hori gehiago nabarmendu zen hirugarren agintalditik aurrera. Horrela, J.M. Gorordo (1985-1987), lehenago EAJko zinegotzi izana, telebista utzi ostean Bilboko alkate bilakatu zen EAJren eskutik, 1995era arte. Haren ordeztatu zen Josu Ortuondo (1987-1991), zuzenean EAJren agintaritzat goi karguetatik: ETB utzi ostean Bilboko alkatera izan zen zortzi urtez, eta jarraian europarlamentari 2010era arte, beti ere EAJren zerrendetan. Iñaki Zarraoa izan zen hurrena (1991-1999), Jauralaritzako Kultura sailburuorde izatetik etorria, eta kargua utzi eta zortzi urtez Getxoko alkate izan zena, EAJren barruan. Azkenik, Andoni Ortuzar, lehenago EAJren barne egituretan ibilia eta gero Jauralaritzako Kanpo Ekintzarako idazkari izatetik EITBko Zuzendari Orokor izatera igaro zena (1999-2008). Kargua utzi zuen EAJko Bizkai Buru Batzarreko lehendakari lehenik eta gero Euskadi Buru Batzarreko lehendakari izateko. Alberto Surio izendatu arte, urte t’erdiz egon zen EITB Zuzendari Orokorrik gabe. Tarte horretan telebistako zuzendaria Ardanza lehendakariarekin hamar urtez (1989-1999) komunikazio arduraduna izandako Bingen Zupiria izan zen” (Amezaga, 2013: 47-48)

litzateke kontrolatzen dituen gobernuaren propaganda egitea. Hala, naturalizat jotzen da EITB Jaurlaritzan dagoen alderdiaren alde egitea:

ETB zuk ikusten dozu eiten dauela nabarmen norbaiten alde edo uste dozu neutraltxuagoa dala?

-Bai, igual ETB1 da zertxobait gehiau ETB2 baino? Bai, euskaldunagoa da, ez bakarrik hizkuntzagatik baizik eta kontatzeko eragatik. Bestia, ETB2 da...badakizu zer dan, ezta? Azkenian gu gobernauta gare batzuegatik, eta hoiek manejatzen dabe medixuak.

-Orduan gobernuan dauenaren aldekoa, ez?

-Hombre, claramente. Azkenian aldatzen dabenian gobernuak ETBko burua aldatu eitzen da, kazetariak be aldatu itxen ditzue, ez? PSOEk irabazi zeuenian in zeban una limpieza de la ostia. Ta oin aldrebes, oin PNVk irabazi dau eta berriro aldatu dira gauzak.

(ANTZUOLA, 38 URTE)

Azken pasarte horrek argitara ematen du zenbait elkarrizketatuk adierazitako iritzi interesgarria, hain zuzen ere, EITBren baitako kateen arteko desberdintasunari dagokiona. Izan ere, EAJren ideologiaren arrastoa ETB2n ETB1en baino handiagoa dela antzematen dute zenbaitzuek.

Pertzepzio horren eraketan kate bakoitzak erabiltzen duen hizkuntzak garrantzi handia izan dezake, aurreko solaskideak adierazi lez. Izan ere, EITBri bere sorreran izan zituen helburu nagusietatik urrundu izana leporatzen dio hurrengo elkarrizketatuak, eta, ikusiko dugunez, norabide aldaketa horretan hizkuntza eta politika elementu zentralak dira:

-ETB2k badauzke hainbat programa gero euskeraz egiten ez dituenak. Zergatik ez da euskeraz egiten? Beti bonbo gehiago erderazkoari. Nik uste... sortu zen alderantziz, sortu zen euskera bultzatzeko, eta orain bihurtu dute propaganda egiteko...

-Eta noren propaganda egiten du ba, ETBk?

-Ba ikusten da.

-Jaurlaritzarena?

-Bai, bai. Argi eta garbi.

(ARRIBE, 53 URTE)

Solaskide honek ordezkatzan duen iritzi-joeraren baitan, ETBren lerratze politikoa egiturazkoagoa litzateke. Ikusmolde horren arabera, EAJren proselitismoa egitea hain zentrala bilakatu da non jatorrizko helburu zen euskara baztertu den xede berria betetzeko bitarteko eraginkorragoa den gaztelaniaren mesedetan.

Bestalde, euren burua ezkerrekotzat jotzen duten hizlarien artean EITB ezker/eskuin ardatzean bigarrenetan kokatzeko joera identifikatu dugu. Ondorengo adibidean, gainera, ez da kate edo euskarrien arteko desberdintasunik egiten, *Euskadi Irratiari* ere leporatzen baitzaio eskuineko ildo editoriala izatea:

-Erdi gustura entzuteko moduko bakarra, Euskadi Irratia?

-Euskadi Irratia eta bueno, bere linea jarraitzen du ere bai, baina azken finean da irratia bakarra euskeraz eiten dizuna.

-Linea zer? Igual dagoela markatuta?

-Bai, bueno...da pixkat...bueno, igual da ni ezkertiarra naizelako eta linea hori gustatuko litzadake edukitzea eta ez dauke.

-Da gehiago Jaurlaritzaren aldekoa?

-Bai, bai. Ba ETB da.

(ANOETA, 48 URTE)

ETBren eta EAJren arteko harremanaren izaera antzemateko moduari dagokionez, talde honen ikuspegiaren muina biltzen duten azken galderak zein erantzunak. “*Ba ETB da*” horrek adierazten duenez, elkarrizketatu honen irudiko oso agerikoa da komunikabidearen, erakundearen eta berau kontrolatzen duen alderdiaren arteko harremana zuzena dela.

Azkenik, ez genuke aipatu gabe utzi nahi ETBren eta jeltzaleen arteko lotura egiteko joera errotuago dagoela ezkertiarrek direla inplizituki

aitortzen duten pertsonen artean. Hain zuzen ere, komunikabide publikoak euren ideien kontra egitearen sentimenduak bultzatzen ditu solaskide horiek ETBz kexu izatera.

5.5.3. Tokiko hedabideak salbuespen gisa

*Berriarekin eta ETBekin gertatzen denaren kontrara, euskarazko tokiko hedabideak politikoki lerratu gabe ikusten joera agertu dute solaskide gehienek⁴³. Herri edo eskualde mailako komunikazio-proiektuen ezaugarri positibo gisa aipatzen da alderdi edo ideologia jakin batekin estuki lotuta ez egotea. Alta, hautemate horretan eragin handia dute tokiko komunikabideen berezko ezaugarriek, edo, zehazkiago esanda, hedapen-esparru mugatuak berekin dakartzan eduki-motek. Izan ere, udalerrri eta eskualde mailako albisteak, salbuespenak salbuespen, ez dira *politika* gisa antzematen:*

-Tokikoetan, berriz, igartzen dozu hori?

-Tokikoetan ez.

-Ez Hitzan ez Drogeteniturrin?

-Ez. Hala ere informazioa beste bat da, ez? O sea, kontatzea herrian gertaten dana, ba bueno...diñot ez direla izaten albiste oso konplikatuak, ta oso politikuak be ezta, ez dakit.

(38 URTE, ERMUA)

Beraz, nazio mailako hedabideetan ez bezala, tokiko esparru informatiboari lotutako albiste-tipologiak zailago bilakatzen du komunikabidea alderdi edo ideologia politiko jakin batekin identifikatzea:

-Zuk Hitza hartzen zenuenean nabaritzen zenuen baten edo bestearen alde egiten zuela?

-Ez hainbeste, ez. Albisteak diferenteak dira, hemen herriko albisteak izaten zian, hemen inguruko gauzak.

(68 URTE, URRETXU)

⁴³ Euskarazko tokiko hedabideak eskaintzen diren eskualdeetako pertsonen soilik galdetu zitzaizen gai honi buruz.

Dena den, euskarazko tokiko hedabideen neutraltasunak ere mugak dituela uste dute askok, eta, hain zuzen ere, komunikabidea *euskaraz izateak* markatuko luke zein punturaino izan daitezkeen objektiboak. Proiektuaren beraren kodea, transmisio-uhala eta sorburua den hizkuntza erasoen aurrean defendatu behar izateak marra gorria paratzen dio hedabideari:

-Uste duzue euskarazko hedabideak abertzaleen alde lerraturik daudela?

- Ba nik Berria irakurten dütalaik, ez. Ene ustez saiatzen die inpartzial izaten. Geo segur da, üskaz idazten baitie, üskai büz gaiza sartüko dütela, bainan ene ustez normal da. Euskal Irratietan ber gaiza: hor izan dia gaiza anitx ikastolen kontre, bainan ikastolak zer dia? Üskaz mintzatzen dien eskola hoik. Eta, ordün, bon, ene ustez normal da aipa dezen, üskan kontre egiten dian zonbait gaiza beitia.

(EZPEIZE, 33 URTE)

Bistan denez, *gure baitako neutraltasuna* da aipatzen dena; hots, euskaraz izateak neutraltasunaren berezko kontzepzio bat atxikitzen dio hedabideari. Inpartzialtasun hori euskal hiztun komunitatearen baitako adostasunetan oinarritutakoa da, eta, ondorioz, talde horretatik kanpo lerratze politiko gisa antzeman daiteke, baina ez euskaldunen artean. Neutraltasunaren hautemate horretan taldeen eraikuntzan beharrezkoa den Gu-Haiek ardatzak funtzionatzen du, Gu taldearen baitan eta Haiek taldearenean kontzeptu desberdina dagoelarik neutraltasunaren inguruan. Azken finean, hizkuntzari lotutako sinismen sistema adostuak daudela iradokitzen dute solaskideen hausnarketek:

- Hombre, eliza ez dute bultzatzen, baina gaur egun eliza bultzatzea... (...) gehiago bultzatzen due hizkuntza, hizkuntzakin duen...edo bersoak, edo aste kulturala, edo Nafarroa Oinez... holako ekintzak. Bino hori, hala ere, neutrala izatea da. Araiz-Betelu batean, hemengo zonaldean hori neutrala izatea izango dela, ez? Hori esango due... UPNkoek ez dute hori esango, baina klaro, hemen bizi gea, ba hemengo albisteak. Klaro, tarteka UPN jarriko due ba

larrugorritan, edo kritikatuko due hartzen duen
erabakiengatik, baina bueno.

(53 URTE, ATALLU)

Era berean, onartzen da endotaldetik ikusita neutral ematen duen horrek
kutsu argia izan dezakeela exotaldeko partaide batentzat. Lehen aipatu
dugun haiek/gu ardatzaren alde batean edo bestean egoteko irizpidea
hizkuntza da kasu honetan, zalantza izpirik gabe:

-Hitza eta hauek ere politikoki markatuta ikusten dituzu?

-Hitza-eta? Nik uste neutralagoak dila. Pentsatzen det
erdaldun-erdaldunak ez dutela berdina pentsatuko, baino...
bai, bai.

(42 URTE, URRETXU)

Azkenik, aipatzeko modukoa iruditu zaigun datu bat gaineratuko dugu:
euskarazko tokiko hedabideak politikoki lerratu gabekoak direla adierazi
diguten solaskide gehienak euskarazko komunikabideen ohiko
kontsumitzaileak dira eta euskara erdarak beste edo gehiago erabiltzen
dute.

6. EUSKARAZKO HEDABIDEEN ESPARRUA

Gaur egungo testuinguru aldakorrean euskarazko hedabideek sektore gisa bizi duten egoeraren inguruko iruzkin ugari jaso ditugu gurekin berbetan aritu diren pertsonen partetik. Ondorengo orrialdeetan, hiru ataletan banatuko ditugu aspektu honen inguruko iritziak. Hasteko, euskarazko komunikabideek ekoizten dituzten edukiei buruzko hausnarketak emango ditugu argitara. Jarraitzeko, sektorearen produktuen eskaintzari buruzko hautemateak bilduko ditugu, eta, zehazki, eskaintza horren balizko osotasunari edo hutsuneei buruzkoak. Azkenik, euskarazkoek osatzen duten esparrua berrantolatzeko solaskideek egin dituzten proposamenak mahaigaineratuko ditugu, (azpi)egiturari lotutako beste aspektu batzuekin batera.

6.1. EDUKIAK: PUNTU GOTORRAK ETA HUTSUNEAK

Alor honi dagokionez, iritziak askotarikoak eta oso banakakoak dira, eta zaila da joera orokorrik antzematea. Nork bere gustuko saioak eskatzen ditu, eta euskarazkoek gai horiek lantzen ez dituztenean kexu dira solaskideak. Hala ere, saiatuko gara behin baino gehiagotan errepikatu diren baieztapen gutxi batzuk biltzen.

6.1.1. Gizarte mugimenduen isla: ikuspegi aniztasuna

Alde batetik, gizarte mugimenduetan militatzen duten zenbait solaskidek nabarmendu dute paperezko zenbait agerkarik euren borroka esparruko informazioa jasotzeko oso egokiak direla, bai albiste kopuruaren aldetik, bai beroriek jorratzean hartutako ikuspegiaren aldetik:

Ni AHT elkarlana-ko partaidea naiz, eta Berriak askoz e gehio lantzen du ba ekologian inguruan diren albisteak askoz e... Berriak askoz hobeto eta gehiago lantzen du. Garak igual ikustet hor oso bide politikoa, politika asko lantzen du. Albiste politikoa bere haragia da. Eta Berria ba bueno, hori bai, baino baita ere euskera ere bai asko lantzen du, hizkuntza bera, ekologiaren aldetik ikusten zaio ba preokupatzen dela gehio.

(48 URTE, ANOETA)

Hala, gizarte mugimenduen bozgorailu gisa identifikatzearen feedback positiboa *Berriak* eta *Argiak* kapitalizatzen dute batez ere. Dena den, Nafarroan elkarriketatu ditugun gazte militanteak erretxinduta agertu dira abertzaletzat jotzen dituzten egunkariekin, euren irudiko ez baitiete lurralde horretako gaiei espazio nahikorik eskaintzen:

-Adibidez, sentitzen dut, baina Gara eta Berria Nafarroarekiko...

-Falta da hor...?

-Bai, bai, falta da eta asko gainera. Ta bueno, es ke hor nago nahiko haserre, baina ez bakarrik Nafarroarekin dagoen zerarekin, baizik eta iruditzen zaidalako herri borrokak ez dutela kabadarik egunkari hoietan. Bai, batzuk bai, baina beraien atzetik ibili beharko zara. (...)ni nago plataforma batean, goi tentsioko linearen plataforma batean eta antolatu ditugu kriston mobidak, ari gara bataila batean bai gobernu foralarekin bai autonomikoarekin eta ateratzen dena izaten da irrisorioa, o sea, horrelako zerbait *[parrafo baten luzeera egiten du atzamarrekin]*.

(28 URTE, ALTSASU)

Baieztapen horiek egin dituen solaskideak *Gara* eta *Berria* kazetei Nafarroako gaiekiko arreta eza leporatzen dien arren, ezaugarri berberak dituen beste gazte bat justuki kexu berbera agertzen du *Gararekiko*, baina *Berriak* esparru horiek egokiro jorratzen dituela gaineratzen du. Deigarria da gizarte mugimenduen eta euskarazko komunikabideen arteko lotura egiten denean, beti agerkari berdinen izenak agertzen direla, Hego Euskal Herriko solaskideen diskurtsoetan, behintzat. Haatik, ondorengo

pasarteak argitara ematen duenez, Ipar Euskal Herrian batez ere *Euskal Irratiak* dira erreferentziazko komunikabideak, baita gizarte mugimenduen berri ematerakoan ere. Solaskide baionar honek azaltzen digu bozeramaletza funtzio horrek berez garrantzitsu bilakatzen dituela euskarazko komunikabideak, eduki aldetik eskaintza osoa izan edo ez:

-Zuk esan duzu kubritzen dutela gehiena, euskarazkoek. Ez dago zuri interesatzen zaizun gai linea bat sentitzen duzuna euskaraz ezin duzula bete?

-Nire ustez betetzen dute, orokorrean. Ez dut uste hola hutsunerik sentitzen dudarik. Gero ere, komunikabideari ematen diozun begirada...ez da bakarrik zein informazio ematen dizun edo zein jaso nahi duzun baina komunikabideak berak zein lan egiten duen eta nor ukitzen duen eta ze mezu pasatzen duen. Eta horretan, Ipar Euskal Herrian gutxienez, euskal komunikabideek nere ustez lan oso txukuna egiten dute, ez? Eta aldarrikapen, iritzi batzuk plazaratzeko lekua hartu dute, jende askok entzuten du eta inportantea da. Ez gaude mundu honetan apartean, eta euskal komunikabideen lana izaten da horretan premiazkoa eta inportantzia asko ematen zaio ere, mugimendu sozial, politiko edo kulturaleri eman diezaiokeen inportantzia euskal komunikabideei ere ematen zaie ere sektore batean zaudenean, eta ikusten da horrek emaitzak dituela eta adibidez Irulegiko Irratia Baxenafarroan irrati entzunena da.

(44 URTE, BAIONA)

Dena dela, kontuan hartu behar dugu euskarazko hedabideek dituzten hutsuneak, askotan, erdarazkoetan ere sumatzen dituztela elkarrizketatuek. Izan ere, nazioarteko gai zehatz batzuekiko ardura agertu duen ondorengo lagunak dioen legez, badira masa komunikabideetan nekez lantzen diren auziak, eta horien berri izateko atari espezializatueta jo beharra dago:

Ez dakit zuk noizbait sentitu duzun une batean zuretzako oso garrantzitsua zen albiste bati edo gai bati buruzko informazioa ezin zenuela aurkitu euskerazkoetan. Edukien eskaintzan herren egiten dutela sentitu duzu noizbait?

-Bai, baina ez euskerazkoak direlako...Berrian adibidez...nik dakat harreman nahiko estua Sahararekin, lurralde okupatuekin, eta según ze gauzak ez dituzu topaten ez Garan, ez Berrian, ez El Paísen ez inun, eta bueno, ba nik jotzen dot blog batzuetara eta holan dakidana ba beti dakiela informaziño oso eguneratua. Eta batzutan ba bertan agertzen direzen gauzak dira ba un escándalo total eta inoz ez da besteetan agertzen, baina bueno, nahiko kasu berezi hoietan. Baina ez da euskerazko hedabideak direlako. Ze bestelan, nire lana dala ta, nire militantzia dala ta, feminismo arloa dala, desde luego Berrian eta Garan asko agertzen da. Eta Argian be bai, azken aldi hontan asko.

(38 URTE, ERMUA)

6.1.2. Tokikoak edo mundukoak indartu?

Bestalde, euskazko komunikabideetan nazioarteko albisteen eskasiaz kexu dira elkarrizketatu batzuk. Euren esanetan, tokiko albisteetan indarra jartzeak mundu mailako berrientzako toki larregirik ez gelditzea eragiten du, eta tankera horretako informazioa jasotzeko erdarazkoetara jo behar izatea:

Albiste orokorrak ez dira bortxaz euskaraz. Garan ere ikusten dituzun artikuluak beti munduari buruzkoak dira erderaz. Ez beti, baina usu... Eta interesatzen niz hortan, hortan lan egiten edo ikasketak egiten dut, eta bai, batzutan ez dut informazio guztia aurkitzen egunkarietan euskaraz.

(21 URTE, ANGELU)

Aurrekoak lotura izango luke kontsumoaren mailaketa geografikoarekin, dagoeneko jorratu duguna edukien inguruko atalean. Haatik, parte hartzaileen beste sektore batek euskarazko komunikabideetan tokiko albiste gutxi dagoela dio. Normalean, *Berriari* (edo *Garari*, espazio sinbolikoaren desplazamendua dagoenean) leporatzen diote informazio esparru lokala behar bezala ez lantzea. Euskarazko tokiko agerkaria

dagoen eskualdeetan, horiek betetzen dute nazio mailako prentsak eduki aldetik utzitako hutsunea:

-Azkenean periodikoak, adibidez, Garak ez dakarkit albisteak...ez dakit, Alkizan zer gertatu dana, o...baldin bada Hernialdeko zuloa bai [*AHTaren eraginez eskualdean bertan sortutako zuloa*], baino bestela baldin bada ez dakit zer kontzertu egin behar duela Hernialden, ba igual ez dizu ekartzen.

-Eguneroko gauzetarako, [*Tolosaldeko*] Ataria?

-Ta eskualderako, ta albiste konkretorako, herriko albisteak, Atariak askoz hobeto ekartzen ditu.

(48 URTE, ANOETA)

Euskarazko tokiko komunikabiderik ez dagoen tokietan, berriz, elkarrizketauek erdarazko komunikabideetara jo behar dute tokiko informazioaren nahia asetzera. Dena den, euskarazko komunikabideek gutxien lantzen duten esparru geografikoak aipatzean hain pertzepzio kontrajarria duten taldeak agertu izana talde horietako bakoitzeko kideen bizilekuarekin lotura izan dezakeela uste dugu. Izan ere, euskarazkoak tokikoan indartsu baino mundu mailakoetan apal dabiltzala diotenak Ipar Euskal Herrikoak dira, eta gertuko albisteen falta sumatu dutenak, berriz, Hegoaldekoak. Hala, *euskarazkoei* buruz ari direnean nor bere esparru geografikoan erreferentziala den komunikabideari buruz egiten du berba, hain zuzen ere *Berriari* buruz Hegoaldean eta *Euskal Irratiak* sareko kateei buruz Iparraldean. Komunikabide horietako bakoitzaren hedapen esparrua zein den ikusita (*Berria*, nazio mailakoa; *Euskal Irratiak*, eskualde edo herrialde mailakoa), jarraipen egokirik gabeko arlo geografikoaren inguruko hautemateak ulergarriagoak direla deritzogu.

6.1.3. ETB1 eta marmotaren eguna

Kexu gaiaz erradikalki aldatuz, zenbait lagunek uste dute euskarazko telebistan fikzioa eta entretenimendua ez direla behar beste landu. Zehazki, ETB1i leporatzen zaion huts egitea da hori: errepikakorra eta

originaltasunik gabekoa izatea egozten zaio. Ondorengo elkarrizketatuak azaltzen duen moduan, ETB1en beti aurkezle berberak agertzen direla pentsatzen du sektore esanguratsu batek:

Ba ez dakit, igual gabaz Euzkitzeren magazin hori. Bai, baina egunero ildo beretik, eta azkenean aspertu egiten naz. ETB1ek duen... nik uste dot kontu nahiko agerikoa dala, aurpegi berberekin jokatzeko du beti. Aurpegi berberak, batean, bestean, ildo edo tematika diferenteko saioetan Euzkitze bat. Beste erreferente bat da, ez daukat inolako zalantzarik, eta oso erreferente baliotsua, baina agortuta dauela erreferente hori, edo erabiliegi, erabiliegi.

(37 URTE, ALGORTA)

Gehiago zehaztu duenik bada, eta, esaterako, ez dira gutxi izan ETB1en kirola besterik ez dutela ematen adierazi diguten lagunak. Hala, katearen indargune nagusitzat har daitekeena urrutiko agintea hartzeko arrazoi bilakatzen da solaskide frankorentzat. Oso esanguratsua da, esaterako, jarraian planteatzen den galdera erretorikoa izango balitz bezala planteatzea, erantzuna alde aurretik emanda egongo balitz bezala formulatzea, alegia:

Kirola gehien. Kirola gustoko ez duen batek zer ikusiko du ETB1en? Txirrindularitza guztik, estropada guztik, bigarren mailako ez dakit zer partidu, Córdoba contra no sé quién...eta gero gauen pelota.

(69 URTE, ORDIZIA)

Betse batzuek, oster, ETB1en programazioan kirol eskaintza oparoi egotea positibotzat jotzen dute, eta katearen puntu gotortzat dauzkate tankera horretako emankizunak. Oro har, kirola gustuko duten 40 urtetik beherako gizonak dira horrelako baieztapenak egiten dituztenak, nahiz eta baden horrelako saioak balioesten duen emakume gazterik.

6.1.4. EITB, erdararen alde

Halaber, EITBk ahalegin eta baliabide gehienak erdarazko telebistan jartzen dituela pentsatzen du solaskideen sektore esanguratsu batek. Gisa horretako adierazpenak egin dituzten pertsonen soslaiak erabat da anitza, eta, hortaz, pertzepzio tranbertsal bati buruz ari garela ondoriozta dezakegu. Irrati-telebista publikoaren saio indartsuenak, apustu sendoa diren programak, ETB2n ematen direla baieztatzen dute:

ETB2k badauzke hainbat programa gero euskeraz egiten ez dituenak. Zergatik ez da euskeraz egiten? Beti bonbo gehiago erderazkoari. Nik uste... Sortu zen alderantziz, sortu zen euskera bultzatzeko, eta orain bihurtu dute propaganda egiteko...

(53 URTE, ATALLU)

Alabaina, ETB1ek eta bertako langileen lana zuritu du parte hartzaile askok, deskribatu berri dugun egoeraren errudun ez direlakoan. Baliabide falta aipatzen da askotan, bai langile kopurari, bai aurrekontuari dagokionez. Dena den, EITBk erdararen aldeko apustu sendoa egiten duela diotenek telebistari buruz ari direla gaineratu beharko genuke puntu honetara iritsita. Izan ere, irrati publikoan euskarazko eta erdarazko komunikabideen artean baliabide desberdintasun handirik ez dela igartzen adierazi digute horri buzuko iruzkinen bat egin duten guztiek.

6.1.5. Autozentramenduaren beharra

Euskarazko hedabideak bere ingurune mediatikoak baldintzatuta daudela argi antzematen dute gurekin mintzatu diren euskaldunek. Halaber, zenbaitzuek uste dute erdarazko hedabideek markatutako irizpideen mende jokatzeko dutela sarritan euskarazkoek.

Zehazki, Espainiako telebista kateen eredia kopiazea egotzen diete, normalean zabarkeriarekin parekatzen duten eredia, gainera. Berez oso egokiak ez diren saioen imitazio merkeak egiteak eta erabakimen propiorik gabe besteek egiten dutena jarraitzeak ez dio ezer onik ekarriko euskarazko hedabideen esparruari, ondoko elkarrizketatuaren irudiko:

Ematen du ari garela beti... ez dakit hori imitazioa den, baina ari gara beti imitazio kutreetan telebistan. Imitazio kutreak izan dira, ba reality-ak. ETB2ko reality entzutetsu hori imitazio moduan sortu zan, eta kriston ikusmina sortzen du, baina euskarazkoek... Kontrako Eztarria, ta sasoi bateko Sorginen Laratza, ziren Tele 5ko eztabaida saio apur bat zoroen imitazio bat zan, eta beti horri begira. Orain sukaldaritza saioak modan jarri direla batean? Ba gu ere bai. Originalago jokatzek, apur bat arriskatzek... Kasu hontan, pilota partiduetatik harago edo kiroletik harago euskaraz badirela beste produktu erakargarri batzuk.

(37 URTE, ALGORTA)

Edukiak eta saioak hautatzerako orduan irizpide propioa izatea eskatzen diote euskarazko telebistari, Madrilgo kateek egiten dutenari erreparatu gabe. Espainian arrakastatsuak diren produktuak inportatzeari uzteko ezintasun horrek eraman ditu sektoreko partaide batzuk krisian murgiltzera, honako solaskideak dioenez:

Nik uste dut hedabide batzuk krisian sartu direla horregatik, kopiazeagatik beste leku batzutan egiten zutena, estatuan edo Madrilen egiten zutena. Eta nolabait ere galdu dute bere esentzia. Baina hasieran Euskal Herriko hedabideak, Nafarroako hedabideak sortzen dira bertako kultura zaintzeko.

(40 URTE, GARES)

Hala, euskarazko komunikabideek eduki aukeraketa autozentratua egin dezaten eskatzen dute kontsumitzaile askok: euskaraz izatea ez da aski, euskaratik sortutakoa behar du, horrek dakarren mundu ikuspegia erdigune izanik eta eredu arrotzak baztertuta. Betertzetik besteek zer egiten duten begiratzen aritzeari kaltegarria deritzote: euskarazkoak

errepikakorrak badira, berritzeko saioek ezin dituzte espainiar komunikabideak oinarri gisa eduki. Saio berritzaileak eskatzen dituzte, baina irizide propioekin egindakoak: autozentratuak eta autoerreferentzialak.

Euskal Telebista bera ere hor dago, gero dago Euskadi Irratia. Gero da hor hartzen dituzten ereduak gustoko dituzun edo...nahiz ta euskeraz jardun oso eredu espainoletatik ari garen. (...) gertatu izan zait Euskadi Irratian goizeko saio...goizeko saioan baino arratsaldetan izaten dira bi, nik ez dakit zeintzuk diren, eta erreferentziak, kantariak, espainiarrak, komentarioak erderaz egiten dituzte..."que si este se ha puesto las bragas, que si no se que" ...ta beti dira erreferentziak gazteleraz, espainiarrak dira erreferentzia asko, ta beste nazioartekoak ere.

(45 URTE, ONDARROA)

6.1.6. Tokikoak: erreferentzialak bere esparruan

Oro har, euskarazko tokiko komunikabideek egiten duten lanarekiko balorazioak positiboak izan dira. Parte hartzaile gehienek eskertzen dute euren bitartez gertuko informazioa euskaraz jasotzeko aukera izatea, eta zenbaitetan esparru horretan liderrak diren erdarazko agerkarien lehiakide eta alternatiba gisa ikusten dituzte, batez ere *Hitza*ren edota *Goienaren* kasuan:

Hitza. Horrek oso ondo funtzionatzen du. Sarea ondo montatuta daka ta notiziak nahiko azkar ematen ditu. Twitterren jarraitzea Hitza oso ondo dago, adibidez; Diario Vascoren alternatiba bezala gai lokalak jorratzeko.

(27 URTE, DONOSTIA)

Hala ere, esan beharra dago tokikoei ez zaiela, printzipioz, nazio mailako komunikabideei beste eskatzen. Aldez aurretik, exijentzia maila baxuagoa da tokikoekin: bere esparruan bere funtzioa betetzea eskatzen zaie, baina hedapen esparru zabalagoa dutenen partetik sakontasun handiagoa

espero dute. Ildo horretan kokatzen da ondorengo lagunak gaiaren inguruan adierazitakoa:

Ta gaiak normalean badakizu, bertako gauza denean normalean gaiak arinagoak izango dira: ba bertako arazoak, bertako gaiak...lokalagoa. Bestea, berriz, Euskal Herri osoko berriak, baita mundu osokoak, eta tartean behin artikulua sakonen bat ere bai...

(50 URTE, ORDIZIA)

Tokiko telebistei buruz hitz egitean, kritika negatiboak nagusitu dira. Saioak behin eta berriro errepikatzen dituztela hautematen dute hainbatek, eta horrek eragiten du idatzizkoen arrakastarik ez lortzea. Aitzitik, gisa horretako iruzkinak egin dituztenek jabetzen dira komunikabide hauen baliabide eskasiaz eta aitortzen dute nahi izanda ere ezingo luketela askoz gehiagorik egin askotariko programazioa izateko:

Eta telebisinoak? Ba ez dakit, Gernikekoa biztuko dabe, baina es ke badinotzut, programazinoe da... un horror. Oin dala bost urte ikusi zendun kontzertu bet... adibidez [*mutil lagunari*] egin dotzien elkarrizketa bat oin dala ez dakit zenbat mila urte, lantzian behin emoten dabe. Es ke holan ezin dozu ein... igual hori da helburue, ze azkenien ezin dozu kritikau hori, ze eurek esaten dabe: “beitxu, gara enpresa txiki bat, telebisiño txiki bat, dekoguz honek gaixek ipintzeko eta bestela, ez dauenien ezer, sartzen dogu musikie, errepikatzen doguz gauzek eta ya está. Ba bueno, egunen baten igual badakizu hamarretan ipintzen dabezela Gerniken pase diren gauzek eta...

(28 URTE, EA)

6.2. ESKAINTZA: ZEREN FALTA SUMATZEN DUTE?

Atal teorikoan gogora ekarri dugun moduan, Moring-ek (2007) azaltzen du hiztunek hizkuntza gutxituko komunikabideak kontsumitzeko joera izango dutela hizkuntza menperatzailekoek besteko eskaintza izatekotan. Hots, egoera berdintasunean kontsumitzaileek hizkuntza gutxituaren alde egingo dute esparru mediatikoan, baina horretarako mota guztietako gaiak jorratu behar dute, euskarri edota formatu guztietan.

Gaur egun euskarazko komunikabideek gai sorta zabala lantzen dute euskarri guztietako bakoitzean, eta azken urteotan aurrerapenak nabarmenak izan dira arlo horretan. Haatik, euskarazko komunikabideak bere osotasunean hartuta, oraindik orain badira bete beharreko hutsune esanguratsu batzuk. Solaskideek ere hala baieztatu digute, eta gehien azpimarratu dituzten gabeziak zerrendatuko ditugu ondorengo lerrootan.

Hasteko, inguruko hizkuntzetan egunkaririk salduenak diren kirol kazeten falta sumatzen dute zenbaitek. Oro har, pertsona kirolzaleez ari gara, 40 urtetik beherakoak eta, kasu gehienetan, gizonezkoak. Dena dela, kirol emanaldiak ikusteko/entzuteko edo prentsa espezializatua irakurtzeko ohitura ez duten solaskideen artean ere badago tankera horretako edukien falta nabarmentzen duenik. Arreta eman digu kirolari buruzko edukien falta baino gehiago kirol egunkari baten gabezia jartzen dela azentuan. Ez da generikoki hitz egiten, zuzeneko alderaketak egiten dira inguruko hizkuntzetan arrakastatsuenak diren produktuekin. Gehienetan Espainiako *Marca* egunkariarekin egiten dira konparazioak:

Erderaz prensa pilo bat dakazu. Etortzen zara taberna honea eta ez dago prensa euskaraz. Berria oso taberna gutxitan dago. Den erdaraz da. Eta dagoen bakarra bada, beste egunkari guztiak erdarazkoak izango dira, nahiz ta Marca izan,

baina es ke ez dago periodiko bat kiroletaz hitz egiten duna euskeraz. Nik guzti hoi egotea ondo iruditzen zait.

(48 URTE, ANOETA)

Solaskide honen aipuan hedapen zabala duen beste pertzepzio bat azaltzen da, hain zuzen ere, euskarazko hedabideen *monokultiboari* dagokiona. Ikuspegi horren arabera, komunikabide mota bakoitzean komunikabide erreferentzial bakarra legoke euskaraz, eta horrek asko zailduko luke kontsumoa, hainbat arrazoi direla medio. Izan ere, euskarazkoak ordezkatzeko dituen hedabide jakin hori gustuko ez izatea nahikoa izango litzateke dena delako komunikabide motan egiten den kontsumo guztia erdaretan egiteko. Hurrenez hurren *Berria*, *Argia*, *Euskadi Irratia* eta *ETB1* lirateke erreferentzia nagusiak egunkarien, aldizkarien, irratiairen eta telebistaren kasuetan.

Es ke kontua da euskarazko komunikabideak, euskarazko komunikabideak [*euskara hutsezkoak direla enfatizatuz*] soilik bat ezagutzen dut. Bueno, bi Guaixerekin, baina holan nazional mailan bat ezagutzen dut eta Berria da. Ez dut besterik ezagutzen. Pena emnago zidan galtzen bada bidean, izanda euskarazko informazio gune bakarra. Euskara soilean.

(28 URTE, ALTSASU)

Hortaz, pasarte honetan aditzera ematen den moduan eta aurreko puntuan azaldu dugunaren ildotik, parte hartzaileek sentitzen dute bi maila desberdinetan daudela eskualdeko edo tokiko komunikabideak, batetik, eta nazio mailakoak, bestetik. Kualitatiboki bi plano diferenteetan dauden errealitatez hitz egiten dute alderaketa egitean:

Hombre, ideala litzateke euskaldunon ikuspegitik aukera gehiago izatea. Aukera gehiago badira, badakit, hedabide lokalak eta irratia lokalak eta abar, baina Euskadi Irratiaren parean beste aukera batzuk izatea.

(37 URTE, ALGORTA)

Euskarazko sektorearen baitako konparazioak eta iruzkinekin batera, baina, euskarazkoen eta erdarazkoen eskaintza ere alderatu du parte

hartzaile ugari. Oro har, erdarazko komunikabideen eskaintza osoagoa dela antzematen dute, batzuek pertzepzio hori euskararen egoera orokorrarekin lotzen dutelarik. Hala, komunikabideen alorrean ere erdarazkoek euskarazkoak mendean hartzea bi hizkuntzen arteko harreman orokorraren isla litzateke, eta, aldi berean, euskararen mendekotasun egoera elikatzen du desoreka mediatikoak:

Oraindik ere dislexia [*diglosia esan nahi du*] moduko bat bada gu guztiongan (...) gero sekulako eskeintza dago erderaz eta abar, ba hoixe, euskeraz trebatzea beste pauso bat da, ta batzutan ematen ez deguna, erabiltzen dugun batzutan euskera exkaxarekin edota ez erreztasunagatik, ba beste aldera jotzen degu. (...) Azkenean behartuta bezela sentitzen zera, eta hizkuntza mailean ere zerbait...ba eskakizuna zenbat eta gehio jotzen dala gora, ba adibidez egunkaria irakurtzean, ba klaro, zailtasun horiek norberak ez baditu gainditzen berez ez dira gaindituko. Eta gaztelaniaren eskeintza hain anitza da...

(48 URTE, EIBAR)

Alabaina, euskarazko komunikabideek euren intereseko esparru guztiei jarraipena egiten dietela aipatu duten solaskideekin ere egin dugu topo. Hala, askotan elkarriketatu baten afizioen arabera da euskarazkoen eskaintza osotasunaren inguruko pertzepzioa. Horrez gain, zenbaitek uste du komunikabide kopurua handitzea ez litzatekeela komenigarria, eta oraingoz existitzen diren proiektuek osatu beharko luketela sektorea:

-Etorkizunera begira nola ikusten dituzue euskarazko komunikabideak? Jendeak gehiago erabiliko ditu?

- Ene inpresionea, habo izanen dela, ene ustez, ez... ez genüke behar, ene ustez deja baditügünak behar güntüzke huntza eabili. Ene ustez, e! Voilà, hoietan oinarritü eta horrela.

(33 URTE, EZPEIZE)

Inpresio horren oinarrian komunikabideen bideragarritasunari buruzko hausnarketa bat dago. Izan ere, euskarazkoek kontsumitzaile kopuru mugatua dutela uste dute zenbaitek, eta, ondorioz, mugatua den publiko

hori segmentatzeak proiektuen iraunkortasun ekonomikoa kolokan jarriko luke, ondorengo solaskideak adierazten duenez:

-Euskerazkoak nola ikusten dituzu, ahul ala indartsu? Uste duzu etorkizunean batzuk bidetik geldituko direla, edo gehiago agertuko direla?

-Gehiago ez det uste. Eta nik uste det gehiago ez liekela agertu behar, ez? Ze nik uste daukala bezero mugatu bat eta gehiago agertzen baldin badira sakabanatu egin behar da, ordun okerrago.

(42 URTE, URRETXU)

6.3. SEKTOREAREN EGITURA

Argitara eman dugun azken elkarrizketa pasartearen protagonistak azaldu duenaren ildotik, hainbat izan dira euskarazko komunikabideek sektore gisa izan beharko luketen egituraren inguruko iruzkinak. Barne berregituraketarako proposamenetatik arlo ekonomikoari buruzko ideietara, gai honen inguruko arlo ugari jorratu dituzte.

6.3.1. Saretzearen beharra

Euskarazko komunikabideen arteko elkarlana sustatzearen beharraz ohartarazi digu solaskide batek. Baliabide eskasiari aurre egiteko, eta optimizazioaren izenean, edukiak birziklatzea proposatu du. Zehazki, produktu berritzaileei ikusgaitasuna emateko bide gisa dakusa elkarlana, *ad nauseam* errepikatutako emankizunen espiraletik irteteko alternatiba gisa, alegia. Ideia hori nola gauza daitekeen irudikatzeko, hasiera batean *Argiaren* web telebistan eman zen *Damutuko* *zai̯zute!* saioa aipatu du, gerora *Hamaika Telebistan* ere ikusgai izan dena:

-Ez dut aipatu, baina beste hedabide bat nik kontsumitzen dudana, igual nahi baino gutxiago, baina Hamaika Telebista da, eta Hamaika Telebistak azken Euskal Herriko Bertsolari Txapelketaren jarraipena egin zuen, eta bazeukan saio bat, nolabaiteko parodia zana, ez dakit Argiaren bitartez zan...

-Argiarena zan, de hecho

- Argiarena zan, eta han emititzen zuten, Hamaika Telebistan. Ba hor, joe, Argia eta... ba halakoak egin behar dira.

(37 URTE, ALGORTA)

Horrez gain, euskarazko komunikazio proiektuak bideragarriak izan daitezzen gutxieneko tamaina izan beharko luketela iradoki du beste parte hartzaile batek. Hala, sektoreak saretze eta berregituratze prozesu sakona egitea proposatu du, egungo zenbait komunikabideek aurrera jarraitu ahal izateko nahikoa dimentsio ez dutela iritzita. Haatik, azken urteetan egituraketa mailan aurrerapauso garrantzitsuak eman direla onartu, eta Tokikomen sorrera aipatzen du norabide onean emandako urrats gisara:

Egoera ikusita beste gauza batzutan behintzat atal indibidualetan lan egitea azkenean da jende pila bat gauza bera edo lan bera egitea. Orduan nik uste zelan edo halan bateratu behar dela. Zelan ez dakit, mundu hori ez dudalako ezagutzen, baina orain dela gutxi egon da, ez? Tokikomen edo zeren ez dakit zer. Atzo entzun nuen, Urko Aristi, ez dakit zer, baina hori. Ba halako gauzak, batzea eta zertzea, irratiek egin duten moduan edo... ondo dagoela. Bakoitzak berea mantendu beharko luke, nere ustez, baina klaro, hamar pertsonarekin edo bost pertsonarekin barik bikin mantentzen baduzu zure inguruan egin nahi duzuna, eta beste medioa ematen badu orokor batek, ba askoz hobeto.

(58 URTE, ELORRIO)

Azken esaldi horretan, 2013an Tokikomek berak bultzatuta *Euskal Hedabideen Etxea* txostenean aipatutako bi solairuko etxearen antza handia duen eskema antzeman daiteke (Tokikom, 2013: 42): tokiko informazioa bertako proiektuek landuko lukete (beheko solairua) eta albiste orokorrak, berriz, hedapen esparru nazionala duten komunikabideen eremua litzateke. Ildo beretik, baina ñabardura

esanguratsuekin, ondorengo solaskideak eragile ezberdinen lankidetzagisa baino gehiago, proiektu zentral baten delegazioen bitartez egituratuko luke informazio esparru nazionalaren eta lokalaren arteko harremana.

Hala, elkarrizketatu honen proposamena irudikatzeko metafora egokia enbor sendoa eta leku guztietara hedatzen diren adarrak dituen zuhaitzarena litzateke, eta ez bi solairuko etxearena. Eskualde bakoitzean tokiko edizioa duen enpresa bakarrarena da eredu, eta *El Correo* aipatzen du horren adibide arrakastatsu gisa:

-Ordun, jendeak gertukotasuna baloratzen du.

Bai, nik pentsetan dot baietz. Teknologia berriegaz ziur hori aldatuko dala asko, ze azkenien izengo da telebistak asko aldatuko diez hametik urte gitxitara, baina nik uste dot formula azkenien hori dala, hori da dianoan jo. Zenbat eta talde gitxiau...joder, hori da interneten eitxen dana: zenbat eta segmentatu gehixau publikoa, orduan erreza da hara heltzea, ta eukin gauza batzuk komunek eta beste batzuk lokalak.

-Target txikiak eukin, baina target hoietan eukin %100etik gertuko penetrazinoa?

-Hori da! Hori da, teknikoak dan terminoagaz esanda. Target batera hara zelan juen, ba zenbat eta txikiau, eta hortxe iguel eukin ba ehuneko kopuru altu bat. Eta gero eukin beste maila baten, eta han ez dekozu hainbeste baina dekozu...kadenek holan itxen dabez, e? Kadena haundiek. Nik pentsetan dot hori izengo zala iguel modue.

(53 URTE, PORTUGALETE)

Euskarazkoetara ekarrita, pertsona honen ideia Euskarazko Komunikazio Taldeak eskualdeetako agerkariak martxan jartzean inplementatu zuena litzateke, baina nazio mailako kazeta (*Berria*) eta eskualdekoak (*Hitza*) marka bakarrean bilduta.

6.3.2. Behar ekonomikoak: diruaren balazta

Egiturazko aldaketak abiarazteko edo eduki aldetik egon daitezkeen hutsuneak betetzeko, baina, euskarazkoen oztoporik handiena baliabide ekonomikoen gabezia dela susmatzen du hainbatek. Zailtzat jotzen dute arlo oso espezifikoak lantzen dituzten saioak edo argitalpenak euskaraz sortu ahal izatea, hizkuntzaren tamainak berak ez duelako target espezifikoari zuzendutako produktu bideragarriak kaleratzeko aukerarik ematen:

-Orain komentatu duzuenaren haritik: nabaritzen da badaudela esparru batzuk euskarazko komunikabideek ez dituztenak bete?

- Agian bai, baina nik uste dut baita ere oso zaila dala, ze erderaz ere, erdera askoz hizkuntza hedatuagoa izanik, esan nahi det, hiltun gehiago izanda eta aukera gehiago saltzeko, noski, aldizkari bat egiten duenak ere saldu behar du, gastuak betetzeko eta zeozer irabazteko, suposatzen dut. Eta ordun, nik ikusten dut esparru konketuak direnean, berezituak, zaila dala. Ulertzen det aldi berean: pena ematen dit, baina ulertzen det.

(50 URTE, ORDIZIA)

Etorkizunera begirako proiektzioak egitean, oso sektore esanguratsu batek adierazi du euskarazko komunikabideek sostengu ekonomikoa beharko dutela, eta babes horretan herritarrak aktore nagusienetakoak izan beharko dutela. Hots, hedabideak biziraun dezaten komunitate sendo bat oinarri izan beharko dutela sinesten dute:

-ORD69: Ikusi behar da bai Hitzak eta bai Berriak eta bai Garak badutela oinarri sendoa, ez? Orduan, formatua aldatu eta pixkat eskuragarri jarrita, nahiz ta kuota bat edo hainbeste ordaindu, hori mantenduko da. Adibidez, Diario Vasco bat? Ba ez dakit izango dun posible mantentzea. Gure kasuan nahiko militantzia ikusten det.

-ORD50: Bai, horretara joan behar nuen nik, bai, bai, bai. Oraindik, zorionez, euskaldunok zeozer ona badaukagu da

kontzientzia eta militantzia, orduan horrek egiten digu batzutan... eta laguntza eman behar bada, eta orduan... Alde hortatik nik uste eutsiko diogula, baina lanak izango ditugu.
(69 URTE, ORDIZIA; 50 URTE, ORDIZIA)

Oro har herritarrek euskarazko komunikabideekiko inplikazioa agertu dutela eta etorkizunean ere militantzia horri eutsiko diotela adierazi dute horri buruz mintzatu diren solaskideek, baina berriz ere erakundeen dirulaguntzen inguruko zalantzak agertu izan dira negatiboagoak izan diren balorazio apurretan. Era batera zein bestera, azpimarratzeko modukoa da komunitate militante batean oinarritutako komunikabideez hitz egin duten mintzakide gehienak ondoko deskribapenarekin bat datozela: 40 urtetik gorakoak dira, euskara gaztelania beste edo gehiago erabiltzen dute, euskarazko komunikabideen ohiko erabiltzaileak dira eta euskarazko komunikabide baten ordainpeko harpidedunak dira edo izan dira.

Bestalde, dagoeneko existitzen diren komunikabideez aparte euskaraz ondo landutako proiektu erakargarri berriak abian jartzeko nahikoa kazetari dagoen zalantzan jarri duenik badago. Finean, hizkuntza komunitatearen neurriari lotutako beste arazo batekin egiten dugu tupust, euskarazko eskaintza handitzeko giza kapital nahikorik ez dagoela uste baitu hurrengo hizlariak:

**-Aipatu duzu eskaintza falta. Somatzen da aniztasun falta?
Irrati nazional bakarra, egunkari nazional bakarra...**

- Bai, bai. Jo, horrek etorri behar luke, baina gaur egun oso zail ikusten dot, oso zail. Ez dakit oso errealista izango litzatekeen. Gero ikusi beharko genuke zenbat jende kualifikatu legokeen horretarako, kazetari mailan, kazetari euskaldun onak irratirako balio dutenak. Ez dakit, gure herriak, alde horretatik, momentuz, ez du ematen.

(37 URTE, ALGORTA)

6.3.3. Komunikabidea: normalizazioaren eragile nagusi

Aurreko atalean aipatu dugu euskarazko komunikabideek komunitate sendo eta arduratua behar dutela bizirauteko. Alabaina, aldi berean elkarrizketatu askok aipatu dute hiztun komunitateak komunikabideak behar dituela aurrera segitzeko.

Hortaz, hizkuntzaren iraupenerako hiztunak funtsezko elementu badira, beroriek hizkuntzari garapen integrala eman ahal izateko komunikabideak ezinbestekoak dira. Finean, komunikabideak normalizazioaren eragile nagusien artean kokatu dituzte solaskideek. Komunikabideek komunitatea behar dute, baina komunitateak ere komunikabideak behar ditu:

Nik uste det...Hizkuntzaren normalizazioan beharrezkoa da ere bai, ez? O sea, esan nahi det, hizkuntza bat jende artian naturala erabiltzeko eta normalizatua egoteko ahalik eta aspektu gehien bete behar ditu. Hezkuntzan bai, komunikabideetan bai, harremanetan bai...zenbat eta zabalago hobeto, pues hori mantentzea bai, beharrezkoa da bai ala bai.

(18 URTE, LEZO)

6.3.4. Barka eragozpenak: arazo teknikoak

Sektoreak konpondu beharreko egiturazko beste arazo garrantzitsua zenbait zonaldetan identifikatutako sintonizazio eskasaren ingurukoa litzateke. Izan ere, hainbat lagunek esan digute euskarazko irrati edo telebista kateak hartzeko zailtasun handiak dituztela edo, besterik gabe, ezinezkoa dela haiek behar bezala ikustea edo entzutea.

Zehaztu beharra dago sintonizazio arazoez kexu agertu diren gehienak 10.000 biztanle baino gutxiago dituzten udalerrietan bizi direla. Tokiko irratien zein telebisten seinaleari lotutako zenbait iruzkin azaleratu izanagatik⁴⁴, solaskide gehienek EITBren kateak aipatu dituzte. Elkarrizketatu nafarren kasua berezia da, eurei dagokionez sintonizazio arazoak ez baitira estaldura desegokiaren ondorio, Nafarroako Foru Gobernuaren irizpide politikoen ondorio baizik. Lerro hauen irakurleak ondo gogoratuko duenez, 2009tik ETB modu analogikoan baino ezin da ikusi, LTD⁴⁵ sistema abian jarri zenetik aitzakia legalak eta ekonomikoak erabili baititu gobernuak ETB ez dadin Nafarroan ikusi. Egiazki, solaskide nafarrek euren agintariek erakusten ez duten borondate politikoen ondorioak pairatzen dituzte auzi honi dagokionez, interesatuek beraiek adierazten duten moduan:

-Horri buruz ez dogu berba egin, baina klaro, zeuek ez dozeu ETB1 ondo harrapatzen? Edo ETB1 bai eta ETB3 ez?

-ETB3 ez da hartzen. Hemen ez da digitala, orduan bakarrik analogikoak daude, 1a eta 2a. Hemen hartzen dugu, eta beste batzutan ez dute hartzen.

-Hori beste zailtasun bat da, nahiz ta gustatu edo ez ETB1.

-Bai, bai. Hemen? Zailtasunak, denak.

(36 URTE, IRUÑEA)

Lagun iruindar honek adierazi digunez, nafarrek EITBren lehenenego bi kanalak ikusteko aukera izan badute, baina soilik analogikoaren bidez. Kontuan izanik telebista aparatu askotan digitaletik analogikora aldatu ahal izateko kablea kendu eta beste ziri batean konektatu beharra dagoela, desabantaila aparta dute analogikoan baino ez dauden kanalek. Ondorengo pertsonak azaltzen du operazioak ahalegin gehigarria eskatzen duela, telebista ikustea zuzenki lotzen zaiola erosotasunari, eta, hortaz, gehienetan ez duela ETB ikusi ahal izateko hartu beharko lukeen lana hartzen:

⁴⁴ Bizkaia Irratia, Euskalerria Irratia, Goiena Telebista, Oizmendia Telebista, Info7 Irratia eta Hamaita Telebista aipatu du elkarrizketatu banak.

⁴⁵ Lurreko Telebista Digitala.

-Hemen ETB1 hartzeko arazoak dituzue, ezta?

-Bai. Orain telebista berriek badute antena edo TDT jartzeko aukera, orduan mugimendu batez...baina bueno, aldatu behar duzu sintonia, edo bestela antena aldatu! TDT katxarrotoik kendu, telebistan sartu eta ETB jarri.

-Hori egin behar baduzu...

-Akabo, akabo! Es ke ya ez duzu jartzen. Zapping egiten ari naizenean joaten naiz gora eta behera, eta hor ez dago ETB. Bilatu behar duzu, momentu bat galdu hor, eta aber zer dagoen eta bueltatu. Yo que sé, batzutan ezta burutik pasatu ere: bazaude momentu batean hor sofán, pasatzen duzu, “ai, begira zer dagoen; aurrera”. Punto.

(27 URTE, DEIKAZTELU)

6.4. ESKURAGARRITASUNA ETA PRESENTZIA

Euskarazko komunikabideak eskuratzeko erraztasunaren inguruan mintzakideek dituzten pertzepzioengan arreta berezia jarri dugu. Zehazki, idatzizko prentsaren eskuragarritasunari buruz galdetu diegu, aurretik aletu ditugun sintonizazio arazorik egon ezean ez baitago alderik telebistan, irratan zein interneten euskarazkoen eta erdarazkoen artean. Hasteko, paperezko kazetak aurkitzen errazak direla uste duten solaskideez jardungo dugu, eta eskuragarriak ez direla uste duten lagunez, ondoren. Eskuragarritasunaren inguruko pertzepzioak deskribatu ostean euskarazkoek euren gertuko ingurunetan duten presentziari buruzko iritziak bilduko ditugu.

6.4.1. Eskuragarritasuna, hedabide motaren arabera

Oro har, Euskal Autonomia Erkidegoan elkarriketatu ditugun pertsonen kioskora jaistekotan euskarazko egunkariak erraz aurkituko lituzketen sententzia daukate. Hautemate orokortu honetan ez du eragin handirik

solaskidearen soslaiak, ezta bizi den herriko biztanle kopuruak. Ipar Euskal Herriari dagokionez, hirietan bizi diren pertsonek 2000 biztanle baino gutxiagoko herrietan bizi direnek baino pertzepzio positiboagoa dute euskarazkoen eskuragarritasunarekiko. Nafarroan, berriz, euskarazko prentsa eskuragarria dela diote batzuek, eta beste batzuek, gero ikusiko dugunez, errazagoa dela gaztelaniazkoa aurkitzea.

Dena dela, zehaztu beharko litzateke erosteko erraztasunarekiko pertzepzioa aldatu egiten dela aldizkarietara buruz hitz egiterakoan. Izan ere, euren herrietan euskarazko egunkariak erostea erraza izango litzatekeela dioten zenbait elkarrizketatutako zehaztu dute aldizkariaren kasuan askoz gehiago bilatu beharko luketela erosi nahi izanez gero. Gainera, tankera horretako iruzkinak egin dituzten gehienek euskarazko komunikabideen ohiko erabiltzaileak dira eta, hurrengo elkarrizketa pasarteak erakusten digun moduan, zenbait kasutan euskarak indar demolinguistikoa nabarmena duen eskualdeetan bizi dira:

-Kioskora jaitsi eta euskerazkoak erraz aurkituko zenituzkete, edo besteak baino gehiago bilatu behar dira?

-ORD50: Aldizkariak-eta? Askoz gehiago bilatu behar dira. Dudarik gabe.

-ORD69: Bai, eta Argia eta hori adibidez, liburutegira juten zeranean eskura daukazu. Baina kioskoan nik ez dut inoiz ikusi Argia ta halako euskerazko...

(50 URTE, ORDIZIA; 69 URTE, ORDIZIA)

Hala, eremu euskaldunetan ere euskarazko aldizkariaren hornidura erdipurdikotzat jotzen dute mintzakide batzuek. Dena den, esan beharra dago aldizkarietara mintzo garenean *Argiaz* ari garela gehienetan. Lehenago esan dugun moduan, komunikabide mota bakoitzeko euskarazko proiektu banak lortzen du erreferentzialtasuna, eta kasu honetan ere *Argia* ageri zaigu euskarazko aldizkariaren ordezkari nagusi eta ia bakar gisa solaskideen diskurtsoetan.

6.4.2. Eskuragarritasuna, herriaren tamainaren araberakoa

Aipatu berri dugun legez, Ipar Euskal Herriko herri txikietan bizi diren solaskideen artean errepikatzen dira euskarazko agerkariak herrian erosteko ezinari buruzko kontakizunak. Bidarraitar honek azaltzen digun moduan, ahalegin berezia eskatzen du euskarazko egunkaria erosteak, eta horrek erdarazkoen aurrean lehiakortasuna galtzea eragiten du:

Bidarrain, erosi nahi badut Berria, joan behar dut edo Baigorriat edo Donibane Garazirat edo Kanborat. Beti hartu behar dut kotxez 20 minutu. Nahi badut erosi Sud Ouest, banoa Bidarrain eta kilometro bat gidatu behar dut.

(32 URTE, BIDARRAI)

Deskribatzen ari garen joera Bidasoaren ipar ertzean bereiziki nabarmena izanagatik, Hego Euskal Herriko udalerri txikietan ere aipatu dute euskarazko prentsa erosteko ondoko herrira joan behar dutela, bertoko saltokietan erdarazkoak baino ez daudelako. Haatik, lehen zonalde soziolinguistikoko herri handietan bizi diren zenbait elkarrizketatuk ere antzeman dute euren gertuko kioskoan euskarazkoak ez direla ageri:

-Erreza da euskerazkoak aurkitzea. Zeu oin jeitsiko bazina bardin-bardin aurkituko zeunke Berria eta Diario de Navarra, edo errazagoa da gaztelaniazkoak aurkitzea Burlata baten?

-Burlata baten...uf, ez dakit, ez dut bilatzen, egia esan. Ez dut pentsatu. Nik uste dut gaztelaniazkoa errezagoa litzatekela. Nik uste. Ah, bai, okindegian adibidez, bai.

-Noticias eta DN leku guztietan dauz, baina besteak...

-Bai, hori da, bilatu egin behar.

(36 URTE, IRUÑEA)

Bestalde, oso esanguratsua iruditzen zaigu aldizkarien eskuragarritasunari buruz aritzean behin baino gehiagotan liburutegia aipatu digutela solaskideek. Hala, kioskoan aurkitzen ez diren argitalpen horientzako

babesleku gisa dakusatela esan daiteke, kioskan aurkitzen ez diren euskarazko aldizkariak irakurtzeko aukera bermatzen duen toki gisa, alegia. Halaber, Nafarroako hizkuntza-zonifikazioaren ondorioz, legeak *eremu euskaldun* gisa definitzen duen zonaldetik kanpo dauden udalerrietan aldizkarienezako leku ziur hori ere kolokan dago, eta euren presentzia gertakari ziur izatetik ausazkoa izatera igarotzen da:

-Baina kioskoan?

-Bueno, beti daukate Berria, egunero, aspalditik. Nik lehen, EGA atera baino lehen hartzen nuen Egunkaria, garai hartan.

-Beraz, eskuragarria da?

-Bai, bai. Baina Argia aldizkaria, berriz...ez dakit, igual zailtasun gehiago. Gero liburutegian. Liburutegian badago Argia, badago Gaztezulo, gainera guk bultzatzen dugu euskara zerbitzutik, euskal kultura eta irakurzaletasuna bultzatzeko. Eta bueno, zortea, liburuzaina euskalduna delako, eta persona kontzientziatua. Oso inportantea da liburuzain kontzientziatua izatea, berez, lege, ez litzatekeelako zertan egon euskaldunik. Horrek ere laguntzen du ikaragarri izateko euskal literatura eta prentsa liburutegian.

(40 URTE, GARES)

6.4.3. Presentzia: ikusgaitasun publiko urria, tokikoek salbu

Komunikabideen eskuragarritasunarekin lotuta dago euren presentzia publikoa, nahiz eta askotan lehenengoak ez duen bigarrena bermatzen. Hain zuzen ere, hori da euskarazko komunikabiden kasua: berauek aurkitzeko erraztasuna dena delarik, saltoki eta gune publikoetan erdarazkoek lortzen dute ikusgaitasuna.

Kontuan harturik paperezko prentsa tabernan bakarrik irakurtzen duten parte hartzaileen sektorea egon badagoela, espazio horietan presentzia bermatzeak bultzada garrantzitsua emango lieke euskarazko egunkari

zein aldizkariei. Bada erdarazkoek ikusgaitasun publikoa kapitalizatzeak duen ondorioez jabetuta, esparru horretan indarra egitea eskatu dionik sektoreari edo honen erreferentziazko kideren bati:

Berria, tabernetan ere, gutxi ikusten da. Kanpainia bat egin beharko lukete, ze gehiena Diario Vasco egoten da.

(69 URTE, ORDIZIA)

Presentzia publiko horren bidez, erdarazko prentsak zentraltasuna eskuratzen du, normaltasunaren irudia, zilegitasun soziala. Eguneroko bizitzan presente egonez elementu arrunt bilakatzen dira eta euskarazkoak, gutxiago ikusiak izatearen poderioz, gizarte segmentu oso jakinetara lotuta bukatzen dute zenbait mintzakideren iruditerian:

-URD37: Jo, baina oooso Berria gutxi ikusten dira hemendik, e? Zu zoaz tabernetara, eta taberna gehienetan bizpahiru egunkari badaude.

-AMU41: Hori egia da.

-URD37: Eta Berria ikustea oso zaila da.

-AMU41: Pues egongo da Herriko eta...

(37 URTE, URDUÑA; 41 URTE, AMURRIO)

Herrialdetik herrialdera aldatu egiten dira mintzakideen esanetan tabernetan gehien ikusten diren egunkariak, baina bitxia da ikustea tokia edozein delarik *binomioak* nagusitzen direla. Nagusiki hauexek dira, mintzakideen esanetan, tabernetan gehien ikusten diren egunkari bikoteak: *El Correo/Noticias* Araban, *Diario de Navarra/Noticias* Nafarroan eta *Diario Vasco/Gara* Gipuzkoan. Bizkaian, berriz, *El Correo* da beti agertzen den egunkaria, eta *Deia* eta *Gara* dira, nork hitz egiten duen, bikoteko beste partaideak. Ipar Euskal Herrian, berriz, elkarrizketatuek ez dute tabernetan irakurgai diren kazeten inguruko iruzkinik egin, baina lehenago ere esan dugu *Sud Ouesten* nagusitasun soziala erabatekotzat jotzen dutela guztiek.

Haatik, esan beharra dago euskarazko tokiko agerkaririk dagoen tokietan oro har oso balorazio positiboak jaso direla horien presentzia

publikoarekiko. Ikusgaitasun horrek proiektuarekin estuki engaiaturik ez dauden erabiltzaileak erakartzeko amua izan daitekeela argi eta garbi iradokitzen du solaskide ermuar honen hausnarketak:

Ez dakit zenbat jendeak jasotzen dogun Drogetenitturri etxian. Igual asko ez gara izango, baina es ke taberna guztietan dago, guztietan. Eta medikura baldin bazoiaz be bai, eta juten bazara dentistara be bai. Ordun zaila da ez ezagutzea eta gainetik...ba lehen komentatu doguna. “Ez dot ezer ulertuko, baina argazkia beitu egingo ditut. Ah, beitu nor dagoan hor”.

(38 URTE, ERMUA)

6.4.4. Euskarazkoen ezagutza

Eskuragarritasunaren eta presentzia publikoaren gaiari lotuta agertu zaigu elkarrizketatan euskarazko komunikabideen ezagutzari buruzko auzia. Ondoren ikusiko dugunez, eguneroko praktika mediatikoen arabera eta testuinguruaren arabera aldatzen dira solaskideek gai honen inguruan dituzten iritziak.

Euskarazko komunikabideak ezagunak direla adierazi duten elkarrizketatu askok ñabardura oso esanguratsua egin diote baieztapen horri: jendeak jakin badakien arren existitzen direla, ez ditu erabiltzen. Pertzepzio nahiko hedatua da, eta elkarren artean oso ezaugarri desberdinak dituzten mintzakideen artean, gainera. Ondorengo elkarrizketa pasarteak erakusten duenez, euskarazko hedabideen artean erreferentzialak direnek ere ezin dute erdarazkoekin lehiatu:

-Orduan, inguruan uste dozue ETB1, Berria ta hoiek, presentzia dute? Jendeak ezagutzen dauz?

-LEM68: Bai, bai.

-LEM71: Bai, ezagutu bai.

-LEM68: Ah, baia erderazkoa gehiau saltzen da. Ze Deiak ta Correoak doble salduten deure besteak baino. Ta Berria gitxiau Deia baino.

(68 URTE, LEMOA; 71 URTE, LEMOA)

Hala ere, eskualdetik eskualdera eta herrialdetik herrialdera aldatu egiten da erdarazkoen nagusitasunari buruzko pertzepzioa. Lemoan jaio eta Bilboaldean bizi diren aurreko bi pertsonak *El Correo* eta *Deia* egunkaririk salduenak direnik ez dute zalantzan jarri ere egiten, baina ondoko solaskide anoetarrak ez du hain argi adierazten *Diario Vasco* denik kazetarik hedatuena, nahiz eta horren susmoa izan baduen:

-Hedabide txikiez hitz egin dugu. Zuk uste duzu jendeak ezagutzen dituela?

-Bai, nere inguruan bai, eskualde hontan bai. Eskualde hontan gutxi eongo dira Ataria ezagutzen ez dutenak. Gara eta Berria ere bai esango nuke, jende guztiak ezagutzen du.

-Gauza bat da ezagutzea, eta beste bat erabiltzea. Gehiago erabiltzen dira gaztelaniazkoak hemen, edo euskerazkoak?

-Nik duda egingo nuke, eh? Igual gaztelaniazkoak gehio erabiltzen die, eh?

-Asko esaten da DV dela salduena Gipuzkoan, ez?

-Eta izango da gainera, seguru izango dala Diario...

-Hemen inguruan be bai?

-Bai. Zu hemen etxe euskaldun askotan...Diario Vasco erosten due.

(48 URTE, ANOETA)

Euskarazko hedabideak nahikoa ezagunak ez direla esaten duten solaskideen artean talde gutxi batzuk bereizi daitezke. Alde batetik, Ipar Euskal Herriko solaskideak leudeke. Izan ere, elkarriketetan parte hartu duten zuberotar, baxenafar eta lapurtar guztien inpresioa da euren gertuko pertsonen artean euskarazko proiektuak ez direla aski ezagunak. Gainera, hautemate hori prentsaren esparruan hiru lurraldeetan *Sud Ouest* duen nagusitasunarekin lotu du batek baino gehiagok, eta bada, ondorengo mintzakidearen moduan, bestelako hedabide mota batzuetan nagusi diren kateak aipatzen duenik:

-Zuk uste duzu gizartean, orokorrean, euskarazko hedabideak ezagunak direla?

-Ez aski. Hala ere hemen egunkari batek eta irrati kate batek daukate entzun eta irakurle goaren monopoliorik handiena: Sud Ouest eta France Bleu Pays Basque. Orduan, horiek dira

gehien entzuten diren eta irakurtzen diren komunikabideak. Besteak existitzen direla baten batek jakingo du, baina... Ez da erreflexu bat izaten jendearentzat euskal komunikabideetara jotzea.

(44 URTE, BAIONA)

Horretaz aparte, zenbaitek agerian utzi dute eskura duen euskarazko eskaintza ez dutela ondo ezagutzen. Lehenengo pertsonan deklinatutako ezezagutza honen protagonistak bizkaitarrak edo arabarrak dira, lehenengo edo bigarren zonalde soziolinguistikoa bizi dira, gaztelania euskara baino gehiago erabiltzen dute, euren kontsumo mediatiko gehiena gaztelaniaz egiten dute eta euskara ez zuten etxean ikasi. Kasu gehienetan, euren eskualdeko tokiko euskarazko agerkariak ezagutzen ez zituztela adierazi dute, baina kontuan hartu behar da solaskide hauek ez dutela internet erabiltzen informazioa jasotzeko eta elkarrizketatu genituen momentuan artean paperean atera gabeak zirela *Aiaraldea* eta *Alea*. Hortaz, ezezagutza horren gakoa, zenbaitetan, komunikabidearen euskarrian egon daitekeela iradokitzen dute mintzakide gasteiztar honen hitzek:

-Eta uste duzu jendeak ezagutzen dituela tokiko euskarazko hoiek, edo ezezagunak dira?

-Ba nik adibidez hirinet.net ez nuen ezagutzen, orduan... Ba suposatzen dut jende asko egongo dela ezagutzen ez duena. Begira, nik lehen erabiltzen nuen informazioa euskeraz, zen Geu Gasteiz, bidaltzen zutela hilabetero etxera, eta hori beti irakurtzen nuen. Baina bueno, orain dela urte batzuk desagertu zen.

(31 URTE, GASTEIZ)

Azkenik, badira euskarazko komunikabideen ezezagutzari buruz hirugarren pertsonan berba egiten duten ohiko kontsumitzaileak. Sektoreko partaideren baten bazkide edo harpidedunak dira (edo izan dira iraganean), euskara gaztelania beste edo gehiago erabiltzen dute eta gipuzkoarrak edo bizkaitarrak dira. Hurrengo mintzakideak adierazten duenez euskarri bakoitzean erreferentziazkoak diren komunikabideak

alde batera utzita, euskarazkoak ez dira ezagunak eta are gutxiago erabiliak:

-Jendeak ezagutzen ditu beste aukera hoiek?

-Klaro, hori da. Ba ezagutu beharko lituzke. Nik esango nuke... aber, har dezagun nire kuadrilla lagin moduan. Ba... ezagutu akaso bai, erabili gutxi. Euskara erabiltzen dan kuadrilla batean, gurean adibidez, euskarazko ohiko komunikabideak gutxi erabiltzen dira, eta ezohizkoak edo berriak, Hamaika Telebista eta holakoak, gutxiago. Eta ezagutuko dituzte betiko aurpegiak, baina galdetuz gero Hamaika Telebistan egiten dan tertulia hori, tertulia politikoa dala, edo bestelako saioak, horren berri ez daukate.

(37 URTE, ALGORTA)

6.5. EUSKARAZKO KOMUNIKABIDEEN ETORKIZUNAREKIKO HAUTEMATEAK

Euskarazko komunikabideek urte batzuk barru biziko duten egoeraren inguruko iragarpenak egitea eskatu genienean mota askotako erantzunak eman zizkiguten mintzakideek. Iritziek erakusten dizkiguten argilunak aletzera goaz datozen lerroetan.

6.5.1. Positiboak

Etorkizun hurbilean euskarazko komunikazioa gaur egun baino osasuntsuago egongo dela dioten artean, hezkuntzak gazteen hizkuntza gaitasunean duen eragin positiboan azentua jarri dute gehienek. Hala, komunikabideak kontsumitzeko beharrezkoak diren trebetasunei dagokienez (ulertzekoa eta, batez ere, irakurtzekoa), gazteen belaunaldiak aurreranzko jauzi nabarmena eman dutela deritzote. Euskaraz irakurtzeko erraztasuna hedatzearekin batera erdarazko komunikabideak erabiltzeko ohiturak aldatuko direla uste dute:

-Nik uste dot dauela Berria gehixau enfoketa gaztieri. Nik uste baietz: euskeraz beti ikasi dabenei... Ta azkenean danok nagusitzen goaz, ta jende gehixauk ikusiko dau.

-Zuk uste dozu baietz?

-Bai, ze hori dinotsutenagatik, gu goazelako nagusitzen, gu gauz ya ohitxute euskeraz irakurtzen, guk erosten badogu, gaztiek ikasten badabe euskeraz, jende gehixau egongo da euskeraz irakurtzeko gaitasune dekona.

(28 URTE, EA)

Euskarazko hezkuntza orokortu aurretik jaiotakoek euskarazko komunikabide gehienek sorrera bizi izan dute, eta ohitura mediatikoak finkatu zituzten bizitzaren sasoian oraindik ez zuten sendotasun handirik. Gaur egungo gazteek, berriz, euskararen arlo formalarekiko esposizio etengabea bizi izan dute umetatik, eta hizkuntza gutxitua izateak uzten duen neurrian, aurreko belaunaldiak baino askoz modu normalizatuagoan bizi dute euskara. Ez dute telebista ETB1 gabe gogoratzen, edo zuzenean ETB1 sortu ostean jaio ziren. Txiki-txikitatik ipuinak eta eleberrak euskaraz irakurri dituzte. Ondorengo elkarrizketatuak azaltzen duen moduan, betidanik hizkuntza arlo guztietan ikustera ohituta daudenez gero, bestelako jarrera izango dute gazte horiek euskarazko komunikabideekiko, eta indarrean dauden kontsumo dinamikak iraultzeko aukera gehiago izango dituzte:

-Gazteagoa nintzenen ez neukan aukerarik. Bueno, ETB ere ez. Guk la española, La 1 y La 2, ez zegoen oin dagon kate piloa. Eta ETB nik izango nitun 16 urte ya fundamentuzko... Nik nere ilobak ikusten ditut, beste aukera bat euki dute baita gaztetan eta ohiturak ezberdinak izango dirala eta igual euskerarako joera gehiago. (...) Ordun nik uste hor oindik gu gatozela mundu erdaldunagotik, nahiz eta euskaldunak izan, eta nik nere ilobak ikusten ditut, nahiz eta gero umeen artean erderara jo, baina ez dakit.

-Arruntago, edo normalago ikusiko dutela?

-Bai, ez dakit. Ohiturak... ba hori, zeatik Diario Vasco? Ba ez gustatzen zaitelako edo esango nukeelako albisteak diala... Ba bueno, ba beti hori irakurri det eta hori hartu det. (...) Eta guk, nik uste ez degula euki Hitza edo Berria, eta hauek

etorriko direla ya... Eta ikasketak bukaeraraino, gehienak, bukatuko dituzte euskeraz, gure edadekok erderaz eta euskeraz genden.

