

2016

Euskal Hedabideen Urtekaria



Universidad
del País Vasco

Euskal Herriko
Unibertsitatea



Babeslea:



ORAIN
GIPUZKOA



HUMANITATE ETA
HEZKUNTZA ZIENTZIEN
FAKULTATEA
FACULTAD DE
HUMANIDADES Y
CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN

ISBN: 978-84-617-6663-5

Lege gordailua: SS-1440-2015

Libe Mimenza Castillo

Euskal Hedabideen Behategiko koordinatzailea

Elin Haf Jones

Aberystwyth University

Alberto Barandiaran

HEKIMEN Euskal Hedabideen Elkarteko zuzendaria

GAINDEGIA, Euskal Herriko ekonomia eta gizarte garapenerako behategia

Asier Otxoa de Retana

Imanol Eснаоla Arbiza

Josu Amezaga Albizu

NOR Ikerketa Taldea, UPV/EHU

Gorka Salces Alcalde

Errota Digitala elkartea

Ane Urkola Agirrezabala

Mondragon Unibertsitatea

Eneko Bidegain Aire

HEZIKOM Ikerketa Taldea, Mondragon Unibertsitatea

Hedabideak, Gizartea eta Hezkuntza Ikerketa Taldea, UPV/EHU

Txema Ramirez de la Piscina Martinez

Beatriz Zabalondo Loidi

Alazne Aiestaran Yarza

Antxoka Agirre Maiora

Xabier Landabidea Urresti

Euskal Gaien Institutua, Deustuko Unibertsitatea

Diseinua eta maketazioa: **BOST talde grafikoa**

aurkibidea

1. Euskal hedabideen sektorea behatuz etorkizuna zedarritu **5**

Libe Mimenza Castillo

2. Cymru / Gales eta hedabideak **9**

Elin Haf Jones

1. Sarrera.....	9
2. Euskararekiko konparaketa?	10
3. Milioi bat hiztunen mugarantz: hezkuntza eta galesa.....	11
4. Estatuko eta estatuaz azpiko esparrua hedabideei dagokienez	11
5. Tokiko irratia eta telebista.....	13
6. BBC Radio Cymru	13
7. Egunkariak eta aldizkariak.....	14
8. Hipertokikoa.....	15
9. Online	15

3. Datutegia: sektoreak eta akademiak behar zuten datu oinarria **17**

Alberto Barandiaran Amillano

1. Banaketa.....	19
2. Ekoizpena	23
3. Sarea.....	26
4. Kudeaketa	29
5. Aurreikuspena	32

4. Euskal hedabideen etorkizuneko orube sozial eta geografikoa **33**

Asier Otxoa de Retana eta Imanol Esnaola Arbiza

1. Hurbilpena.....	35
2. Industria euskal demografia eta geografiaren zutabeetan.....	36
3. Euskal hiztunak geografikoki sakabanatuagoak daude egun, tarteetan hirigintza eta barne migrazioak medio	37
4. Euskararen herria nortasun post-industrialerako bidean.....	38
5. Internet bidezko tokiko hedabideen zerbitzua euskal herritarren hiru laurdenarentzat; irratien estaldura eremuan haur eta gazteen presentzia nabarmenagoa	40
6. Etorkizunean hedabideen orube demografikoa uzkurdu egingo da, 30-44 urte bitartean batez ere.....	42
7. Balizko kontsumitzaile gutxiago euskarri eta bailara guztietan, irratien hedadura eremuak hobeto eutsiko dio etorkizunari.....	44

5. Euskarazko komunikabideen hedadura **47**

Josu Amezaga Albizu eta Gorka Salces Alcalde

1. Euskarazko komunikabideen kontsumoa neurtzeko inkesten auzia.....	48
2. Lehenengo argazkia: euskarazko komunikabideen hartzaileraren tamaina	51
3. Kontsumitzen ote dituzte euskaldunek euskarazko komunikabideak?	53
4. Eta euskaldunak ez direnek, kontsumitzen dituzte?.....	57
5. Sarea versus papera ala sarea gehi papera?.....	59
6. Ondorioak	62
7. Bibliografia	64

6. Euskarazko tokiko komunikabideen egoerari begirada bat

65

Ane Urkola Agirrezabala eta Eneko Bidegain Aire

1. Komunikabide berriak.....	67
2. Komunikabideak elkartzetik sortutako proiektuak.....	68
3. Kasu azterketa: Tolosaldeko Ataria.....	69
3.1. Tolosaldeko Ataria-ren zabalkundea eta ale-kopurua.....	70
3.2. Webguneko bisitak.....	71
4. Tokiko komunikabideen maiztasuna.....	71
4.1. Formatua.....	72
4.2. Egunkariak balira.....	73
5. Tokiko hedabideetan lanean ari direnak.....	73
6. Tokiko hedabideen laguntzaile sarea.....	74
6.1. Jendearen erantzuna eta komunitatea.....	75
6.2. Komunitatearen ekarpena.....	77
7. Audientziak.....	78
7.1. Internet-eko audientzia.....	78
8. Ondorioak.....	79

7. Tokian tokiko aldizkarien kalitate-indizeen neurketa

81

Txema Ramirez de la Piscina Martinez, Beatriz Zabalondo Loidi,
Alazne Aiestaran Yarza eta Antxoka Agirre Maiora

1. Sarrera.....	82
2. Kalitatea kazetaritzan.....	83
3. Metodologia.....	84
4. Lagina.....	87
5. Emaizak.....	88
5.1. Metodoaren inguruko zalantzak.....	88
6. Astekarien ezaugarriak.....	89
6.1. ...eta kitto.....	89
6.2. Anboto.....	90
6.3. Guaixe.....	90
6.4. Alea.....	91
7. Neurketak utzitako arrastoak.....	92
8. Ondorioak.....	94
9. Bibliografia.....	96

8. Artikulu-bilduma

97

Gorka Salces Alcalde

Errota Digitala elkartea

Vincze, L. eta Harwood, J. (2015):
"Language competence as a moderator of
ethnolinguistic identity gratifications among three
language minorities in Europe"
Studies in Communication Sciences, 15, 1, 151-157

Gorka Salces Alcalde

Errota Digitala elkartea

Uribe-Jongbloed, E. (2015):
"Issues of identity in Minority Language Media
production in Colombia and Wales"
Journal of Multilingual and Multicultural
Development, DOI: 10.1080/01434632.2015.1111895

Xabier Landabidea Urresti

Euskal Gaien Institutua, Deustuko Unibertsitatea

Mittelstädt, Aandra, & Odag, Özen. (2016):
"Social Media Use and Integration of Ethnic
minorities"
Athens Journal of Mass Media and Communications,
2(1), 21-30.

Xabier Landabidea Urresti

Euskal Gaien Institutua, Deustuko Unibertsitatea

Gibson, M. (2016):
"Assessing Digital Vitality: Analytical and Activist
Approaches"
Proceedings of the LREC 2016 Workshop "CCURL
2016 - Towards an Alliance for Digital Language
Diversity Claudia Soria et al. (eds.)

Eneko Bidegain Aire

HEZIKOM, Mondragon Unibertsitatea.

Bhroin, N. N. (2015):
"Social Media-Innovation: The Case of Indigenous
Tweets"
The Journal of Media Innovations, 2(1), 89-106.

Josu Amezaga Albizu

NOR Ikerketa Taldea, UPV/EHU

Jones, E. H. G., & Uribe-Jongbloed, E. (arg.). (2013):
"Social Media and Minority Languages:
Convergence and the Creative Industries"
Bristol: Multilingual Matters.

1. Euskal hedabideen sektorea behatuz etorkizuna zedarritu

5

Libe Mimenza Castillo

Euskal Hedabideen Behategiko koordinatzailea

Euskaldunok euskaraz informatuak izateko daukagun eskubidearen bermea dira euskal hedabideak, horrenbestez, estrategikoa da sektorea bultzatzea. Gainera, ehunka komunikazio-produktu biltzen dituen esparrua dugu mintzagai, beraz, arnagune direnei arnasa emateko politika publikoak galdegitea aproposa bezain ezinbestekoa da. Euskara ardatzean duten hedabideek, hain zuzen, euskara ardatzean duen politika galdegiten baitute. Izan ere, hizkuntza-normalkuntzarako urratsetan, eta, bereziki, azken aldian bolo-bolo dabilen erabileraren auzian, paper garrantzitsua joka dezakete euskal hedabideek. Hortaz, euren estrategikotasuna aintzat hartzeko garaia da: sinestetik, jabetuta ekitera igarotzeko aroa izan dadin zedarrituko dugun geroa.

Euskal hedabideen inguruko hausnarketak bideratzeko gunea da Behategia, askotariko begirada osagarritz sektorearen taupadak neurtu eta interpretatuko dituen antena. Horixe da, ezer baino lehen, urte honetan nabarmendu behar dugun mugarría: Hekimen Euskal Hedabideen elkartearen, Euskal Herriko Unibertsitatearen, Mondragon Unibertsitatearen eta Deustuko Unibertsitatearen artean 2016ko urtarrilean sinatutako hitzarmenaren ondorioz jaio den Behategia.

Lankidetzaz honen xede da euskal hedabideen sektorea indartsuago eta eraginkorrago bihurtzea. Horren isla dira jardunerako oinarriak: ikerketa bultzatzea, berrikuntza eta prospektiba garatzea, euskal hedabideen datu-basea sortzea, irakasleen eta profesionalen komunitatea ahalbidetzea eta euskal hedabideei buruzko topagunea garatzea.

Bi norabideko jairodun atea ireki da. Lan akademikoa enpresetara hurbiltzeko giltza eta sektorearen beharrak zein kezak unibertsitate gerturatzeko sarraila; horrela, jakintzaaren transferentzia ahalbidetzeko bizi ditugun erronkei aurre egiteko beharrezko den argia.

Bide horretan emandako lehen urratsaren emaitza izan zen iazko Urtekaria, euskal hedabideen sektorearen baldintzatzaileak aipatuz abiatu zena: nazioarteko komunikazio aldaketan zurrumbiloa; paperaren beherakada eta digitalaren hazkundea; krisia eta diru-laguntzen izozte-galga; edota, lan-baldintza ez-duinen lepoko astuna. Aitzitik, txanponaren beste aldeko datuen azterketek osatu zuten agerkaria: gure ekoizpenaren bai kantitatea, bai kalitatea aise onak direla baieztatzeko ikerketak bilduta, besteak beste.

2016ko Urtekari honetan ere etxe barrura begira jarri gara, baina, begirada aberaste aldera, lehen-lehenik beste ispilu bat arakatzeko hautua egin dugu. Horregatik, Aberystwyth Unibertsitateko irakasle eta ikertzaile den Elin Haf Jones-ek sinatutako "Gales eta hedabideak" artikulua da esku artean duzun lan honen abiapuntua. Bertan, Euskal Herriko eta Galesko egoeren alderaketa xehea dakarkigu, bai hizkuntza-politikak, bai hedabideen zabalpena zein kontsumoa hartuta hizpide. Aldarri baten eskakizuna azken buruan: hedabideek hizkuntza-normalkuntzarako tresna bezala duten estrategikotasuna aintzat hartzea.

Hurrengo atalean, Euskal Herrira bideratzen gaitu Hekimen Euskal Hedabideen elkarte zuzendariak. Alberto Barandiaran Amillanoren eskutik ezagutuko du irakurleak euskal hedabideen datu-basea,

hau da, datutegia. Sektoreak eta akademiak behar zuten lanerako oinarri horren erradiografia dakarkigu, inoiz egin den datu bilketa handienak erakusten dituen zabalpen handia, borondate publikoa eta elkarlanerako asmoa mahaigaineratzeko.

Jarraian, "Euskal hedabideen etorkizuneko orube sozial eta geografikoa" artikulua dator. Gaindegiak idatzitako testuak hiru erpin ditu aztergai: errealitate soziodemografikoa, kulturala eta geografikoa. Euskarazko hedabideon jarduera eta erabiltzaileekiko hartumana baldintzatzen dituzten ezaugarri horien nolakotasuna zein etorkizuneko garapena dituzte aipagai. Izan ere, azken hamarkadan gure geografia demografikoak zein sozialak aldaketa sakona bizi izan baitu, hortaz, hedabideen esparruan ere komenigarria zaigu joera horien kontzientzia hartzea.

Sektorearen testuingurua eta protagonistak nortzuk diren jakin ondoren, komunikabideen hedaduraren inguruko eztabaida helduko dugu UPV/EHUko Josu Amezaga Albizuren eta Errota Digitala elkarteko Gorka Salces Alcaderen eskutik. Gaur egun euskarazko komunikabideek lortzen duten hedaduraren argazkia dakarte, baita azken urteetan izan diren bilakaera eta aldaketa nagusi batzuen azterketa ere.

Azken bi artikuluetan, berriz, tokiko komunikabideak dakartzaguz azterketaren lehen lerrora.

Alde batetik, Mondragon Unibertsitateko Ane Urkola Agirrezabalak eta Eneko Bidegain Airek sinatutako "Euskarazko tokiko komunikabideen egoerari begirada bat" lana. Azken urteetan sortutako komunikabide berriak zein bateratzeak aztergai, hain zuzen, gaurko egoeraren argazki eguneratua aurkezteko.

Bestetik, "Tokian tokiko aldizkarien kalitate-indizeen neurketa" artikulua; UPV/EHUko Hedabideak, Gizartea eta Hezkuntza Ikerketa Taldeko Txema Ramirez de la Piscina Martinez, Beatriz Zabalondo Loidi, Alazne Aiestaran Yarza eta Antxoka Agirre Maioraren lana. Bertan, euskarazko tokiko aldizkarietako lotutako kalitate-indizeen inguruan egindako lehen hurbilketa bat landu dute, horretarako, ...eta kittlo!, Anboto, Guaixe eta Alea astekariak aztertuta.

Aurtengo Euskal Hedabideen Urtekaria ixteko, Behategiko kide diren ikertzaileek egindako artikulua-bilduma osatu dugu, hots, nazioartean argitaratu diren eta guretzat interesgarriak diren artikuluen hautaketa.

Hauxe aurtengo uzta. 2016a Behategiaren sorrera urtea izan bada, datorrena izango da lankidetza bilgune honen lehen taupada. Bidean, zabaltzeko bokazioz ekingo diogu gure jardunari, eta, hartara, administrazioarekin zein euskal hedabideen sektore publikoarekin elkarguneak aurkitzeko lan egingo dugu.

Elkargunea badugu, adostasunak bilatzea da geroa zedarritzeko bigarren urratsa.

2. Cymru / Gales eta hedabideak

9

Elin Haf Jones

Aberystwyth University

1. Sarrera

Galesek 20.779 km²-ko azalera eta 3.063.456 biztanle ditu. 2011n eginiko azken erroldaren arabera, horietatik 562.016 pertsonak (% 19) galesa edo cymraeg (lurraldeko hizkuntza propioa) hitz egiten dute ingelesaz gain. Biak dira hizkuntza ofizialak eta distantzia linguistiko handi samarra dago bien artean: galesa hizkuntza zeltikoa da, eta ingelesak, berriz, germanikoan du erroa, eta normalean, pertsona helduek eskoletara joan behar izaten dute galesa ondo ikasi eta erraz hitz egin ahal izateko.

Galesaren hiztunen erdiak (% 53) 10.000 biztanletik beherako landaguneko herrixka eta herrietan bizi dira; leku horietan galesa hitz egiten dutenen proportzioa herrialde osoko batez bestekoa baino handiagoa izan ohi da. Beste erdiak (% 47) hiri inguruneetan bizi dira; bertan, galesaren eta ingelesaren elebidunak kopuruz ugari izan arren, biztanleen proportzioari begiratuta, gutxiengoa dira. Nolanahi ere, herrialde osoan zehar, eta landa/hiri faktoreak gorabehera, 3 eta 15 urte bitarteko hiztunen ehunekoa beste edozein adin talderena baino handiagoa da. Eta gales-ingeles elebidun diren milioi erdi inguru biztanleen artean, galesaren hainbat menderatze eta erabilera maila daude.

2. Euskararekiko konparaketa?

Euskal Herriko egungo egoerari buruzko oinarritzko datu demografikoak zertxobait ezagutzen dituen edonork berehala ezarriko ditu loturak datu estatistiko hauen artean. Berez, azterketa konparatiboen esparruan, Gales eta Euskal Herria, edo galesak eta euskarak, ispilu-fenomenori erantzuten diote, eta egiazko munduan hizkuntza komunitate bikote batentzat oso bitxia den isla eskain diezaiokeite elkarri. Konparazio hori are hurbilagokoa zen 1991n, garai hartan galesaren 508.000 hiztun eta euskararen 529.000 baitzeuden. Hamarkada bat geroago, 2001ean, 582.000 ziren galesaren hiztunak eta 634.000 euskararenak. 2011tik, hizkuntza bakoitza hiru hamarkadaz hizkuntza plangintzarako hurbilketa desberdinak izan dituzten administrazio ezberdinen pean izan ondoren, estatistikoki frogatuta dago euskara azkarrago eta modu egonkorragoan ari dela aurrera egiten galesa baino. Hizkuntza plangintzak, noski, hizkuntza propioei zuzenduriko neurrira eginiko politika progresiboak biltzen ditu, baina ez dezagun ahaztu hizkuntza plangintza ez espezifikoa, hizkuntza hegemonikoak hizkuntza propioen bizkar babesten dituenak. Euskara galesa baino hobeto jarduten ari da, halaxe da behintzat Euskal Autonomia Erkidegoan, baina Iparraldeko eta Nafarroako egoera ez da batere itxaropentsua. Galesen halako muga konturik ez badago ere –herrialdea estatu baten jurisdikziopean dago eta 1997tik Galeseko Gobernu bat dago bertan–, guk ere baditugu hizkuntza politika eta plangintza modu desberdinetan lantzen duten gobernu maila ezberdinekin loturiko esperientziak, zenbait kasutan herrialdeko lekuaren arabera ere aldatzen direnak.

3. Milioi bat hiztunen mugarantz: hezkuntza eta galesa

Gaurko egunean ere, galesez emandako hezkuntzarako sarbidea zorte kontua izan daiteke oraindik. Galesez emandako hezkuntza asko aldatzen da bizi zaren lekuaren, adinaren, ikasketen eta hezkuntza osagarriko premien arabera. Galesen hezitako haur guztiek ez dituzte elebidun aktibo bilakatzeko aukera berak izaten. Proportzioa gora egiten ari den arren, abiadura biziki mantsoa da. Oro har, Gales osoan, 15 urte behar izan dira euskarazko D eredua izango litzatekeen horretan hezitako lehen hezkuntzako haurren ehunekoa % 19tik (1991) % 24ra (2014) igarotzeko. 2016ko abuztuan, Galeseko Gobernuak iragarri zuen gales hiztunen kopurua milioi batera igo zedin lortu nahi zuela 2050. urterako. Estrategia horrek goitik behera aldatu beharko du hezkuntza sistema, ezarritako mugara iritsiko bada. Egungo erritmoarekin jarraituko bagenu, alegia, % 5eko igoera 15 urtean, hurrengo mendean jarriko ginateke Galeseko lehen hezkuntzako ikasleen % 50ek baino gehiagok galesez emandako hezkuntza izatea lortzerako. Hezkuntza hegemoniko bat dagoen beste hainbat herrialde elebidunetan bezalaxe, uzte tasak daude lehen hezkuntzatik (% 22) bigarren hezkuntzara (% 17) igarotzerakoan, eta bigarren hezkuntzatik teknikora, goragoko hezkuntza maila batera, unibertsitatera edo handik gorako hezkuntzara igarotzerakoan (% 8). Hezkuntza Galeseko Gobernuaren konpetentzia da Galesen, ez Erresuma Batuko gobernuarena, eta 22 tokiko agintaritzak dute beren esparruetan hezkuntza planifikatzeko eta emateko eskumena.

4. Estatuko eta estatuaz azpiko esparrua hedabideei dagokienez

Galesari dagokionez, hedabideekin loturiko politika hainbat gobernu mailaren ardura da. Irrati eta telebista difusioari dagozkion auziak Westminsterri bakarrik dagozkio Erresuma Batuan, eta ez zaizkie Galesen, Eskozian eta Ipar Irlandan hautaturiko parlamentuei transferitzen. Zuzenean irrati eta telebista difusioarekin loturiko beste arlo batzuk, esaterako kultura, hezkuntza, prestakuntza, garapen ekonomikoa (sormen industriak barne) eta galesa, Galesi eskuordeturiko konpetentziak dira ordea.

Galesezko telebista difusioak garapen nabarmena izan zuen hainbat generotan (berriak, drama eta entretenimendua barne) 1960ko eta 1970eko hamarkadan, eta BBCn ekoitzi eta bertako kateetan ematen zuten, baita garai hartako kate komertzialean ere. 1982ko azaroaren 1ean, S4C katea, galesa erabiltzen zuen telebista katea, galesezko programak ematen hasi zen, ETB1 baino bi hilabete lehenago, hain zuzen ere. Nolanahi ere, S4C Erresuma Batuko irrati eta telebista difusioaren 1980/81 Legearen baitan ezarri zen, eta euskarazko telebista, ordea, Eusko Legebiltzarraren legedia esparruaren barruan. 1997ko erreferendumari jarraiki Galeseko Batzarra sortu zenean, 1999an, irrati eta telebista difusioarekin loturiko auziak Erresuma Batuaren esku geratu ziren. Galeseko Gobernuaren 2006ko Legeak eta Batzarrak botere legegile gehiago eskuratzeko 2011ko bigarren erreferendumak ez zuten ezer lortu irrati eta telebista difusioaren gaineko eskumenak transferitzeari dagokionez. Hortaz, Hizkuntza Politika eta Plangintzari dagokionez, Galeseko Gobernuak ez du zuzeneko botererik irrati eta telebista difusioaz arduratzen diren hedabideen gainean.

Eta hedabide horiez ari garenean, ez gara goi mailako difusiotzat jo dezakegun horretaz bakarrik ari –S4Cren bidezko herrialdeko telebista profesionala–, difusioaren maila guztiak sartzen dira bertan; hala, komunitateko irrati amateur txikiena ere Erresuma Batuko politikaren mende dago. Erresuma Batuko 2003ko Komunikazio Legeak ezarritako Erresuma Batuko Komunikazio Bulegoak –Ofcom– badu galesezko hizkuntza politika bat. Hala ere, politika horrek egiten duen gauza bakarra Ofcomek, erakunde publiko den aldetik, gai publikoetan galesa erabiltzen duela bermatzea da. Ez da arautzen duen hedabideen sektorean galesa normaltzeko hizkuntza politika bat. Berez, Ofcomek adierazi du ez duela botererik hedabideetan galesaren erabilera arautzeko. Hedabideen sektorea garatzeko esparru bat sortzea, agidanez, ez da berariazko hizkuntza plangintza gisa ikusten ingelesa bezalako hizkuntza hegemoniko batez ari garenean.

5. Tokiko irratia eta telebista

Zenbait tokiko irrati-etxeek galesa erabiltzen dute beren programetan, galesa hitz egiten dutenen ehunekoa herrialdeko batez bestekoa baino askoz ere handiagoa den eremuetan. Nolanahi ere, programazio barruan erabiltzen den galesaren ehunekoa bertan galesa hitz egiten dutenen proportzioa baino askoz ere txikiagoa da. Irrati-etxe horiek enpresa komertzialen eta tokiko irratien jabetzakoak dira, eta haien helburua irabaziak izatea da. Esan bezala, horixe bera da arautzailearen (Ofcom) politika. Ez dago galesa erabiltzen duen tokiko telebistarik, baina ingelesezko tokiko telebista ere ez dago oso garatuta, irratiarekin alderatuz gero. Irakurle euskaldunei ezohiko egingo zaie Galeseko tokiko irrati-etxeak –edo telebista-etxeak– galesa normalizatzeko hizkuntza plangintzako tresna garrantzitsu gisa ez erabiltzea. Nahiko argudio argia litzateke, ordea, tokiko irrati eta telebista difusioak hizkuntza hegemonikoaren, hau da, ingelesaren aldeko hizkuntza plangintza egiten duela esatea.

6. BBC Radio Cymru

BBC Radio Cymru delakoa 1997an sortu zen eta galesezko irrati difusioa egiten du Galesen eta online. Urte horretara arte, eta zenbait hamarkadaz, BBCK ekoiztutako galesezko irrati programak hainbat frekuentzian igortzen ziren, irrati-etxe jakin baten nortasun marka espezifikorik gabe. 1990eko hamarkadan, hizkuntzaren arloko aktibistek gazteei zuzenduriko galesezko irrati-etxe berri bat sor zezan eskatu zioten BBCri, Euskadi Gaztearen pareko zerbait (Gales Gaztea edo). Hala ere, eskaera ez zuten bete, eta gazteei zuzenduriko programa espezifikoak sortu arren eta BBC Radio Cymruk galesezko rockaren eta poparen garapenari lagundu bazion ere, ez zuten irrati-etxe bereizi bat sortu. 2000ko hamarkadan, BBC Radio Cymruk C2 gazteen marka sortu zuen, irrati-etxe beraren barruan. Zenbait urtez lurralde deskonexioak baliatu izan dira Galesen entzule talde batzuei eduki lokalagoak eskaintzeko. Hala ere, galesezko entzuleei ez zaie inoiz BBCren galesezko irrati-etxe bat izateko aukera eman. Orain arte. Izan ere, 2016ko irailean, BBC Radio Cymruk BBC Radio Cymru Mwy [Mwy=gehiago] izeneko irrati-etxe bat sortu zuen 2017ko urtarrilara arte iraungo duen hiru hilabeteko esperimentu gisa; ondorioz, irrati

entzuleek aukera dute albiste programa bat edo entretenimendu arineko bat entzuteko. BBC Radio Cymru Mwy 6:00etatik 24:00ak arte dago eskuragarri zuzenean (online) eta, Galeseko zenbait lekutan, modu digitalean –Digital Audio Broadcast edo DAB delakoaren bitartez–.