(42 URTE, URRETXU)

Hortaz aparte, euskaldunen konpromisoa hedabideen etorkizuna bermatzeko aldagai erabakiorrenen artean dagoela berretsi dute mintzakideek. Lehenago ere aipatu dugun legez, hiztun komunitateak jarrera militantea agertzen duen heinean komunikabideek biziraungo dutela hautematen du hainbat solaskidek.

6.5.2. Negatiboak

Ezkor izateko arrazoien artean, parte hartzaileek gehien aipatu dute euskarazkoek erdarazkoekiko duten posizio erlatiboa. Hots, euskarazko komunikabideek erdarazkoak baino gutxiago erabiltzen direla uste dute. Gainera, mintzakide honek azaldu digu soslai oso jakineko zirkuluetatik kanpo euskarazkoek ez dutela sarbiderik lortzen, eta horrek erdarazkoek euskararekiko eta euskaldunekiko hedatzen dituzten ideiek nagusitasun soziala eskuratzea eragiten du. Azken finean, hedabideak erabiltzen duen hizkuntzaren arabera mundu ikuskera desberdina izango du, eta kontsumo dinamikak erdarazkoen aldekoak izaten segitzen duten bitartean oso zaila izango da zenbait aurreiritzi erratik eraztea:

Komunikabideen indarra... Eta indar horrek ez digu laguntzen, gaur gaurkoz ez digu laguntzen, ze bale, Berria eta Naiz-en albisteak, bere krudelean errealagoak diren horiek, oraindik gure artean dauden errealitate izkutu horiek azaleratzen dituzten bakarrak direlako, baina ez dute horrenbesteko oihartzunik abertzale talde jakin batetik aparte. Edo igual ez dute sinesgarritasunik ere. Askok pentsatuko dute: “bai, horiek orain esango dute hori”. Ez dakit zer dan, baina badago amildegi bat, arrakala handi bat.

(37 URTE, ALGORTA)

Hala ere, euskarazkoen egoera hobea ez izatearen erantzukizuna euskaldunena dela ohartarazten dute zenbaitek. Batzuek lehen pertsona erabiltzen dute eta eurek ere gehiago egin zezaketela aitortzen dute; beste batzuek, berriz, hirugarren pertsona darabilte eta ingurukoei leporatzen diete erdarazkoak kontsumitzeko joera izatea. Horrez gain, euskarazkoen egoera testuinguru orokorrago batean kokatu duenik ez da falta izan. Alde batetik, paperezko prentsaren gainbehera aipatzen dute, euskarazkoei bezala erdaretan argitaratzen direnei ere eragiten diena euren irudiko. Bestetik, hizkuntzak beste esparru guztietan bizi duen errealitatearekin lotzen dute hedabideen arlokoa: euskara bezain txarto daude euskarazko komunikabideak.

7. HEDABIDEEN HIZKERA

Garrantzi berezia eman diogu euskarazko komunikabideek erabiltzen duten hizkerari buruzko iritziei. Solaskideek menderatzen dituzten hizkuntza erregistroek eta erabili ohi duten aldaera dialektalak komunikabideen hizkerarekiko jarrera baldintzatu zezakeela aurreikusten genuen.

7.1. ULERTERRAZAK

Hedabide mota guztietako edukiak arazorik gabe ulertzeko gai direla esan duten solaskide guztiak esparru formal zein informalean euskaraz moldatzeko gai dira; hots, Sanchez Carrionen sailkapenen arabera (1991) AB edo BA hiztunak dira, edo, beste era batera esanda, euskaldun osoak. Euskaldunzahar alfabetatu gehienak euskarazko komunikabideak ulertzen dituzten solaskideen multzoan egonagatik, askotan hizkuntzaren ikaskuntza prozesu sekundario edo kulturalari (Sánchez Carrión, 1991: 43) lotuta agertu da ulermen hori, solaskideen beraien hitzetan:

-Eta erregistroaren aldetik? Erosoa da normalean erabiltzen duten hizkera?

-Bai, klaro, baina es ke... Gu ere pertzepzio hori daukagu, gu mundu akademikotik gatoz. Batzuk etorriko dira eskolatik, edo unibertsitatetik, eta beste batzuk gatoz euskaltegitik. Orduan guretzako beti izan dira erreferentea, ikasteko, nik egunero erosten nuen Egunkaria eta irakurtzen nuen nire maila igotzeko. Orduan, ez daukagu arazo hori, nire ustez euskarak duen arazoa da bestea, bizitasuna. Euskalkia, hori da falta zaiguna.

(40 URTE, GARES)

Euskara euskaltegian ikasi ondoren bere eguneroko bizitzan txertatu duen elkarriketatu honek azaldutakoak argitara ematen duenez, euskara batua oinarri duten hiztunek erraztasun handia dute hizkuntza arautu eta formala darabilten komunikabideak ulertzeko. Gero ikusiko dugunez, euskara estandarrarengandik (geografikoki zein dialektalki) urrun dauden euskalkiak erabiltzen dituzten pertsonak zenbait komunikabide ulertzeko arazoak dituzte. Edozein delarik ere darabilten euskalkia, euskaldun zahar alfabetatugabeen zein alfabetatzeko bidean daudenen artean ulermena errazagoa da gaitasun pasiboa eskatzen duten komunikabideetan (irratia, telebista) eta norberaren euskalkian egiten dutenean, baina egitate hori bereziki nabarmena da mendealdeko euskalkia edo Ipar Euskal Herriko aldaerak erabiltzen dituztenen kasuan.

Solaskideek beraiek egin dituzte loturak berba egiten duten euskalkiaren eta euskarazko hedabideen ulergarritasunaren artean. Hain zuzen ere, euskara batutik gertu dagoen euskalkia erabiltzen duten pertsonak behin baino gehiagotan adierazi digute jabetzen direla hizkuntza estandarrarekiko duten hurbiltasun gramatikalak komunikabideak ondo ulertzeko ematen dien laguntzaz:

Berria da errez irakurtzeko, guretzako. Nik uste dut gure hemengo euskalkie eta honek *[Berriako hizkerak]* ba antzekotasuna edo hurbilena gurekin izango dula pentsatzen dut; oso errex irakurtzen da.

(53 URTE, ATALLU)

Bestalde, kontuan hartu behar da hedabide mota bakoitzak gaitasun maila ezberdina eskatzen duela, ez baitu ahalegin berbera eskatzen telebista ikusteak, irratia entzuteak edo testu bat irakurtzeak. Hala, telebistak ulermena errazten duela aipatu du mintzakide batek baino gehiagok, batzuetan, ondoren jarriko dugun adibidean lez, ikus-entzunezko elementuen laguntza gehigarria euskalkien eta alfabetizazio faltaren auziarekin lotzen delarik. Izan ere, BA hiztun honek azaltzen du bere inguruan bizi den euskaldunzahar frankori telebistan erabiltzen diren baliabide grafikoek ulermenarako gako gehiago eskaintzen

dizkiotela. Horrez gain, aurkezleen gorputz hizkuntza ere taxuz aditu ahal dezaten baliabide gehigarria dela aipatzen du:

Adibidez Euskal Telebistan bertan ere zenbat pertsona galdu egiten dira pixka bat, nahiz ta irudiaz lagunduta eta ba esatarien kinuak-eta, hor ere hizkuntzari beste errefuerzo bat ematen diote eta ulertarazten dizute.

(48 URTE, EIBAR)

7.2. ULERKAITZAK

Euskarazko komunikabideak ulertzeko arazoak dituztela esan diguten pertsonen artean hainbat multzo bereiz ditzakegu. Jarraian ikusiko dugun lez, ikus/entzule/irakurleen alfabetizazio mailaren eta hizkuntza komunitatearen baitako kokapen geografikoak zein dialektalaren garrantzia nabarmentzen dute komunikabideen ulergarritasun ezaren inguruko iruzkinak. Horrekin batera, baina, erregistroak ere eragin handia du euskarazko irratia, telebista edota agerkariak konprenigarriak suerta dakizkien.

7.2.1. *Euskaldun zaharrak*

Esan bezala, euskara etxean modu naturalean ikasi zuten pertsonentzako, gerora hizkuntza formalki ikasi ez badute, zaila izaten da (batez ere) idatzizko euskara ulertzea. Bestelako formatuekin ere jende multzo horretan ulermen arazoak identifikatu ditugu, baina bereziki agerikoa da kazetak edo aldizkariak irakurtzeko zailtasuna. Alfabetatze bidean den ondorengo mintzakideak azaldu digunez, ozta-ozta menderatzen duen atzerriko hizkuntza batean bezain zail zaio bere ama hizkuntzan leitzea. Paradoxikoa bezain erreala:

Iguel batzutan hainbeste konplikazino dekot euskera edo frantsesa irakurtzeko, e! Gure dot esan, nik pentsatzen dot

hainbeste kostetan dastela euskaraz irakurtzea frantsesez irakurtzea moduen.

(52 URTE, PORTUGALETE)

Testuinguru informalean euskaraz bikain moldatzen diren arren, hizkuntzaren esparru formalekin topo egiten dutenero askoz erosoago sentitzen dira erdaraz, baita komunikabideetan ere. Ondoren ekarriko dugun pasartea joera horren adibide oso garbia da, maila lexiko altua izatea eskatzen duen telebistako saioek euskaraz ikusteko ezintasunaz ari baitzaigu solaskidea. Euskaldun zahar urretxuar honek azaltzen digu lehiaketak direla bere telebistako emankizunik gustukoenak, baina erdaraz ikusten dituela euskarazkoetan zailegia iruditzen zaiolako ildo jarraitzea:

-Gehiena ikusten detena dia konkursoak.

-Gustatzen zaizkizu?

-Pilo bat, pilo bat. Daren iya danak ikusten dittut. Eta euskeraz ere badago baina es ke oso zaila eitten zat hitzak lortzea. Badago bat arratsaldetan, baina oso zaila iruditzen zat...ez dittut hitzak ondo zea eitten, oso zaila eiten zat hitzak topatzen.

(68 URTE, URRETXU)

Horrez gain, eurek erabiltzen duen euskalkia ez beste guztiak konprenitzeko arazoak dituztela adierazi digute zenbait elkarrizketatuk. Kasu horietan, euskalki desberdinak ulertzeko zailtasunak euskarazko komunikabideen kontsumoa oztopatzen du:

-30 urte euskera eskoletan sartu dala...baia zeuentzako, etxeko euskera ibili dozuela beti, zelan ikusten dozue batua sartu izana?

-LEM68: Segun, hori...zeuri iguel aituten dotsut. Batzutan, hori...

-LEM71: Euskal Telebistan esan gure dozu?

-LEM68: Ez, ez. Euskal telebistan igerten da. Baia bueno, honek giputzek, niretzako batzutan ez dotsiet adituten.

(68 URTE, LEMOA; 71 URTE, LEMOA)

7.2.2. Hego haizea buruko min

Edukien inguruko kapituluan azaldu dugun moduan, Ipar Euskal Herriko mintzakideen pertzepzioaren arabera guk nazio mailakotzat hartzen ditugun komunikabideak *Hegoaldeko komunikabideak* dira egiazki. Hedabideek albisteen zooma zein lurraldetan jartzen duten garrantzia du aipatu hautematea sortzeko, baina darabilten hizkerak ere zeresan handia du ideia horren eraketan. *Berriari* buruz hizketan ari ginelarik, solaskide genuen angeluar gazteak azaldu zigun hasiera batean oso gaitz zitzaiola kazetaren idazkera ulertzea, Hegoaldeko kutsua hain nabarmena izaki:

-Berriari dagokionez, hizkeran-eta: erreza egiten zaizu erabiltzen duen euskera?

-Bueno, batzutan ez. Batzutan zaila egiten zait. Oai gutxiago, bainan hastapenean hasi nintzen irakurtzen eta esaten nuen: “zer da hizkuntza hori?”

-Birritan irakurri beharra, ala?

-Bai, bai [*fermuki*]. Zen-ta...eta gainera ez da bakarrik Iparraldeko Hitza, Euskal Herri mailakoa da, orduan bai, batzutan zaila zen. Eta ene ustez, hori ez da, fin, ez da ene kasuan bakarrik, eh? Zen-ta baditut lagun ainitz hori erraiten dutenak: “ze hizkuntzetan ari dira Berrian?”

-Eta hori lotuta dago, igual, oso teknikoa delako edo Hegoaldeko hitzak erabiltzen dituztelako? Edo biak?

-Gehiago Hegoaldeko hitzak erabiltzen dituztelakotz.

(21 URTE, ANGELU)

Horrenbestez, Hego Euskal Herriko irakurleontzako oharkabea pasa daitekeen gaztelaniaren eragina Iparraldeko hiztunek oso erraz igartzten dute, eta agerkariarekiko arrotasuna sentiarazten die. Ikusi dugunez, sentimendu hori ez litzateke bakarrik adin batetik aurrerako irakurleen artean sustraituta egongo, gazteek ere tankera horretako baieztapenak egin baitituzte. Haatik, adina, burutu gabeko alfabetizazioa eta euskara batuarekiko distantzia dialektala batzen direnean, *Hegoaldeko komunikabideen* ulergarritasuna ia ezinezkoa suertatzen da. Horren lekuko atharraztar honen hitzak:

-ATH55: Lehen etxekoak ziren hemen bizi, eta haek ulertzen zuten ETB. Beraz, hona gertatzen nintzanin so bat egiten nin. Bainan telebista ez zaut...

-Baina suposatzen dut ETB noizbait ikusi duzula. Ulegarria iruditzen zaizu?

-ATH55: mmm...Dependitzen du, eh! Behar du solas egin oso lasai, eh! [*barrezka*] (...) Gue problema da alfabetizatzea. Bortxa irakurtzen dugu. Indar bat egiten dugu, bost minutu, bainan...

-EZP33: (...)Üskaldun batendako alfabetizatüik ez dana Berria irakurtia, uff... Lan handia dük, eh,[*solaskidearen izena*]?

-ATH55: Bai, bai. Nioen aldetik, zoin orduz agintzen zaitalaik, bon, egiten dut eforta, bainan luze kostatzen da.

(55 URTE, ATHARRATZE; 33 URTE, EZPEIZE)

Elkarriketa pasarte honek argitara ematen du oraindik orain zailtasun handiak daudela euskara batua estandarizatzeko zenbait hiztun sektoretan, bi arrazoi tarteko: alfabetizazio falta eta hizkuntzaren aldaera estandarrarekiko distantzia dialektala. Euskaraz alfabetatu gabeko solaskide atharraztarrak batua ulertzeko eta (batez ere) irakurtzeko zailtasunak dituela aipatzen du. Etxekoaz gain eskolako euskara ikasi duen emakume ezpeiztarrak, berriz, ez dauka inolako arazorik euskara batuan aritzen diren komunikabideak ulertzeko, lagun honek egunerokotasunean erabiltzen duen euskararen eta ETB1en edo *Berrian* erabiltzen denaren arteko distantzia dialektala handia izan arren. Hortaz, ezin da ukatu eskolak funtsezko rola betetzen duela hizkuntzaren estandarizazioan, eta komunikabideak ulertuak izan daitezen ezinbesteko eragilea dela. Alabaina, ez genuke gutxietsi beharko hedabideen indar estandarizatzaila, batez ere euskararen moduko hizkuntza oso dialektizatuen kasuan. Geografikoki gertu dagoen adibide bat aipatzearren, italiara estandarra dialekto ugarietarako gailentzeko prozesua komunikabideen bitartez (eta komunikazio sare ofizialen) bitartez gauzatu zela azaltzen du Berrutok (1977: 155-157). Kontuan hartu behar da Italiako irrati publikoa 1924an sortu zela, eta RAI telebista kateak 1954ean egin zituela bere lehen emankizunak. Hizkuntza estandarren normalizazioa gauzatzeko tresnak askoz lehenago izan zituzten, eta, estatu oso baten boterea atzean izanik, lanabes horiek euskararen kasuan baino askoz indartsuagoak (izan) dira.

Hala ere, euskarazko komunikabideek euskara batuaren lexikoa eta gramatika hedatzeko garrantzia ukaezina da. *Gure Irratiaren* sortzaile Xipri Arbelbidek azaltzen duenez, katearen hasierako urteetan hautatutako hizkuntza eredu argiak euskararen normalizazioan ekarpen handia egin zuen, baina Euskal Irratiak federazioa sortzean berriz ere aldaera dialektalak agertzeak atzerapausotzat jotzen du, modu horretan irratiak lexikoa bateratzeko tresna izaera galtzen duelakoan. Gure irudiko, pasarte honek modu ezinhobean irudiz hornitzen du komunikabideek hizkuntzaren estandarizazioan jokatzen duten rola:

“Bakoitza bere herriko euskararekin bizi zen. Irratiak, Lafittek Navarro-Labourdin deitzen zuen Iparraldeko batuaz ari ziren, eta gomitatuekin beste euskalkiak ere entzuten zituzten, Hegoaldekoak ere bai hortarako doia. (...) Lehenago, Navarro-Labourdin hura eredu bilakatua zen, eta hori oso inportantea da euskara ikasten ari direnentzat... eta galtzen ari direnentzat. Gaur egun ez da gehiago eredurik. Edozein euskalki eta azpi euskalki entzuten da noiznahi, irratilarien ahotik (kanpoko norbait mintzarazten delarik, hura bere euskalkian aritzea normala da; bai eta euskaldun berri bat euskara trakets batean ere). Berri sail berean entzunen duzu ‘larunbata’ Baionan, ‘ibiakoitza’ Garazin, eta ‘nexkeneguna’ Zuberon. ‘Gara’ eta ‘gütützü’. Euskara ikasi nahi duen batek ez dauka gehiago eredurik. Galduta da”. (Arbelbide, 2003: 130)

7.2.3. Teknizismoak eta erregistroa oztopo

Beste zenbait alditan, egunerokotasunean inoiz erabiliko ez lituzkeen hitzekin topo egiten dute erabiltzaileek komunikabideetan. Euskarazko programetan edo testuetan oso erregistro jaso erabiltzen dela sentitzen dute, eta, ondorioz, erdarazkoetara jotzen dute bertan jartzen duena ulertzeak ez dielako inolako ahaleginik eskatzen:

-Nik uste dot euskerak daukala punto hori, hitz batzuk erderatik euskerara itzulitakuak, ta hitz horiek dira hola pixkat teknikuak...

-Teknizismoak-eta, euskeraz gehiau kostatzen zaigu?

-Bai, nik uste dot baietz. Hitz batzuk berriak dirala prácticamente, guk ikastolan ginanian hitz horrek ez ziran erabiltzen, ta oin bueno, denporiak in equal hitz gehiau erabiltzen dira, ta kosta eitxen da ulertzia. Igual esaldi bat, dala teknikuagoa, ta kosta itxen jatzu, igual irakurri bidozu bi aldiz. Bi aldiz irakurtzeko igual ez daukazu gogorik, orduan erderaz irakurtzen dozu, lehenian entenditzen dozula.

(37 URTE, ANTZUOLA)

Oro har, 40 urte baino gutxiago dituzten euskaldun berriek osatzen dute honako taldea. Hala ere, ezin da esan komunikabide guztien hizkera berdin sailkatzen dutenik: euskarriaren arabera hizkuntzaren jasotasun maila aldatzen dela hautematen dute. Hala, idatzizko edukiak lirake formalenak, horien atzetik telebista letorke (hizkera jasoa darabilten albistegien eta bestelako saioen artean bereizketa egiten dutelarik), eta hizkuntzarik herrikoiena irratia erabiliko luke. Jasotasun horren gorenko adibidea idatzizko agerkarien iritzi atala dela adierazi digu elkarrizketatu batek baino gehiagok. Kasu horietan, hiztegiarekin irakurtzea beste erremediorik ez duela aipatu digu ondorengo lagunak:

-Adibidez Berriarekin hoixe gertatzen da. Hizkuntza oso hotza, ez dakit, holako...nik nere inguruan behintzat sentitu det ba hartara jotzeko zailtasuna. (...) Jarri behar zea ikastera bezela: a ver, ze esaten dute hemen? Ta normalean egunariak-ta gauza arinak izan behar dia, tonto-tonto, ia konturatzen ez zeala berria hartzen dezula. Ta kasu hontan... Ta bueno, zer esan Argia. Argia lau katuk irakurtzen degu. (...) jarri behar zara batzutan, [barrezka] a ver, orain euskerako saioa! Nik askotan ere... Ze hoiek jotzen dute ere hizkuntza aberats batera. Ordun, ez beraiek erabiltzen dutena, baizik eta ya hiztegitik hartutako hitzak.

-Esan duzu gai batzuetan bereziki zaila dela Berriaren eta Argiaren kasuan. Zeintzuk dira gai hoiek?

-Hombre, iritzi artikuluak landuago dare, zailago dia.

(48 URTE, EIBAR)

Berria eta *Argia* jarri ditu euskara aberatsegia erabiltzen duten komunikabideen adibide gisa, eta, egunkariari dagokionez, luze jardungo dugu hurrengo puntuan bere hizkerari buruz. Alabaina, horri ekin aurretik, azpimarra dezagun ulermen falta hori gainditzeko *Euskaltzaindiko euskara* alde batera uzteko, malgutasunaren aldeko apustua egiteko eta kaleko hizkerara egokitze proposatzen dutela irtenbide gisa zenbaitek:

-URD37: Askotan kexatzen naiz arautzen dutenek... Jartzen dituzten mugak niri ez zaizkit batere egokiak iruditzen. Mugak jartzea, batzuetan... Adibidez, alkandora jartzea alkondararen orde. Zergatik ez dituzte onartzen biak? Beti izan da era batean, zergatik mugatzen duzu? Honaino ondo erabilita dago, eta hemendik aurrera ez da zuzena izango. Holako gauzak... Nire ustez izan beharko litzateke zabalagoa, eta gauza gehiago onartzea.

-AMU41: Eta komunikabideetan ez da batere zabala, hori egia da. Hombre, Euskadi Gaztean gertatzen dena da bestelako asuntua, ezta? Baina, komunikabideetan...

-Kalearen atzetik doaz?

-AMU41: Bai, beti.

-URD37: Bai, bai.

(37 URTE, URDUÑA; 41 URTE, AMURRIO)

7.2.4. Hitzza eta Berria

Aurreko orrialdera ekarri dugun elkarrizketatu eibartarraren aipuak agerian utzi duenez, *Berria* egunkaria jartzen dute askok euskarazko komunikabideek darabilten hizkera zailaren adibide gisa. Halaber, ez da batere ezohikoa izan nazio mailako kazetaren eta berau argiataratzen duen enpresak hainbat eskualdetan dituen berripaperen arteko konparazioa. Alderaketa horretan, *Berria* hiztegi korapilatsuen sinonimo izaten da beti, eta *Hitzza*, berriz, mintzaira ulerterrazaren ispilua.

Nabarmendu beharra dago *Berria* irakurtzeko zailtasunen inguruko kexuak hizkuntza modu naturalean zein kulturean (Sánchez Carrión, 1991) ikasi dutenek agertu dituztela, baina bi kazeten arteko alderaketak euskara ama hizkuntza duten solaskideek egin dituztela batez ere. Berbarako, ondoko parte hartzailearen ustez *Hitza* euskaraz irakurtzeko erraztasunik ez daukatenek edota alfabetatu gabeek ere ulertu dezakete, baina *Berria* leitzea hezkuntza prozesu guztia euskara egin dutenentzako ere ez da erraza:

Ba nire etxien ez da erosten Berria ba euskera irakurtzen ez dauz ohitxute, ez dekie erreztasunik euskeraz irakurtzeko. Berbetako bai, baina irakurtzeko... eta gainera artikulua batzuk dauz idatzite euskera baten... Nik igual bi biderrez irakurri bitezenak! Eta esaten dot, nik euskeraz dakit, eta zalantza hoiek igual bi biderrez irakurri bitez, edo esaldi bat. (...) Zuk adibidez irakurtzen dozu Hitza eta... Oso errez irakurtzen da.(...) Ez dakit nungo jaixek, ez dakit ze egitarau. Dana dau oso sinple idatzite, mundu guztixek ulertzeko moduen. Hori hartzen deu nire amumak, hirurogeitamapiku urtegaz edo larogei urtegaz, eta irakurtzen dau eta bai, ulertzen dau. Hartzen du Berria bat, politikan sartzen dabena, hasten dire gaiari bueltak emoten eta ez deu ezer ulertzen. Eta Hitza herrixetako jende nagusi pilo batek irakurtzen deu, igual Berria ez dotzuna irakurriko. Ez dakit badan notizixek oso urrun geratzen jakezelako eta Hitzakoak oso hurbil, edo hizkuntzagatxik dan.

(28 URTE, EA)

Hala ere, tokiko prentsak jorratzen dituen gaiak hizkera sinpleagora jotzeko aukera ematen dutela nabarmendu dute zenbaitek. Hortaz, egunkariaren hedapen esparruaren arabera hizkera moldatzen dela uste dute, batean eta bestean argitaratzen diren albisteen izaerak hala eskatzen duelako:

-Berria eta Hitzaren artean aldea igartzen da euskararen aldetik?

-ORD50: Ez.

-ORD69: Agian Goierriko Hitza zerbait errezago ulertzeko. Bueno, hainbat artikulua Berrian...

-ORD50: Bai, ez dala izango hain euskera jasoa, edo... baina bueno, nahiko antzekoa, badakizu, gipuzkera... baina gipuzkeraz ez dute idazten Goierriko Hitzan, batuaz idazten dute. Beharbada sinpleago. Ta gaiak normalean badakizu, bertako gauza denean normalean gaiak arinagoak iznago dira: ba bertako arazoak, bertako gaiak...lokalagoa. Bestea, berriz, Euskal Herri osoko berriak, baita mundu osokoak, eta tartean behin artikulua sakonen bat ere bai...eta alde hortatik ezberdintasuna: gai aldetik gehiago. Euskara mailatik ere, gaiak berak eskatzen duelako, beharbada, sakonagoa.

(50 URTE, ORDIZIA; 69 URTE, ORDIZIA)

7.3. EUSKALKIEN ERABILERA

Alta, erregistroaren eta lexikoaren zailtasunaren gaia alde batera utzita, gatozen euskalkien erabilera mediatikoaren inguruan solaskideek egindako hausnarketen berri ematera. Lehenbizi, komunikabideek euskararen aldaera dialektalak gehiagotan erabil ditzaten babesten duten pertsonak aipatuko ditugu, eta egoera guztietan euskara batua erabili beharko litzatekeela defendatzen dutenak, ondoren.

7.3.1. Euskalkiak gehiago erabiltzearen alde

Solaskideen multzo esanguratsua agertu da euskarazko komunikabideetan euskalkien presentzia areagotzearen alde. Jarrera horren oinarrian, baina, askotariko diskurtsoak eta motibazioak daudela iruditzen zaigu.

Hasteko, komunikabideetan ere nork bere hizkera erabiltzeko eskubidean oinarriturik euskalkien presentzia defendatzen dutenen argumentazio ildoak identifikatu dugu. Aniztasunarekin eta aberastasunarekin lotzen dituzte euskalkiak, baita adierazkortasunarekin ere. Alde batetik, tokiko

aldaera linguistikoak erabiliz euren burua hobeto eta zehatzago azalduko lukete euskalkia ama hizkuntza dutenek. Bestetik, euskara batua hitz egiten dutenek kontaktua areagotuko lukete euskalkiekin hauek komunikabideetan gehiago agertuko balira, eta esposizio horren bitartez aldaera ezberdinen ezagutza handituko lukete. Hala, ondorengo solaskideak azaltzen duen moduan, euskalkien presentzia mediatikoak naturalki adierazteko eta euren berbetak aitortza publikoa baduela sentitzeko bide ematen die euskaldun zaharrei, eta artifizial samartzat daukaten euskara batua euskalkien koloreekin zipriztintzeko, euskaldunberriei:

Euskal Herriko hedabideak, Nafarroako hedabideak sortzen dira bertako kultura zaintzeko, eta euskalkiak dira bertako kulturaren parte bat. Orduan, guztien presentzia egon beharko litzateke, modu orekatuan, dudarik gabe, eta horrek lagunduko luke elkar ulermena, alde batetik, eta prestigioa, beste alde batetik. Eta aberastasuna. Kike Amonarrizek egiten zuen Mihiluzen, eta ikusten genuen euskera aberatsa dela, eta lotuta dago jergarekin eta gaitasunarekin eta gozamen horrekin. Erabiltzeko euskera badakigu pues lehen komentatu dudan bezala lagun batzuekin ikusten genun pixka bat artifiziala zela edo falta zela gatz hori. Pues hortarako.

(40 URTE, GARES)

Alabaina, euskalkiren bat ama hizkuntza duten pertsonak ere eskertzen dute hedabideek dialektoak erabil ditzaten, euskaldun berriei alderatuta beste arrazoi batzuk direla medio, baina. Batik bat, albisteak egunero erabiltzen duten hizkuntzan jasotzearen alde egiten dute, modu horretan ulergarriagoak egiten zaizkielako. Honakoa batez ere Ipar Euskal Herrian aurkitu dugun joera da:

Nik uste diat indar bat egin dela hor, Berrian, adibidez, Iparraldeko Hitza beita azken urtetan, eta ordün... Iparraldeko üskan idatziak beitia testuk eta hola... bon, batua beita beti, baina Iparraldeko batua. Eta hoi, bai, apreziatzen da.

(33 URTE, EZPEIZE)

Finean, batzuek hitzun natiboen hizkerarengana hurbiltzeko eskatzen dute euskalkien erabilera emendatzea, eta hedabideak euren ahozko hizkuntzan irakurri/entzun nahi dituztelako, besteei.

7.3.2. Euskalkiak bai, baina mugekin

Hala ere, askotan euskalkien aldeko apustua ez da baldintzarik gabekoa ez eta orokortua. Hasteko, askok zalantzak agertu dituzte idatzizko komunikazioan erabiltzearen inguruan. Mintzakide batzuen hausnarketei erreparatuz gero, berehala konturatuko gara ez daudela euskalkiak idatzita ikustera ohituta, arraroa egiten zaiela, eta dialektoetan izkiriartzea komenigarria ote den zalantzan jartzen dutela, gainera. Hedabide motaren izaerarekin lotzen dute euskalkien erabilera. Irratia espontaneoagoa dela uste dute, eta bat-batekotasun horren baitan ahozko aldaera lokalek lekua badutela:

-Eta euskalkiak? Asko erabiltzen dira?

-AMU41: Irratian gehiago.

-URD37: Bizkaia Irratian.

- AMU41: Ez, ez. Zuk entzuten duzu Euskadi Irratia, eta euskaldunzahar askok hartzen dute parte. Nire ustez telebistan baino gehiago. Bapatekotasun asunto hori. Nik uste dut telebistan dena, ez dakit, antolatuagoa, edo aurretik prestatuago dagoela.

(41 URTE, AMURRIO; 37 URTE, URDUÑA)

Horretaz aparte, komunikabidearen hedapen esparruaren arabera euskalkiaren erabileraren inguruko iritzia aldatu egiten da hainbat kasutan. Tokiko komunikabideetan tokiko aldaera baliatzeari ondo deritzote, baina nazio mailakoetan erabiltzeari ez diote oniritzirik ematen. Ondorengo adibidean deskribatu berri ditugun jarrearen nahasketa suma dezakegu, solaskideak nazio mailako komunikabideetan euskara batua erabiltzea defendatzen baitu (hedapen esparruaren araberako hizkera),

eta tokiko hedabideei buruz hitz egitean argi dauka euskalkia erabil daitekeela irratia- ren kasuan, baina ez hainbeste idatzizkoan (formatuaren araberako hizkera):

-ETB baten lekua hartu beharko leukie euskalkiek?

-Nik argi daukat...komunikabideetan batua egin behar da. Baina batua ez euskera, izan daiteke bizkaiera batua, baina ezin dana da...euskera normalizatua balego, balego *[baldintza hipotetikoa erabiltzen ari dela nabarmenduz]*, ez nioke nik hainbeste garrantzi emango horri, baina telebista espainola jartzen baldin baduzu, ez dizut beste hizkuntzetako gauzei buruz ez dakit, ez ditut ezagutzen... Aurkezleak ez du andaluzieraz hitz egiten! Eta ez du bere auzoko hizkuntza hitz egiten. (...)

-Baina Hitzan edo Radixu baten?

-Radixu Irratian diñozu? Hor ondarrutarrez, bai.

-Hitzan be bai, paperezkoa izanda?

-Ez, ez, paperezkoan ez. Paperezkoan, eh... Bueno, Radixun argi ta garbi ondarrutarrez.

(45 URTE, ONDARROA)

8. LABURPENA&ONDORIOAK

Komunikabide-kontsumitzaile harremanak eta komunikazioaren sektorea bera goitik behera eraldatu dituen iraultza teknologikora egokitzea euskarazko hedabideen erronka nagusienetakoa dela planteatu dugu ikerketa honen sarrerako atalean. Bada, gure laginaren parte diren lagunen kasuan behintzat, ohitura komunikatibo berrien permeabilitatea ez da belaulaldi gazteetara mugatu, formatu digitalean kontsumitzeko ohitura adin-tarte guztietara hedatu baita. Hori hala izanagatik, nabarmendu beharra dago elkarrizketatutako gazteen artean kontsumo digitalak lehentasun osoa eskuratu duela; nagusiagoen artean, oster, euskarrien arteko uztarketa gailentzen da.

Formatu tradizionalak atzera egiten ari direla antzematen dute elkarrizketatuek, eta, zehazki, paperezko prentsaren etorkizunaren inguruan hautemate negatiboak baino ez dizkigute helarazi. Hedabide digitalak lehenesteko arrazoiak ugariak eta anitzak izan dira. Funtsean, euskarri digitalen bat-batekotasuna (albisteak unean ezagutzeko aukera), aldiberekotasuna (komunikabide bat baino gehiago aldi berean erabili ahal izatea), mugikortasuna (hedabide batetik bestera arin aldatzea) eta doakotasuna nabarmendu dituzte mintzakideek. Hala, internetek eskaintzen dien dinamismoa balore erantsi gisa dakusate, eta kontsumitzaile gisa *menua* eraikitzeiko aukera izateari ere garrantzi handia ematen diote. Alde horretatik, paperezko egunkaria *fisikoki* mugatuta dagoen informazio iturritzat dute; atari digitalak, berriz, informazio iturri mugagabea dira eurentzat, albiste baten baitan interesgarriak iruditu zaizkien arloen inguruko eduki metabilaketak egin baititzakete bertan. Berriak osatzeko mekanismo horrek albiste bera irakurrita albiste desberdina irakurtzeko aukera ematen die, hots, berriak pertsonalizatzeko aukera.

Telebistaren eta irratiaeren kasuan, malgutasunarekin eta programazioaren herstatutik alde egiteko aukerarekin lotzen dituzte webguneak, hots,

ordutegiak egokitzeko aukerarekin. Alabaina, mintzakideek telebistaren kontsumoari buruz esandakoetan behatu dugu migrazio digitalak nahaste kontzeptualak eragin dizkiela. Izan ere, ikus-entzunezko edukiak internet bidez ikusten dituztenean zenbait mintzaidek ez dute uste *telebista* ikusten ari direnik. Euren irudikapenean telebista ez litzateke izango edozein euskarritan kontsumitu daitekeen ikus-entzunezko edukia, baizik eta euskarria/tresna bera. *Botilari* buruz ari dira, ez *esneari* buruz. Beste batzuek ordea, ez dute edukiak kontsumitzeko erabiltzen duten tresnaren araberako bereizketarik egiten: *esneari* erreparatzen diote, ez *botilari*. Edozelan ere, ikus-entzunezko edukiak telebista kateek programatzen duten orduan eta egongelako aparatuan ikusteko ohitura gainbeheran dagoela iradokitzen dute mintzaide gehienek hitzek, eta hala baieztatzen du *zappingaren* praktikari egindako erreferentzia guztiek programazioari buruzko ezjakintasunarekin lotuta agertu izanak.

Sare sozialetan, berriz, solaskideek ondo kokatuta ikusten dituzte euskarazko komunikabideak: pertzepzio orokortuak dira multimediatasunaren olatua garaiz hartu dutela eta presentzia nabarmena lortu dutela. Bestalde, sare sozial bakoitzari funtzio bat esleitzen diote, Twitterren erabilera batez ere informatiboa baita, Facebookena ludikoa edo harreman pertsonalen esparrukoa den bitartean. Sare sozialen bat-batekotasuna nabarmendu dute solaskideek beste ezereen aurretik, agerian utziz albisteen zikloa inoiz baino laburragoa dela gaur egun. Hala, bat-batekotasun eskala bat espreski ezarri dute hainbatek, *sareak>webguneak>formatu tradizionalak* eskemaren bitartez adieraz litekeena. Testuinguru horretan, kazetari jakinen kontuak jarraituz albisteak pertsonalizatzeko aukera dutela adierazi dute zenbaitek. Oso garrantzitsua iruditzen zaigu sareetako erreferentzia gisa aipatu diren kazetariak euskaraz edo, gutxienez, elebitan txiokatzen dutela.

Halaber, informazio iturri bat baino gehiago erabiltzea joera orokortua da solaskideen artean, eta komunikabide digitalek eskaintzen duten aldiberekotasunari eta doakotasunari lotuta agertzen da diskurtsiboki. Interneten egunero hainbat egunkari irakurtzen duela aipatu digu hainbat mintzaidek, ikuspuntuen arteko kontrastea egiteko aukerari eta

pluraltasunari emandako balioarekin harreman estuan. Urteen poderioz paperezko egunkaria erosteari utzi dioten eta sekula erosi ez duten solaskideen kontakizunak ugariak izan dira, baina leku publikoetan kazeta begiztatu ahal izateari garrantzia ematen dion diskurtso ildoak ere identifikatu dugu. Izan ere, albisteak interneten irakurtzeak abantaila ugari dituen iritzia ezaugarri guztietako solaskideen artean aurkitu izanagatik, paperezko egunkariak badute oso transbertsala den atributu erakargarria, mintzakideen iruditerian aisialdiari lotuta egotearena, hain zuzen ere. Paperezko egunkaria eskuen artean izatea esperientzia bati lotzen zaio, patxadaz irakurtzeko esperientziari. Papera ikuskatzea ez da informatuta egoteko modu hutsa, baizik eta momentu oso zehatz eta atseginetan ematen den bizipen baten elementuetako bat. Betiko egunkarian edizio digitalean baino eduki gehiago eta gai landuagoak eskaintzen diren inpresio orokortua formatu bakoitzean irakurtzen den uneari lotuta dagoela ondorioztatzen dugu. Zenbait kasutan, idatzizkoen kontsumoa denborapasa hutsa da: horrelakoetan albistearen elementu bisualenetan (argazkietan eta lerroburuetan) zentratzen da *begiralearen* arreta, eta *irakurle* bilakatu dadin (alegia, artikulua osorik irakur dezan) atal horien erakargarritasuna bermatzea ezinbestekoa da.

Egunkariak sozializazio gune publikoetan presentzia izateak berebiziko garrantzia du, eta ez bakarrik azaldu berri dugun lez noizbehinkako erabiltzaileak lortzeko. Horrez gain, presentzia publiko horrek, egunero kazeta jakin bat taberna eta saltoki guztietan ikusteak, arruntasunaren irudia ematen dio. Gune publikoetan erdarazkoek lortzen duten ikusgaitasunaren bitartez zilegitasun soziala eskuratzen dute, *zentraltasuna*, alegia. Puntu honetan, euskarazko produktu ezagunenaren presentzia eta ikusgaitasuna sustatu eta hain ospetsuak ez direnak ezagutzera emateko ahalegin handiagoa egin beharko litzetkeela adierazi digu hainbatek. Izan ere, gizarte testuinguru jakinetan nagusi den egunkariaren formatua (tipografiak, atalen antolakuntzak...) *normala* izatera igarotzen da, hitz horren bi adieretan: *obiko*a (gehien ikusten dena) eta *arazko*a (onartuta dagoena).

Era berean, egongelako telebistak bizikideen arteko sozializazioarako espazioa izaten jarraitzen du: afalosteko lasaitasunean, antzina sutondoak betetzen zuen funtzioa betetzen du egongelako telebistak, etxebizitza partekatzen duten pertsonen arteko bilgune eta agora bilakatzen baita. Alabaina, askotan txertatze hori praktika gisa baino gehiago elementu (objektu) gisa egiten du telebistak: telebisoreak proiektatzen dituen irudiak elkarrizketaren parte bilakatu daitezke, eta, hala izatekotan, sozializazioa telebistaren bitartez igarotzen da, baina ez da beti hala izaten. Komunikabideko edukiak elkarrizketaren parte ez diren kasu horietan, telebista sozializazioaren lekuko baino ez da. Era batera edo bestera, sozializazio horretan hizkuntza hautua oso presente dagoela argi gelditu zaigu: euskarazko telebista ikusi ahal izateko bizikide guztiak euskaraz jakin beharko luketela aipatu digute etxe linguistikoki mistoetan bizi diren 1. eta 2. zonalde soziolinguistikoetako zenbait gazte euskaldunberrik. Hortaz, erdarazko telebistak nagusitzearen erantzukizuna ez da, Artzek zioen moduan, euskarazkoa erabili nahi ez duten euskaldunena, erdaldunen presentziaren ondorioz erabili ezin izatearena baizik.

Halaber, zenbait solaskide gaztek nabarmendu du programa ikusienek aukera ematen diotela lagunarteko elkarrizketatan parte hartzeko. Arrakasta gutxiago duten programak ikusiz gero, berriz, une zehatzetan *sozialki* jokoz kanpo gelditzeko arriskua exisitzen da. Testuinguru horretan, esan gabe doa, euskarazko emankizunak suertatzen dira galtzaile. Beste askok erdarazko kateen ereduak kopiatzea leporatzen diete euskarazko telebistei: saio zabarren imitazio merkeak egitea kritikatzan dute, hots, erabakimen propiorik gabe besteek egiten dutena kopiatzea. Batzuen zein besteen hausnarketek agerian uzten dute eduki aukeraketa autoerreferentzialaren aldeko apustua egin beharra dagoela, alegia, euskaratik eta euskaraz sortutako produktu propioak ekoiztearen aldeko apustua.

Izan ere, ETB1i egindako kritika errepikatuenetako bat ETB2ren programazioa mimetizatzearen ingurukoa da. Solaskide ugariaren ustez, originaltasun falta horrek euskarazko kateari egiten dio kalte, eduki

berdinen artean hautatzeko aukera izanez gero jendeak erdarazkoetara joko duelakoan. Gainera, programazio errepikakorra eskaintzea eta beti aurkezle zein kazetari berberak erabiltzea leporaten diote euskarazko kate publikoari. Oso adierazgarria iruditzen zaigu lehenengo edo bigarren zonalde soziolinguistikoetan hainbatek ETB1i Euskal Herri tradizionalaren irudia erreproduzitzea egotzi izana, eta horren ondorioz katearekin ageriko identifikazio eza agertu izana. Bestalde, EITBk erdarazko telebista lehenesten duen hautematea oso tranbertsala da, eta bada horren atzetik helburu politikoak ikusten dituenik. Ikuspuntu horren arabera, ETBk jatorrizko helburuetako bat baztertu du (euskara sustatzea) xede berria betetzeko (propaganda egitea) eraginkorragoa den gaztelaniaren alde. Dena den, hautemate hedatuenaren arabera EAJren ideologiaren arrastoa agerikoagoa da ETB2n ETB1en baino.

Irratiaren kontsumoa, berriz, egunerokotasunari lotuta agertzen da solaskideen iruditerian: lantokirako joan-etorriari eta etxean igarotako uneei egindako erreferentziak ugariak dira. Irratia piztuta lan egiten dutenak ere ez dira gutxi, testuinguru horretan *horror vacui* bati erantzuteko modua delarik transistorearen soinua, hots, beharraren errutina alienatzailea arintzen duen soinu banda edo *atzeko zarata*. Azken kontzeptu hori hainbatetan agertu zaigu solaskideen diskurtsoetan, irratia entzun bitartean beste edozer egiten egon daitezkeela puntu positibo gisa aipatzearekin batera. Kasu horietan, irratia kontsumoak funtzio osagarria leukake, hain zuzen ere ekintza zentral baten (gehienetan, otorduak) gehigarri izatearena. Aldiberekotasunerako aukera hori une jakinetan irratia eta ez beste edozein komunikabide erabiltzeko argudio gisa erabili dute, batez ere etxeko lanei lotuta.

Euskarazko kateak aipatzen hasita, esan behar dugu euren erreferentzialtasuna banaketa politiko-administratiboaren isla dela, edo, bederen, hark baldintzatuta dagoela. Hala, Hegoaldeko eta Iparraldeko solaskideen euskarazko irratikontsumoaren alderaketak partzialki gainjarritako bi zirkuluen itxura hartuko luke, alegia, bat egite gutxi batzuk eta berezitasun ugari dituzten bi sistemena. Ipar Euskal Herriko solaskideen kasuan, argi antzeman dugu *Euskal Irratien* ikuspegi meta-

autozentratuari erreferentzia egiten dion diskurtsoa. Azalpen horien arabera, Iparraldeko kate federatuek ez dute bakarrik Euskal Herriari buruz eta euskaraz egiten; horrez gain, gertuko erreferentzia esparruko berri emari etengabea eskaintzen diete, Hegoaldea sorleku duten hedabide nazionalak ez bezala.

Elkarrizketatuek argi utzi dute betidaniko kontaktuak eragindako identifikazioa, hots, ohitura, zein komunikabide, zein formatutan eta zein hizkuntzetan kontsumituko den auresateko aldagai indartsuenetakoa dela. Ohiturak eragindako normaltasunaren pertzepzio horren baitan kokatuko litzateke komunikabideetan zein bizitzan euskara gutxi erabiltzen duten zenbait euskaldunberri arabar eta bizkaitarrek *El Correo* politikoki neutralizat hartzea, edo *Berriaren* lerratze politikoari buruz erabiltzaileen eta ez erabiltzaileen artean igarri ditugun iritzi ñabardurak. Komunikabide guztien ildo editoriala oso agerikoa den iritzia oso hedatuta egon arren, euskarazko tokiko hedabideak politikoki markatu gabeak direla adierazi digu mintzaide ugariak. Alta, hautemate horretan eragin handia du euren hedapen esparru mugatuak, oro har udalerri mailako albisteak ez baitira *politika* gisa antzematen.

Dena den, komunikabidea *euskaraz izateak* markatuko luke zein punturaino izan daitezkeen objektiboak. *Gure baitako neutraltasuna* da aipatzen dena, alegia, euskal hiztun komunitatearen baitakoa. Neutraltasunaren hautemate horretan taldeen eraikuntzan beharrezkoa den *Gu-Haiek* ardatzak funtzionatzen du, *Gu* taldearen baitan eta *Haiek* taldearenean kontzeptu desberdina dagoelarik neutraltasunaren inguruan. Azken finean, hizkuntzari lotutako sinismen sistema adostuak daudela iradokitzen dute solaskideen hausnarketek. Testuinguru horretan, *euskaldun* eta *abertzale* kontzeptuen arteko lotura estua ematen da, bigarrenaren lehenengoaren adierazpen politiko naturalizat jotzen delarik. Hizkuntzaren eta nortasun nazionalaren arteko nahaste horren adierazpide litzateke euskarazko hedabideei buruz galdetzean zenbait solaskidek (nagusiki) erdaraz jarduten duten komunikabide abertzaleak aipatu izana. Gure irudiko, erantzun horien bitartez elkarrizketatuen espazio sinbolikoaren desplazamendua gauzatzen dute, inkontzienteki

bada ere euskarari kokaleku zentrala ukatzen baitiote arlo sinbolikoan (*abertzale izatea euskaldun izatea da*) zein praktikoan (*euskararik gabe euskaldun izaterik bada*).

Komunikabideek taldekidetasun jakinak islatzen dituztela hautematen dute solaskideek, beraz. Ez hori bakarrik: aurrez aurre dauden endotalde eta exotalde horien arteko talka hedabideetan gorpuzten da, modu horretan *bi munduen paradigma* dei genezakeena (Amorrortu et. al, 2009) elikatzen dutelarik. Kontzepzio horren arabera, *Haiek/Gu* banalerroaren alde bateko eta besteko munduaren ikuskerak funtsean elkarren kontrakoak lirake oinarritzotzat jotzen diren hainbat alorretan. Alabaina, banalerroa paratzeko irizpide nagusiak zeintzuk diren ez dago hain argi. Izan ere, elkarren arteko taldekidetasunen paradigma horretan, ardatza ideologikoa, geografikoa edo linguistikoa izan daitekeela iradokitzen dute parte hartzaileen hausnarketek.

Horrenbestez, komunikabideen kontsumoak hautu politikoa suposatzen du, eta solaskideek bere ideiekin bat datorren ildo editoriala duten komunikabideak hautatzeko joera agertu dute. Haatik, noizean behin bakoitzaren ideologiaren antipodetan dauden komunikabideak erabiltzen dituztela esan digute maiz. Alde batetik, euren ideiak berresteko bidea ematen die mekanismo horrek, hots, taldekidetasuna indartzeko bidea. Hala, endotalde/exotalde ardatzean nor bere naziotasuna edo ideologia aldarrikatzeko aukera ematen diete hedabideek, kontrakotasunaren bidez. Halaber, *kontrako bandoaren* inguruko informazioa jasotzeko ere jotzen dute *etsaia politikoak* ordezkatzten dituzten komunikabideetara. Dena dela, hedabideen ageriko lerratze politikoak, albisteen tratamendu partzialak eta edukien aukeraketa interesatuak euren sinesgarritasuna kolokan jartzen duela adierazi digu elkarrizketatu askok. Ondorioz, *albisteak ikus/irakur/entzutearen* eta *informatuta egotearen* arteko bereizketa diskurtsibo argia dago. Solaskideen azalpenen arabera, lehenengo kontzeptua komunikabideen informazio atalekiko esposizioaren sinonimo baino ez litzateke izango; bigarrenak, ordea, kontsumitzailearen partetik jarrera aktiboa eskatuko luke. Horrenbestez, informatuta egoteko komunikabideen kontsumitzaileak albisteak *deskodetu* beharko

lituzke, alegia, *informazio* butsaren gainetik dagoen *eduki politizatuaren* geruza kendu, muinarekin gelditzeko.

Albisteen esparru geografikoari dagokionez, gertutasunaren balioespenean oinarritutako gogoeta ildo indartsu bat identifikatu dugu. Hala, tokiko informazioak balio erantsia duela adierazi digu hainbat mintzakidek, arrazoi praktiko eta sinbolikoak direla medio. Alde batetik, gertuko albisteek egunerokotasunerako informazio erabilgarriaren bidez zerbitzu publikoa eskaintzen dizkiete parte hartzaile horiei, eta, bestetik, notizien hedapen geografikoak taldekidetasun jakinak islatzen ditu (Amezaga et al., 2000: 23). Lehen pertsonan ikusi edo ukituko duten errealitate hurbila islatzeak erreferentzialtasuna ematen dio komunikazio proiektu bati, eta nazio mailakoek esparru hori betetzen ez dutela sentitzen dutenez, tokikoetara jotzen dute informazio bila. Azken puntu horri dagokionez euskarazko tokiko agerkari ugari doakoak izateak eragin handia izan dezakeela uste dugu. Edozelan ere, euskarazko herri eta eskualde mailako idatzizko komunikabideek erreferentzialak izatea lortzen dute eskaintza dagoen eremuetan bizi diren solaskide gehienentzat. Euskarazko tokiko eskaintza exisititzea, beraz, ezinbesteko baldintza da inguruko albisteak ikus/entzun/irakurtzean ez dezaten erdarazkoetara jo.

Notiziaren mailaren arabera agerkari edo kate jakinak erabiltzeko joera antzeman dugu. Hala, albistearen eragin esparruaren arabera aldatzen da haren berri izateko hautatzen den komunikabidea, hautu mediatikoaren estratifikazio geografikoa ematen delarik. Hala ere, mailaketa horretan ematen diren hiru geruzak (tokikoa/nazionala/internazionala) ez dira egoera guztietan berdin definitzen. Horren adibide paradigmatikoa da lerro hauek idazten ari denak eta, ziur aski, lerrook irakurriko dituzten apurrek *nazionaltzat* izango luketen *Berria* egunkaria (besteak beste) *Hegoaldekoetzat* hartu izana Ipar Euskal Herrian egindako elkarrizketa guztietan. Batik bat, egoitza nagusia Hegoaldean duten euskarazko hedabideetan Lapurdiko, Nafarroa Behereko eta Zuberoako albisteek hartzen duten proportzio eskasaz kexu dira, baina horrez gain darabilten hizkerak ere zeresan handia izan du ideia horren eraketan. Hego Euskal

Herriko irakurleontzako oharkabea pasa daitekeen gaztelaniaren eragina Iparraldeko hiztunek oso erraz igartzen dute, eta agerkariekiko arrotasuna sentiarazten die.

Fokua euskarazko komunikazio esparruan jartzen hasita, esan beharra dago solaskideek hutsune nabarmenak antzematen diotela eskaintza aldetik. Lehenik eta behin, hedabide mota bakoitzean euskarazko proiektu erreferentzial bakarra dagoela adierazi digute askok. *Monokultibo* horrekin apurtzea, beraz, funtsezkoa da eskaintza erlatiboarekiko pertzepzioa alda dadin, alegia, solaskideek ez dezaten pentsa (orain egiten duten moduan) erdarazko eskaintza euskarazkoa baino osatuagoa dela. Euskarazko hedabideen estaldura geografikoan ere hutsuneak antzematen dituzte mintzakideek, eta estrategikoak izan daitezkeen zenbait produkturen falta nabarmendu dute, bereziki kirol egunkariarena. Hala ere, badira euskarazkoek kontsumitzaile kopuru mugatua dutela adierazi eta publiko hori segmentatzeak proiektuen bideragarritasun ekonomikoa kolokan jarriko lukeela baieztatu duten ahotsak. Albisteen esparru geografikoaz ere agertu zaizkigu solaskideak, hain zuzen ere, tokiko albisteen faltaz Hegoaldean eta munduko gabeziak Iparraldean. Arlo honetan *euskarazkoei* buruz aritzen direnean nor bere esparru geografikoan erreferentziala den hedabideari buruz berba egiten duela uste dugu, alegia, *Berriari* buruz Hegoaldean eta *Euskal Irratiak* sareko katei buruz Iparraldean. Komunikabide horietako bakoitzaren hedapen esparrua zein den ikusita jarraipen egokirik gabeko arlo geografikoaren inguruko hautemateak ulergarriagoak direla deritzogu. Horrekin batera, euskarazko eskaintzaren ezagutzaren inguruko pertzepzioak ere negatiboak izan dira, oro har.

Komunikabideen alorrean ere erdarazkoek euskarazkoak mendean hartzea bi hizkuntzen arteko harreman orokorraren isla litzateke, eta, aldi berean, euskararen mendekotasun egoera elikatzen du desoreka mediatikoak. Era berean, euskarazko komunikabideek sostengu ekonomikoa eta babesa emango dien komunitate sendoa oinarri izan behar dutela aditzera eman izan digute hainbatetan elkarrizketatan zehar. Hala, komunikabideek komunitate arduratua behar dute bizirauteko,

baina aldi berean elkarrizketatu askok aipatu du hiztun komunitateak komunikabideak behar dituela aurrera segitzeko. Euskararen ekosisteman, komunikabideak oreka ekologikoa mantentzen duen ezinbesteko espezie gisa ikusiak dira. Erdarazkoekiko desabantaila egoera gainditzeko, euskarazko komunikabideen arteko elkarlanean sakontzea eta edukien birziklaketa aipatu dituzte balizko irtenbide gisa.

Halaber, zenbait eremu geografikotan dituzten sintonizazio arazoak gainditu beharko lituzkete euskarazkoek lehiakorragoak izateko. Elkarrizketatu nafarren kasua berezia da, euri dagokionez sintonizazio arazoak ez baitira estaldura desegokiaren ondorio, Nafarroako Foru Gobernuaren irizpide politikoen ondorio baizik. Eskuragarritasunaren aldetik, euskarazko eguneroko prentsak zer hobetua du herri txikietan eta lehen zonalde soziolinguistikoko herri handietan, behinik behin solaskideen pertzepzioei kasu eginez gero. Aldizkarien hornidura, berriz, erdipurdikotzat jotzen da orokorrean, baita euskarak indar demolinguistiko nabarmena duen eskualdeetan ere.

Euskarazko komunikazioaren etorkizunari buruz galdetu diegunean ezkor agertu diren solaskide gehienek erdarazkoekiko posizio erlatiboa aipatu dute argudio nagusi gisa. Iritzi baikorrak helarazi dizkigutenek, berriz, hezkuntzak gazteen hizkuntza gaitasunean eta ohitura mediatikoetan izango duen eraginean oinarritu dute euren ikuspegia. Hala, euskaraz irakurtzeko erraztasuna hedatzearekin batera erdarazko komunikabideak erabiltzeko ohiturak aldatuko direla uste dute.

Hautemate horrek harreman estua du euskarazko komunikabideak ulertzeko arazoak dituztela adierazi diguten solaskideen soslaiarekin. Izan ere, elkarrizketatuek euskarazko komunikabideekin ulermen arazoak izan ditzaten aldagai nagusienetako bat alfabetizazio falta da, beste faktore nagusia euskara batuarekiko distantzia dialektala delarik. Horrenbestez, Bizkaiko eta Ipar Euskal Herriko euskaldun zaharren artean, eta, batez ere, alfabetatu gabeen artean sumatu ditugu ulermen arazorik handienak.

Bereziki agerikoa da idatzizko hedabideek darabilten euskara; gaitasun pasiboa eskatzen duten hedabideen (irratia, telebista) hizkera konprenitzea, aldiz, errazagoa da. Mota guztietako edukiak arazorik gabe ulertzeko kapaz diren solaskideak, berriz, esparru formal zein informaletan euskaraz moldatzeko gai dira, hots, AB edo BA hiztunak dira.

Hala ere, erabiltzaileen ezaugarriez gain hedabideenek ere ulermena zailtzen dute maiz, euskarazko programetan eta artikuluetako erregistroa oso jaso delako uste baitu hainbat solaskidek. Malgutasunaren aldeko apustua egiteko eta kaleko hizkerara egokitzeko proposatzen dute irtenbide gisa. Horrez gain, komunikabideetan euskalkien presentzia areagotzearen alde agertu dira mintzakide gehienak, baina formatu eta hedapen esparru zehatzetara mugatuta gehienetan. Hain zuzen ere, euskalkia ahozko edukietara (irratia) eta tokiko komunikazioaren esparrura mugatzearen aldekoak izan dira iruzkin gehienak.

Aurreko egiaztapen guztiak oinarri hartuta, euskarazko hedabideen erabilera tipologia ezberdinak identifikatu ditugu, ondokoak, hain zuzen ere:

- a) **Kontaktu erabilera:** 35 urte baino gutxiago dituzten, euskara eskolan ikasi zuten eta kontsumo mediatikoaren proportzio handi bat euskaraz egiten duten lehen edo bigarren zonalde soziolinguistikoko zenbait solaskideen testigantzetan aurkitu dugu. Kasu hauetan, euskarazko komunikabideek ingurunearen baldintza zailak gainditzeko eta euskararekin eguneroko harremana izateko aukera ematen diete. Hala, euren euren identitatearen parte den eta galdu nahi ez duten euskarari ainguratzeko bidea dira hedabideak, eta hiztun komunitatearekiko lokarria eskaintzen diete, hots, *arnasgune ez fisiko* bat.

- b) **Beharrizan arruntak asetzeko erabilera:** Kontsumoaren irakurketa sinbolikoa egiten duten lehen taldeko gazteen ikuspegiarekin kontrajarrita, bigarren erabilera honi lotuta agertzen diren motibazioak arruntak edo hutsalak dira: entretenimendua jasotzeko jotzen duten komunikabideetara, eta espreski errefusatzeko dituzte politikarekin edota gizarte gaiekin lotura duten edukiak. *Gaztea* entzuten duten 35 urtez azpiko solaskideak dira, eta horrez gain ez dute apenas euskarazko komunikabiderik kontsumitzen. Orain arte aipatutako taldeetako kideen jarrerak argitara eman dutenez, euskarazko komunikabideekiko bi diskurtso nagusi daude solaskideen artean, *militanteagoa* bata eta *hedonistagoa* bestea.
- c) **Erabilera didaktikoa:** Euskal hiztun komunitatearen periferia geografiko eta dialektaletan jaioetako zenbait solaskide euskaldun zaharrentzat komunikabideak euskara batuaren arau gramatikalak eta ortografikoak bereganatzeko tresna eraginkorra dira. Tankera honetako kontsumoa egiten duten solaskide guztiek 50 urte baino gehiago dituzte, nagusitan alfabetatzen hasi ziren eta Bizkaikoak edo Ipar Euskal Herrikoak dira.
- d) **Egunerokotasunaren isla:** Ikuspuntu honetara lerratutako argudioak baliatu dituzten elkarriketatu guztiak 50 urtetik gorakoak dira, 3. edo 4. zonalde soziolinguistikokoan bizi dira eta euskara dute ama hizkuntza. Euskara pertsona hauen identitatearen erdigunean dago, eta eguneroko komunikazio tresna arrunta ere bada; ondorioz, normaltasun osoz erabiltzen dituzte euskarazko hedabideak. Eguneroko praktika linguistikoen isla da kontsumoa, baita hautu kontziente eta engaiatu baten seinale ere.

Mintzakideen gehiengoaren hautu linguistikoa aldatu egiten da hedabide mota batetik bestera. Komunikabideen kalitatearen inguruko pertzepzioak eta kalitatearen kontzeptuari ematen zaion definizioak eragin handia izan dezaketela aditzera eman digute elkarrizketek. Izan ere, oro har euskarazko irratien onarpen maila oso altua izan da, eta, talde homogeneo gisa hartu ezin diren arren, kate gehienak bere esparruan erdarazkoekin lehiatzeko gai ikusten dituzte. Idatzizko komunikabideen kasuan, berriz, ematen du kalitatea(ren inguruko pertzepzioa) ez dela hain aldagai erabakigarria, eskaintzaren hutsuneei eta norberaren hizkuntza gaitasunaren mugei lotuta agertzen baita sarri euskarazkoak ez erabiltzeko justifikazioa. Halaber, euskarazko prentsa eta aldizkariak erabiltzen dituzten mintzakideek konpromiso pertsonalari erreferentzia egin diote maiz, eta modu horretan militantziaren aldagaiak duen garrantzia gogora ekartzen dute. Telebistari dagokionez, kalitatearen kontzeptua agertu zaigu behin eta berriz, eta euskarazko kateari buruzko iruzkin gehientsuenak (funtsean ETB1i buruz hitz egin baitute *euskarazko telebista* aipatzean) negatiboak izan dira, eduki aldetik erdarazkoekin parekagarria ez delakoan. Dena den, kalitate falta baliabideen eskasiarekin lotzen dute askok, bereziki (baina ez bakarrik) euskarazko tokiko telebistei buruz aritzean.

Horretaz aparte, komunikabideetan euskararen erabilera aurrez aurreko harremanetan baino altuagoa dela identifikatu da kasu ugartan. Gainera, portaera hori daukaten solaskide gehienak hiztun berriak dira, ez dute 40 urteko muga gainditzen, lehenengo edo bigarren zonalde soziolinguistikoa sortu ziren eta egunerokotasunean erdara euskara baino gehiago erabiltzen dute. Kontrako muturrean leudeke komunikabideetan aurrez aurreko harremanetan baino euskara gutxiago erabiltzen duten mintzaideak. Hauek oso bestelako soslai dute, aurrekoekin alderatuz. Alde batetik, adinaren aldetik 40 urte baino gehiago dituzte ia guztiek, eta 50etik gora gehienek. Bestetik, gehienek euskara dute ama hizkuntza, hirugarren edo laugarren zonalde soziolinguistikoa bizi dira eta euskara erdara beste edo gehiago erabiltzen dute. Horrez gain, elkarrizketatu ditugun alfabetatu gabeko euskaldun zahar guztiak talde honetan daude.

Azken finean, euskarazko hedabideen eskaintzaren eta aurrez aurreko egoeretan hizkuntza erabiltzeko aukera errealean arteko proportzioan legoke gakoa. Metofozikoki azaltzearen, elkarrizketatu markinar batek fruta, arraina, okela eta zapatak erosi nahiez gero, aukera asko izango ditu herrian bertan produktu guzti horiek *euskaraz* erosteko; alabaina, boleibolari, Ukraina ekialdeko gudari eta dantza garakideari buruzko euskarazko irratsaio, telebista programa edo idatzizko argitalpenik aurkitzeko zailxeago izango du, seguruenik. Kontrako egoeran, Zarrakazteluko euskaldunak ziur aski gaztelaniaz egin beharko du herriko dendari guztiekin, eta, hortaz, Twitteren sartu eta @3ErregeenMahaia-n Errealaren azken partiduaren emaitza begiratzea nahikoa izango da komunikabideetako euskara erabilera aurrez aurrekoa baino altuagoa izan dadin. Aparteko kasua da euskaldun zaharrena: dendariaren euskara arazorik gabe ulertzen dute, baina *Berriako* albiste bat irakurtzeko zailtasun handiak izan ditzakete. Dendariak zer dioten ondo adituko ez balute, beste nonbaitera joango lirakeke laranja bila.

Horrenbestez, euskarazko komunikazio esparruaren hutsuneei, erdarazko komunikabideen eskaintza zabalari eta alfabetizazioa burutu ez izanak zenbait solaskideri sortzen dizkien mugei egotz diezaiekegu aurrez aurreko harremanetan gehienbat euskara darabiltenek kontsumo mediatiko gehiena euskaraz ez egitea. Egunerokotasunean euskara hainbeste erabiltzen ez dutenei, berriz, komunikabideek arnagune ez fisikoa eskaintzen diote, hizkuntzarekin eroso sentitzeko markoa. Hala, euskarazko egunkaria irakurriz, irratia entzunez edo telebista ikusiz hizkuntzarekin kontaktua mantentzen dute eskolan ikasi ostean irakaskuntza prozesutik kanpo erabiltzen ez dutenek, eta hizkuntzaren jabeakuntza prozesua osa dezakete orain ikasten ari direnek. Gainera,

aurrez aurreko harremanei lotutako antsietate linguistikoa presente ez dago komunikabideen kontsumitzean, eta, horregatik, hiztun berriek euskararekin konfiantza irabaz dezaten tresna baliotsua izan daitezke hedabideak.

ANALISI KUANTITATIBOA

Korapiloa askatu nahian

1. HEDABIDEEN KONTSUMOA EUSKAL HERRIAN

1.1. ITURRIEN DESKRIBAPENA: ASKATU EZINEZKO KORAPILOA

Beste edozein esparrutan bezala, hedabideen kontsumoaren inguruko ikerketan ere oso zaila da Euskal Herria bere osotasunean aintzat hartzen dituzten estatistikak lortzea. Are gehiago datuak maiztasun onargarri batez biltzea espero badugu. Euskal herritarrek komunikabide-mota bakoitzaren aurrean dituzten iritziak, ohiturak eta jarrerak aztertzen dituzten lanak herrialdearen banaketa politiko-administratiboaren isla dira. Horrenbestez, orain arte egindako ikerketa gehienak aski ezagunak diren hiru espazio geografikoetako bat aztertzeraz mugatzen dira.

Euskal Autonomia Erkidegoko eta Nafarroako gobernuek nork bere lurraldeko datuak biltzen ditu. Ipar Euskal Herriaren kasuan, berriz, berezko egitura administratibo baten faltak estatistiken bilketa are sarritasun gutxiagoz egitea eragiten du. Aurreko guztiari gehitu behar zaio ikerketak ez direla irizpide berdinekin egiten, ez laginketari ez jorratzen diren puntu zehatzei dagokienez. Anabasa erabatekoa izan dadin, azterketa askok ez du hizkuntza irizpiderik txertatuta, eta eranstean direnean ere ez da kasu guztietan modu berean egiten. Ondoren, hiru gune geografiko eta administratiboetako bakoitzeko biztanleen ohitura komunikatiboak aztertzeko erabiliko ditugun iturrien berri emango dugu. **Euskal Autonomia Erkidegoari** dagokionez, Eusko Jaurlaritzaren

Prospekzio Soziologikoen Kabineteak egindako lau txosten erabiliko ditugu batez ere: *Gazteen Argazkiak 15-Hedabideak* (2012), *Euskal iritziz publikoaren txostena 2011* (2012), *Ikuskerak 6-Hedabideak* (2013) eta *Komunikabideak* (2015).

Lehenengo hiru lanak osatzen dituzten datuak Ikertalde enpresak bildu zituen, baina diseinua Prospekzio Soziologikoen Kabineteari berari zor zaio. Hala ere, lagina 30 urtetik beherakoak eta adin horretatik gorakoak banatzen ditu:

“Informazio bilketa 2011ko urriak 3a eta 10a bitartean egin zen. Guztira 2.968 elkarrizketa egin ziren. 15 eta 29 urte bitarteko gazteei dagozkie horietako 1.272; eta 30 urte edo gehiagoko pertsonen, berriz, 1.696” (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 78)

Horrek azalduko luke zergatik *Gazteen argazkiak 15-Hedabideak* den hiru txostenetatik hizkuntza irizpideak erabiltzen dituen bakarra. Izan ere, hiru txostenek eskema berberaren arabera antolatzen dituzte bildutako datuak, baina bakoitzak irizpide soziodemografiko desberdinen arabera xehetzen du informazioa. Hasteko, *Euskal iritziz publikoaren urtekaria 2011* dosierak EAEko eta Espainiako datuak alderatzeko aukera besterik ez du ematen. *Ikuskerak 6*-ri dagokionez, estatistikak sexuaren arabera banatzen ditu, eta sexu bakoitzeko herritarren estatistikak adinaren, ikasketa-mailaren eta lan-egoeraren arabera xehetzeko aukera ematen du. *Gazteen argazkiak 15* txostenak, berriz, aurreko biak baino askoz galbahe gehiago eskaintzen dizkio ikerlariari, estatistikak ondorengo aldagaien arabera bereizten baitu: lurraldea, sexua, adina, ikasketa-maila, informatuta egoteko hedabideak erabiltzeko maiztasuna, hedabideak kontsumitzeko maiztasuna, hedabide tradizioaletak edo internet

kontsumitzeko maiztasuna eta (guretzako guztietatik garrantzitsua dena) hizkuntza-gaitasuna.

Beraz, *Gazteen argazkiak 15* da hizkuntza irizpideak aintzat hartzen dituen txosten bakarra, herritarren kontsumo-ohiturak eta iritziak euskara-gaitasunen arabera taldekatzeko parada ematen baitu. Zehazki euskara dakitenen, euskara zerbaiz dakitenen eta erdaldun hutsen artean bereizketa egiten du, betiere autopertzepzioan oinarriturik. Esan bezala, beste bi txostenek ez dute hizkuntza-gaitasunaren araberrako inolako banaketarik egiten, eta euskaldunen kontsumoa eta iritziak ezagutzeko aukera ematen ez duen heinean, printzipioz ez lirateke ikerketa honentzat baliagarriak. Haatik, oinarritzko gabezia izanagatik, datuok erabiltzea beste erremediorik ez dugu izan, bestela ere herritarrek komunikabideen aurrean dituzten iritzien, ohituren eta jarrerren inguruko datuen eskasia agerikoa baita oso.

Bestalde, arestian aipatu dugun legez, hiru txostenek oso antzeko eskemak erabiltzen dituzte informazioa sailkatzeko, baina elkarren arteko desberdintasunak egon badaude. Oro har esan daiteke euskarrien araberrakoa dela estatistiken anolakuntza.

Lehenik eta behin, hedabide gustukoenen inguruan galdetzen zaie herritarrei. Atal horretan, *Gazteen argazkiak 15* txostenak aukera ematen du herritarrek hedabide tradizionalak edo internet nahiago duten jakiteko, eta *Ikuskerak 6* dosierak parte hartzaileek zenbat euskarri eta zenbateko maiztasunarekin kontsumitzen dituzten zehazten du. *Iritzi publikoaren urtekaria 2011-k*, berriz, ez ditu gai horiek tratatzen.

Horren ostean, telebistaren inguruko galderak erantzuten dituzte parte

hartzaileek. Atal horretan, *Gazteen argazkiak 15*-ek telebistarekin lotutako jardueren berri ematen du, beste biek egiten ez dutena. *Iritzi publikoaren urtekaria 2011*-k beste biek baino garrantzi handiagoa ematen dio telebista-kate bakoitzeko kalitatearen inguruko pertzepzioari eta albistegien esparruari.

Hirugarren atala egunkarien ingurukoa da. Puntu horretan, *Gazteen argazkiak 15*-en eta *Ikskerak 6*-en irakurtzen den prentsa generalista, ekonomikoa edo kiroletakoa den galdetzen zaie, eta *Iritzi publikoaren urtekaria 2011*-n, ez. Aldi berean, azken txosten horretan herritarrek irakurri ohi duten egunkariaren objektibotasun mailaren berri emateko eskatzen zaie, eta aurreko bi dossierretan, ez. Laugarren atala irratia buruzkoa da, eta hiru txostenetan gai berberak jorratzen dira.

Ondoren, interneti eskainitako atala jorratzen dute dossierrek. Esparru horretan gazteen kontsumoa askoz modu zehatzagoan erretratzen da, beste bi txostenetan ez bezala, herritarrek konektatzeko erabiltzen duten bidea zehazten baitu. Halaber, *Gazteen argazkiak 15* eta *Ikskerak 6* dossierrek internet erabiltzeko lekuari buruz, sarean erositako produktu eta zerbitzuei buruz eta erosketa horiek egiteko arrazoiari buruz galdetu zioten herritarrei. *Euskal iritzia urtekaria 2011*-k, ostera, ez digu puntu horien berri ematen. Bukatzeko, sare sozialen kontsumoa eta horien inguruko iritzia bildu zuten. Arlo horretan gazteen inguruko txostena beste biak baino askoz galdetegi osatuagoa erabiltzen du.

2015eko *Komunikabideak* txostenak, berriz, inkestak erantzunak lurraldearen, sexuaren, adinaren, ikasketa mailaren, internet erabiltzeko ohituraren, komunikabide tradizionalak edo digitalak lehenestearen eta

2014ko Europako hauteskundeen boto-oroimenaren arabera sailkatzen ditu. Lana osatzen duten bost kapituluetatik hiru lehenek garrantzi berezia dute gure ikerketarako, hain zuzen ere, komunikabideen kontsumoari, irudiari eta informazioaren jarraipenari lotutakoak. Berriz ere, txosten honek ez du hizkuntza irizpiderik txertatuta.