7. Egunkariak eta aldizkariak

Galesak VI. mendetik etenik izan ez duen literatur tradizioa du, eta XIII. mendeko eskuizkribuak ere aurkitu dira gure hizkuntzan. Galesez argitaraturiko lehenengo liburua 1546koa da, eta Biblia 1588an itzuli zuten galesera. XVIII. mendeko panfleto politikoak aurkitu dira galesez, eta XIX. eta XX. mendeko egunkariak. Baina, galesezko idatzizko kazetaritza lanen tradizioa nahiko sendoa izan bada ere, gaur egun ez dago egunkaririk galesez. Bi online albiste zerbitzu daude; bat BBCren zati da, BBC Cymru Fyw, eta, bestea, Golwg360, galesezko aldizkariak argitaratzen dituen enpresa independente batena. Biak ala biak doakoak dira erabiltzaileentzat. Twitterreko jarraitzaileei dagokienez, 14.5k eta 10.4k inguru dituzte, hurrenez hurren. Bi astekari edo aldizkari daude Gales osoarentzat, Golwg (1984an sortua) eta Y Cymro (1932koa), baina milaka gutxi batzuetako tiradak besterik ez dituzte egiten. Argitalpen horiek Welsh Books Council (Galeseko Liburu Batzordea) delakoaren finantzaketa jasotzen dute. Organismo hori da liburuak eta aldizkariak publikoki finantzatzeaz arduratzen dena. Interes bereziko hamabost argitalpen inguruk –hilabetekariak edo hamabostekariak– jasotzen dute dirua iturri beretik, horien artean sei literatura aldizkariak. Galesez idatzitako entretenimenduko aldizkarien salmentak zenbakiko 3.000 ale ingurukoak dira, batez beste, eta literatur aldizkariak 650 ingurukoak.

8. Hipertokikoa

Galesez idatzitako hipertokiko prentsa 1970eko hamarkadan sortu zen, "hipertokiko" (hyperlocal) hitza ingeles hizkuntzan sartu baino zenbait hamarkada lehenago. Hilabetekari horiek –50 inguru daude gaur egun– oso tokikoak diren albisteak biltzen dituzte, eta oso-osorik tokiko boluntario taldeek ekoitzitakoak dira (inprimaketa eta diseinua kenduta). Guztien arten 35.000 ale inguruko hilabeteko salmentak dituzte. Hilabetekari horiek digitalizatzeko eta haien artean sareak sortu eta istorioak partekatzeko saiakera ugari egin dira. Askok dituzte Twitterreko eta Facebookeko kontuak, baina guztiek jarraitzen dute hilabetean behin inprimaturiko aleak ateratzen. Euskaldunentzat harrigarria behar du izan hipertokiko prentsa idatziak eraginkortasun handiagoa izatea galesaren erabileran tokiko irratia baino. Izan ere, idatzitako prentsak nolabaiteko hizkuntza jakintzak izatea eskatzen du. Arrazoi zentzuzkoena da tokiko irratia enpresa komertzial gisa egituratu eta arautu dela, komunitateko edo gizarteko enpresa gisa izan beharrean. Radio Ceredigion 1992an ezarri zen esparru komertzialean gizarte enpresa gisa, eta 70.000 pertsona inguruko taldeari zuzentzen zaio –horietatik erdiak inguruk hitz egiten dute galesa–. Zenbait urtez programazio elebidun nahiko orekatua izatea lortu zuen, hiztunen tokiko ehunekoaren isla. Dena den, jabez aldatzearen eta enpresa komertzial baten esku geratzearen ondorioz, gaur egun ez du hizkuntza profila islatzen bere programazioan.

9. Online

Berrikuntza goiztiarra galesezko online zerbitzuen berezko ezaugarria izan da. S4C telebista 2006an hasi zen eskatu ahalako zerbitzuak ematen, eta 2007an web bidezko zuzeneko igorpenekin. Facebookeko interfazea 2008 hasieran itzuli zuten erabiltzaileek galesera. Galesezko Wikipedia –Wikipedia– 1.000 sarrerara iritsi zen 2004an, eta, gaur egun, 80.000 baino gehiago ditu. Galesezko lehenengo txioa 2007ko martxokoa da, Twitterrek urtebete egin aurrekoa. Hizkuntza erabili erabiltzen da sare sozialetan, eta gales-ingeles elebidunen onlineko hizkuntza portaerak antza handia du euskaldunenekin. Galesa eta ingelesa sarri nahasten dira Facebookeko mezuetan; zenbait erabiltzailek ingelesez idazten dute, hura lingua franca gisa erabilia,

eta gero lagunek galesez egiten dizkiete iruzkinak. Zenbait erabiltzailek galesez idazten dute eta ingelesezko iruzkinak jasotzen. “Zergatik idazten duzu ulertzen ez dugun hizkuntza batean” mezua agertzen da oraindik, tarteka, baina denboraren poderioz eta Facebookeko itzulpen errazei esker, ez da lehen bezain ohikoa. Arlo horretan eginiko ikerlanek diotenez, 16 eta 24 urte bitarteko elebidun gazteen heren batek inguruk gutxienez astero erabiltzen dute sare sozialetan. Albiste hornitzaileak –edo albiste emaille automatikoak– dira txio gehien egiten dituztenak. Hala ere, galesaren esfera publikoaren garapenean bide luzea dago egiteko oraindik. Profesionalek zein erabiltzaileek galesez sortzen dituzten edukien kopurua areagotzea lehentasunezkoa da, baina baita horiek partekatzea, eskuragarri jartzea, erraz eskuratzea eta, batez ere, galesaren aurrerabiderako oinarritzko baldintzak onuragarriago egitea ere. 2050. urterako milioi bat hiztunera iristea lortu nahi badugu, Hizkuntza Politika eta Plangintzarako hurbilketa koherente eta irmoagoa egin beharko da Galesen, eta hedabideak hizkuntza normalizatzeko tresna gisa ikusi beharko ditugu.

3. Datutegia: sektoreak eta akademikak behar zuten datu oinarria

17

Alberto Barandiaran Amillano

Hekimen Euskal Hedabideen Elkarteko zuzendaria

Euskal Hedabideen Behatokia (Behategia) bultzatzeko hitzarmena sinatu zuten 2016ko urtarrilean, Bilbon, Hekimen Euskal Hedabideen Elkarteak, UPV/EHUK, Deustuko Unibertsitateak eta Mondragon Unibertsitateak. Behategiaren lehen helburuetako bat izan da euskal hedabideen sektorearen datuak bildu eta antolatzea, eta datu base hori ikerlarien eta sektoreko enpresen esku uztea.

Datutegia (datutegia.behategia.eus) lau oinarriren gainean eraiki da. Alde batetik, eskualdez eskualdeko datu sozioekonomiko ugari bilduz, lurraldea, demografia, azpiegitura, administrazioa, ekonomia, heziketa eta hizkuntzari dagozkionak besteak beste; bestetik, sektoreak berak bildutako egiturazko datuak jasoz: ekoizpen-maila, banaketa eta merkaturatze sistema, sustapena eta marketina, enpresa egitura eta azpiegitura teknikoak, berrikuntza-maila, gastu eta aurrekontuak, diru iturriak eta finantzazioa; hirugarrenik, sektore publikoak edo administrazioak emandako diru laguntzak edo audientzia neurketen inguruko datuak pilatuz; azkenik, unibertsitateak berak emandako hainbat datu ekarritik eta antolatuz.

Esan daiteke inoiz bildu gabeko datu basea jaso duela Datutegiak. Horri esker, euskaraz diharduten hedabideen argazki panoramikoena eta osatuena atera ahal izan dio Behategiak. Ondorioz, gaur egun badakigu euskal hedabideak ia Euskal Herri osoan zabaltzen direla, ia erdia paperean ere argitaratzen direla, eta tokikoak direla hirutik bi. Gehienak Hekimen Euskal Hedabideen Elkartean daude, eta ekoizpen tamaina esanguratsua dute: urtean 57 mila orrialdetik gorako produkzioa eta 30.000 emisio ordu inguru sortzen dute. Paperezko produkzioari dagokionez, gehiena ordaindutako harpidetzen edo salmenten bidez kaleratzen da. Hedabide gehienek ekoizpena handitu dute azken bost urteotan.

Nolanahi ere, krisi ekonomikoak gogor jo du sektorea, eta hedabide askok arazoak dituzte urtea amaitzeko. Autofinantzazioa %65 ingurukoa da nahiz eta alde handiak dauden euskarri eta izaeraren arabera, eta 530 langile inguru enplegatzen dituzte elkartearen barnean dauden enpresa eta elkarteek. Haien artean, emakumeak dira nagusi. Beste datu esanguratsua: mila kolaboratzaile baino gehiago ari dira beharrean enpresen inguruan. Enpresa gehienak oso tamaina txikikoak dira, hiru eta bost langile artekoak.

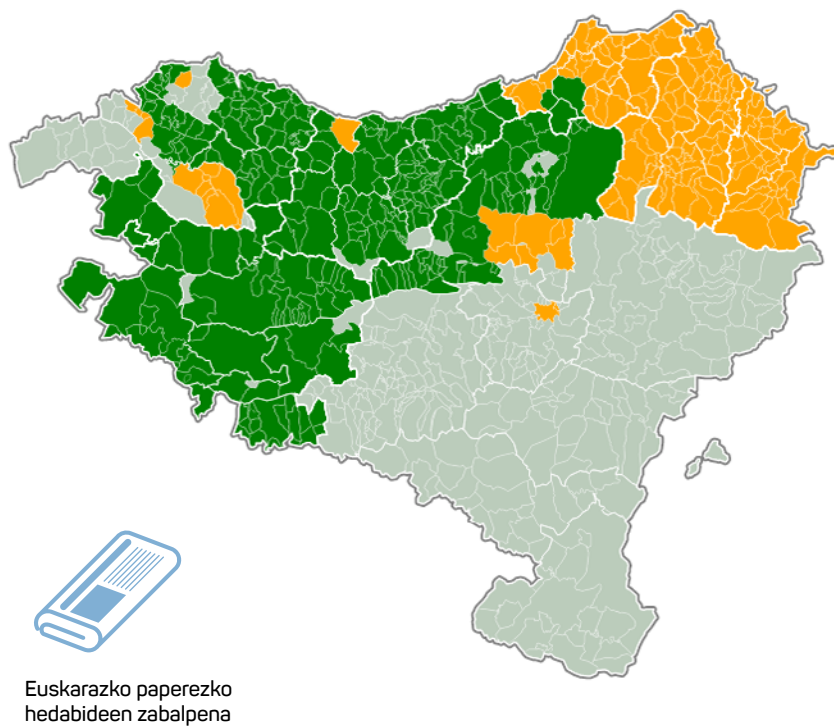
Begira ditzagun datu horiek xeheago.

1. Banaketa

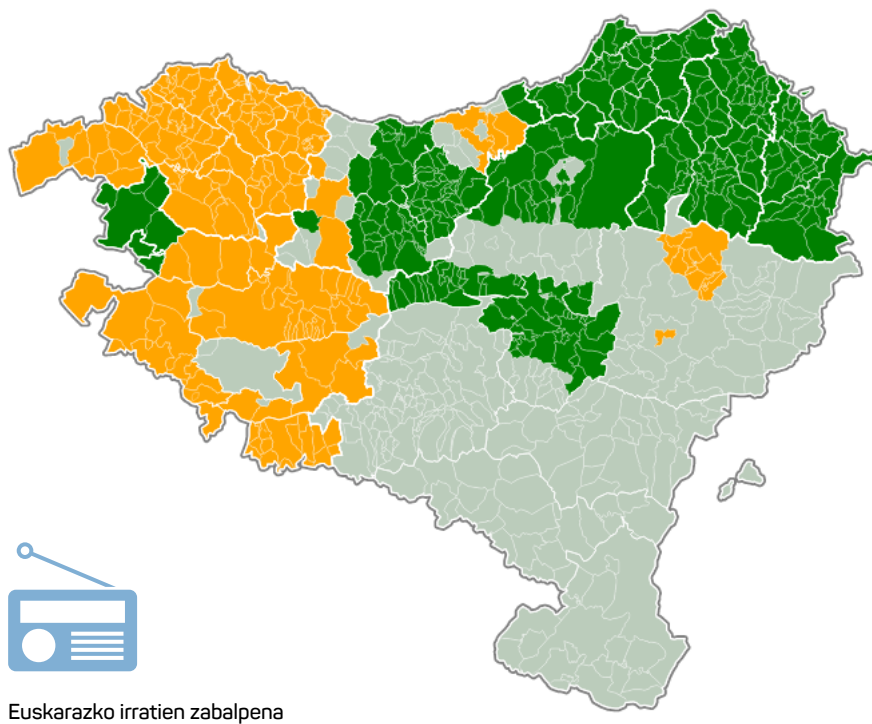
Euskal hedabideen zabalpena da datu esanguratsuenetako bat. Hedabide nazionalak gain —teorian bederen horiek Euskal Herri osoan irakur, entzun eta ikus daitezke—, ia lurraldearen eskualde guztietan dago euskarazko hedabideren bat kontsumitzeko aukera, bai behintzat euskal hiztun kopuru esanguratsua duten eskualde guztietan eta lau hiriburuetan. Paperak historikoki euskal komunikabideen artean beti izan duen nagusitasunari eusten dio oraindik gaur egun, eta euskal hedabideen artean %42 dira paperez banatzen direnak. Tokikoak —herri zein eskualdetakoak— dira hiru hedabidetatik bi. Izaera juridikoari dagokionez, elkarteak dira hedabide horiek kaleratzen dituzten ia %40, eta gehienak, hirutik bi, Hekimen Euskal Hedabideen Elkartean daude. Euskarazko 113 hedabide kudeatzen dituzten Hekimeneko partaideei dagokienez, elkarte edo sozietate dira haietarik 57, eta ia bi herenak Gipuzkoan du egoitza soziala. Elkarte edo sozietate hauetako gehienek hedabide bat baino gehiago kudeatzen dute: 30 elkarte bi hedabide kaleratzen dituzte, zazpi hiru eta lau, berriz, lau hedabide.