Nafarroari dagokionez, CIESek Foru Gobernuarentzat egindako *Barómetro Audiovisual de Navarra 2010* izango dugu iturri bakar. Izan ere, aipatutako dosierra azken urteetan nafarren ohitura komunikatiboak aztertu dituen lan espezifiko bakarra da, Foru Erkidegoko erakundeak egindakoen artean. Txostenak barnebiltzen dituen estatistikak hainbat irizpideren arabera xehetzeko aukera ematen du (eskualdea, sexua, herriaren biztanle kopurua, sexua, adina, ikasketa-maila, lan-egoera, gizarte-maila, adinez txikikoen presentzia etxean, egoera zibila, etxean bizi den pertsona kopurua eta ekipamendu teknologikoa), baina herritarren hizkuntza-gaitasuna ez da kontuan hartzen.

Euskarazko hedabideak ez dira aipatzen, eta *beste autonomia erkidegoetako hedabideak* kategoria erabiltzen da aurreko Nafarroako Gobernuaren iritziz nafarrak ez diren kate guztien kontsumoa biltzeko. Irizpide politiko argiekin sortutako taldea da hori, baieztatu baitaiteke *Nafarroaz kanpoko kateen* kontsumoaren gehiengoa EAEko kateena dela. Hala ere, aipatutako taldekatzea dela medio, ezin da zehazki jakin zein den Euskal Herri mendebaldeko hiru herrialdeetan sortutako kateen erabilera, eta, horien barruan, euskarazko kateek zer nolako arrakasta duten. Bestalde, euskara bera txosten osoan behin baino ez da aintzat hartzen. Irrati lokala eta erregionalari buruzko atalean, parte hartzaileei galdetzen zaie ea uste duten hizkuntzak hedabideetan presentzia nahikoa duen.

Halaber, **Hego Euskal Herriko** kontsumo mediatikoa lantzeko orduan CIESengandik eskuratutako datuez baliatuko gara⁴⁶. Zehazki, 2008-2014 epealdiko estatistikak erabiliko ditugu, eta, bereziki, 2014ko akumulatukoak. Modu horretan, komunikabide mota bakoitzaren erradiografia egingo dugu, alde batetik, eta euskarazkoen egoera absolutuki zein erlatiboki aztertuko dugu, bestetik. Horrez gain, lurraldeka eta eskualdeka ere aztertuko dugu euskarazko komunikabideek bizi duten egoera, QGIS softwarearekin egindako mapez lagunduta⁴⁷.

Ipar Euskal Herriaren kasuan, berezko egitura politiko-administratiboa ez izateak eragiten du euskarazko hedabideen inguruko datuak oso maiztasun gutxiz biltzea. Hori dela eta, 1990ko hamarkadan egindako zenbait ikerketa ere aztertu behar izan ditugu. Kontuan hartu behar da Ipar Euskal Herriko herritarren kontsumo mediatikoa euskal ikuspuntu batetik neurtu zuen azken ikerketa 2006an egin zela. *Euskal ikuspuntua* diogunean, euskarazko hedabideak ikerketaren beraren erdigune dituen eta hizkuntza irizpideak txertatuta dituen ikerketaz ari gara, alegia Ipsos-ek Euskararen Erakunde Publikoak eskatuta egindakoaz.

⁴⁶ Enpresak berak bere webgunean azaltzen duenez, CIESek Hego Euskal Herriko komunikabideen audientzia neurtzeko egiten du 1984tik. Metodologiari dagokionez, CIESen azterketa aurreko eguneko kontsumoan oinarritzen da, eta galdetegian parte hartuko dutenen kuotak ezatzen ditu, adinaren, sexuaren, bizitokiaren, eskualdearen eta herrialdearen arabera. Galdetegiak prentsa, irrati, telebista eta internet kontsumoa aztertzen du, eta parte hartzaileen hizkuntza gaitasuna, egoera sozioekonomikoa, maila kulturala eta kontsumo ohiturak aintzat hartzen ditu. Azterketak sei hilean behin egindako bi olatu ditu; horietatik abiatuta osatzen da urteko batez bestekoa edo akumulatua. Guztira, CIESek 900 eta 1300 elkarrizketa artean egiten ditu olatuko eta herrialdeko, hau da, 8600 elkarrizketa urtero. <http://www.ciessl.com/audienciamedios.htm> [2015/07/09an kontsultatua]

⁴⁷ 4. Eranskinean aurki ditzake irakurleak euskarazko hedabideen eskualdekako merkatu kuoten mapak.

Izan ere, euskararekin eta euskal kulturarekin lotura duten bi erakunde publikoek (Euskararen Erakunde Publikoak eta Euskal Kultur Erakundeak) egin dituzte azken hamarkadetan Bidasoaren ipar ertzean egin diren ikerketen artean garrantzitsuenetarikoak. Nabarmentzeko moduko beste inkestak *Euskal Irratiak* federazioko kateek *ad hoc* enkargaturikoak (Siadeco, 1991; Siadeco, 1996) eta *Sud Ouest* egunkariak egindakoak⁴⁸ dira. Horrez gain, Frantziako hedabide-kontsumoa neurtzen duen Médiamétrie enpresak Ipar Euskal Herriko euskarazko irratien inguruko datuak eskaintzen ditu urtero⁴⁹, nahiz eta ez duen kontsumitzaileen arteko bereizketarik egiten hizkuntza-gaitasuna dela eta.

Horrenbestez, bi estatuen arteko mugak errealitate mediatiko oso desberdinen banalerroa margotzen duela eta Bidasako bi aldeetan egindako ikerketen arteko desberdintasun metodologikoek taxuzko erkaketa egitea oztopatzen dutela ikusita, modu bereizian aztertuko ditugu Ipar eta Hego Euskal Herriko ohitura komunikatiboak. Alabaina, txosten guztien analisisia egin ostean antzeman ditugun joera orokor komunak ondorio bateratuetara ekarri ditugu, zeintzuk hedabide-motaren arabera garatu ditugun. Aipatutako ondorioak atera ahal izateko txostenotako datuak zehaztasun osoz aztertu behar izan ditugun arren, irmoki sinesten dugu ikerketa honen komunikagarritasunaren mesedetan hobe dela muinera jotzea eta joera garrantzitsuenak besterik ez aurkeztea irakurleari. Aitzitik, salbuespena egingo dugu Ipar Euskal Herrian

⁴⁸ 1992an *Sud Ouest* egunkariak bere kabuz egin zuen Ipar Euskal Herriko gazteria objektu zuen galdeketa, eta *Les 17-20 ans en cinquante questions* izeneko txostenean bildu zituzten datuak. Emaitzak 1992ko otsailaren 12ko alean kontsulta daitezke. Material gehigarrietan aurki dezake irakurleak ikerketa horri lotutako analisisia.

⁴⁹ Ikus analisi kuantitatibo honetako 4. kapitulua.

egindako azken txostenarekin zein Médiamétrie-k bildutako datuekin, eta osorik aletuko dugu horien inguruan egindako analisia. Lapurdiko, Nafarroa Behereko eta Zuberoako biztanleen ohitura komunikatiboen inguruko datu falta nabarmenak eraman gaitu erabaki hori hartzera.

Uste dugu orain arte Euskal Herriko, euskaldunen eta euskarazko hedabideen kontsumoaren inguruan egindako inkestak biltzeko eta alderatzeko zailtasunak neurketa bateratuak egiteko beharraren adierazgarriak onena direla. Nazio osoko biztanleak aintzat hartu eta hizkuntza irizpideak txertatuta dituzten inkestak egitea premiazkoa da euskaldunen ohitura komunikatiboak ebaluatu eta euskarazko hedabideen benetako arrakasta-maila zein den jakiteko.

Aitzitik, **Euskal Herri osoa** kontuan hartzen duten iturriak, urriak izanagatik, egon badaude. Eusko Jaurlaritzaren mende dagoen Kulturaren Euskal Behatokiak *Euskal Herriko kultura-ohiturei, -praktikei eta -kontsumoari buruzko estatistika* argitaratu zuen (Kulturaren Euskal Behatokia, 2008), eta, horrez gain, erakundearen webgunean kontsulta daitezke nazio osoko herritarren hedabide-kontsumoari buruzko estatistikak. Ondorioz, Hego zein Ipar Euskal Herriko ohitura komunikatiboez aritu aurretik, herrialdea bere osotasunean aintzat hartu dituzten datuak ustiatuko ditugu.

2. EUSKAL HERRIKO OHITURA KOMUNIKATIBOAK

Kulturaren Euskal Behatokiak 2007an egindako neurketaren arabera, une horretan telebista zen, alde handiarekin, Euskal Herrian arrakasta handiena zuen euskarria. Batez beste, euskal herritarrek astero 17,9 ordu ematen zituzten hari begira (Kulturaren Euskal Behatokia, 2008: 30). Lanegunetan, berriz, batez beste 2,6 ordu ematen zituzten euskal herritarrek telebista ikusten. Adin-tarte guztietan datu horretatik gertu daude kontsumo-denborak, 65 urtetik gorakoen taldean izan ezik: adindunek 3,4 orduz ikusten zuten telebista lanegunetan. Asteburuetan kontsumoa pixka bat gutxitzen da, baina ez gehiegi, larunbat eta igandeetan euskal herritarrek 2,4 ordu ematen baitzituzten hari beha (Kulturaren Euskal Behatokia, 2008: 84).

Telebistaren atzetik, irrateria zen euskal jendarteak gehien kontsumitzen zuen komunikabide-mota. Izan ere, euskal herritarren %77,4k egunero edo ia egunero entzuten zuen irrateria Kulturaren Euskal Behatokiaren arabera. Euskal herritarrek, batez beste, 17 ordu ematen zituzten astero irratia konpainian. Berriz ere, Bidasoak bi kontsumo-joeraren arteko muga markatzen du: Ipar Euskal Herrian 23,5 ordu ematen zituzten astero irrateria entzuten, eta, lanegunetan, 4 orduz entzuten zuten irrateria, batez beste. Hegoaldean, oster, orduen kopurua ez zen batez besteko 17 orduetara heltzen (Kulturaren Euskal Behatokia, 2008: 30), eta lanegun bakoitzeko 2,6 orduz entzuten zen irrateria. Astelehenetik ostiralera zuen irratia arrakasta, hura entzuteko ohitura zutenen %1ek baino ez baitzuen esan egun horietan ez zuela entzuten. Asteburuetan, ordea

%20tik gorakoa zen irratia entzuten ez zuten ohiko kontsumitzaileen kopurua (Kulturaren Euskal Behatokia, 2008: 85).

Euskarazko irratiei buruz hitz egiten hasita, elebidunek horiekiko erakusten zituzten kontsumo-joerak oso polarizatuak ziren. Astegunetan, esaterako, euskaldunen %33,7k ez zuen minutu bat bera ere ematen euskarazko irratia entzuten. Beste %19,5 batek, ordea, irratia entzuten igarotzen zuen denbora guztia euskarazkoei eskaintzen zien. Batez beste, euskaldunek irratia adi igarotzen zuten denboraren %37,4 euskarazko irratiek betetzen zuten. Asteburu eta jaiegunetan kontsumo-joerak erdarazko irratien aldekoagoak ziren, elebidunen erdiak ez baitzuen euskarazkorik entzuten egun horietan⁵⁰.

Adinari dagokionez, 25-34 urteko elebidunen adin-tartean entzuten zen gehien euskarazko irratia, kontsumo-orduen %41,8ra helduz. Kontrako muturrean, 45-54 urtekoek denboraren %33,7 ematen zuten euskarazko kateak sintonizatuta. Generoaren arabera ere desberdindu daitezke kontsumo-joerak, eta, telebista ikusteko orduan legez, gizonezkoek emakumezkoek baino gehiago entzuten zuten euskarazko irratia⁵¹.

Elebidunak bizi ziren inguruak ere oso modu esanguratsuan baldintzatzen zuten euskarazko irratiekiko jarrera: 10.000 biztanle baino gutxiago zituzten herrietan, elebidunek denboraren %43,8 euskarazkoei eskaintzen zieten, eta, 50.000 biztanletik gorakoetan, oster, denboraren

⁵⁰Zehazki, larunbatetan euskaldunen %47,7k ez du euskarazko irratirik entzuten.

Igande eta jaiegunetan, datu hori %50,6ra igotzen da.

<http://www.kultura.ejgv.euskadi.net/r46-19123/eu/estatistikak/listaV1.apl?idioma=e&tema=836>

⁵¹ Hurrenez hurren, kontsumo-denboraren %39,6 eta %35,2.

%26,1. Eskualdez eskualde aztertuta, Nafarroako Mendialdeko elebidunek egiten zuten irrati kontsumorik euskaldunena (denboraren %66,2), eta Nafarroako Erdialdean, berriz, erdaldunena (%25,2 euskaraz). Halaber, aipatzekoa da Zuberoan (%46,2) eta Behe Nafarroan (%47,5) euskarazko irratiek lortzen zuten emaitza ona, EAEko hiru lurraldeetako edozein baino erregistro hobeak erdiesten baitzituzten⁵². Hortaz, esan daiteke zuberotarrek eta baxenafarrek oso irizpide ezberdinen arabera juzgatzen zituztela euskarazko irratia eta telebista.

Prensa irakurle kopuruaren inguruan Kulturaren Euskal Behatokiak bildutako datuen arabera, Euskal Herrian egunkariak irakurtzeko ohitura zuen herritarren %65,4k (Kulturaren Euskal Behatokia, 2008: 50)⁵³. Horien artean, %57,1k egunero edo ia egunero irakurtzen zituen berripaperak, eta %8,3k, ostera, astean 3 edo 4 egunetan. Nabarmentzekoa da biztanleen %11,1ek asteburuetan baino ez zituela egunkariak begiztatzen. Prensa irakurtzekoan herritarrek egiten zituzten hizkuntza hautuak erdaren aldekoak ziren: Euskal Herriko egunkari-irakurle elebidunen %67,1ek gaztelaniaz edo frantsesez idatzitakoak nahiago zituen. Haatik, %8,2k baino ez zituen nahiago euskarazkoak, eta bi hizkuntzen aldeko hautua egiten zuen gainontzeko %23,4ak (Kulturaren Euskal Behatokia, 2008: 51).

Aldizkariak ikus-entzunezkoak eta eguneroko prentsak baino arrakasta murriztagoa lortzen zuten gurean: euskal herritarren %40,4k baino ez

⁵²Araban, batz bestea, elebidunek irratia entzuten ematen duten denboraren %30,1 eskaintzen diete euskarazko irratiei. Bizkaian datua %32koa da, eta Gipuzkoan, %39,9koa.

⁵³Ohi bezala, Ipar Euskal Herriko datuak EAEkoak eta Nafarroakoak baino apalagoak dira, populazioaren %54k ez baitu egunkariak irakurtzeko ohiturarik.

zuen astean behin aldizkariren bat irakurtzen. Horri dagokionez, ez zegoen alde handirik lurralde batetik bestera. Halaber, generoak ez zuen gehiegi baldintzatzen aldizkarien kontsumoa: emakumeen %42,5ak eta gizonen %39,5ak irakurtzen zituen astero. Datuek aditzera ematen dutenez, hizkuntza-gaitasunak, irakurlea bizi zen herriko biztanle kopurak, generoak eta adinak ere ez zituzten kontsumo-ohiturak modu nabarmenean baldintzatzen. Bai, ordea, irakurleen ikasketa-mailak; berriz ere, zenbat eta ikasketa-maila altuagoa izan, orduan eta maizago irakurtzen zituzten aldizkariak euskal herritarrek. Aldizkako argitalpenen arloan, elebidunek hizkuntza-hautu argiak egiten zituzten: %72,8ak erdaraz idatzitako aldizkariak nahiago zituen, eta %6,7ak, euskarazkoak (Kulturaren Euskal Behatokia, 2008: 50-51).

Behin Euskal Herri osoko datu apurrak aztertuta, gatozen Hego Euskal Herriko kontsumo joerak aztertzeraz. Izan ere, Araba, Bizkaia, Gipuzkoa eta Nafarroaren inguruko datuak, ugariagoak izateaz gain, erregularitasunez jasotzen ditu CIESek; horrek egungo egoeraz eta azken urteetako garapenaz irakurketa mamitsuak egiteko aukera eman digu.

3. HEGO EUSKAL HERRIKO OHITURA KOMUNIKATIBOAK

Azaldu berri dugun moduan, ondorengo orrialdeetan CIESen datuak erabiliko ditugu Hego Euskal Herrian kontsumituenak diren irratiak, telebistak eta egunkariak zeintzuk diren jakiteko. Lehenik eta behin, hedabide motaren arabera analisi orokorra egingo dugu, lau herrialdeak aintzat harturik. Horren ostean, lurralde bakoitzeko herritarren kontsumoa modu bereizian aztertuko dugu. Azkenik, euskarazko komunikabideen egoera aztertuko dugu zehazki, hedabide motaren eta herrialdearen arabera irakurketa eginez.

3.1. HEDABIDEEN KONTSUMOA HEGO EUSKAL HERRIAN

Hego Euskal Herriko irratarik entzunena *SER* katea da, azken urteotan 35.000 entzule inguru galdu arren. Bigarren postuan *Radio Euskadi* dago, honek ere beheranzko joera agertu duelarik 2008tik. Hirugarren eta laugarren postuan azaltzen dira musika katerik arrakastatsuenak, alegia, *Los 40* eta *Gaztea*. Bi horien artean erdarazkoak du entzule gehien, azken urteotan kateen arteko aldea asko murriztu den arren.

Taula 1 Aurreko eguneko entzule kopuruak Hego Euskal Herrian, milaka eta katearen arabera (2008-2014)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ser	323,1	303,1	283,4	282,8	280,3	300	289,3
Radio Euskadi	262,8	267	211,8	210,6	217,2	232	212,2
Los 40	198	203,2	203,4	173,8	163	146,9	157,2
Gaztea	67,5	96,6	112,8	143,6	120	121,9	112,2
Onda Cero	102,1	112,2	123,3	120,1	125,2	117,5	115,2
Euskadi Irratia	76,5	88,8	93,3	92	96	108,6	106,8
Rne 1	78,9	69,9	101,1	99,7	110,8	91,8	99,6
Cadena 100	69,8	100,6	106,7	89,6	89,5	87,6	98,9
Nervión+Gorbea	90,9	84	83,7	76,1	75,6	79,3	81,6
Cope	90,4	71,1	58,1	60,9	51,8	58	77,3
Europa FM	3,5	43,2	44,2	55,8	57,7	69,3	68,3
Onda Vasca	4,4		60,4	69,2	75,6	65,4	58,7
Cadena Dial	30,6	34,1	36	31,3	30	26,1	41,3
Herri Irratia	52,7	47,2	31,8	37,6	42,2	44,1	37,3
Kiss FM	68,7	68,6	54,9	49,4	45,2	34,9	36,5
Rne 5	24,8	25,1	18,5	17,2	16,6	11,8	14,9
M80	24,8	20	16,8	13,4	14,1	14,9	13,8

ITURRIA: CIES

Hala, *Gaztea* da Bidasoaren hegoaldeko ertzean gehien entzuten den euskarazko irratia. CIESen datuek aditzera ematen dute kateak goranzko joera izan zuela 2008-2011 urteen artean, azken data horretan goia jo zuelarik bere entzule kopuruak. Une horretatik aurrera egonkortze fase batean sartu dela ematen du, eta 2014ean behera egin zuten berriz bere erregistroek. Hala eta guztiz ere, 2008an baino ia 50.000 entzule gehiago izan ditu *Gazteak* 2014ean. *Euskadi Irratiak*, berriz, joera gorakorrari eutsi egin dio azken zazpi urteotan, eta 35.000 entzule irabazi ditu 2008 eta 2014 artean.

Alabaina, datu absolutuez gain datu erlatiboak mahaiaren gainean jartzea beharrezkoa dela uste dugu. Izan ere, euskarazko komunikabideen emaitzak perspektibarekin baloratu ahal izateko ezinbestekoa da kontuan hartzea balizko entzuleen hizkuntza gaitasuna, edo, zehatzagoak izatearren, gaitasun ezak publiko potentzialaren tamaina mugatzen duela. Hots, euskarazko komunikabideek erdarazkoek baino entzule posibleen kopuru murriztagoa du, Hego Euskal Herrian indarrean den aldebakarreko elebitasun sozialaren ondorioz.

Hala, CIESen datuen arabera Hegoaldeko lau herrialdeetan bizi diren 14 urtez gorako 2.455.900 lagunak erdarazko irratien publiko potentzial gisa hartu ditugu, eta iturri berberen arabera euskarazko irratia bat ulertzeko gaitasuna duten 904.600 pertsonak, azken horien publiko potentzial gisa⁵⁴. Bada, irizpide horien arabera indize erlatiboa eginez gero, *Gaztea*

⁵⁴ Gure irudiko, euskaldun guztiak ezin dira euskarazko komunikabide guztien publiko potentzialtzat hartu, hedabide-motaren eta balizko erabiltzaileen hizkuntza gaitasunaren arabera mailaketa bat ematen baita. Hala, euskara

litzateke bere balizko entzuleen artean sarbiderik altuena izango lukeen irratia, bere publiko potentzialaren %12,4k entzungo bailuke. Gainera, bigarren postuan *Euskadi Irratia* legoke, %11,8ko sarbide erlatiboarekin. Beraingandik gertu legoke *SER* katea, bere erabiltzaile posibleen %11,7k entzuten duelarik. Urrunago leudeke *Radio Euskadi* (%8,6), *Los 40* (%6,4) edota *Onda Cero* (%4,7). Hortaz, euskarazko bi kate publikoak lirateke Hegoaldean euren publikoen artean arrakastarik handiena izango luketenak. Berez onak diren audientzia datuak ikuspuntu erlatibo honetatik begiratzuz gero euskarazkoek lortzen duten inpaktua zinez aintzatesteko modukoa da, eta ez bakarrik erdarazko irratiekin alderatuta, gainontzeko hedabide motetan euskarazkoek hain emaitza ikusgarriak lortzen ez dituztela ikusiko baitugu berehala.

Irratien inguruko azken ohar bat egitearren, iturrien arteko alderaketa eginez gero EGMren neurketek CIESenek baino datu apalagoak esleitzen dizkiete euskarazko kateei, baina bi kateon goranzko joera baieztazen dute bi audientzia ikerketek.

ulertzeko gai diren herritar guztiak hartuko ditugu euskarazko telebistaren publiko potentzial gisa (CIESen arabera, 14 urtez gorako 1.383.000 lagun Hego Euskal Herrian), euskara ulertzeko eta hitz egiteko gai direnak euskarazko irratien balizko entzule moduan (iturri berberaren arabera, 904.600 pertsona) eta euskaraz ulertzeko, hitz egiteko, irakurtzeko eta idazteko gai direnak, prentsaren irakurle posibletzat (743.000 lagun). Irratiaren eta prentsaren kasuan, hedabideek berez eskatuko luketen hizkuntza gaitasuna baino koska bat gorago dauden euskaldunak baino ez ditugu publiko potentzialaren barruan sartu. Esaterako, irratia kasuan euskara ulertzea nahikoa litzateke, teoriarik, euskarazko kateak entzun ahal izateko; alabaina, edukia erosotasunez entzun ahal izateko ozta-ozta ulertzea ez dugu nahikotzat jo, eta gutxienez euskara ulertzeko eta hitz egiteko gai direnak kontuan hartu ditugu indize erlatiboak osatzeko.

Taula 2 Euskadi Irratiaren eta Gaztearen eguneroko entzule kopuruak, milaka (2008-2014)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Euskadi Irratia	75	69	68	88	75	70	85
Gaztea	79	69	84	108	112	113	109

ITURRIA: EGM

Telebistari dagokionez, kate nagusi gehienek beherakadak pairatu dituzte azken urteotan, Lurreko Telebista Digitalaren eta honek eragindako kontsumoaren fragmentazioaren eraginez. 2008an legez, 2014ean *Tele5k* katerik ikusiena izaten segitzen du, eta orduan bezala orain ere *ETB2* da haren jarraitzailerik gertukoena. Esan daiteke *La Sexta* dela hazi den telebista nagusien arteko bakarra, bere ikusle kopurua ia bikoiztu egin baitu 2008 eta 2014 artean. *ETB1*i dagokionez, 50.000 ikusle inguru galdu ditu zazpi urteotan, eta kate generalisten artean *TVE2* baino ez du gainditzen euskarazko kateak.

Taula 3 Aurreko eguneko ikus-entzule kopuruak Hego Euskal Herrian, milaka eta katearen arabera (2008-2014)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Tele 5	817,2	609,4	631,7	542,3	529,6	506,2	532,9
Etb2	656,5	588,1	497,5	458,1	509,3	524,9	507,6
Antena3	570	491,1	415	426,8	447,1	456	450,9
La Sexta	219,8	289,6	322,9	275,6	249	368,3	416,1

Tve 1	617,8	529	602,6	610	529,5	447,9	401,9
Cuatro	348	348,8	296,3	233,7	294,6	254,7	248,1
EtB1	174,3	183,5	192,7	163,7	161,1	151,2	126,2
Tve 2	149,8	122,4	108,1	112,1	113,7	104,3	100,5

ITURRIA: CIES

Sarbide erlatiboa neurtuz gero, murriztu egiten dira euskarazko katearen eta gainontzekoen arteko aldeak, baina, hala ere, erdarazko telebistek baino inpaktu txikiagoa lortzen du *ETB1*ek bere publiko potentzialaren baitan. Izan ere, Hego Euskal Herriko 14 urtez gorako herritarren %21,6k *Tele5* ikusten du, %20,6k *ETB2*⁵⁵, %18,3k *Antena 3* eta %16,9k *La Sexta*. Euskarazko telebista publikoa, aldiz, euskara ulertzen dutenen %9,1ek baino ez du ikusten.

Prentsaren esparruan, herrialdeetako bakoitzean nagusi diren egunkariak betetzen dituzte irakurrienen zerrendaren lehen postuak. Hain zuzen ere, Araban eta Bizkaian liderra den *El Correo*, Gipuzkoan nagusi den *Diario Vasco* eta Nafarroan gailentzen den *Diario de Navarra* dira hiru kazetarik irakurrienak. Beheranzko joera nabarmenean sarturik egon arren, alde handiarekin nagusitzen dira euren eragin esparruetan, aurrerago herrialdekako analisisian ikusiko dugunez. Gogora ekarri nahiko genuke *El Correo* eta *Diario Vasco* Vocento taldeko egunkariak direla, eta *Diario de Navarra* elkarlanerako hitzarmenak sinatuta dituela korporazio

⁵⁵ 2014an *ETB* Nafarroan sistema analogikoaren bitartez baino ezin ikusi zitekeen arren, nafar guztiak hartu ditugu *ETB2*ren publiko potentzial gisa, eta euskara ulertzen duten nafar guztiak, *ETB1*en balizko ikusletzat.

horrekin⁵⁶. Hortaz, Hego Euskal Herriko berripaperik irakurrienak talde mediatiko berberaren ingurukoak izateak sektorean ematen den kontzentrazio enpresariala islatzen du, eta, zalantzarik gabe, gizarte demokratikoen oinarrietako bat den iritzi aniztasunari ez dio mesede handirik egiten.

Hiru egunkari nagusiengandik alde handira, *Gara* ageri da laugarren postuan, irakurle kopuru nahiko egonkorra izan duelarik denbora tarte honetan zehar. Eskualdeko maila gainditzen duen euskara hutsezko egunkari bakarrak⁵⁷, *Berriak*, gorakada nabarmena izan zuen 2012 eta 2013 urteetan, baina 2014ean berriz ere behera egin du irakurle kopuruak eta 2008ko mailatik behera dago egun. Perspektiba erlatibotik., berriz, *Berriak Garak* baino emaitza hobeak lortzen ditu, euskarazko egunkaria bere balizko irakurleen %7k irakurtzen baitu, kazeta elebiduna bere publiko potentzialaren %4rengana heltzen delarik. Indize honen arabera, *Diario Vasco* litzateke Hego Euskal Herriko berripaperik arrakastatsuenak, 14 urtez gorako gipuzkoarren %39k irakurtzen baitu. *El Correo*k, berriz, %34,2ko sarbidea izango luke Bizkaian eta Araban, eta *Diario de Navarra*k, %33,2ekoa Nafarroan⁵⁸.

⁵⁶http://www.diariodenavarra.es/noticias/mas_actualidad/cultura/diario_navarra_heraldo_aragon_vocento_firman_acuerdo_estrategico_colaboracion_58420_1034.html

⁵⁷ *Hitz*a egunkariak eskualdeko informazioa lantzen dutenez gero, euskarazko prentsaren analisi espezifikoak egitean aipatuko ditugu.

⁵⁸ Egunkarien hedapen esparruaren arabera egin dira kalkuluak. Hots, *Diario Vascoren* irakurle potentzialtzat hartu dira 14 urtez gorako gipuzkoarrak, *El Correo*ren publikoaren taldean sartu ditugu arabarrak eta bizkaitarrak, eta *Diario de Navarra*ren balizko irakurlerian nafarrak baino ez ditugu zenbatu. Jakin badakigu euren hedapen esparruetatik kanpo egunkari horiek badituztela irakurle gutxi batzuk; hortaz, kasu bakoitzean aipatutako herrialdeetatik kanpoko audientziak ez ditugu aintzat hartu indize hauek osatzeko.

Taula 4 Aurreko eguneko irakurle kopuruak Hego Euskal Herrian, milaka eta egunkariaren arabera (2008-2014)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
El Correo	461	463	460	465	457	466	447
Diario Vasco	298,9	283,4	276,2	278,6	272,5	270,7	255,5
Diario Navarra	196,3	194	195,3	196,8	191,6	191,4	187,4
Gara	99,4	98,1	99	103,1	108	104,1	100,4
Deia	80,3	76,4	84,8	94,5	97,5	105,1	94,4
Marca	87,8	106,2	119,1	118,2	103,2	110,1	90
Noticias Navarra	84,5	83,9	83,9	85,1	84,2	87,7	88,4
El País	71	63,8	62,1	61,9	63,5	88,6	69,8
Berria	56,2	55,1	51,4	51,5	62,1	62,8	52,4
Mundo Deportivo	32,2	41,6	58,2	52,7	51,7	45,6	36,1
El Mundo	37,5	34,7	41,3	30,7	24,2	38,2	34,6
Noticias Álava	17,6	24,4	27,5	28,6	27,3	24,6	27,2
Noticias Gipuzkoa	23,1	26,2	30,3	29,7	30,3	28,6	26,2

ITURRIA: CIES

Hedabide mota guztiak aztertuta, esan daiteke euskarazko irratiak direla erdarazkoekin lehiatzeko gai diren bakarrak sarbide erlatiboari dagokionez. Ez da hainbeste *Euskadi Irratiak* eta *Gazteak* euren publiko potentzialetan lortzen duten sarbide-indizea a *ETB1*ena edota *Berriarena* baino askoz altuagoa denik, baizik eta erdarazko irratiak indizeak

gainditzea lortzen dutela; euskarazko telebista kateak eta kazetak, berriz, oso urrun gelditzen dira erdarazko lehiakideengandik.

Alabaina, prentsaren alorrera itzulita, ez genuke ahaztu behar orain arte aletutako datuak paperezko edizioen ingurukoak direla. Hortaz, aurreko taulak erakusten digun irakurle kopuruen beherakada nahiko orokortua egunkarien formatu tradizionalena baino ez litzateke izango. Analisi kualitatiboak (eta eguneroko bizi-jardunak) erakusten digunez, ostera, prentsa digitala gero eta errotuago dago herritarren artean, eta, ondorioz, ezinbestekoa da formatu bateko zein besteko audientziak batzea prentsak Hego Euskal Herrian bizi duen egoeraren inguruko balorazioa egin ahal izateko. Esan gabe doa, irakurtzeko esperientzia oso desberdina da paperean eta interneten, ziur aski une eta zirkunstantzia ezberdinetan egingo den kontsumoa da, eta, horrenbestez, kontsumo kualitatiboki ezberdina. Zenbaki hutsek ez digute dimentsio hori arakutzen utziko, baina migrazio digitalaren neurria eta kazeta bakoitzaren posizionamendu erreala erakusten lagunduko digute. Ohar garrantzitsu horiek eginda, gatozen datuok aztertzeraz.

Taula 5 Aurreko eguneko irakurle kopuruak Hego Euskal Herrian, egunkariaren eta formatuaren arabera, milaka (2008-2014)

	2008 papera	2008 web	2008 guztira	2014 papera	2014 web	2014 guztira	2008- 2014 (%)
El Correo	461,9	71,7	533,6	447,1	258	705,2	32,1
Diario Vasco	298,9	40,6	339,5	255,5	118	374	10,1

Diario							
Navarra	196,3	26,2	222,5	187,4	74	261,4	17,4
Gara/Naiz	99,4	17	116,4	100,4	61,4	161,8	39
Deia	80,3	8,4	88,7	94,4	59	153,4	72,9
Marca	87,8	37,3	125,1	90	127	217,6	73,9
Noticias							
Navarra	84,5	22,1	106,6	88,4	61,6	150	40,7
El País	71	35,6	106,6	69,8	129	199	86,6
Berria	56,2	7,1	63,3	52,4	35,6	88	39
Mundo							
Deportivo	32,2	8,3	40,5	36,1	32,5	68,6	69,3
El Mundo	37,5	31,2	68,7	34,6	79,1	113,7	65,5
Noticias							
Álava	17,6		17,6	27,2	17,2	44,4	152
Noticias							
Gipuzkoa	23,1		23,1	26,2	16,5	42,7	84,8

ITURRIA: CIES, lanketa propioa

Bistan denez, egunkari digitaletako atarien bisitari kopuruak gehituta prentsaren egoeraren inguruko analisisia asko aldatzen da, orotara gora egin baitu kazeta garrantzitsuenen eguneroko irakurleen kantitateak. Hala ere, hazkunde portzentualik handienak⁵⁹, *El País*enak eta *Marvarenak*, kasu, webguneen gorakadari esker gertatu dira. Kazetarik indartsuenek

⁵⁹ *Noticias de Álava* eta *Noticias de Gipuzkoa*aren hazkundeak dira nabarmenenak, baina 2008an euren webguneek zuten irakurle kopuruaren daturik ez dago, eta, hortaz, hazkunde-indizea desitxuratua da.

aurrerakada xumeenak lortu izana datu oso azpimarragarria iruditzen zaigu. Halaber, nabarmentzekoa da *berria.eus*-en emendatzea, aztertzen ari garen epean *deia.com*-en atzetik gehien hasi den ataria baita. Izan ere, zazpi urteko epean bere emaitzak boskoiztu ditu euskarazko egunkariak.

Dena den, hazkunde hori testuinguru orokorrago batean kokatu beharra dago: kontuan hartu behar da internetera konektatzen den euskal herritarren kopuruak etengabe egin duela gora azken urteotan. Datu bat ematearren, 2008an EAEko biztanleen %49,3 konektatu zen internetera Eustat-en *Informazio Gizartearen Panorama* osatzeko galdeketa parte hartu aurreko hiru hilabeteetan (Eustat, 2009: 51), eta 2014an dagoeneko %67,9ak nabigatzen zuen maiztasun horrekin (Eustat, 2014:36).

Hala ere, internet erabiltzeko ohitura errotzeko prozesu horrek bakarrik ez luke azalduko *Berriaren* webguneak lortutako gorakada, esku artean dugun epealdian nabigatzeko ohiturak %18 egin baitu gora, eta, jadanik aipatu dugun moduan, kazetaren atariaren bisitari kopuruak askoz hazkunde handiagoa izan du. Horrebestez, lortutako emaitzak, funtsean, euskarazko kazetak migrazio digitala burutu eta hedabide multimedia bilakatzeko egindako ahaleginarekin lotuko lirateke.

Alabaina, hazkundeak hazkunde erdarazko kazeten webguneak dira erabilienak Hego Euskal Herrian: *Berriaren* webgunea hamargarren postuan dago eta euskarazko tokiko prentsaren kontsumo digitalaren inguruan CIESek datu gutxi eta sistematizatu gabeak eskaintzen ditu⁶⁰.

⁶⁰ 2014rako *Hitz*a guztietako webguneen baturaren (4.000 irakurle) eta *argia.eus*-en (2.600 irakurle) datuak baino ez zituen eskaini. Hekimen Analytics trensari esker jakin dugu herri ekimeneko euskarazko komunikabideen audientzia %60

Bestalde, nagusiki gaztelaniaz argitaratu arren euskarazko edukiak badituen *nai̯.ens*-ek ia bikoiztu egiten ditu *berria.ens*-en emaitzak, *deia.com* gainditzen du eta *noticiasdenavarra.com*-engandik gertu dago.

3.2. HEDABIDEEN KONTSUMOA HERRIALDEKA

3.2.1. Araba

Arabari gagozkiolarik, *Radio Euskadi* eta *Radio Vitoriaren* emaitzak batuta eskaintzen ditu CIESek, eta EiTb taldeko erdarazko irratiek lortzen dute lehen postua herrialdean. *SER* kateak, berriz, lehen postua galdu zuen 2008an eta harrez geroztik beherakada izan du 2014ra arte. Bi kate nagusiengandik alde handira kokatzen dira *Los 40*, *Onda Cero* eta *Gaztea*. Musika irratien atalean, *Los 40*ren entzule kopurua nabarmenki murriztu da azken urteotan, eta *Gaztearen* entzuleria, berriz, hirukoiztu egin da.

igo dela 2013tik 2015era, eta 2015ean inoizko emaitzarik onenak lortu dituztela bisita, erabiltzaile eta ikusitako orriek dagokienez. Halaber, udako hilabeteetan interneteko jardueran beherakada nabarmena dagoela aditzera ematen dute Hekimenek bildutako datuek, gerora ere zenbait komunikabideren datu zehatzak aztertzean ikusiko dugun moduan. Bestalde, erabiltzaileek gero eta denbora gehiago ematen dute euskarazko komunikabideen atari digitaletan, baina bisita bakoitzaren batez besteko iraupena sei minutukoa zen 2011n, eta 2015ean 4 minutukoa baino ez. Oro har, hedabide generalisten webguneek bisita gehiago eta luzeagoak jasotzen dituzte, tokiko hedabideetako webguneen trafikoa asko handitu den arren azken lau urteotan (Ikus: http://www.hekimen.eus/2015/10/euskal-hedabideen-interneteko-jarduna-%60-igo-da-azken-bi-urteotan/?utm_medium=twitter&utm_source=twitterfeed).

Euskadi Irratiak, oster, emaitza xumeak lortzen ditu herrialdean, 5.000 entzule inguruan egonkortu delarik.

Taula 6 Aurreko eguneko irrati entzule kopuruak Araban, katearen arabera eta milakoetan (2008-2014)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
R Euskadi/Vitoria	41,1	47,8	45	46,1	46	44,5	44,4
Ser	43	39,8	35,8	36,9	33,3	33,3	36,4
Los 40	34,7	31,1	25,5	23,8	24,9	23,8	24,4
Onda Cero	12,6	12,8	14,1	14,2	15	16,8	15,8
Gaztea	4,4	11,1	13,8	17,4	16,4	16,1	14,3
Cadena 100	9	11,3	12,1	11,1	13	11,2	11,5
Gorbea	14,2	14,2	12	11	11,8	10,4	10,6
Rne 1	10,7	6,6	9	12,6	10,2	9,9	9,8
Cope	11,4	7,4	7,3	6,7	4,5	8,3	9,5
Kiss FM	8,4	10,3	11,2	8,6	8,9	7,9	6,5
Euskadi Irratia	3	4,7	5,4	5,3	5,2	5,4	4,9
Onda Vasca			5	5,1	5,6	4,5	4
Herri Irratia	1,1	1,3	1,2	1,7	1,3	1,6	1,8

ITURRIA: CIES

Bestalde, *Tele5* da Araban ikus-entzule gehien biltzen dituen telebista katea, 2008 eta 2014 artean 20.000 erabiltzaile baino gehiago galdu arren.

Bigarren tokian ageri da *ETB2*, oso ikusle kopuru egonkorrekin eta *Antena3*ek zein *TVE1*ek gertutik jazarria. Era berean, aipatzekoa da urteotan *La Sexta*k izandako hazkundera, eta *Cuatro* eta *TVE2*k izandako gainbehera. *ETB1*ek ere 4.000 ikus-entzule inguru galdu ditu 2008tik, eta 10.200 erabiltzaile ditu Araban 2014ean.

Taula 7 Aurreko eguneko telebista ikus-entzule kopuruak Araban, katearen arabera eta milakoetan (2008-2014)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Tele 5	88,8	72	64,9	63,3	59,6	58	65
Etb2	57,6	57,5	56,4	49	62,5	59,2	59,4
Antena 3	60,4	55,8	50	45,6	55,1	57,2	58,2
Tve 1	59,9	59,1	64,9	68,5	60,6	55,2	55,2
La Sexta	25,4	32,7	37,1	34	27,1	43,6	49,7
Cuatro	40,7	42,8	35,3	29,9	27	26,9	26,8
Tve 2	24,7	13,3	12,3	13,9	14,4	12,1	11,7
Etb1	14,4	12,8	13,5	12,7	11	12,8	10,2
Tele Vitoria	5,1	5,2	4,3	3	3,2	3,8	3,3
Canal Gasteiz	13,3	13,8	10,2	8,4			
Álava 7	13,9	6,3	3,8				

ITURRIA: CIES

Halaber, *El Correo* da Arabako eguneroko prentsan jaun eta jabe, bigarren kazetarik irakurrienak (*Noticias de Álava*) baino ia lau aldiz irakurle gehiago baititu. *El Correo*ek 2014an 5.000 irakurle galdu eta *Noticiasek* azken zazpi urteetan 10.000 irakurle irabazi arren, bien arteko aldea oso handia izaten jarraitzen du. Aipatzekoa da aztertzen ari garen sasoiari *Berriak* izandako gorakada, emaitzak bikoiztu baititu 6.000 irakurleren bueltan kokatuz.

Taula 8 *Aurreko eguneko prentsa irakurle kopuruak Araban, egunkariaren arabera eta milakoetan (2008-2014)*

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
El Correo	101,4	105,3	102,8	102,4	99,5	100,1	95,5
Noticias Álava	17,2	24,4	27,5	28,6	26,8	24,2	27,2
Marca	13,6	17	18,2	18	17,1	16,2	15
El País	10,1	9,3	7,3	8,5	7,8	11,4	10,1
Gara	6,3	7,3	7,5	9,9	10,1	8,5	9,1
Berria	2,7	3,7	4,2	3,5	5,3	4,5	5,9
El Mundo	4,7	4,1	5,8	3,8	3	4,3	4,5
El Mundo Deportivo	1,7	2,2	1,7	2,9	2,5	2,5	2,3

ITURRIA: CIES

3.2.2. Bizkaia

Irrati kontsumoari dagokionez, fenomeno berezia gertatu da Bizkaian azken urteotan: kate indartsuenek entzuleak galdu dituzte, eta hain indartsuak ez zirenek, irabazi. Haatik, *SER* liderra da oraindik ere, *Radio Euskadi*ri 2008an baino alde handiagoa aterata, gainera. Izan ere, EAEko erdarazko irrati publikoak 30.000 entzule galdu ditu Bizkaian azken zazpi urteotan. *Radio Nervi3n*ek eta *Los 40k* beherakada moderatua izan dute, baina hirugarren eta laugarren postuei eusten diete, hurrenez hurren. *Gazteak*, *Onda Cero*k, *RNE1*ek eta *Euskadi Irratiak*, aldiz, hazkunde nabarmena izan dute urteotan. Zooma euskarazko kateetan jarrita, aipatzeko modukoa da *Gazteak* 17.000 entzule irabazi dituela aztertzen ari garen epean. *Euskadi Irratiak* ere %50 handitu du bere entzule kopurua, 30.000 erabiltzailetik gertu izatera helduta.

Taula 9 Aurreko eguneko irrati entzule kopuruak Bizkaian, katearen arabera eta milakoetan (2008-2014)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ser	135,4	128,5	123,8	122,7	125,2	131,1	126,5
Radio Euskadi	118,8	121,6	86	84,8	90,5	99,3	89,8
Nervi3n	76	69,8	71,3	64,6	63,9	68,9	70,6
Los 40	77	85,6	85,8	74,5	71,5	60,9	68,9
Gaztea	29,4	44,7	51,3	55,9	55,5	52,1	46,7
Onda Cero	28,8	36,8	38,2	38,7	43,2	38,6	39,2

Rne 1	20,5	27	37,9	30,7	40,6	31,5	33,9
Euskadi Irratia	20,2	28,1	29,9	27,3	25,4	27,7	29,6
Onda Vasca	4,4		38,8	44,3	39,2	31,6	28,6
Dial Euskadi	22,1	26,2	27,5	25,2	23,8	19,1	27,6
Cadena 100	19,5	33	32,7	27,2	20,6	23,9	26,9
Herri Irratia	24,7	22,4	19,9	20,5	26,8	30,1	26,2
Cope	20,5	20,1	14,9	17,1	14,8	17,1	24,5
Europa Fm		10,9	6,8	9,6	11,2	14,1	13,2
Kiss FM	25,3	29	21	16,4	14,8	10,4	12,2
M80 Radio	23	18	15,2	12,2	12,6	13,1	11,1

ITURRIA: CIES

Bizkaian telebista kate generalista gehienek ikusleak galdu dituzte, LTDaren sarreraren eraginez. Azken urteotan *ETB2*k eskuratu du *Tele5*k zuen lehen postua, eta hauen atzetik *La Sexta*k lortu zuen hirugarren tokia 2013an. Kate nagusien artean, horixe da azken urteotan haztea lortu duen bakarra, ez nolanahi hazi ere: 100.000 ikusle inguru irabazi ditu Bizkaian. Euskarazko telebistei dagokienez, *ETB1*ek jaitsiera nabarmenean murgilduta dago 2011tik, eta kate generalisten artean *TVE2* baino ez du gaintitzen. Ekarpen positiboa *Hamaikak* egiten du, 2010 eta 2014 artean 10.000 ikus-entzule irabazi baititu, eta dagoeneko *Tele7* gaintitu baitu. *Oizemendi TBak*, berriz, 2.000 ikusle inguruan egonkor mantentzen da, 2009an eta 2013an gorakada nabarmenak izan zituen arren.

Taula 10 Aurreko eguneko telebista ikus-entzule kopuruak Bizkaian, katearen arabera eta milakoetan (2008-2014)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Etb2	329,4	281,1	235,2	209,9	236,9	249,6	241
Tele 5	375,8	266,2	289,6	234,9	234,2	225,4	238
La Sexta	85,5	138,2	144	120,2	108	147,2	180,5
Antena 3	235,6	195,4	167,4	179	178,5	177,7	176,3
Tve 1	265,7	222,7	246,1	229,6	206,6	170	153,3
Cuatro	134,8	145,6	118,6	92,3	143,7	114,8	105
Etb1	47,8	59,4	60	67,2	54,8	53,5	42,7
Tve 2	47,8	51	44,1	40,6	41	43,5	40,5
Tele Bilbao	48,1	66,4	60,8	50,6	46,1	49,4	37
Hamaika			8,6	14,1	14,4	17,3	16,4
Tele 7	13,6	31,9	22,4	14,3	16,4	19,5	12,8
Oizmendi TB	1,9	6	2,4	1,3	1,6	3,2	2,2
Canal Bizkaia	14,7	21,2	16,9	12,3			
Bilbo Visión	8,1	15,6					

ITURRIA: CIES

Araban legez, Bizkaian ere *El Correo*k menderatzen du prentsa idatziaren panorama. Azken urteotan 350.000 irakurle inguruan egonkor mantentzen da, eta bigarren egunkaririk irakurrienaren (*Deiaren*) emaitzak hirukoizten ditu. Aldi berean, Noticias taldeko kazeta

bizkaitarrak askorekin gaitzen du hirugarren postuan dagoen *Gara*. Azken honengandik gertu daude *Marva* eta *El País*. *Berriari* dagokionez, ez du lortu irakurle gehiago bere baitara biltzea, eta 2008ko maila beretsuan mantentzen da 2014ean.

Taula 11 Aurreko eguneko prentsa irakurle kopuruak Bizkaian, egunkariaren arabera eta milakoetan (2008-2014)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
El Correo	354	352,2	352,4	355,5	351,2	358,6	346,2
Deia	75,6	74,2	83,4	90	92,3	98,7	91,7
Gara	36,2	33,9	32,6	35,7	38,7	35,5	35,2
Marca	28,3	43,1	51,1	47,6	44,4	44,2	33,5
El País	23,9	26,9	24,9	24,8	26,2	26,2	31,2
Mundo Deportivo	20,4	27,9	38,6	32,2	29,7	27,1	23,3
Berria	18,6	17,5	12,8	15,3	20	21,4	18,7
El Mundo	13,6	19,4	17,5	12,2	9,5	15,2	18

ITURRIA: CIES

3.2.3. Gipuzkoa

Alde handiak daude Gipuzkoaren eta EAEko beste bi herrialdeen artean irriti audientziari dagokionez. Gure irudiko, ageriko desberdintasun horiek probintzietako baikoitzaren konposaketa soziopolitiko eta soziolinguistikoaren ondorio dira. Izan ere, Gipuzkoan *SER* da katerik

entzunena, Bizkaian bezala, baina *Gaztea*, *Radio Euskadi* eta *Euskadi Irratia* lidergotik oso gertu daude, eta hori ez da beste inon gertatzen. Halaber, aipatzeko modukoa da laukote horren baitan azken urteetan erdarazkoek pisua galdu dutela, eta euskarazkoek, irabazi. Zehazki, hogeina mila entzule gehiago lortu dituzte *Euskadi Irratiak* eta *Gazteak* 2008 eta 2014 artean.

Taula 12 Aurreko eguneko irrati entzule kopuruak Gipuzkoan, katearen arabera eta milakoetan (2008-2014)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ser	82,2	74,3	69,3	65,2	61,8	67,5	66,2
Gaztea	44,1	54,1	60	56,8	53,8	61,6	63,6
Radio Euskadi	87,3	83,4	69,8	62,7	67,2	73,1	62,1
Euskadi Irratia	48,1	46,7	50,2	51,6	56,2	62,6	58,9
Los 40	41,3	44,5	48,2	38,4	34,5	32,7	29,1
Rne 1	26,5	19,9	21,3	26,7	29	24,8	28,6
Cadena 100	23,5	31,5	31,5	25,8	30,2	25,8	24,9
Onda Vasca			13,8	15,5	27,3	25,5	22,7
Onda Cero	14,1	16,8	18,9	16,3	14,9	17,1	17,8
Europa FM	3,3	4,7	7,4	9,3	9,7	15,1	17,1
Cope	15	10,9	8	10,7	8,6	7,1	12,7
Herri Irratia	26,9	23,4	10,8	15,4	13,8	12,5	9

ITURRIA: CIES

Halaber, esan beharrra dago azken sasoian *ETB2*k aurrea hartu diola *Tele5*ri, eta dagoeneko Gipuzkoako telebista kate indartsuena dela. Hala ere, 2008tik 25.000 ikusle inguru galdu ditu. *Tele5*k, berriz, 2014an 2008an baino ia 80.000 ikusle gutxiago ditu. Beste herrialdeetan bezala, Gipuzkoan *La Sexta*k bistako hazkundera izan du, 40.000 ikusle baino gehiagokoa, zehazki. Hala, hirugarren postuan kokatzea lortu du. *ETB1*en kasuan, gainbehera handia izan du, 30.000 gipuzkoar inguruk ikusteari utzi egin baitiote. Dena den, gainontzeko probintzietan baino askoz erregistro hobeak izaten jarraitzen du *ETB1*ek Gipuzkoan. Bestalde, azpimarratzeko modukoa da *Hamaikak* izandako hazkundera, 13.300 ikuslerek *Tele Donostia*rengandik gertu kokatzea lortu baitu. Tokiko euskarazko telebisten artean, *Goiena TB*k lortzen ditu emaitzarik onenak alde handiarekin.

Taula 13 Aurreko eguneko telebista ikus-entzule kopuruak Gipuzkoan, katearen arabera eta milakoetan (2008-2014)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Etb2	187,9	172,7	151,5	146,6	165	162	163,5
Tele 5	197,6	159,6	158,7	136,1	125,8	115,8	119,1
La Sexta	48,4	63,4	71,2	66,1	59,7	96	90,9
Antena 3	110,8	114	90,4	93	97,6	97,3	89,3
Tve 1	135	112,5	120,3	130	105,6	88,8	74,5
Etb1	87,4	90,8	87,3	64,9	72,4	66,8	59,3
Cuatro	92,5	83,1	73,8	54,8	67,1	55,4	55,5
Tve 2	41,3	31,6	27,9	33,2	28,4	25,5	20

Tele Donosti	24,1	39,9	34,1	23,7	19,6	18,3	17
HamaikaTB			1,9	7,2	9,4	9,3	13,3
Goiena TB	7,2	7,7	0,7	10	10,2	7,2	8,2
Teledonostia		3,3	6	7,3	2,8	2,7	3,5
28 kanala	1,4	0,9	2,9	4,4	3,6	2	2,6
Goierri TB	7,2	4,6	4	6,2	5,3	6,2	1,6
ErloTB					1,7	3,7	0,5

ITURRIA: CIES

Beste inon baino nabarmenagoa da egunkari salduenaren nagusitasuna Gipuzkoan: *Diario Vasco*k bere lehiakide gertukoenak baino ia zazpi bider irakurle gehiago ditu. Egoera sasi-monopolistiko horren deskribapenari zertzelada batzuk gehitzearren, nabarmendu dezagun 2008tik 48.000 kontsumitzaile galdu dituela *Diario Vasco*k. Alabaina, *Garak* ere ez du gora egin, eta 8.000 irakurle gutxiago ditu zazpi urteren bueltan. *Noticiasek* hirugarren postua kendu zion *Berriari* 2013an, eta herrialdean haztea lortu duen egunkari bakarra izan da, gutxi bada ere. Laugarren tokian ageri zaigu euskarazko kazeta, 2008tik 2014ra 7.000 irakurle galduta. Hala, prentsa digitalaren agerpenak paperezkoari eragin dion kaltearen adibiderik argiena da Gipuzkoa, bertan kazeta ia guztiek duela zazpi urte baino gutxiago irakurtzen baitira.

Taula 14 Aurreko eguneko prentsa irakurle kopuruak Gipuzkoan, egunkariaren arabera eta milakoetan (2008-2014)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Diario Vasco	288,4	276	270,4	268	260,3	254,9	240,3
Gara	44,6	41	39	39	40,4	41	36,4
Noticias	23,1	26,2	30,3	30	29,5	28,2	26,2
Berria	30,7	28,1	28	31	30,8	29	23,8
Marca	23	22,6	22,2	26	16,8	22	16,9
El Pais	17,1	13	13,1	15	16	29,3	15,3
Mundo Deportivo	9,4	8,6	14,9	15	17,2	13,3	7,4
El Correo	6,1	6	4,8	6	6,5	6,9	5,1
El Mundo	8,4	5,5	7,7	7	6,5	9,8	4,7

ITURRIA: CIES

3.2.4. Nafarroa

Berriz ere, irrati kontsumoak gizartearen konposaketa islatzen du Nafarroaren kasuan. Izan ere, estatu mailako kateek gainontzeko herrialdeetan baino pisu are handiagoa dute, eta lehenengo zazpi postuak hartzen dituzte. *SER*ek du nagusitasuna, eta *Onda Cero* kokatzen da bigarren postuan, biak ala biak entzule kopuru nahiko egonkorrekin. Musika irratiaren esparruan *Europa FM*k aurrea hartzen dio *Los 40*ri, beste ezein herrialdeetan gertatzen ez dena. Euskarazko irratiari dagokienez, *Euskadi Irratiak* 8.000 entzule irabazi ditu 2008tik, baina oraindik

gainontzeko kate generalistengandik urrun dago. *Gazteak* hazkunde nabarmena izan zuen 2011ra arte, eta ordutik behera egin du berriz ere.

Taula 15 Aurreko eguneko irrati entzule kopuruak Nafarroan, katearen arabera eta milakoetan (2008-2014)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ser	62,6	60,6	54,4	57,9	60	68,1	60,1
Onda Cero	46,6	45,8	52	50,8	52,1	44,8	42,4
Europa FM		27,7	29,6	36,3	36,6	39,5	37,2
Cadena 100	18	24,9	30,4	25,4	25,7	26,6	35,7
Los 40	45	42,1	44	37,2	32,2	29,5	34,8
Cope	43,6	32,7	27,9	26,5	23,8	25,5	30,6
Rne 1	21,3	16,4	32,8	29,6	30,9	25,6	27,2
Radio Euskadi	15,5	14,1	11	17	13,5	15	15,8
Euskadi Irratia	5,2	9,2	7,7	7,8	9,1	12,9	13,5
Kiss FM	22,3	13,9	7,7	12,3	13,6	9,9	10,3
Gaztea	6,3	8,8	11,5	13,5	12	11,6	9,3
Rne 5	10,4	12,2	8,3	8,6	8,3	5,9	9,2

ITURRIA: CIES

Nafarroan ere telebista nagusiek ikusle kopuru aipagarria galdu dute urteotan. Hala ere, *Antena 3ek*, *Tele 5k* eta *TVE1k* lehen hiru postuak izaten jarraitzen dute, beraietako bakoitzak 40.000 erabiltzaile inguru

galdu arren 2008tik 2014ra. Beste herrialdeetan bezala Nafarroa ere *La Sexta* da hazkunde jarraituari eutsi ahal izan dion kate bakarra, eta horri esker laugarren tokia erdietsi du. *ETB1*ek, berriz, gainbehera nabarmena izan du, 2010 eta 2014 artean 16.000 ikusle galdu dituelarik Nafarroan. Alabaina, gogora ekarri behar dugu auzi politikoak tarteko 2014an ETB ezin zela LTDaren bitartez ikusi Nafarroa osoan.

Taula 16 Aurreko eguneko telebista ikusle kopuruak Nafarroan, katearen arabera eta milakoetan (2008-2014)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Antena 3	163,2	125,9	107,2	109,2	115,9	123,8	127,1
Tve 1	157,2	134,7	171,2	181,9	156,7	133,9	118,9
Tele 5	155,1	111,6	118,4	108	110	107,1	110,8
La Sexta	60,5	55,3	70,6	55,4	54,1	81,6	95,1
Cuatro	80	77,4	68,6	56,7	56,9	57,6	60,7
NavarraTV						75,1	56,5
Etb2	81,7	76,8	54,4	52,6	44,9	54,1	43,6
Tve 2	36	26,5	23,8	24,3	30	23,2	28,3
Etb1	24,6	20,5	31,9	18,9	22,9	18,1	14
Canal 4	29,9	30,1	37,2	35,2			
Canal 6	28,2	27,3	30,6	30,9			
PopularTv	11,2	15,1	19,8	18,3			

ITURRIA: CIES

Halaber, *Diario de Navarra* da Foru Erkidegoko paperezko prentsan jaun eta jabe, eta *Noticias de Navarra* baino bi bider irakurle gehiago ditu. Hala ere, azken urteotan behera egin du *Diario de Navarra* (13.000 irakurle gutxiago) eta gora *Noticiasek* (4.000 gehiago). Hirugarren postuan *Marca* kirol kazeta dago, eta laugarrenean *Gara*. *Berriaren* emaitzak nahiko apalak dira Nafarroan, eta 2008tik 2013ra hazkunde xume baina progresiboa lortu arren 2014an beherakada nabarmena izan du eta ziklo hasierako mailara itzuli da.

Taula 17 Aurreko eguneko prentsaren irakurle kopuruak Nafarroan, egunkariaren arabera eta milakoetan (2008-2014)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Diario Navarra	195,3	193,1	194,3	193,3	190,2	189,1	182,3
Noticias Navarra	83,4	83,9	83,9	85,1	84,2	87,4	87,8
Marca	22,8	23,4	27,6	26,3	24,8	27,6	24,6
Gara	12,4	16	19,9	18,9	18,7	19,1	19,7
El País	19,8	14,6	16,7	13,6	13,4	21,7	13,1
El Mundo	10,8	5,7	10,3	8	5,3	8,9	7,4
Diario Vasco	6,4	5,5	5	5,3	6,8	9	6
Berria	4,1	5,8	6,3	5,8	6	7,9	4

ITURRIA: CIES

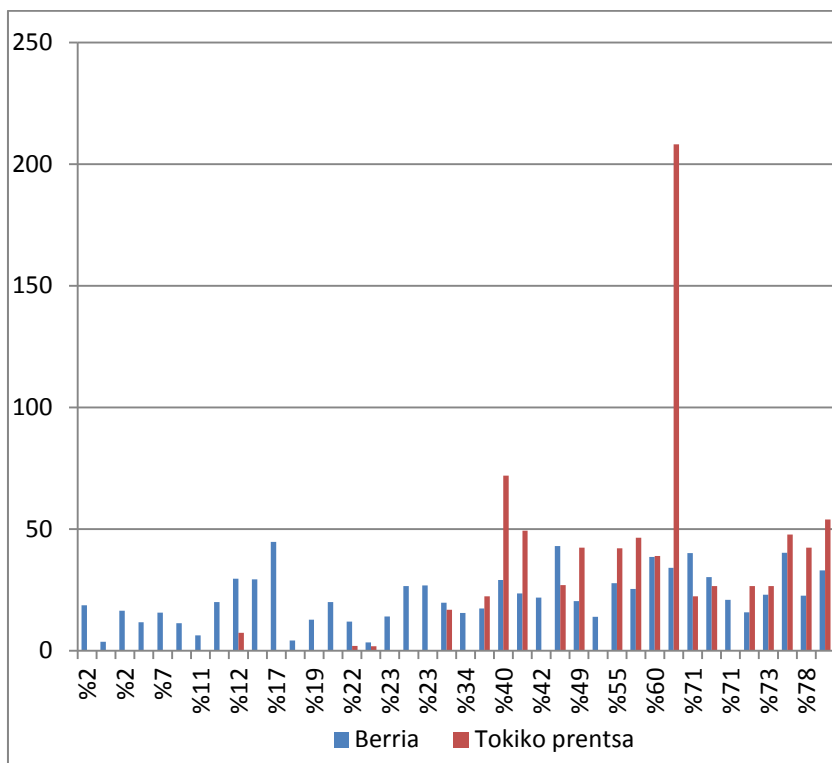
3.3. EUSKARAZKO KOMUNIKABIDEEN KONTSUMOA HEGO EUSKAL HERRIAN

Hego Euskal Herriko lurralde bakoitzean komunikabideen audientziak izandako garapena berrikusi ostean, euskarazkoen kontsumoa izango dugu hizpide ondorengo orrialdeetan. Alabaina, analisi horrekin hasi aurretik ñabardura garrantzitsu bat egin nahiko genuke. Izan ere, ondorengo orrialdeetan tokiko zein nazio mailako komunikabideen datuak batera aurkeztuko ditugu, agerikoa bada ere hedapen-esparruaren arabera datuen interpretazioak desberdina izan beharko lukeela.

Nabarmentzekoa da euskarazko tokiko hedabideen lurralde estaldura ez dela erabatekoa, eta eskaintzaren existentzia tokian tokiko hiztun dentsitatearekin lotura estua duela. Bidegainek, Egañak eta Zuberogoitiak azaltzen duten moduan “euskarazko tokiko hedabideen eskaintza zabalena eta handiena Gipuzkoan eta Bizkaian kokatuta dago” (Bidegain, Egaña eta Zuberogoitia, 2013: 182). Bada, eskualde bakoitzeko euskal hiztunen proportzioak eta *Berriaren* zein tokiko prentsaren sarbideak harremanik ba ote duten aztertzeko hurrengo grafikoa osatu dugu (Amezaga eta Salces, 2015)⁶¹.

⁶¹ Bertan, X ardatzean Euskal Herriko eskualdeak ageri dira, euskal hiztunen dentsitatearen arabera. Aipatu beharra dago Ipar Euskal Herria eskualde bakartzat hartu dugula analisi honetan. Bestalde, Y ardatzak tokiko prentsak eta Berriak eskualde bakoitzean argitaratzen duten orrialde kopurua ageri da, eskualdeko hiztun kopuruarekin zatituta. Orrialde kopurua zenbatzeko, eta Bidegain, Zuberogoitia eta Egañaren metodologia osatuz, honako aldagaiak hartu ditugu kontuan: agerkariaren botaldia, maiztasuna, alearen batezbesteko orrialde kopurua, eta orrialdearen tamaina (A3-A4). Aldagai hauek kontuan hartuta, hilerio eskualde bakoitzean zenbat orrialde botatzen diren kalkulatu dugu (herri mailakoak zein eskualde mailakoak batuta), eta batura horren emaitza

Grafikoa 1 Berriaren eta tokiko prentsaren hileroko orrialde kopurua hiztun bakoitzeko, eskualdearen hiztun dentsitatearen arabera.



ITURRIA: Amezaga eta Salces, 2015

Ikus daitekeenez, tokiko prentsaren presentzia oso eskasa da euskaldun proportzio baxua duten eskualdeetan. Hortaz, esan genezake euskarazko tokiko prentsa sortzeko baldintzak eman daitezen gutxieneko hiztun dentsitatea beharrezkoa dela momentuz edo, era sinpleagoan esanda, gaur egun euskarazko prentsa lokala eskualde *euskaldunagoetako* fenomeno dela. *Berriak*, aldiz, zirkulazio maila altuak ditu tokiko

eskualdeko euskaldun osoen kopuruarekin zatitu dugu, eskualde bakoitzeko emaitza grafikora eramanez.

agerkaririk ez dagoen eskualdeetan ere, hots, hiltun dentsitate baxuko zonaldeetan. Alabaina, tokikoak egon badauden eremuetan bi hedabide moten arteko zirkulazioek ez dute korrelazio estatistikorik: agerkari lokalaren zirkulazio altu batek ez du *Berriaren* zirkulazioa jaitea eragiten, eta alderantziz (Amezaga eta Salces, 2015). Horrenbestez, ezin daiteke esan elkarren lehiakide direnik, argi gelditu baita ez dutela publiko berbera erakartzeko borrokatzen.

Euskarazko hedabideen lurralde estaldurak tokian tokiko egoera soziolinguistikoarekin duen loturaren inguruko digresio honek balio digu tokiko eta nazio mailako proiektuak bi plano diferentetan kokatzeko. Hedapen esparruaz gainera, sarritan banaketa sistemak⁶², erabiltzaileen ezaugarriak⁶³, eta, jarraian ikusiko dugun moduan, erabiltzaile kopuruak dituzte desberdinak. Finean, batzuen eta besteen datuei optika interpretatibo desberdinetik heldu behar zaiela defendatzen dugu. Alta, ondorengo orrialdeetan hedabide motaren arabera aztertuko ditugu euskarazko komunikabideak, eta ez hedadura geografikoaren arabera, modu horretan euskarri berean baina bi maila diferentetan aritzen diren komunikabideen arteko aldeak ikusaraziko ditugulakoan. Idatzizko hedabideen audientzia aipatuko dugu aurrena, irratiena ondoren eta telebistena azkenik.

⁶² Euskarazko tokiko hainbat agerkarik doako banaketa masiboa egiten dute.

⁶³ Kapitulu honetako 3.5 atalean sakon arituko gara gai horri buruz.

3.3.1. Idatzizkoak

Lehenik eta behin, azaldu behar da CIESen audientzia neurketetan jarraikortasun falta nabaria dagoela euskarazko idatzizko agerkariei dagokienez. Esaterako, Sakanako *Guaixe* astekariaren kasuan 2010ean utzi zion CIESek datuak biltzeari, hain zuzen ere argitalpenak bere emaitzarik onenak lortu zituen urtean (27.500 irakurle hilero, eta 17.800 astero). *Argiaren* kasuan, 2011tik aurrerako datuak ditugu eskuragarri, eta nabarmentzeko modukoak dira euskarazko astekari generalista bakarrak lortzen dituen emaitzak. Izan ere, astero 50.000 irakurletik gora du, eta hilero 135.100 pertsonak ikuskatzen du.

Horrenbestez, urte serie guztian presente dauden agerkari bakarrak *Goiena* eta *Ttipi Ttapa* dira. Debagoieneko astekariari dagokionez, 2008 eta 2014 artean behera egin du bere irakurle kopuruak, asteroko zein hileroko sailetan. Hala eta guztiz ere, emaitza aipagarriak izaten jarraitzen du, 34.100 lagunek irakurtzen baitute astero, eta 46.000k hilero. *Ttipi Ttapa*k ere oso emaitza onak lortzen ditu, hamabostero 27.200 irakurle lortzen baititu; hilero, berriz, 31.100 pertsonak irakurtzen du Nafarroako mendialdeko agerkaria.

Bestalde, eskualdeetako *Hitz*a egunkari guztien artean 100.300 irakurle biltzen dituzte eguero, eta 160.400 hilero. Eguneroko irakurle kopuruak behera egin du 2010etik, eta hileroko datuek behera egin dute etengabe bildutako lehen datutik. *Berriari* dagokionez, hileroko irakurle kopuruak nabarmen egin zuen gora 2008tik 2009ra, eta orduz geroztik egonkor samar mantendu da (2013ko hazkunde handia salbu) 100.000

erabiltzaileen langa gutxigatik gaituta. Eguneroko kontsumoaren aldetik, aurretik aipatu dugun moduan⁶⁴, 2012an gorakada nabarmena lortu ostean 2014ean behera egin du berriz ere euskarazko kazetaren irakurle kopuruak, 2008ko mailatik behera geldituta baina 50.000 erabiltzaile baino gehiagorekin hala ere.

Taula 18 Euskarazko agerkarien irakurle kopuruak, maiztasunaren arabera eta milakoetan (2008-2014). Parentesien arteko zenbakiak irakurtzeko maiztasuna irakurtzen du, egunetan.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Hitza (30)	208,4	174,2	182,1	173	173,3	169,1	160,4
Berria (30)	91,6	103,3	104,2	99	106,5	129,9	105,2
Goiena (30)	63,8	50,2	51,9	42,4	42,1	47,1	46
Guaixe (30)	15	14,9	27,5				
Ttipi-Ttapa (30)	33,2	32,8	31,3	47,1	36,6	34,8	31,1
Argia (30)				148,2	151,6	129,4	135,1
TtipiTtapa (15)	25,6	24,3	22,9	29,3	26,3	26,5	27,2
Goiena (7)	45,2	40,9	34,3	33,1	31,9	35,2	34,1
Guaixe (7)	12	14,9	17,8				
Argia (7)				53,2	58,2	57,2	51,8
Hitza (atzo)	75,8	124,1	127,8	113,2	115,4	113,7	100,3
Berria (atzo)	56,2	55,1	51,4	51,5	62,1	62,8	52,4

ITURRIA: CIES

⁶⁴ Ikus kapitulu honetan 3.1 atala.

3.3.3.1. Euskarazko tokiko hedabideak: analisi labur bat

Euskarazko tokiko komunikabideek beraiek ere irakurle kopuruen inguruko datuak bildu zituzten duela zenbait urte. Zehazki, Aztikerrek 2007 eta 2011 artean zenbait komunikabideek eskatuta egindako txostenei buruz ari gara. Hala ere, aipatu beharra dago inkestetako laginek emandako emaitzen estrapolazioak direla datuok. Oro har, irakurle kopuru askoz altuagoak esleitzen dizkiete tokiko agerkariari Aztikerren estimazioek HPSren neurketak baino, *Anboto* litzatekeelarik salbuespen bakarra.

Taula 19 Euskarazko tokiko agerkarietako irakurleak (estrapolazioa)

Aldizkaria	Hedapen esparrua	Azken alearen irakurleak	Noizbait irakurri dutenak
Aikor!	Txorierri	16.413	32.265
Anboto	Durangaldea	8.217	11.311
Aldaize	Idiazabal	1.348	1.682
Baleike	Zumaia	3.400	5.578
Barren	Elgoibar eta Mendaro	8.443	10.110
Begitu	Arratia, Ubide eta Zeberio	4.957	7.768
Eta kitto	Eibar	13.872	17.866
Goiena	Debagoiena	24.944	30.341

Guaixe	Sakana	9.360	11.753
Karkara	Orio eta Aia	4.711	5.196
Otamotz	Urretxu eta Zumarraga	4.227	7.158
Pulunpe	Basaburua eta Ultzama	1.798	2.295

ITURRIA: <http://topagunea.eus/hedabideak/>

Alabaina, arestian ikusi dugun moduan, gaur egun ez da nahikoa paperezko edizioen kontsumitzaile kopuruak neurtzearekin, eta esparru digitalean ematen den erabilera ere aintzat hartzea ezinbestekoa da.

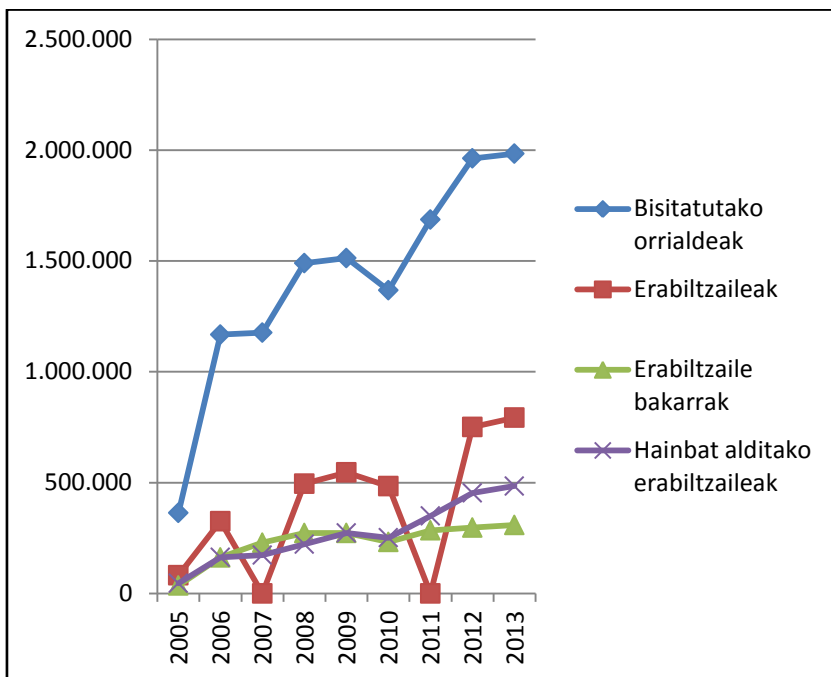
Euskarazko komunikazio esparruaren baitan tokiko proiektuek duten garrantzia kontuan hartuta, herri edota eskualde mailako webguneen inguruko informazioa jasotzea ezinbestekotzat jo dugu egoeraren erradiografia osatu bat egin ahal izateko. Haatik, berriz ere topo egin dugu euskarako komunikabideen inguruko datu-base sistematizatuaren faltarekin. Hortaz, ezin izan ditugu tokiko hedabide guztiak aztertu, eta, horren ordez, hiru komunikabiderengana jo dugu zuzenean informazio eske, osatutako lagin txikiaren bitartez kontsumo joeren argazki xumea ateratzeko asmoz. Halaber, atari digital baten estatistikak ere landu ditugu, berez interneten sortutako komunikabide baten kasuan publikoaren portaera ezberdina den ikusteko.

Uztarria Azpeitiko hilabetekaria da. Egun 2.300 aleko tirada du, banaketa masiboa da, herriko leku publiko guztietara helarazten baita argitalpena. Hortaz, aldizkariko arduradunek kalkulatzen dute 7.000 irakurle inguru

dituela. Urteak joan urteak etorri garrantzi handiagoa hartu du *Uztarria*ren webguneak.

Azken urteetan asko hazi da erabiltzaile-kopurua, bai webgunea behin baino bisitatzen ez dutenena bai errepikatzen dutenena.

Grafikoa 2 *uztarria.com* webguneko erabiltzaile kopurua, urtearen eta maiztasunaren arabera

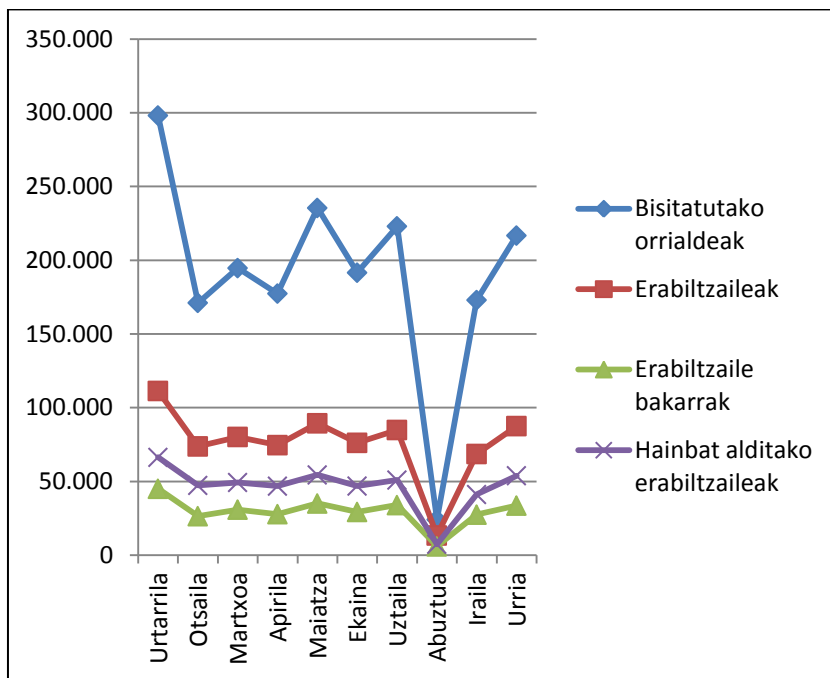


ITURRIA: *Uztarria*

2013ko hilabete bakoitzean *uztarria.com*-ek izan duen sarrera-kopuruari so egiten badiogu, argi ikusiko dugu abuztuan behera egiten duela nabarmen atariko erabilerak. Kasu honetan, zalantzatik gabe lotura estura dago ohiko oporraldi garaia eta Azpeitiko aldizkariaren webguneak izaten duen kontsumo-beherakadaren artean.

Hilabeterik onenei dagokienez, urtetik urtera alde handiak erregistratu dira: 2013an, urtarrilean lortu zuen webguneak arrakastarik handiena, baina 2012an uztailan lortu zuen, eta 2011n, maiatzean. Hortaz, argi dago zein den bere urteko sasoirik ahulena, baina ez indartsuena. Hona hemen 2013ko datuak, urtarriletik urrira⁶⁵.

Grafikoa 3 *uztarria.com* webguneako erabiltzaile kopurua, hilabetearen eta maiztasunaren arabera (2013).

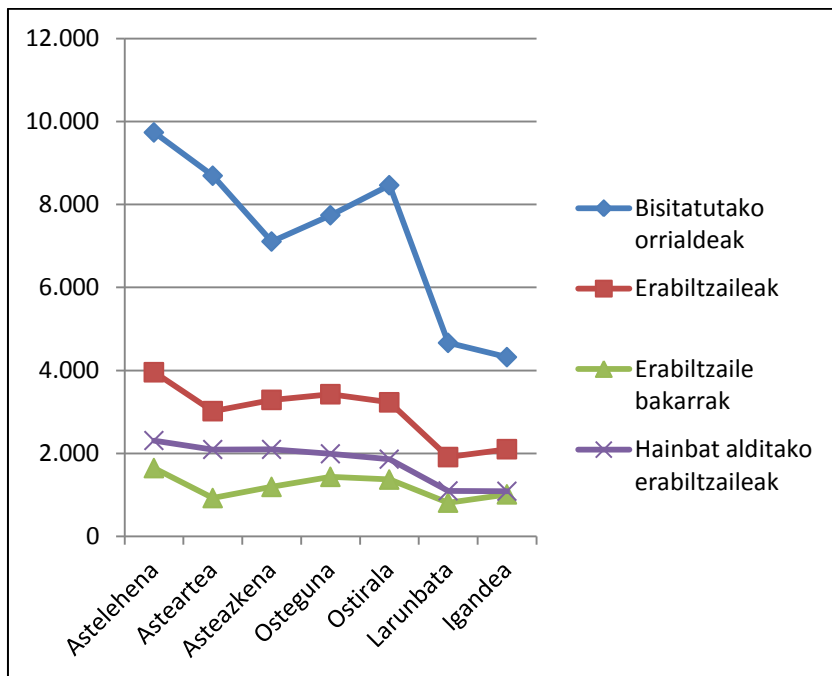


ITURRIA: Uztarria

Asteke egunei dagokienez, lanegunetan asteburuetan baino askoz jende gehiagok bisitatzen du *Uztarria*ren atari birtuala:

⁶⁵ 2013ko azaroaren hasieran bildutako datuak dira.

Grafikoa 4 uztarrria.com webguneko erabiltzaile kopurua 2013ko azaroaren 4tik 10era, egunaren eta maiztasunaren arabera



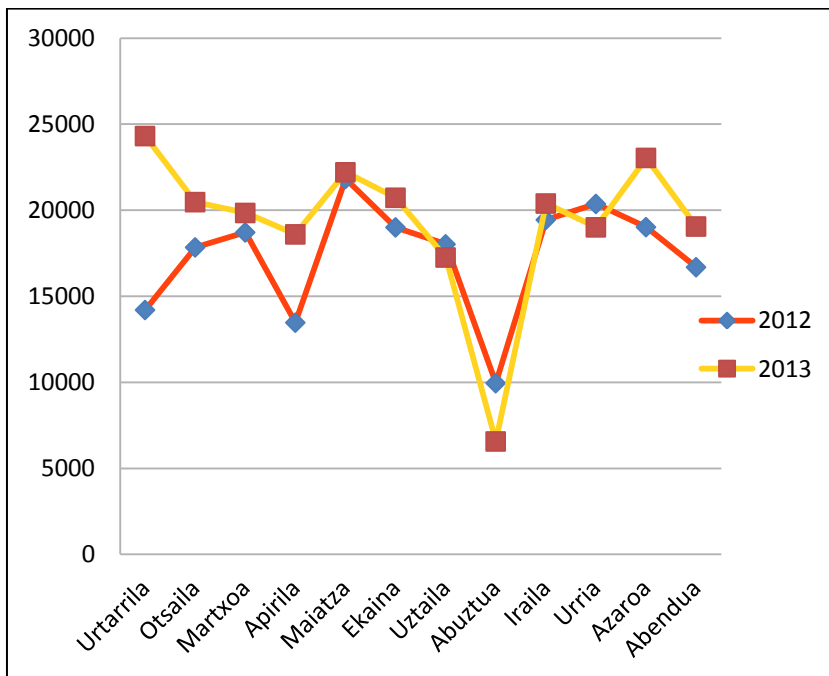
ITURRIA: Uztarrria

Barren Elgoibarreko Izarra euskara elkarteak Elgoibarren eta Mendaron banatzen duen astekaria da. 1992ko abenduan kaleratu zuen lehen zenbakia, eta hasieran batean elkarteko kideei baino banatzen ez zen arren, gaur egun eskatzen duen orok dohainik jaso dezake aldizkaria. Hortaz, doako argitalpena da, baina banaketa ez da masiboa, harpidetza bidezkoa baizik.

Gaur egun 4.860 aleko tirada du *Barrenek*, eta azken urteotan gora egin du zenbaki bakoitzeko inprimatzen den aldizkarien kopurua. Izan ere, 2006an 4.400 alekoa zen tirada, eta 2010ean 4.700ekoa.

Elgoibarren.net webgunea, berriz, 2006an martxan jarri zuten Elgoibarreko Izarra elkartekoek. Orduz geroztik, urtez urte gora egin du etengabe bisiten kopuruak: 2007an 134.881 bisita jaso zituen webguneak, eta 2013an, berriz, 231.980⁶⁶. Hilabetez hilabetezko datuei erreparatuz gero, argi geratzen da bisitarien kopuruak nabarmen egiten duela behera abuztuan, eta apirilean ere aurreko zein hurrengo hilabeteetan baino bisita gutxiago ditu. 2012 eta 2013ko estatistikak alderatuta, antzekotasunak nabarmenak dira: maiatza eta udazkenekoak dira hilabete onenak. Aitzitik, 2013an urtarrilean aurreko urtean baino askoz datu hobeak lortu zituen webguneak:

Grafikoa 5 *Elgoibarren.net* webgunearen bisita kopuruak, hilabetez (2012-2013)



ITURRIA: Barren

⁶⁶ *Barrenek* berak emandako datuak.

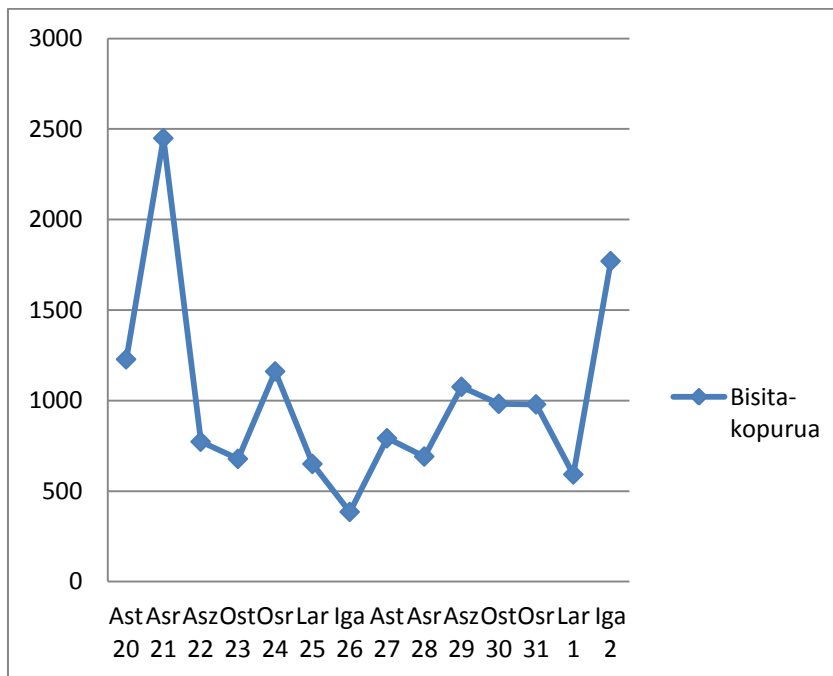
Hala, 2012tik 2013ra %11,15 egin zuen gora bisita kopuruak. Horrez gain, bisitari bakarren kopurua %21,16an emendatu zen aipatutako bi urteen artean: 2013an, 53.817 pertsonak bisitatu zuen elgoibarren.net.

Tolosaldeko Ataria eskualdean existitzen ziren tokiko hedabideen fusio prozesu baten ostean jaio zen euskarri anitzeko komunikabidea da. Gaur egun, asteartetik ostegunera egunkaria argitaratzen du *Atariak*; horrez gain, ostiraletan astekaria kaleratzen du. Orotara, zenbaki bakoitzak 4.000 aleko tirada du, eta banaketa harpidetzaren bitartekoa da. Kontuan hartu behar da bateraketa gauzatu aurretik *Tolosaldeko Hitza* berripaperak 3.400 aleko tirada zuela, eta *Galtzaundi* aldizkariak, berriz, 600 alekoa. Bestalde, *Txolarre* irratia ere komunikazio-talde horren partaide dela aipatu beharra dago.

Hilabetez hilabete, 20.000 bisita inguru jasotzen ditu *Tolosaldeko Atariak* batez beste. Haatik, hilabete batetik bestera gorabehera handiak izaten dira arlo horretan. Esaterako, 2013ko urrian 15.620 bisita jaso zituen, eta 2013ko azaroan, aldiz, 26.689⁶⁷. Egunez egun *ataria.info* webguneak jasotzen dituen bisita kopurua aztertuz gero, berriz ere ikusten da ez dagoela errepikatzen den patroia bat: ezin daiteke esan asteko zein egun den audientzia handienekoa, ezta asteko zein partetan lortzen duen errazago arreta bereganatzea, lanegunetan edo asteburuan:

⁶⁷ *Tolosaldeko Atariak* berak emandako datuak.

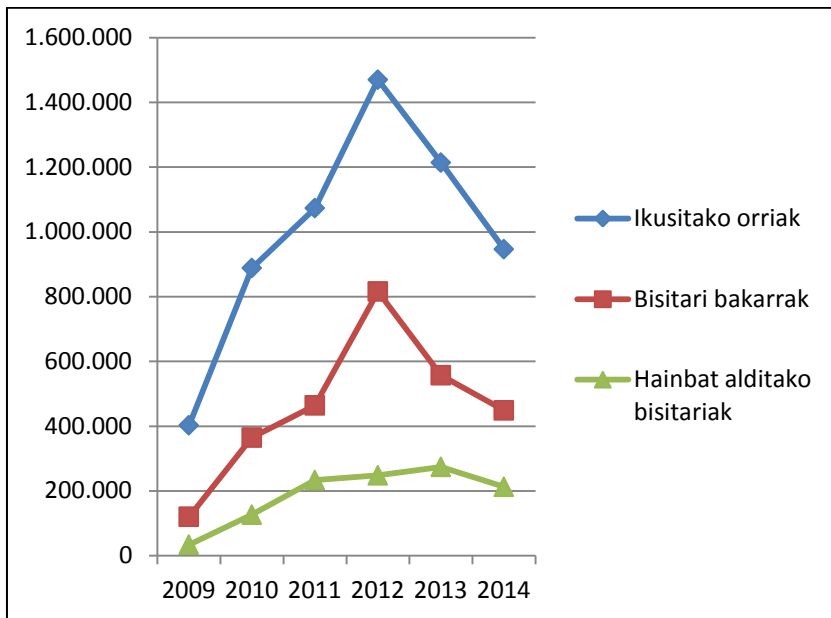
Grafikoa 6 *Ataria.info* webgunearen eguneroko bisita kopurua, 2014ko urtarrilaren 20tik 2013ko otsailaren 2ra.



ITURRIA: Tolosaldeko Ataria

Zuzeugus webguneak *orainkari horizontal* gisa definitzen du bere burua. Izena emanez gero, edozeinek igorri ditzake albisteak *zuzeu.com*-era, baita bloga sortu ere. Horrez gain, edukiak sortzen eta partekatzen diharduten erredakzioko kide zenbait ere baditu *Zuzeugus*. Audientziari dagokionez, 2009tik 2014ra etengabeko hazkundea izan zuen atariak, baina 2013tik aurrera beherakada nabarmena jasan du.

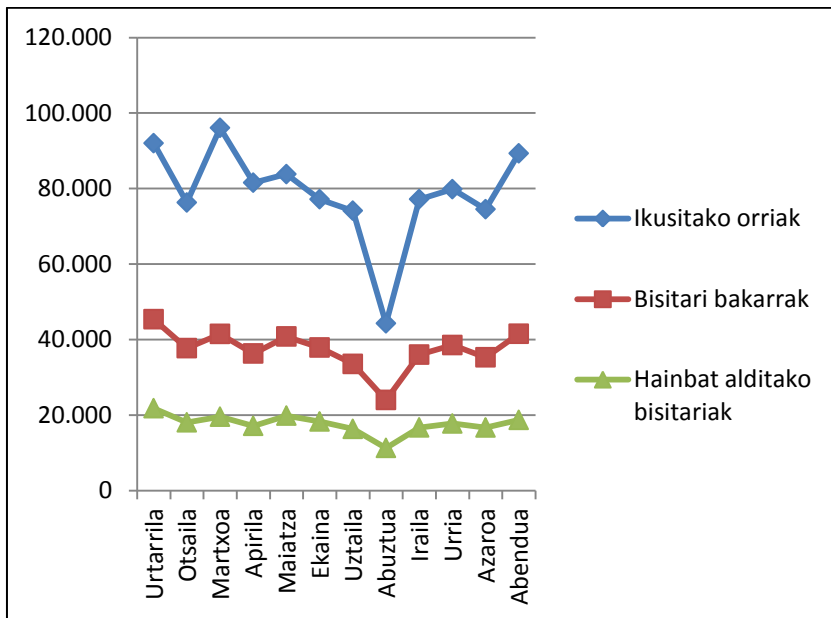
Grafikoa 7 *Zuzeu.eus webgunearen urteroko bisita kopurua (2009-2014)*



ITURRIA: <http://statcounter.com/>

Bisitari kopurua hilabetez hilabete aztertuta, argi dago ZuZeuk neguko hilabeteetan lortu zituela bere emaitzarik onenak 2014ean zehar, eta udako hilabeteetan (abuztuan batez ere) behera egiten duela nabarmen bisitari kopuruak. *Uztarria.com*, *elgoibarren.net* eta *ataria.info*-ren kasuetan bezalaxe, *zuzeu.com*-rentzat ere opor sasoiak kontsumoaren beherakada oso nabarmena eragiten du

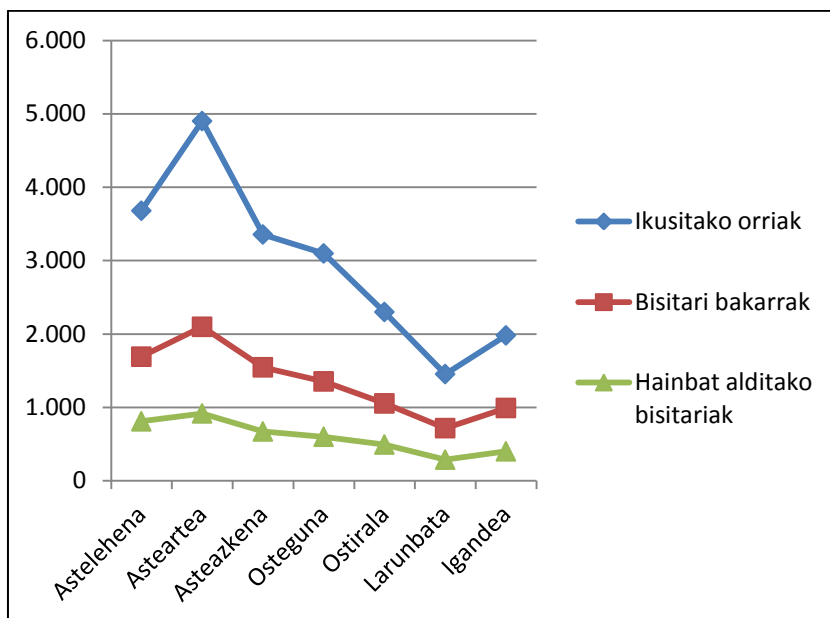
Grafikoa 8 *Zuzeu.eus webgunearen hileroko bisita kopurua (2014)*



ITURRIA: <http://statcounter.com/>

Asteazken zehar kontsumoa egunegun nola banatzen den ikusita, esan daiteke ZuZeuk asteko lehen egunetan jasotzen duela bisitari kopururik altuena; asteburuetan, berriz, behera egiten du nabarmen atarian nabigatzen duten lagunen kopurua. Haatik, apaltze hori bereziki agerikoa da larunbatetan, igandeetan berriz ere pixka bat egiten baitu gora audientziak.

Grafikoa 9 *Zuzeu.eus webgunearen eguneroko bisita kopurua (2015eko ekainaren 22tik 28ra)*



ITURRIA: <http://statcounter.com/>

3.3.2. Irratiak

Euskarazko irratien entzule kopuruak zehazten dituen ondorengo taula oso adierazgarria da sektorearen egitura zein den ulertzeko eta audientzia neurketen eremuan ere egoera zein den hautemateko. Idatzizkoen kasuan nabarmendu dugun moduan, datuen jarraikortasun falta kezkarria da.

Taula 20 *Euskarazko irratien aurreko eguneko entzule kopuruak, milaka (2008-2014)*

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Gaztea	67,5	96,6	112,8	143,6	120	121,9	112,2
Euskadi Irratia	76,5	88,8	93,3	92	96	108,6	106,8
Bizkaia Irratia	5,8	4,9	6,9	7,4	6,8	6,6	5,9
Arrate	7,8	4,1	7	7,7	9,7	7,5	4,8
Info7			0,7	3,5	3	2,5	3,6
Euskalerria Irratia	5,4	4,9	3,4	3,7	3,7	3,5	2,2
Eguzki Irratia	2,1	0,9	0,6	0,7	0,2	0,8	1,2
Itsuki		0,5	0,6	1,6	0,7	0,5	1,2
Hala Bedi	0,5	1	0,8	1,5	1,4	1,7	1,1
Segura	2,6	2,6	1,1		1,8	0,6	1
Xorroxin	1,3	1,2	1,9	0,8	1,1	2,9	0,9
Beleixe			0,3			0,3	0,5
Arrasate Irratia	0,4		0,7			1,2	0,4
Bilbao Hiria	0,4		0,4	0,4		0,5	
Txolarre	0,8						
Zintzilik	0,3			0,3			
Gure Irratia	0,3						
Karrape	0,3						

Anboto	0,5
Antxeta	0,3
Uhinak	0,2

ITURRIA: CIES

Alde batetik, entzule kopuruari dagokionez EiTb taldeko irratiak eta besteen artean amildegia dagoela aditzera ematen dute datuek. EAEko irrati publikoak dira *Euskadi Irratia* eta *Gaztea*, Euskal Herri osoan emititzeko bokazioarekin jaioak. Hortaz, euren hedapen esparrua tokiko eta herrialdeko esparruak gainditzeko ditu. Gaintzeko irrati gehienak, aldiz, herri edo eskualde mailakoak dira. Herrialde mailako irrati bakarra dago, *Bizkaia Irratia*, eta horixe da, hain zuzen ere, *Euskadi Irratia* eta *Gaztearen* atzetik entzule gehien dituen katea. Haren atzetik kokatzen dira *Arrate Irratia*, *Info7*⁶⁸ eta *Euskalerria Irratia*. Aipatzeko modukoa da 2010az geroztik *Info7*k izandako hazkundera, eta azken urteotan *Euskalerria Irratiak* bizitako beherakada.

Taula honen beste aspektu garrantzitsua tokiko irratiak datuen jarraikortasun eza da. Izan ere, CIEsek hainbat irratiaren datuak eskaini ditu urte jakinetan, baina gero ez dio bilketa horri segidarik eman. Gure irudiko, sistematizazio falta horrek beste behin ematen du aditzera zeinen beharrezkoa den euskarazko komunikazio esparruaren ezaugarrietara egokitutako audientzia neurketak diseinatzea.

⁶⁸ Euskara hutsezkoak ez diren arren, zerrenda honetan bildu ditugu *Info7*, *Hala Bedi*, *Eguzki* eta *Uhinak* irratiak datuak, euskarazko edukiek beraien programazioaren parte oso garrantzitsua osatzen dutelako.

3.3.3. *Telebistak*

Euskarazko telebisten kasuan irratien eskema errepikatzen da: alde handia dago EAEko telebista publikoen eta herri ekimenetik jaiotakoen artean. Hala, ETB1en audientziak laukoiztu egiten du euskarazko bigarren telebista ikusienaren (*Hamaika Telebistaren*) ikusle kopurua. Haatik, *ETB1*ek gainbehera aipagarri bezain etengabea pairatu du azkenaldian, zazpi urteotan 50.000 ikusle inguru galdu baititu Hego Euskal Herrian. *Hamaikak*, ostera, hain justu kontrako bidea jarraitu du, 2010az geroztik 20.000 ikusle irabazi eta bere emaitzak hirukoiztu baititu. Eskualdeko telebistei dagokienez, *Goiena Telebistak* lortzen du ikus-entzule kopururik handiena, urteetan zehar nahiko egonkorra dena, gainera. Azken honengandik alde handira daude *28 kanala*, *Oizmendi Telebista* eta 2014ean oso beherakada handia jasan zuen *Goierrri Telebistak*. Azkenik, *Erlo Telebistak* oso emaitza apalak lortzen ditu, eta *ETB3*ren inguruko datuak 2011n baino ez zituen eman CIESek.

Taula 21 *Euskarazko telebisten aurreko eguneko ikus-entzule kopurua, milaka (2008-2014)*

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
ETB1	174,3	183,5	192,7	163,7	161,1	151,2	126,2
HamaikaTB			11,6	23,4	27	29,3	32,3
GoienaTB	7,2	7,7	8,1	10	10,2	7,2	8,4
28 kanala	1,4	0,9	2,9	4,4	3,6	2	2,6
OizmendiTB	1,9	6	2,7	1,3	1,6	3,2	2,2

GoierriTB	7,2	4,6	4	6,2	5,3	6,2	1,6
ErloTB						3,7	0,5
ETB3				9,1			

ITURRIA: CIES

3.3.4. Twitterreko jarraitzaile kopuruak

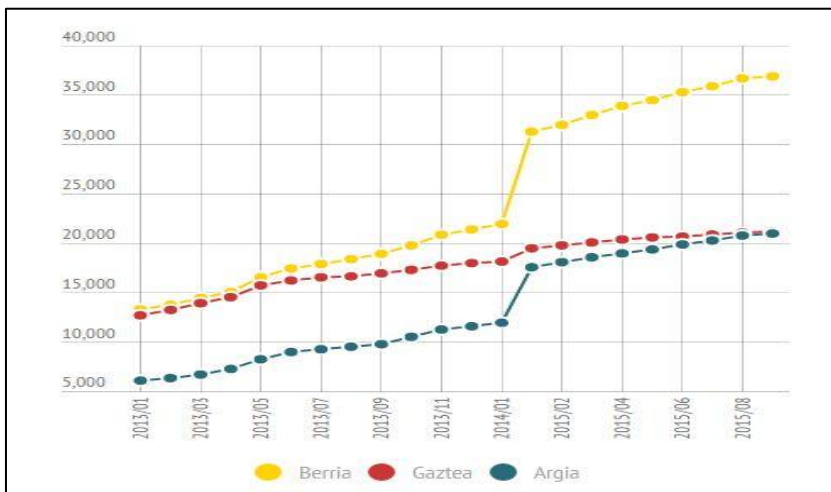
Euskarazko komunikabideek sare sozialetan duten sarbidearen berri emateko, 2013 eta 2015 urteetan hilabetez hilabete Twitterren izandako jarraitzaile kopurua aztertzea neurri unitate egokia izan daitekeela uste dugu. Aipatutako sare sozial hori aztertzea erabaki dugu hainbat arrazoi direla medio. Alde batetik, Diazek iradokitakoaren ildotik (Diaz, 2014: 114), uste dugulako Twitterri beste sare sozial batzuei baino erabilera informatiboagoa ematen zaiola, alegia, harremanetan zentratutako plataforma izan beharrean edukiak baititu indargune. Bestetik, ondorio horren zantzu argiak antzeman dugulako guk egindako azterketa kualitatiboan ere, irakurleak lehenago ere ikusi ahal izan duenez.

Halaber, 2013 eta 2015 urteetako datuak hartzea erabaki dugu, 2014koak alde batera utzita, urtebeteko jauzi horrek agerikoago egingo duelakoan euskarazko komunikabideen artean zeinek izan duen hazkunde nabarmenagoa sare sozialetan. Hortaz, sektorearen baitan sareetako posizionamendu aldetik jazotako aldaketak irudiz hornitzen lagunduko digu hautatutako prozedurak. Has gaitezen, bada, datuen analisisa egiten. Lehenik eta behin, esan beharra dago 2013ko urtarrilean Twitterren jarraitzaile gehien zituzten hiru komunikabideek (*Berriak*, *Gazteak* eta

Argiak) lehenengo hiru postuak izaten segitzen dutela 2015eko irailean. Gainera, alde handia egoten jarraitzen du aipatu komunikabideen eta gainontzeko euskarazko hedabideen artean.

Alabaina, azken urteotan garapen oso desberdina izan dute *Berriak* eta *Argiak*, alde batetik, eta *Gazteak* bestetik. 2013ko hasieran jarraitzaile kopurari dagokionez *Berriaren* eta *Gaztearen* artean zeuden aldeak txikiak ziren, baina *Berriak* bere lidergoa nabarmenki berretsi du hirurtekoan zehar. Izan ere, 2013ko abenduaren eta 2015eko urtarrilaren artean kazetaren Twitter kontuaren jarraitzaile kopurua %46 emendatu zen; iratiarenak, berriz, urtebete lehenago baino %8 gehiago baino ez ziren. *@argia*-k, ostera, aurreko biek baino jarraitzaile talde askoz txikiagoarekin ekin zion 2013ari, baina 2014ean zehar %51ko hazkundea izan zuen eta 2015eko irailerako *@gaztea*-rengandik 200 jarraitzaile eskaskera kokatu da astekariaren kontua.

Grafikoa 10 *@berria*, *@argia* eta *@gaztea* Twitter kontuen jarraitzaile kopurua 2013 eta 2015ean, hilabeteka

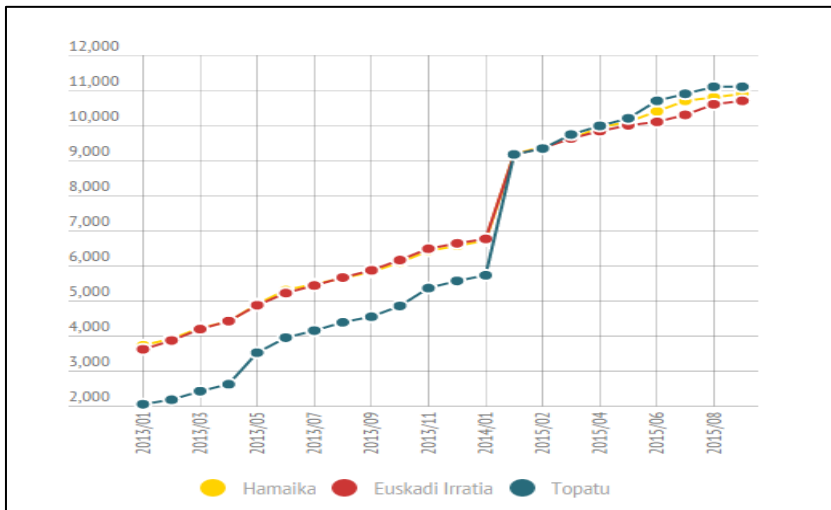


ITURRIA: Pello Urzelai, Twitter, lanketa propioa.

Lehenengo hiru postuak lortzen dituzten komunikabideengandik alde handira, 10.000 jarraitzaileen langa gainditzen dute *@hamaikaTb*-k, *@euskadi_irratia*-k eta *@topatuinfo*-k. Nabarmentzekoa da *Hamaikaren* eta *Euskadi Irratiaren* Twitter kontuek bide guztiz mimetikoak jarraitu dituztela: biek ala biek antzeko jarraitzaile kopuruarekin hasi zuten aztertutako epea, 2013ko amaieratik 2015eko hasierara hazkunde ia berbera izan zuten (%39 *@hamaikaTb*-k eta %38 *@euskadi_irratia*-k, eta 2015eko irailean laugarren eta bosgarren postuak zituzten euskarazkoen artean, elkarren arteko aldea oso txikia delarik.

Topatu.info gazte webgunearen kontuak, berriz, hirugarren postua lortu du, aztertutako denbora tartaren hasieran zortzigarren konturik jarraituena baino ez bazen ere. Urtebetean %69ko gorakada izan zuen *@topatuinfo*-k, eta horrek hainbat lehiakide aurreratzea izan du ondorio gisa. Jarraian aurkezten dugun grafikoan antzeman daiteke *Topatuk* 2014an izandako hazkundeari esker gainditu dituela *Hamaikaren* eta *Euskadi Irratiaren* erregistroak, eta azken bi horiek jarraitzaile kopuruak oso gertu egon direla prozesu osoan zehar.

Grafikoa 11 @hamaikaTb, @euskadi_irratia eta @topatuinfo Twitter kontuen jarraitzaile kopurua 2013 eta 2015ean, hilabeteka

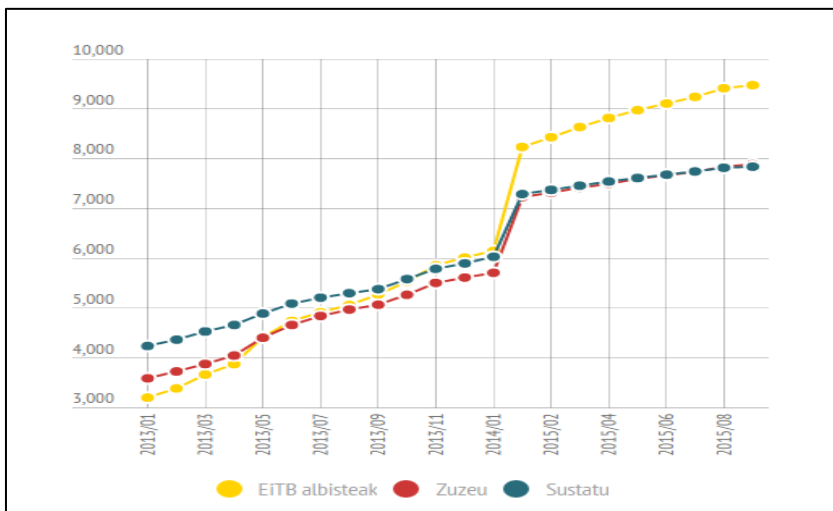


ITURRIA: Pello Urzelai, Twitter, lanketa propioa.

Halaber, EiTbren euskarazko albiste-kontuaren (@eitbAlbisteak) jarraitzaile kopuruak %36 egin du gora urtebetean, eta zazpigarren postutik seigarrenera pasa da. Esan daiteke hain justu kontrako bidea jarraitu dutela @Sustatu-k eta @zuzen-k. Lehenengoa euskarazko hirugarren hedabiderik jarraituena izatetik zortzigarren tokira igaro da urte baten buruan, 2013ko abendutik 2015eko urtarrilera %23 hazkundera izan arren. Zuzen.eus-en Twitter kontuak, berriz, %28ko emendatzea izan zuen, eta hala ere seigarren postutik zazpigarrenera jaitsi da.

Ondoko grafikoak argitara ematen du @eitbAlbisteak kontuak nola gainditu dituen @zuzen zein @sustatu, eta nola azken bi hauek bide oso paraleloak jarraitu dituzten aztertu dugun epealdi osoan zehar.

Grafikoa 12 @eitbAlbisteak, @zuzeu eta @Sustatu Twitter kontuen jarraitzaile kopurua 2013 eta 2015ean, hilabeteka



ITURRIA: Pello Urzelai, Twitter, lanketa propioa.

Gainontzeko euskarazko komunikabideen artean, *Euskalerria Irratiaren* eta *Gaztezu*loren kontuek baino ez dute gainditzen 5.000 jarraitzaileen muga 2015eko irailean. Hala ere, aintzat hartzeko modukoa da gehienbat tokiko albisteak eskaintzen dituzten hainbat komunikazio proiektuk lortzen duten oihartzuna.

Dagoeneko aipatu dugun Euskalerria Irratiaz gain (@fm914), besteak beste ondoko komunikabideek ere emaitza aipagarria lortzen dute: batez ere Ipar Euskal Herriko informazioa eskaintzen duten @kazetaeus-ek eta @euskalirratia-ek, Debagoieneko berriak zabaltzen dituen @GoienaAlbisteak-ek, Bilboaldeko albisteak jorratzen dituen @bilbohiria-k eta Aiaraldeko notiziak dakarzkigun @aiaraldea-k.

Aipatu ditugun hedabideak guztien garapena biltzen duten bi taulak

argitara emango ditugu jarraian. Euskarazko komunikabideen sektoreak sareetan presente egoteko eta migrazio digitalaren garaian gero eta gehiago nagusituko diren formatuetan ere erreferentzialtasuna lortzeko ahalegin nabarmena egin duela jakin badakigu. Bildutako datuok irakurketa positiborako tarteaztuten dutela deritzogu.

3.4. EUSKARAZKO KOMUNIKABIDEEN PUBLIKOA: LURRALDE BANAKETA

CIESen 2014ko akumuluatuak eskaintzen dizkigun datuetatik abiatuta, eskualde bakarreko hedapen esparrua gaintzen duten euskarazko komunikabideetako publikoaren lurralde banaketa aztertuko dugu ondorengo lerroetan.

Idatzizkoekin hastearren, esan dezagun *Hitzak* Gipuzkoan lortzen dituela irakurle gehienak⁶⁹. *Berriaren* kasuan ere hala da, baina nazio mailako egunkaria izanik, gainontzeko lurraldeetako da publikoaren %50 baino gehiago. Bereziki aipagarria da kazetak Bizkaian lortzen duen irakurle kopurua, herena inguru lurralde horietakoak baitira. Halaber, *Argiaren* publikoaren banaketa territorialak *Berriarenarekin* antzekotasun handiak ditu, baina aldizkariaren kasuan irakurle gipuzkoarren kopurua ez da bizkaitarrena baino askoz altuagoa.

⁶⁹ Kontuan hartu behar da bi *Hitza* argitaratzen direla Bizkaian, eta Gipuzkoan, 5 direla eskualde mailako egunkariak (*Tolosaldeko Ataria* aintzat hartuta).

Irratiei dagokienez, *Euskadi Irratiak* entzuleen erdia baino zertxobait gehiago du Gipuzkoan, laurdena eta koska Bizkaian, hamarretik bat inguru Nafarroan eta hogeitik baten bueltan Araban. *Gazteak* ere Gipuzkoan biltzen du beste inon baino entzule gehiago, baina beraien proportzioa ez da publikoaren %50era iristen, eta kontsumitzaile bizkaitarren ehunkoa *Euskadi Irratiaren* kasuan baino nabarmen altuagoa da. Azkenik, telebistaren esparruan alde handia legoke *ETB1*en eta *Hamaikaren* artean. Lehenengoaren ikus-entzuleen erdia inguru gipuzkoarra da, herena bizkaitarra eta hamarretik bat nafarra. Hortaz, Araban lortzen du euskarazko lehen kate publikoak erabiltzaile kopururik txikiena, %8koa hain zuzen ere. *Hamaikaren* kasuan, berriz, erabiltzaileen erdiak Bizkaikoak dira, eta hamarretik lau baino gehiago, Gipuzkoakoak. Hala, arabarrak lirateke katearen publikoaren %7.

Taula 22 Euskarazko hedabideetako kontsumitzaileen lurralde banaketa, CIESen 2014ko akumulatuaren arabera.

	Ara	Biz	Gip	Naf
Berria	11,23	35,7	45,37	7,69
Hitza	0	36,91	63,09	0
Argia	8,96	37,7	40,92	12,42
Euskadi Irratia	4,54	27,69	55,16	12,6
Gaztea	11,23	36,72	44,68	7,37
ETB1	8,09	33,86	46,96	11,09
Hamaika TB	7,94	50,84	41,22	0

ITURRIA: CIES

Datuak eskuan, esan dezakegu eskualde edo herri bakarrean banatzen ez diren komunikabideek Gipuzkoan dutela euren publikoaren nukleoa, eta Bizkaian ere erabiltzaile kopuru garrantzitsua lortzen dutela, *Hamaikaren* salbuespen bakarrarekin.

Euskarazkoek lurralde bakoitzean zenbat erabiltzaile dituzten ikusi dugu, baina lurralde bakoitzean euskarazkoek duten pisua ere jakin nahi dugu. Horrenbestez, hedabide bakoitzaren baitan lurralde bakoitzeko erabiltzaileek hartzen duten proportzioari so egin beharrean, euskarazko hedabideen errotze geografikoari ikuspegi konparatibotik begiratu diogu jarraian. Hala, ondorengo lerroetan euskarazko hedabideek Hego Euskal Herriko lurraldeetako bakoitzean hartzen duten merkatu kuota aztertuko dugu, alegia, komunikabide mota bakoitzaren baitan kontsumoaren zein proportzio egiten den euskaraz⁷⁰. Datuok eskualdeka ere emango ditugu, zonalde eta euskarrien araberrako alderaketak egiteko xedearekin.

3.4.1. Araba

Euskarazko irratiek telebistek eta egueroko prentsak baino merkatu kuota askoz handiagoa lortzen dute ia eskualde guztietan. Salbuespen

⁷⁰ Horretarako, CIESen 2014ko akumulatuko audientzia datuak erabili ditugu. Hala, aurreko eguneko irakurle/entzule/ikusleen artean euskarazko komunikabideek zein proportzio biltzen duten kalkulatu dugu, hiruko erregelaren bitartez. Prentsaren alorrean *Berriaren* datuak baino ez ditugu aintzat hartu. Gure irudiko (ikus kapitulu honetako 3.4 atala) euskarazko eskualdeko prentsa kontuan hartzeak interferentziak eragingo lituzke analisisian, ez delako lurralde osoan eskaintzen eta izaera aldetik ezin delako prentsa generalistarekin alderatu.

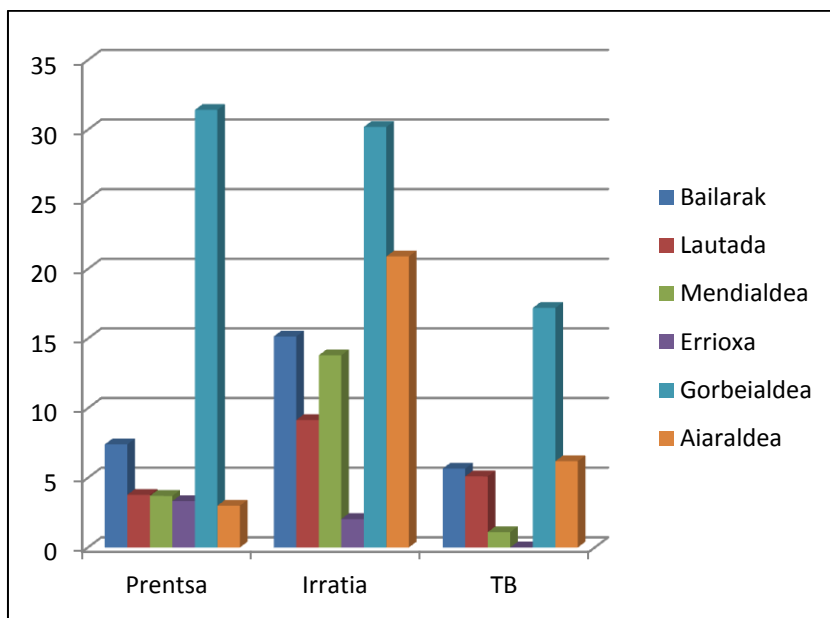
gisa, Errioxan eta Gorbeialdean euskarazko prentsak irratiek baino kuota zertxobait altuagoa eskuratzen dute. Oro har, telebistak eta prentsak oso emaitza eskasak lortzen dituzte eremu geografiko guztietan, Gorbeialdea litzatekeelarik salbuespen bakarra.

Eskualdeen arteko aldeak nabarmenak dira⁷¹. Euskarazko hedabideek Errioxan dituzte emaitzarik kaskarrenak (CIESen arabera, inork ez du euskarazko telebistarik ikusten eskualde horretan); Lautadan eta Mendialdean ere oso kuota txikia dute euskarazko egunkari zein telebistek, baina emaitzak hobeak dira irratien kasuan⁷². Eskema bera errepikatzen da Aiaraldean, baina kasu horretan euskarazko irratiek entzuleen bostena biltzera heltzen dira. Arabako Bailaretan ere irratiek beste bi komunikabide motek baino kuota nabarmenki handiagoa lortzen dute, baina prentsaren sarbidea ere ez da gutxiesteko modukoa, nazio mailako euskarazko prentsa generalistak (alegia, *Berriak*) merkatuaren %7,4 biltzen baitu.

⁷¹ Euskarazko hedabideen merkatu-kuoten eta eskualde bakoitzeko hiztun dentsitatearen arteko korrelazio estatistikoa $R^2=0,72$ koa da prentsaren kasuan, $R^2=0,88$ koa irratiarenean eta $R^2=0,78$ koa telebistarenean. Beraz, esan daiteke harremana egon badagoela euskarazkoek Arabako zonalde bakoitzean lortzen duten sarbidearen eta euskararen tokian tokiko egoeraren artean.

⁷² Euskarazko irratien sarbidea kalkulatzeko *Info7*, *Hala Bedi* eta *Eguzki* irratia euskarazkoen baitan sartu ditugu, erdarazko edukiak izan arren euskarazkoak nagusi direlako kate horietan.

Grafikoa 13 Euskarazko komunikabideen merkatu kuota Araban (%), komunikabide motaren eta eskualdearen arabera (2014)



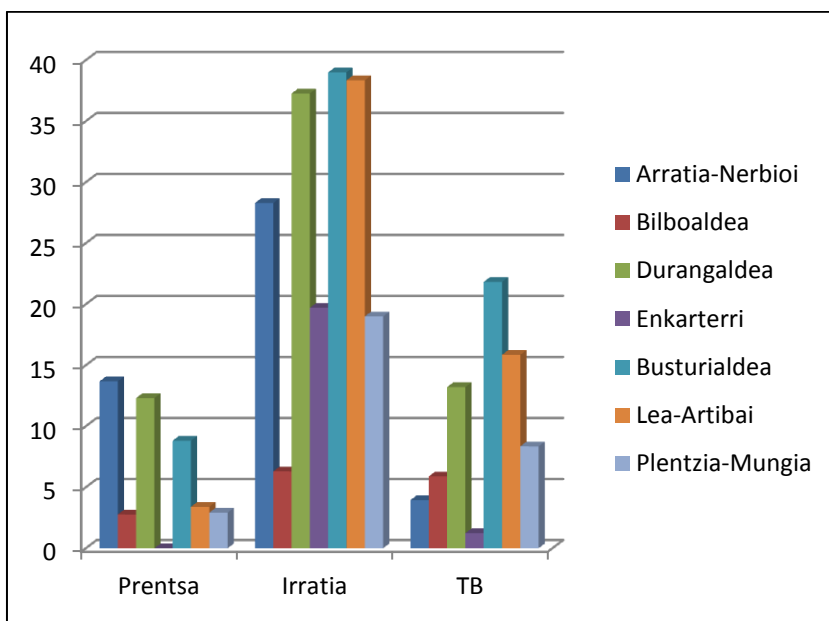
ITURRIA: CIES, lanketa propioa

3.4.2. Bizkaia

Bizkaiaren kasuan, euskarazko irrastien arrakasta gainontzeko komunikabideena baino arrunt handiagoa da eskualde guztietan. Salbuespen bakarra Bilboaldea da, irrastiek telebistek eta prentsak baino merkatu-kuota handiagoa lortu arren, antzeko balioetan (alegia, baxuetan) mugitzen baitira hedabide klase guztiak. Prentsaren kasuan batez ere, hitzun dentsitateak ezin du bere kabuz azaldu euskarazko hedabideek Bizkaiko eskualde bakoitzean lortzen duten arrakasta. Hala ere, irratiaren eta telebistaren datuei dagokienenean bi aldagaien artean

harremana badagoela ukaezina da⁷³. Oro har, Lea-Artibai, Busturialdea eta Durangaldea dira kontsumo euskaldunena egiten duten eskualdeak. Plentzia-Mungian prentsak oso sarbide mugatua du, euskarazko telebistak ere ez du hamar ikusletik bat biltzerik lortzen, baina irratia kasuan emaitzak positibotzat har daitezke. Arratia-Nerbioin euskarazko telebistak oso kuota kaskarra erdiesten du, prentsak aintzat hartzeko moduko irakurle proportzioa du eta irratia ia hiru entzuletik bat lortzen du. Azkenik, Enkarterrin euskarazko irratiek badute leku aipagarria entzuleen lehentasunetan, ez ordea egunkari zein telebistek.

Grafikoa 14 *Euskarazko komunikabideen merkatu kuota Bizkaian (%), komunikabide motaren eta eskualdearen arabera (2014)*



ITURRIA: CIES, lanketa propioa

⁷³ Bizkaia-ri dagokionez, eskualdeetako hiztun dentsitatearen eta euskarazkoen merkatu-kuotaren arteko korrelazioa $R^2=0,13$ koa da prentsan, $R^2=0,68$ koa irratietan eta $R^2=0,62$ koa telebistan.

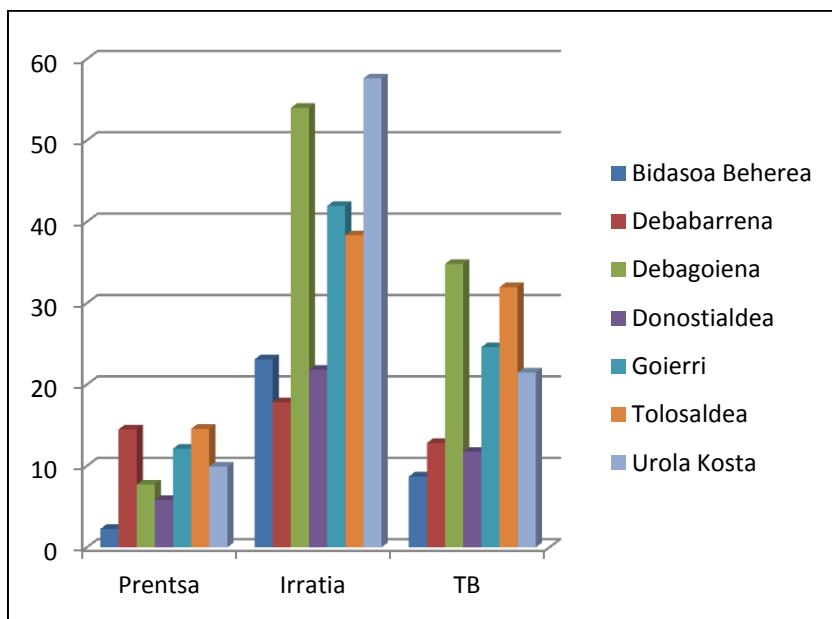
3.4.3. Gipuzkoa

Gipuzkoan ere EAEko beste bi herrialdeen eskema errepikatzen da, eta euskarazkoen artean irratiek gainontzekoek baino kontsumitzaile proportzio handiagoa biltzen dute. Debagoienan eta Urola Kostan entzuleen erdiak baino gehiago sintonizatzen dituzte euskarazko kateak, eta irrati kontsumorik erdaldunena egiten duen eskualdean ere (Debabarrean) erabiltzaileen bostenak inguruk euskarazkoak hautatzen ditu. Nabarmentzeko moduko beste datu bat da euskarazko telebistak prentsak baino kuota handiagoa lortzen duela Debabarrena ez beste eskualde guztietan. Gainera, Bidasoa Beherean salbu %10eko kuotatik gora lortzen dute euskarazko telebistek, eta Debagoienan zein Tolosaldean ikusleen herena inguru haiei so egoten da.

Esan bezala, prentsaren atalekoak dira euskarazkoen emaitzarik xumeenak, Debabarrean, Goierri eta Tolosaldean baino ez dutelarik lortzen hamar irakurletik bat baino gehiago erakartzea. Gorabehera eta ñabardura guzti horiekin, esan beharra dago Gipuzkoa dela euskarazko komunikabideak osasuntsuen dauden herrialdea⁷⁴.

⁷⁴ Gipuzkoan, eskualdeetako euskaldun proportzioaren eta euskarazko hedabideen penetrazioaren arteko harreman estatistikoa ondokoa da euskarrika: $R^2=0,47$ ekoa da prentsaren, $R^2=0,56$ koa irratietan eta $R^2=0,5$ ekoa telebistan.

Grafikoa 15 Euskarazko komunikabideen merkatu kuota Gipuzkoan (%), komunikabide motaren eta eskualdearen arabera (2014)



ITURRIA: CIES, lanketa propioa

3.4.4. Nafarroa

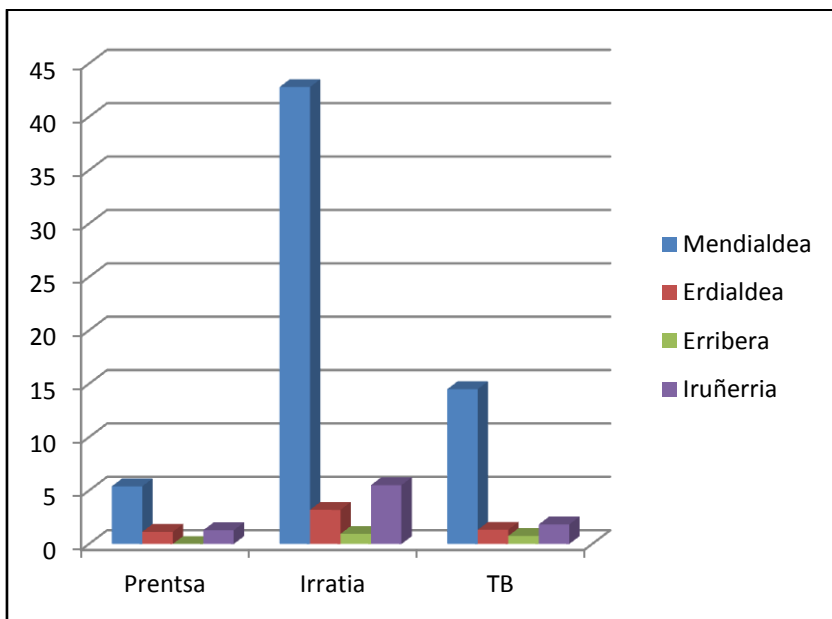
Nafarroaren kasuan, argi antzematen da euskarazko hedabideen kontsumoa eremu geografiko bakoitzeko euskaldun proportzioaren arabera dela. Izan ere, zenbat eta hegoalderago joan orduan eta sarbide murriztagoa dute euskarazkoek. Hala, mendialdean oso emaitza onak lortzen dituzte, batez ere irratia kasuan⁷⁵; Iruñerrian, erdialdean eta Erriberan, oster, euskarazkoek oso sarbide murrizta dute. Zonalde

⁷⁵ Euskarazko irratien sarbidea kalkulatzeko *Info7* eta *Eguzki irratia* euskarazkoen baitan sartu ditugu, erdarazko edukiak izan arren euskarazkoak nagusi direlako kate horietan.

guztietan irratiek gainontzeko formatuak baino arrakastatsuagoak dira, eta telebistak prentsak baino erabiltzaile proportzio handiagoa lortzen du.

Kontuan hartu behar da Nafarroari buruzko datuak ematean CIESeK lau esparru geografiko bereizten dituela, eta horiek ez datozela bat ez merindade historikoekin ez Nafarroako Gobernuak zehaztutako eskualde ofizialekin.

Grafikoa 16 *Euskarazko komunikabideen merkatu kuota Nafarroan (%), komunikabide motaren eta eskualdearen arabera (2014)*



ITURRIA: CIES, lanketa propioa

Horrenbestez, esan daiteke Hego Euskal Herriko eskualde gehienetan⁷⁶ irratiek lortzen dutela merkatu kuotarik handiena, euskarazko komunikabideen artean. Bestalde, euskarazko telebistak prentsak baino sarbide handiagoa du eremu geografiko gehienetan. Horrez gain, euskarazko telebistek euskaldunen hiztun dentsitatea %40tik gorakoa den eskualdeetan baino ez dute lortzen ikus-entzuleen %10etik gora erakartzea. Azkenik, euskarazko prentsak Gorbeialdean, Arratia-Nerbioin, Durangaldean, Debabarrenean, Goierriin eta Tolosaldean baino ez du lortzen hamar irakurletik gutxienez bat lortzea.

3.5. KOMUNIKABIDEETAKO KONTSUMITZAILEEN ARTEKO ALDERAKETA

CIESen datuen bitartez euskarri desberdinetan aritzen diren komunikabideen audientzien soslaiak erkatzera goaz jarraian. Izan ere, kontsumoa maiztasunaren eta erabiltzaileen ezaugarri soziodemografikoen arabera xehetzeko aukera ematen digute datuok. Kasu honetan, 2014ko akumulatuko datuak erabiliko ditugu, eta hedabide bakoitzaren kontsumitzaileen artean sexua, adina eta hizkuntza-gaitasuna aldagai bereizgarriak diren aztertuko dugu. Irakurleak ikusiko duenez, ez dira aurreko ataletan aipatu diren euskarazko komunikabide guztiak agertuko ondorengo analisian. Izan ere, kontsumitzaile kopuru absolutuen estimazioa 10 inkestatu baino gutxiagoren erantzunetan oinarritzen da euskarazko tokiko zenbait komunikabideren kasuetan, eta

⁷⁶ Arabar Errioxa da salbuespen bakarra (ikus 2. grafikoa).

tamaina horretako azpilaginek publikoa ezaugarri soziodemografikoen inguruko ondorioak ateratzeko nahikoak ez direla uste dugu. Hortaz, hainbat hedabide txiki alboan utzi ditugu azterketa honetan.

Atal honetako azpipuntuetako bakoitzean euskarazko hedabideen arteko alderaketa egingo dugu aurrena, eta Hego Euskal Herri osoan hedatzen diren euskarazkoen eta erdarazkoen artekoa, hurrena. Zehazki, *Berria* eta lau egunkari irakurrienen, *Euskadi Irratiaren* eta lau irrati generalista entzunenen, *Gaztearen* eta *Los 40ren* eta *ETB1en* eta lau telebista ikusien publikoak alderatuko ditugu. Hala, hedapen-esparruaren eta hedabide-formatuaren⁷⁷ arabera erdarazkoekin konparagarritzat jo ditugun euskarazko proiektuak baino ez ditugu aintzat hartu, eta tokiko hedabideak albo batera utzi ditugu. Lehenago azaldu dugun moduan, tokikoak eta nazio mailakoak analisi-kategoria berdinetan sartu ezin direla uste dugu, eta banaketa hori errespetatuko dugu honakoan.

3.5.1. Kontsumitzaileen sexu-banaketa

Prensa idatziari dagokionez, arreta deitzen du *T tipi Ttiparen* irakurleen artean %60tik gora emakumeak direla CIESen arabera⁷⁸, hala azken hilabeteen irakurri dutenen nola azken hamabost egunean irakurri dutenen artean. Sexu bateko eta besteko kontsumitzaileen artean hainbesteko desorekarik ez egon arren, *Goienaren* irakurleen artean ere

⁷⁷ Hain zuzen ere horregatik banatu ditugu irrati generalistak eta musika-kateak.

⁷⁸ Iturri horrek dioskunez, euskaraz hitz egiteko, irakurtzeko eta idazteko gai diren herritarren artean (alegia, euskarazko hedabide guztien publikoaren gehiengo zabala parte den taldean) %47,8 gizonezkoak dira, eta %52,16 emakumeak.

emakumeak dira nagusi, azken hilean zein azken astean. *Hitza*ren kasuan, azken hileko edota azken asteko datuetan gizonak emakumeak baino gehiago dira, baina azken aleko irakurleen %55tik gora emakumeak dira. *Berriak* eta *Argiak*, berriz, publiko maskulinoa erakartzen dute gehiago, nahiz eta sexuen arteko proportzioak oso orekatuak izan. Irratien atalean, *Info7*ko entzuleak gizonak dira nagusiki, eta *Gaztea* zein *Euskadi Irratiaren* kasuan oso ehuneko parekatuak dituzte bi sexuek, gizonezkoena koska bat altuagoa izan arren. Halaber, oso deigarria da *Bizkaia Irratia* eta *Arrate Irratia* sintonizatzen duten emakumeen proportzioa, aipatutako lehen katean hamarretik bederatzi eta bigarreanean hamarretik zazpi baitira sexu horretakoak. Telebisten esparruan, *Hamaikak* eta *ETB1*ek ikusle gehiago dituzte gizonen artean, eta *GoienaTBk*, berriz, emakumeen artean. Aitzitik, bi sexuen arteko desorekak ez dira handiegia ezein telebista kateren publikoan.

Taula 23 Euskarazko komunikabideetako kontsumitzaileak, sexuaren arabera (%). Idatzizkoen kasuan, parentesi arteko zenbakiak irakurtzeko maiztasuna adierazten du.

	Gizonak	Emakumeak
Berria (30)	53,01	46,99
Hitza (30)	52,45	47,55
Goiena (30)	44,84	55,16
Ttipi-Ttapa (30)	38,06	61,94
Argia (30)	54,03	45,97
TtipiTtapa (15)	38,53	61,47
Hitza (7)	52,11	47,89
Goiena (7)	45,45	54,55

Argia (7)	52,83	47,17
Hitza (atzo)	42,41	57,59
Berria (atzo)	51,44	48,56
Euskadi Irratia	52,35	47,65
Gaztea	52,57	47,43
Bizkaia Irratia	8,87	91,13
Info 7	64,84	35,16
Arrate Irratia	29,48	70,52
Etb1	53,62	46,38
Goiena TB	44,77	55,23
Hamaika TB	54,29	45,71

ITURRIA: CIES

Publikoaren sexu-banaketaren aldetik ez dago nabarmentzeko moduko alde orokorgarririk euskarazkoen eta erdarazkoen artean. Egunkarien esparruan, *Berriak* nahiko publiko banaketa orekatua du, *Diario Vasco*k eta *Diario de Navarra*k bezalaxe. *El Correo*k eta (bereziki) *Garak*, ostera, gizonezko irakurleak erakartzen dituzte gehiago. Irratiei dagokienez, egia da erdarazko irrati generalistek *Euskadi Irratiak* baino gizonezko proportzio altuagoa biltzen dutela, baina aldea *Onda Cerore*kin baino ez da aipatzeko modukoa. Telebisten alorrean, erdarazko kate nagusien artean *La Sexta* da *ETB1*ek baino publiko maskulinoagoa duen bakarra, *ETB2*ren, eta, bereziki, *Antena 3*en zein *Tele5*ren kasuetan ikus-entzule gehienak emakumeak baitira.

Taula 24 *Komunikabide erdaldunen eta elebidunen kontsumitzaileak, sexuaren arabera (%)*.

	Gizonak	Emakumeak
El Correo	55,09	51,37
Diario Vasco	51,41	48,59
Diario de Navarra	52	48
Gara	65,61	34,39
Ser	54,6	45,4
Radio Euskadi	56,16	43,84
Los 40	46,15	53,85
Onda Cero	60,33	39,67
ETB2	47,54	52,46
Tele 5	33,53	66,47
Antena 3	42,38	57,62
La Sexta	55,07	44,93

ITURRIA: CIES

3.5.2. Kontsumitzaileen banaketa, adinaren arabera

Kontsumitzaileen adinaren gaiari heltzean datu kezkarri bati erreparatu diogu beste ezeri baino lehen: oso baxua da euskarazko komunikabideak

erabiltzen dituen gazteen proportzioa CIESen arabera⁷⁹. *Gazteak* eta *Info7k* beste ezein proiektuk ez du lortzen hamar kontsumitzailetik bat 20 urtez azpikoa izatea. Aipatu bi irrati kateak dira, batez beste, publikorik gazteena erakartzen duten euskarazko komunikabideak. Hala ere, 25-34 adin tartean dira indartsuen eta ez (*Gaztearen* ezaugarriak aintzat hartuta espero zitekeen moduan) gazteenen artean.

Batez ere adin ertaineko publikoa dutenen artean *Berria*, *Hitz*, *Tipi Tipi* eta *Argia* daude, 25 eta 64 urte artean kokatzen baita beraien irakurleen gehiengoak. *Goienaren* kasua desberdina da, 35-44 adin tartean irakurle multzo garrantzitsua izanagatik astekariaren bost erabiltzailetik bat erretiratua baita. *Euskadi Irratia* 35 urtetik gorakoek entzuten dute batez ere, baina *Bizkaia Irratia* eta *Arrate Irratia* dira audientziarik zaharrena erakartzen duten euskarazko komunikabideak. Izan ere, kate bizkaitarraren hamar entzuletik bederatzik 45 urte baino gehiago du, eta kate gipuzkoarrak ez du 55 urte baino gutxiagoko erabiltzailearik CIESen datuen arabera. Telebistei dagokienez, ETB1ek eta *GoienaTBk* 45 urtetik gorako ikusleak dituzte batez ere. Kate publikoak jubilatua du bere publikoaren laurdena baino gehiago, eta Debagoieneko kateak 45-54 adin tartean da indartsuen, 65etik gorakoak ere bostetik bat baino gehiago izan arren. *Hamaikak*, oster, 35 eta 44 urte artean du kontsumitzaileen %31.

⁷⁹ Euskaraz hitz egiteko, irakurtzeko eta idazteko gai diren 14 urtez gorako herritarren artean %12,5ek 20 urte baino gutxiago ditu, CIESen arabera. Adin tarte horretan erabiltzaile proportzio altuagoa duen euskarazko hedabide bakarra (alegia, gizartearen batez bestekoa baino publiko gazteagoa duen bakarra) *Gaztea* da. Halaber, euskaldun osoen %10,7k 65 urte edo gehiago ditu, eta euskarazko hedabide gehienak erabiltzaileen baitan erretiratuen ehunekoa altuagoa da. *Gaztea* eta *Info7k* baino ez dute batez bestekoa baino adineko entzule gutxiago, *Argiak* zein *Berriak* batez bestekoan daude, eta gainontzeko guztiek hamar entzuletik bat baino gehiago dute jubilatatu izateko adinean.

Taula 25 *Euskarazko komunikabideetako kontsumitzaileak, adinaren arabera (%)*. Idatzizkoen kasuan, parentesi arteko zenbakiak irakurtzeko maiztasuna adierazten du.

	14-19	20-24	25-34	35-44	45-54	55-64	64<
Berria (30)	2,41	8,76	19,62	19,43	22,26	16,91	10,62
Hitza (30)	4,3	4,91	16,2	21,94	20,83	18,05	13,76
Goiena (30)	5,87	5,9	13,79	23,67	16,87	14,14	19,77
Ttipi-Ttapa (30)	5,68	4,91	16,99	20,8	22,19	13,81	15,63
Argia (30)	5,99	7,83	17,26	21,74	21,5	13,46	12,21
TtipiTtapa (15)	5,43	5,62	15,88	21,91	21,1	14,82	15,24
Hitza (7)	2,37	5,19	17,49	22,51	19,41	19,07	13,97
Goiena (7)	3,63	5,45	12,35	26,93	16,58	13,22	21,84
Argia (7)	4,26	9,73	17	22,38	19,29	15,49	11,85
Hitza (atzo)	2,66	6,26	16,85	21,52	16,62	18,43	17,66
Berria (atzo)	4,15	7,4	20,17	23,93	18,69	14,75	10,91
Euskadi Irratia	2,09	2,95	13,78	25,81	21,2	17,73	16,45
Gaztea	13,32	12,17	33,39	22,68	10,85	5,54	2,04
Bizkaia Irratia	0	0	4,73	7,82	52,97	4,14	30,34
Info 7	12,15	0	30,53	17,91	25,61	13,81	0
Arrate Irratia	0	0	0	0	0	38,92	61,08
Etb1	5,9	3,76	12,68	14,13	19,02	16,58	27,93

Goiena TB	4,21	13,27	12,93	11,5	27,9	9,02	21,17
Hamaika TB	1,44	4,55	17,39	31	16,37	10,83	18,43

ITURRIA: CIES

Erdarazko eta euskarazko egunkarien publikoaren adina alderatuta, argi gelditzen da *Berriaren* irakurleak batez beste *El Correo*, *Diario Vasco* eta *Diario de Navarra*renak baino gazteagoak direla. Desberdintasun horretan hizkuntza aldagai erabakiorra dela argi adierazten du *Garak*, egunkari elebiduna izanda, erdara hutsezko kazetek baino irakurle gazteagoak izatea, baina *Berriak* baino zaharxegoak batez beste. Era berean, egunkari bakoitzak erakartzen duen publikoaren adina argitalpenaren ildo editorialarekin lotuta egon daiteke. Halaber, ematen du fenomeno orokortua dela irrati generalistek publiko gaztearengana heltzeko ezintasuna, baina are nabarmenagoa da arazo hori erdarazko kateen kasuan. Izan ere, *Euskadi Irratiak* 35-54 adin tartean du bere indargunea, baina *Onda Ceroren*, *Radio Euskadiren* eta *SERen* entzule-multzorik sendoena adindunena da. Musika irratiaren kasuan, esan daiteke *Gaztearen* eta *Los 40ren* publikoak adin beretsua dutela batez beste, eta adin tarteka ere oso antzeko banaketa dutela bi kateek.

Telebisten arloan, *ETB1en* publikoa *Tele 5ren*arekin eta *ETB2ren*arekin parekatu daiteke: gazteen artean ikusle gehiegirik ez dute erakartzen, helduen artean kontsumitzaile proportzio handiagoak biltzen dituzte eta erretiratuen adin-tartean lortzen dute inplantaziorik handiena izatea. Ñabardura bat egin beharko litzateke, *ETB2* beste bi kateak baino are gazte gutxiagok eta are edadetu gehiagok ikusten baitute. *Antena 3eko* publikoaren adina ere antzeko eskemaren arabera banatzen da, baina

aurreko hiru kateek baino sarbide pixkat gehiago lortzen du 25 urtez azpiko herritarren artean. Salbuespen bakarra *La Sexta* litzateke, ikusleen bostena adindunen artean lortzen duen arren, bere publikoaren %40 lortzen du 35-54 urtekoen artean.

Taula 26 Komunikabide erdaldunen eta elebidunen kontsumitzaileak, adinaren arabera (%). Idatzizkoen kasuan, parentesi arteko zenbakiak irakurtzeko maiztasuna adierazten du.

	14-19	20-24	25-34	35-44	45-54	55-64	64<
El Correo	5,71	5,14	14,84	19,19	17,79	14,52	22,81
Diario Vasco	1,73	3,46	11,41	18,23	21,42	18	25,75
Diario de Navarra	2,07	2,26	9,55	17,04	21,49	19,16	28,43
Gara	1,2	5,27	17,93	19,52	20,82	18,07	17,2
Ser	1,7	1,23	7,75	17,33	20,74	22,99	28,26
Radio Euskadi	1,08	1,1	5,32	20,34	25,8	19,58	26,79
Los 40	10,72	11,4	29,72	25,38	15,3	6	1,48
Onda Cero	1,97	1,97	10,43	20	19,35	16,68	29,61
ETB2	1,73	2,28	10,12	16,82	18,23	20,7	30,12
Tele 5	5,48	4,77	14	16,03	15,7	14,92	29,11
Antena 3	6,4	6,25	11,88	16,59	19,93	15,09	23,85
La Sexta	2,85	4,28	12,76	21,35	20,16	17,98	20,61

ITURRIA: CIES

3.5.3. Kontsumitzaileen banaketa, hizkuntza gaitasunaren arabera

Espero zitekeen moduan, euskarazko komunikabide guztien kontsumitzaileen gehiengoa euskaldun osoa da. Alabaina, aldeak badaude hedabide mota batetik bestera. Esaterako, oso deigarria da euskarazko telebisten publikoaren baitan erdaldunen pisua idatzizkoetan eta irratietan baino askoz handiagoa dela. Hein handi batean, horrek baieztatuko luke ikus-entzunezko baliabideek transmititu nahi den mezua ulergarriago egiten duen testuingurua eransten dutela, eta, hortaz, euskarazko telebistaren publiko potentziala gainontzeko hedabide motena baino handiagoa dela. Halaber, horrek guztiorrek berresten du zein punturaino eragiten duen erabiltzailearen hizkuntza gaitasunak komunikabideak kontsumitzeko orduan.

Zehaztasunetan sartuta, *ETB1*en, *Hamaikaren* eta *GoienaTB*ren hamar ikus-entzuletik bat baino gehiago erdalduna da, eta, lehenengo bi kateen kasuan, euskara ulertu besterik egiten ez dutenek ere proportzio esanguratsua hartzen dute ikusleriaren baitan. Irratiei dagokienez, *Bizkaia Irratiaren* eta *Gaztearen* entzuleen ia %10 euskara ulertu besterik ez du egiten, eta *Arrate Irratiaren* kasuan bost entzuletik ia bat ez da euskaraz idazteko kapaz sentitzen. Ulergaitzagoa da *Goiena* zein *Argia* azken hilean irakurri dutenen artean %7k euskara ulertu besterik ez duela egiten esan izana. Halaber, *Goienaren* eta, batez ere, *Ttípi Ttaparen* irakurleen portzentaje esanguratsu bat ez da euskaraz idazteko gai.

Taula 27 Euskarazko komunikabideetako kontsumitzaileak, hizkuntza gaitasunaren arabera (%). Idatzizkoen kasuan, parentesi arteko zenbakiak irakurtzeko maiztasuna adierazten du.