Beti ere hedabide nazionalak kontuan hartu gabe, Datutegiak geografikoki dauden hutsuneak bistaratzeko aukera eman du.

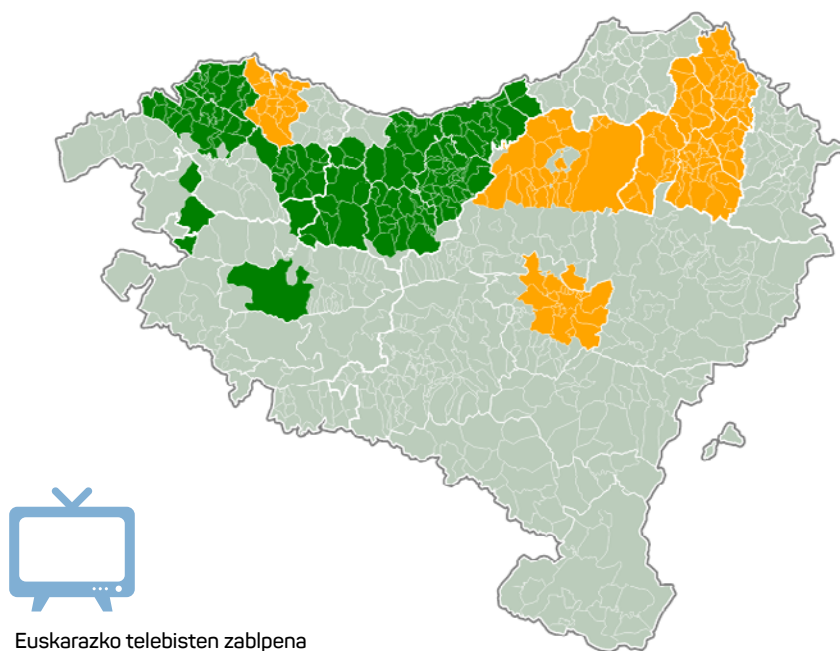
1. Grafikoa: **Euskarazko paperezko hedabideen zabalpena Euskal Herrian**



2. Grafikoa: **Euskarazko irratien zabalpena Euskal Herrian**



3. Grafikoa: Euskarazko telebisten zabalpena Euskal Herrian



Gaur egun, euskal hedabideen zabalpena ez da iristen Nafarroako hegoaldera edo Pirinioetara, ezta Bizkaiko lau zonaldeetara ere: Mungialdea, Orozko, Alonsotegi eta Enkarterriak. Hain zuzen ere Mungialdea kasu esanguratsua da, euskaldunen kopurua %60tik gorakoa izan arren, oraindik ez baita bertan tokiko euskal hedabide iraunkorrik garatu. Gainerako eskualde guztietan bada euskarazko hedabide idatziaren eskaintzarik.

Araban, duela bi urte arte, bakarrik hiriburura (Hirinet) eta Aiaraldeko herrietara (Aiaraldea.eus) iristen ziren tokiko euskal hedabideak, baina Alea hedabidejaio berriari esker (Alea.eus), gauregun lurraldeko koadrila guztietako informazioa jaso daiteke euskaraz, baita hiriburukoa ere, sarean zein paperean.

Bizkaian, berriz, sei tokiko aldizkari, sei Internet atari digital eta telebista bat dago euskaraz. Berriaren paperezko edizioarekin batera banatzen den Bizkaiko Hitza astekariaz gain, beste hamahiru hedabide daude udalerrri edo eskualde mailakoak; sei tokiko aldizkari; eskualdeetako sei Internet atari eta telebista bat. Denera, 108 udalerritan zabaltzen dira paperezko hedabideak, hau da, Bizkaiko biztanleriaren erdia bizi den eskualdeetara iristen da eskaintza; baita Bizkaiko euskaldunen erdia bizi den herrietara ere.

Gipuzkoa da euskal hedabideak gehien eta sarrien zabaltzen diren eremua. Gipuzkoako herri eta eskualdeetakoak dira tokikoak diren Hekimeneko 82 hedabideetatik 51 (% 62); lurralde osora zabaldutako paperezko hedabideaz gain (Gipuzkoako Hitzza), Gipuzkoako ia udalerrri guztietara iristen dira paperezko hedabideak. HEKA EHUKo unibertsitate taldeakiazko Euskal Hedabideen Urtekarian —Hekimenek berak argitaratua— kaleratutako ikerketaren arabera, hain zuzen ere Gipuzkoan daukate euskal hedabideek irismen tasarik altuena, alegia hiltun kopurua hedabideekiko. Horrek esan nahi du ez bakarrik kontsumo tasak altuak direla dagoen hiltun kopuruarekiko, baizik eta proportzionalki hedabide asko daudela hartzaile potentzialarekin alderatuz gero.

Hor dute, beraz, euskal hedabideek estaldurarik handiena, prentsa, irrati, telebista eta agerkari digitalen bidez. Horrez gain, nabarmendu behar da tokiko bost telebista daudela lurralde honetan, hirurogeita zazpi udalerritarra zabaltzen direnak. Horrek esan nahi du herritarren %95,4k eta Gipuzkoako euskaldunen ia %94 inguruk ikus dezakeela kate hauetakoren bat. Gainera, bi tokiko irrati ere badira, Gipuzkoako biztanleriaren %17,3 eta euskaldunen %17 bizi den lurraldean zabaltzen direnak.

Nafarroa izango da, hain segur, euskal hedabideen tokiko zabalpena urrien daukan eskualdea, geografikoki kontuan hartuta. Berriak argitaratzen duen Nafarroako Hitzaz gain, euskarazko hedabideek Iruñerria —bertan bizi da nafar biztanleriaren erdia— eta hortik gorako ipar mendebalderantz dagoen eremuan zabaltzen dira. Hiru tokiko aldizkari, lau internet atari, hiru tokiko irrati eta telebista bat zegoen 2014an, Behategiko Datutegian kontsultagarri dauden datuak jaso zirenean. Gaur egun, 2016ko bukaeran, egoera franko aldatu da. EITBren emisioak zuzen jaso daitezke ia lurralde osoan, Nafarroako Gobernuak hartutako ekimenaren ondorioz, eta euskarazko bi telebistaren emisioak ikus daitezke hiriburuan: sortzez Baztangoa den Xaloe Telebista, eta Hamaika Telebista.

Iparraldean, tokiko irratiak dira Hekimeneko partaideak, eta bertako euskarazko komunikazioaren eragile nagusiak: bi Lapurdikoak dira —Antxeta Irratia eta Gure Irratia—; bat Nafarroa Beherekoa —Irulegi Irratia—; beste bat Zuberoakoa —Xiberoko Botza—.

Denera, 216 hedabide —edo, hobe esanda, produktu komunikatibo— daude Euskal Herri osoan. Horietarik 90 paperezko argitalpenak dira, 78 internet bidezko hedabideak, 36 uhin bidezko irratiak eta 12, telebistak. Horietarik gehienak, 147, tokikoak dira; 49 dira tematikoak, 16 nazionalak eta lau hedabide —Nafarroako, Bizkaiko, Gipuzkoako eta Ipar Euskal Herriko Hitzak— lurraldekoak dira.

2. Ekoizpena

Hekimeneko partaide diren elkarteek, guztira, 50 egunkari edota aldizkari ezberdin argitaratzen dituzte paperean, eta urtean 57 mila orrialdetik gorako produkzioa kaleratzen dute denen artean. Orotara, urtean ekoiztutako orrialde kopuruaren ia %40 tokiko aldizkarietara dagokie, eta %28 Berria egunkariari. %13, tokiko egunkarietara, zertxobait gutxiago aldizkari espezializatuetara (%11,9) eta %7,3 aldizkari orokorretara. Honek esan nahi du 17,3 milioi ale inguru zabaltzen direla euskaraz urte bakar batean, Euskal Herri osoan, eta horietatik 7,6 milioi inguru harpidetza ordaindu egiten duten irakurleek jasotzen dituztela. Salmenten bidez banatzen den kopurua askoz txikiagoa da, bi milioi ale inguru, eta doan banatzen direnak, izan doako harpidetzak, sustapenerakoak edo bestelakoak, 7,7 milioi ale direla. Orri hauetan agertzen den publizitatearen batez bestekoa %14,8 da hedabide hauetan.

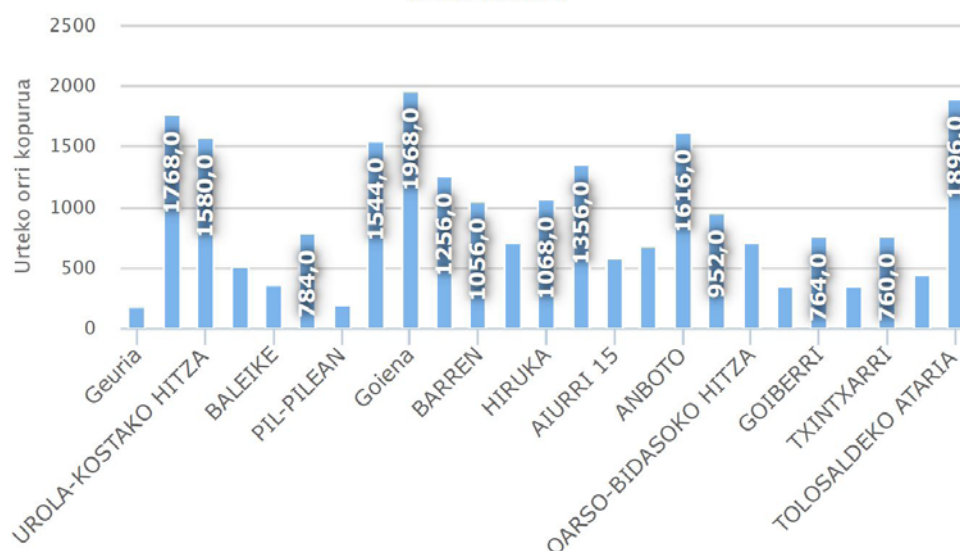
Nabarmendu beharrekoa da harpidetza bidezko kopuru hori, gure inguruko beste hedabide esparruetan parekorik gabeko kopuruak ematen baitu: ordaindutako harpidetzen bidez zabaltzen dena paperezko hedabideen ekoizpenaren %45 da. Horrek diru sarreren kontrola ziurtatzen die hedabideei, urte osoko plangintza errazago aurreikusteko aukera alegia. Ordainean, ikusgarritasuna eskasten du, nabarmen, produktua desagertu egiten delako kioskoetatik eta gune publikoetatik. Nolanahi ere, harpidetzaren aldeko apustua estrategikoa izan den ustea nahiko zabalduta dago sektorean.

Doaneko harpidetzek are kopuru altuagoa osatzen dute, %47. Banaketa mota horrek irisgarritasuna ziurtatzen du, etxe askotan euskal produktuak egoteko aukera. Oso datu esanguratsua da era berean, halako ahultasuna erakuts dezakeelako, merkatuaren gora beheren menpe egoteko arriskua. Doaneko prentsaren beherakadak eta ia desagerpenak horixe erakutsi du.

Banaketa egiteko moduei dagokionez, nagusi da azpikontrataturako zerbitzu profesionalen bidez egiten dena, %32 banatzen delako horrela. Banaketa sistema propioaren bidez zabaltzen da produkzioaren %26, batez ere Berria egunkariari dagokiona.

Ekoizpenari dagokionez, paperezko hedabide gehienek produkzioa mantendu egin da azken urteotan, baina lau hedabidetatik batek aitortzen du jaitsi egin behar izan dutela produkzioa. Tokiko hedabideen artean, Goiena aldizkaria da orri gehien ekoizten duena urtero, 1.968 orri. Tolosaldeko Atariak 1.896 orri ekoizten ditu, Lea-Artibai, Mutriku eta Busturialdeko Hitzak 1.768 eta Anbotok, 1.616. Irratien artean, Ipar Euskal Herriko irratiek sortzen dute ekoizpen tasarik altuena, 80 bat ordu astero, eta telebisten arloan, Hamaika Telebistak 68 emisio ordu sortzen ditu astero, produkzio propioari dagokionez. Denera, irrati eta telebisten artean, 2.184 ordu emititzen dute Hekimeneko hedabideek, astero. Hedabideek beraiek egindako emisio orduak, berriz, 558 ordu dira epe berean.

1. Taula: Orri kopurua urtean, hedabidearen arabera



Hedabide tematikoen artean, berriz, Gaztezulo aldizkaria da ekoizpen handiena daukan produktua: 894 orri kaleratzen ditu urteko. Jakin pentsamendu aldizkariak 870 orri ekoizten ditu, eta Bertsolari aldizkariak, berriz, 850. Denen artean, Hekimen barruko aldizkari tematikoek 5.492 orri ekoizten dituzte urtero, eta publizitateak orrien %6 baino ez du betetzen. Gehienek aitortzen dute ekoizpena mantendu egin dela azken urteotan.

Aipatu behar da lurraldeko argitalpenen artean, Gipuzkoako Hitzak 912 orri ekoizten dituela urte osoan zehar.