	Uler	Hitz	Hitz& irakur	Hitz, irakur &idatz	Erdalduna
Berria (30)	4,17	1,92	3,25	90,66	0
Hitza (30)	5,63	3,57	5,01	84,62	1,16
Goiena (30)	7,04	1,17	7,11	80,05	4,63
Ttipi Ttapa (30)	6,34	2,84	14,5	74,33	1,99
Argia (30)	7,54	3,75	3,95	79,82	4,94
Ttipi Ttapa (15)	4,03	2,25	15,1	77,55	1,07
Hitza (7)	5,55	3,76	3,32	86,27	1,1
Goiena (7)	4,58	1	7,96	83,13	3,32
Argia (7)	7,2	2,41	2,8	84,45	3,15
Hitza (atzo)	5,28	2,37	4,36	86,78	1,21
Berria (atzo)	3,4	1,69	3,48	89,11	2,32
Euskadi					
Irratia	4,2	2,65	6,23	83,44	3,48
Gaztea	9,73	3,15	3,14	78,89	5,09
Bizkaia					
Irratia	8,61	5,73	0	85,66	0
Info 7	0	0	0	100	0

Arrate Irratia	0	0	17,99	75,08	6,93
Etb1	9,9	3,75	7,78	68,29	10,29
Goiena TB	4,8	4,06	8,07	73,8	9,27
Hamaika TB	13,44	3,04	5,16	65,56	12,79

ITURRIA: CIES

Egunkari erdaldun eta elebidunen publikoaren hizkuntza gaitasunak lotura du euren ildo editorialarekin eta euren hedapen esparruetan euskarak duen indar demolinguistikoarekin. Izan ere, *Diario de Navarrarenak* du irakurleriarik erdaldunena, bostetik lauk ez baitute euskara ulertzen. *El Correo*ren kasuan, irakurleen erdia baino zertxobait gutxiago erdalduna da, baina euskara ulertzen dutenen eta (batez ere) euskaraz hitz egiteko, irakurtzeko eta idazteko gai direnen irakurleen proportzioak kazeta nafarraren kasuan baino askoz altuagoak dira. *Diario Vasco*k, berriz, publiko euskaldunagoa du, hein handi batean, Gipuzkoan (bere hedapen esparru naturala) Hegoaldeko beste hiru herrialdeetan baino euskaldun proportzio altuagoa dagoelako. Hala, egunkari gipuzkoarraren irakurle multzorik jendetsuena euskaraz hitz egiteko, irakurtzeko eta idazteko gai direnena da, eta erdaldun elebazarren proportzioak ozta-ozta gainditzen du kontsumitzaileen %20a. Bestalde, *Garak* aurreko hiru egunkariet baino askoz publiko euskaldunagoa du, irakurleen gehiengo zabal batek euskaraz gaitasun linguistiko guztiak baititu. Horrez gain, kazeta elebiduna izanik, hamar irakurletik bat baino gutxiago ez litzateke gai euskarazko artikuluak irakurtzeko. Edozelan ere, Hego Euskal Herriko lau egunkari irakurrien publikoek *Berriarenak* baino gaitasun mugatuagoa dute euskaraz, eta euskarazko kazetaren

erregistroetara hurbiltzen den bakarra *Gara* izateak aditzera ematen digu argitalpen hizkuntzak zer punturaino eragiten duen hizkuntza gaitasun bateko edo besteko irakurleak erakartzeko. Euskarazko edukiak dituzten egunkarien kasuan logika osoa du baieztapen horrek (hizkuntza ulertzen ez dutenek ezingo baitituzte irakurri) baina ez erdarazkoen kasuan (elebidunak bietan irakurtzeko gai baitira). Hortaz, ikus daiteke publikoaren hizkuntza gaitasunak egunkaria argitaratzen den hizkuntzarekin, ildo editorialarekin eta hedapen esparruko baldintza objektiboekin harremana baduela.

Irrati generalisten alorrean ere antzeko joera antzeman dezakegu, nahiz eta, kasu honetan, hedapen esparrua ez den kontuan hartzeko aldagaien artean sartzen, kate nagusi guztiak Hego Euskal Herri osoan emititzen baitute. Hala, ildo editorialak soslai linguistiko bateko edo besteko kontsumitzaileak erakartzeko duen garrantziaz ohartzeko *SER*, *Onda Cero* eta *Radio Euskadi*ren publikoak konparatu besterik ez dago. Izan ere, EAEko erdarazko kate publikoaren entzuleen hiru laurden inguruk euskara ulertzen du, eta herenak hitz egiteko, irakurtzeko eta idazteko gai da. Espainiar estatu osoan aritzen diren bi kateen kasuan, berriz, askoz altuagoa da erdaldun elebakarren proportzioa: %50ekoa *SER*en entzulerian, eta %70 *Onda Cero*renean. Kosmobisio abertzaleagoa duten komunikabideetako publikoen baitan euskaraz ondo dakiten entzuleen proportzioa altuagoa dela zalantzaezina da. Dena dela, ez genuke aipatu gabe utzi nahi *Euskadi Irrati*aren entzuleriak *Radio Euskadi*rena baino soslai askoz euskaldunagoa duela. Hortaz, ildo editorial berbera edo oso antzekoa duten bi kateren kasuan, emisio-hizkuntzak publikoaren ezaugarrietan du isla. Halaber, musika-irratien esparruan *Los 40k Gazteak*

baino publikoa erdaldunagoa erakartzen du, estatu mailako katearen Hegoaldeko entzuleen %60 euskara ulertzeko gai izanagatik.

Telebisten inguruko datuek baieztatzen dituzte egunkarien eta irrati- kasuan antzemandako joerak: Madril sorleku duten kateek *ETB2*k baino publiko erdaldunagoa dute, eta azken hau, *ETB1*ek baino erdaldunagoa. Horrez gain, aipatzekoa da *La Sexta*ren ikus-entzuleen %60 euskaraz ulertzen duela, eta *Tele 5* zein *Antena 3*en kasuan proportzioa ez dela kontsumitzaileen erdira heltzen.

Taula 28 *Komunikabide erdaldun eta elebidunen kontsumitzaileak, hizkuntza gaitasunaren arabera (%). Idatzizkoen kasuan, parentesi arteko zenbakiak irakurtzeko maiztasuna adierazten du.*

	Uler	Hitz	Hitz & irakur	Hitz, irakur & idatz	Erdalduna
El Correo	26,88	3,94	2,28	21,47	45,44
Diario Vasco	22,1	5,88	5,76	44,64	21,62
Diario Navarra	12,72	0,94	0,94	4,37	81,02
Gara	15,44	4,99	5,82	65,5	8,25
Ser	25,4	2,93	2,18	19,23	50,26
Radio Euskadi	23,54	6,78	6,63	35,03	28
Los 40	25,49	2,09	2,31	30,46	39,65
Onda Cero	19,79	1,83	0,99	7,18	70,21

ETB2	22,34	4,71	4,87	37,43	30,65
Tele 5	19	3,16	3,75	23,83	50,26
Antena 3	19,8	2,59	2,5	20,32	54,79
La Sexta	21,86	3,46	3,04	30,39	41,24

ITURRIA: CIES

3.5.4. Kontsumitzaileen banaketa, ikasketa mailaren arabera

Euren publikoen ikasketa mailari dagokionez, euskarazko komunikabideak ezin dira bloke bakar gisa hartu. Ezin uka, esaterako, nazio mailako idatzizko komunikabideek batez ere unibertsitate ikasketadunak erakartzen dituztenik, edo eskualdeko hedabideak euren oinarria gehienbat bigarren mailako ikasketadunen artean daukatenik. Hala ere, kasuz kasuz eta ñabardurak eginez aztertu beharreko errealitatearen aurrean gaude⁸⁰.

⁸⁰ CIESen arabera euskaraz hitz egiteko, irakurtzeko eta idazteko gai diren herritarren artean %40,14k unibertsitate ikasketak dituzte, %48,5ek bigarren mailakoak eta %11,3k lehen mailakoak edo gutxiago. *Berria*, *Argia*, *Info7* eta *Hamaikaren* publikoen baitan, unibertsitarioen kopuruak batez bestekoa gainditzen du. *Gaztearen* kasuan, berriz, goi zein erdi mailako ikasketak dituzten entzuleen proportzioak euskaldunen artean ematen diren erregistroak gainditzen ditu. Halaber, *Euskadi Irratiaren* entzulerian unibertsitarioek eta lehen mailako ikasketadunek batez bestekoa gainditzen dute. Bigarren mailako ikasketak dituzten erabiltzaileen oinarri sendoa dute *Goienak*, *Tiñi Tiñak*, *Bizkaia Irratiak* eta *Goiena TBk*, baina lehen mailako ikasketak dituzten kontsumitzaileen ehunekoak ere gainditzen ditu batez besteko erregistroak. *ETB1*en eta *Arrate Telebistaren* publikoetan, berriz, herritar euskaldunen artean baino lehen mailako ikasketadun dago.

Publiko ikasia duen komunikabidearen muturreko adibidea *Berria* litzateke, unibertsitate ikasketak baititu bere irakurleen erdiak baino gehiagok. *Argiaren* kasuan ere unibertsitarioak kontsumitzaileen erdia inguru dira, baina *Berriaren* kasuan baino porportzio handiagoa hartzen dute batxilergoa edo Lanbide Heziketa 2 ikasi zutenek. *Hitzak* ere goi mailako ikasketadunen artean du irakurleen talderik handiena, baina aurreko bi argitalpenek baino publiko heterogeneoagoa du, lehen hezkuntza, derrigorrezko bigarren hezkuntza edo batxilergoa ikasi dutenek ere portzentaje esanguratsua hartzen baitute. *Goienaren* irakurlearen batez besteko soslaiak *Hitzaren* erabiltzailearenarekin parekatu daiteke, bai aniztasunari bai ikasketa maila bakoitzekoek hartzen duten proportzioari dagokionez. Haatik, *Goiena* azken hilean irakurri dutenen artean gehiago dira batxilergoa ikasi dutenak unibertsitarioak baino. *Ttapi Ttaparen* irakurleriaren baitan ere batxilergoa edo Lanbide Heziketa 2 ikasi dutenek osatzen dute talderik handiena, baina DBH edo Lanbide Heziketa 1 ikasi dutenek ere publikoaren %30 inguru dira.

Irratien artean batez beste *Euskadi Irratiak* eta *Info7k* dituzte entzulerik ikasienak, bi kateen kasuetan erabiltzaileen gehiengo oso handi bat unibertsitatera joan baitzen. Hala ere, *Euskadi Irratia* sintonizatzen duten hamar elkarrizketatutik batek baino gehiagok lehen mailako ikasketak besterik ez ditu, *Bizkaia Irratiaren* kasuan gertatzen den legez. Alabaina, azken kate horrek badu entzuleen beste sektore esanguratsu bat (%12) batere ikasketarik ez duena, entzuleen multzorik jendetsuena DBH edo Lanbide Heziketa 1 ikasi dutenek osatzen duten arren (%40tik gertu). *Arrate Irratiari* dagokionez, hamar entzuletik bederatzik lehen hezkuntza ikasi dute. Azkenik, *Gaztearen* publikoaren %40tik gertu unibertsitarioa

da, baina batxilergoa edo Lanbide Heziketa 2 zein DBH edo Lanbide Heziketa 1 ikasi dutenen artean ere entzule multzo garrantzitsuak ditu.

Halaber, *ETB1*ek eta *Hamaikak* ikusten dutenen artean unibertsitarioak dira sektorerik jendetsuena, baina DBH/Lanbide Heziketa 1 eta batxilergoa/Lanbide Heziketa 2 ikasi dutenak ere ugari dira. *ETB1*en kasuan lehen hezkuntza dutenek ere talde garrantzitsua osatzen dute, *Hamaikarenean* ez bezala. *Goienaren* ikus-entzuleriaren baitan aniztasuna da nagusi, batxilergoa edo LH2 mailari iritsi zirenenak direlarik publikoaren herena inguru.

Taula 29 *Euskarazko komunikabideetako kontsumitzaileak, ikasketa mailaren arabera (%). Idatzizkoen kasuan, parentesi arteko zenbakiak irakurtzeko maiztasuna adierazten du.*

	Lehen bukatu gabe	Lehen hezkuntza	DBH/L H1	Batx/L H2	Unibertsit atea
Berria (30)	0,9	7,72	10,68	19,96	60,74
Hitza (30)	1,19	15,2	16,85	27,26	39,51
Goiena (30)	1,28	16,1	22,26	31,05	29,31
Ttipi Ttapa (30)	3,4	11,32	28,86	33,49	22,93
Argia (30)	0,18	7,73	14,86	27,73	49,51
Ttipi Ttapa (15)	3,17	10,76	30,52	32,73	22,82
Hitza (7)	1,23	16,11	17,29	26,65	38,71
Goiena (7)	0,65	14,77	21,41	28,91	34,26

Argia (7)	0	5,69	9,83	28,53	55,94
Hitza (atzo)	1,16	21,64	14,21	29,36	33,63
Berria (atzo)	1,12	6,87	14,55	23	54,45
Euskadi Irratia	2,51	12,48	14,81	26,11	44,09
Gaztea	0,25	5,35	20,72	35,41	38,27
Bizkaia Irratia	12,05	12,67	39,8	23,52	11,96
Info 7	0	0	21,12	19,48	59,41
Arrate Irratia	0	89,52	10,48	0	0
Etb1	1,49	18,15	20,95	23,54	35,88
Goiena TB	0	16,63	22,45	33,74	27,18
Hamaika TB	1,9	10,66	26,72	21,37	39,35

ITURRIA: CIES

Berriaren kasuan lez, egunkari erdaldun eta elebidun irakurrien publikoaren segmenturik jendetsuenek ikasketa unibertsitarioak dituzte. Alabaina, euskarazko egunkariaren baitan, ikusi berri dugun moduan, irakurleen %60k goi mailako ikasketak ditu, eta gainontzekoen irakurlerian askoz baxuagoa da proportzio hori. Irratien alorrean ere unibertsitarioak dira talderik garrantzitsuena kate erdaldun zein euskaldunetan, baina *Euskadi Irratiaren* publikoan erdarazkoetan baino

altuagoa da ikasketa maila horretakoen ehunekoa. Hala ere, euskarazko irratiairen eta erdarazkoen arteko aldea ez da egunkarien esparruan bezain nabarmena.

Telebistari dagokionez, ikusleen ikasketa mailaren, katearen eta azken honek erabiltzen duen hizkuntzaren arteko harremana konplexuagoa da. Alde batetik, *Antena 3*en eta *Tele 5*ren kontsumitzaileen ikasketa maila *ETB2* eta *La Sexta*renena baino baxuagoa da: lehenengo bi kateetan DBH edo Lanbide Heziketa 1 ikasi dutenek osatzen dute talderik handiena, eta azken bi kateetan, berriz, unibertsitarioek. Bestetik, *ETB1*en ikusleen baitan goi mailako ikasketadunen portzentajea *ETB2*ren kasuan baino altuagoa da, baina *La Sexta*ren kasuan baino baxuagoa.

Taula 30 *Komunikabide erdaldun eta elebidunen kontsumitzaileak, ikasketa mailaren arabera (%). Idatzizkoen kasuan, parentesi arteko zenbakiak irakurtzeko maiztasuna adierazten du.*

	Lehen hezkuntza bukatu gabe	Lehen hezkuntza	DBH/LH1	Batx/LH2	Uniberts.
El Correo	1,99	13,87	19,13	27,24	37,77
Diario Vasco	3,14	18,3	21,76	27,83	28,98
Diario Navarra	1,81	16,79	25,61	25,89	29,9
Gara	0,73	12,39	21,07	27,67	38,13
Ser	2,49	16,55	19,5	25,14	36,32

Radio					
Euskadi	1,99	16,32	20,73	28,27	32,69
Los 40	0,61	6,09	27,84	30,23	35,24
Onda Cero	3,22	12,77	20,44	25,09	38,48
ETB2	3,17	20,82	23,21	25,81	26,69
Tele 5	4,04	22,42	26,2	25,05	22,29
Antena 3	3,19	18,49	27,23	24,82	26,27
La Sexta	1,39	11,26	22,45	27,78	37,12

ITURRIA: CIES

3.7. POLIKONTSUMOA

Ondorengo orrialdeetan komunikabideen artean ematen dien kontsumo interakzioei jarriko diegu arreta. Lehenik eta behin komunikabide moten arteko polikontsumoa aztertuko dugu, Eusko Jaurlaritzak egindako *Gazteen argazkiak 15, Hedabideak* (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b) eta *Ikuskerak 6, Hedabideak* (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013) erabiliz. Horrez gain, euskarazko komunikabideen arteko polikontsumoan arakatuko dugu, Aztikerren lanak izan direlarik gure informazio iturri, bai komunikabideek beraiek eskatutako txostenak bai Zarauzko Udalak 2006an eskatutakoa.

3.7.1. Hedabide-moten arteko polikontsumoa

Hedabide-mota ezberdinen arteko polikontsumoa guztiz hedatuta dagoen fenomeno da. Euskarri bakar batek ez ditu asetzen gaur egungo batez besteko euskal herritarraren beharrian komunikatiboak. Haatik, errealitate horrek forma ezberdinak hartzen ditu ezaugarri soziolinguistiko eta soziodemografiko ezberdinetako EAEko biztanleek zenbait inkestari emandako erantzunak aztertuz gero.

Esaterako, askoz gehiago dira gaurkotasunaz informatuta egoteko hedabiderik erabiltzen ez dutela dioten 30 urte baino gutxiagoko gazteak (%32) adin horretatik gorakoak baino (%18). Oro har, 30 urtez gorako herritarrek 2 edo 3 hedabideren bidez informazioa jasotzeko joera handiagoa dute, eta gazteek hedabiderik ez edo bakarra erabiltzekoa gaurkotasunaren berri izateko (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 4).

Haatik, gazteen euskara mailak korrelazio positiboa du eguneko albisteak jasotzeko bi, hiru edo lau hedabide erabiltzeko ohiturarekin, eta korrelazio negatiboa inolako hedabiderik ez edo bakarra erabiltzearekin. Hala, zenbat eta euskara gehiago jakin, orduan eta hedabide gehiago erabiltzen dituzte gazteek egunerokotasunaren berri izateko. Antzerako prozesua gertatzen da ikasketa-mailarekin: korrelazio positiboa du eguneko berriak jasotzeko bi, hiru edo lau hedabide erabiltzearekin, eta negatiboa bakarra ere ez erabiltzearekin.

Sexuen arteko datuak alderatuta, albisteak jasotzeko inolako hedabiderik ez edo hedabide bakarra erabiltzeko joera hedatuago dago emakume gazteen artean gizon gazteetan baino. Hiru edo lau hedabide erabiltzeko

joera, berriz, hedatuago dago gizon gazteen artean. Hala ere, bi sexuetako gazteen artean gehiago dira hedabide bakarra erabiltzen dutenak (%37 emakumeen kasuan, eta %31 gizonenean).

Lurraldeen arteko diferentziak ere existitzen dira: gazte bizkaitarren artean besteen artean baino ohikoagoa da inolako hedabiderik ez erabiltzea, arabarren artean bi hedabide erabiltzea, eta gipuzkoarren artean hiru edo lau erabiltzea (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 91).

Haatik, arlo informatiboa alde batera utzita hedabideekiko esposizio orokorrari buruz galdetzen bazaie, belaunaldien arteko aldeak txikiagoak dira, eta, gainera, 30 urtez gorakoak dira erabilera moderatuagoa egiten dutenak:

Taula 31 Hedabideetara esposizio handia EAEn (%)

	Inolako hedabidera ez	Hedabide batera	2 hedabidera	3 hedabidera	4 hedabidera
15-29 urte	1	13	39	35	13
30 urte ≤	1	18	35	35	12

ITURRIA: Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 5

Emakumeen artean, esaterako, bi hedabidera esposizio handia dutenak gehiengoak dira 45 urtetik beherakoen eta adindunen artean. 46 eta 64 adin-tartean, berriz, hiru hedabide-mota maiztasun handiz kontsumitzen dituztenak dira gehiengoak. Gizonen artean, berriz, bi hedabidera

esposizio handia dutenak nagusi dira gazteen artean, eta 30 urtetik gorako adin-tarte guztietan hiru hedabide-mota askotan erabiltzen dituztenak gehiengoa dira. Kontsumo mediatikorik intentsiboena 30-45 adin-tarteko gizon eta emakumeek egiten dute, hiru eta lau hedabidera esposizio altua dutenen ehunekoak adin horietan baitira denetan altuenak (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 10).

Datuak ikasketa-mailaren arabera xeheturi, ikus daiteke ikasketa maila apala eta bigarren mailako ikasketa duten emakumeen artean nagusi direla bi hedabide-motara esposizio handia dutenak. Goi-mailako ikasketadun andreen artean, berriz, hiru hedabide-mota sarritan erabiltzen dituztenak gailentzen dira. Gizonen kasuan, ordea, bi hedabide-mota astean 4 egunetan edo gehiagotan erabiltzen dituztenak gazteen artean baino ez dira gehiengoa, eta beste adin-tarte guztietan hirutara esposizio handia dutenak dira nagusi. Zenbat eta ikasketa-maila altuagoa izan, orduan eta jende gutxiagok aitortzen du hedabide-mota bakarra edo bi kontsumitzen dituela maiztasun handiz. Hiru edo lau hedabide-mota sarri erabiltzen dituztenen proportzioak, aldiz, gora egiten du ikasketa-maila handitzearekin batera (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 11).

Hedabide tradizionaletikiko eta internetetikiko esposizioa alderatuta, argi dago gazteek teknologia berrietikiko lotura askoz handiagoa dutela. Izan ere, %40k dio esposizio handia⁸¹ duela internetetikiko, eta soilik %6k dio hedabide tradizionalen kontsumitzaile handia dela. 30 urtez gorakoen

⁸¹Esposizio handia irratia, internet eta telebista astean 4 egunetan edo gehiagotan erabiltzeari daietu zioten, edo egunkaria astean 3 egunetan edo gehiagotan irakurtzeari.

kasuan, %39k hedabide tradizionaletara esposizio handia du, eta %13k internetera. Oro har, esan daiteke gazteak hedabideetara kateatuago daudela, %46k baitio esposizio handia duela bai hedabide tradizionaletara bai sarera. Gazte ez direnen artean, berriz, %17 dio ez duela esposizio handirik ez batari ez besteari, eta soilik %31k dio bi hedabide-moten kontsumo handia egiten duela (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 7).

45 urtetik beherako emakumeen gehiengoak aitortzen du esposizio handia duela, bai hedabide tradizionaletara bai sarera. Adin horretatik aurrera, berriz, soilik tradizionalak maiz erabiltzen dituztenak dira gehiengoa. Gizonen kasuan, oster, gazteen artean gehiengoa dira soilik internetera kateaturik daudela diotenak, bietara esposizio handia dutenak 30 eta 64 urte bitartean eta soilik tradizionaletara dutenak adindunen artean. Bietara esposizio baxua dutela diotenek ehuneko asko hazten da adindunen artean, emakumeak ala gizonak izan. Soilik hedabide tradizionalei esposizio handia dutenek ehunekoak progresiboki egiten du gora adinarekin batera, eta soilik internetera edo bietara esposizio handia dutenak, berriz, behera (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 12).

Honakoan ikasketa-mailaren eta esposizioaren arteko loturak oso antzekoak dira bi sexuen kasuan: soilik hedabide tradizionalak maiztasun handiz kontsumitzen dituztenak gehiengoa dira mailako apaleko ikasketak dituzten herritarren artean, eta bietara esposizio handia dutenak gailentzen dira bigarren mailako edo unibertsitateko ikasketak dituztenek artean. Hala ere, pixka bat altuagoa da bietara kateaturik dauden gizonen ehunekoak, eta, era berean, soilik tradizionaletara esposizio handia duten

emakumeen ehunekoa altuagoa da. Bietara esposizio txikia edo soilik tradizioletara dutenen proportzioak korrelazio negatiboa du ikasketa-mailarekin, eta bietara edo internetara esposizio handia dutenenak, berriz, positiboa.

Gazteen artean ere, adinean aurrera egin ahala joerak aldatzen dira. Ematen du 29 urteko gazteak 15 urtekoek baino ohitura komunikatibo multimediagoak dituztela. Esaterako, 15 eta 17 urte bitartekoen artean, %5ak baino ez du esposizio handia lau hedabidetara. 26 eta 29 urte bitartekoen artean, aldiz, %18k dio laurak oso maiz kontsumitzen dituela. Gaurkotasunari buruz informatzeko erabiltzen dituzten hedabide-moten datuek are argiago uzten dute: 30 urtetara zenbat eta gehiago hurbildu, orduan eta kontsumo multimediagoa egiten dute gazteek. 15 eta 17 urte bitartekoen %58k ez du inolako hedabiderekiko esposizio handirik gaurkotasunaren berri izateko orduan, eta %3k baino ez ditu hiru hedabide-mota edo gehiago kontsultatzen astean gutxienez hiru edo lau egunez albisteak begizatzeke. 26 eta 29 urte bitartekoen artean, ordea, %23k baino ez du esaten ez duela inolako hedabiderekiko esposizio handirik, albisteak jasotzeari dagokionez. Adin tarte berean, %20k dio hiru edo lau hedabide-mota darabiltzala berriak ezagutzeko astean lau aldiz gutxienez (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 66).

Euskara ezagutzeak korrelazio positibo argia du bi, hiru edo lau hedabidetara esposizio handia duten gazteen kopuruarekin, eta negatiboa inolako hedabideri eta hedabide bakarrari esposizio handia izatearekin. Ikasketa-mailak, berriz, korrelazio negatiboa du inolako hedabidetara esposizio handia ez izatearekin, eta positiboa bi edo hiru hedabide oso sarritan kontsumitzearekin. Sexuen artean ez dago alde handirik, eta

lurraldean artean, gipuzkoarrek besteek baino joera handiagoa dute hiru edo lau hedabide askotan erabiltzeko, eta arabarrek hedabide bakarra erabiltzeko. Era berean, nabarmen handiagoa da bi hedabide sarritan kontsumitzen duten gazte arabar eta bizkaitarren proportzioa gipuzkoarrena baino (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 91).

Irizpide soziodemografiko eta politikoei dagokienez, "hiru edo lau hedabide mota sarri erabiltzea arruntagoa da gipuzkoarren, euskaraz badakitenen, goi mailako ikasketak dituztenen eta botoa Bilduri, EAJri edo PPri eman ziotenen artean" (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 72).

Hedabide tradizionalen eta interneten artean, berriz ere, argi ikus daiteke gazteenek internetekiko esposizio handia izateko joera dutela, eta 30 urtera hurbiltzen direnek, berriz, bietara edo tradizionaletara:

Taula 32 *Esposizio handia hedabide tradizionaletara eta internetera, adinaren arabera eta ehunekoetan*

	Txikia bietara	Handia soilik tradizionaletara	Handia soilik internetera	Handia bietara
15-17 urte	9	1	60	30
18-21 urte	8	4	45	44
22-25 urte	6	5	38	51
26-29 urte	11	10	30	50

ITURRIA: Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 67

Grafikoan ikus daitekeenez, nolabaiteko progresibitatea dago: adinean aurrera egin ahala, soilik hedabide tradizionaletara esposizio handia izateko joera handitzen da. Era berean, bi hedabide-motara esposizio handia izateko ohitura hedatzen da, eta soilik internetera esposizio handia izatekoa, murriztu (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 67). Beste modu batera esanda: ia gazte guztiek dute hedabideekiko esposizio handia, baina gehienek soilik internet erabiltzen dute maiztasunez. 25 urtez gorakoen artean, berriz, maiztasunez kontsumitzen diren hedabide-moten tipologia askoz anitzagoa izan ohi da.

Bestalde, euskaraz dakiten eta ez dakiten gazteen artean ere desberdintasun handiak daude hedabide tradizionalak edota internet erabiltzeko orduan. Euskaldunek askoz joera handiagoa dute bi hedabide-motetara esposizio handia izateko, eta euskaraz ez dakitenek inolako hedabidetara ez edo bakarrik tradizionaletara esposizio handirik izateko. Hala ere, gazte erdaldunen artean soilik internetera esposizio handia izateko joera nagusitzen da.

Era berean, ikasketa-mailak asko eragiten du hedabide-mota ezberdinekiko esposizioan. Inolako hedabideetara, soilik tradizionaletara eta soilik internetera esposizioa izateko joera handitzen da zenbat eta ikasketa-maila baxuagoa izan. Hedabide-mota bietara esposizio handia izateko joera, berriz, handitu egiten da ikasketa-mailarekin batera. (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 72) Bi prozesu horietan progresibitatea erabatekoa da.

Arlo horretan, sexuen arteko aukeraketak oso antzerakoak dira, eta, lurraldeei dagokienez, Bizkaian eta Araban ohikoagoa da gazteek soilik

internetera esposizio handia izatea, eta Gipuzkoan bi hedabide-motak askotan erabiltzea (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 97).

3.7.2. Euskarazko hedabideen arteko polikontsumoa

Euskarazko hedabideen polikontsumoari buruz hitz egiten hasita, orain arte egindako inkestek aditzera ematen dute elkarren lehiakide izan beharrean elkarri elikatzen diotela. Oro har, euskarazko komunikabide bat kontsumitzeak ez du esan nahi gainontzekoak alboratzen direnik. Aitzitik, datuek diote bat erabiltzeak besteei ateak irekitzen dizkiela. Aztikerrek hainbat tokiko komunikabiderentzat egindako inkestek arlo horren inguruko informazio baliotsua eskaintzen digute.

Ikerketa horien arabera, aldizkari batetik bestera asko aldatzen da bezperan *ETB1* ikusi zuten irakurleen ehunekoa. Esaterako: alde batetik, *Aikoren* irakurleen %40k baino gutxiagok ikusi zuen euskarazko telebista publikoa bezperan (Aztiker, 2008a: 77); bestetik, *Aldaize*, *Barren* eta *Guaixeren* irakurleen erdiak baino gehiagok egin zuen gauza bera aurreko egunean (Aztiker, 2009a: 31; Aztiker, 2009b: 31; Aztiker, 2011b: 74).

Dena den, kasu guztietan, bezperan *ETB1* ikusi zuten irakurleek gainontzekoek baino denbora gehiagoz irakurtzen zuten aldizkaria. Gainera, *ETB1* ikusi zutenen artean aldizkariaren sarbidea handiagoa da kasu gehienetan (*Aldaizerentzat* bildutako datuetan salbu). Ondorioz, euskarazko telebista publikoaren eta tokiko aldizkariaren artean elkar elikatzeko joera dagoela esan daiteke, alegia, bi hedabideetako bat kontsumitzen duenak bestearen kontsumitzaile izateko aukera gehiago dituela.

Euskarazko irratien eta aldizkarien arteko harremanari dagokionez, elkar elikatzen duten zalantzan dago. Izan ere, tokiko aldizkariak gidoi ezberdinak erabili zituzten galdeketak egiteko, eta hedabide-mota horien arteko polikontsumoari ez zitzaion arreta handirik eskaini. Halaber, horren inguruko datuak bildu ziren bi kasuetan emaitzek ez dute ondoriorik ateratzeko aukera handirik ematen. *Aikoren* irakurleen %40 baino gutxiagok irratia gaztelaniaz beste edo gehiago entzuten dute euskaraz (Aztiker, 2008a: 48), eta, *Aldai*ren kasuan, berriz, %70etik gorakoa da euskarazko irratien entzule diren irakurleen proportzioa (Aztiker, 2009a: 56).

Halaber, aldizkari bakoitzeko irakurleek gehien irakurtzen dituzten egunkariak asko aldatzen dira batetik bestera. Berbarako, Gipuzkoako tokiko aldizkarietako irakurleen artean *Diario Vasco* da berripaperik irakurriena, kasu guztietan. Bizkaikoen artean, berriz, *El Correo* nagusitzen da eta haren atzetik *Deia* eta *Gara* datoz (orden horretan *Aikor* eta *Begituren* kasuan, eta alderantziz *Anbotorenean*).

Euskarazko egunkariak, oster, ez dira agertzen euskarazko tokiko aldizkarien irakurleen artean lehentasunezko aukera gisa. Lehen hiru egunkari irakurrienen artean *Berría* eta *Hitzak* hainbatetan ageri dira, baina kezkatzekoa da, nazio-mailako prentsarentzat bederen, eskualdeko ikuspegia eskaintzen duen *Hitzak* soilik lortzea tokiko aldizkariren bateko irakurleen artean bigarren egunkaririk irakurriena izatea. Hala, *Hitzak* lortzen duen nolabaiteko arrakasta hori irakurleek, nola aldizkarietan hala egunkarian, tokiko albisteak lehenestarekin lotura izan dezakeelakoan gaude.

Bestalde, ez du ematen euskarazko aldizkari bat baino gehiago kontsumitzea oso ohikoa denik tokiko prentsaren irakurleen artean. Izan ere, aldizkarietako irakurleen gehiengoak ez du beste euskarazko aldizkaririk jasotzen, eta horri dagokionez *Aldai* da salbuespen bakarra, irakurleen %45,3k jasotzen baitu besteren bat. Gainontzeko agitalpenetako irakurleei dagokienez, hauek dira aldizkarien arteko polikontsumoari buruzko datuak:

a) **Irakurleen %10etik behera jasotzen du euskarazko beste aldizkariren bat:** ...*eta kitto*, *Guaixe*, *Karkara*

b) **%10-15:** *Aikor*, *Anboto*, *Barren*, *Begitu*, *Pulunpe*

c) **%15-20:** *Baleike*, *Otamotz*

Dena den, nabarmendu beharra dago aldizkari guztien sarbidea altuagoa dela beste aldizkariren bat jasotzen duten pertsonen artean. Azken puntu horri dagokionez, ...*eta kitto* aldizkariko irakurleak dira salbuespen bakarra. Hala ere, kasu horretan sarbidea oso paretsu dago beste aldizkariren bateko irakurleen artean eta soilik ...*eta kitto* irakurtzen dutenen artean, baina kontuan hartu behar da azpilagina oso txikia dela (Aztiker, 2008b: 79).

Bestalde, aldi berean *Berriaren* eta aldizkariaren irakurle direnek sarriago eta denbora gehiagoz irakurtzen dute aldizkaria besteek baino. Arau hori ...*eta kitto* (Aztiker, 2008b: 25) eta *Barren* (Aztiker, 2009b: 32) aldizkarietako kontsumitzaileek apurtzen dute. Kasu horietan, aldizkaria paretsu irakurtzen dute *Berria* irakurtzen zein irakurtzen ez dutenek, baina, berriz ere, azpilagina txikia da eta datuak ez dira erabakigarriak. Halaber, aldizkari guztien kasuan *Berriaren* irakurle ere badirenek arazo gutxiago dituzte aldizkariak berak darabilen euskara ulertzeko.

Tokiko hedabideentzat egindako inkestek argi uzten dute euskarazko hedabideren bat kontsumitzen duten pertsonen besteak ere kontsumitzeko joera dutela. Aldizkari bakoitzaren hedapen-esparruan baieztatu zena Zarautzen ere frogatu zuten Aztikerreko teknikariek 2006an, udalak eskatutako inkestaren emaitzen argitara ematen dutenez. Iñaki Iurrebasoren hitzetan, “euskarazko hedabide bat ikusteko edo irakurtzeko ohitura duten herritarrek euskarazko gainontzeko hedabideak ere sarriago ikusteko edo irakurtzeko ohitura dutela” (Iurrebaso, 2008: 132) adierazi zuten aipatu ikerketan bildutako datuek. Zehazki, udalerrian euskarazko hedabide bakoitza kontsumitzen zuen herritarren ehunekoak bildu zituzten, eta gero beste hedabideen datuekin gurutzatu zituzten. Modu horretan, euskarazko bigarren hedabide horretako kontsumitzaileen artean euskarazko lehen hedabidearen kontsumitzaileen ehunekoa biztanleria guztiaren artekoa baino altuagoa zen ikusteko. Emaitzak ezin argiagoak izan ziren:

“Adibidez, bezperan ETB1 ikusi zutenak %48,2 dira Hitza irakurri zutenen artean eta %19,6 Hitza irakurri ez zutenen artean. Eta alderantziz, Hitza irakurri zutenak %44,3 dira bezperan ETB1 ikusi zutenen artean eta %17,2 besterik ez ikusi ez zutenen artean. Kalkuluak herritar elebidunak soilik kontuan hartuta eginez, bezperan ETB1 ikusi zutenak %48,4 dira Hitza irakurri zutenen artean eta %29,7 Hitza irakurri ez zutenen artean. Eta alderantziz, Hitza irakurri zutenak %46,4 dira bezperan ETB1 ikusi zutenen artean eta %28,1 besterik ez ikusi ez zutenen artean” (Iurrebaso, 2008: 132)

Aurreko adibidearen arabera, polikontsumorako joera argia da, eta, gainera, bi norabideetakoak: euskarazko hedabideek elkar elikatzen dute. Hala ere, ez ziren *Hitza*-ren eta *ETB1*-en kontsumitzaileen arteko harremana kuantifikatzera mugatu, hainbat hedabiderekin egin baitzuten gauza bera. Emaitza honako taula izan zen (Iurrebaso, 2008: 134):

Taula 33 *Euskarazko komunikabideen arteko polikontsumoa, Zarautzen (2006)*

	GUZTI AK	EUSKAL DUNAK	ETB1 atzo ikusi (%)	ZTB atzo ikusi (%)	HITZA atzo irakurri (%)	BERRIA atzo irakurri (%)	TXAPA RRO azken hilean irakurri (%)	PAGOE TA azken hilean irakurri (%)
ETB1 atzo ikusi (%)	29,7	38,8	100	64,4	48,2	48,8	39,9	33,8
ZTB atzo ikusi (%)	4,5	5,0	9,6	100	6,9	8,9	7,1	4,1
HITZA atzo irakurri (%)	24,4	34,5	44,3	35,7	100	56,3	48,2	49,3
BERRIA atzo irakurri (%)	8,9	12,8	16,5	17,1	20,6	100	20,0	29,7
TXAPA RRO azken hilean	55,3	55,6	55,7	71,4	69,9	75,0	100	75,0

irakurri (%)								
PAGO	15,0	15,3	13,3	12,0	18,8	30,1	20,2	100,0
ETA								
azken								
hilean								
irakurri								
(%)								

ITURRIA: Iurrebaso, 2008

Hiru kasutan baino ez da hausten araua: *ZTB* eta *Pagoetaren* artekoetan (bi norabideetan), eta *Pagoetak* ETB1eko ikusleen artean duen sarbidean. Egindako gurutzaketen kopurua kontuan hartuta, esan daiteke araua baieztatzen duten salbuespenak direla. Izan ere, gehienetan asko hazten da euskarazko hedabide baten kontsumoa besteren baten ikus-entzule edo irakurleen artean, eta, zenbaitetan, hirukoiztu ere egiten da kontsumo hori. Berbarako, zarauztarren %8,9k irakurtzen du *Berria*; *Pagoeta* aldizkariko irakurleen artean, ostera, %29,7k irakurtzen du.

Hala ere, ikerketa horren ondorio nagusia izan zen Zarautzen hedabideen kontsumoaren %80 gaztelaniaz eta %20 euskaraz egiten zela. Telebista-katerik ikusiena ETB1 izan arren, zarauztarrek telebistaren aurrean igarotzen zuten denboraren %79,3 gaztelaniazko kateei eskaintzen zieten. Egunkarien alorrean ere antzerako fenomenoak gertatzen zen. Udalerriko biztanleen bi herenek egunkaria irakurtzeko ohitura zuen, eta, lehen egunkari irakurrienaren atzetik (*Diario Vasco*) euskarazko bi egunkari zetozen: *Urola Kostako Hitza* eta *Berria*, hain zuzen ere. Alabaina, zarauztarrek egunkariak irakurtzen ematen zuten denboraren %20,1 baino ez zen euskarazko berripaperentzat (Iurrebaso, 2008: 1117-118).

4. IPAR EUSKAL HERRIKO OHITURA KOMUNIKATIBOAK

Lehenago ere azaldu dugun moduan, Ipar Euskal Herrian beste inon baino agerikoagoa da euskarazko komunikabideen kontsumoaren inguruko datuen gabezia. Egitura politiko-administratibo propioa ez izateak modu nabarmenean mugatu du ikerketa honetarako beharrezkoa litzatekeen ikuspegiarekin egindako neurketen kopurua. Azken hamarkadetan euskarazko komunikabideek beraiek, Ipar Euskal Herria bere osotasunean aintzat hartzen duten elkargo publiko apurretako batzuek (Euskal Kultur Erakundeak eta Euskararen Erakunde Publikoak) eta Médiamétrie enpresak egindako neurketak izan dira informazio iturri nagusi esku artean dugun gaia aztertzeko.

Alabaina, Ipar Euskal Herriko ohitura komunikatiboen arakatze honetan azken hamarkadan egindakoak baino ez ditugu aletuko; hots, Euskararen Erakunde Publikoak 2006an egindakoa eta Médiamétrie-ren Médialocales azterketari dagozkionak. Has gaitezen, beraz, aipatutako azken neurketa horiek eskaintzen dizkiguten datuak aztertzen.

4.1. MÉDIAMÉTRIE-REN NEURKETAK

Frantziako Médiamétrie-k⁸² urtez urte bildu du Ipar Euskal Herriko *Euskal Irratien* audientzia-kuota eta entzule kopurua, Médialocales delako

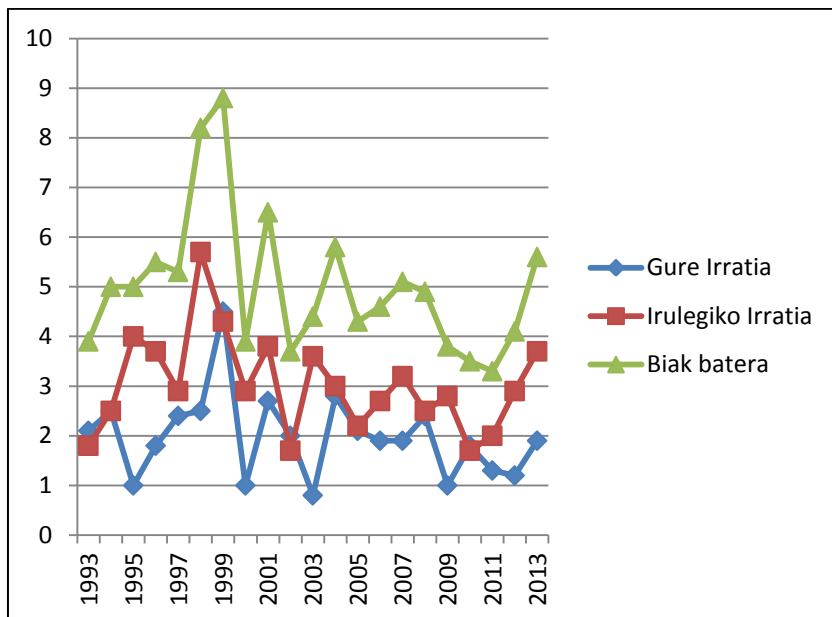
⁸² Médiamétrie 1985ean sortua izan zen, eta audientzia neurketetan espezializatutako enpresa da. Ikus-entzunezko komunikabideen zein

neurketen baitan. Urtean bost neurketa egiten ditu, udazkenean hasita eta ekainean bukatuta. Hala, bi neurketa egiten ditu Médiamétrie-k urtearen azken hiruhilabetean, beste bi urtearen hasieran eta bakarra urtearen bigarren hiruhilabetean⁸³. Neurketa galdera zuzenaren bitartez egiten da: parte hartzen dutenei une horretan zein irrati entzuten duten galdetzen zaie, eta erantzun bakarra eman dezakete. *Xiberoke Botzaren* audientzia 1995 eta 2002 artean baino ez zuen neurtu; azken urte horretan irrati zuberotarra aintzat hartzeari utzi zion audientziak Ipar Euskal Herriko populazioaren ehuneko oso txikia osatzen zuelako. Hortaz, Mauletik emititzen duen katearen datuak ez ematea erabaki dugu, eta soilik Gure Irratia eta Irulegiko Irratia aipatuko ditugu ondorengo grafikoan. Alde batetik, bi irratietak bakoitzak Ipar Euskal Herriko 18 urtez gorako irrati entzule portzentaje osoaren baitan lortzen duen merkatu-kuota erakutsiko dugu, eta, bestetik, bi kateek batera lortzen dutena.

interaktiboen kontsumoa aztertzen du Frantzia mailan. Publikoaren portaerak eta komunikabide-merkatuaren joerak aztertzen eta neurtzen ditu. [Iturria: www.mediametrie.fr]

⁸³ Eskerrik beroenak eman nahi dizkiogu Xipri Arbelbideri, berari esker izan baikenuen datu hauen berri. *Gure Irratiaren* sortzaileak 2014an eman zizkigun aurreko bi hamarkaden inguruko emaitzak.

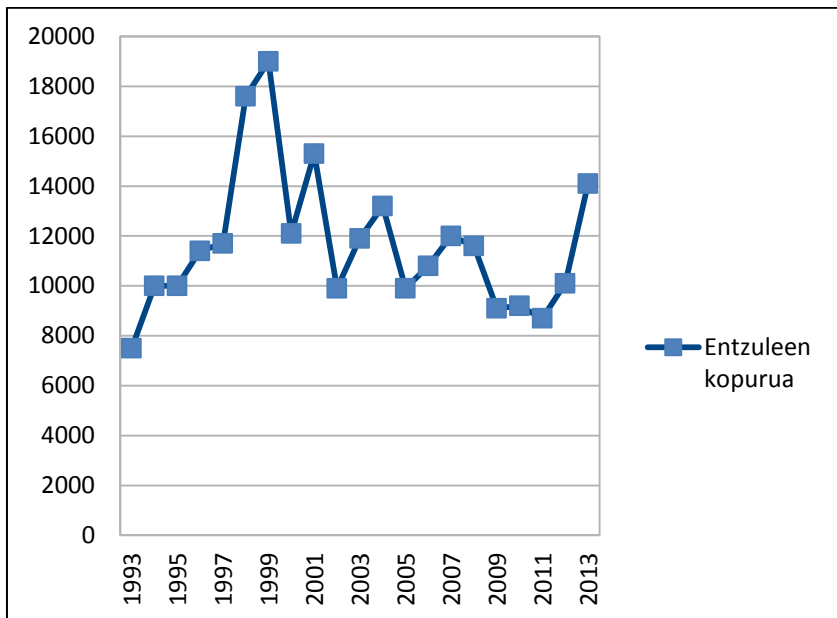
Grafikoa 17 *Gure Irratiaren eta Irulegiko Irratiaren merkatu-kuota (%), Ipar Euskal Herrian (1993-2013)*



ITURRIA: Xipri Arbelbide, Médiamétrie

Haatik, audientzia-kuota edo ehunekoez gain, uste dugu esanguratsua dela audientziak datu absolutuetan ematea, hots, entzule-kopuruen berri ematea. Ondoko grafikoan ikus daiteke *Gure Irratiak* eta *Irulegiko Irratiak* batera lortutako emaitzak.

Grafikoa 18 Gure Irratiaren eta Irulegiko Irratiaren entzuleen batura (1993-2013)



ITURRIA: Xipri Arbelbide, Médiamétrie

4.2. KOMUNIKABIDEEN ERABILPENAREN AZTERKETA: TELEBISTA ETA IRRATIA

EEPk 2006an egindako txostenak telebistaren eta irratia-aren inguruan baino ez zaigu mintzo; hortaz, ez digu internet eta prentsarekiko lapurtar, baxenafar eta zuberotarren ohiturak nolakoak diren antzemateko aukera ematen. Alta, tokiko hedabideen eta, bereziki, euskarazkoen inguruko informazioa biltzean arreta berezia jarri du. Hala, oso datu esanguratsuak eskaintzen dizkigu txosten honek. Halaber, euskaldunen lagin berezia (pasiboz eta aktiboz osaturik) hartu du, baita 5-12 urteko umeena ere.

Gatozen, bada, azaldutako osagaiekin egindako txostena aztertzeraz, telebistaren inguruko estatistikekin hasi eta irratia-aren ingurukoekin segituta.

4.2.1. Telebista

Lagin orokorrean, 13 urtetik gorakoen %73k telebista egunero ikusten duela aitortu zuen, eta beste %19 batek ia egunero ikusten zuen. Horrek esan nahi du Iparraldeko populazioaren %92k telebistarekiko esposizio handia zuela, astegunetan bederen⁸⁴. Baina asteburu-etan egoera ez zen gehiegi aldatzen, nahiz eta ohiko kontsumitzaileen proportzioak pixka bat behera egin: %63k ikusten zuen telebista asteburu guztietan, eta %25ak, berriz, ia guztietan. Hortaz, esposizio handia zutenak %88ra jaisten ziren asteburuan, eta, gainera, talde horren barruan orekak noizbehinkakoen aldekoagoak ziren, telebista *beti* ikusten zutenak gehiengoa izan arren (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 7).

Batez beste, Ipar Euskal Herriko biztanleek 3 ordu eta 21 minutuz ikusten zuten telebista astegunetan, inkestaren arabera. Denbora horren barruan, estatu-mailako telebistek denboraren %84 hartzen zuten, eta tokikoek %16 (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 9). Asteko zazpi egunak aintzat hartuz gero ere, datuak ez dira gehiegi aldatzen: denbora tarte pixka bat luzeagoa eskaintzen zioten telebistari (3 ordu eta 40 minutu), baina Pariseko telebisten eta tokikoen arteko oreka oso

⁸⁴ Inkestatuek ondoko galderari erantzun behar zioten: “*Asteaz zehar, astelehenetik ostiralera, Frantzia mailako edo tokiko kateak begiratze-ko usaia duzu: egunero, kasik egunero, asteaz behin edo bi aldiz, gutxiagotan ala sekulan ez, etxean ala beste nonbait?*” (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 12). Maiztasunari erreparatzen badiogu, *erregularki* kategoriak *egunero* edota *kasik egunero* ikustea bilduko luke, eta *noizbehinka* kategoriak, osteraz, gainontzeko maiztasun guztiak.

antzekoa zen (%85/%15).

Haatik, Kulturaren Euskal Behatokiaren *Euskal Herria 2007-2008. Kultur obiturak, praktikak eta kontsumoa* txostenaren arabera, Iparraldeko herritarrek 4,4 ordu (4 ordu eta 24 minutu) igaroko lituzkete astegunetan telebista ikusten. (Kulturaren Euskal Behatokia, 2008: 86) Bi ikerketetako datuen arteko aldea ordubetekoa da.

Bestalde, euskarazko kateek sarbide handiagoa zuten hizkuntza indartsuago zegoen eskualdeetan, aurreikusteko modukoa zenez:

Taula 34 Euskarazko edukiak dituzten telebistak ikusle proportzioa lanegunetan Ipar Euskal Herrian (%), eskualdearen eta maiztasunaren arabera

	Lapurdi barnealdea		Lapurdi hegoaldea		Nafarroa Beherea		Zuberoa		BAM	
	Egunero edo ia	Noizean behin	E	N	E	N	E	N	E	N
France 3 EH	51	27	51	28	60	13	54	17	45	28
ETB 1	12	20	13	23	26	30	16	27	5	14
TVPI	14	26	3	18	3	7	1	4	13	28
Kanaldude	1	2	0	2	11	8	1	3	0	1

ITURRIA: Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 13-15

Ipar Euskal Herriko egoera soziolinguistikoa zein den kontuan harturik, *ETB1*ek ez ditu batere emaitza txarrak lortzen. Izan ere, inkestaren arabera biztanleen %11k egunero edo ia egunero ikusten zuen

euskarazko telebista publikoa, eta beste %19 batek, berriz, astean behin edo birritan (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 10). Jakina, eskualde eta herrialdeen artean ezberdintasun handiak daude hemen ere: baxenafarren %26k egunero edo ia egunero ikusten zuen *ETB1*, eta BAM eremuan, berriz, %5eko ikusle-kuota baino ez zuen lortzen. Halaber, galdeketa bildutako emaitzak aurkezteko txostenean, ohar esanguratsu bat egiten da ikusle-kopuru horien inguruan:

“Emaitza hau, biztanleek TBren eskuratzeko dituzten aukerak kontutan hartuz interpretatu behar da: zenbait eremu ez dira estaliak, errezepzio kalitatea arras trabatua izan da Frantziar Lurreko Telebista Digitalaren hedapenaren hastapenaz geroztik.” (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 10)

Hortaz, arazoak arazo (legalak, teknikoak eta aurreko bi faktoreek hizkuntza bati eta hizkuntza horretan berba egiten duen telebistari eragiten dioten prestigio galera) *ETB1*ek emaitza onak lortzen ditu Ipar Euskal Herrian.

Are hobeak dira *France 3 Euskal Herri* kateak lortzen dituen emaitzak⁸⁵. Izan ere, kate horren tokiko albistegia (frantsesezko eta euskarazko edukiak ere ematen dituen) biztanleen %49ak egunero edo ia egunero ikusten, eta datu hori %60raino igotzen da Nafarroa Beherean. Astean behin edo birritan ikusten dutenen kopurua, berriz, %75koa da, eta horrek estatu mailako telebista publiko handien parean jartzen du ikusle kopuruaren aldetik. Hala, ikusteko maiztasunari dagokionez, egunero edo ia egunero ikusten zutenak noizean behin ikusten zutenak baino gehiago ziren, eskualde guztietan.

⁸⁵ *France 3 Aquitaine* kate publiko erregionalaren deskonexio lokaletako bat da, eta eduki gehienak frantsesez landutakoak izanagatik, euskarazko tarteari eskaintzen ditu.

*ETB1*en kasuan, berriz, noizbehinkako ikus-entzuleak egunerokoak baino gehiago ziren. Kontsumo-patroi orokortua da hori, eskualde guztietan betetzen zena. Hala izanganatik, esan beharra dago kontsumitzaile-mota bakoitzaren proportzioa nahikoa aldatzen zela zonalde batetik bestera. Esaterako, Nafarroa Beherean ia parean zeuden eguneroko kontsumitzaileak eta noizbehinkakoak, eta BAM hirigunean, berriz, eguneroko kontsumitzaile halako hiru noizbehinkako zegoen. Halaber, euskarazko kate publikoaren sarbidea handitzen zen eskualdetik eskualdera euskal hiztun komunitatearen bizindarra handiagoa zen heinean. Hala, *ETB1*ek eskualdez eskualde zuen arrakasta neurtuko bagenu (neurri-unitate gisa eremu bakoitzean katea ikusten zuen populazioaren ehunekoa hartuta) eta neurketa horren arabera sailkapena egingo bagenu, sailkapen hori bat letorke eskualde bakoitzeko euskaldun-proportzioaren arabera sailkapenarekin (Eusko Jaurlaritza, 2006: 79):

- 1)Nafarroa Beherea
- 2)Zuberoa
- 3)Lapurdi Hegoaldea
- 4)Lapurdi barnealdea
- 5)BAM

*France 3 Euskal Herri*ren kasuan ere, katearen arrakastak eskualdeen arabera hurrenkera hori jarraituko luke. Hortaz, korrelazioa dago euskarak euskalde bakoitzean bizi zuen egoeraren eta *France 3 Euskal Herri* eta *ETB1*ek zuten sarbidearen artean. Jakina, kate estatalak askoz ikusle gehiago zituen, eduki gehienak frantsesez eskaintzen zituelako, eta hizkuntzaren muga ez izateak populazio osoarengana heltzeko aukera ematen ziolako. Dena den, kate bakoitza ikusten zuten pertsonen lagina

orokorra zela kontuan harturik, alegia, elkarrizketatuen soslai linguistikoa aintzat hartu gabe bildutakoak zirela kontuan harturik, nabarmentzekoa da eskualde guztietako euskaldunen artean ETB1ek zuen arrakasta.

Taula 35 Biztanleriaren zein proportziok ikusten duen ETB1 eta biztanleriaren soslai linguistikoa (%), Ipar Euskal Herriko eskualdearen arabera

		Nafarroa Beherea	Zuberoa	BAM	Gainontzeko Lapurdi	
					Barnea	Hegoa
ETB 1	<i>Egunero</i>	26	16	5	12	13
	<i>Noizbehinka</i>	30	27	14	20	23
Euskaldunak	<i>Elebidunak</i>	55,5	55,5	8,8	25,6	
	<i>Pasiboak</i>	10,7	10,7	5,4	11,3	

ITURRIAK: Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 13-15, Eusko Jaurlaritza, 2006: 79

Alta, zer gertatuko litzateke ETB1en arrakasta eremu bakoitzeko euskaldunen artean zuen sarbidearen arabera neurtuko bagenu? Izan ere, biztanleria osoa aintzat hartzen badugu, logikoa da euskarazko kate publikoa ikusten zutenen ehunekoak askoz altuagoak izatea Zuberoan BAM hirigunean baino, kontuan harturik Zuberoan euskaldunen proportzioa askoz handiagoa zela. Baina, erdaldunak alde batera utzita, noren artean zegoen errotuen ETB1 ikusteko ohitura? Urdiñarbeko euskaldunen artean, ala Miarritzekoenean?

Bada, Euskararen Erakunde Publikoak egindako txostenan ageri diren audientzia datuak eta V. inkesta soziolinguistikoak eskualde bakoitzeko hizkuntza-gaitasunaren inguruan eskaintzen dizkigunak erkatuta, eta

hiruko erregela sinplea eginez, hauek lirateke emaitzak: Nafarroa Behereko elebidun eta elebidun hartzaileen artean, %39,2k ETB1 ikusten zuen egunero; Lapurdi Hegoaldekoen, %35,23k; Lapurdi Barnealdekoen, %32,52k; BAM hirigunekoan, %35,21k; eta Zuberoakoan, %24,16k. Hala, esan daiteke eskualde guztietan ETB1ekiko leialtasun maila oso antzerakoa zela, Zuberoan ezik. Besteekin alderatuta, euskaldun zuberotarrek gutxiago ikusten zuten euskarazko kate publikoa. Hala ere, desberdintasunak desberdintasun, eskualde guztietako euskaldunen artean sarbide nabarmena izango luke ETB1ek.

Jakina, sailkapen honek bere hutsunek ditu; ez du egia zientifikorik ezartzen, arazo metodologikoak direla medio. Alde batetik, audientzia neurketetan Zuberoako eta Nafarroa Behereko datuak bereizita bildu ziren, eta, hizkuntza-gaitasunaren ingurukoak, berriz, baturik ematen ditu Inkesta Soziolinguistikoak (Eusko Jaurlaritza, 2006). Bestetik, Lapurdiri dagokionez ere, audientzia datuetan BAMEko, Lapurdi Hegoaldeko eta Lapurdi barnealdeko datuak bereizten dira, eta Inkesta Soziolinguistikoan BAM eta gainontzekoaren artean, soilik. Hori dela eta, fidagarritasun estatistikoa ez litzateke, inondik ere, erabatekoa izango. Haatik, joera nagusiak antzemateko baliagarria dela uste dugu, batez ere Ipar Euskal Herriko audientzia datuak hain urriak direla jakinda.

Bestalde, sailkapen horren arabera ETB1eko ikusleen artean ez legoke frantses elebakarrik. Aitzitik, Euskararen Erakunde Publikoaren txostenak erakusten digu errealitatea oso bestelakoa zela. Izan ere, lan horren arabera, “ETB 1 erregulariki edo noizbehinka begiratzen duten ikusleen %44 ez da euskalduna” (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 16). Adinari dagokionez, piramide baten itxura izango luke ETB1en

arrakasta: umeen artean ez zuen kasik sarbiderik, gazteek haurrek baino gehiago ikusten zuten, helduen artean jotzen zuen gaina katea ikusteko ohitura, eta adindunek helduek baino gutxiago ikusten zuten. Hala, ETB 1-ek Iparraldean zituen ikusleen %31k 35 eta 49 urte bitartean izango zituzkeen. Sexuaren arabera, ikusleen %56 gizonezkoa zen, eta %44, emakumezkoa.

Hala ere, Ipar Euskal Herriko euskaldunek ETB1 ikusten zutela esatean, *zenbat* ikusten zuten zehaztu beharra dago, alegia, zenbat denbora ematen zuten katea ikusten. Izan ere, astelehenetik ostiralera batez beste 2 ordu eta 52 minutu ematen zituzten estatuko kateak ikusten, eta 41 minutu baino ez tokikoak ikusten. ETB1en batez besteko ikuste-denbora, ostera, 26 minutukoa zen lanegunetan. Asteburuetan ere, estatuko kateak pizturik 4 ordu eta 5 minutu ematen zuten, eta 53 minutu baino ez tokikoak pizturik. Bataz beste, ETB1eko kontsumitzaileek 37 minutuz ikusten zuten asteburuetan (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 17). Txostenean tokikotzat hartutako telebisten artean, ETB1 zen denbora gehiagoz ikusten zutena, astegunetan zein asteburuetan.

TVPI katearen kasuan, berriz, euskara ataka zailean dagoen eskualdeetan zuen arrakastarik handiena: BAM hirigunean eta Lapurdi barnealdean. Zonalde horien atzetik, Lapurdi hegoaldean izango luke arrakasta, eguneroko kontsumitzaile gutxiarekin, eta noizbehinkako gehiagorekin. Azkenik, Nafarroa Beherean eta Zuberoan sarbiderik txikiena izango luke. Hortaz, ematen du, TVPIri dagokionez, kateak eskualde jakin batean zuen ikusle kopuruaren eta eskualde horretan euskarak zuen bizi-kalitatearen arteko harremana negatiboa zela. Era argiagoan esanda: ingurua zenbat eta frantsestuago egon linguistikoki, orduan eta arrakasta

handiagoa zuen TVPIk. *Kanalduderi* zegokionez, Nafarroa Beherean lortzen du arrakasta, beste lurraldeetan sarbide oso murrizta izanik. Alta, txostenaren egileek ohartarazten dutenez, datu-bilketa egin zen garaian *Kanaldude* Nafarroa Behereko zati batean baino ez zen ikusten (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 10), estaldura arazoak zirela medio.

Puntu honetara iritsita etena egin behar dugu, Euskararen Erakunde Publikoak egindako txostenak eta Kulturaren Euskal Behatokiak egindakoaren arteko aldeak nabarmentzeko. Izan ere, lehen lanaren arabera Ipar Euskal Herriko herritarrek 4 ordu eta 42 minutu ematen dituzte telebista ikusten (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 17), baina bigarrenak dioskunez 2,3 ordu (2 ordu eta 18 minutu) igarotzen dituzte pantailaren aurrean (Kulturaren Euskal Behatokia, 2008: 86). Asteburuetako telebista kontsumoaren datuak astegunetakoak baino are desberdinagoak dira bi txostenetan: bi ordu eta erdiko aldea dago batetik bestera.

Bestalde, Euskararen Erakunde Publikoaren txostenak konparazio oso interesgarria egin zuen, kate estatalek eta tokikoek eguneko ordu ezberdinetan zituzten ikusle kopuruak alderatuz. Oso agerikoa da ETB1ek eta TVPIk, alde batetik, eta estatuko kateek, bestetik, kontsumo-orduen patroi aski desberdina zutela. Tokikoek oso ikusle gutxi zituzten goizaren lehen orduetan, audientzia-tontor txikia zuten eguerdi aldera, eta bazkalostean, berriz ere, behera egiten zuen, gutxi bada ere, euren ikusle-kopurua. 18etatik 20etara lortzen zuten arrakastarik handiena, eta ordu horretatik aurrera, behera egiten zuen etengabe euren sarbideak. Estatuko kateek, berriz, askoz markatuagoa zuten eguerdiko audientzia-tontorra, baita bazkalorduko jaitsiera ere. Arratsaldeari dagokionez,

audientziak pixkanaka egiten zuen gora, baina gailurrera 20en eta 22:30 artean heltzen dira estatuko kateak. Ordu horretatik aurrera behera egiten du ikusle-kopuruak.

Alde gutxi dago astegunetako eta asteburuetako kontsumo-ordutegiaren artean, bai tokiko kateei dagokionez bai estatukoei dagokionez. Zerbait aipatzearren, estatuko kateen kasuan eguerdiko tontorra markatuagoa zen. ETB 1en kasuan, aldiz, ia kontsumo-patroi bera zuen astegunetan zein asteburuetan (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 18). Bestalde, 5 eta 12 urte arteko haurren kontsumo-ohiturak ere aztertu zituzten. Alde handiarekin, 16etatik aurrera ikusten zuten haurrek gehien telebista:

Taula 36 Astegunetan telebista ikusten duten 5 eta 12 urte arteko haurrak Ipar Euskal Herrian (%), orduaren arabera

	Egunero	Astean behin edo birritan	Gutxiagotan
9ak baino lehen	37	9	2
9-16	6	3	5
16ak baino beranduago	55	14	11

ITURRIA: Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 19

Bistan denez, eskolatik irten ondoko orduetan dago Iparraldeko haur gehien telebista aurrean. Hala ere, eskolara joan aurretik ikusten dutenen kopurua ere nahiko handia da. Haurrek astegunetan eta asteburuetan dituzten kontsumo-joerak alderatuz, berriz, argi ikusten da 14ak baino lehen astegunetan gehiago ikusten dutela telebista, eta ordu horretatik

aurrera asteburuetan erabiltzen dutela. (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 20)

Euskarazko telebistari dagokionez, Iparraldeko haurren %76k ez du sekula ikusten. Ikusten dutenen artean, %4k oso maiz ikusten du; %5ek, maiz; %9k, noizbehinka; eta %6k, gutxitan. Hortaz, %9k baino ez luke euskarazko telebista kontsumituko gutxieneko erregulartasunarekin. Hala ere, Zuberoan eta Nafarroa Beherean datuak hobeak direla aipatzen da txostenean. Kontsumo-orduei dagokienez, astean zehar 14etatik aurrera, eta asteburuetan 12ak baino lehen ikusten dute, batik bat, euskarazko telebista (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 21). ETB1eko ikusleen artean, %69k azken 8 egunetan ikusi du katea, eta *France 3 Euskal Herriko* ikusleen artean, %79k. (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 41)

4.2.2. Irratia

Irratiari dagokionez, entzuteko ohitura askoz hedatuago zegoen astegunetan asteburuetan baino. Lanegunetan, 13 urtez gorako herritarren %58k egunero entzuten zuen irratia, eta %18k ia egunero. Hala, %76k maiztasun handiz pizten zuen irratia astean zehar. Halaber, %7k astean behin edo birritan entzuten zuen, eta beste %4k oso noizean behin. Beraz, %14k baino ez zuen inoiz irratia entzuten lanegunetan.

Haatik, herritarren %37k baino ez zuen entzuten irratia asteburu guztietan. Beste %14k ia asteburu guztietan pizten zuen, eta, ondorioz, %51k maiztasun handiz entzuten zuen irratia asteburuetan. Horrek esan nahi du astegunetan baino %21 gutxiagok zuela kontsumo-joera egonkorra. Bestalde, %12k bi asteburuan behin erabiltzen zuen, eta beste

%12k gutxiagotan. Hortaz, %25ek ez zuen inoiz irratia erabiltzen asteburuetan, alegia, astegunetan erabiltzen ez zutenak baino %9 gehiago. (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 23)

Ipar Euskal Herria bere osotasunean hartuz gero, entzuleek denbora gehiago ematen zuten Frantziako kateak entzuten tokikoak baino. Astegunetan, batez beste 2 ordu eta 23 minutu ematen zuten irratia entzuten; denbora horretatik, ordubete eta 40 minutu eskaintzen zizkieten estatuko kateei, eta 43 minutu tokikoei, euskarazkoak izan edo ez. Horrek esan nahi du denboraren %70 eskaintzen ziotela Frantziakoei eta %30 tokikoei. Asteburuetan, astegunetan baino 4 minutu gutxiago ematen zuten lapurtar, baxenafar eta zuberotarrek irratia entzuten, 2 ordu eta 19 minutu orotara. Denbora horretatik, 2 ordu eta 19 minutu igarotzen zituzten Frantziako kateak entzuten, eta 43 minutu tokikoak kontsumitzen. Ondorioz, asteburuetan irratia entzuten pasatako denboraren %69 Frantziakoei eskaintzen zieten, eta %31 tokikoei. (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 25) Bistan denez, ez zegoen alde handirik astegunetako eta asteburuetako kontsumo-patroien artean.

Alabaina, telebistako kontsumoarekin gertatu legez, irratia kontsumoaren inguruko datuak arras desberdinak dira, nork ematen dituen: Euskararen Erakunde Publikoak edo Kulturaren Euskal Behatokiak. Esan bezala, lehen erakundearen arabera Iparraldeko herritarrek astegunetan 2 ordu eta 23 minutu ematen zituzten irratia entzuten; bigarren erakundearen arabera, berriz, 4 ordu igarotzen zituzten transistorea pizturik (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 89). Ordu eta erdi baino gehiagoko aldea dago bi datuen artean, eta asteburuetako datuak ere ez dira berdinak, bien arteko aldeak

lanegunetakoen ingurukoetan baino txikiagoak izanagatik. Izan ere, Euskararen Erakunde Publikoaren txostenak dio bataz besteko irrati-kontsumoa 2 ordu eta 19 minutukoa dela, eta Kulturaren Euskal Behatokiarenak, berriz, entzute-iraupena 1,8 ordukoa dela larunbatetan (ordubete eta 48 minutu), eta 1,7 ordukoa igandeetan (ordubete eta 42 minutu).

Lurralde osoa aintzat harturik, *France Bleu Pays Basque* zen gehien entzuten zen katea, eta, oro har, Frantzia mailako irratia ziren arrakastatsuenak. *Euskal Irratiak* federazioa zazpigarren irratarik entzunena litzateke, *Euskadi Irratia* hamargarrena eta *Gaztea* hamalagarrena (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 28). Eskualdekako analisia eginez gero, baina, alde handiak daude lurralde batetik bestera. Ondoko grafikoa, Ipar Euskal Herrian sarbiderik handiena zuten Frantziako kateen eta tokiko irratarik garrantzitsenen sarbidea azaltzen da, eskualdez eskualde:

Taula 37 Irratien entzule kuota Ipar Euskal Herrian (%), entzuteko maiztasunaren eta eskualdearen arabera

	Ipar Euskal Herria		BAM		Lapurdi hegoa		Lapurdi barnealdea		Nafarroa Beherea		Zuberoa	
	<i>E</i>	<i>N</i>	<i>E</i>	<i>N</i>	<i>E</i>	<i>N</i>	<i>E</i>	<i>N</i>	<i>E</i>	<i>N</i>	<i>E</i>	<i>N</i>
France Bleu	23	31	15	31	21	38	33	30	36	29	32	29
NRJ	17	18	15	16	25	17	22	24	8	13	9	15
France Inter	16	14	19	11	15	16	11	18	19	8	21	12

France Info	14	23	15	27	18	22	18	23	2	11	7	22
RTL	13	20	18	21	7	17	12	25	4	12	1	10
Euskal Irratiak	11	11	3	6	9	8	12	26	39	20	22	15
Euskadi Irratia	5	10	2	6	10	13	5	12	12	16	3	8
Gaztea	2	7	1	6	6	11	2	8	2	8	1	4
Mendililia	3	4	0	2	0	2	1	1	6	12	37	30
Radio Lapurdi Irratia	3	6	2	3	4	8	3	9	4	7	3	3

ITURRIA: Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 28-31

Telebistarekin gertatzen den legez, irratiarekin ere begi bistakoa da euskarazko kateek sarbide handiagoa zutela euskaldunen proportzioa handiagoa zen eskualdeetan. Horren adbide argia litzateke *Euskal Irrati*ena: Nafarroa Beherean katerik kontsumituena da, herrialdekoen %39k egunero entzuten baitu; BAM hirigunean, berriz, %3koa baino ez da haren sarbidea. *Euskadi Irrati*ari dagokionez, Hego Lapurdin eta Nafarroa Beherean beste eskualdeetan baino arrakasta handiagoa du. *Gazteak* ere Lapurdi Hegoaldean lortzen du arrakastarik handiena. Ematen du EITB taldeko irratien sarbidea EAEarekiko gertutasun fisikoaren arabera dela. Horren isla litzateke Lapurdi Hegoaldea litzatekeela eskualde bakarra zeinetan *Euskadi Irratiak* *Euskal Irratiek* baino sarbide handiagoa duen.

Ipar Euskal Herrian, astelehenetik ostiralera irrati-entzuleen %5ak sintonizatzen du *Euskadi Irratia*, eta beste %10 batek astean behin edo birritan. Eremu horretan, Nafarroa Beherean (%12) eta Lapurdiko hegoaldean (%10) ditu eguneroko entzule-proporzio handienak. Bestalde, *Gazteak Euskadi Irratiak* baino arrakasta gutxiago du Bidasoaren ipar ertzean. Izan ere, musika irratia entzuten dutenen kopurua %2koa da bertan, eta beste %5 batek astean behin edo birritan entzuten du. Iparraldearen baitan, Lapurdiko hegoaldean entzuten da gehien *Gaztea*, bertan irratia entzuten dutenen %6ak sintonizatzen baitu. Batez beste, Ipar Euskal Herrian *Euskadi Irratia* lanegunetan entzuten dutenek 23 minutuz entzuten dute, eta 30 minutuz asteburetan. *Gaztea*, berriz, 26 minutuz entzuten dute lanegunetan, eta 27 minutuz asteburuetan (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 27).

Bestalde, aipatzekoa da *Mendililia* tokiko katea dela entzunena Zuberoan, entzulegoaren %37 bilduz. *Mendililiak* euskarazko eduki gutxi batzuk dituen frantsesezko katea da. Dena den, oro har, Zuberoan eta Nafarroa Beherean tokiko kateek, euskarazkoek zein frantssezkoek, Lapurdin baino arrakasta handiagoa dute. Azkenik, inkestan aipatzen ez diren musika kateek duten arrakasta oso handia da, eskualde guztietan.

Jarraian, euskarazko irratiaren sarbidea eta eskualdeen egoera soziolinguistikoa alderatuko ditugu, elkarren arteko korrelazioarik dagoen jakiteko asmoz:

Taula 38 *Biztanleriaren zein proportziok entzuten dituen euskarazko kateak eta biztanleriaren soslai linguistikoa (%), Ipar Euskal Herriko eskualdearen arabera*

		Nafarroa Beherea	Zuberoa	BAM	Gainontzeko Lapurdi	
					Barnealdea	Hegoaldea
Euskal	<i>Egunero</i>	39	22	3	12	9
Irratiak	<i>Noizbehinka</i>	20	15	6	26	8
Euskadi	<i>Egunero</i>	12	3	2	5	10
Irratia	<i>Noizbehinka</i>	16	8	6	12	13
Gaztea	<i>Egunero</i>	2	1	1	2	6
	<i>Noizbehinka</i>	8	4	6	8	11
Hiztun	<i>Elebidunak</i>	55,5	55,5	8,8	25,6	
dents.	<i>Pasiboak</i>	10,7	10,7	5,4	11,3	

ITURRIA: Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 28-31; Eusko Jaurlaritza, 2006, 79

Euskarak eskualde bakoitzean bizi zuen egoera ikusita, logika soziolinguistikoaren arabera sarbide-hurrenkera zuten bakarrak *Euskal Irratiak* dira. Telebistari buruz hitz egitean esan dugun legez, honakoa litzateke hurrenkera:

- 1)Nafarroa Beherea
- 2)Zuberoa
- 3)Lapurdi Barnealdea
- 4)Lapurdi Hegoaldea
- 5)BAM

Aldez aurretik, gelditu gaitezen une batez Nafarroa Beherea eta Zuberoaren arteko aldea azaltzera. Gure irudiko, logika soziolinguistikoa irrastien sarbidean beteko balitz, euskarazkoek arrakasta handiagoa izan beharko lukete Nafarroa Beherean Zuberoan baino. Inkesta soziolinguistikoei bi herrialdeen datuak batera eman arren, Nafarroa Behereko euskaldunak hiztun-komunitatearen parterik handienarekin eguneroko harreman gehiago izateko aukera gehiago dute zuberotarrek baino: geolinguistikoki, euskal hiztun-komunitatearen muintetik gertuago dago Nafarroa Beherea (gune horren parte ez bada), eta ia osorik inguratuta dago euskararen lurraldeez; Zuberoa, oster, euskal hiztun komunitatearen bazter geografiko batean kokatuta dago, eta lurralde erdaldunez inguratuta dago hein handi batean. Hortaz, logika geolinguistikoa jarraituz, euskaldun baxenafarrek zuberotarrek baino kokapen zentralagoa izango dute hiztun komunitatearen baitan, eta, ondorioz, kontsumo-joera euskaldunagoak izango dituzte.

Kate bakoitzak eskualdetik eskualdera duen sarbidea egoera soziolinguistikokoaren arabera interpretatzera itzulita, esan beharra dago *Euskadi Irratiaren* kasuan ez dela aipatutako logika betetzen. Hauxe litzateke hurrenkera:

- 1)Nafarroa Beherea
- 2)Lapurdi Hegoaldea
- 3)Lapurdi Barnealdea
- 4)Zuberoa
- 5)BAM

Gaztearen kasuan, are agerikoagoa da egoera soziolinguistikokoaren araberrako hurrenkera ez zetorrela katearen sarbidearekin bat:

- 1)Lapurdi Hegoaldea
- 2)Nafarroa Beherea eta Lapurdi Barnealdea
- 3)BAM
- 4)Zuberoa

Bereziki deigarria da Zuberoako biztanleria osoarengan EITB taldeko irratiek zuten sarbide murrizta. Esan bezala, porrot horren zioa zuberotarrek hiztun-komunitatean duten bazterreko kokapen geografikoan egon daiteke, alegia, azalpen *geolinguistikoa*. Balizko beste azalpen lerroa *dialektologikoa* izan daiteke, hots, EITBko irratietan erabiltzen den hizkuntza estandarra Zuberoko euskaldun batez bestekoak erabiltzen duenetik oso urrun egotea.

Bestalde, azalpena *edukizkoa* ere izan daiteke: hipotesi horren arabera, EAEko irradi publikoek ez lituzkete jorratuko Zuberoako euskaldunen intereseko gaiak. Halaber, azalpen *geolinguistikoa* ere balio digu Lapurdi Hegoaldean *Euskadi Irratiak* eta *Gazteak* duten arrakasta ulertzeko. Euskararen Erakunde Publikoaren txostenak azaltzen du eskualde bakoitzeko biztanleria osoaren zein ehunekok entzuten zuen irradi kate bakoitza. Bada, biztanle guztiak aintzat hartu beharrean eskualde bakoitzeko euskaldun proportzioarekiko kalkulatzeko badugu kate bakoitza egunero entzuten zutenen ehunekoa, honakoa da emaitza:

Taula 39 *Ipar Euskal Herriko eskualde bakoitzeko euskaldunen zer proportziok entzuten dituzten egunero euskarazko irratiak (%)*

	Euskal Irratiak	Euskadi Irratia	Gaztea
Nafarroa Beherea	58,91	18,12	3,02
Zuberoa	33,23	4,53	1,51
Lapurdi barnealdea	32,52	13,55	5,42
Lapurdi Hegoaldea	24,3	27,1	16,26
BAM	21,12	14,08	7,04

ITURRIA: Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 27. Lanketa propioa.

Bistan denez, *Euskal Irratiak* ziren eskualde bakoitzeko euskaldun proportzioaren arabera sarbide-hurrenkera zuten kate bakarrak. EITB taldeko kateei zegokionez, ostera, faktore geografikoek edo geolinguistikoek eragiten zutela argi dago: EAetik zenbat eta gertuago egon, orduan eta sarbide handiagoa zuten. Horren isla litzateke Lapurdi Hegoaldea izatea *Euskadi Irratiak* eta *Gazteak* Iparralden arrakastarik handiena zuten eskualdea. Era berean, logika geografiko horrek azalduko luke Zuberoan, euskarak Lapurdi Hegoaldean baino indar demolinguistiko handiagoa izanik EITB taldeko irratiak ez izatea predikamendu handirik euskaldunen artean. Hala ere, berriz ere, inkestak esaten digu *Euskal Irratiak* entzuleen %75 baino ez zela euskalduna, *Euskadi Irratiaren* kasuan %69ra jaisten zela entzule euskaldunen proportzioa, eta *Gaztea* pizten zutenen %54 baino ez zekiela euskaraz.

Bestalde, euskarazko irrati-entzule gehienak gizonezkoak zirela diosku inkestak: %57 *Gaztearen* kasuan, %55 *Euskadi Irratiarenean*, eta %52 *Euskal Irratiarenean*.

Adinaren aldetik, *Gazteak* publikoaren gehiengoa 18 eta 49 urtekoen artean zuen; entzuleen %46k 18 eta 35 urte artean zuen, eta %28k 36 eta 49 artean. Kate generalistak izaki, *Euskal Irratiak* eta *Euskadi Irratiak* 18 urtea gorako adin-tarte guztietan entzulegoaren proportzio handiak zituen, eta handienak 35 eta 49 urte artekoenean (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 32).

Inkestaren arabera, Iparraldeko herritarrek astean zehar 2 ordu eta 40 minutu emango lituzkete, batez beste, irratia pizturik. Frantzia mailako kateen batez besteko entzute iraupena ordubete eta 52 minutukoa litzateke, eta tokiko kateena ordubete eta 6 minutukoa. Bada, *Euskal Irratiak* 35 minutuz entzuten zituzten, *Euskadi Irratia* 23 minutuz eta *Gaztea* 26 minutuz. Kontuan hartu behar da kate entzunena zen *France Bleu Pays Basque* 40 minutuz entzuten zutela.

Asteburuetan, berriz, batez besteko entzute iraupena 2 ordu eta 24 minutukoa litzateke. Frantzia mailakoei ordubete eta 52 minutu eskainiko lizkiekete, eta ordubete eta 20 minutu tokikoei. Euskarazko irratia guztien entzute-iraupena pixka bat luzatzen zen asteburuetan: batez beste, 38 minutu ematen zituzten *Euskal Irratiak* entzuten, 30 minutu *Euskadi Irratiarekin* eta 27 minutu *Gaztea* pizturik. *France Bleu*k 45 minutuko entzute-iraupena izango luke larunbat eta igandeetan (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 33).

Entzuteko ordutegiari zegokionez, aztertutako kate guztiek, *Euskal Irratiek* eta *Euskadi Irratiak* barne, antzeko patroia zuten astegunetan. Goizeko 9ak baino lehen entzule-kopuru handia zuten, baina goiz osoan zehar behera egiten zuten irrati guztiek, eguerdian behea jo arte. Arratsaldean gora egiten zuen entzule-kopuruak, 17en eta 19en artean arratsaldeko tontorrera heldu arte. Hala ere, tontor horretan ez ziren goizeko lehen orduko entzule kopurua izatera iristen. Ordu horretatik aurrera, behera egiten zuen etengabe entzuleriak. *Euskal Irratien* eta *Euskadi Irratiaren* kontsumo-patroiak bete-betean bat datoz eredu horrekin. Egun osoan zehar *Euskal Irratiek* *Euskadi Irratiak* baino entzule gehiago zituen, baina arratsaldeko beherakada markatuagoa zen *Euskal Irratien* kasuan, 20 etatik aurrera *Euskadi Irratiaren* entzule kopurua egokortzen baitzen. Hortaz, ordu horretatik aurrera baino ez zuen lortzen *Euskadi Irratiak* *Euskal Irrati*ei gailentzea (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 34).

Asteburuetan ere kate guztiek antzerako kontsumo-patroia zuten, nahiz eta lanegunetakoaren desberdina izan: goizean goiz entzule gutxi zituzten, eguerdian zuten eguneko tontorrik markatuena, behera egiten zuten bazkalorduan, arratsaldean konkorrak ez hain markatua zuten, eta iluntzean berriz ere behera egiten zuen entzule kopuruak. *Euskal Irratien* eta *Euskadi Irratiaren* artean aldeak egon bazeuden, handiegiak ez izanagatik. Eguerdiko tontorra oso markatua zen bi kateetan, eta goiz osoan zehar *Euskal Irratiek* entzule gehiago zituzten. Eguerdiko beherakada markatuagoa zen *Euskal Irratien* kasuan, eta arratsaldeko gorakada, berriz, nabarmenagoa zuen *Euskadi Irratiak*, arratsaldeko entzule kopururik altuena 14ak eta 17ak artean bilduz. *Euskal Irratiek*, berriz, tontorra izan beharrean goranzko joera apala agertzen zuten arratsaldean, 17en eta 19en artean izanik arratsaldeko une gorena.

Hortaz, 14en eta 17en artean lortzen zuen *Euskadi Irratiak Euskal Irratiek* baino entzule gehiago izatea, eta hala eusten zion arratsalde eta iluntzeko orduetan. 17etatik aurrera *Euskadi Irratiaren* kasuan, eta 19etatik aurrera *Euskal Irratienean*, behera egiten zuen entzule kopuruak etengabe, baina era nabarmenagoan *Euskal Irratien* kasuan (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 35).

Ghien entzuten ziren saio-motei dagokienez, irratia entzuten zuten Iparraldeko herritarren %60k zioen albistegiak maiz edo oso maiz entzuten zituela, %46k musika emankizunak aipatzen zituen, %30ak kirol emankizunak, %26k informazio magazinak, %24k entzuleei hitza ematen zieten saioak eta %20k tokiko gertaera eta aisialdiari buruzko emankizunak. Bataz beste, euskaldunek erdaldunek baino proportzio handiagoan aipatzen zituzten albistegiak, informazio magazinak eta tokiko gertaera eta aisialdiari buruzkoak. Beste lurraldeetan gertatzen zen legez, musika saioak batik bat 35 urtez beherakoek hautatzen zituzten, eta kirolari buruzkoak, gizonek (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 36).

Euskal Irratien entzuleen artean, %69k azken 8 egunetan kate horiek sintonizatu ditu, *Euskadi Irratiaren* entzuleen artean, %54k, eta *Gaztearen* entzuleen artean, %35ek baino ez (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 48).

Euskal Herriko hiru errealitate politiko-administratiboetako kontsumo mediatikoaren analisi sakona egin ostean, hedabide-motaren araberrako laburpena eskainiko dugu ondorengo orrialdeetan, euskarri bakoitzeko zenbait ondorio nagusi ateratzeko xedearekin. Horren aurretik, euskal

herritarren eta, ahal izan dugun neurrian, euskaldunen erabilera mediatikoetan sumatu ditugun hainbat joera orokor laburbilduko ditugu. Aitzitik, berriz ere gogora ekarri nahi dugu egindako txosten eta neurketak ez direla, gehienetan, elkarren artean alderagarriak, eta, hortaz, ondorioak ez direla guk nahi bezain osoak eta sistematikoak.

5. ZENBAIT ONDORIO TRANSBERTSAL

Hego Euskal Herrian, irratia-aren, telebista-aren eta prentsa-aren erabilera herrialde bakoitzeko errealitate soziopolitiko eta soziolinguistikoarekin lotura du, intentsitate desberdinekoa aldagai batekin eta bestearekin.

Alde batetik, lurralde bakoitzean euskarak duen indar demolinguistikoaren eta euskarazko hedabideek lortzen duten merkatu-kuotaren arteko harremana zalantzaezina da⁸⁶. Alabaina, datuak lurraldeka erkatu beharrean eskualdeka erkatu ditugunean, korrelazio indizeak esanguratsuak izan dira, baina ez guztiz erabakiorrak. Aipatzekoa da irratia-aren eta telebista-aren kasuan, eskualdekako korrelazio indizeek behera egiten dutela herrialdean euskaldunen proportzioa zenbat eta altuagoa izan. Hots, Araban ematen dira korrelaziorik altuenak, Bizkaian ondoren, eta Gipuzkoakoak dira txikienak⁸⁷. Prentsa-aren kasuan ere, euskarazkoen merkatu-kuotaren eta euskararen indar demolinguistikoaren arteko harreman estatistikorik nabarmenena Araban ematen da. Hortaz, herrialderik erdaldunenean funtzionatzen du bereziki tokiko egoera soziolinguistikoaren eta euskarazko komunikabideen arrakastaren arteko harremana. Halaber, nabarmendu

⁸⁶ Herrialdeen hiztun dentsitatearen eta euskarazko hedabideen arteko korrelazioa frogatuta gelditzen da: $R^2=0,88$ koa da irratien kasuan, $R^2=0,97$ koa irratien eta $R^2=0,99$ koa prentsa-arenean.

⁸⁷ Lehenago azaldu dugun moduan, CIESen audientzia neurketek Nafarroako datuak lau eskualdetan xehetzeko aukera ematen dute: mendialdea, Iruñerria, erdialdea eta Erribera. Eremu horiek ez datoz bat Nafarroako Gobernuaren eskualde sailkapen ofizialarekin, eta, hortaz, ez daukagu esparru geografikotako datu soziolinguistiko espezifikorik erkaketa egin ahal izateako.

beharra dago egunkarien alorrean Bizkaiko korrelazio indizeak oso baxuak direla, ia ez delarik harremanik antzematen bi aldagaien artean.

Gainera, esparru geografiko jakinetako euskaldunen proportzio absolutuaren eta euskarazko hedabideen sarbidearen arteko arrakastaz aritu gara orain arte, baina esparru horietako bakoitzeko euskaldunen artean euskarazko hedabideek lortzen duten penetrazioari dagokionez, tokiko eta nazio mailako prentsaren zirkulazioaren inguruko datuek aditzera ematen digute ez dagoela harreman argirik. Hots, gerta daiteke euskarak indar demolinguistiko ahula duen eskualde bateko euskaldun gutxi horien artean parte garrantzitsu batek euskarazko komunikabideak erabiltzea, eta eskualde askoz euskaldunago batean, aldiz, jende multzo handiago horretan kontsumitzaileen proportzioa zonalde erdaldunagoan baino baxuagoa izatea.

Laburbilduz, aztertutako datu kuantitatiboek aditzera ematen digute euskararen tokian tokiko egoerak kontsumoan eragiten duela, baina euskarazkoen eskaintzaren osotasun mailak ere paper fundamentalak joka dezakeela erabilera mediatikoan, eta bestelako aldagai sozial, psikologiko eta kognitiboak ere aintzatetsi beharrekoak direla.

Beste alde batetik, ezin da esan kausa-efektu harreman zuzenik dagoenik naziotasun sentimendu desberdinak islatzen dituzten joera politikoek herrialde bakoitzean duten indarraren eta kontsumo mediatikoaren

baitako hautu linguistikoaren artean, baina bi faktoreen artean nolabaiteko harremana dagoela ezin da ukatu⁸⁹.

Edozelan ere, Euskal Herrian sortutako kateen arrakasta handiagoa da EAEn, eta, bereziki, Bizkaian eta Gipuzkoan. Horrez gain, euskarazkoek lortzen duten erabiltzaile proportzioak gora egiten du Gipuzkoan, CIESen datuei erreparatuz gero. Nafarroan, berriz, estatu mailako eta erdarazko irratia eta telebista erabat nagusi dira. Irratiak eta telebistak diogu, prentsaren arloan joera nagusiak oso bestelakoak baitira. Izan ere, Hegoaldeko lau herrialdeetan erdarazko egunkari erregionalistak dira irakurrienak, alde handiarekin gainera. Dena den, audientzien inguruko analisia egiterako orduan ez genuke ahaztu behar euskarazko hedabideen publiko potentziala erdarazkoena baino murriztagoa dela, eta, hortaz, nork bere balizko kontsumitzaileen artean lortzen duen penetrazioaren datuak aintzat hartu beharko genituzkeela hizkuntza bateko eta besteko proiektuen benetako arrakasta neurtzeko. Bada, Hego Euskal Herriko kate nagusien artean euskarazko nazio mailako irratia dira euren publiko potentzialaren baitan entzule-kuotarik altuenak lortzen dituztenak, datu absolutuetan entzule kopururik handienak dituzten erdarazko irratiaren aurretik ere. Telebistaren eta prentsaren esparruetan, berriz,

⁸⁹ Baieztapen hau egin ahal izateko Hego Euskal Herriko lau herrialdeetako bakoitzean alderdi abertzaleek (EAJk eta EH Bilduk) lortutako bozken ehunekoak, lurralde bakoitzeko euskal hiztunen dentsitatea (Hizkuntza Politikarako Sailburuordetza, 2011: 16-17) eta hedabide mota bakoitzean euskarazkoek lortzen duten merkatu-kuota (CIESen 2014ko akumulatuko datuak oinarri hartuta). Bada, herrialde bakoitzeko abertzaleen ehunekoaren eta euskarazko hedabideen penetrazioaren arteko korrelazioa $R^2=0,9$ koa da irratiaren kasuan, $R^2=0,56$ koa irratienean eta $R^2=0,66$ koa prentsarenean. Hortaz, esan daiteke harremana frogatuta gelditzen dela irratia dagokionez, eta irratiaren zein prentsaren esparruetan erlazioa ez da hain erabatekoa baina bai aintzat hartzeko modukoa.

euskarazkoek euren balizko erabiltzaileen artean duten arrakasta aski mugatuagoa da.

Halaber, euskarazko hedabideen hedapen esparruak, formatuek eta edukiek soslai bateko edo besteko kontsumitzaileak erakartzeko garrantzi handia dutela ondorioztatu dugu aztertu ditugun datu kuantitatiboen bitartez. Eduki jakinek lurralde eta adin jakinetako publikoa erakartzen dute; era berean, ikasketa-maila jakineko publikoak ezaugarri jakinetako euskarazko hedabideekin lotzea posible da, estatistikak eskuan. Gure irudiko, euskarazko hedabideentzat funtsezkoa da zein targetetan lortzen duten penetrazio handia, nor bere errealitatera egokitutako produktuak ekoiztu eta proiektuen iraunkortasuna bermatzeko.

Bada, euren publikoen ikasketa mailari dagokionez, euskarazko komunikabideak ezin dira bloke bakar gisa hartu. Alde batetik, nazio mailako idatzizko komunikabideen, *Euskadi Irratiaren* eta *Hamaikaren* kontsumitzaile talderik handiena goi mailako ikasketadunek osatzen dute. Bestetik, eskualde mailakoen, *ETB1en*, *Gaztearen* eta *Bizkaia Irratiaren* erabiltzaileen artean gehiago dira bigarren mailako ikasketadunak. Azkenik, *Arrate Irratiak* eta *Bizkaia Irratiak* lehen mailako ikasketadun ugari dute entzuleen artean. Kasuz kasu eta ñabardurak eginez aztertu beharreko errealitatearen aurrean gauden arren, komunikabideen hedapen esparruak eta edukiek publikoaren ezaugarriekin harreman estua duten hipotesia sendotzen dute azaldutako joerek.

Aitzitik, euskarazko hedabideen erabitzailerak konparatzeaz gain euskarakoenak eta erdarazkoenak ere alderatu ditugu. Hala, egunkarien eta irratiaren kasuan euskarazkoen publikoa erdarazkoena baino ikasiagoa dela baieztatu dezakegu. Telebistari dagokionez, *ETB1ek La Sexta* ez beste erdarazko kate nagusiek baino ikusle unibertsitarioen proportzio altuagoa du. Adinari erreparatuta, berriz ere eskema berbera errepikatzen da: nazio mailako euskarazko egunkariak eta irratiak euren erdarazko lehiakideek baino publiko gazteagoa erakartzen dute, baina *ETB1ek* erdarazko zenbait katek baino publiko gazteagoa du eta beste zenbaitek baino zaharragoa. Publikoaren sexu-banaketaren aldetik, berriz, ez dago nabarmentzeko moduko alde orokorgarririk euskarazkoen eta erdarazkoen artean.

Gainera, aipatu beharra dago Hego Euskal Herrian kontsumitzen diren hedabideetako publikoaren soslai linguistikoa komunikabidearen ildo editorialaren, sortze eremuaren eta hizkuntzaren arabera dela. Izan ere, irratiaren, prentsan zein telebistan, Madrilen sortutako hedabideak eta lau herrialdeetan sortutako hedabide unionistek hedabide abertzale erdaldunek baino euskaldun proportzio txikiagoa dute euren publikoaren baitan. Era berean, azken horiek baino euskaldun gehiago erakartzen dituzte hedabide elebidun abertzaleak, eta beste guztien baino gehiago, euskarazko hedabideak.

Bestalde, Aztikerrek tokiko aldizkariarentzat egindako inkestek⁹⁰ eta Zarauzko Udalarentzat egindako ikerketak (Iurrebaso, 2008) iradokitzen dute euskarazko komunikabideak elkarri elikatzen diotela elkarren

⁹⁰ <http://topagunea.eus/hedabideak/>

lehiakide izan beharrean. Hots, euskarazko hedabideren bat erabiltzen duten pertsonen besteak ere kontsumitzeko joera dute. Halaber, hizkuntzaren ulermenean eragin positiboa du euskarazkoen arteko polikontsumo gehigarri horrek. Izan ere, tokiko aldizkarietzat egindako inkesta guztietan *Berriaren* irakurle ere badirenek arazo gutxiago dituzte aldizkariak berak darabilen euskara ulertzeko.

Oro har, Eusko Jaurlaritzaren datuek aditzera ematen dute migrazio digitala burutze bidean dagoela EAEko gizartea. Haatik, komunikabideak interneten kontsultatzeko orduan joerak aldatu egiten dira erabiltzailearen aldagai soziodemografikoen arabera. Ikasketa-maila oso faktore esanguratsua da, korrelazio positiboa baitu hedabideen erabilera multimedia egitearekin (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 11). Gazteen kasuan, berriz, ikasketa mailaz gain euskara mailak ere korrelazio positiboa du komunikabideen erabilera multimedia egitearekin (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 72), 30 urtez azpikoek soilik internetera jotzeko joera agertzen duten arren (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 7). Adinean aurrera egin ahala gora egiten du hedabideak soilik formatu tradizionaletan erabiltzen duten EAEko herritarren kopurua, eta kontsumorik multimediena 30 eta 64 urte bitartean ematen da (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 12).

Hala ere, azterketa kuantitatibo honen ondorioz transbertsalena iturrien sistematizazio eta osotasun faltaren ingurukoa litzateke. Euskal Herriaren zatiketa politiko-administratiboaren ondorioz oso eskasak dira lurralde osoa aintzat hartzen duten iturriak, bai ohitura mediatikoen ikerketen

arloan bai audientzia neurketenean. Hortaz, herrialde osoa kontuan hartuko duten ikerketak egitera bideratu beharko lirateke ahaleginak etorkizun hurbilean. Euskal Herritik eta Euskal Herrirako sortutako neurketek baino ez lukete emango egungo panorama aldakorren argazki erreal eta gertukoa. Neurketa berri horrek herrialdearen demografiara egokituta diseinatu beharko litzateke, irizpide soziolinguistikoak txertatuta, euskarazko komunikazio esparruaren ezaugarriak (eragile kopurua, eragile horien eskala) aintzat hartuta.

Alabaina, tesiaren ondorio orokorren puntu garrantzitsuenetakoa den hausnarketa hauek garatu aurretik, gatozen hedabide mota bakoitzari lotuta ematen diren ohitura komunikabideen laburpena eskaintzera.

6. TELEBISTA: OHITURA KOMUNIKATIBOEN LABURPENA

Euskal Herri osoko, EAEko, Nafarroako eta Iparraldeko iturriek baieztatzen dute telebista dela euskal herritarrek batez beste gehien kontsumitzen duten komunikabidea. EAEko estatistikek diote populazioaren %97k ikusi ohi duela telebista (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012: 36), Euskal Herri osokoen arabera %92,8k kontsumitzen du maiztasunez (Kulturaren Euskal Behatokia, 2008) eta Ipar Euskal Herrian, berriz, telebista egunero edo ia egunero pizten dutenak populazioaren %92 direla baieztatzen dute (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 7).

Hala ere, behin eta berriz nabarmentzen ari garen moduan, iturri batetik bestera datuak asko aldatzen dira. Berbarako, *Komunikabideen erabilpenaren azterketa: telebista eta irratia* txostenaren arabera, Ipar Euskal Herriko biztanleek 3 ordu eta 21 minutu ematen dituzte telebistaren aurrean astegunetan (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 7), baina *Euskal Herria 2007-2008: kultura obiturak, praktikak eta kontsumoa* dosierraren arabera 4'4 ordukoa da (Kulturaren Euskal Behatokia, 2008: 86), alegia, 4 ordu eta erdi baino zertxobait gutxiagokoa. Adibide honek agerian uzten du nazio mailako neurketak, edo, behintzat, parametro berberen arabera egindako neurketa koordinatuak egiteko premia handia dela.

EAEen, herritarren ikasketa-maila modu negatiboan lotuta dago telebistaren eguneroko kontsumoarekin. Egunero telebistaren aurrean ordu luzez egoteko joera askoz hedatuago dago ikasketa-maila apala

dutenen artean unibertsitatean ikasitakoen artean baino. Adinak ere eragin handia duela ematen du, erretiratuek gazteek baino denbora gehiago eskaintzen baitiote telebistari. Desberdintasunak desberdintasun, EAEko (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 17) eta Euskal Herri osoko (Kulturaren Euskal Behatokia, 2008: 86) estatistikek baieztatzen dute aipatutako joera. Halaber, mendebaldeko hiru herrialdeetako estatistikek diote edadetuen artean emakumeek gizonen baino ordu gehiago eskaintzen dizkiotela telebistari (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 17).

Azken urteotan kate generalista nagusien ikusle kopuruek behera egin dute Hego Euskal Herrian, Lurreko Telebista Digitalak eskaintza anitzago bilakatu eta merkatua fragmentatu baitu. Oro har, estatu mailako kateak dira ikusienak Hegoaldeko lau lurraldeetan, EAEko hiruretan *ETB2*k puntako lehiakide izatea lortzen duen arren. Euskarazko telebistari dagokionez, herrialde bakoitzaren konposaketa soziolinguistikoarekin lotura du haren sarbideak. Hortaz, Gipuzkoan Hegoaldeko beste hiru lurraldeetan baino askoz emaitza hobeak lortzen dituzte kate euskaldunek. Euskarazko telebisten erabilera *ETB1*en zentratuta egon da duela gutxira arte, eta hala izaten jarraitzen du hein handi batean. Hala, ikus-entzuleen aldetik fokatzen badugu monokultibo itxura izan du euskarazko telebistagintzaren esparruak, baina aktore gero eta indartsuago baten agerpenak hauste bidean jarri du errealtate hori. Izan ere, *Hamaika Telebista*ren ikusle kopuruek gora egin dute nabarmen azken urteetan, eta *ETB1*renganik urrun jarraitzen duen arren oso atzean utzi ditu herri eta eskualde mailako telebisten erregistroak.

Bestalde, aipatzeko modukoa da *ETB1*k gazteak erakartzeko duen ahalmen urria: ikus-entzule gehienek 40 urte baino gehiago dituzte. Erabiltzaileen hizkuntza gaitasunari dagokionez, euskarazko telebisten publiko gehiena euskaldun osoa da, baina zenbait kasuan erdaldunak hamar ikusletik bat izatera heltzen dira.

Halaber, arreta ematen du albistegiak kontsumitzeko ohitura zein punturaino dagoen ikus-entzulearen adinak baldintzatuta. Izan ere, zenbat eta zaharragoak izan EAEko herritarrak orduan eta joera handiagoa dute egunero albistegiak ikusteko (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 35). Gainera, 45 urtetik gora *ETB2*ko eta *TVE1*eko berriak nagusitzen dira, baina gazteen artean bi kate horiek ikusienak izan arren kontsumo-joerak askoz anitzagoak dira (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 17; Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2015: 30).

EAEko herritarren artean arrakastarik handiena duten albistegiak *ETB2*koak dira. Gainera, nagusitasun hori berretsi egin da 2011tik 2014ra, %24tik %28ra igo baita erdarazko kate publikora jotzen dutenak informazio eske. Bigarren postuan *La Sexta* legoke, hiru urteren bueltan emaitzak laukoiztu dituelarik. *TVE1*ek eta *Tele5*k, berriz, oso beherakada handia pairatu dute urteotan. *Antena3*ek ere zertxobait egin du behera, *ETB1*ek emaitzei eutsi die, eta *Cuatro*k puntu bat egin du gora.

Taula 40 EAEko herritarrek informatzeko nahiago dituzten telebista kateak, ehunekoetan

	2011	2014
ETB2	24	28
La Sexta	4	17
TVE1	31	15
Tele5	24	10
Antena3	11	9
ETB1	7	7
Cuatro	6	7

ITURRIA: Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012a: 52; Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2015: 35

Alabaina, herrialdeen artean aldeak daude telebistako lehentasun informatiboetan. Izan ere, *ETB2*ren nagusigoa bereziki indartsua da Bizkaian (%32), eta *TVE1*, *Tele5* zein *Antena3*en emaitzak askoz hobeak dira Araban beste bi probintzietan baino. *La Sexta*k, berriz, Gipuzkoan du gune gotorra (%18. Aipamen berezia merezi du *ETB1*en albistegiak lehenestean ematen den lurralde banaketa: Gipuzkoan %15ak aipatzen du, baina Araban eta Bizkaian %3ak bakarrik.

Gazteen kasuan hizkuntza-gaitasunak modu argian baldintzatzen du zeintzuk diren telebista-katerik gustukoena. Euskara menperatzen dutenek besteek baino joera handiagoa dute *ETB1* edo *ETB2* aipatzeko, eta ikasketa-mailarekin ere gauza bera gertatzen da (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 130). Haatik, euskaldun osoak diren gazte unibertsitarioen artean sarbide handiagoa izan arren, *ETB1*ek ez du arrakasta handirik lortzen gazteen arteko ezein azpitaldetan. Aldi berean, gazte euskaldunen euskara-mailak behera egin ahala gora egiten du

TVE1 gustuko katetzat hartzen dutenen proportzioak, eta ikasketa-maila apaleko gazteen artean *Antena3* eta *Tele5* katerik gustukoena dela esateko joera errotuago dago. Bestalde, ikasketa-maila altua duten gazteek albistegiak egunero ikusteko besteek baino ohitura handiagoa dute (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 141). Oro har, 45 urtetik gorako biztanleen artean, gizon zein emakume, gehienek *TVE1* aipatzen dute kate gustukoena gisa (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 29). Ematen du *ETB1*ek gizonen artean emakumeen artean baino arrakasta handiagoa duela, eta batez ere adineko gizonen artean (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 32).

Gutxien gustatzen zaizkien kateei dagokienez, *ETB1* aipatzen dutenen kopurua handiagoa da adindunen artean, eta batez ere adineko emakumeei ez zaie gustatzen. Zehazki, emakume jubilatuen eta 65 urtetik gorakoen artean da bereziki altua *ETB1* gustuko ez dutela diotenen ehunekoa, baita etxeko lanetan diharduten edo lehen mailako ikasketak dituzten emakumeen artean ere (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 33).

EAEn, adin ezberdinetako herritarrei saio mota desberdinak gustatzen zaizkie: 30 urtetik beherakoek komediak eta telesailak lehenesten dituzte, eta adin horretatik aurrera albistegiek dute sarbiderik handiena (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 22). Euskal Herriko estatistikek aipatutako joera berresten dute: telesailak gazteen saiorik gustukoena dira, eta adinean aurrera egin ahala jarraitzaileak galtzen dituzte; albistegiak, berriz, adineko pertsonen artean lehen aukera dira, baina publikoaren adina zenbat eta gazteagoa izan progresiboki gero eta jende gutxiagok lehenesten ditu (Kulturaren Euskal Behatokia, 2008: 88).

Kultur arloko albisteak dira EAEko biztanleei gehien interesatzen zaizkienak, Eusko Jaurlaritzak 2014an egindako *Komunikabideak* txostena osatzeko ikestaren parte hartzaileen %75ak baitio asko edo nahiko interes duela haiekiko (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2015: 3). Kulturaren atzetik letorzke ekonomia (%64), nazioartea (%56), politika (%46) eta, azkenik, kirolak (%41). Adinarekin gora egiten du kulturarekiko interesik ez dutenen kopuruak, eta gazteenen artean dago interes handia dutenen proportziorik handiena. Nazioarteko eta politika arloko berriekiko grinak ere korrelazio negatiboa du adinarekin (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2015: 24).

Oro har, EAEko gazteek uste dute telebistaren kalitatea eskasa dela. Joera hori ikasketa-mailaren eta hizkuntza-gaitasunaren arabera talde guztietan nagusitzen da, baina argi antzeman daiteke gora egiten duela telebistak nahikoa kalitate duela uste dutenen ehunekoa ikasketa zein euskara maila baxuko pertsonen artean (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 123). Bestalde, kalitatearen definizioa erabat lotuta dago entretenimenduari, EAEko gazteen arabera (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 17).

Nafarroari dagokionez, ikusleen erdiak afalostean pizten du telebista (Consejo Audiovisual de Navarra, 2011: 32). Horrez gain, pizten den orduaren arabera funtzio desberdina du telebistak nafar askorentzat: eguerdian telebista informatzeko tresna izaten da, eta gauean, oster, entretenitzeko (Consejo Audiovisual de Navarra, 2011: 34). Halaber, nafarren saio motarik gustukoak filmeak, umorea eta lehiaketak dira. Gazteen artean ere umorea eta filmeak daude kontsumituenen artean, baina nazioarteko telesailak nagusiagoen artean ez bezalako arrakasta

lortzen dute. Emakumeek filmeak eta Espainiako telesailak nahiago dituzte; gizonak, ordea, filmeak eta umorea (Consejo Audiovisual de Navarra, 2011: 43-45).

Ipar Euskal Herrian, 1991ko estatistikek adierazten dute populazioaren %25ak besterik ez zituela ikusten *ETB1*eko albistegiak, eta beste saio-motek are jarraipen murriztagoa zuten (Siadeco, 1991: 134). 1996ko ikerketak euskaldunak soilik hartu zituen aintzat, eta haien arteko %21ek ez zuen *ETB1* ikusten. Gainera, erabiltzaileek ere ez zuten denbora gehiegi hartzen euskarazko telebista publikoa ikusteko (Siadeco, 1996: 72-74).

2006an burututako ikerketaren arabera, *ETB1*ek %26ko sarbidea lortzen zuen Nafarroa Beherean, eta gainontzeko eskualdetan eguneroko edo ia eguneroko ikusle proportzioa mugatuagoa zen (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 14).

Dena den, esan beharra dago *France3 Euskal Herri ETB1* baino errotuago zegoela Iparralden, eskualde guztietan emaitza hobeak lortzen baitzituen (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 14). Gainera, aipatzeko modukoa zen *Kanalduderen* ikusle propotzioa Nafarroa Beherean. Hala ere, Ipar Euskal Herriko haurren %9k baino ez zuen euskarazko telebista maiztasunez ikusten (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 14).

EAEra itzulita, herritarren gehiengoarentzat telebista da entretenitzeko hedabide-motarik aproposena (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 21). Adinean gora eta ikasketa mailan behera egin ahal indar gehiago du aipatu berri dugun joerak.

Formatzeko, aldiz, herritarrek internet lehenesten dute, baina telebista formatzeko bide gisa hautatzen dutenen kopuruak berriz egiten du gora adindunen (batez ere emakume adindunen) eta ikasketa maila apalekoena artean (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 4). Gazte erdaldun elebakarren artean telebista formazioa jasotzeko hedabiderik egokiena dela uste dutenen proportzioak gora egiten du nabarmen, gutxiengoa izaten jarraitu arren (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 6).

Informatzeko ere telebista hautatzen dute EAEko herritar gehienek. Hautu hori are nabarmenagoa da adineko emakumeen artean (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 6). Gazteen euskara zein ikasketa mailek gora egitearekin batera behera egiten du telebista informatzeko hautatzen dutenen kopuruak (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 88). Alta, aipatu behar da emakume gazteek telebista lehenesten dutela informatzeko, eta gizonek, ordea, internet.

Entretenimendurako, gazteek internet lehenesten dute telebistaren aurretik (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 83), baina hala eta guztiz ere telebistari esleitzen dioten funtzio nagusia entretenitzea da (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 13). Hedabideek betetzen duten funtzioa alde batera utzita, gazteek zenbat eta euskara gehiago jakin eta zenbat eta ikasketa-maila altuagoa izan, haien proportzio orduan eta txikiago batek dio telebista dela euren hedabiderik gustukoena (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 94), nahiz eta kasu guztietan internet nagusi izaten jarraitzen duen.

Nafarroan, adin-tarte guztietan herritar gehienek entretenitzeko pizten dute telebista. Hala ere, adinean aurrera egin ahala behera egiten du

entretentzeko erabiltzen dutenen propotzioak, eta gora, aldiz, informatzeko ikusten dutenenak (Consejo Audiovisual de Navarra, 2011: 31). Era berean, telebista prentsaren atzetik dago herritarrek informatzeko nahiago dituzten hedabideen zerrendan (Consejo Audiovisual de Navarra, 2011: 29).

EAEEn, adinaren araberrako azpitalde guztietan gehiengoak uste du telebistak entretentzeko balio duela, nahiz eta zenbat eta gazteagoak izan orduan eta proportzio handiagoak aipatzen duen ikasteko baliagarria dela. Konpainia egiteko balio duela dioten ehunekoak, ordea, gora egiten du adinarekin batera (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 26).

Gauzak horrela, euskal herritarrek telebista era batera edo bestera kontsumitzeko eragiten duten aldagaien inguruko zenbait ondorio orokor ateratzen saiatuko gara ondoren:

- 1) Euskal herritarrek gehien erabiltzen duten hedabide-mota da telebista.
- 2) Azken urteotan behera egin du kate generalista nagusien ikusle kopuruak, eskaintza ugartzearen ondorioz.
- 3) Erdarazko kontsumoa da nagusi Hego Euskal Herrian. Tokian tokiko egoera soziolinguistikoak lotura du euskarazko telebistek lortzen duten merkatu kuotarekin.
- 4) EAEko gazteen baitan ikasketa-maila eta euskara maila igo ahala

*ETB1*eko jarraitzaile proportzioak ere gora egiten du.

5) Ipar Euskal Herrian, *ETB1*en arrakasta eskualdeen egoera soziolinguistikoaren arabera da. Hala ere, erabiltzaileak ez dira denbora luzez egoten euskarazko telebista ikusten.

6) Emakumeek gizonek baino joera handiagoa dute telebista kontsumitzeko; gizonek, berriz, emakumeek baino gehiago darabilte internet.

7) EAEn, euskarazko hizkuntza gaitasunak eta ikasketa mailak korrelazio negatiboa dute telebista lehenestearekin; hain justu kontrakoa gertatzen da internetekin. Hau da, ikasketadunek eta euskaldunek batez bestekoak baino gehiago erabiltzen dute internet, eta ikasketa maila apalekoek eta erdaldunek batzuetan bestekoak baino gehiago kontsumitzen dute telebista.

8) Adinean aurrera egin ahala telebistarantzko joera nabarmenagoa agertzen dute EAEko herritarrek.

9) Adinean aurrera egin ahala, albistegiak ikusteko ohitura handitzen da EAEn.

6. IRRATIA: OHITURA KOMUNIKATIBOEN LABURPENA

Euskal Herri mailako estatistiken arabera, 2007an irratia bigarren hedabide-motarik kontsumituena zen, populazioaren %77k egunero pizten baitzuen (Kulturaren Euskal Behatokia, 2008: 87). Hala ere, ikerketa horrek ez du datua lurraldeen arabera banatzeko aukerarik ematen, eta, hortaz, ezin dugu beste ezein estatistikarekin zuzenean alderatu. Hala ere, esan beharra dago EAEko iturrien arabera, 2011n biztanleen %47 baino ez zela irratia eguneroko kontsumitzailea (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012a: 59). Ipar Euska Herrian, oster, %58k baino ez zuen aitortzen 2007an astegunetan egunero entzuten zuela irratia (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 23). Azkenik, Nafarroan, 2010ean, herritarren %82k entzuten zuen irratia noizbait (Consejo Audiovisual de Navarra, 2011: 82).

Euskal Herria 2007-2008: kultura obiturak, praktikak eta kontsumoa txostenaren arabera, astean zehar EAEko herritarrek 2'5 ordu ematen zituzten irratia aurrean; nafarrek, 2'7 ordu; eta Ipar Euskal Herrikoek, 4 ordu (Kulturaren Euskal Behatokia, 2008: 89). Aitzitik, *Komunikabideen erabilpenaren azterketa: telebista eta irratia* dosierak eskaintzen digun datua oso bestelakoa da: Ipar Euskal Herrian 2007an astean zehar 2 ordu eta 23 minutuz entzuten zuten irratia batez beste lanegunetan (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 25).

Soilik elebidunak aintzat harturik, euskarazko irratiekiko kontsumo-ohiturak oso polarizatuak direla adierazten dute Eustaten datuek. Izan

ere, elebidunen multzo azpimarragarri batek ez du euskarazko irrati-entzuten, eta beste proportzio garrantzitsu batek bere irrati-kontsumoaren %100 egiten du euskaraz. Era berean, Nafarroa iparraldeko, Nafarroa Behereko eta Zuberoako elebidunak dira euskarazko katei irrati-kontsumoaren proportziorik handiena eskaintzen dietenak⁹¹.

Oro har, erdarazko kateek lortzen dute arrakastarik handiena Hego Euskal Herrian; Gipuzkoan baino ez dute lortzen *Gazteak* eta *Euskadi Irratiak* kate entzunenen pare lehiatzea. Hala ere, euskarazko telebistekin eta prentsarekin alderatuta, euskarazko irrati kateek merkatu kuota handiagoa bereganatzea lortzen dute eskualde gehienetan. Euskarazko irrati sistemaren baitan, EñTBko kateek gainontzekoek baino askoz entzule gehiago dituzte: euren audientziak oso onak dira datu absolutuetan eta hobeekin erlatiboan erdarazko irrati-entzuten alderatuta, baina gainontzeko euskarazko komunikabideekin konparatuta ere askoz emaitza hobeak dituzte. Hortaz, bi erreferente nagusi izango lituzke euskarazko irrati-gintzak: *Euskadi Irratia*, kate generalista gisa; eta *Gaztea*, musika-kate lez. Publikoaren soslaiari dagokionez, *Euskadi Irratiak* 40 urte baino gutxiagoko erabiltzaile gutxi ditu. *Gaztea*, berriz, euskarazko hedabideen artean publikorik gazteena du, eta, horrez gain, aintzat hartzeko moduko erdalduen proportzioa du bere entzuleriaren baitan.

⁹¹

<http://www.kultura.ejgv.euskadi.net/r46-19123/eu/estatistikak/listaV1.apl?idioma=e&tema=736>. CIESen datuek baieztatzen dute Nafarroako iparraldea dela irrati-kontsumorik euskaldunena egiten duen Hego Euskal Herriko eremua.

EAEn, irratia egunero entzuteko ohitura hedatuago dago 45 urte baino gehiago dituzten herritarren artean (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 53), eta entzuteko ordu kopuruak ere gora egiten du aipatutako adinetik aurrera (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012a: 55). Horrez gain, ikasketa-maila apaleko herritarren artean irratia inoiz pizten ez dutenen ehunekoak ikasketadunen artean baino askoz altuagoak dira, hala EAEn (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012a: 54) nola Nafarroan (Consejo Audiovisual de Navarra, 2011: 82). Aurrekoarekin kontraesankorra eman dezakeen arren, ikasketa-mailak behera egin ahala egiten du gora irratia entzuteko ordu kopuruak (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012a: 56), EAEn. Horrek esan nahiko luke ikasketa-maila apaleko herritarren artean irratikontsumoak oso polarizatuak direla: edo ez dute entzuten edo luze egoten dira hari adi.

EAEko gazteen baitan, 29 urtekoen artean askoz gehiago dira irratia egunero entzuten dutenak 15 urtekoen artean baino (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 69). Gainera, gazteen ikasketa zein euskara mailak gora egin ahala eguneroko entzuleen proportzioak ere gora egiten du (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012a: 168). Horrenbestez, esan daiteke EAEko gazte zein helduen artean errepikatzen den joera dela ondokoa: ikasketadunek eta zaharrenek irratia egunero entzuteko ohitura handiagoa dute.

Musika kateak nagusi dira 45 urtez azpiko EAEko herritarren artean. *Gazteak* oso emaitza onak lortzen ditu talde horretan, eta 30 urtez azpiko gizonen artean irratirik entzunena izatera heltzen da (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012a: 65). *Los 40* eta *Gaztea* dira adin-tarte

horretan gehien entzuten diren irrati-kateak, eta entzuleen ezaugarri soziodemografikoen arabera bata edo bestea nagusitzen da. Alde batetik, gazte euskaldunek (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012a: 187), unibertsitarioek eta gipuzkoarrek (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012a: 186) *Gaztea* nahiago dute. Bestetik, erdaldunen, lehen edo bigarren mailako ikasketak dituztenen, arabarren eta bizkaitarren artean *Los 40* kateak arrakasta handiagoa lortzen du. Unibertsitateko ikasketak dituzten pertsonen artean salbu, gizonek *Gaztea* nahiago dute, eta emakumeek *Los 40* (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012a: 65).

45 urtetik gorako herritarren artean musikaren ordeztasunak dira irratiaren gehien entzuten diren saioak eta EITB taldeko kate generalistak nagusitzen dira. Hala ere, emakumeek adin guztietan gizonen baino gehiago aipatzen dituzte musika saioak, eta gizonen emakumeen baino gehiago albisteak (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 62-65). Bestalde, aipatzekoa da musika saioak bigarren mailako ikasketadunen artean lortzen duten sarbidea.

Herritarrei galdetu zitzaizkion erabilera zehatzetarako zein hedabide-mota nahiago zuten, argi geratu zen, erabilerak erabilera, irratiaren arrakastak gora egiten duela herritarren adinarekin batera. Hala adierazten dute irratiaren entretenitzeko, formatzeko eta informatzeko hedabiderik gustukoena dela zioten herritarren proportzioak (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 2-6). Erabilerak alde batera utzita hedabide-motarik gustukoaren inguruan galdetu zitzaizkion, joera errepikatu egin zen: herritarrak zenbat eta zaharragoak izan orduan eta proportzio handiagoak aipatu zuten irratiaren (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 8).

Bestalde, lehen mailako ikasketak dituztenen artean gora egiten du irratia entrenitzeko zein ikasteko erabiltzen dutela dioten ehunekoak. Haatik, informatzeko erabiltzen dutenen kopuruak ez du hain harreman estua ikasketa-mailarekin: emakumeen artean gora egiten du ehunekoak behe-mailako ikasketak dituztenen artean, eta gizonen artean ez da harreman argirik antzematen (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 1-6).

Kateei dagokionez, *SER* katea da informazioa jasotzeko gehien aipatzen dena (%23), eta haren atzetik datoz *Radio Euskadi*⁹² (%18), *Euskadi Irratia* (%14) eta *RNE* (%10), besteak beste (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2015: 7). Halaber, *SER* da nagusi Bizkaian, eta *Radio Euskadi*, berriz, Araban, hein handi batean *Radio Vitoriaren* datuak gehitu zaizkiolako lurralde osora zabaltzen den erdarazko irrati publiko generalistarenei. *Euskadi Irratiaren* kasuan, *ETB1*en bezala, alde handia dago Gipuzkoaren eta beste bi herrialdeen artean. Lehenengoan inkestatuen %26k aipatzen du, probintzian informatzeko katerik gogokoena delarik; Bizkaian %8k lehensten du euskarazko katea, eta Araban %3 eskas batek. Aurreko guztian bat datoz Eusko Jaurlaritzak lehentasun informatiboaren inguruan eta CIESek erabilera orokorraren inguruan bildutako datuak, herritarren lehentasunei dagokienez.

Bestalde, belaunaldi batetik bestera lehentasunak aldatu egiten direla nabarmendu beharra dago. Izan ere, *SER* nagusi da 30 eta 45 urte artekoen zein adinekoen artean; *Radio Euskadi*, oster, aukerarik aipatuena da 46 eta 64 urte arteko azpimultzoan. Alabaina, *Euskadi Irratiaren*ak dira emaitzarik deigarrienak: euskarazko katea informatzeko

⁹² *Radio Vitoriaren* datuak *Radio Euskadi*renekin batera ematen dira.

hautatzen dutenen proportzioak korrelazio negatiboa du adinarekin, eta gazteen artean irratrik aipatuena izatea lortzen du (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2015: 7).

Haatik, orain arte aipatutako erabileretarako herritarrek nahiago duten komunikabidea ez da, inondik ere, irratia. Entretenitzeko, EAEko herritarrentzat telebistaren eta interneten atzetik dago, eta formatzeko gutxien hautatzen den hedabidea da. Informatzeko, berriz, gutxien aipatzen den hedabidea da, bai EAEn (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 1) bai Nafarroan (Consejo Audiovisual de Navarra, 2011: 25).

Hala ere, EAEn entzuleen gehiengoak irratia entretenitzeko pizten du (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 69), eta Nafarroan ere gehiago dira entretenitzeko entzuten dutenak informatzeko erabiltzen dutenak baino (Consejo Audiovisual de Navarra, 2011: 79). EAEn adinean aurrera egin ahala behera egiten du irratia entretenitzeko pizten dutenen proportzioak, eta gora informatzeko pizten dutenenak (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 69). Hala, gazteen artean irratia entretenimendurekin lotzen dutenak gehiengo dira ikasketa zein euskara mailaren arabera azpitalde guztietan (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 36). Halaber, zenbat eta ikasketa gutxiago eta hizkuntza gaitasun murriztagoa izan, orduan eta gazte gutxiagok diote irratia informatzeko kontsumitzen dutela (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 192).

Nafarroan, aipatzekoa da unibertsitateko ikasketak egin dituztenen artean

gora egiten duela tokiko irratiari Espainiako albiste gehiago emititzea eskatzen diotenen kopuruak (Consejo Audiovisual de Navarra, 2011: 84). Bestalde, tokiko irratiaren euskara gutxi erabiltzen dela uste dutenen kopuruak gora egiten du Nafarroako iparraldean zein Iruñerrian (Consejo Audiovisual de Navarra, 2011: 89-90).

Ipar Euskal Herriari dagokionez, 1991an Siadecok egindako ikerketaren arabera euskaldunek erdaldunek baino ordu gehiago ematen zituzten irratiak entzuten, eta euskaldunen %60 baino gehiagok euskarazko irratiak entzuten zituen (Siadeco, 1991: 136).

1996ko inkestak, berriz, argi utzi zuen harreman positiboa zegoela *Euskal Irratiak* entzutearen eta hizkuntza gaitasunaren artean. Alde batetik, Iparraldeko euskarazko irratiaren federazioaren entzuleek euskaldunen batez bestekoak baino gaitasun linguistiko handiagoa zuten (Siadeco, 1996: 14); bestetik, kate horiek zenbat eta maizago entzun, orduan eta euskarazko ahozko gaitasun handiagoa zuten entzuleek (Siadeco, 1996: 87).

Euskal Irratiak federazioko irrati bakoitzari dagokionez, nabarmentzekoa da *Irulegiko Irratiak* entzuleen %60k egunero sintonizatzen zuela kate baxenafarra, eta *Xiberoko Botzaren* zein *Gure Irratiaren* kasuan ez zela %40ra heltzen (Siadeco, 1996: 23-27). Era berean, *Xiberoko Botzaren* entzule fidelen proportzioak gora egiten zuen adineko euskaldunen artean (Siadeco, 1996: 81).

Halaber, kate bakoitzak sarbide ezberdina zuen bere jatorrizko herrialdeko euskaldunen artean: *Xiberoko Botzak* %72eko sarbidea lortzen

zuen, *Irulegiko Irratiak* %65koa, eta *Gure Irratiak* %44koa (Siadeco, 1996: 23-27). Hala, Zuberoako eta Nafarroa Behereko euskaldunek gehien entzuten zuten irratia tokiko euskarako katea zen, eta Lapurdin *Gure Irratia* bigarren katerik arrakastatsuen zen euskaldunen artean (Siadeco, 1996: 85. taula). Euskarak Lapurdin eta barnealdeko bi herrialdeetan bizi zuen egoeraren isla lirateke datuok.

Euskarazko irratien kontsumo-patroiak kostako probintziaren eta barnealdeko herrialdeen arteko desberdintasunen ispilu izaten ziren, behin eta berriz. Adibide argia da irratia entzuteko leku batekoek zein bestekoek emandako arrazoi nagusiak. Ipar Euskal Herri osoa aintzat hartuta, “irradiak euskaraz direlako” eta “tokiko informazioa eskaintzen dutelako” entzuten zutenen proportzioak oso parekatuta zeuden. Alta, Zuberoan eta Nafarroa Beherean gora egiten zuen tokikotasuna balioesten zutenak, eta Lapurdin, berriz, hizkuntzari garrantzi gehiago ematen ziotenak (Siadeco, 1996: 34).

Horrez gain, irratiek erabili beharko luketen euskararen balorazioan islatzen da lurraldeen egoera soziolinguistikoa: Nafarroa Beherean euskarazko irratiek erabiltzen duten hizkera mantentzea nahi dute gehienek, Zuberoan euskalkiaren alde egiten du erdiak baino gehiagok, eta Lapurdin gora egiten du euskara batu gehiago entzun nahiko luketen pertsonen ehunkoak (Siadeco, 1996: 66). Azaldutako joerak berresten ditu Nafarroa Behereko euskaldunak izatea euskarazko irratien hizkera hobeto ulertzen duten herritarrak, eta haren atzetik etortzea, hurrenez hurren, zuberotarrak eta (distantzia handira) lapurtarrak (Siadeco, 1996: 64).

Bestalde, hizkuntzaren indar demolinguistikoa alde batera utzita, herrialde bakoitzeko demografiaren isla litzateke *Irulegiko Irratiak* eta, batez ere, *Xiberoako Botzak* 55 urtez gorako entzule proportzio handia izateak (Siadeco, 1996: 30). Horri lotuta, nabarmendu behar da 55 urte baino gehiagoko herritarrek irratia goizean entzuteko ohitura handiagoa zutela; gazteek, berriz, arratsaldean edo gauean pizteko usadioa zuten (Siadeco, 1996: 43-45). Oro har, musika-saioek eta albistegiek jasotzen zuten entzuleen baloraziorik altuena, eta kulturari, gai sozialei eta ekonomiari buruzkoenak ziren puntuaziorik baxuenak (Siadeco, 1996: 52).

Euskal Kultur Erakundeak 1996an egindako ikerketan ere tokian tokiko egoera soziolinguistikoak eta euskaldunen irratikontsumoak lotura izan dezaketen zantzuak antzeman daitezke. Esaterako, Zuberoa, Nafarroa Beherea edota 4. zonalde soziolinguistikoan bizi ziren euskaldunek⁹³ besteek baino denbora gehiago ematen zuten irratia entzuten (EKE, 1996: 8).

Era berean, euskarazko emankizunak kate batean edo bestean entzuteak lotura zuen euskaldunen ezaugarri soziodemografikoekin. *Radio France Pays Basqueren* entzuleria proportzioak gora egiten zuen euskaldunak zenbat eta eremu erdaldunagoan bizi, edo euren gurasoak zenbat eta erdaldunagoak izan. *Euskal Irratiek* berriz, euskaldunen artean sarbide handiagoa zuten eskualdea zenbat eta euskaldunagoa izan; halaber, zonalde horietako kontsumitzaileek beste eskualdeetakoek baino ordu gehiago ematen zituzten euskarazko tokiko irratiei adi. *Euskadi Irratiaren*

⁹³Kontuan hartu behar da Lapurdin ez dagoela 4. zonalde soziolinguistikoaren baitako herririk.

kasuan, Baiona inguruko euskaldun berriarena zen kontsumitzailearen batez besteko soslaia (EKE, 1996: 8-13).

Bestalde, euskaltzaletasunak eta naziotasun sentimenduak euskaldunen irrati kontsumoan eragiten zuten. Euskal herritar bakarrik sentitzen zirenek frantses bakarrik sentitzen zirenek baino askoz denbora gehiagoz entzuten zuten irratia, eta euskararen aldeko jarrera eta hizkuntzarekin identifikatuta sentitzen zirenek kontrako jarrera zutenek baino gehiago entzuten zuten (EKE, 1996: 12-13).

Guraso etorkinak zituzten euskaldunek guraso euskal herritarrak zituztenek baino ordu gehiago ematen zituzten *Euskal Irratiak* entzuten, eta 25 eta 34 urte bitartekoek beste adinetakoek baino gehiago. Gainera, euskaldun zaharrek irratia ez pizteko ohitura handiagoa zuten, baina 3 ordutik gora entzuteko usadioak behera egiten zuen erdara ama hizkuntza zutenen artean (EKE, 1996: 8-11).

2006an, Ipar Euskal Herriko biztanleria guztia aintzat hartuta, *France Bleu* zen irratiarik entzunena. Nafarroa Beherean, berriz, *Euskal Irratiak* ziren kontsumituenak. *Euskadi Irratiari* eta *Gazteari* dagokionez, euren sarbidea asko jaisten zen BAM eremuan eta Zuberoan (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 28-31). Irratia kontsumitzeko ordui zegokienez, goizeko lehen orduan eta arratsaldean gora egiten zuen entzuleen kopuruak lanegunetan. Asteburuetan, berriz, eguerdian eta arratsaldean izaten ziren kontsumoaren goreneko uneak (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 34-35). Horretaz aparte, irratsaiozik arrakastatsuenak albistegiak, eta musika edo kirolari buruzkoak ziren. Euskaldunek besteek baino gehiago entzuten zituzten albistegiak, magazinak eta tokiko gertakariei buruzko

saioak (Euskararen Erakunde Publikoa, 2007: 36).

Hala, hona hemen Euskal Herriko irrati-kontsumoari buruzko ondorio nagusiak:

1)Euskarazko irratiaren arrakasta herrialde bakoitzeko euskaldun proportzioarekin harremana du.

2)Elebidunen irrati-kontsumoa oso polarizatuta dago linguistikoki. Euskaldunen proportzio handi batek kontsumo elebakarra egiten du: edo dena euskaraz edo dena erdaraz.

3)Belaunaldi zaharrek gazteek baino gehiago entzuten dute irratia.

4)Unibertsitateko ikasketak burutu dituztenek gainontzeko herritarrek baino gehiago pizten dute irratia.

5)EAEen, 45 urtez beherakoen artean musika-saioak dira gustukoenak, eta adin horretatik aurrera albistegiak lehenesten dituzte.

6)EAEko gazteek entretenitzeko entzuten dute irratia, eta helduek informatzeko.

7)Euskarazko kateak entzuteko orduan, oso lehentasun desberdinak agertzen dituzte Iparraldeako eta Hegoaldeko euskaldunek: lehenek gehienbat *Euskal Irratiak* sintonizatzen dituzte, eta bigarrenak *Euskadi Irratia* edo *Gaztea*.

8)Euskarazko kateek eta erdarazkoek publiko potentzial ezberdinak dituztela aintzat harturik, Hego Euskal Herrian erreferentzialak diren bi irratik euskaldunak dira euren balizko entzuleen artean penetrazio handiena dutenak, datu absolutuetan liderrak diren erdarazko kateak gaingitzen dituztelarik.

7. PRENTSA: OHITURA KOMUNIKATIBOEN LABURPENA

Euskal Herria 2007-2008: kultura ohiturak, praktikak eta kontsumoa txostenaren arabera, populazioaren %65ak egunkariak maiz irakurtzen zituen 2007an. Haatik, estatistika horrek dio EAEn %66k prentsa kontsumitzeko ohitura zuela (Kulturaren Euskal Behatokia, 2008: 50), baina *Euskal iritziz publikoaren urtekaria 2011* ikerketaren arabera, mendebaldeko hiru herrialdeetan %45ak baino ez ditu kazetak sarritan leitzen (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012c: 54). Berriz ere, datuen arteko desberdintasunak handiak dira. Halaber, ez da datu batere positiboa hiru euskaldunetik bik erdarazko prentsa euskarazkoa edo elebiduna baino nahiago zuela esan izan izana (Kulturaren Euskal Behatokia, 2008: 51). Ikasketa-mailak korrelazio positiboa du egunkaria irakurtzearekin, eta elebidunek elebazarrek baino gehiago irakurtzen dute⁹⁴.

Prentsa kontsumitzeko egunei dagokienez, Euskal Herriko erabiltzaileen %11k aitortzen du asteburuetan baino ez diola heltzen berripaperari, eta EAEn ere irakurleen proportzio nabarmen batek astean behin edo birritan baino ez du hartzen egunkaria irakurtzeko beta. Oro har, EAEn

⁹⁴[http://www.kultura.ejgv.euskadi.net/r46-](http://www.kultura.ejgv.euskadi.net/r46-estat/eu/estatistikak/Dialog/varvalV1.apl?tema=679&ma=px1527_e&ti=1_--%20IRAKURKETA%20ETA%20LIBURUTEGIAK%20-%201.12.a.-%20Pertsona%20elebidunak,%20egunkariak%20eta%20aldizkariak%20irakurtzeko%20nahiago%20duten%20hizkuntzaren%20arabera.%20%28%29&lang=2)

[estat/eu/estatistikak/Dialog/varvalV1.apl?tema=679&ma=px1527_e&ti=1_--%20IRAKURKETA%20ETA%20LIBURUTEGIAK%20-%201.12.a.-%20Pertsona%20elebidunak,%20egunkariak%20eta%20aldizkariak%20irakurtzeko%20nahiago%20duten%20hizkuntzaren%20arabera.%20%28%29&lang=2](http://www.kultura.ejgv.euskadi.net/r46-estat/eu/estatistikak/Dialog/varvalV1.apl?tema=679&ma=px1527_e&ti=1_--%20IRAKURKETA%20ETA%20LIBURUTEGIAK%20-%201.12.a.-%20Pertsona%20elebidunak,%20egunkariak%20eta%20aldizkariak%20irakurtzeko%20nahiago%20duten%20hizkuntzaren%20arabera.%20%28%29&lang=2)

egunkarietako kontsumo-joerak oso polarizatuak dira: adin-tarte, sexu eta adin guztietan gehiengoak edo ez du inoiz egunkaririk irakurtzen edo egunero irakurtzen ditu (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012c: 40).

EAEan, gizonak emakumeek baino prentsa gehiago kontsumitzen dute, eta 45 urtez gairik gabeko gazteek baino gehiago (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 4). Horretaz aparte, unibertsitateko ikasketak dituztenek gainontzekoek baino gehiago eta maizago irakurtzen dituzte egunkariak, nahiz eta ikasleen artean berripaperak erabiltzeko ohitura ez dagoen batere hedatuta (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 40-42). Hala ere, gazte euskaldun edota unibertsitarioren artean normalagoa da prentsa egunero begiratzea (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 74).

Hego Euskal Herriko lau herrialdeetako prentsa sistemak modu sasi-monopolistikoan funtzionatzen dute, egunkari batek erabiltzaileen gehiengo oso zabala biltzen baitu. Hala, idatzizko prentsaren gaineko kontrola dute *El Correo* (Arabak eta Bizkaia), *El Diario Vasco* (Gipuzkoan) eta *Diario de Navarra* (Nafarroan). CIESen datuetan oinarritutako ondorio hauek berresten dituzte Eusko Jaurlaritzarenak: *El Correo* eta *El Diario Vasco* dira EAEko talde guztietan gehien irakurtzen diren egunkariak (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2015: 8). Euskarazko egunkariei dagokienez, aipatzekoa da *Berriak* eta *Hitzak* emakume gazte zein ikasleen artean lortzen duen sarbidea (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 51-52). Aipatzeko modukoa da *Hitzak* guztien erabiltzaile kopuruak nazio mailako *Berriarena* gainditzen duela. Horrek azalduko luke *Hitzak* presente dagoen zonaldeetan gainontzeko

eremuetan oso apala den euskarazko prentsaren merkatu kuotak nabarmen gora egitea, CIESen datuen arabera.

Dena den, kontuan hartu behar da orain arte paperezko egunkarien datuez aritu garela, eta edizio digitalak ere aintzat hartu behar direla konbergentzia mediatikoaren aroan idatzizkoen erabileraren inguruko diagnosia egiteko. Bada, kontsumo tradizionala zein digitala aintzat hartuta, prentsa irakurtzen duten herritarren kopuruak gora egin du Hego Euskal Herrian, eta hazkunderik apalenak egunkaririk irakurrienek izan dituzte. Era berean, *berria.eus* azken urteotan gehien hazi diren kazeta digitalen artean dago, nahiz eta oraindik liderrengandik urrun jarraitzen duen hala paperean nola interneten.

Halaber, euskarazko tokiko prentsa sortzeko baldintzak eman daitezen argitalpenaren hedapen esparruan gutxieneko hiztun dentsitatea behar dela iradokitzen du egungo panoramaren analisi kuantitatiboak. Aldi berean, ez dirudi euskaldunen tokian tokiko proportzioak berdin eragiten duenik euskarazko prentsaren erabileran, nazio mailako egunkariaren datuen azterketak iradokitzen duenez. Izan ere, *Berriak* ez du, halabeharrez, zirkulazio altuagoa lortzen eskualde euskaldunagoetan. Hala ere, horrek guztiak ez du esan nahi tokiko eta nazio mailako prentsa publiko berbera lehiatzen dutenik, tokikoen eskaintza dagoen lekuetan ez baita korrelaziorik antzematen bi komunikabideen zirkulazioen artean: tokikoarenak gora egiten duen eskualdeetan *Berriarenak* ez du sistematikoki behera egiten, eta alderantziz. Publiko desberdinak, eduki desberdinak, eskaintza desberdina eta hedapen esparru desberdinak

dituzten hedabideez ari gara, eta, hortaz, euren emaitzen inguruko diagnosia bi plano interpretatibo ezberdinetan kokatu beharko litzateke.

Euskarazkoen publikoaren soslaiari dagokionez, aipatzekoa da azken CIESen arabera *Berriaren* eta *Argiaren* irakurleen erdiak baino gehiagok unibertsitate ikasketak dituela. Tokiko agerkarien kasuan, berriz, erdi mailako ikasketak dituztenek pisu handiagoa dute.

Bestalde, kirol-prentsak EAEko gizon gazteen artean duen arrakasta nabarmendu beharra dago. Adinean aurrera egin ahala behera egiten du egunkari mota horiek irakurtzeko ohiturak, eta gora prentsa generalista irakurtzekoak (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 51). Hala, gazteek kirolari buruzko atalak lehenesten dituzte, eta horien atzetik aipatzen dituzte Euskal Herriko berriak. 30 urtetik gorako belaunaldietan, berriz, bi atalik gustukoena ordena aldatzen da: Euskal Herriko albisteek dute sarbiderik handiena, eta euren atzetik kirola da aipatuena (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 25-26).

Orokorrean, EAEn emakumeek gizonek baino kontsumo dibertsifikatuagoa egiten dute, gustuko atalei dagokienez. Gainera, emakumeek tokiko albisteak gehiago balioesten dituzte, batez ere ikasketa-maila apalekoek. Gizonen artean, oster, aipatzekoa da unibertsitatera joan ez direnen artean nabarmen egiten duela gora egunkarian kirolak jarraitzen dituztenen proportzioak (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 46-47). Gazteen artean ere, zenbat eta ikasketa-maila baxuagoa izan orduan eta jende gehiagok aipatzen du kirola egunkariko atalik gustukoena dela. Era berean, ikasketa-maila

handitzen joan ahala gora egiten du Euskal Herriko, tokiko eta gizartearen inguruko atalak aipatzen dituztenen ehunekoak (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 157).

Ez du ematen beste hedabide-motekin alderatuta EAEko herritarrek egunkaria nahiago dutenik: entretenitzeko azken aukera da (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012c: 32), eta ikasteko zein informatzeko hirugarren aipatuena baino ez da (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 1-2), telebistaren eta interneten atzetik. Nafarroan berriz, prentsa da herritarren gehiengoak informatzeko nahiago duen komunikabide-mota (Consejo Audiovisual de Navarra, 2011: 25).

Ezin aipatu gabe utzi adineko belaunaldien artean eta ikasketa-maila altuko herritarren artean gora egiten duela egunkariak entretenitzeko erabiltzen dituztenen ehunekoak (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 2). Ildo berean, 45 urte baino gehiagoko pertsonen artean altuagoa da kazetak ikasteko kontsumitzen dituztenen proportzioak (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 4), eta gazteen artean euskara maila altua dutenek joera handiagoa dute prentsa informatzeko irakurtzeko (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 88).

Ipar Euskal Herrian, aipatzekoa da 1991an biztanleriaren %51k kazetak egunero irakurtzen zituela, eta ehuneko horrek gora egiten zuela euskara ondo zekitenen artean. Edonola ere, *Sud Ouest* zen, alde handiarekin, egunkaririk irakurrriena (Siadeco, 1991: 125), eta 1996ko estatistikek ere datu hori baieztatzen dute (Siadeco, 1996). Bestalde, *Euskaldunon Egunkariak* Lapurdiko euskaldunen artean barnealdeko herrialdekoen artean baino sarbide handiagoa zuen (Siadeco, 1991: 90. taula).

Horrenbestez, euskal herritarren prentsa kontsumoaren inguruko ondorioak ondoko puntuetan laburbil daitezke:

1) Kontsumo-joera polarizatuak nagusitzen dira EAEko herritarren artean: edo egunero irakurtzen dute egunkaria edo ez dute inoiz irakurtzen.

2) Gazteek helduagoek baino prentsa gutxiago irakurtzen dute.

3) Gizonek emakumeek baino gehiago leitzen dituzte berripaperak.

4) Ikasketadunek ikasketa-maila apalekoek baino ohitura handiagoa dute egunkariak begiratzeko.

5) Elebidunek erdaldunek baino gehiago erabiltzen dituzte egunkariak. Hala ere, elebidun gehienek erdarazko prentsa lehenesten dute.

6) Prentsa erabileraren aldetik, egoera sasi-monopolistikoa bizi dugu Euskal Herrian: *El Correo*k (Bizkaian eta Araban), *El Diario Vasco*k (Gipuzkoak), *Diario de Navarra*k (Nafarroan) eta *Sud Ouest*ek (Iparraldean) irakurleen gehiengo oso zabalak biltzen dituzte euren hedapen esparruetan.

7) Paperezko egunkarien kontsumoak behera egin arren, formatu tradizionalen zein audientziak batuz gero gora egin du prentsa irakurtzen duten herritarren kopuruak Hego Euskal Herrian, hazkunderik apalenak kazeta liderrenak izan direlarik.

8) Euskarazko tokiko prentsaren eskaintza gutxieneko hiztun dentsitate

bati argiki lotuta dago, baina prentsa nazionalaren azterketak iradokitzen duenez, ez dirudi euskaldunen proportzioak berdin eragiten duenik erabilera mediatikoan.

8. WEBGUNEAK: OHITURA KOMUNIKATIBOEN LABURPENA

Hasteko, nabarmendu behar da internet erabiltzen duten herritarren proportzioak nabarmenki egin duela gora azken urteotan. 2008an EAEko biztanleen %49,3 konektatzen zen internetera Eustat-en *Informazio Gizartearen Panorama* osatzeko galdeketa parte hartu aurreko hiru hilabeteetan (Eustat, 2009: 51), eta 2014an dagoeneko %67,9ak nabigatzen zuen maiztasun horrekin (Eustat, 2014:36).

Zehaztasunetan sartzen hasita, EAEko gazteek gainontzeko herritarrak baino maizago konektatzen dira eta denbora gehiago ematen dute interneten (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 40-41). Sexuen arteko desberdintasunei dagokienez, 30 urte baino gutxiago duten herritarren artean emakume gehiagok aitortzen du azken urtean internetera konektatu izana. Adin horretatik aurrera, oster, gizonen proportzio handiagoak dio aurreko hamabi hilabeteetan nabigatu duela (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 77).

Internetek gazteen artean duen predikamendua zein den jakinda, aurreikus zitekeen lan-egoeraren araberrako sailkapenean ikasleen artekoa izatea azken urtean konektatu zirenen proportziorik altuena. Gazteen arteko talde guztietan hamarretik bederatzik baino gehiagok zioen azken urtean konektatu dela, baina ehuneko horrek are gehiago egiten du gora euskara zein ikasketa-maila zenbat eta altuagoa izan (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 198).

Emakumeen zein gizonen artean, interneteko erabiltzaile gehienek egunero konektatzeko ohitura dute. Hala ere, aipatu beharra dago gizonen eguneroko kontsumorako joera handiagoa erakusten dutela, eta emakumeen artean hedatuago dagoela noizbehinkako kontsumo-patroia (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 79-80).

Halaber, ikasketa-mailak gora egin ahala eguneroko kontsumitzaileen ehunekoak gora egiten du biztanleriaren osotasuna aintzat hartuta (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 80), eta gazteen artean euskara zein ikasketa mailarekin korrelazio positiboa du eguneroko erabiltzaileen proportzioak (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 200).

Kontsumitzeko ordu kopuruari hitz egiten hasita, esan beharra dago gizonen kasuan hiru ordu baino gutxiago konektatzen direnen ehunekoak gora egiten duela ikasketa-maila apaleko taldeetan. Era berean, lau ordu baino gehiago konektatzeko ohitura hedatuago dago ikasketa-maila altuko gizonen artean (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 83). Hortaz, esan daiteke erabiltzaileen baitan ikasketa-mailak korrelazio positiboa duela kontsumitzaile-ordu kopuruarekin.

Gazteen artean, talde guztietan nagusi dira ordubete eta bi ordu artean konektatzen direnak, baina erdaldunek, gizonen eta unibertsitarioek besteek baino ordu gehiago ematen dituzte batez beste interneten nabigatzen (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 203).

Orain arte kontsumo ordu kopuruari buruz azaldutako guztiak lanegunei buruzkoak dira. Bada, asteburuetan EAEko herritarrek astean zehar

baino denbora gutxiago ematen dute konektaturik. Joera hori ikasketatalde guztietan eta gizonen zein emakumeen artean betetzen da (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 84-85). Gazteek ere lanegunetan ordu gutxiago eskaintzen dizkiote interneti larunbat eta igandeetan (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 206).

Era berean, gazteen ikasketek eta hizkuntza-gaitasunak korrelazio positiboa dute egunkari digitalak irakurtzearekin (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 228). Komunikabideen webguneak erabiltzen dituztenen artean egunkarietakoak dira arrakastarik handiena duten atariak, eta, funtsean, paperean ere emaitzarik onenak lortzen dituzten komunikazio proiektuak nagusitzen dira. Hala, *El Correo* edota *Diario Vasco*ren atarietara konektatzen dira dituzte komunikabideen webguneak erabiltzen dituztenen %62ak, *El País*ena %16ak, *Noticias* taldeko egunkariak %12ak eta *El Mundo*rena %11k. *Berriaren* webgunea %4ak baino ez du aipatu, eta *Nai*z, %7ak (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2015: 9). Komunikabideetan erdarazkoek dute nagusitasun erabatekoa joera orokorren isla dela esan daiteke. Izan ere, EAEko erabiltzaileen %97,2k gaztelaniaz nabigatzen du, eta euskaraz, ordea, %21,6k baino ez⁹⁵.