Ekoizpen osoa aintzat hartuta, nabarmendu beharrekoa da azken urteotako joera. Ekonomikoi urte zailak izan direla aitortu arren, hedabide gehienek, erdiak baino gehiagok, adierazi dute azken bost urteotan ekoizpena handitu dutela, eta herenak, eutsi egin diola. Hamarretik batek erantzun du ekoizpena jaitsi behar izan dutela. Horietatik gehienak idatzizkoak dira eta, haien artean nagusi dira aldizkari orokor edo espezializatuak, tematikoak. Galdetu zitzaienean ea zein ziren horretarako arrazoiak, gehienek aipatu zuten krisi ekonomikoa, paperezko prentsa idatziaren krisia, kostuen garestitzea, diru laguntzen eta publizitatearen beherakada eta harpidetzek behera egin izana.

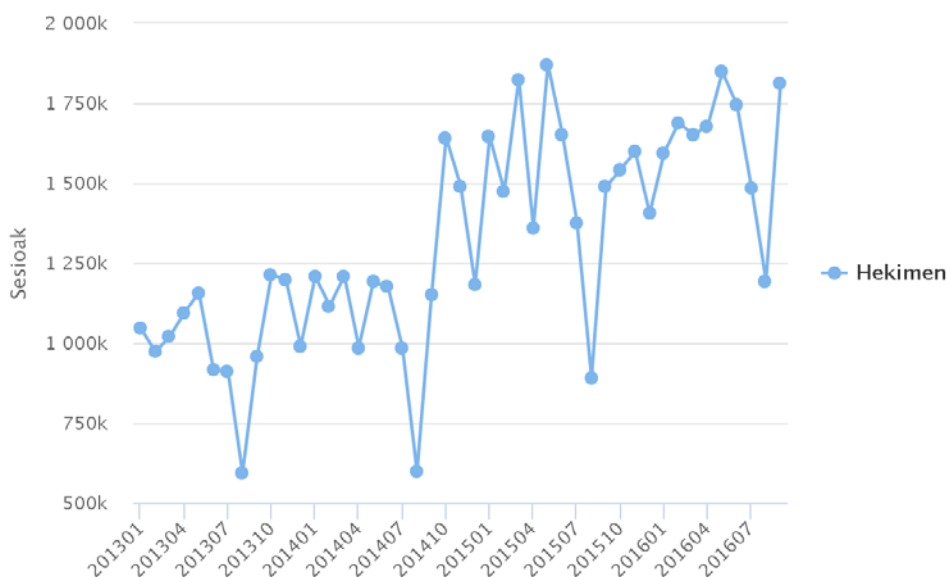
Ekoizpen bolumenaren murrizketa horiek, esan bezala, batez ere aldizkari eta egunkarietan gertatu dira. Irrati gehienek ekoizpen-mailari eusten diote, baita telebistek ere, eta azken hauen kasuan, hein batean behinik behin, elkarren arteko sinergia eta elkarlanari esker lortu omen da.

3. Sarea

Interneten egiten den ahalegina da ekoizpenari muinean eragiten dion beste aldagaietako bat. Konbergentzia digitala errealitatea da gaur egungo erredakzioetan, eta euskal hedabideak ez dira korrante nagusi horretatik aparte geratu. Gero eta zailagoa da gaur egungo ekoizpen konbentzionala eta digitala bereiztea eta, are zailagoa neurtzea zein portzentajetan ordezkutzen ari den Internet bidezko kontsumoa irakurketa tradizionala. Baina datuek garbi erakusten dute euskal hartzaileak ontzat jo duela sarean egindako ahalegina. Hainbat kasutan, Interneten egiten den lana muina izatera pasa da, eta ez dira gutxi nagusiki sarekoak izatera pasa direnak, edo horri begira bizi direnak.

2015ean Hekimen elkarteak martxan jarri zuen Hekimen Analytics tresnari esker, gaur egun badakigu Hekimeneko webguneen eboluzioa garbia dela: goranzkoa. 2014. urtean, 12,5 milioi sesio edo bisita izan ziren Hekimeneko webgune desberdinetan. Batez beste, hileko milioi bat pasatxo beraz. 2011tik 2014ra bitartean, %32 igo ziren bisitok. Iazko urtean, ordea, goranzko joera indartu egin zen eta lehen sei hilekoak soilik kontuan hartuz gero, 2011tik 2015era %73,6 igo ziren bisitok. Joera horren erakusgarri, 2015ko maiatzean bildu zuten Hekimeneko webguneek inoizko bisita gehien: 1.784.677 bisita hain zuzen ere. Artean urte osoko datuak ez izan arren, 2016an joera baieztatu egingo dela aurreikus daiteke, lehen sei hilabetekoari erreparatuta.

2. Taula: **Sesioak**



Arloz arlo, esan behar da webgune kopurua asko hazi dela azken urteetan baina, batez ere, tokiko webguneak gehitu direla. 11 ziren 2011n, eta 23 ziren 2015ean. Bisita kopuruaren gorakada bi baldintza horien erantzuna da: martxan zeuden webguneak indarra hartzen doaz, eta gainera webgune berriak agertu dira. Tokiko hedabideak kopuruz eta bisitaz handitu dira. 2011n bisiten %25 inguru ekartzen zuten sektorerara; 2015eko lehen seihilekoan, berriz, %42. 2016ko irailean, lehen aldiz, gaingitu egin dute hedabide nazionalen kontsumoa.

Bisiten batez besteko denboran, alde handiak daude. Bisiten iraupena, ordea, ez da igo. Batez besteko iraupena jaitsi egin da: 2011n sei minutu inguru irauten zuten bisitek euskal hedabideak kontsumitzeko orduan sarean; gaur egun, 4 minutukoa da iraupena. Batez besteko hori askoz handiagoa da webgune orokorretan, bi edo hiru bider handiagoa (2015ean 05:30 webgune orokorretan, 02:21 tokikoetan eta 02:31 webgune tematikoetan).

Webgune tematikoak, bai kopuruz eta bai bisitaz, mantendu egiten dira 2011tik 2014ra bitartean. 2015. urteko lehen seihilekoan, aldiz, ia bikoiztu egin ziren kopuruz, eta horrek eragina izan zuen bisita kopuruan ere. Goranzko joera webgune/hedabide gehiagotan ari da ematen, baina, gure datuen arabera, Euskal Herriko beste zenbait esperientziarekin alderatuta, joera handiagoa da Hekimenen baitan. Aldiz, Kataluniako gureak moduko beste hedabideak aintzat hartzen baditugu, hazkuntza handiagoa izan da han.

Hileko erabiltzaile bakarraren kopuruari begiratuta, berriz, Hekimeneko hedabideen webguneek 300.000 erabiltzaile bakar izan zituzten 2013an, hilerio; 353.000, 2014an, eta 466.000, 2015ean. Hau da, sektoreak %17,6 erabiltzaile irabazi zituen 2013tik 2014ra bitarte, eta beste %31,9 2014tik 2015era.

Gailuen araberrako kontsumoa ere neurtu du Hekimen elkarteak, Hekimen Analytics tresnaren bitartez. Gailu guztietako kontsumoak igo badira ere, proportzioan nabarmena da mugikorren bidez egindako irakurketak edo kontsumoak eman duten igoera. Alegia, kopuru absolutuetan, gailu guztietatik eman da bisiten igoera Hekimeneko hedabideetan. Gailu motaren arabera, ordea, igoera desberdinak izan dira:

- 2011. urtean Hekimeneko hedabideetara bisiten %3 iristen zen mugikorren bidez; 2015. urtean, aldiz, bisiten %32 izan ziren.
- Tabletetan ere igoera nabarmena gertatu da. Ia bisitarik ez egotetik, %7 izatera pasa da lau urtean.
- Ordenagailuek, ondorioz, pisu proportzionala galdu egin dute: kontsumitzaileen %96 ziren 2011. urtean, eta %61 inguru 2015. urtean

Hedabide mota desberdinak kontuan hartuz gero, mugikorretako trafiko gehien tokiko hedabideek irabazi dute. Esan behar da pisu handiagoa dutela gailu horiek euren trafikoan, beste hedabideetan baino. Tokiko hedabideetan %38 ziren mugikorretako bisitak 2015ean. Hedabide orokorretan %26, eta tematikoetan %20. Webgune batetik bestera, ordea, alde nabarmenak ematen dira. Goiko datuak hedabide mota horri dagokion batez bestekoak dira. Mugikor bidezko kontsumoaren joera hau nazioartean gertatzen ari denaren bide beretik doa, eta sareko kontsumoaren gertakari esanguratsuenetako bat da.

Sare sozialak dira, gaur egun, produktuak zabaltzeko beste modu bat, gaur egungo komunikazioaren lelo nagusi bat aintzat hartuta: "informazioaren bizitza, lehen, argitaratzeko unean hiltzen zen; orain, hain zuzen ere orduan hasten da bizitzen". Hekimeneko lau hedabidetatik hiruk adierazten du egunero zabaltzen dituztela berriak sare sozialen bidez, eta horretarako bide erabilienak Twitter (%24), Facebook (%23) eta Youtube (%16,5) dira. Nolanahi ere, ia denek erabiltzen dute Twitter eta Facebook. Youtube kanala hiru euskal hedabidetatik bik erabiltzen du, eta RSS, erdiek. Esanguratsua da Twitterren nagusitasuna, adituak behin eta berriro nabarmentzen ari direlako Facebooken dagoela sareko kontsumorik handiena.

Internet da, era berean, sustapenerako gehien erabilitako bidea. Euskal hedabideetan lautik batek adierazten du Internet erabiltzen duela sustapen eta marketing kanpainak egiteko. Orokorrean, kanpaina hauen balantzea positiboa edo oso positiboa da euskal hedabideen artean, baina hobekien baloratutako bidea harpidetza kanpaina orokorrak dira (hedabideen %63k aitortzen du positiboki baloratzen dituela bide horretatik egindako kanpainak); ondoren, marketin kanpainak, irratia, prentsa, Internet, telebista eta harpidetza kanpaina selektiboak. Azken hauen kasuan, soilik heren batek jotzen du positibotzat egindako ahalegina.

4. Kudeaketa

Hekimeneko 57 enpresek 530 zuzeneko lanpostu sortzen dute, 439 urte osoko lanpostu hain zuzen ere. Zuzenean kontratatutako langileez gain, kolaboratzaile, freelance eta boluntarioak ere badituzte hedabideok: 600 kolaboratzaile inguru, gehienak aldizkari eta egunkarietan, eta 1.000 boluntariorik gora, gehienak tokiko hedabideetan.

Enpresa kudeaketari dagokionez, elkarte gehienak, erdia, oso txikiak dira: bost enplegatu edo gutxiago dituzte. Tamaina ertaineko hiru elkarte edo enpresa daude, alegia 25 langile edo gehiago dituzten enpresak; hiruren artean bederatzi hedabide kudeatzen dituzte (%8) eta langile guztien %37 enplegatzen dituzte.

Langileen erdia baino gehiago, ia hamarretik sei, emakumezkoak dira (%57,8). Baina aldeak daude hedabideen izaeraren arabera: hedabide nazionaletan gehiago dira gizonezkoak (%51), eta desoreka nabarmenagoa da tokikoetan, non emakumeak %62 diren. Hiru lanpostutatik bi baino gehiago (299 enplegu, %68,1) kazetaritza eta produkzio lanekin zerikusia dutenak dira; gainerako gehienak, kudeaketa eta funtzionamendu orokorrari lotuak (68,6 enplegu, %15,6) edo komertzial lanetan ari dira (47,9 enplegu, %10,9). Hemen ere badira aldaketak, euskarrien arabera. Nazionaletan gehiago dira produkzioan ari direnak, lautik hiru langile, eta tokikoetan, berriz, %63,5.

4. Grafikoa: langileen jardura arloa, guztira



Urtean 23,5 milioi euro inguruko gastu edo aurrekontua dute Hekimeneko hedabideek; gastu horren erdia baino gehiago egunkariak (%35,1, 8,3 milioi euro) dute, eta tokiko aldizkariak kudeatzen dute %21,9: 5,1 milioi euro. Aldizkariak (%14,3, 3,4 milioi euro) eta tokiko telebistei (%12, 2,8 milioi) dagokie gastuaren laurdena.

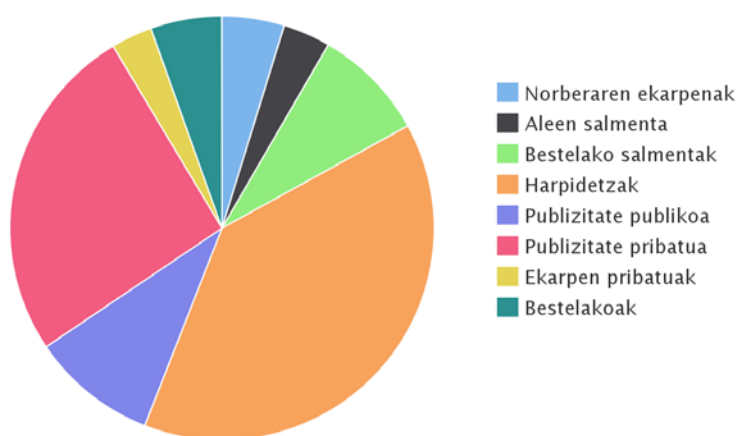
Gastuaren %57,7 ekoizpen gastuetan joaten da, baina gastu hori askoz handiagoa da hedabide nazionaletan: %66,8. Horretarako arrazoi nagusia izan daiteke kostu handiagoa duela orri bakoitzak hedabide nazionaletan tokikoetan edo tematikoetan baino, gastu osagarriak eta banaketa gastuak direla bide. Nolanahi ere, esanguratsua da kudeaketarako doan aurrekontuaren portzentajea: oro har, %16, nahiko kopuru estandarra. Hedabide nazionaletan, berriz, %6,5 baino ez da, ohikotik oso behera.