Neurri handi batean, CIESen datuek Eusko Jaurlaritzak egindako inkestek erakutsitako joerak berresten dituzte. Alabaina, euskarazko komunikabideen webguneen inguruko erabilera datuak urriak dira: datuok biltzerako orduan sistematizazio falta nabarmena dago, eta,

⁹⁵

http://eu.eustat.eus/ci_ci/elementos/ele0000800/tbl0000808_e.html#axzz3lKVD6DRT

hortaz, ondorio sakonak ateratzea ez da lan erraza. Alde batetik, CIESek eskaintzen dizkigun estatistika apurretatik esan dezakegu *berria.eus*-en erabiltzaile kopuruak etengabe egin duela gora azken urteotan. Haatik, erdarazko egunkarien atarien emaitzengandik urrun jarraitzen dute euskarazko kazetarenek. Beste alde batetik, euskarazko komunikabideek zuzenean eskaini dizkiguten datuek iradokitzen dute euren webguneetako erabiltzaile kopuruak hazkunde prozesu jarraitua bizi izan duela azken urteotan (*zuzen.eus* litzateke salbuespena). Halaber, asteburuetan eta udan (bereziki abuztuan) euskarazkoen atari digitaletara jotzen duten lagunen kantitateak behera egiten duela iradokitzen digute datuok.

Gehienbat, EAEko herritarrek informazioa bilatzeko erabiltzen dute internet, baina gazteen artean gora egiten du nabarmen deskargak eta deiak egiteko edo sare sozialetan ibiltzeko erabiltzen dutenen proportzioak (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 94-97). Gainera, sare sozialek gazteen artean duen sarbideak gora egiten du ikasketa-maila zenbat eta txikiagoa izan, eta hizkuntza-gaitasuna zenbat eta handiagoa izan (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 238).

Teknologiekin txarto moldatzen direnen ehunekoak progresiboki egiten du gora belaunaldi gazteenetik hasi eta adinekoetara arte. Gainera, adin-tarte guztietan ondo moldatzen direla aitortzen duten gizonen ehunekoa emakumeena baino altuagoa da. Ikasketa-maila zenbat eta altuagoa izan orduan eta txikiagoa da teknologiarekin moldatzeko arazoak dituztenen proportzioa (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 73-74).

Internet entretenezko bigarren hedabide-motarik gustukoena da

EAEko herritarrentzat, bakarrik telebistaren atzetik. Informatzeko ere bigarren aipatuena da, baina formatzeko herritar proportzio handienak aukeratzen duen komunikabidea da internet (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012c: 32-34). Interneten albisteak irakurtzen dituztenen artean, webguneak dira informazio iturriarik aipatuena (%77). Haren atzetik datoz Facebook (%39), Twitter (%20) eta, azkenik, blogak eta foroak (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2015: 8). Nafarroari dagokionez, informatzeko hirugarren hedabide-motarik aipatuena da internet (Consejo Audiovisual de Navarra, 2011: 25).

Ikasketa-mailak korrelazio positiboa du entretenitzeko, formatzeko, eta informatzeko internet nahiago dutela dioten herritarren proportzioarekin, baita oro har euren hedabiderik gustukoena dela diotenekin. Adinari dagokionez, belaunaldi gazteetan helduagoetan baino askoz gehiago dira internet entretenitzeko, formatzeko zein informatzeko lehen aukera gisa dutenak. Erabilera zehatzak alde batera utzita ere, internet beste komunikabide guztien aurretik lehenesten duten gazteen proportzioa handiagoa da (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 2-8).

Hala, EAEko gazteen artean gehiengoak internet lehenesten du entretenitzeko eta formatzeko (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 2-4). Informatzeko, berriz, bigarren aipatuena da emakumeen artean eta lehena gizonen artean (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 88). Erabilerak erabilera, internet gazteen gehiengoak aipatzen du internet dela bere hedabiderik gustukoena (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 8). Gazteen euskara-mailari dagokionez, zenbat eta handiagoa izan orduan eta handiagoa da internet entretenitzeko,

formatzeko eta informatzeko lehen aukera gisa aipatzen dutenen proportzioa, baita hedabide gustukoena dela diotenena ere. Halaber, EAEko gazte abertzaleen artean unionisten artean baino ohikoagoa da entretenitzeko webguneak nahiago izatea (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 82-91). Internet lehenesten dutenen proportzioa altuagoa zen gizonen artean, bai oro har bai aipatutako erabilera guztiak betetzeko.

Aurreko orrialdeetan bildutako datuak aintzat harturik, ondorengo zazpi zertzeladetan aurkeztuko ditugu interneteko kontsumo-ohituren inguruko ondorio nagusiak:

- 1)EAEko gazteek maizago erabiltzen dute internet, eta denbora gehiago ematen dute konektaturik.
- 2)Gazteen ikasketa zein euskara mailak korrelazio positiboa du internet gehiago erabiltzearekin.
- 3)Biztanleria guztia aintzat hartuta, ikasketa-maila altukoek besteek baino maizago konektatzen dira, eta denbora gehiago ematen dute nabigatzen.
- 4)Asteburuetan lanegunetan baino ordu gutxiago eskaintzen diote interneti EAEko herritarrek.
- 5)Gazteak nagusiagoak baino hobeto moldatzen dira teknologia berriekin, eta gizonak emakumeak baino hobeto. Ikasketa-maila handitu ahala egiten du behera txarto konpontzen direnen proportzioak.
- 6)Oro har, ikasketa-mailak korrelazio positiboa du internet hedabiderik

gustukoena izatearekin, eta adinak, berriz, negatiboa.

7)Herritarrek erdaraz nabigatzen dute euskaraz baino gehiago, eta erdarazko komunikabideen webguneak euskarazkoenak baino erabiliagoak dira.

9. SARE SOZIALAK: OHITURA KOMUNIKATIBOEN LABURPENA

EAEko biztanleriaren herenak sare sozialak erabiltzeko ohitura zuen 2011n. Sareen artean Facebook zen erabiliena, alde handiarekin. Soilik gizon gazteen artean lortzen zuen beste sare batek erabiliena izatea, Tuentik, hain zuzen ere. Twitterrek, berriz, 30 eta 64 urtekoen artean lortzen zuen arrakastarik handiena (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 101).

Tuentiren kontsumitzaile proportzioak korrelazio negatiboa zuen ikasketa-mailarekin. Blogen erabiltzaile kopuruak, berriz, gora egiten zuen nabarmenki unibertsitateko ikasketak zituzten gizonen zein emakumeen artean, helduen (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 102) zein gazteen artean (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 263).

Gazteen kasuan, lotura argiak zeuden erabiltzen zuten sare sozialaren eta ikasketa zein euskara mailaren artean. Hasteko, Facebookeko erabiltzaile gazteen ehunekoak gora egiten zuen ikasketa-maila zenbat eta altuagoa izan, baina korrelazio negatiboa zuen hizkuntza gaitasunarekin (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 257). Tuentirekin hain justu kontrakoa gertatzen zen: gora egiten zuen kontsumitzaileen proportzioak ikasketa-maila baxukoan eta euskara-maila altukoan artean (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 259). Azkenik, Twitterren erabiltzaile kopuruak altuagoak ziren ikasketa-maila handiko herritarren artean (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 261).

Sareen erabilgarritasunaren inguruan galdetu zitzaientean, argi gelditu zen lagunekin komunikatzeko erabiltzea askoz ohikoagoa zela gazteen artean (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 51). Hala ere, telefonoa zen adiskideekin hitz egiteko biderik erabiliena, 15 eta 17 urteko nerabeen artean salbu, horiek sareak lehenesten baitzituzten (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 71).

Familiarekin komunikatzeko, berriz, telefonoa zen biderik hautatuena gazteen baitako talde guztietan (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 273). Sareak, oro har, familiarekin eta lagunekin komunikatzeko erabiltzen ziren belaunaldi guztietan, eta informatzeko erabiltzen zituztenen kopuruak 30 eta 45 urtekoen artean jotzen zuen goia (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013: 104). Hala ere, esan beharra dago sareak lagunekin eta familiarekin komunikatzeko erabiltzen zituzten gazteen proportzioak korrelazio negatiboa zuela ikasketa-mailarekin (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2012b: 267).

2015erako, berriz, albisteak sare sozialen bidez irakurtzeko ohitura oso errotuta dago EAEn. Internet informatzeko erabiltzen dutenen %39k Facebook lehenesten du, eta beste %20 batek Twitter darabil helburu berberarekin (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2015: 8).

Batez beste, EAEko herritarrek iratiak emandako informazioarengan dute konfiantza gehien, hamarretik 5'9 puntu ematen baitizkiote (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2015: 13). Haren atzetik datoz prentsa idatzia (5'6), telebista (5'1), Twitter (4'6), Facebook (4'5) eta whatsapp (4). Bistan denez, sare sozialen bidez zabaldutako informazioak

ez du gutxieneko fidagarritasun mailarik lortzen inkestaturen irudiko. Horri dagokionez, nabarmentzekoa da gipuzkoarrek eta bizkaitarrek arabarrek baino gehiago sinisten dutela Twitter edo Facebook bidez zabaldutako albisteengan, eta adinaren aldetik gazteenak gehiago fio direla sareetako informazioaz (Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2015: 54).

Halaber, mailaketa argia dago euskarazko komunikabideen Twitter kontuen jarraitzaile kopuruan. Alde handiarekin, *@berria* da konturik jarraituena, eta 30.000 jarraitzaileen langa gaindituta. Bigarren maila batean leudeke *@argia* eta *@gaztea*, 20.000 jarraitzaileak gaindituta. Hirugarren eskailera batean *@hamaikaTB*, *@euskadi_irratia*, *@topatuinfo* eta *@eitbAlbisteak* daude. Horrez gain, tokiko zenbait komunikabidek lortzen duten jarraitzaile kopuruak erakusten du euren hedapen esparruko informazioa jasotzeko proiektu erreferentizlak izatea lortu dutela, ez bakarrik bertako erabiltzaileentzat, baizik eta Euskal Herriko beste zonaldeetakoentzat ere.

ONDORIOAK

Hondarreko hausnarketak

1. HONDARREKO AZALPEN LABURRA

Edozein ikerketaren hondarreko gogoeta egitea beti izaten da atzera begirako ariketa. Bada, gure kasuan marko teorikoaren hasieran planteatu genuen ikerketa-galdera nagusia erabili dugu azken hausnarketa hau egituratuko duen oinarri gisa. Irakurleak gogoratuko duenez, hauxe izan zen gure buruari egin genion itauna:

Zeintzuk dira ukipen egoeran dauden hizkuntza gutxituetako hiztunek hizkuntza horretako komunikabideak kontsumitzeari (edo ez kontsumitzeari) lotuta agertzen diren faktoreak?

Alabaina, enbor zentral hori elikatzeko eta edukiz hornitzeko adar gisa erabiliko ditugu gure ikerketaren hiru helburu zehatzak. Hain zuzen ere, ondorengoak dira tesiaren hasieratik bete nahi izan ditugun xede espezifikoak:

1) Euskaldunek (bereziki) euskarazko komunikabideekiko dituzten iritziei, ohiturei eta jarrerei lotutako aldagai linguistikoak zein estralinguistikoak identifikatzea.

2) Euskal herritarren eta, bereziki, euskal hiztunen kontsumo mediatikoaren inguruko lan estatistikoak biltzea.

3)Euskarazko hedabideen inguruko literatura eta beste hizkuntza gutxituetako sektoreen ingurukoa aztertuz, elkarri elikatzeko bideak irekitzea.

Bada, osagai hauek ardaztuko dute jarraian egitera goazen hausnarketaren narrazioa, hiru urtez luzatutako ikerketa proiektu honetan landutako kontzeptu eta ideia garrantzitsuenen sintesi interpretatiboa izan nahiko lukeena. Punturik funtsezkoenak letra lodiz nabarmendu ditugu, irakurketa errazteko asmoz.

2. ONDORIO NAGUSIAK

2.1. ERREALITATE SOZIOLINGUISTIKOAREN ETA KONTSUMOAREN ARTEKO HARREMANA

Lehenik eta behin, **nabarmendu nahiko genuke tokian tokiko errealitate soziolinguistikoak ez duela bere kabuz euskarazko hedabideen kontsumo maila azaltzeko indar nahikoa**. Ingurunearen baldintza linguistikoak euskaldunek euskarazko komunikabideak erabiltzeko akuilu edo galgarri nagusien artean daude, baina beste aldagai batzuk ere aintzat hartu behar dira ikergaiaren interpretazio konplexu eta aberatsa emateko. Hasteko, testuinguru makroari erreparatzeaz gain norbanako/kontsumitzailearen bizipen linguistiko zehatzaren dimentsio sozialari zein kognitiboari erreparatu behar diogu. **Hala, norbanako bakoitzaren identitatea, hizkuntza gaitasuna eta harreman sarearen ohiko hizkuntza** euskarazko hedabideen kontsumo maila azaldu ahal izateko ezinbesteko faktoretzat ditugu. Tesiaren sarreran azaldu dugun moduan, euskaldunen eta elebakar erdaldunen arteko banaketa soziogeografikoa ez da duela zenbait hamarkada bezain argia, eta horrenbestez inguru geografikoaren baldintza linguistikoek ez dute isla automatikorik aipatu berri ditugun hiru puntuetan. Hots, herri *osoraldaldunetan* identitate linguistiko zein lagunarte euskalduna eta euskara maila bikaina duten hiztunak ez dira salbuespena gaur egun, ezta herri *osoenuskaldunetan* erdara testuinguru informalean erabiltzen duten, harekin identifikatzen diren eta euskaraz ondo moldatzen ez direnak ere.

Alta, **bizitokiko egoera soziolinguistiko orokorrak badu isla zuzena kontsumoan eragin argia duen beste faktore batean**, hain zuzen ere **euskarazko hedabideen eskaintza osotasunean**. Izan ere, analisi kuantitatiboak adierazi digu tokiko prentsaren existentzia gutxieneko masa kritiko bati lotuta dagoela, alegia, gutxieneko hiztun dentsitatea duten eremuetan sortzen direla euskarazko agerkari gehienak. Hala, inguru geografiko orokorrean euskara indartsu denean euskaraz kontsumitzeko aukerak handiagoak dira, eskaintza askoz ugariagoa delako hizkuntzaren arnagune geografikoetan. Azken urteotan errealitate hori gainditzeko urrats garrantzitsuak eman badira ere, oraindik orain euskarazko tokiko komunikabideen eskaintzak hizkuntzaren arnagune tradizionalen mapa erreproduzitzen du hein handi batean. Kontuan hartu behar da **eskaintzaren osotasunak eta harekiko pertzepzioak kontsumoan eragiten duela**, eta eskualde oso euskaldunetako tokiko prentsa sabuetsita, oro har erdarazko komunikabideen eskaintza askoz oparoagoa dela.

Aldagai horrek azalduko luke euskarazkoen merkatu kuota erdarazkoena baino baxuagoa izatea hedabide-mota eta eskualde gehienetan. *Gebietenan* diogu, hirugarren edo laugarren zonalde soziolinguistikoetako⁹⁶ zenbait eskualdetan euskarazko irrati, telebista eta egunkarien indarrak gora egiten baitu nabarmen. Hala ere, Txillardegiren soziolinguistika matematikoa aplikatuko bagenu konturatuko ginateke euskararen ezagutza sozialki hain hedatuta ez dagoen hainbat eskualdetan

⁹⁶ Gogora ekarri nahi dugu V. Mapa Soziolinguistikoaren definizioaren arabera, hirugarren zonalde soziolinguistikoan biztanleriaren %50 eta %80 artean da euskalduna, eta laugarrenean, %80tik gora (Hizkuntza Politikarako Sailburuordetza, 2011: 25).

euskarazko hedabideen erabilera *espero zitekeena* baino altuagoa dela. Gure irudiko, horrek ez luke esan nahi motibazio indartsu batek, berez, ingurunearen baldintza objektibo zailak gaindi ditzakeenik, baina bai zirkustantziek paratzen dituzten mugei aurre egiten laguntzen duela.

Sanchez Carrionek azaltzen duenez, hizkuntzen arteko ukipen egoerako testuinguruetan hizkuntza menperatzaileak gutxituari eragiten dion inposatze-indarra kalkulatu daiteke, hizkuntza bakoitzak eremu jakin horretan betetzen dituen funtzio-mailak alderatuz (Sánchez Carrión, 1991: 351). Hala, euskarak presentzia publiko eta babes instituzional urria duen zonalde batean bizi den euskal hiztunak bere ardura komunitateak bizi duen zapalketa modu agerikoagoan hautemango du egunerokotasunean, euren identitate kolektiboa berresteko joera baitute gutxiengo baten partaide izatearen kontzientzia duten norbanakoek (Gordon, 1968).

2.2. IDENTITATEA, KONTZIENTZIA ETA KONTSUMOA

Aurreko puntuko azken paragrafoan eremu erdaldunetako euskaldunen **euskarazko kontsumo mediatikoa ulertzeko bi elementu gizarri** aipatu ditugu, **identitatea eta kontzientzia**. Izan ere, baldintza objektibo zailetan korrontearen kontrako hautu linguistikoak sarritan oinarri identitario eta militantea duela identifikatu dugu, baita hedabideen erabileran ere. Hala, euren nortasunaren parte sentitzen duten hizkuntza (euskara) aurrez aurreko harremanetan erabiltzeko zailtasuna duten

norbanakoek komunikabideak hizkuntzarekin eguneroko kontaktua bermatzen duen espazio gisa erabil ditzaketela planteatzen dugu. **Konbergentzia mediatikoaren aroan, hedabide digitalek muga geografikoak gainditzen dituzte eta arnasmune ez fisiko gisa erabil daitezke, alegia, espazio geolinguistiko gisa** (Sinclair, Jacka eta Cunningham, 1996; Amezaga, 2007).

Bidenabar, hausnarketa ildo honek hizkuntzaren eta identitatearen arteko lotura jorratzera garamatza. Sakoneko elkarrizketetan behatu ahal izan dugunaren arabera, **euskarazko komunikabideen erabilera (ezak) eta erabilera horren bitartez ase nahi diren beharrianak nabarmenki alda daitezke hizkuntzarekiko motibazioarekin batera.** Hala, kontsumo mediatikoaren eta bereziki euskarazko kontsumo mediatikoaren inguruan bi framing oso desberdin antzeman ditugu: militanteagoa bata; hedonistagoa, bestea. Lehenengo erabilera motan, euskarazko hedabideen aldeko hautu aktibo bat dago. Norbanakoaren testuinguruaren arabera, arrazoi zehatzak aldatu daitezke: besteak beste, hizkuntzarekin lotura mantendu nahi duelako, proiektu zehatzak babestu nahi dituelako, komunikabideek normalizazio linguistikoan zeregin zentrala dutela uste duelako edota aurrez aurreko harremanetan ere egunero euskaraz bizi delako erabil ditzake hiztun kontzienteak euskarazko hedabideak. Bigarren erabilera motan, berriz, ez da azentua *kodean* (euskaran) jartzen, baizik eta edukian. Kasu horretan, hedabideak ez dira kontsumitzen *euskarazkoak direlako*, baina euskarazkoek gustuko saio mota eskainiz gero aukera probestuko du erabiltzaile banalak. Hautu mediatikoa irizpide instrumentalagoetan oinarritzen da erabilera tipologia honetan, eta euskararekiko jarrera ere halakoa dela identifikatu dugu tankera horretako kontsumoa egiten dute solaskideengan.

2.3. ESKAINTZA OSOTASUNAREN GARRANTZIA

Publikoaren motibazio aniztasunaren ondorioz, **funtssezkoa litzateke hizkuntza gutxituan aritzen diren komunikabideen eskaintza osatua izatea** (Moring, 2007), **erabiltzaile soslai posible guztietara heltzeko ahalmena izateko**. Ziur aski, hedabideen *kodearekiko* motibazioaren arabera aldatuko da erabiltzailearen lehentasun mediatikoak, edukiek dagokienez. Alde batetik, euskara ardura komunitate duten kontsumitzaileek eduki autoerreferentzialak eskatzeko joera agertuko dute, beharizan etnolinguistikoak ase nahian (László eta Moring, 2013). Euskararekiko atxikimendu pertsonal hain estua ez duten erabiltzaile potentzialentzei, berriz, *beste edozein hizkuntzatan* jaso daitezkeen edukiak eskaini beharko zaizkie erdarazkoetara joko ez badute, hots, beharizan arruntak (Aksoy eta Robins, 2003) asetzeko materialak eskaini beharko zaizkie.

Euskal hiztun taldea zirkulu kontzentrikoz osatuta badago (Sánchez Carrión, 1991: 203), euskarazko hedabideek eskaintzen dituzten edukien arabera uztai periferikoetara edo erdigunera iristeko erraztasun handiagoak izatea aurreikus daiteke. Planteamendu honek inplikazio sakonak ditu, batez ere informazioaren esparruari dagokionean. Izan ere, sakoneko elkarrizketetan azaleratutako zenbait diskurtsok iradokitzen digu pertenenentzia linguistikoen arabera aldatu egiten dela neutraltasun informatiboaren inguruko pertzepzioa. **Ama hizkuntzak eta eguneroko hizkuntza erabilerak pertenenentzia linguistikoa auresan dezakete, eta horrek euskarazko hedabideei eragiten die, nortasun**

horien arabera aldatu egiten delako *normaltasunaren* ideia.

Identitate likidoen garaian omen gaude (Bauman, 2002), eta nortasunaren indibidualizazio eta subjektibazio prozesua eman denik ez dugu guk ukatuko, baina oraindik orain oinordetzan jasotako elementu kulturalak identitatea konfiguratzeko orduan elementu gakoa direla iradokitzen digute burututako analisi kualitatibo zein kuantitatiboak.

2.4. ILDO EDITORIALAREN ROLA

Hala, nortasun linguistikoak euskarazko hedabideen ildo editorialaren inguruko iritziak ere baldintzatzen ditu. Oro har, **solaskideen irudikapenetan identifikazio oso estua ematen da abertzaletasunaren eta euskarazko komunikabideen artean**, hain estua non euskarazko hedabideei buruz galdetzean zenbait solaskidek batez ere erdaraz diharduten egunkari edo telebista abertzaleak aipatu baitzituzten. Oro har, harreman sinbiotiko horretan euskara da menpeko elementua, analogia bi norabidetan egiten baitute solaskideek, euren diskurtsoetan ideologiak hizkuntzaren kokaleku zentrala hartzen duelarik arlo sinbolikoan zein praktikoan. Edonola ere, elkarrizketatuen ezaugarrien arabera argiki aldatzen dira euskarazko hedabideen eta abertzaletasunaren arteko lotura horri erreferentzia egiteko moduak. Euskarazkoen ildo editoriala abertzalea denik nabarmentzen ez duen diskurtsoa euskararen erabilera maila altuari lotuta agertu zaigu batez ere; gure irudiko, gisa horretako egunerokotasun linguistikoa bizi duten solaskideek ideologia hori *normaltasunean* kokatzen duten seinale litzateke. Euskarazko hedabideak abertzaleak direla espezifikoki aipatzeko joera, berriz, errealitate linguistiko erdaldunagoei lotuta agertu da, eta, gure

interpretazioaren arabera, horrek esan nahiko luke testuinguru euskaldunagoan neutrotzat jo den ildo editorial hori lerratutzat jotzen dela.

Normaltasunari buruz aritzen garenean, hitzaren bi aldaerez ari gara, alegia, *obikoa* denaz eta *arauzkoa* denaz. Hortaz, euskal hiztun taldearen periferietan **euskarazko komunikabideekiko existitu daitezkeen aurreiritzi politiko negatiboak gainditzeko hauen presentzia publikoa landu beharra dago, habitus historikoa** (Sintes, 2003), **edo ohitura, kontsumoa euskaraz edo erdaraz egingo den definitzeko aldagai garrantzitsua baita.** Ez gara hainbeste ari komunikabide jakin batek duen urte kopuruari buruz, baizik eta gizarte testuinguru jakinetan izandako sarbide efektiboaz. Argiago esatearren: etxean betidanik *El Correo* ikusi duen Guardiako 25 urteko gazte batek ez du *Berria* normaltasunez hartuko, jaio zenean haren aitzindaria dagoeneko existitzen zen arren; etxean ez bada, tabernako barraren gainean ikusi behar du egunero. Erdarazko hedabideak erabiltzera ohituta dauden lagunei euskarazkoen edukiak, ikuspegiak eta are formatuak arrotz gerta ez dakizkien mesedegarria litzateke haiekiko *esposizio* edo *kontaktu* minimo bat ziurtatzea. Izan ere, komunikabideen presentzia nonahikoa bilakatu da, neurri handi batean *kontsumitzailerik* izatetik *kontsumitu* izatera igaro garelarik. Euren presentzia publikoaren bitartez pasiboki kontsumitzen gaituzten hedabideen artean euskarazkoak ere presente egotea garrantzitsua da euren zilegitasuna geruza sozial guztietara hedatzeko.

Halaber, euskarazko proiektu jakinei lotutako zenbait iritzi giro hauteman ditugu gure elkarrizketa saioetan, betiere nortasun eta praktika linguistiko-mediatikoei lotutakoak. Hala, ETB1en programazioa errepikakorra eta zaharkitua den ideia oso transbertsala da; katearen edukiak irudi etniko-folkloriko batekin lotzeko joera, berriz, ama hizkuntza erdara duten solaskideen artean baino ez dugu antzeman. Era berean, *Berria* ezkerrekotzat eta abertzaleztat hartzen dute gehienek, baina Ezker Abertzalekoa den ustea *El Correo* edo *Diario Vasco*ren ohiko irakurleen artean topatu dugu batez ere. Tokiko hedabideen kasua salbuespen gisa har genezake, oro har ez baitzaie lerratze politikorik antzematen. Hala ere, tokikoen politikoki neutraltzat hartzea hedabide horiek jorratzen dituzten edukiekin lotura duela uste dugu, alegia, herri mailako albisteak despolitizatuak edo osagai gatazkatsurik gabekoak diren sinesmen hedatuarekin. Edonola ere, **euskarazko komunikabideekiko iritziak hizkuntza nortasunari lotuta** egoteak tokian tokiko errealitatera egokitzea eskatzen du, geografikoki trinkoak ez diren hiztun komunitateetan betekizun desberdina izan baitezakete komunikabideek leku batean edo bestean (Moring, 2007).

2.5. HARREMAN SOZIALAK ETA KONTSUMO MEDIATIKOA

Euskarazko hedabideek erdarazko *Pusb* kulturala (Lull, 2006) duten balizko erabiltzaileen artean arrakasta lortzea zailagoa da, eta kontsumo mediatikoaren baitako hautu linguistiko horretan dimentsio erlazionala aldagai erabakiorra da. Izan ere, analisi kualitatiboan detektatutako hainbat ideiek aditzera ematen digute **aurrez aurreko harreman**

sareetan ematen den hizkuntza erabilera kontsumo mediatikoan islatzen dela. Telesail bat ikustea, irratsaio bat entzutea edo zutabe bat irakurtzea ezin da esposizio hutsera murriztu, kontsumitutako edukia gertuko pertsonekin partekatzea ekintzaren beraren funtsezko elementua baita, eta, hortaz, harreman sare horretan gehien erabiltzen direnak ikus/entzun/irakurtzera joko baitute euskaldunek ere. Etxe linguistikoki mistoetan bizi diren euskaldunen askorentzat ez da posible izaten euskarazko komunikabideak erabiltzea, hain zuzen ere kontsumoaren arlo soziala (Landabidea, 2013) dela eta. Testuinguru domestikoan antzina sutondoari ematen zitzaion erabilera ematen zaio gaur egun telebistari, bizikideen arteko agora edo topaleku sozial bilakatzen baita. Telebista sozializazio horren parte izan daiteke, emititzen ari diren saioak interakzioaren funtsezko elementu denean (alegia, elkarrizketa ikusten ari diren programari buruzkoa denean), edo sozializazioaren lekuko hutsa izan daiteke, bigarren planoan geratzen den eta hizketan ari diren pertsonen arteko interakzioan parte hartzen ez duen objektu soil gisa.

Era batera edo bestera, faktore psikosozialak tarteko, ez da beharrezkoa etxe mailako ekosistema linguistiko horietan elebakarrak gehiengoa izatea kontsumo mediatiko partekatu guztia gaztelaniaz edo frantsesez izateko, partaide erdaldun bakar bat nahikoa izaten baita horretarako. Aldebakarreko elebitasun sozialaren ondorioei itzuri egitea eta errealitate linguistiko mestizo hauetako kontsumoa erakartzea estrategikoa izango da euskarazko hedabideen sektorearentzat etorkizun hurbilera begira. Azpтитuluen orokortzeak eta euskarri grafikoen erabilera selektiboak muga linguistikoak apurtzen lagunduko luke, eta erdarazko kateetan euskara bisibilizatzeak ere hizkuntzaren onarpen sozial aktiboa susta lezake.

Hortaz, erdal mundua euskararekiko iragazkorra izan dadin lortzea ezinbestekoa da euskarazko hedabideetako erabiltzaile potentzial askok hauek ikus/entzun/irakurtzeko benetako aukera izan dezaten. Haatik, elebakarrekin bizi diren euskaldunak euskarazko hedabideen publiko potentzialetik kanpo ez gelditzera zuzendutako neurriak oso inportanteak diren arren, horiek bezain garrantzitsuak dira balizko erabiltzaileen kopurua handitzera, alegia, erdaldunak erakartzera zuzendutakoak. Bietan ala bietan, hizkuntza politika eraginkorra litzateke katalizatzaile posible bakarra: **espazio soziogeografiko guztietan euskararen gutxieneko presentzia bermatzea ezinbestekoa da euskarazko hedabideak kontsumituak izateko baldintzak eman daitezen.**

2.6. HIZKERA, IDENTIFIKAZIORAKO TRESNA

Bestalde, **hedabideek erabiltzen duten hizkera kontsumitzaileen identifikaziorako tresna indartsuenetako bat dela ondorioztatu dugu gure analisi kualitatibotik.** Horrekin lotuta, euskarazko hedabideen erregistroarekiko pertzepzioa hedabide motaren eta hedapen esparruaren arabera aldatzen dela pentsatzeko zantzuak atzitu ditugu sakoneko elkarriketetan. Hala, nazio mailan banatzen diren idatzizko komunikabideek erregistro jasoegia erabiltzen dutela iritzi nahiko zabaldua da gure lagineko mintzaideen artean; tokiko agerkarien erregistroa, berriz, neutroagoa edo ulergarriagoa dela sumatzen da. Oro har, pertzepzio desberdintasun hori edukietan oinarritzen dela esango genuke: nazio mailako idatzizko agerkariek lantzen dituzten albisteetan teknizismoak edo lexiko espezializatua erabiltzea eskatuko dute sarritan,

eta tokiko prentsak gai ez hain sakonak jorratzen dituen ustea nagusitzen da. Irratiari, eta, bereziki, telebistari dagokionez, ikusizko eta entzunezko elementuek ulermena errazten duten inpresioa sumatu dugu.

Hortaz, **euskarazko komunikabideen ulergarritasunarekiko pertzepzioetan hedabide moten arteko mailaketa bat ematen da, hizkuntza gaitasunari estuki lotuta dagoena, eta, hortaz, ezin da pentsatu hedabide guztien publiko potentziala berdina denik.** Euskarazko telebistaren publikoa euskara ulertzeko gai diren guztiek osatuko lukete, alegia, elebidunek zein elebidun pasiboek. Irratiaren kasuan, ikusizko elementuek txertatzen duten testuingurua ez izateak ulergarritasuna zailduko luke, eta elebidun pasiboak publiko potentzialetik kanpo leudeke. Idatzizkoetan, oster, ahozko ulermena ez litzateke nahikoa, eta elebidun alfabetatuak baino ez lirateke hartzaitzaren parte. Erabiltzaile posibleen estratifikazio horrek euskarazko hedabideen arrakastaren inguruko irakurketak berrikustea ekarri beharko luke, halaberharrez.

Alabaina, euskarazko komunikazioaren kasuan, ulergarritasuna eta hedabideekiko identifikazio maila ez lirateke soilik hizkuntza-erregistroan oinarrituko, hizkuntza-aldaera (des)konexio mekanismo are ahaltsuagoa dela esan baitaiteke. Oro har, **euskalkien erabilera mediatikoaren aldeko diskurtsoak bildu ditugu, baina beraien presentziaren aldeko aldarria ahozkitasunari eta tokiko esparu mediatikoari lotuta agertu da gehienbat.** Aldaera dialektalak nazio mailako edo idatzizko hedabideetan erabiltzearen egokitasunaren inguruan, berriz, zalantza gehiago agertu dituzte gure lagineko partaideek. Gainera,

hizkuntza-nortasunak, erabilerak eta motibazioak ere hedabideetan euskalkiekin topo egiteko prestutasunean eragin dezakeela iradokitzen dute erdal ingurune sozialeko zenbait mintzakideren hitzek. Ondorioz, euskarazko komunikabideen dialektalizazioa (edo dialektalizazio eza) erabiltzaileen errealitate linguistikoa islatzen duen heinean suertatuko da erakargarria. Esaterako, euskara batuan aritzen diren komunikabideak ulertzeko zailtasunak aurkitu ditugu euskararen lurralde tradizionalaren periferia geografiko-dilektaletan bizi diren solaskideen artean.

Euskara batuaren lexikoa eta gramatika hedatzeko tresna indartsua (izan) dira komunikabideak, baina oraindik orain zaitasunak daude hizkuntza aldaera estandarra hiztun guztien artean normalizatzeko. Morfologikoki, sintaktikoki eta lexikoki euskara batuarengandik urrun dauden euskalkiak ama hizkuntza dituzten eta euskaraz alfabetatu gabeak diren solaskideen diskurtsoengan sumatu dugu, batez ere, hizkuntza estandarra (batez ere idatziz) ulertzeko zailtasuna, eta, kasu batzuetan, predisposizio psikologiko negatiboa. Kontuan hartu beharko genuke dialektizazio indartsua duten hizkuntza testuinguruetan aldaera estandarizatuarekiko atxikimendu praktikoa eta sinbolikoa lortzea prozesu luzea izan dela kasu guztietan, eta are luzeagoa izan behar duela, halaber, euskararen kasuan. Izan ere, hizkuntza estandarren orokortzea estatuaren baliabideen bitartez gauzatu da tradizionaliki, eta euskarak ez du, gaur gaurkoz, lanabes hain indartsurik eskura. Teknologiaren eta garraioen garapenak prozesu soziohistorikoen bilakaera azkartu duen arren ez genuke perspektiba galdu beharko: euskara batuak ez du 50 urte, eta euskarazko egunkariak, ezta 30 ere. Atsekabegarria suerta daiteke azken hamarkadetan normalizazioaren alde egindako ahalegin eskerga ikusita, baita hizkuntza gaitasun formalen esparruan lan handia dago egiteke

euskaldunen artean, bai maila absolutuan (alfabetatu gabeen kasuan) zein erlatiboan (erdaraz euskaraz baino hobeto irakurtzen eta idazten duten hiztunen kasuan).

2.7. ERREFERENTZIA EREMUAK

Puntu honetara iritsita, azpimarratzeko modukoa da **Euskal Herriaren banaketa politiko-instituzionalaren isla dela euskarazko hedabideekiko identifikazioa**, arrakala nabamena antzeman baitugu Hegoaldeko eta Iparraldeko elkarrizketatuen diskurtsoetan. Izan ere, hedapen esparru nazionala duten euskarazko komunikabideak *Hegoaldeko* hartzeko joera antzeman dugu Ipar Euskal Herrian izandako solasaldi guztietan, eta sentimendu hori ulertzeko hedabideen hizkera aldagai fundamentalak dela uste dugu. Bi estatu diferenteetan bizitzeak erreferentzia marko ezberdinak sortzen ditu halabeharrez, eta hori mugaren alde batean eta bestean erreferentziak diren euskarazko hedabideetan ere islatzen da, batez ere irratien kasuan, Hegoaldean *Euskadi Irratiak* betetzen duen rola *Euskal Irratiak* federazioko kateek betetzen baitute Iparraldean.

Era batera edo bestera, gure laginaren parte diren lagun lapurtar, baxenafar eta zuberotarren kasuan, nazio mailako euskarazko komunikabideekiko pertzepzioa bi faktoretan oinarritzen da: dagoeneko aipatu dugun hizkeran eta edukien banaketa geografikoan. *Berrian*, *ETB1*en edota *Argian* Iparraldeko albiste gutxi daudela kritikatzeko edo *Euskal Irratien* ikuspegi meta-autozentratua positibotzat hartzeko

nazioaren eta hiztun komunitatearen baitako zentro/periferia harremanen inguruko pertzepzioez mintzo zaizkigu. Gure irudiko, euskarazko hedabideen inguruko iritzietan Iparralde/Hegoalde ardatz hori aipatzean periferia baten parte izatearen kontzientzia adierazten ari dira Bidasoaren ipar ertzeko lagunak, Hegoaldean elkarrizketatu bakar batek ere ez baitu bere burua *hegoaldetar* gisa identifikatu, *Hegoaldeko* albisteak falta direnik esan ez duten modu beretsuan. Kasu batzuetan, euren eskualdeko edukien gabezia salatu dute Hegoaldeko mintzaideek, baina eskasia hori ez dute inoiz Iparralde/Hegoalde dikotomia horretan kokatu. Euskal psike kolektiboan indarrean dagoen *hegoaldezentrismoa* azaleratuko luke horrek, edo, zehatzago esanda, *autonomierkidegozentrismoa*. Izan ere, solaskide nafarrek ere Nafarroako albisteak falta direla iradoki digute behin baino gehiagotan, eta, euren burua nafar gisa identifikatuz, alteritate bat markatu dute osotasunaren (nazioaren) baitan. EAEn horrelako jarrerarik aurkitu ez izanak gure hipotesiari indarra emango lioke.

Hala, hedabideetan eskaintzen diren albisteen hedapen geografikoak taldekidetasun jakinak islatzen ditu (Amezaga et al., 2000). Gure solaskideek argi antzematen dute Madrileko/Pariseko komunikabideek eta Euskal Herrian sortutakoek eduki aukeraketa oso desberdina egiten dutela. Informazioa jasotzerako orduan, **albisteen esparru geografikoaren arabera kontsumoa mailakatzeko joera antzeman dugu** hainbat mintzakideren arrazoibidean, tokiko, nazio mailako edo nazioarteko notiziak kontsumitzeko orduan erreferentziazkoa den komunikabidea aldatzen delarik. Testuinguru horretan, **gertuko albisteei lehentasuna emateko joera oso errotuta dago** gure lagineko partaideetan, **arrazoi praktikoak eta sinbolikoak tarteko**. Alde batetik,

tokiko esparru geografikoari buruz diharduten albisteak bilatzen dituzte euren egunerokotasunean eragin dezakeen informazioa ematen dietelakoan, alegia, eguneroko bizitzan eragin errealak, ukigarria duten albisteak direla sentitzen dutelako. *Ikusgarriak* diren albisteak nahiago dituzte *espektakularrak* direnak baino, eta erabilgarritasun hori ematen dieten heinean igarriko dute hedabideek zerbitzu publikoa eskaintzen dietela. Alabaina, tokikotasunaren kontzeptua hiperlokaltasunaren sinonimotzat hartzen da, eta auzo zein herri mailako albisteak baino ez lituzke barnebilduko. Euskarazko nazio mailako komunikabideetan esparru hiperlokal horretako albisteak falta diren sentsazioa oso hedaturik dago gure solaskideen artean, zeintzuek tokiko agerkarietara edo erdarazko prentsa erregionalistara jo behar duten gertuko informazioaren gosea asetzeko. **Euskarazko tokiko agerriek erreferentzialtasuna lortzen dute gertuko informazio esparruan, eta sektoreak eskaini dezakeen balio erantsia gertutasuna dela aditzera ematen du horrek.** Haatik, arestian aipatu dugun moduan, euskarazko tokiko prentsa ez da eskualde guztietan eskaintzen, eta estaldurarik gabe gelditzen dira eremu geografiko zabalak.

Halaber, nork bere ildoko hedabideak erabiltzeko joera identifikatu dugun arren, **komunikazio proiektuen gehiegizko politizazioak mesfidantza sortzen duela antzeman dugu.** Dagoeneko azaldu dugu neutraltasunaren kontzeptua zeharo aldatzen dela solaskideen ezaugarrien arabera, baina hala eta guztiz ere denek jakinarazi digute hedabide gehienek lerratze politikoa agerikoegia dela. Albisteen tratamendu interesatu eta partzialaren inguruko iruzkinak ugariak izan dira, eta horrek komunikabideekiko urruntasun pertsonala sortzen dio mintzakide askori. Albiste bat irakurtzean kontsumo aktiboa egin behar dutela sentitzen dute, *iritziaren* azala kendu eta *informazioaren* muinera

heltzeko. Askotan ekidinezintzat hartu den ikuspegi partzial honen aurrean, eduki informatiboak deskodetzea eta erabilera mediatikoan ikuspegi kritikoa txertatzea beharrezkotzat jotzen dira.

2.8. INFORMAZIO-EMARIEN NORABIDEAK

Zalantzarik gabe, **kontsumitzaileen eta eduki komunikatiboen arteko harremana gero eta gehiago da aldebikoa, konbergentzia mediatikoaren eraginez.** Jadanik aipatu dugu telebista ikusteak arlo sozial argia duela gure mintzakideen praktiketan. Alabaina, **engaiamendu mediatikoa ez da bakarrik esposizioa>elkarritzeta norabidean ematen, elkarritzeta>esposizioa hurrenkera ere antzeman baitugu solaskide askoren azalpenetan,** bigarren pantailen erabilerarekin lotuta, askotan. Hala, bigarren hartu-eman horiek gero eta gehiago dira birtualak, eta ez aurrez aurrekoak. Hots, sare sozialetan norbaitek aipatutako saio edo albisteak kontsumitzeko joera identifikatu dugu, eta, eskema horretan, *gatekeeping* rola erreferentzialtzat hartzen diren *norbanako birtualek* betetzen dute. Kontsumo joeren indibidualizazioa ematen ari dela aditzera ematen du jokamolde horrek, baina indar-harreman mediatikoak eraldatzeko gaitasunaz ondorio hanpatuak atera aurretik gogora ekarri beharko genuke “edukien banaketarako bitartekoen jabegoa”⁹⁷ kontzentratua dela, eta komunikabide boteretsuen ikusgaitasunak askoz handiagoa izaten jarraitzen duela.

⁹⁷ @txerren-ek esanda, @koldobizkar, @hedoietxarte eta @gorkasalces-ekin Twitterren izandako elkarritzetan, 2015eko urriaren 29an.

Egoera horrekin apurtzeko apustu aktiboa egiten duen gogoeta ildoan antzeman dugu analisi kualitatiboan. Informazio horizontalean oinarritutako komunikabideen inguruko iritzi positiboak plazaratu ditu hainbat solaskidek, *prosumer* izateko aukerak ahotsak ugaritzen dituztelakoan eta interes editorial jakinei lotuta ez daudelakoan.

2.9. DENBORA FAKTOREA

Oro har, **komunikabide mota bakoitzari ematen zaion erabilera unearen arabera** dela adierazi digute solaskideek. Are gehiago: komunikabide mota berbera beharrian desberdina asetzeko erabiltzen dute eguneko orduaren arabera. Adibide paradigmatikoa da telebistarena, albistegien garaian informatzeko eta afalostean entretenitzeko erabiltzen dena. Irratiari dagokionez, errutinarekin eta egunerokotasunarekin oso lotuta agertu zaigu, eta batez ere haren entzunezko izaerari egozten diogu: arreta bisuala eskatzen ez duenez gero, aldiberekotasunerako aukera ematen du, alegia, irratiari adi egoteko eta une berean beste edozein jarduera egiteko aukera. Hala, jarduera horiek burutu bitartean *atzeko zarata* baino ez da sarritan piztutako irratia, *horror vacui* bati erantzuteko bidea. Horrek ez du esan nahi entzuten ari diren irratsaioaren edukiari garrantzirik ematen ez zaionik, musikarekiko (gazteen kasuan gehiago) eta informazioarekiko (belaunaldi helduagoetan batez ere) lehentasuna adierazi baitute mintzakideek irratiko kontsumoari buruz jardutean.

Hala ere, egunerokotasunak kontsumo mediatikoaren definizioan duen garrantziari egindako erreferentziak ez dira irratira mugatu, eta are garrantzi handiagoa hartzen dute idatzizko komunikabideen inguruko hausnarketetan. Izan ere, **irakurtzeko denbora erabilgarriak eragin handia du zein idatzizko eduki eta zein euskarritan kontsumituko den jakiteko**. Hala, lanegunetako gorpil zoroan irakurtzeko astia eskasa dela esplikatu digu elkarrizketatu ugari, eta, horren ondorioz, webguneen edo sare sozialen bidez *informazio pilulak* hartzeko joera euren errutinetan txertatu dute. Lantokirako autobus bidaiak irauteen duen ordu laurdenean lerroburu nagusiak irakurtzen dituzte mugikorrean, eta horrekin lotuta albisteak oso-osorik leitzeko aukera oso mugatua den pertzepzioa antzeman dugu. Horrek aditzera ematen du edukiaren elementurik bisualenek erabiltzailearen atxikimendua lortzeko duten garrantzia.

2.10. MIGRAZIO DIGITALA

Hortaz, lanegunetako prentsa kontsumoa gehienbat webguneen edota sare sozialen bitartez gauzatzen da gure solaskideen kasuan. **Paperaren eta euskarri digitalaren arteko dikotomia planetatu zaienean, bigarrena doakotasunaren, interaktibotasunaren, aniztasunaren eta azkartasunaren ideiei lotuta agertu da**. Euskarri digitalean informazioa uneoro berritzen duten hainbat egunkari aldi berean irakur ditzateke, iritziak kontrajarri ditzakete euren arteko alderaketak eginez interesgarriak suertatzen zaizkien edukietan, azken hauen inguruko metabolaketa infinituak egiteko aukera dute albistea osatzeko, eta guztiguztia dohainik, gainera. Horregatik, prentsa digitalari emandako

eguneroko begiratu euren praktika mediatikoen parte bihurtu du hainbat solaskidek, beti ordu berean edo eguneko egoeraren arabera moldatu daitekeen errutina gisa. Gaineratu beharko litzateke sare sozialak webguneak baino are interaktiboagoatzat eta selektiboagoatzat dituztela, eta, albisteen zikloari dagokionez, azkarragoak. Era berean, euskarazko hedabideek sare sozialen olatua garaiz hartu duten iritzia oso hedaturik dago erabiltzaileen nahiz ez-erabiltzaileen artean, lehenengoetako hainbatek proiektu komunikatibo jakinek (batez ere, *Argiak*) egindako lana nabarmendu dutelarik. Edozelan ere, euskarri digitalek azaleratzen dituzten kontzeptu positibo horiekin guztiekin kontrajarririk, paperezkoekiko iritzia oso bestelakoak dira. Oro har, iraungitako albisteak eskaintzen dizkion produktu itxia eta fisikoki mugatua dela antzematen dute solaskide gehienek, euretako askok egunkariak formatu tradizionalan kontsumitzen jarraitzen duten arren.

Solaskideen irudiko abantaila praktikorik eskaintzen ez duen produktua erabiltzeko arrazoiak ugariak dira. Kontuan hartu behar dugu belaualdi haustura nabarmena dagoela paperezko prentsa irakurtzeko ohiturari dagokionez, eta mintzakide heldu zein adinekoen kasuan urteetako errutinek jotzen dutela paperaren alde. Bestalde, **paperezko kazeta irakurtzea diskurtsiboki oso lotuta agertzen da aisialdiarekin eta asteburuarekin**. Hala, **esperientzia oso atsegin baten elementuetako bat da egunkaria esku artean izatea**, eta horrek ere interpretazio argia du asteazken zehar eta asteburuetan irakurleari eskani zaizkiokeen edukien sakontasunaren inguruan. Izan ere, paperezko edizioek digitalek baino eduki gehiago eskaintzen dituzten hautematea detektatu dugu, eta, gure irudiko, inpresio horrek harremana izango luke paperezkoa irakurtzen den unearekin. Lasaitasunez irakurtzeko astia dutenean artikulua leitzeko

ariketa bururaino eramaten dute, eta hori, normalean, asteburuan gertatzen da, paperezko egunkaria eskuetan. Pertzepzio honek idatzizko produktuen konfigurazioan izan dezakeen garrantzia une batez bazter utzirik, aztertu beharko litzateke gisa honetako hausnarketen azpian ez ote dagoen paperezko prentsaren prestigio sinbolikoaren aitorpen inplizitua.

Edozelan ere, migrazio digitalari buruz analisi kualitatiboan jasotako impresioak baieztatu egiten dituzte datu kuantitatiboek. Hala, eskusiboki euskarri digitalak erabiltzeko joera errotuago dago gazteen artean, euskarrien arteko uztarketa nagusitzen da helduen kasuan, eta soilik formatu tradizionalak erabiltzeko ohitura adinekoen artean ematen da batez ere. **Adin guztietako kontsumitzailean migrazio prozesu berean sartuta daudela baina gazteek estadio aurreratuago batean daudela ondoriozta dezakegu, hortaz.**

2.11. KALITATEAREN IRUDIKAPENA(K)

Fokua berriz ere euskarazko hedabideetan jarrita, hedabide mota bakoitzak lortzen duen merkatu-kuota testuinguru soziolinguistiko makro eta mikroak, eskaintzaren osotasunak, hizkuntza gaitasunak eta identitateak baldintzatuta dagoela azaldu dugu lehenago, baina kalitatearen inguruko pertzepzioak ere garrantzia duela pentsatzeko zantzuak antzeman ditugu analisi kualitatiboan. Izan ere, euskarazko irratiek kalitate estandarrak betetzen dituztela arrazoibide errepikatuenan izan da, baina telebistaren kasuan (ulertua izateko hizkuntza gaitasun

apalagoa eskatzen duen hedabide mota izanagatik) iritzi hedatuena oso bestelakoa da. Euskarazko irratiaren eta telebisten eskaintzak irudikapen horien eraketan duten papera mespretxatu ezin den arren, **elementu bisualei lotutako espektakularizazioak kalitatearen kontzeptua definitzeko orduan duen garrantziari arreta handiagoa jarri beharko litzaiokeela deritzogu.** Planteamendu horren arabera, telebisten kasuan kalitatearen inguruko pertzepzioak askoz modu gordinagoan islatuko luke komunikabide handien eta txikien arteko baliabide desoreka, eta gutxieneko estandarrak mundu mailako hedabide erraldoien ekoizpenek paratzen duten parametroen arabera zedarrituko lirateke, bereziki fikzioaren alorrean. Telesail bat sortzerakoan, *TVE* ezin du *HBO*rekin ekoizpen kostuetan lehiatu; are gutxiago, beraz, *ETB*1ek. Hala, kalitatearen definizioa ematerako orduan irizpide propioen falta nabarmena litzateke.

Baliabide materialek nabarmenki mugatzen dute euskarazkoen lehiakortasun ahalmena, baina giza baliabideak ere mugapen gisa hautematen dituzte solaskideek. Elkarrizketetan indar handia izan du hedabide mota bakoitzean euskarazko esparruak *monokultibo* itxura hartzen duela salatzen duen diskurtsoak, alegia, hedabide mota bakoitzeko komunikabide erreferentzial bakarra dagoela dioena. Monokultibo horrek euskarazko kontsumoa oztopatuko luke, erreferentziazkoa den hedabide zehatz hori ez gustatuz gero, erdarazkoetara jotzeko beste erremediorik izango ez bailuke balizko erabiltzaileak. Halaber, eskaintza handitzeak zailtasunak planteatzen ditu solaskideen irudiko: alde batetik, emaitza nagusia audientzien fragmentazioa izango litzatekeela aipatu izan da, eta, bestetik, hedapen hori gauzatu ahal izateko nahikoa komunikatzaile euskaldunak ez dagoela antzematen da. Azken ideia hori euskarazko hedabideetan beti

protagonista berberak agertzen diren inpresio hedatuari lotuta egon daitekeen arren, eskaintza handitzearen inguruko iritzien atzean euskarazko erabiltzaile potentzialen kopuruari buruzko pertzepzioa legoke batez ere. Hala, **kontsumitzaileen poltsa finitua dela antzematen da, eta eskaintzaren dibertsifikazioak erabiltzaile berriak erakarriko lituzkeen zalantza jartzen da.** Irudikapen horren arabera, euskarako komunikazio proiektuen ugaritzeak ez luke erabiltzaile berririk erakarriko. Horren ordezt, oraingo erabiltzaileak komunikabide gehiagoren artean banatuko lirateke, baina euskarazko hedabideak ez lirateke helduko target berrietara.

Blokeo egoera horren aurrean, edukiak birziklatzea eta sektorea saretzea proposatu du zenbaitek. Ezin uka kostu aldetik irtenbide egokia litzatekeenik, dagoeneko existitzen diren produktuei errentagarritasun handiagoa aterako bailitzaie, hain ezagunak ez diren saioek barne-ikusgaitasun handiagoa lortuko bailukete, eta, ondoriozt, eskaintzaren inguruko inpresio negatiboak gaintitzen lagunduko bailitzateke. Dena den, euskaldunen kopuruak target espezifikoeztako produktuak egitea oso zail bilakatzen duen irudikapena oso erroturik dago. Euskarazko komunikabideetan lanean diharduten profesional askoren lana goraipatu egiten da, eta komunikabideak hizkuntza normalizazioan funtsezko eragileztat jotzen dira, baina aurrera jarraitu ahal izateko komunitate konprometitu bat existitzea ezinbestekoa izango dela aipatzen duen diskurtso ildoak oso presente egon da, batez ere hedabideen erabilera militanteagoa egiten duten solaskideen hitzetan. Euskarazko komunikazioari esleitutako diru-partida publikoetan izandako murrizketei buruzko iruzkinak ere erabili izan dira hautemate orokor negatiboa justifikatzeko, eta kasu batzuetan erakundeen inplikazioa handitzea

esplizituki eskatu da. Hortaz, euskarazkoen hobetzeko tartea baliabide ekonomikoen ideiarekin harreman diskurtsibo estua du, eta, oro har, erdarazkoekin lehiatzea benetan dena baino are zailagoa bilakatzen du lotura horren ordaina den iritzi-giro negatiboak.

2.12. KONTSUMO JOERA NAGUSIAK

Klima psikologikoa edozein delarik ere, aztertu ditugun audientzia neurketek eta txostenek berresten dute **erdarazko komunikabideek Euskal Herriko panorama mediatikoa menderatzen dutela, kontsumoari dagokionez. Egunkarien esparrua, zehazki, sasi-monopolistikotzat jo genezake**: Hego Euskal Herriko lurralde bakoitzean egunkari kontserbadore batek lortzen du merkatuaren zatirik handiena bereganatzea, eta Ipar Euskal Herrian ere gauza bera gertatzen dela pentsatzeko zantzuak antzeman ditugu estatistika erabilgarri apurretan zein sakoneko elkarrizketetan. Hegoaldeko egoeran zentratutik, *El Correo*, *Diario Vasco* eta *Diario de Navarra*ren emaitza ikusgarriak azaltzeko bi arrazoi proposatzen ditugu, elkarren osagarri ere izan daitezkeenak. Alde batetik, Francoren diktadura garaian hiru egunkariak jasotako fabore-tratuak euren lidergoa finkatzeko bultzada nabarmena izan zela uste dugu, eta abantaila posizio horrek zentralitate mediatikoari eusteko aukera eman zietela gerora ere, oso ildo editorial argia (eta ez beti euren hedapen esparruko gehiengo sozialarekin armoniotsua) atxiki arren. Bestetik, hainbat solaskideren hitzek aditzera ematen digute egunkari horiek berrien hedadura geografikoari dagokionez erreferentziazko eredua sortu dutela, albiste hiperlokalen eskaintza oparoan eta gainontzeko maila geografikoetako notizien

uztarketan oinarrituko litzatekeena. Telebistaren alorrean, berriz, kontsumoa askoz anitzagoa da, eta are gehiago azken urteetan, kate generalista nagusien ikus-entzule kopuruak behera egin baitu Lurreko Telebista Digitalaren ezarpenetik doako kate eskuragarrien kopurua handitzearen ondorioz. Irratiaren kasuan ere kontsumoa oso dibertsifikatua da herrialde guztietan, eta lidergo sendoak antzematen diren arren, ez dago nagusitasun osoa lortzen duen katerik.

Halaber, hedabide-mota guztietako audientziek harreman argia dute lurraldeen osaketa soziolinguistikoarekin eta ezaugarri politiko-elektoralekin. Alabaina, aldagai horiez gain behin eta berriz aipatu ditugun faktore estruktural, sozial, psikologiko eta kognitiboak aintzatetsi behar dira euskarazko komunikabideek eremu geografiko bakoitzean duten inplantazioa azaltzeko. Esan liteke euskarazko komunikabideek Gipuzkoan eta irratien esparruan bakarrik lortzen dutela puntako lehiakide izatea datu absolutuetan, baina kontuan hartu behar da eskura ditugun datu gehientsuenak ez direla elebidunen kontsumoari buruzkoak populazio osoari buruzkoak baizik, eta erdarazko hedabideen publiko potentziala euskarazkoena baino askoz handiagoa dela. Komunikabide bakoitzak bere balizko hartzaileren artean lortzen duen penetrazioa neurtuta, berriz, *Gaztea* eta *Euskadi Irratia* dira Hego Euskal Herriko irratirik arrakastatsuenak. Nazio mailako euskarazko telebista kate zein egunkariek, osteraz, askoz emaitza apalagoak lortzen dituzte, datu absolutuetan zein erlatiboetan. Alabaina, ondorio hauetara heldu ahal izateko guk geuk egin behar izan dugu audientzia neurketen eta datu soziolinguistikoaren arteko eraketa, gaur egun eskura ditugun iturri kuantitatiboek ez baitute euskarazko hedabideen emitzak aztertzeke berezko interpretazio-markorik eskaintzen.

2.13. AUDIENTZIA NEURKETA PROPIOEN BEHARRA

Hala, fermuki uste dugu eskura ditugun inkesta soziologiko eta **audientzia neurketek ez dutela elebidunen kontsumo mediatikoaren irudi osoa ikusteko aukerarik ematen**. Iturrien sistematizazio eta osotasun faltaren ondorioz, euskaldunen hedabide ohituren puzzlea osatzeko pieza solteak baino ez ditugu, eta horrek egungo errealitatearen dimentsio guztiak aintzat hartuko dituzten analisiak egitea oztopatzen du. Lehenik eta behin, oso gutxi dira Euskal Herria bere osatasunean aintzat hartzen duten estatistikak, eta orain arte egindako lanak puntualak izan dira, une jakin bateko argazkia eman arren eboluzioaren berri ematen ez digutenak. Horrenbestez, **herrialdearen zatiketa politiko-administratiboa islatzen dute kontsumoari zein ohitura mediatikoei buruzko lan estatistiko gehienek**. Zalantzarik gabe, errealitate horren gorpuzterik zaugarriena Ipar Euskal Herrikoa da, hiru herrialdeak barnebiltzen dituen egitura instituzionala ez existitzeak are ikustezinago bilakatzen baitu bertako euskaldunen kontsumoa. Alde batetik, Frantzia mailako neurketek nekez aintzat hartzen dituzte hiru herrialdeak datuen xeheketa-unitate gisa, Médiamétrie-ren *Médialocales* atalaren baitako Pays Basque lagin espezifikoa delarik ezagutzen dugun salbuespen bakarra. Tamalez, azken honek euskarazko bi irratikateren (*Irulegiko Irratiaren* eta *Gure Irratiaren*) kontsumoaren berri baino ez digu ematen. Gainontzean, kulturaren eta hizkuntzaren arloko erakunde publikoek eta bertako euskarazko hedabideek beraiek egindako txosten bakanek baino ez gaituzte datuz hornitzen. Hego Euskal Herrian askoz ugariagoak dira euskarazko

hedabideak kontuan hartzen dituzten estatistikak, baina gure irudiko sortzezko gabezia metodologikoa izan ohi dute, hala audientzia neurketek (CIES, EGM) nola erakundeen inkesta soziologikoei (Eusko Jaurlaritzarenaren Prospekzio Soziologikoen Kabinetearenak gehienak): ez dute euskarazko kontsumo mediatikoa modu bereizian eta espezifikoki aztertzen. Horren ondorioz, euskarazko komunikabideek euren eragin esparru errealean (elebidunen multzoan) duten eragina urtu egiten da datu orokorren artean, modu horretan erdarazko komunikabideen ikusgaitasun eta zilegitasun soziala indartzen delarik. Halaber, audientzia neurketak ez daude berdin diseinatu eta ez dute metodologia berbera erabiltzen, eta, hortaz, ez da argi gelditzen zenbatekoa den euskarazkoen kontusmitzaile kopurua.

Gauzak horrela, **euskarazko kontsumoa propio neurtuko duten ikerketak diseinatzeko berezko erreferentzia markoak erabili beharra dago egungo erabilera mediatiko konplexu eta aberatsak bere osotasunean ulertuko baditugu.** Alde kuantitatibotik, Euskal Herri osoa aintzat hartuko duen eta herrialdearen dimentsio demografikora egokitutako neurketa izatea esan nahiko luke horrek. Horrez gain, euskarazko komunikazio esparruaren ezaugarriak kontuan hartu beharko lituzke, bai aztertu beharreko hedabideen kopuruari bai hauen eskalari dagokionez. Azkenik, balizko audientzia neurketa horrek irizpide soziolinguistikoak atxikita izan beharko lituzke, gaitasun, identitate eta motibazio linguistiko ezberdinetako elebidunen artean euskarazko komunikabideek lortzen duten sarbidea ezagutu ahal izateko. Alabaina, uste dugu konbergentzia mediatikoak erabilera mediatikoak guztiz eraldatu dituen une honetan kontusmitzaile kopuruak neurtzea ez dela nahikoa, kontsumoaren kontzeptua bera etengabe aldatzen ari

delako. Hortaz, euskarazko komunikabideen audientzia aztertuko lukeen edozein lanek dimentsio kualitatiboa gehitzea funtsezkoa dela uste dugu hedabideen kontsumo moduak eta zergatiak bere osotasunean ulertzeko (Diaz, Landabidea eta Salces, 2015: 61).

Ezin da ukatu azken urtean aurrerapausuak eman direnik esparru kuantitatiboan. Kontsumo digitalaren esparruan Hekimenen parte diren euskarazko komunikabideen jarduna neurtzen duen Hekimen Analytics trena martxan jarri da, momentuz bere potentzialitate guztia ustiatzeko denborarik egon ez den arren. Bestalde, Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzak *Euskarazko hedabideak* txostena egin izana aurrerapauso azpimarragarria da, aurreko paragrafoan zerrendatutako irizpide demografiko, estruktural eta soziolinguistikoak txertatuta baititu. Alabaina, iradokizun eraikitzaile pare bat egin nahiko genituzke etorkizunera begira. Alde batetik, neurketak jarraikortasuna izatea oso garrantzitsua litzakete, orain arte HPSk egin duen lan bakarrak ez baitigu ematen euskarazko kontsumo mediatikoaren eboluzioaren berri. Bestetik, nazio mailako egoeraren diagnosia egin ahal izateko Euskal Herri osoko euskarazko komunikabideak eta euskal hiztunak kontuan hartu beharko lituzte neurketak. Alabaina, aipatutako zalantza metodologikoak argitzeke geldituko zaizkigu, tesi honen ondorioak idazteko orduan ez baitira publiko egin HPSren txostenaren audientzia datuak.

NORMALIZAZIORAKO TRESNAK

Zailtasunak zailtasun eta gabeziak gabezia, ikerketa kuantitatiboan erabili ditugun iturriek eskualdeko esparrua gainditzten duten euskarazko hedabideetako kontsumitzaileen soslai hobeto ezagutzeko ebidentziak eskaintzen dizkigute. Euskal hiztun komunitatearen erdigunetik kanpo inpaktua izatea euskarazko hedabideen sektoreak datozen urteotan izango duen erronkarik garrantzitsuenetakoa izango da, eta hori lortu ahal izateko tokiko proiektuen estaldura geografikoa zabaltzea bezain garrantzitsua izango da komunikabideen bitartez beharrian desberdinak ase nahi dituzten balizko erabiltzaileen lehentasunetara egokitzeko kapaz izatea. Kontuan hartuta gertuko edukieko lehentasun osoa agertu dutela gure lagineko partaideek, analisi kualitatiboak iradokitzen du **herri eta eskualdeko esparru komunikatiboa hazkunderako aukera nabarmena** izan daitekeela euskarazkoentzat. Horretaz aparte, gaur gaurkoz euskarazko **tokiko prentsarik ez dagoen zonaldeetan nazio mailako hedapen esparrua duten komunikabideek norberaren hizkuntza galera ekiditeko tresna kontziente edo inkontziente** izan daitekeela aditzera eman digute elkarrizketatuen hitzek. Erdal eremu sozialean bizi diren eta komunikabideen erabilera identitario eta informatiboa egiten duen zenbait euskaldun berrik aipatu digu euskararekin eguneroko kontaktua mantentzeko eta euren nortasunaren partetzat duten hizkuntza ez galtzeko erabiltzen dituztela *Berria* edota *Euskadi Irratia*. Inguru beretsuan bizi diren eta hedabideak entretenitzeko bitarteko gisa erabiltzen dituzten beste zenbaitzuek, osteraz, *Gaztearen* bitartez asetzen dute euren beharra, egunean zehar euskararekin duten

harreman bakarra irrati-katea entzutea den egitateari garrantzi gehiegirik eman gabe. Hala, gure interpretazioaren arabera, arnasgune geografikoetatik kanpo hedatzen diren hedabideek aingura linguistikoaren funtzioa beteko lukete kasu askotan. Detektatu dugun diskurtso ildo honen inguruko ebidentzia enpirikoak bilatzeak mereziko luke, nazio mailako hedabideak, euren edukien arabera, target ezberdinetara helduz euskararen normalizazioan funtsezko rola betetzen dutela berresteko aukera emango bailiguke horrek.

3. EPILOGOA: GOGOETA TRANSBERTSALAK

Bistan denez, euskaldunen kontsumo mediatikoaren inguruko behaketa prozesu honek hedabideen esparrua askorekin gainditzen duten ideiak jorratzera eraman gaitu, hizkuntza identitatearekin lotutakoak batik bat. Sakoneko elkarrizketen gidoia egituratzeko orduan solaskideek euskararekin duten harremanari buruzko atal bat sartzea komenigarria iruditu zitzaigun, hizkuntzarekiko harremanak kontsumo mediatikoa baldintzatuko zuelakoan. Bada, elkarrizketen lehenengo bloke horretan bildu ditugun testigantzek ikuspegi soziolinguistiko hutsetik duten potentzialitateaz jabetu gara analisisa aurrera joan ahala. Etorkizunera begira, material horrekin azterketa espezifikoak egiteko aukera irekita utziko dugu, baina bukatu berri dugun ikerketaren mugak tarteko gehiago sakondu ezin izan ditugun zenbait gogoeta plazaratu nahiko genituzke ondorio hauekin amaitzeko.

Alde batetik, **euskaraz dakiten lagunen multzoa eta haren baitan hizkuntzarekin identifikazio praktiko eta sinboliko ezberdinak dituzten taldeak definitzeko erabiltzen diren kontzeptuak argiki finkatu beharko lirатеkeela uste dugu**, euren arteko banaketa aratza ez egiteak euskararen eta euskarazko komunikabideen egoeraren inguruko diagnosi okerrak egitera garamatzalakoan. Gure irudiko, euskarari funtzio sinbolikoa esleitzen dioten hiztunek, euskaren herria euren ardura esparrua dela sentitzen dutenek, *euskal biztun komunitatea* osatuko lukete. Bestalde, *euskaldunen taldearen* parte lirатеke aurrekoak eta euskaraz jakin arren berau bigarren hizkuntza gisa antzematen duten lagunen multzo jendetsua.

Izan ere, erdara ama hizkuntza eta eguneroko komunikazio tresna duten hainbat solaskide elebidunek erdaldun gisa definitu dute euren burua, esplizituki batzuetan, inkontzienteki besteetan. Diskurtso ildo honetan, pertenenzia linguistikoa eguneroko erabilerak definituko luke, eta ez ezagutzak. Autokategorizazio hori egiteko irizpideek argitara emango lukete euskara ama hizkuntza ez duten elebidunen taldean askok eta askok ez dutela euskarazko mundura salto egiteko aukerarik edota motibaziorik.

Etorkizuneko ikerketa lerro gisa, erabileraren arabera pertenenzia linguistiko hauek euskaldunen baitako endotalde/exotalde terminoetan adieraz daitezkeen ikusi beharko da. Oraingoz, guk **ondoko hipotesia planteatzen dugu: euskara ama hizkuntza duten A hiztunez eta hizkuntza kulturalki ikasi duten B hiztunez gain etxe erdaldunetan jaio baina euskara haur zirenetik dakiten D hiztunak existitzea.**

Hiztun-tipologia honi izena ematen dion hizkia hezkuntza-ereduari egingo lioke erreferentzia, hari esker baitakigu euskara balizko talde honetako partaideok. Kasu honetan, hizkuntza-jabekuntzaren prozesuak ez luke erabilera>ezagutza>motibazioa hurrenkeran funtzionatuko, A hiztunen kasuan lez, ezta motibazioa>ezagutza>erabilera hurrenkeran, B hiztunen kasuan nola. D hiztunek euskara ikasiko lukete eskolatzearekin batera, motibazio nahikoa izanez gero identitate linguistiko euskalduna garatuko lukete, eta hizkuntza erabiltzera igaroko lirateke. Hortaz, euren kasuan ezagutza>motibazioa>erabilera urratsetan garatuko litzateke jabekuntza-prozesua. Hala ere, ñabardura garrantzitsu bat egin behar zaio proposamen honi, ezagutzatik erabilerara igarotzea ez bailitzateke soilik motibazio indibidualetan oinarrituko, inguruneak gutxieneko baldintza batzuk bete beharko bailituzke (Martinez de Luna, 1996) pausu hori

posible egiteko. Alabaina, Sanchez Carrionen teoriaren balizko berrikusketa hau mahaiaren gainean utziko dugu, gaia behar duen sakontasunez lantzeak gure ikerketa objektutik aldenduko baigintuzke. Gizarte ikerlari euskaldunei egindako interpelazio gisa gera dadila hausnarketa, haietako edozeinek ideia garatu nahiko balu albiste pozgarria bailitzateke tesi honen egileontzat.

ERANSKINAK

LEHEN ERANSKINA: Sakoneko elkarrizeten gidoia

1. SARRERA & EUSKARA

1.1. Elkarrizketatzaileraren aurkezpena

Ondoko puntuak aipatu:

- a) Adina
- b) Etxeko hizkuntza
- c) Ikasketa maila
- d) Lanbidea
- e) Gaur egungo **hizkuntza erabilera**, espazio soziofuntzionalen arabera eta ikuspegi diakronikoa txertatuz:
 - Etxea
 - Auzoa/Herria
 - Lagunartea
 - Lantokia

1.2. Elkarrizketatuaren aurkezpena

Aurreko atalean aipatutako puntuei buruz hitz egiteko eskatu

	1.3. <u>Hizkuntza gaitasuna</u> a) Hiztun tipologia <i>-Ondo moldatzen zara euskaraz testuinguru formal zein informalean?</i> b) Gaitasun erlatiboa <i>-Zein hizkuntzetan moldatzen zara hobeto?</i>
	1.4. <u>Hizkuntzarekiko motibazioa</u> <i>-Zergatik hasi zinen euskaraz ikasten? (euskaldunberriei)</i> <i>-Zer da euskara zuretzat? (guztiei)</i>
	1.5. <u>Ingurunearen baldintza linguistikoak</u> <i>-Zenbateko presentzia du euskarak zure ingurune hurbilean?</i> <i>-Zenbateko prestigioa du euskarak zure ingurune hurbilean?</i> <i>-Zure herrian ezezagun batekin hitz egin behar izanez gero, zein hizkuntzetan egingo zenukeen lehen hitza?</i>
	1.6. <u>Orainaren inguruko hautematea</u> <i>-Gaur egun euskara egoera onean al dago?</i>
	1.7. <u>Etorkizunaren inguruko hautematea</u> <i>-Nola irudikatzen duzu euskararen etorkizuna?</i>

2. KOMUNIKABIDEAK

2.1. Kontsumoa

a) Hedabide motak

- Irratia
- TB
- Idatzizkoak

b) Maiztasuna

c) Kontsumo egunak eta orduak

2.2. Formatuak

-Obiko formatuetan, webguneetan edo sare sozialen bidez kontsumitzen dituzu komunikabideak?

2.3. Kontsumo parte hartzailea

-Sare sozialetan informazioa banatzen edo jasotzen duzu?

-Edukiak sortzen dituzu interneten?

-Komunikabideen foroetan parte hartzen duzu edo albisteen iruzkinak egiten dituzu?

2.4. Komunikabideen funtzioa

-Zertarako erabiltzen dituzu komunikabideak? (Informatu, entretenitu...)

2.5. Edukiak

-Nolako edukiak dituzu gustukoak? Zergatik?

-Nolako edukiak ez dituzu gustukoak? Zergatik?