Gastu horren banaketa ere esanguratsua da. Euskal hedabideetan ia gastuaren erdia langileak ordaintzeko da, eta laurdena inguru, kanpoko profesional arloan gastatzen da. Nazionaletan, ordea, gastu nagusia kanpoko profesionalena da, gastu osoaren %44 hain zuzen ere.

Autofinantzazioa %63,7koa da Hekimeneko hedabideetan, eta portzentaje hori %70era iristen da hedabide nazionalen kasuan. Sei puntu baxuagoa baino batez bestekoa baino altuagoa da oraindik, telebistena: %64,6. Diru laguntzen pisua nabarmen altuagoa da irratien sarreretan (%60,3), tokiko internet atarietan (%48,0), internet atari espezializatuetan (%49,5) eta tokiko aldizkari (%45,2) eta bestelako aldizkarietan ere (%44,3).

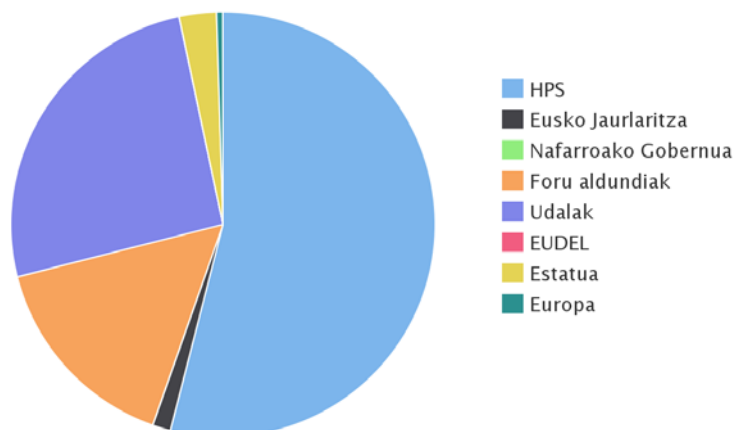
Iturri propioei dagokienez, harpidetzak dira diru iturri nagusia sektorean, %40. Publizitate pribatua %25,7 da, eta publizitate publikoa, berriz, ez da %10era iristen. Hemen ere, aldaketa esanguratsuak dira izaera eta euskarriaren arabera. Hedabide tematiko eta nazionaletan, harpidetzetatik jasotzen den diru kopurua handiagoa da beste sektoreetan baino, %61 eta %56 hurrenez hurren, eta tokikoetan publizitate pribatua da diru iturririk garrantzitsuenak: %40.

5. Grafikoa: **Iturri propioak, oro har**



Diru iturri publikoei dagokienez, Eusko Jaurlaritza da diru laguntzaile handiena, Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzaren (HPS) bidez laguntzen %54 banatzen baitu. Atzetik datoz udalak, ekarpen publikoaren laurdena egiten dutenak. Hedabide nazionalen kasuan, HPSrena da ekarpen ia bakarra, %94, baina tokikoen kasuan, udalak dira finantzatzaile nagusienak, ekarpenen %40 egiten baitute.

6. Grafikoa: **iturri publikoak, oro har**



5. Aurreikuspena

2014. urtea galerekin itxi zuten hedabide gehienek, ia hamar hedabidetatik 8k. Irabaziak izan dituztela adierazi duten hedabideak, batik bat Iparraldeko irratia, tokiko aldizkariak (%33,3), tokiko internet atariak (%27,6) eta tokiko telebista (%14,3) dira.

Egoera ekonomikoaren bilakaeraz galdetuta, aurreikuspen positiboak antzematen dira euskal hedabideen artean. Galerak izan dituztenak gehiengoak izan arren, hurrengo urteetan galera aurreikuspenak zituzten hedabideen artean baikortasun handiagoa sumatzen da: gehiago dira galerak izango ez dituztela erantzun dutenak. Ia denen asmoa parra gelditzea da, ordea: galdetutakoen %87k ez du uste irabaziak izango dituenik enpresak. Elkartearen egoera ekonomikoak azken urteotan okerrera egin duela diotenak %40 dira, baina hurrengo urteetan ere okerrera egingo duela uste dutenak %21 dira. Hurrengo urteetan inbertsio berriak aurreikusten dituzte %4k, eta jarduera normala mantenduko dute gehienek, nahiz eta gastua murriztu beharko dutela uste duten erdiak baino gehiagok.

Nabarmenezkoa da, bestalde, berrikuntza arloan euskal hedabideetan egindako ahalegina, eta aurrera begira erakusten duten konpromisoa. Lan prozesuan eta produktuen gaineko berrikuntzak aurreikusten dituzte gehienek aurreko urteen antzeratsu, nahiz eta produktuetan berrikuntzak sartuko dituztenak gutxiago izan aurreko urteetan baino. Banaketan eta marketin eta sustapenaren gaineko hobekuntzak, aldiz, areagotu egingo dituztela azaldu dute enpresetako arduradunek. Egoera ekonomikoan eragiten duten faktoreez galdetuta, aipatuenak hauexek dira: administrazio publikoaren diru laguntzetan izandako jaitsierak, eta, ondorioz, ziurgabetasun ekonomikoa; harpidetzetan izandako jaitsierak edota harpidedun berrien fidelizazio-maila apala; publizitate salmentan izandako jaitsiera; Internet bidezko produktuak eta zerbitzuak errentagarri egiteko zailtasunak; eta, oro har, hedabideen sektorearentzat estrukturalak izan daitezkeen bestelako ezintasun eta kezkak: prentsa idatziaren etorkizuna kolokan ikustea, paperean editatzeko inprenta eta banaketa gastu altuak, telebisten kasuan audientzia berrietarako iritsi ahal izateko inbertsio handiegia, eta abar.

Euskal hedabideen sarea indartzeari garrantzia handia eman diote hedabideetako solaskide gehienek eta elkarlanerako adostasun mailarik altueneko bi beharrak hauek izan dira: merkatu eta audientzien gaineko azterketak egin ahal izatea eta langileen prestakuntza eta formaziorako bideak partekatzea.

4. Euskal hedabideen etorkizuneko orube sozial eta geografikoa

33

Asier Otxoa de Retana

Imanol Esnaola Arbiza

GAINDEGIA, Euskal Herriko ekonomia eta gizarte garapenerako behategia

Gero eta azterlan gehiago daude euskal hedabideen egungo dimentsioan sakontzen dutenak. Azken urteotan euskal hedabideen unibertsoa hobeto ezagutzen hasiak gara, bai irakurleen ohitura eta usadioez, bai irismen edota finantziazioaz. Horrek guztiak lagun dezake euskarazko hedabideen ingurua ezagutuz aurrera egiteko biderik sendoenak topatzen oso aldakor datorren eremu sozioekonomiko eta soziodemografikoaren erdian.

Euskarazko hedabideon jarduera eta kontsumitzaileekin duten hartu-emana hiru erpin dituen inguru batean garatzen da: errealitate soziodemografikoa, kulturala eta geografikoa (edo espaziala). Hurrengo lerroetan hiruki horren hainbat ezaugarri izango dugu aipagai, eta ahal den neurrian aldaketak maila demografiko, geografiko eta sozialean irudikatzen ahaleginduko gara. Finean, euskal gizartea etengabeko bilakaeran dagoen subjektua da, eta bere baitan dauden prozesu demografiko dinamikoek ere, ezinbestean etorkizuneko euskal hedabideen xede-taldea baldintzatuko dute.

Jakina denez, errealitate soziodemografikoa eta kulturala euskal hedabideen etorkizuneko garapenean berebiziko garrantzia izango duten elementuak dira. Euskal hedabideen eremutik, ordea, elementu geografiko edo espazialari ere arreta berezia eskaini behar zaio, are gehiago gurean, euskal hedabideen bi heren baino gehiago tokiko hedabideak direnean. Zertan aldatuko zaio tokiko hedabide bakoitzari bere eremuko demografia? Izango al du horrek eraginik irakurle kopuruaren edo nolakotasunaren bilakaeran? Azken hamarkadan gurean geografia demografikoak zein sozialak aldaketa sakona bizi izan dute, beraz, komenigarria da hedabideen esparruan, behintzat, denboran luze iraungo duten joerekin kontzientzia hartzea.

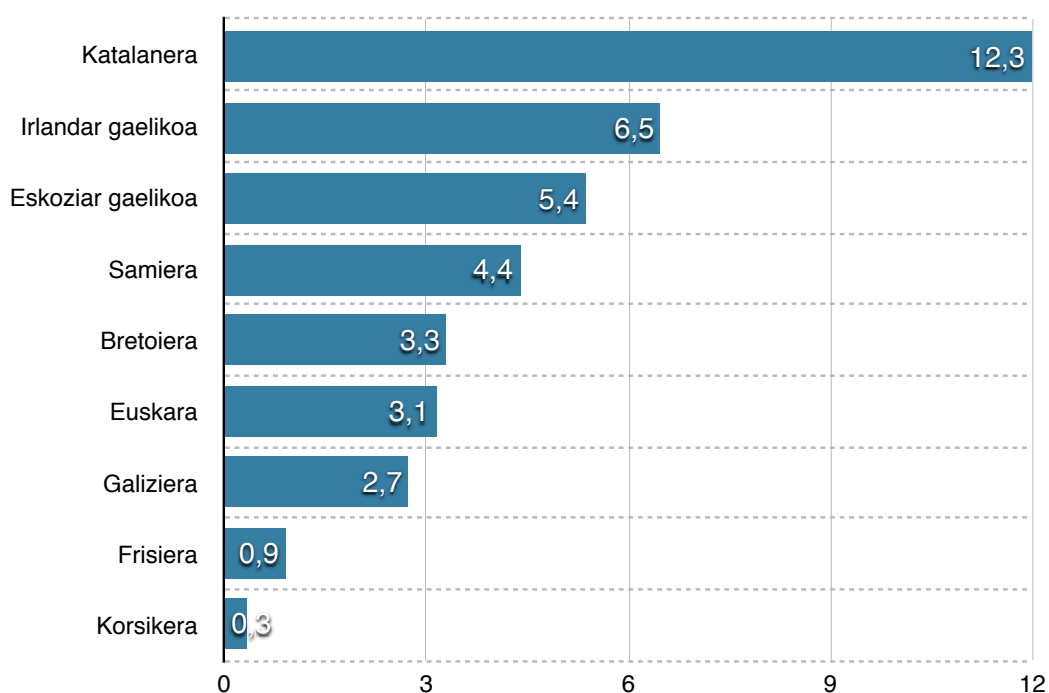
Asmo horrekin lan honetan joera demografiko orokorrak, horrek tokiko hedabideen kanaletan izan dezakeen eragina eta eskualde bakoitzean izan dezakeena azaltzen ahalegindu gara. Amaieran hamar urte barru izango den xede-taldea marraztu dugu lerro nagusitan.

Lan honetan, Euskal Herri mailako datu orokor batzuk emango baditugu ere, Behategiak 2015 urterako eskaintzen duen tokiko hedabideen geografia baliatu dugu kalkuluak lurralde eremu horretara egokitzeke. Gauzak horrela, aurrerantzean eskualdeak edo balizko hedadurak aipatzean, geografia horri dagokiola gogoan izan eta ez Euskal Herri osoari.

1. Hurbilpena

Euskal hedabideen unibertso geografiko eta soziala txikia da. Euskal Herriak, 21.000 km²ko lurraldea izanik, 3,1 milioi biztanle ditu. Euskal elebidunen kopurua %33,9koa da, eta elebidun hartzaileena, %19,1koa¹. Ez da lan honen xedea Europa mailan hizkuntza gutxitua duten komunitate guztien egoera aztertzea. Grafikoan emaniko datuek, ordea, Euskal Herriaren txikitasunaren berri ematen digute, izan ere, galiziera, frisiera eta korsikerak baino ez dute gurea baino lurralde eremu murriztagoa.

1. Taula: Hizkuntz gutxituak dauzkaten lurraldeen biztanleria bolumena (milioi biztanle). Europa, 2015 urtea.



Iturria: EUROSTAT.

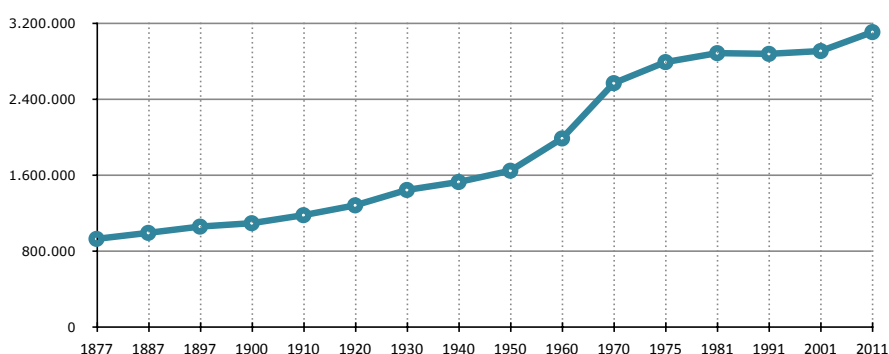
1.- EUSKO JAURLARITZA (2016). VI. Inkesta Soziolinguistikoa, Gasteiz.

2. Industria euskal demografia eta geografiaren zutabeetan

Euskal Herriaren konfigurazio sozial, demografiko eta kulturean mendebaldeko Europako ekonomia industrial eta urbanoaren eragina handia izan da. Aski zertzelada batzuk esandakoa ulertzeko: Euskal Herriak, 1981. urtean, hiru hamarkada lehenago baino 1.200.000 herritargehiago zeuzkan. Euskal lurraldean inoiz ezaguturiko hazkunde demografiko azkarrena izan zen hura, Hego Euskal Herriko kasuan hazkunde ekonomikoaren garaian Estatu espainoletik etorritako migrazio-fluxuekin lotura zuzena zuena, eta paraleloan, gerra ondoko baby boom delako fenomenoarekin. Aintzat hartzekoa da garapen industrial honek bailara malkartsuetan eta ibaiak zituzten bailaretan egin zuela bere lekua, hots, euskararen arnaguneetan, eta horrek, halaber, historian aurretik ezagutu ez dugun garapen ekonomiko, sozial eta kulturala ekarri zuela zonalde horietara, besteak beste, euskal hiztun eskolatuak.

Ipar Euskal Herriak, aldiz, garai hartan hazkunde makalagoa izan zuen (baina hegoaldean baino egonkorragoa), kostaldeko urbanizazio etengabeari eta zerbitzu ekonomiari lotua. Hazkunde horrek indarrean jarraitzen du Lapurdin eta hurrengo hamarkadan horrela jarraitzea espero daiteke.

2. Taula: Biztanleriaren bilakaera. Euskal Herria, 1877-2011.



Orobat, larrialdi ekonomikoaren eraginez Euskal Herriak biztanleria emendatzeari utzi zion 80ko hamarkadaren hasieran. Agerian gelditu ziren eredu ekonomiko haren hazkunde mugak. Milurtekoaren hasieran, ordea; hazkunde demografikoa hasi zen berriro, jarduera ekonomikoaren suspertzearekin batera. Hazkunde demografikoaren aro berri hau laburragoa gertatu zen, ordea eta 2009 urteaz geroztik

joera gorabeheratsua bizi dugu. Gaur arte. Esandakoak, beraz, agerian uzten digu epe laburrean gertatutako hainbat prozesu bortitzek eragindako egitura demografikoa dugula, herri garen aldetik hausnartzekoa.

3. Euskal hiztunak geografikoki sakabanatuagoak daude egun, tartean hirigintza eta barne migrazioak medio

Biztanle bolumenean gertatutako aldaketek gain, bestelakoak ere izan dira, ordea. Euskal hiztunei dagokienez, 1981. urtean euskara gaitasun eta erabileraz lehen neurketa estandarizatu egin zenetik azken hiru hamarkadetan euskal hiztunen kopuruak gora egin du eta hauen presentzia euskal geografian barrena hedatzen joan da. Ondorioz, euskal hedabideen balizko kontsumitzaileak lurralde eremu zabalagoan sakabanatuago daude.

Bien bitartean, bizi dugun errealitate linguistiko desorekatuan, milurtekoaren hasieratik euskal hiztunen sakabanaketa geografikoa indartzearekin batera arnasguneetan aldaketa garrantzitsu zenbait gertatu da, adineko euskal hiztunen eta hauen hizkuntza ohituren galera, belaunaldi gazteenen elebiduntzea eta euskaraz trakets moldatzen diren hiztun gazteen etorrera. Horrek, halaber hainbat aldaketa eragin du, hots, harreman esparru elebakar zenbaiten elebiduntzea.

1979. urtean euskararen lehen diagnostikoa egin zenean, euskararen atzeraldia eragin zuten faktore sozio-ekonomikoen artean industrializazio prozesua eta horrek eragindako beste hizkuntza-komunitateetako biztanleriaren erakartze masiboa identifikatu zituzten².

2.- UGALDE, M. (1979). Conflicto lingüístico en Euskadi. Bilbao: Euskaltzaindia.

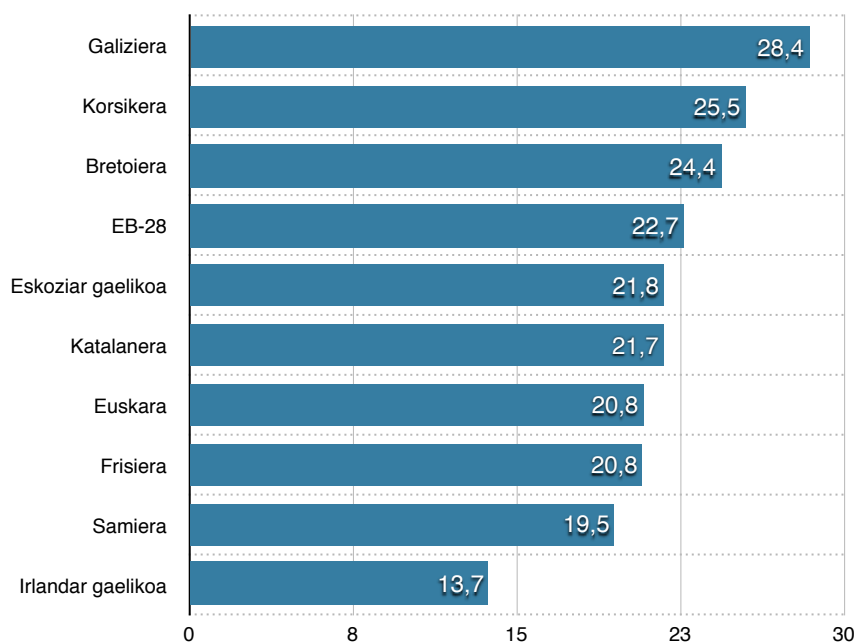
Euskaldunen sakabanaketa eta euskararen gotorlekuetan gainbehera hau eragin duten faktore sozio-ekonomikoen artean, ordea, bi elementu berri daude: eremu euskaldunean etxebizitzak eraikitzeko jarduera bizia, eta ondorioz inguruko herrietatik biztanleria erakartzea. Biztanleria hau nagusiki Euskal Herrian jaioa da, ama hizkuntza gaztelania du eta euskaraz mintzatzeko gai izanik ere, etxean gaztelania erabiltzen du. Pentsa daiteke hiztun hauek euskarak presentzia gutxi duen inguru bat eratuko dutela, baina pentsa daiteke, halaber, hiztun proaktiboak ez izan arren euskal hedabideen balizko kontsumitzaile izan daitezkeela. Lehen aukera berez dator, bigarrena landu egin beharko. Ez dago ezer galduta.

Labur esanda, hirigintza jarduera eta barne-migrazioek euskal lurraldearen konfigurazio urbanistiko, demografiko, sozial, ekonomiko, kultural eta linguistiko berria ekarri dute, eta aldaketa hauek forma berriak hartuko dituzte etorkizunean hizkuntzaren erabilera ohitura eta espazioei dagokionez (zer gertatuko da udalerri euskaldunetan erdararen araua nagusitu den taldeak herriko adineko talde euskaldunak ordezkatzen dituztenean?). Hori dela eta, hedabideen ikuspegitik komenigarria da lurraldearen gainean dagoen aniztasunari erreparatzea, eta ahal den neurrian behintzat, datozen joerei neurria hartzea.

4. Euskararen herria nortasun post-industrialerako bidean

Euskal Herriak erregimen demografiko modernoaren berezko ezaugarriak ditu. Biztanleria gune ekonomiko dinamikoenetara desplazatzen da bertan metatuz baliabidea eta "talentua". Halaber, honelako erregimenen ezaugarria da jaiotza tasa apala, bizi-itxaropen luzea eta zahartze maila handia. Fenomeno hau hizkuntz gutxituak dauzkaten Europako beste lurralde gehienetan gurean baino nabarmenagoa da. Gurean gazteen presentzia txikia da eta haurrena zertxobait handixeagoa, milurtekoaren hasierako hazkunde ekonomikoarekin ugalkortasuna handitu izanaren ondorioz.

3. Taula: **Zahartze tasa. Hizkuntz gutxituak dauzkaten Europako lurraldeak, 2015 urtea.**



Iturria: EUROSTAT.

Egungo egitura demografikoan azpimarratzekoa da 1960/70ko hazkunde demografikoaren protagonista izan zirenen presentzia handia (45 eta 64 urte bitartekoak egun). Euskal administrazio bakoitzaren hizkuntz politikek ondorio desberdinak eragin arren, oro har haurren alfabetatze maila goiztiarra handia da egun, baina proportzioan belaunaldi gazteak urriagoak izanik eragin mugatua izango du belaunaldien arteko ordezkapenak, belaunaldi berriak euskaraz trebatuak izan arren.

5. Internet bidezko tokiko hedabideen zerbitzua euskal herritarren hiru laurdenarentzat; irratien estaldura eremuan haur eta gazteen presentzia nabarmenagoa

4. Taula: **Biztanleria, egungo euskarri**

	Biztanleria osoa		Adin egitura (%)				
	Orotara	Hedadura (%)	0-14 urte	15-29 urte	30-44 urte	45-64 urte	65+ urte
Internet	2.276.061	72,7	14,6	13,7	22,9	28,5	20,4
Irratia	1.027.616	32,8	15,9	14,7	22,2	27,4	19,9
Papera	1.910.444	61	14,2	13,3	22,7	28,8	21
Telebista	1.943.293	62,1	14	13,3	22,8	28,8	21,2
EUSKAL HERRIA	3.131.079	-	14,5	13,7	22,6	28,4	20,8

Oharra: Biztanle kopurua hedabideen eremu geografiko naturalari dagokio.

Erreparatu diezaiozun orain egungo tokiko hedabideen hedadura geografikoari. Papera euskarritzat duten tokiko euskal hedabideen hedadura eremuan 1.910.000 biztanle bizi dira, hau da, paperezko hedabide bat edo beste, edo hainbat, euskal herritarren %61a bizi da lurralde eremu horretan. Zentzu horretan, euskal geografiaren gainean hedadura handiena hartzen duen euskarria internet da, herritarren ia hiru laurdenek (%72,7) tokiko hedabide baten zerbitzu eta eskaintza baitute. Biztanleriarengan hedadura txikiena duen euskarria, aldiz, irratia da (%32,8). Edonola ere, datuak eskutan dinamismo demografiko handiko lurraldean hedatzen dira irratia hauek, haur eta gazteen presentzia nabarmena dutenak, beraz, bere horretan oso aintzat hartzekoak dira, eremu horietan euskarazko komunikazioa helarazten egiten duten lanagatik (eremu menditsuenetan batik bat oso aipagarria).

Oro har, lehen aipaturiko barne-migrazioen goraldiak geografiaren bazter desberdinetan lurralde desorekak handitu ditu. Erronkari-Zaraitzu, Zuberoa, Irunberrialdea, Arabako mendialdea edo Estellerriko mendebaldeak biztanleak galdu dituzte 2000 urteaz geroztik. Modu apalagoan hala izan da Bilbo Handian eta Lea Artibain ere. Kasu

gehienetan, egun gazteak beste udalerrri batzuetara lekualdatu izanak ekarri du zahartze tasa handiagoa (Iruñerria, Plentzia-Mungira, Gasteizera, ...). Eta ondorioz, familia osatzeko adinean dauden biztanleak galdu izanaren ondorioz haur eta gazteen presentzia ere txikiagoa da.