Ondoko puntuak jorratu:

- Albisteen esparru geografikoa
(tokikoa/nazionala/internazionala)
- Gaiak (arinak/sakonak/espezializatuak)

3. EUSKARAZKO KOMUNIKABIDEAK	2.6. <u>Formatuak</u> <i>-Zeintzuk dira gustatzen (ez) zaizkizun formatuak? Zergatik?</i> Ondoko puntuak jorratu: -Maketazioa/eszenografia/diseinu grafikoa -Aurkezlea/kazetaria/kolaboratzaileak
	2.7. <u>Ildo editoriala</u> <i>-Komunikabide guztiak politikoki lerratuta daude? Zeintzuk daude besteak baino lerratuago? Zeinen alde?</i>
	3.1. <u>Ezagutza</u> <i>-Euskarazko komunikabideak ezagunak dira? Zeintzuk bai eta zeintzuk ez?</i>
	3.2. <u>Eskuragarritasuna</u> <i>-Euskarazko komunikabideak eskuragarriak dira? Zeintzuk bai eta zeintzuk ez?</i>
	3.3. <u>Kalitatea</u> <i>-Euskarazko komunikabideak kalitatezkoak dira? Zeintzuk bai eta zeintzuk ez?</i> <i>-Zer da kalitatea zuretzat?</i>
	3.4. <u>Eskaintza osotasuna</u> <i>-Euskarazkoen eskaintza osatua da? Ba al dago betetzen ez duten arlorik?</i> <i>-Noizbait sentitu duzu ezin dituzula gustuko edukiak euskaraz eskuratu?</i>
	3.5. <u>Euskarazkoen ildo editoriala</u> <i>-Euskarazko komunikabideak politikoki lerratuta daude? Zeintzuk daude besteak baino lerratuago? Zeinen alde?</i>

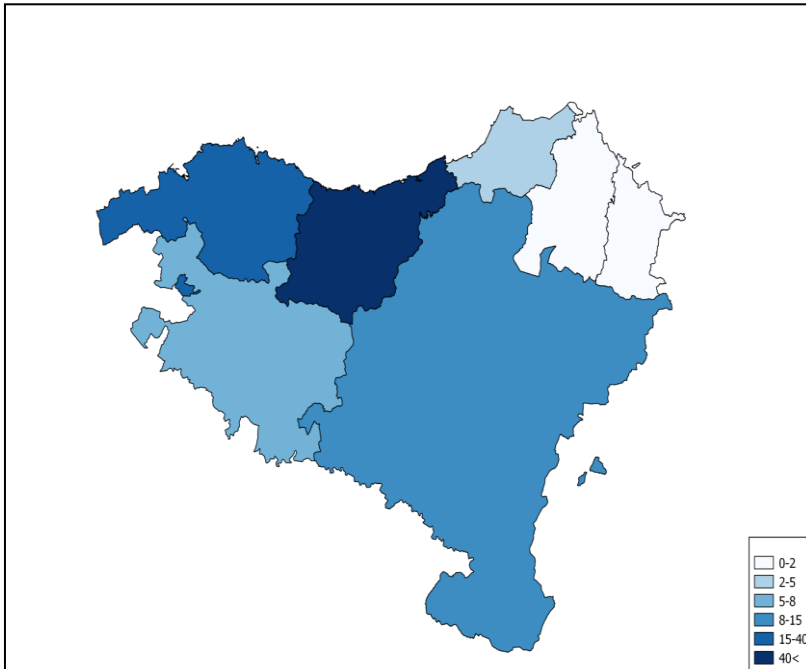
3.6. Euskarazkoen oraina eta geroa

-Gaur egun egoera onean daude euskarazko komunikabideak?

-Nola ikusten duzu euskarazko komunikabideen etorkizuna?

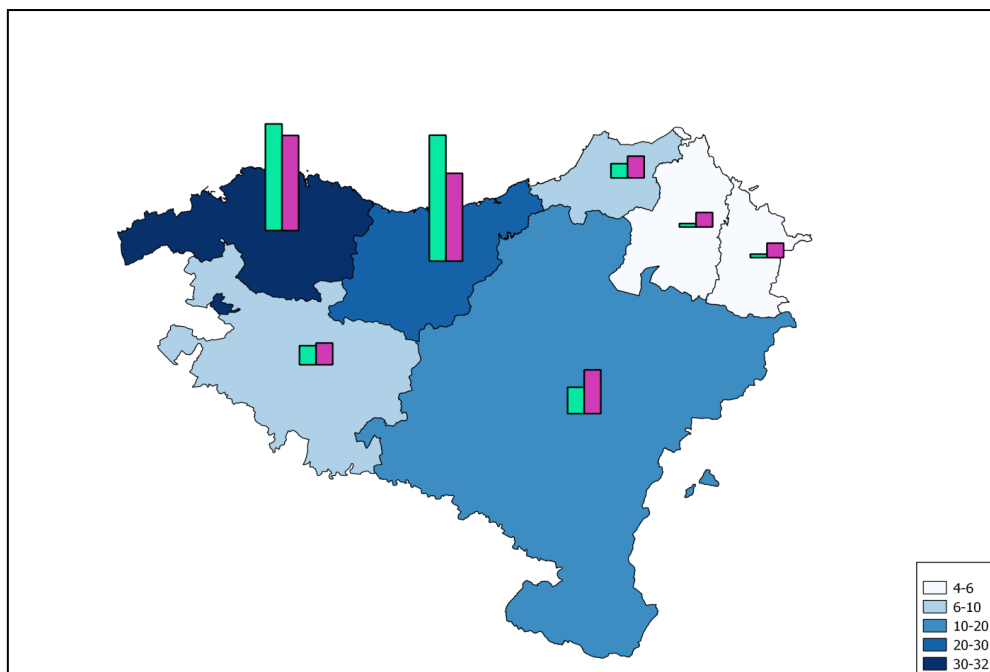
BIGARREN ERANSKINA: Herrialde bakoitzak hiztun taldean duen hiztun proportzioaren eta herrialde bakoitzak kasu azterketan duen elkarrizketatu proportzioaren arteko alderaketa

I. Mapa: *Euskal hiztun taldearen baitan, herrialde bakoitzeko hiztunen proportzioa (%)*



ITURRIA: V. Inkesta Soziolinguistikoa (Eusko Jaurlaritza, 2013)

II. Mapa: *Herrialde bakoitzeko elkarrizketatuen proportzioa. Barra-grafikoetan, hiztun taldearen baitan herrialde bakoitzak duen hiztun proportzioaren (berdea) eta herrialde bakoitzeko elkarrizketatuen proportzioaren (morea) arteko alderaketa (%)*



ITURRIAK: V. Inkesta Soziolinguistikoa (Eusko Jaurlaritza, 2013), lanketa propioa

HIRUGARREN ERANSKINA: Elkarriketatzen zerrenda eta elkarriketatuen ezaugarriak

Elkarriketatua	Herialdea	Eskualdea	Herria	Zonalde soziolinguistikoa	Ofizialtasun maila	Hiztun mota	Ama hizkuntza	Adina	Sexua	Ikasketa maila
1	Baxenaf.	Baigorri	Bidarrai	3	Ez	B	Frantsesa	30-39 G		Uniberts.
2	Baxenaf.	Baigorri	Baigorri	4	Ez	AB	Euskara	40-49 E		Lanbide Hez. 2
3	Lapurd	BAM	Angelu	1	Ez	BA	Frantsesa	18-29 E		Uniberts.
4	Lapurd	BAM	Baiona	1	Ez	BA	Gaztelania	40-49 G		Uniberts.
5	Lapurd	Hazparne	Lekuine	2	Ez	A	Euskara	65< E		Uniberts.
6	Nafarroa	Estellerria	Deikaztelu	1	Ez	BA	Gaztelania	18-29 G		Lanbide Hez. 1
7	Nafarroa	Sekana	Altsasu	2	Bai	BA	Gaztelania	18-29 E		Uniberts.
8	Nafarroa	Iruñerria	Iruñea	1	Partziala	BA	Gaztelania	30-39 G		Uniberts.
9	Nafarroa	Izarbeibar	Gares	1	Partziala	BA	Gaztelania	40-49 G		Uniberts.
10	Araba	Lautada	Gasteiz	2	Bai	BA	Gaztelania	18-29 E		Uniberts.
11	Araba	Lautada	Gasteiz	2	Bai	BA	Gaztelania	30-39 G		Lanbide Hez. 2
12	Bizkaia	Bilboaldea	Portugalete	1	Bai	BA	Gaztelania	18-29 E		Uniberts.
13	Bizkaia	Busturialdea	Ea	3	Bai	AB	Euskara	18-29 E		Uniberts.
14	Bizkaia	Bilboaldea	Santurtzi	1	Bai	BA	Gaztelania	18-29 G		Lanbide Hez. 1
15	Bizkaia	Bilboaldea	Larrabetzu	3	Bai	BA	Gaztelania	30-39 E		Uniberts.
16	Bizkaia	Enkarterri	Gordexola	2	Bai	B	Gaztelania	30-39 G		Uniberts.
17	Bizkaia	Bilboaldea	Algorta	2	Bai	AB	Jatorrizko elebiduna	30-39 G		Uniberts.
18	Bizkaia	Debabarrena	Ermua	2	Bai	BA	Gaztelania	30-39 E		Uniberts.
19	Bizkaia	Lea-Artibai	Ondarroa	4	Bai	AB	Euskara	40-49 E		Uniberts.
20	Bizkaia	Bilboaldea	Portugalete	1	Bai	A	Jatorrizko elebiduna	50-64 G		Uniberts.
21	Bizkaia	Durangaldea	Elorrio	3	Bai	AB	Euskara	50-64 G		Uniberts.
22	Gipuzkoa	Oarsoaldea	Lezo	3	Bai	AB	Euskara	18-29 E		Uniberts.
23	Gipuzkoa	Debagoiena	Bergara	3	Bai	BA	Gaztelania	30-39 E		Lanbide Hez. 2
24	Gipuzkoa	Debagoiena	Antzuola	3	Bai	BA	Gaztelania	30-39 G		Lanbide Hez. 1
25	Gipuzkoa	Urola Garaia	Urretxu	3	Bai	AB	Euskara	40-49 E		Uniberts.
26	Gipuzkoa	Tolosaldea	Anoeta	3	Bai	AB	Jatorrizko elebiduna	40-49 G		Lanbide Hez. 1
27	Gipuzkoa	Debabarrena	Elbar	3	Bai	BA	Gaztelania	40-49 G		Uniberts.
28	Gipuzkoa	Urola Garaia	Urretxu	3	Bai	A	Euskara	65< E		Lehen Hez.
29	Gipuzkoa	Tolosaldea	Asteasu	4	Bai	A	Euskara	65< E		Lehen Hez.

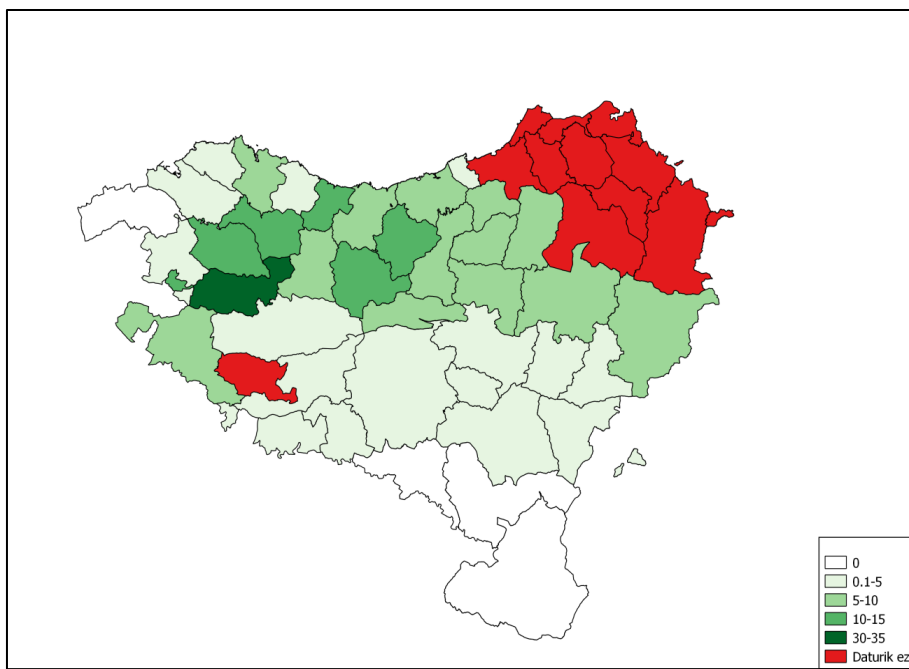
I. Taula : Banakako elkarriketen zerrenda, elkarriketatuen ezaugarrien arabera.

Elkarrizketa	Elkarrizketatua	Herrialdea	Esualdea	Herria	Zonalde soziolinguistikoa	Ofizialtasun maila	Hiztun mota	Amn. hizkuntza	Adina	Sexua	Ikasketak maila	Harremana
1	30	Gipuzkoa	Goierri	Ordizia	3	Bai	AB	Euskara	50-64	E	Uniberts.	Ezagunak
	31	Gipuzkoa	Goierri	Ordizia	3	Bai	AB	Jatorrizko lelebiduna	65<	G	Uniberts.	Ezagunak
2	32	Bizkaia	Arratia	Lemoa	3	Bai	A	Euskara	65<	E	Lehen Hez.	Ahizpak
	33	Bizkaia	Arratia	Lemoa	3	Bai	A	Euskara	65<	E	Lehen Hez.	Ahizpak
3	34	Araba	Aiaraldea	Amurrio	2	Bai	BA	Gaztelania	40-49	E	Uniberts.	Irakaslea
	35	Bizkaia	Nerbioi	Urdulua	2	Bai	B	Gaztelania	30-39	G	Lehen Hez. 2	Ikaslea
4	36	Gipuzkoa	Donostialdea	Donostia	2	Bai	BA	Gaztelania	18-29	G	Uniberts.	Bioteleak
	37	Gipuzkoa	Donostialdea	Donostia	2	Bai	AB	Jatorrizko lelebiduna	18-29	E	Uniberts.	Bioteleak
5	38	Nafarroa	Leizaldea	Arribe	4	Bai	AB	Euskara	50-64	G	Uniberts.	Lehengusak
	39	Nafarroa	Leizaldea	Aitallu	4	Bai	AB	Euskara	50-64	G	Lehen Hez.	Lehengusak
6	40	Zuberoa	Arbaila	Epelste	2	Ez	AB	Jatorrizko lelebiduna	30-39	E	Uniberts.	Ezagunak
	41	Zuberoa	Basaburua	Atharratze	2	Ez	A	Euskara	50-64	G	Lehen Hez.	Ezagunak

II. Taula: Binakako elkarrizketen zerrenda, elkarrizketatueezagarrri pertsonalak eta euren arteko harremanak

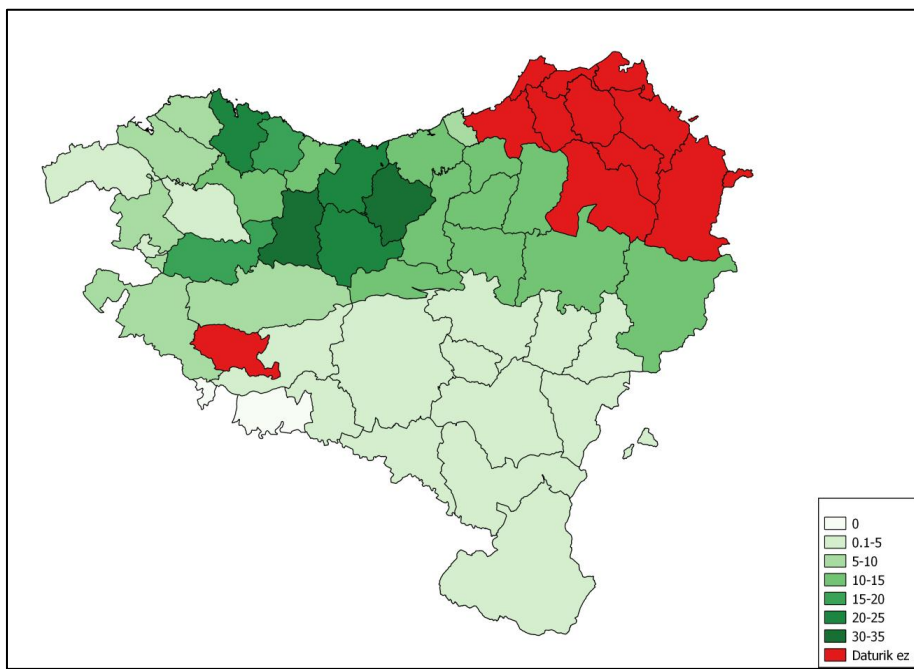
LAUGARREN ERANSKINA: Euskarazko hedabideen merkatu-kuota

III. Mapa *Euskarazko prentsaren merkatu-kuota, eskualdeko egunkariak kontuan hartuta, eskualdeka (%)*



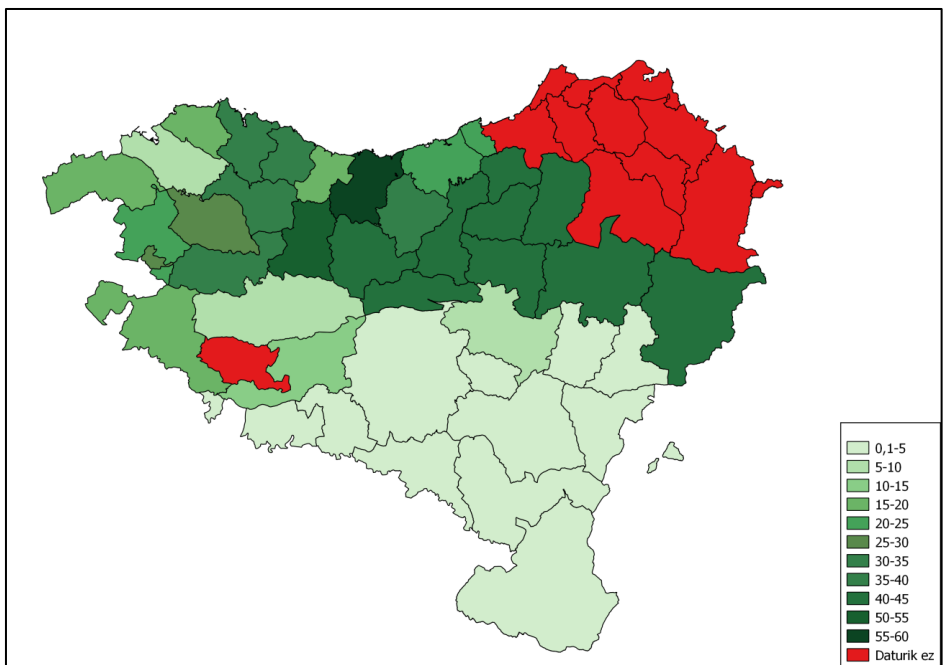
ITURRIA: CIESen audientzia neurketa (2014ko akumulatua)

IV. Mapa *Euskarazko telebisten merkatu-kuota, eskualdeka (%)*



ITURRIA: CIESen audientzia neurketa (2014ko akumulatua)

V. Mapa Euskarazko irratien merkatu-kuota, eskualdeka (%)



ITURRIA: CIESen audientzia neurketa (2014ko akumulatua)

BOSGARREN ERANSKINA: Euskarazko komunikabideetako Twitter kontuen jarraitzaile kopuruak

Taula I Euskarazko komunikabideen jarraitzaile kopurua Twitterren, hilabetearen arabera (2013)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Berria	13. 321	13. 803	14. 472	15. 076	16. 588	17. 470	17. 904	18. 413	18. 947	19. 793	20. 871	21. 404
Gaztea	12. 734	13. 274	13. 960	14. 560	15. 751	16. 261	16. 565	16. 678	16. 977	17. 322	17. 762	18. 011
Argia	6.1 29	6.3 75	6.7 32	7.3 12	8.2 85	9.0 19	9.3 08	9.5 56	9.8 08	10. 548	11. 300	11. 620
Sustatu	4.2 43	4.3 69	4.5 33	4.6 64	4.8 95	5.0 91	5.2 10	5.3 01	5.3 82	5.5 84	5.7 91	5.8 99
Hamaika	3.7 38	3.9 21	4.2 30	4.4 12	4.9 08	5.3 11	5.4 77	5.6 48	5.8 30	6.0 97	6.4 27	6.5 69
Euskadi Irratia	3.6 21	3.8 72	4.2 00	4.4 24	4.8 76	5.2 26	5.4 42	5.6 66	5.8 73	6.1 66	6.4 89	6.6 40
Zuzeu	3.5 93	3.7 32	3.8 81	4.0 51	4.4 09	4.6 64	4.8 43	4.9 72	5.0 71	5.2 70	5.5 07	5.6 14
EiTB albisteak	3.2 07	3.3 92	3.6 69	3.8 80	4.4 20	4.7 44	4.9 18	5.0 65	5.2 75	5.5 33	5.8 62	6.0 17
Topatu	2.0 57	2.1 89	2.4 28	2.6 31	3.5 26	3.9 53	4.1 54	4.3 93	4.5 53	4.8 57	5.3 69	5.5 69
Kazeta	1.9	1.9	2.0	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.9	2.9

	15	93	63	44	86	97	61	44	24	48	22	92
Gaztezulo	1.8 32	1.9 63	2.1 47	2.2 75	2.5 22	2.6 69	2.7 71	2.8 37	2.9 15	3.0 22	3.1 77	3.2 69
Euskalerri a Irratia	1.5 93	1.7 09	1.8 98	2.0 57	2.3 22	2.4 83	2.5 95	2.6 82	2.7 57	2.9 16	3.1 15	3.1 97
Goiena Albisteak	1.4 51	1.5 00	1.5 79	1.6 56	1.7 81	1.8 75	1.9 22	1.9 60	1.9 99	2.0 62	2.1 74	2.2 23
Euskal Irratiak	1.0 95	1.2 04	1.3 20	1.4 21	1.6 25	1.7 22	1.8 25	1.8 98	1.9 70	2.0 96	2.2 32	2.3 04
Bilbo Hiria	841	902	973	1.0 26	1.1 22	1.1 69	1.2 07	1.2 28	1.2 48	1.2 83	1.3 31	1.3 53
Aiaraldea	810	867	957	1.0 54	1.2 48	1.3 59	1.4 77	1.5 52	1.6 47	1.8 05	1.9 44	2.0 28

ITURRIA: Pello Urzelai

Taula II *Euskarazko komunikabideen jarraitzaile kopurua Twitterren, hilabetearen arabera (2015)*

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Berria	31.3 00	32.0 00	33.0 00	33.9 00	34.5 00	35.3 00	35.9 00	36.7 00	36.9 00
Gaztea	19.5 00	19.8 00	20.1 00	20.4 00	20.6 00	20.7 00	20.9 00	21.1 00	21.2 00
Argia	17.6 00	18.1 00	18.6 00	19.0 00	19.4 00	19.9 00	20.3 00	20.8 00	21.0 00
Sustatu	7.29 1	7.37 5	7.45 9	7.54 4	7.61 3	7.68 0	7.74 4	7.81 8	7.84 0
Hamaika	9.17 8	9.39 5	9.61 8	9.94 4	10.1 00	10.4 00	10.7 00	10.8 00	10.9 00
Euskadi Irratia	9.16 8	9.35 7	9.62 7	9.83 9	10.0 00	10.1 00	10.3 00	10.6 00	10.7 00
Zuzeu	7.22 9	7.32 1	7.41 7	7.49 6	7.59 8	7.66 6	7.73 9	7.83 9	7.88 9
EiTB albisteak	8.23 5	8.42 9	8.63 5	8.81 7	8.97 6	9.10 7	9.24 0	9.41 4	9.47 6
Topatu	9.17 3	9.33 9	9.74 0	9.98 6	10.2 00	10.7 00	10.9 00	11.1 00	11.1 00
Kazeta	4.24 8	4.36 3	4.46 2	4.58 6	4.69 3	4.75 2	4.83 1	4.96 7	4.99 2
Gaztezulo	4.49 5	4.57 3	4.72 1	4.87 4	4.97 9	5.05 2	5.12 3	5.20 0	5.21 6
Euskalerrria Irratia	4.48 7	4.55 4	4.64 0	4.78 5	4.88 0	4.97 2	5.03 4	5.12 0	5.23 6
Goiena	2.79	2.82	2.87	2.91	2.95	3.01	3.06	3.10	3.11

Albisteak	8	3	2	4	1	2	8	0	6
Euskal	3.52	3.60	3.70	3.83	3.90	3.96	4.04	4.16	4.19
Irratiak	3	1	7	1	1	5	4	7	1
	2.10	2.14	2.23	2.35	2.40	2.45	2.50	2.56	2.56
Bilbo Hiria	8	6	1	0	8	0	0	9	9
	2.88	2.90	2.95	3.03	3.08	3.12	3.17	3.20	3.21
Aiaraldea	1	2	8	5	2	6	0	1	7

ITURRIA: Lanketa propioa

BIBLIOGRAFIA

ERREFERENTZIA BIBLIOGRAFIKOAK

Agirreazkuenaga, Iñaki. "Euskararen araubide juridikoa Euskal Autonomia Erkidegoan, Nafarroan eta Ipar Euskal Herrian." *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 70 (2009): 15–40.

Agirre, Lorea. *Euskal kulturgintzaren estrategiak garatzeko oinarriak*. Gipuzkoako Foru Aldundiko Kultura eta Euskara Departamentua, 2011.

Ahedo, Igor eta Dolosor, Frank. "De Sud Ouest a Euskal Herriko Kazeta: Territorialidad y sentimiento de pertenencia En Los Medios de Comunicación Escritos En Iparralde." *Zer* 8, no. 15 (2003): 99–116.

Ahmed, Sarah. "Home and Away: Narratives of Migration and Estrangement." *European Journal of Cultural Studies* 2, no. 3 (1999): 329–47.

Aierdi, Xabier. "Hego Euskal Herriko atzerri inmigrazioa." *Jakin* 165 (2008): 11–29.

Aiestaran, Alazne. "Debabarreneko euskarazko komunikazio-sistema." *Uztaro* 62 (2007): 81–97.

———. "Euskarazko herri-orentsaren irakurleen profila aztergai." *Uztaro* 74 (2010): 59–72.

———. "Euskarazko prentsa elkarlanerako estrategien bila." *Uztaro* 49 (2004): 45–57.

Aksoy, Asu eta Robins, Kevin. "Banal Transnationalism." In *The Media of Diaspora*, Karim H. Karim., 89–104. Abingdon: Routledge, 2003.

Albero, Josu. "Abertzaletasun politikoaren eta hizkuntzaren arteko harremana Nafarroan." *Jakin* 149 (2005): 11–25.

- Albite, Pedro. "Migrazioak, kultura-aniztasuna eta estaturik gabeko nazioak. Euskal Herriaren erronkak." *Jakin* 165 (2008): 31–73.
- Álvarez Enparantza, José Luis. *Hacia una socio-lingüística matemática*. Donostia: Euskal Soziolinguistika Institutua Sortzen, 2001.
- Amezaga, Josu. "Euskal Telebista 30 urteren ostean." *Jakin* 194-195 (2013): 11-50.
- "Geolinguistic Regions and Diasporas in the Age of Satellite Television". *International Communication Gazette*, 69, 3, (2007): 239–261.
- "Linguistic Space: Satellite Television and Languages around the World and in the European Union." *Mercator Media Forum* 7 (2004): 66–85.
- *Satelite bidezko nortasunak. Latinoamerikan Canal Vasco ikusten*. Donostia: Utriusque Vasconiae, 2004.
- "Talde nortasunak eta komunikabideak." *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 72 (2009): 41–50.
- Amezaga, Josu, eta Arana, Edorta. "Euskal Herriaren irudia prentsan eta telebistan". In *Komunikabideak eta Euskal Herria*, 103-153. Bilbo: UEU, 2000.
- "Telebistagintzaren digitalizazioa eta telebista." *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 68 (2008): 37–49.
- Amezaga, Josu; Arana, Edorta eta Azpillaga, Patxi. *Euskarazko hedabideak*. EHU, 2006.
- Amezaga, Josu; Arana, Edorta; Azpillaga, Patxi eta Narbaiza, Beatriz. "Minority Language Television in Europe: Commonalities and Differences between Regional Minority Languages and Immigrant Minority Languages." *Zer* 17, 32 (2012): 89–106.
- Amezaga, Josu; Arana, Edorta; Basterretxea, José Ignacio eta Iturriotz, Ander. "Politics, Language and Identity in the Basque Media."

- Mercator Media Forum* 4 (2000): 16–40.
- Amezaga, Josu; Arana, Edorta; Iturriotz, Ander eta Martín, Rosa. “Iritzi publikoa, iritzi publikatua eta publikoaren iritzia: Hedabideen Eragina Euskal Politikagintzan.” *Uztaro* 22 (1997): 41–57.
- Amezaga, Josu; Artime, David; Barrios, Christian; Claus, Kristina; González, José Antonio; Halonen, Mari; Martínez, Noelia et al. “Biladi. Usos de la televisión por datélite entre los y las emigrantes magrebies en Bilbao.” *Zer* 6, 10 (2001): 81–105.
- Amezaga, Josu eta Salces, Gorka: “Mediacentric spaces and physical spaces in minority language use. A case study.” Argitaratu gabe (2015).
- Amonarriz, Kike. “Gazte-hizkerak, hizkera gazteak.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria*, 2008, 167–83.
- Amorrortu, Esti, Barreña, Andoni; Idiazabal, Itziar eta Ortega, Ane. “Erdaldunen euskararekiko aurreiritziak eta jarrerak.” Gasteiz: Eusko Jaurlaritzako Kultura Saila, 2009.
- Anderson, Benedict. *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London&New York: Verso, 1983.
- Arana, Edorta; Amezaga, Josu; Basterretxea, Jose Inazio eta Iturriotz, Ander. “ETB-1 ispiluan: programazioa eta edukia.” *Zer* 4, 7 (1999ko abendua): 257–76.
- Arana, Edorta; Azpillaga, Patxi eta Narbaiza, Beatriz. “Euskarazko gertuko telebistagintzaren lekua.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 48 (2003): 101–15.
- “Local Television Stations, Basque and Minority Language Normalization.” *Mercator Media Forum* 7 (2004): 86–98.
- “Telebista lokalak Euskal Herrian.” *Jakin* 141 (2004): 11–52.
- Aranguren, Asier. “Euskarazko komunikabide lokalak Euskal Herrian.” EHU, 1999.

- Arantzabal, Iban. "Tokiko hedabideek etorkizun handia dute." *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 68 (2008): 103–14.
- Arbelbide, Xipri. "Gure Irratia eta euskara." *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 48 (2003): 125–32.
- Ar Bihan, Herve. "The Use of Radio News in Breton to Improve Command of the Language." *Mercator Media Forum* 10 (2008): 24–31.
- Arexolaleiba, Julen. "Ereiten jarraitu behar dugu; ezin, bestela, purgatorioari eutsil!" *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 79–80 (2011): 155–63.
- Arratibel, Nekane. "Ukipen-egoeran dauden menpeko hizkuntzen jabekuntza." In *Menpeko Hizkuntzaren Bizzi-Kemena*, 35–116. Bilbo: UEU, 2001.
- Arratibel, Nekane; Azurmendi, Maria Jose eta García, Iñaki. *Menpeko Hizkuntzaren Bizzi-Kemena*. Bilbo: UEU, 2001.
- Arratibel, Nekane eta García, Iñaki. "Euskararen egoeran oinarrituz." In *Menpeko Hizkuntzaren Bizzi-Kemena*, 11–34. Bilbo: UEU, 2001.
- Arrieta, Mikel. "Berria, bost urrats etorkizunera begira." *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 68 (2008): 139–46.
- Askoren artean. "Euskal orentsa lokalaren problematika." *Jakin* 69 (1992): 51–66.
- . "Euskara hedabideetan." *Hizkuntza Politikarako Sailburuordetza*, 2008.
- Aupers, Stef. "Trust No One?: Modernization, Paranoia and Conspiracy Culture." *European Journal of Communication* 27, no. 1 (2012): 22–34.
- Awad, Isabel. "Desperately Constructing Ethnic Audiences: Antiimmigration Discourses and Minority Audience Research in the Netherlands." *European Journal of Communication* 28, no. 2

(2013): 168–82.

Awbery, Gwenllian. “The Welsh Used on Television.” *Mercator Media Forum* 1 (1995): 77–87.

Azpillaga, Patxi. “Broadcasting in the Basque Country: Problems and Limits of Multilingualism and Multiculturalism in a Social and Political Context of National Construction.” *Mercator Media Forum* 4 (2000): 64–92.

Azpillaga, Patxi; Zallo, Ramón eta Miguel, Juan Carlos. *Komunikabideak hemen. Egitura mediatikoa Euskal Herrian*. Irun: Alberdania, 2002.

Aztiker. “Aikor! aldizkaria. Irakurleak eta iritziak. Txorierrri, 2008.” Andoain: Aztiker, 2008.

——— “Aldaize aldizkaria. Irakurleak eta iritziak. Idiazabal, 2009.” Andoain: Aztiker, 2009.

——— “Anboto aldizkaria. Irakurleak eta iritziak. Durangaldea, 2010.” Andoain: Aztiker, 2010.

——— “Baleike. Irakurleak eta iritziak. 2011.” Andoain: Aztiker, 2011.

——— “Barren aldizkaria. Irakurleak eta iritziak. Bergara Eta Mendaro, 2009.” Andoain: Aztiker, 2009.

——— “Begitu aldizkaria. Irakurleak eta iritziak. Arratia-Ubide-Zeberio, 2010.” Andoain: Aztiker, 2010.

——— “...eta Kitto! aldizkaria. Irakurleak eta iritziak. Eibar, 2008.” Andoain: Aztiker, 2008.

——— “Goiena Komunikabideak: Irakurle eta ikus-entzuleen iritziak, portaerak eta etorkizuneko joerak. 2012.” Andoain: Aztiker, 2012.

——— “Guaixe-Beleixe. Irakurleak eta iritziak, 2011.” Andoain: Aztiker, 2011.

——— “Karkara Aldizkaria. Irakurleak eta iritziak. Orio-Aia, 2009.” Andoain: Aztiker, 2009.

- “Otamotz Aldizkaria. Irakurleak eta iritziak. Urretxu-Zumarraga, 2010.” Andoain: Aztiker, 2010.
- “Pulunpe Aldizkaria. Irakurleak eta iritziak, 2011.” Andoain: Aztiker, 2011.
- Azurmendi, Maria Jose. “Euskara erabiltzearen erraztasunaren/zailtasunaren eragin emozionala eta horren ondorioak.” *Uztaro* 64 (2008): 83–97.
- “Mikel Zalbideren Diglosiaren Purgatorioaz txostenari buruz hausnarketak.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 79–80 (2011): 165–73.
- Azurmendi, Maria Jose, Baxok, Erramun and Zabaleta, Francisca. “Reversing Language Shift: The Case of Basque.” In *Can Threatened Languages Be Saved?: Reversing Language Shift, Revisited: A 21st Century Perspective*, Joshua Fishman., 234–59. Clevedon: Multilingual Matters, 2001.
- Azurmendi, Maria Jose; Larrañaga, Nekane eta Apalategi, Jokin. “Identitate etnolinguistikoa EAEn.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 67 (2008): 131–48.
- Baker, Colin. *Attitudes and Language*. Clevedon: Multilingual Matters, 1992.
- Barbour, Stephen. “Language and National Identity in Europe; Theoretical and Practical Problems.” In *Language, Culture and Communication in Contemporary Europe*, Charlotte Hoffman., 28–46. Clevedon: Multilingual Matters, 1996.
- Barea, Pedro. “Hábitos de recepción de la radio en el País Vasco.” *Zer* 4, no. 6 (1999ko maiatza): 153–78.
- Barquin, Amelia. “Immigrazioa eta euskara: gogoetarako zenbait gai.” *Jakin* 165 (2008): 75–97.
- Bastardas, Albert. “Ekologiatik hizkuntza-iraunkortasunera: marko

- teorikotik proposamen praktikoetara.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 81 (2011): 11–22.
- Basterretxea, Jose Inazio. “Arto gutxitan, kalabaza jaki (gizarte-Komunikazioa, Euskaraz Eraikitzen).” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 68 (2008): 75–83.
- . *Aurkari ikustezina. Identitateaz eta gizarte-komunikazioaz*. Irun: Alberdania, 2003.
- Basterretxea, Jose Inazio; Idoiaga, Petxo; Ramirez de la Piscina, Txema eta Esther Zarandona. “Euskal Herriko eskola-gazteak telebistaren katean.” *Uztaro* 55 (2005): 63–87.
- . “Alfabetizazio berriak: Euskal Herriko neska-mutilak eta komunikabideak,” n.d.
- Bauman, Zygmunt. *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2009.
- Baxok, Erramun. “Txillardegirekin elkarlanean.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 71 (2009): 113–26.
- Baxok, Erramun et al. *Identidad y cultura vascas a comienzos del siglo XXI*. Eusko Ikaskuntza. Donostia, 2006.
- Bezunartea, Ofa eta del Hoyo, Mercedes. “Los públicos se retratan ante la prensa.” *Zer* 5, 8 (2000ko maiatza): 213–43.
- Bidegain, Eneko, Zuberogoitia, Aitor, and Egaña, Txema. “Euskarazko tokiko hedabideen erradiografia.” In *Euskal Hedabideen Etxea, Tokikoen Ikuspegitik*, 94–191. Tokikom & Mondragon Unibertsitatea, 2013. http://bloga.tokikom.eus/wp-content/uploads/2013/11/EUSKAL_HEDABIDEEN_ETXE_A.pdf.
- Blackman, Lisa. “Inventing the Psychological. Lifestyle Magazines and the Fiction of Autonomous Self.” In *Media and Cultural Theory*, James Curran and David Morley., 209–20. Abingdon: Routledge,

2006.

Blumler, J.G. "The Role of Theory in Uses and Gratifications Studies."

Communication Research 6, 1 (1979): 9-36.

Bourdieu, Pierre. *Razones prácticas: sobre la teoría de la acción*. Bartzelona:

Anagrama, 1997.

——— *Sobre la televisión*. Bartzelona: Anagrama, 1997.

Bourhis, Richard. "Reversing Language Shift in Quebec." In *Can*

Threatened Languages Be Saved?: Reversing Language Shift, Revisited:

A 21st Century Perspective, Joshua Fishman., 101–41. Clevedon:

Multilingual Matters, 2001.

Bourhis, Richard eta Landry, Rodrigue. "Hizkuntza-gutxiengoaren talde-

bizindarra, kultura-autonomia eta ongizatea." *BAT*

Soziolinguistika Aldizkaria 67 (2008): 151–92.

Bourhis, Richard eta Giles, Howard. "The Language of Intergroup

Distinctiveness." In *Language, Ethnicity and Intergroup Relations*,

Howard Giles., 119–35. London: Academic Press, 1977.

Briggle, Adam eta Mitcham, Carl. "Informazioaren filosofiatik

informazioaren kulturaren filosofiarara." *Jakin* 171 (2009): 53–68.

Brouwer, Goasse. "In the Language or For the Language? 1. Fryslân,

Frisk En Frij." *Mercator Media Forum* 2 (1996): 41–51.

Browne, Donald R. *Ethnic Minorities, Electronic Media and the Public Sphere.*

A Comparative Study. Nicholas W. Jankowski. Cresskill: Hampton

Press, 2005.

Calhoun, Craig. "Indirect Relationship's and Imagined Communities:

Large-Scale Social Integration and the Transformation of

Everyday Life." In *Social Theory for a Changing Society*, Bourdieu, P.

eta Coleman, J., 95–121. Oxford: Westview Press, 1991.

Campus, Donatella. "Political Discussion, Opinion Leadership and

Trust." *European Journal of Communication* 27, no. 1 (2012): 46–55.

- Castells, Manuel. *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza, 2009.
- Capozza, Dora eta Volpato, Chiara. “Relaciones intergrupales: perspectivas clásicas y contemporáneas”. In *Estereotipos, discriminación y relaciones entre grupos*, Bourhis eta Leyens, 29-48. Madrid: Mc Graw Hill, 1996.
- Cartwright, D. eta Harary, F. “Structural Balance: A Generalisation of Heider’s Theory.” *Psychological Review* 63, 5 (1956): 277-293.
- Chalmers, Douglas, Danson, Mike; Lang, Alison eta Milligan, Lindsay. “The Contribution of BBC Alba to Gaelic: A Social and Economic Review.” In *Social Media and Minority Languages. Convergence and the Creative Industries*, 212–23. Bristol: Multilingual Matters, 2013.
- Chapman, Antony J.; Smith, Jean R. eta Foot, Hugh C.. “Language, Humour and Intergroup Relations.” In *Language, Ethnicity and Intergroup Relations*, Howard Giles., 137–69. London: Academic Press, 1977.
- CIES. “Barómetro audiovisual de Navarra 2010.” Iruñea: Consejo Audiovisual de Navarra, 2011.
- Coleman, Stephen. “Believing the News: From Sinking Trust to Atrophied Efficacy.” *European Journal of Communication* 27, no. 1 (2012): 35–45.
- Cormack, Mike. “Developing Minority Language Media Studies.” *Mercator Media Forum* 7 (2004): 3–12.
- . “Minority Language Media in a Global Age.” *Mercator Media Forum* 4 (2000): 3–15.
- . “The Media and Language Maintenance.” In *Minority Language Media. Concepts, Critiques and Case Studies*, 52–68. Clevedon: Multilingual Matters, 2007.
- Coyos, Jean-Baptiste. “Euskara eta legeria Ipar Euskal Herrian: gizarte

- elebidun baterantz, Aukerak Eta Mugak.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 70 (2009): 41–55.
- Crowley, Tony. “Signs of Belonging: Language, Nations and Cultures in the Old and New Europe.” In *Language, Culture and Communication in Contemporary Europe*, Charlotte Hoffman., 47–60. Clevedon: Multilingual Matters, 1996.
- Cunliffe, Daniel; Morris, Delyth eta Prys, Cynog. “Investigating the Differential Use of Welsh in Young Speakers’ Social Networks: A Comparison of Communication in Face-to-Face Settings, in Electronic Texts and on Social Network Sites.” In *Social Media and Minority Languages. Convergence and the Creative Industries*, 75–86. Bristol: Multilingual Matters, 2013.
- Curran, James. “Media and Cultural Theory in the Age of Market Liberalism.” In *Media and Cultural Theory*, James Curran and David Morley., 129–48. Abingdon: Routledge, 2006.
- Davies, Grahame. “‘By the Lightning beneath the Sea’: Adoption of New Media in the Welsh Language.” *Mercator Media Forum* 9 (2006): 69–83.
- Diaz de Tuesta, José Felix. “The Success of the Local: The Basque Country.” *Mercator Media Forum* 2 (1996): 75–83.
- Díaz, Javier. “Euskal komunikabideak eta ziberkomunikabideetan euskararen erabilera.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 68 (2008): 19–36.
- Díaz, Javier eta Koldo Meso, Koldo. *Komunikabideen ereduak*. Zarautz: EHU, 1999.
- Díaz, Koldo. “Faceguk. Euskal identitatearen eraikuntza soziala etnografia digitaletik aztertuta.” EHU, 2014.
- Díaz, Koldo; Landabidea, Xabier eta Salces, Gorka. “Euskarazko komunikabideen kontsumoa eta internet: euskal audimetrien alde

kualitatiboa”. *Euskal Hedabideen Urtekaria*, 53-74. Andoain: Hekimen, 2015.

Elizalde, Luciano. “Factores y condiciones de la comunicación audiovisual. Su definición desde el ámbito de la recepción.” *Zer* 5, no. 9 (2000): 185–236.

——— “Los jóvenes y las tecnologías de la comunicación y la información: hacia una etnografía de los entornos mediáticos.” *Zer* 5 (1998ko azaroa): 121–55.

Elkoroberezibar, Miguel Angel. “Prentsa lokala Euskal Herrian.” *Jakin* 69 (1992): 11–37.

Erize, Xabier. “Hizkuntza ekologiatik iraunkortasunera: indarguneak, ahulguneak eta proposamenak.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 81 (2011): 67–86.

Esnaola, Imanol. “Txillardegi glotopolitikan.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 71 (2009): 57–62.

Etxeberria, Felix. “Gazte unibertsitarioen bizipenak hizkuntza ikaskuntzan.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 71 (2009): 138–50.

——— “Hizkuntza irakaskuntza ikasle etorkinekin.” *Jakin* 154 (2006ko maiatza-ekaina): 67–76.

——— “Ikasle etorkinen eskolatzea EAEn.” *Jakin* 154 (2006ko maiatza-ekaina): 44–55.

Etxegoien, Fermin. *Neurona Eta zeurona. Hizkuntza estetika bezala*. Iruñea: Pamiela, 2004.

Euskararen Aholku Batzordea. “Euskararen kalitatea.” Gasteiz: Eusko Jaurlaritzako Kultura Saila, 2004.

Euskararen Erakunde Publikoa. “Komunikabideen erabilpenaren azterketa: telebista eta irratia.” Baiona: Euskararen Erakunde Publikoa, 2007.

EUSTAT. “Informazioaren gizartearen panorama. Euskadi 2007-2008.”

- Gasteiz: Eusko Jaurlaritza, 2009.
- “Informazioaren gizartearen panorama 2014.” Gasteiz: Eusko Jaurlaritza, 2014.
- Fernandez, Luis. “Patterns of Linguistic Discrimination in Internet Discussion Forums.” *Mercator Media Forum* 5 (2001): 22–41.
- Fernández Ostolaza, Inigo. “Euskarazko hedabideak eta publizitatea.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 68 (2008): 63–74.
- Ferrer, Mariano. “Komunikabideak erakundeen gatibu.” *Jakin* 81 (1994): 21–26.
- Festiger, L. *A Theory of Cognitive Dissonance*. Stanford: Stanford University Press, 1957.
- Fishman, Joshua. “Why Is so Hard to Save a Threatened Language? (A Perspective on the Cases That Follow).” In *Can Threatened Languages Be Saved?: Reversing Language Shift, Revisited: A 21st Century Perspective*, Joshua Fishman., 1–21. Clevedon: Multilingual Matters, 2001.
- “Bilingualism and Biculturalism As Individual and As Societal Phenomena.” In *The Rise and Fall of the Ethnic Revival*, Joshua A. Fishman., 39–56. Berlin: Mouton, 1985.
- “Language and Ethnicity.” In *Language, Ethnicity and Intergroup Relations*, Howard Giles., 15–57. London: Academic Press, 1977.
- “Language, Ethnicity and Racism.” In *The Rise and Fall of the Ethnic Revival*, Joshua A. Fishman., 3–13. Berlin: Mouton, 1985.
- “Language Maintenance and Ethnicity.” In *The Rise and Fall of the Ethnic Revival*, Joshua A. Fishman., 57–76. Berlin: Mouton, 1985.
- “‘Nothing New Under the Sun’: A Case Study of Alternatives in Language and Ethnocultural Identity.” In *The Rise and Fall of the Ethnic Revival*, Joshua A. Fishman., 77–103. Berlin: Mouton, 1985.

- Gaminde, Iñaki. "Hiztunen generoaren eta adinaren pertzepzioaz." *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 71 (2009): 151–64.
- Garabide elkarte. *Hedabideak. Euskararen berreskuratzea III*. Eskoriatza: Garabide, 2010.
- García de Madariaga, José María. "Del periodismo cívico al participativo: nuevos medios, viejas inquietudes." *Zer* 11, no. 21 (2006): 203–17.
- García de Toro, Ana Cristina eta Chaume, Frederic. "Translating Audiovisual Texts in the Bilingual Context of the Catalan-Speaking Areas: The Case of Spanish Catalan Translation." *Mercator Media Forum*, 2006, 4–13.
- García, Iñaki. "Ukipen-egoeran dauden hizkuntzen rrabilera," 117–62. Bilbo: UEU, 2001.
- García, María del Carmen eta Del Hoyo, Mercedes. "Redes sociales: un medio para la movilización juvenil." *Zer* 18, no. 34 (2013): 111–25.
- Garmendia, Maialen; Garitaonandia, Carmelo; Martinez, Gemma eta Casado, Miguel Ángel. "Adingabekoak eta internet. Eu Kids Online sarearen gomendio politikoak." *Jakin* 179 (2010): 51–63.
- Giles, Howard; Bourhis, Richard eta Taylor, Donald. "Towards a Theory of Language in Ethnic Group Relations." In *Language, Ethnicity and Intergroup Relations*, Howard Giles., 307–48. London: Academic Press, 1977.
- Goikoetxea, Nekane. "Hizkuntzen arteko elkar eragina EAEko hezkuntza eleanitzean." *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 68 (2008): 149–64.
- Gonzalez, María. "Euskarazko tokiko hedabideen kalitatea." *Uztaro* 59 (2006): 41–61.
- Gordon, C. "Self conceptions: Configurations of Content". In *The Self in*

- Social Interaction (vol. 1)*, Gordon eta Gergen. New York: Wiley, 1968.
- Gorter, Durk. "A Frisian Uptade of Reversing Language Shift." In *Can Threatened Languages Be Saved?: Reversing Language Shift, Revisited: A 21st Century Perspective*, Joshua Fishman., 215–233. Clevedon: Multilingual Matters, 2001.
- Greenberg, B.S. "Gratifications of Television Viewing and Their Correlates for British Children." In *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, Blumler, J.G. eta Katz, E., 71-92. Beverly Hills: Sage: 1974.
- Gutierrez, Arantza. *Euskal irratigintzaren historia*. Bilbo: UEU, 2000.
- Guyot, Jacques. "Languages of Minorities and the Media: Research Issues." *Mercator Media Forum* 7 (2004): 13–28.
- "Une Chaîne Bretonne Privée À l'Ère Du Numérique." *Mercator Media Forum* 5 (2001): 8–18.
- Haydeé, Chavero eta García-Muñoz, Núria. "Los hábitos del consumo televisivo de una comunidad extranjera: el caso de estudiantes latinoamericanos en Barcelona." *Zer* 10, no. 19 (2005): 191–204.
- Hekimen elkarte. "Herri ekimeneko euskal hedabideak," 2013. <http://www.hekimen.eus/wp-content/uploads/2014/03/HERRI-EKIMENeko-EUSKAL-HEDABIDEAK-txostena1.pdf>.
- Hepp, Andreas. "The Communicative Figurations of Mediatized Worlds: Mediatization Research in Times of the 'Mediation of Everything.'" *European Journal of Communication* 28, no. 6 (2013): 615–29.
- Hizkuntza Politikarako Sailburuordetza. "V. Mapa sozolingüistikoa." Gasteiz: Eusko Jaurlaritza, 2011.
- "V. Inkesta soziolingüistikoa". Gasteiz: Eusko Jaurlaritza, 2013.

- “Euskarazko hedabideak”. Gasteiz: Eusko Jaurlaritza, 2015.
- Holt, Kristoffer; Shehata, Adam; Strömbäck, Jesper eta Ljunberg, Elisabeth. “Age and the Effects of News Media Attention and Social Media Use on Political Interest and Participation: Do Social Media Function as Leveller?” *European Journal of Communication* 28, no. 1 (2013): 19–34.
- Hourigan, Niamh. “Minority Language Media, Globalization and Protest.” *Mercator Media Forum* 7 (2004): 54–65.
- Husband, Charles. “News Media, Language and Race Relations: A Case Study in Language Maintenance.” In *Language, Ethnicity and Intergroup Relations*, Howard Giles., 211–39. London: Academic Press, 1977.
- Huws, Gwilym. “The Success of the Local: Wales.” *Mercator Media Forum* 2 (1996): 84–93.
- Ibáñez, Tomás. “La ideología y las relaciones intergrupales”, In *Estereotipos, discriminación y relaciones entre grupos*, Bourhis eta Leyens, 307-325. Madril: Mc Graw Hill, 1996.
- Identitate Kolektiboen Ikertegia. “Identitatearen eta politikaren kultura berri baterantz. Euskal gazteen joerak.” Gasteiz: Eusko Jaurlaritza, 2005.
- Idiazabal, Itziar. “Eleaniztasuna hezkuntzaren derrigorrezko beste utopia bat?” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 81 (2011): 89–105.
- Irizar, Mikel. “Atarikoa.” In *Euskal hedabideen etxea, tokikoen ikuspegitik*, Tokikom & Mondragon Unibertsitatea, 2014. http://bloga.tokikom.eus/wp-content/uploads/2013/11/EUSKAL_HEDABIDEEN_ETXE_A.pdf.
- “Herri aldizkariak: balantzea eta etorkizuneko erronkak.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 48 (2003): 53–65.

- Isasi, Xabier. "Euskara: politika, inkestak eta erabilera." *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 79–80 (2011): 301–13.
- . "Omenez." *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 71 (2009): 39–56.
- . "Terminologiak anpara gaitzala." *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 79–80 (2011): 175–84.
- Isasi, Xabier eta Iriarte, Arantxa. "Euskararen kale-erabilera. Txillardegiren eredu matematikoa." *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 28 (1998).
- Iurrebaso, Iñaki. "Hedabideak eta euskara Zarautzen, 2006. Ikerketaren emaitzak." *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 68 (2008): 115–37.
- Jauregi, Pello eta Suberbiola, Pablo. "Hizkuntza aldaketa bikoteen harremanetan: ikuspegi teorikoa eta ikerketaren ondorioak." *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 71 (2009): 177–91.
- Jausoro, Nekane. *Gazte euskaldunen eguneroko bizimodua eta beren euskararekiko harremanak*. (Argitaratu gabe): Hizkuntza Politikarako Idazkaritza, 1991.
- Jebril, Nael; Albaek, Erik eta de Vreese, Claes. "Infotainment, Cynicism and Democracy: The Effects of Privatization vs Personalization in the News." *European Journal of Communication* 28, no. 2 (2013): 105–21.
- Jenkins, Henry. *Convergence Culture. La Cultura de La Convergencia de Los Medios de Comunicación*. Bartzelona: Paidós, 2008.
- . *Convergence Culture: Where New and Old Media Collide*. New York: New York University Press, 2006.
- Jenkins, Henry; Ford, Sam eta Green, Joshua. *Spreadable Media. Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. New York: New York University Press, 2013.
- Jensen, Klaus Bruhn. *Media Convergence.: The Three Degrees of Network, Mass, and Interpersonal Communication*. London: Routledge, 2010.

- Jiménez, Estefanía. “20 ideas para la reflexión.” In *De la agenda a lo imprevisto. El tratamiento a las principales candidaturas en la prensa durante las elecciones forales de 2011 en Bizkaia*, Jiménez, E. (koord.), 87-91. Bilbo, EHU, 2012.
- Joly, Lionel. “Diglosiaren Purgatorioaz srtikuluari buruzko iritzi bat.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 79–80 (2011): 187–97.
- “Hizkuntzen historia soziala: euskararen azterketarako eredua.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 70 (2009): 143–57.
- Jones, Elin Haf Gruffydd. “Minority Language Media, Convergence Culture and the Indices of Linguistic Vitality.” In *Social Media and Minority Languages. Convergence and the Creative Industries*, 58–72. Bristol: Multilingual Matters, 2013.
- “Permeable and Impermeable Linguistic Boundaries: From Mass Media to Social Media in Policy and Practice in Minoritised Language Contexts.” *Zer* 18, no. 35 (2013): 29–45.
- “The Changing Landscape of Minority Language Media: Television.” *Mercator Media Forum* 10 (2008): 57–61.
- “The Future of Languages in World-Wide Networks.” *Mercator Media Forum* 3 (1997): 45–51.
- Juaristi, Patxi. *Gizarte ikerketarako teknikak. Teoria eta adibideak*. Bilbo: EHU, 2003.
- Kasares, Paula. “Diglosiaren Purgatorioaz iruzkin kritikoa.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 79–80 (2011): 199–205.
- Katz, E.; Blumler, J.G. eta Gurevitch, M.. “Uses and Gratifications Research.” *Public Opinion Quarterly* 37, 4 (1979): 509-523.
- Katz, E. eta Lazarsfield, P.F.. *Personal Influence: The Part Played by People in the Flow of Mass Communications*. New York: The Free Press, 1955.
- Kulturaren Euskal Behatokia. “Euskal Herria 2007-2008: Kultura ohiturak, praktikak eta kontsumoa.” Gasteiz: Eusko Jaurlaritza,

2008.

Landabidea, Xabier. “Belaunaldien telebistarekiko aisiazko harremanak: Bizkaiko lau sdin-talderen kasu azterketa.” Deustuko Unibertsitatea, 2013.

Larrañaga, Jotxo; Gabantxo, Miren eta Aranguren, Asier. “Sei herri aldizkari: edukin azterketaren aldetik hurbilketa bat.” *Mediatika* 6 (1997): 15–40.

Larrinaga, Ane. “Kulturgileak mugimendu sozialen tradizioan: euskal intelektualak euskalgintzan.” *Uztaro* 66 (2008ko ekaina-iraila): 87–103.

——— “Masa hedabideen eragina arlo intelektualean: figura intelektual berrien sorrera dela eta.” *Uztaro* 38 (2001): 59–81.

Larrinaga, Asier. “Kaleko hizkera telebistako saioetan.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 48 (2003): 39–51.

László, Vincze. “The Declining Readership of Hungarian-Language Daily Newspapers in Slovakia.” *Mercator Media Forum* 10 (2008): 62–77.

——— “The Role of Three Daily Newspapers in Supporting the Swedish Language in Finland.” *Mercator Media Forum* 10 (2008): 78–104.

László, Vincze eta Moring, Tom. “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, 2013.

Law, Philippa. “Audiences’ Willingness to Participate in Welsh-Language Media. Executive Summary.” Queen Mary University, 2013.

Liu, L.B.; Cheung, M.K. eta Lee K.O. “Understanding Twitter Usage: What Drives People to Continue to Tweet.” Taipei: Association for Information Systems, 2010.

- Livingstone, S. "On the Mediation of Everything: ICA Presidential Address 2008." *Journal of Communication* 59, 1 (2009): 1-18.
- Lometti, G.E.; Reeves, B. eta Bybee, C.R. "Investigating the Assumptions of Uses and Gratifications Research." *Communication Research* 4, 3 (1977): 321-338.
- López, Nereida; González, Patricia eta Medina, Elena. "Jóvenes y televisión en 2010: un cambio de hábitos." *Zer* 30, 16 (2011): 97-113.
- López, Xosé. "Algunas claves para que los diarios refuercen su papel en la sociedad de la información." *Zer* 7, 4 (1999): 147-60.
- "El modelo local de la prensa gallega redefine estrategias para competir en la nueva era." *Zer* 9, 5 (2000): 319-34.
- "La prensa popular gallega: un eslabón para la participación ciudadana." *Zer* 3, 2 (1997): 153-67.
- Lorenzi-Cioldi, Fabio eta Doise, Willem. "Identidad social e identidad personal." In *Estereotipos, discriminación y relaciones entre grupos*, 71-90. Madrid: Mc Graw-Hill, 1996.
- Lull, James. "The Push and Pull of Global Culture." In *Media and Cultural Theory*, James Curran and David Morley., 44-57. Abingdon: Routledge, 2006.
- Mac Dubhghaill, Uinsionn. "Harry Potter and the Wizards of Baile Na hAbhann: Translation, Subtitling and Dubbing Policies in Ireland's G4, from the Start of Broadcasting in 1996 to the Present Day." *Mercator Media Forum* 9 (2006): 47-48.
- Magnussen, Birgitte. "Audience Research and Minority Language Broadcasting." *Mercator Media Forum* 1 (1995): 96-105.
- Marko, Joxe Inazio eta Uranga, Belén. "Hizkuntza-ekologia Euskal Herrian. Gaur egun, eragileen ikuspegia." *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 81 (2011): 107-22.

- Martinez de Luna, Iñaki. "Euskara EAEn: gaitasuna, erabilera eta iritziak." Gasteiz: Prospekzio Soziologikoen Kabinetea, 2013.
- "Hizkuntzekiko motibazioen ekarpenak inguruneak ezarritako baldintzen aurrean." *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 18 (1996): 39–52.
- "Mikel Zalbideren teoriatik tiraka. Diglosiaren Purgatorioaz izeneko ponentziari emandako erantzuna." *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 79–80 (2011): 207–13.
- Martinez de Luna, Iñaki; Jausoro, Nekane; Berri-Otxoa, Kontxesi eta Idirin, Ibon. "Gizarte sareak eta hizkuntzaren erabilera: euskarari eta gaztelaniari egokitutako hurbilketa." *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 26 (1998): 59–84.
- Martinez de Luna, Iñaki, eta Usarralde, Ibon. *Euskal hizkuntza komunitatearen bizindar etnolinguistikoa*. Oñati: Soziolinguistika Klusterra, 2004.
- Marzà, Anna; Chaume, Frederic; Glòria Torralba, Glòria eta Alemany, Ana. "The Language We Watch: An Approach to the Linguistic Model of Catalan in Dubbing." *Mercator Media Forum* 9 (2006): 14–25.
- Mc Leod, J.M. eta Becker, L.B. "Testing the Validity of Gratifications Measures Through Political Effect Analysis." In *The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research*, Blumler, J.G. eta Katz, E., 137-164. Beverly Hills: Sage, 1974.
- Melucci, Alberto. *Vivencia y convivencia: teoría social para una era de la información*. Jesús Casquette. Madrid: Trotta, 2001.
- Mesa, C.; Huici, C. eta Garriga-Trillo, A. "Scaling Intergroup Differentiation in Stereotypes: Muslims and Christians." *International Society for Psychophysics 9th Meeting*, Mallorca, 1993ko urriak 21-24.

- Meso, Koldo. "Euskarazko hedabideak interneten." *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 68 (2008): 51–61.
- Meyrowitz, Joshua. *No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behavior*. New York: Oxford University Press, 1985.
- Michon, Roland, and Jacques Guyot. "The Development of Television in Brittany: Cultura and Linguistic Issues at Stake." *Mercator Media Forum* 3 (1997): 87–96.
- Milikowski, Marisca. "Exploring a Model of De-Ethnicization: The Case of Turkish Television in the Netherlands." *European Journal of Communication* 15, no. 4 (2000): 443–68.
- Mitxelena, Koldo. "Las lenguas y la política." In *Doce Ensayos Sobre El Lenguaje*, 19–37. Madril: Fundación Juan March, 1974.
- Moeller, Judith eta de Vreese, Claes. "The Differential Role of the Media as an Agent of Political Socialization in Europe." *European Journal of Communication* 28, no. 3 (2013): 309–25.
- Morales, J.F. eta Paez, D. "Estereotipos, discriminación y relaciones intergrupos en España y en Latinoamérica." In *Estereotipos, Discriminación Y Relaciones Entre Grupos*, 1–22. Madril: Mc Graw-Hill, 1996.
- Moring, Tom. "Functional Completeness in Minority Language Media." In *Minority Language Media. Concepts, Critiques and Case Studies*, Cormack, M. eta Hourigan, N., 17–33. Clevedon: Multilingual Matters, 2007.
- Morley, David. "Globalisation and Cultural Imperialism Reconsidered. Old Questions in New Guises." In *Media and Cultural Theory*, James Currand and David Morley., 30–43. Abingdon: Routledge, 2006.
- Nafarroako Gobernua. "Mapa sociolingüístico de Navarra 2011." Iruñea: Nafarroako Gobernua, 2015.

- Nickels, Henri C., Thomas, Lyn; Hickman, Mary J. eta Silvestri, Sara. "Constructing 'Suspect' Communities and Britishness: Mapping British Press Coverage of Irish and Muslim Communities, 1974-2007." *European Journal of Communication* 27, no. 2 (2012): 135-51.
- Nicnèill, Mórág. "Gaelic Broadcasting: On the Threshold of a New Era." *Mercator Media Forum* 5 (n.d.): 99-106.
- O'Connell, Eithne. "Serving Our Purposes: Audiovisual Media, Language Planning and Minority Languages." *Mercator Media Forum* 7 (2004): 29-41.
- Odriozola, Joxe Manuel. "Euskal purgatorioa iraungi Zenekoa." *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 79-80 (2011): 215-22.
- Ó Muilleoir, Máirtín. "In the Language or For the Language? 3. Ireland." *Mercator Media Forum* 2 (1996): 59-61.
- Olalde, Naroa. "Euskararen hautematea Azkoitian. Hiztuna, gizartea eta hizkuntza." *Hiznet sakontze-egitasmoa. Azkoitia*, 2011.
- Ó Riagáin, Pádraig. "Irish Language Production and Reproduction 1981-1996." In *Can Threatened Languages Be Saved? : Reversing Language Shift, Revisited : A 21st Century Perspective*, Joshua Fishman., 195-214. Clevedon: Multilingual Matters, 2001.
- Ortega, Ane; Amorrortu, Estibaliz; Goirigolzarri, Jone; Urla, Jacqueline eta Uranga, Belén. "Nuevos hablantes de euskera: identidad y legitimidad." *Digitum* 16 (2014): 86-97.
- Osa, Erramun; Elortza, Itziar; Lazkano, Fermín eta Altuna, Olatz. "Euskararen ezagutza eta erabilera. Datuek Zer Diote?" *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 70 (2009): 129-41.
- Otamendi, Martxelo. "[Izenbururik Gabe]." In *Euskara Hedabideetan*, 261-88. Gasteiz: Eusko Jaurlaritza, 2008.
- Papacharissi, Z. eta Rubin, A. "Predictors of Internet Use." *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 44 (2000): 175-196.

- Parratt, Sonia. "Consumo de medios de comunicación y actitudes hacia la prensa por parte de los universitarios." *Zer* 15, no. 28 (2009): 133–49.
- Partal, Vicent. "Hizkuntza-hazkundera interneten." *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 70 (2009): 117–27.
- Patten, A. eta Kymlicka, W. "Context, Issues and Approaches." In *Language Rights and Political Theory*, Patten eta Kymlicka, 1-51. Oxford: Oxford University Press, 2003.
- Pavón, Amaia eta Zuberogoitia, Aitor. "Leintz bailarako nerabeak eta ikus-entzunezko edukien kontsumoa." *Uztaro* 78 (2011ko uztaila-iraila): 31–49.
- Peters, John Durham. "Media as Conversation, Conversation as Media." In *Media and Cultural Theory*, James Curran and David Morley., 115–26. Abingdon: Routledge, 2006.
- Petric, Gregor; Petrovcic, Andraz eta Vehovar, Vasja. "Social Uses of Interpersonal Communication Technologies in a Complex Media Environment." *European Journal of Communication* 26, no. 2 (2011): 116–32.
- Prats, M., Rafanell, A. eta Rossich, A. "En L'esperança Contra L'esperança." In *El Futur de La Llengua Catalana*, Prats, Rafanell eta Rossich., 39–83. Bartzelona: Empúries, 1990.
- Prospekzio Soziologikoen Kabinetea. "EAEko herritarren iritzia EITBri buruz." Gasteiz: Eusko Jaurlaritza, 2006.
- . "Euskal iritzi publikoaren urtekaria 2011." Gasteiz: Eusko Jaurlaritza, 2012.
- . "Gazteen argazkiak 15: hedabideak." Gasteiz: Eusko Jaurlaritza, 2012.
- . "Hedabideak." Gasteiz: Eusko Jaurlaritza, 2012.
- . "Ikuskerak 6: hedabideak." Gasteiz: Eusko Jaurlaritza, 2013.

- “Komunikabideak”. Gasteiz: Eusko Jaurlaritza, 2015.
- Robins, Kevin eta Aksoy, Asu. “Thinking Experiences: Transnational Media and Migrants’ minds.” In *Media and Cultural Theory*, James Curran eta David Morley., 86–99. Abingdon: Routledge, 2006.
- Rodriguez, Josep A. *Análisis estructural y de redes*. Madril: CIS, 1995.
- Rosengren, K.E. eta Windahl, S. “Mass Media Consumption as a Functional Alternative.” In *Sociology of Mass Communication*, McQuail, D., 166-195. Harmondsworth: Penguin, 1972.
- Ruiz Olabuenaga, José Ignacio. *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbo: Deustuko Unibertsitatea, 2009.
- Ruiz Olabuenaga, José Ignacio eta Ispizua, María Antonia. *La decodificación de la vida cotidiana. Métodos de investigación cuantitativa*. Bilbo: Deustuko Unibertsitatea, 1989.
- Sánchez Carrión, José María. *Un futuro para nuestro pasado: claves de la recuperación del euskara y teoría social de las lenguas*. Donostia: Elkar, 1987.
- Sarasua, Jon. “Egungo norabide batzuk eta hizkuntzen ikuspegi ekologikoa.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 81 (2011): 123–42.
- *Hiztunpolisa. Euskaltasunaren norabideaz apunteak*. Iruñea: Pamiela, 2013.
- SIADeco. “Euskaldunak eta euskarazko kultur kontsumoa.” *Jakin* 96 (1996): 29–42.
- “Iparraldeko Euskal Irratiei buruzko azterketa,” 1996.
- “VI. Atala. Komunikabideak.” In *Iparraldearen Azterketa Soziolinguistikoa*, 1991.
- Sinclair, J.; Jacka, E. eta Cunningham, S. “Chapter 1.” In *New Patterns in Global Television - Peripheral Vision*, Sinclair, Jacka & Cunningham. Oxford: Oxford University Press, 1996.
- Sintes, Elena. “Katalanaren erabilera Kataluniako eguneroko prentsan.”

- BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 48 (2003): 67–75.
- Skogerbo, Eli eta Winsvold, Marte. “Audiences on the Move? Use and Assessment of Local Print and Online Newspapers.” *European Journal of Communication* 26, no. 3 (2011): 214–29.
- Smith, Philip M., G. Richard Tucker, Richard G. eta Taylor, Donald M.. “Language, Ethnic Identity and Intergroup Relations: One Immigrant Group’s Reactions to Language Planning in Québec.” In *Language, Ethnicity and Intergroup Relations*, Howard Giles., 283–306. London: Academic Press, 1977.
- Solé i Camardons, Jordi. “Irudimen eta heziketa soziolinguistikoa. Herrialde Katalanetan heziketa soziolinguistikoa dibulгатzea eta lantzea.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 79–80 (2011): 281–300.
- Soziolinguistika klusterra, EMUN eta Urtxintxa eskola. “Gazteak, sare sozialak eta hizkuntza kudeaketa.” Andoain, 2013.
- Soziolinguistika klusterra eta Kultur Kabia. “Nerabeak, interneteko sare sozialak eta euskara.” Andoain, 2011.
- Soziolinguistika klusterra, Topagunea eta Gipuzkoako Urtxintxa Eskola. “Gazteen hizkuntza erabileran eragiten duten faktoreen azterketa,” 2009.
- Soziolinguistika klusterra, Topagunea eta Urtxintxa eskola. “Erabileraren GPSa.” Andoain, 2011.
- Suberbiola, Pablo; Sarasua, Jon; Amezaga, Josu eta Calzada, Igor. “Hizkuntza-identitateak identitate berrien baitan.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 72 (2009): 51–68.
- Strubell, Miquel. “Catalan a Decade Later.” In *Can Threatened Languages Be Saved? : Reversing Language Shift, Revisited : A 21st Century Perspective*, Joshua Fishman., 260–83. Clevedon: Multilingual Matters, 2001.
- Tabak, Hikmet. “Open Skies 3. The Kurds United on Satellite.” *Mercator Media Forum* 3 (1997): 21–28.

- Tajfel, Henri. *Grupos humanos y categorías sociales*. Barcelona: Herder, 1984.
- Teurlings, Jan. “From the Society of the Spectacle to the Society of the Machinery: Mutations in Popular Culture 1960s -2000s.” *European Journal of Communication* 28, no. 5 (2013): 514–26.
- TOKIKOMen gogoeta taldea. “Abiapuntua.” In *Euskal hedabideen etxea, tokikoen ikuspegitik*, 5–8. Tokikom & Mondragon Unibertsitatea, 2013. http://bloga.tokikom.eus/wp-content/uploads/2013/11/EUSKAL_HEDABIDEEN_ETXE_A.pdf.
- Tortajada, Iolanda. “¿Qué hay de nuestro aquí? Cómo se perciben en los medios algunas minorías residentes en Cataluña.” *Zer* 14, no. 26 (2009): 59–80.
- Trudgill, Peter eta Tzavaras, George A. “Why Albanian-Greeks Are Not Albanians: Language Shift in Attica and Biotia.” In *Language, Ethnicity and Intergroup Relations*, Howard Giles., 171–84. London: Academic Press, 1977.
- Uranga, Belén. “Hizkuntza-ekologia. Ekologia, biologia eta hizkuntza-ekologiaren arteko joan-etorriak.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 81 (2011): 25–50.
- Uranga, Belén; Martinez de Luna, Iñaki; Sarasua, Jon eta Baztarrika, Patxi. “hizkuntza-ekologiaren diskurtsoaren onurak eta zailtasunak.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 81 (2011): 145–63.
- Urla, Jacqueline. “Hizkuntza eta nortasuna Txillardegiren lanean: ondaretik praktikara.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 71 (2009): 73–82.
- Urrutia, Santi. “Komunikabideak, nazioa eta boterea.” *Uztaro* 12 (1994): 143–53.
- Vallverdú, Francesc. “The Catalan Used on Television.” *Mercator Media Forum* 1 (1995): 65–76.

- Van der Wurff, Richard. "Do Audiences Receive Diverse Ideas from News Media? Exposure to a Variety of News Media and Personal Characteristics as Determinants of Diversity as Received." *European Journal of Communication* 26, no. 4 (2011): 328–42.
- Viladot, Maria Àngels eta Siguan, Miquel. "Aproximación a la teoría de la identidad etnolingüística en el contexto catalán." *Anuario de Psicología Universitat de Barcelona* 52 (1992): 79–93.
- Walsh, John, and Eithne O'Connell. "The Interface between Translation and Language Planning in Ireland." *Mercator Media Forum*, no. 10 (2008): 32–56.
- Williams, Collin. "Welsh in Great Britain." In *The Other Languages of Europe*, Extra, G. eta Gorter, D., 59–82. Clevedon: Multilingual Matters, 2001.
- Zabalo, Julen; Basterra, Ilune; Iraola, Iker eta Mateos, Txoli. "1950-1980ko hamarkadetako etorkinen integrazio moduak Hego Euskal Herrian." *Jakin* 180 (2010eko iraila-urria): 11–34.
- Zabalondo, Beatriz. "Euskal nerabeak Eta Euskal Telebista." *Jakin* 151 (2005): 71–95.
- Zalbide, Mikel. "Diglosiaren purgatorioaz. Teoriatik tiraka." *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 79–80 (2011): 13–152.
- . "Hamar ondorio, gazi eta gozo." *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 72 (2009): 225–54.
- Zapata-Barrero, Ricard. "Immigrazioa eta autogobernua nazio minoritarioetan: Quebec, Flandes Eta Katalunia." *Jakin* 165 (2008): 99–130.
- Zapata, Mario. "Etorkinak eta hizkuntz ereduak." *Jakin* 154 (2006ko maiatza-ekaina): 57–66.
- Zuberogoitia, Aitor. "Asaba zaharren baratzetik mundu arranora.

- Euskararen komunikazio-esparrua aro globalean.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 72 (2009): 27–39.
- “Euskararen presentzia gaur egungo prentsa elebidun abertzalean.” EHU, 2003.
- “Globalizazio garaiotarako biziraupen-estrategia bat euskal hizkuntza-komunitatearentzat.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 48 (2003): 27–37.
- Zubiri, Harkaitz; Retortillo, Alfredo eta Aierdi, Xabier. “Euskal hedabideak EAEn.” *BAT Soziolinguistika Aldizkaria* 68 (2008): 85–101.