5. Taula: Biztanleria, tokiko euskal hedabideen bailaretan. Euskal Herria, 2015 urtea.

	Biztanleria osoa		Adin egitura (%)				
	Orotara	Hedadura (%)	0-14 urte	15-29 urte	30-44 urte	45-64 urte	65+ urte
Iruñerria	345.275	24,7	16,5	15,4	24,3	26,6	17,2
Bilbo	345.141	-2,6	12,2	13,2	21,6	29,5	23,5
Gasteizaldea	243.918	12,2	14,6	13,7	24,3	27,8	19,6
Uribe Kosta	170.799	5,2	14,4	13,8	23,0	29,5	19,3
Txingudi	105.796	15,3	15,5	13,6	23,1	28,5	19,4
Durungaldea	98.278	8,6	15,1	13,1	23,8	28,6	19,4
Debagoiena-Aramaio	64.238	0,2	14,5	13,0	21,7	29,0	21,9
Debabarrena	55.752	1,0	14,7	12,4	22,3	28,1	22,5
Urola kosta	43.425	15,8	16,3	14,8	23,0	28,0	18,0
Goierri	42.884	12,2	16,7	14,1	22,9	26,8	19,5
Tolosaldea	37.681	9,1	16,5	13,6	22,1	28,0	19,7
Aiaraldea	34.475	3,8	13,8	12,8	22,8	29,4	21,3
Beterri-Aiztondo	32.023	8,0	16,4	12,9	24,2	27,5	19,0
Urola erdia	31.488	11,2	17,3	14,2	23,0	26,5	19,1
Baztan-Bortziriak-Malerreka-Xareta	26.213	1,4	15,6	13,0	22,2	28,1	21,2
Urumea	25.288	14,3	16,1	13,6	23,8	28,6	17,8
Lasarte-Usurbil	24.276	6,2	15,0	12,4	24,4	26,8	21,4
Txorierrri	20.645	20,9	16,0	12,3	24,3	27,7	19,8
Sakana	19.467	5,8	15,3	14,2	21,8	28,3	20,3
Larraun	3.337	15,5	18,0	11,3	23,1	26,6	21,1
Gainontzeko lurraldea	1.388.050	6,4	14,1	13,6	21,9	28,7	21,8
EUSKAL HERRIA	3.131.079	7,7	14,5	13,7	22,6	28,4	20,8

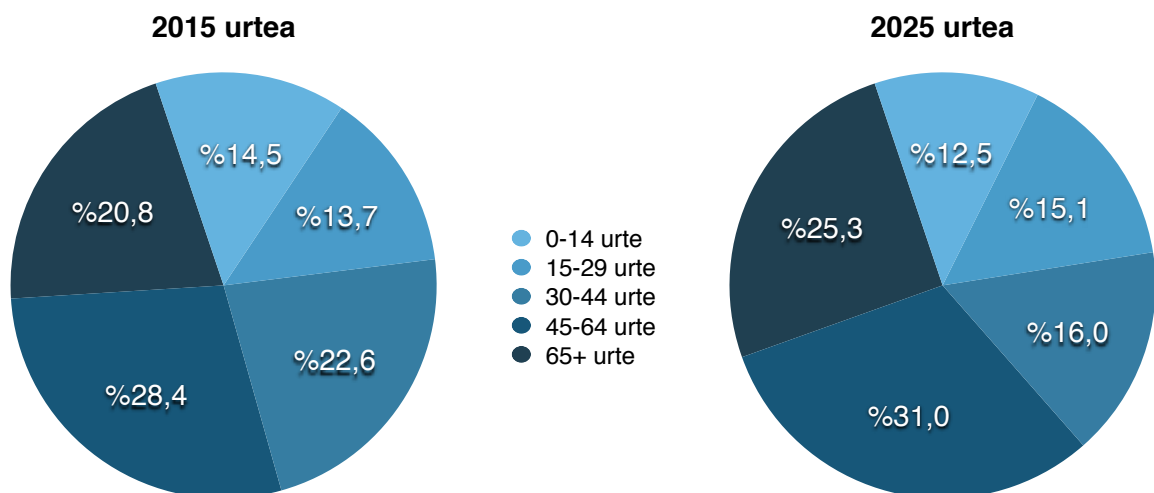
Modu batean edo bestean tokiko hedabideen lurralde eremuan fenomeno bertsua gertatu da. Iruñerria, Txorierrri, Urola Kosta, Larraun, Txingudi, Urumea edo Goierrik biztanleria bolumena nabarmen handitu dute, beste eskualde batzuetatik biztanleria gaztea edo gazte-helduak (30-44 urte) erakarrit. Hirien eragin eremua handitzearen ondorioz gertatu da, euskal lurraldearen metropolizazioaren ondorioa

6. Etorkizunean hedabideen orube demografikoa uzikurtu egingo da, 30-44 urte bitartean batez ere

6. Taula: Biztanleria prospekzioa, adin taldeen arabera. Euskal Herria, 2015 eta 2025 urteak.

	2015	2025	Diferentzia
0-14 urte	454.110	380.662	-16,2
15-29 urte	428.820	460.453	7,4
30-44 urte	707.249	486.497	-31,2
45-64 urte	888.877	942.667	6,1
65+ urte	652.022	769.062	18
OROTARA	3.131.079	3.039.341	-2,9

1. Grafikoa: Biztanleriaren adin egitura (%). Euskal Herria



Etorkizunaren ikuspegitik, joera nagusi gisa hurrengo hamarkadan zehar biztanleria bolumenaren jaitsiera txiki bat espero daiteke euskal lurraldean. Kopuru gordinetan, Euskal Herriak 73.000 bat biztanle gutxiago izan ditzake. Euskal geografiaren gainean, halere, ñabardura

desberdinak egin daitezke, handiena: Hego Euskal Herriak 100.000 biztanle inguru galtzea espero daiteke, baina kopuru orokorrari dagokionez Ipar Euskal Herriko hazkunde positiboak galera orokorra zertxobait arinduko duela dirudi. Izan ere, Bidasoatik iparraldera aspaldiko hazkunde joerak bere horretan irautea espero da, hau eragiten duten faktoreen gainean aldaketarik ez bada behintzat.

Era berean, euskal gizartearen zahartze prozesua azkartzea espero da, eta beraz, euskal hedabideen kontsumitzailearen batez besteko adina ere zahartzea espero daiteke. Esaterako, zahartze tasa egun baino bost puntu handiagoa izango da, baina euskal hedabideei begira, azpimarratzekoa da 30-44 urte bitarteko adin taldeak duen pisu demografikoaren uzurtzea. Gertaera hau ez da gutxietsi behar, adin talde honek pisu demografiko handia izateaz gain, euskararekiko atxikimendu ideologiko handienekoa baita, eta beraz, euskarazko hedabideen aldekoa berez. Etorkizunean adin tarte hau ez da horren jendetsua izango eta horrez gain, euskararen aldeko ideologizazio apalagokoa izaki, euskarazko hedabideekiko atxikimendua eraikitzeke ahalegin handiagoa eskatuko du.

Bitartean, 45-64 urte bitarteko adin taldeak handiena izaten jarraituko du baina egungo pisua arinduz, haur eta gazteekin gertatu bezala. 45-64 urte bitarteko kolektibo horretan egongo da, aldiz, euskarazko eskolatze tasarik apalena eta beraz, euskarazko komunikazio produktuetara jotzeko jarrerarik hotzena espero daiteke. 65 urtetik gorako biztanlerian are gehiago nabarituko da esandakoa, eta kontuan har dezagun 2025ean biztanleriaren laurdena izango direla.

7. Balizko kontsumitzaile gutxiago euskarri eta bailara guztietan, irratien hedadura eremuak hobeto eutsiko dio etorkizunari

7. Taula: Biztanleriaren prospekzioa, egungo euskarrien hedadura eremuetan. Tokiko euskal hedabideak, 2025 urtea.

	Orotara	0-14 urte	15-29 urte	30-44 urte	45-64 urte	65+ urte
 Internet	-82.600	-69.200	5.800	-161.100	61.500	80.400
 Irratia	-14.400	-23.500	5.700	-51.700	28.500	26.600
 Papera	-80.000	-58.300	4.200	-137.600	43.700	67.900
 Telebista	-84.700	-57.600	1.200	-142.500	44.600	69.600
EUSKAL HERRIA	-91.700	-73.400	31.600	-220.800	53.800	117.000

Tokiko hedabideei dagokienez, euskarri bakoitzaren egungo hedadura eremuetan aldaketak espero daitezke, joera orokorrari jarraituz, baina tokian tokiko xehetasunekin, izan kuantitatiboak ala kualitatiboak. Zentzu horretan, nabarmentzekoa da biztanleriaren galera orokorra nagusituko bada ere, 45 urtetik gorakoen kopuruak gora egingo duela, gazteenak (15-29 urte) ere zertxobait. Bistan da egun 45 urtetik gorakoen kolektiboa eta hamar urte barru izango dena ez direla berdina izango hizkuntzarekiko jarraitari dagokionez. Eta segur aski 15-29koek ez dute 45etik gorakoen portaera bera izango informazioarekiko eta hedabideekiko, zaletasunak eta teknologiaren aurrerabideak medio. Esan daiteke bilakaera geografikoak euskarri guztietan izango duela eragina.

Aldiz, 30-44 urte bitartekoak kopurua modu oso nabarmenean gutxituko da euskarri guztietan, beharbada irratien eremuan apalago. Izan ere, irratiek, Iruñearen inguruko metropoliaren eta Gipuzkoan biztanleria bolumenari eutsiko dioten hainbat udalerriren eraginez, entzule galera txikiagoa izateko aukera dute. Hala ere, 30 eta 44 urte bitarteko biztanleria gutxitzeko joerak euskal hedabideen

kontsumoaren profilean hurrengo hamarkadan aldaketa nagusietariko bat eragingo du, batez ere, internet, telebista eta paperezko euskarrietan egun dauden hedabideetan.

Arestian esan bezala adin horretako belaunaldia hamar urte barru arras desberdina izango da hitzun kopuruan zein hizkuntza eta herri ekimenarekiko ideologizazioari dagokionez. Halaber, adinean aurrera joan ahala hedabidearekiko sor daitezkeen atxikimendu aldaketak kontuan hartu behar dira. Beraz, oso arreta handiz zaindu beharko da adin handieneko kontsumitzaileen atxikimendua, belaunaldi gazteagoetako atxikimendua lantzeaz gain.

8. Taula: Biztanleriaren prospekzioa, tokiko euskal hedabideen bailaretan. Euskal Herria, 2025 urtea.

	Diferentzia (2015/25)					
	Orotara	0-14 urte	15-29 urte	30-44 urte	45-64 urte	65+ urte
Bilbo	-22.800	-9.700	-3.700	-21.100	4.000	7.800
Gasteizaldea	-6.900	-5.200	-1.000	-19.000	8.700	9.400
Uribe Kosta	-4.600	-5.700	300	-11.800	2.600	10.000
Iruñerria	-3.500	-11.500	1.700	-24.100	17.700	12.800
Durungaldea	-2.900	-3.100	800	-8.000	3.400	4.100
Debabarrena	-2.800	-1.600	400	-4.300	900	1.700
Debagoiena-Aramaio	-2.600	-1.700	300	-4.100	600	2.300
Txingudi	-1.600	-2.600	1300	-6.600	2900	3.400
Tolosaldea	-1.100	-1.400	600	-2.700	800	1.500
Aiaraldea	-1.000	-600	0	-2.500	700	1.300
Urola kosta	-1.000	-1.600	500	-3.100	1.400	1.900
Goierri	-900	-1.200	500	-2.900	1.400	1.300
Baztan-Bortziriak-Malerreka-Xareta	-800	-900	300	-1.700	500	900
Lasarte-Usurbil	-800	-900	400	-2.400	1.300	800
Txorierrri	-800	-800	500	-2.100	1.100	500
Beterri-Aiztondo	-700	-1.300	900	-3.100	1.600	1.300
Urumea	-700	-1.000	400	-2.300	1.100	1.100
Sakana	-400	-500	100	-1.100	500	500
Urola erdia	-300	-700	400	-2.200	1.200	900
Larraun	-100	-200	200	-300	200	0
Gainontzeko lurraldea	-52.200	-33.900	2.200	-80.300	25.800	34.000

Prospektiba ariketarekin amaitzeko, tokiko hedabideak hedatuta dauden eskualdeen balizko argazkiari erreparatzea komenigarria da. Erradiografia honen arabera, Bilboko bailaran gertatuko da hedabideen kontsumitzaile galera handiena. Beste maila batean, horixe bera gerta daiteke Gasteiz inguruan, Uribe Kostan edo Iruñerrian. Edonola ere, apaltzea bailara guztietan gertatuko da maila batean edo bestean.

Itxuraz, ez da bailararik egongo egungo gazteen kopuruari eutsiko ez dionik, ezta 45 urtetik gorako balizko kontsumitzaileak galduko dituenik ere. Ordea, kasu gehienetan 30 eta 44 urte bitarteko biztanleria gutxitzeko joerapean egongo da hurrengo hamarkadan. Azken hauek tokiko hedabideen kontsumoan duten garrantziarekin, aurreikustekoa da bailara gehienetan gehiago edo gutxiago egungo hedabideen kontsumitzaileen perfilean aldaketak eragitea edo aldaketa demografiko horren aurrean talde berriak euskarazko hedabideari lotzeko berariazko lana egin behar izatea.

5. Euskarazko komunikabideen hedadura

47

Josu Amezaga Albizu

NOR Ikerketa Taldea, UPV/EHU

Gorka Salces Alcalde

Errota Digitala elkarte

Arrazoi ezberdinak direla medio interes handiko bilakatu da euskarazko komunikabideen hedadurari buruzko debatea. Oro har, komunikazioan gertatzen ari diren aldaketek medioen kontsumo ohituretan eragiten dituzten aldaketak; krisi ekonomikoaren garaian kontsumo horretan sumatzen diren joerak; oraingo erronkatzat hartzen den euskararen erabilerara sustatzeko komunikabideek joka dezaketen rola; Hekimen elkartearen sorrera eta haren eskutik jaiotako Behategiaren egitekoa; euskarazko komunikabideen audientziak neurtzeko gaur egun dauden tresnek dituzten mugak; Eusko Jaurlaritzak diru laguntzak banatzeko irismenari emandako pisua. Hauek eta beste arrazoi batzuek ekarri dute hedadurari buruzko debatea mahai gainera.

Debate horretan argiren bat emateko asmoz eginda dago artikulu hau. Helburu zehatzak bi dira. Batetik, argazki finkoa osatzen duten zenbait datu eskainiko dira, gaur egun euskarazko komunikabideek lortzen duten hedadura zein den erakutsi asmoz. Bestetik, azken urteetan izan diren bilakaera eta aldaketa nagusi batzuk aztertuko dira.

Horretarako komunikabide tradizionalak (prentsa, irratia eta telebista) hartuko ditugu aintzat, prentsaren kasuan paperaz gain bere aldaera elektronikoari ere begiratuta. Kanpoan utziko ditugu beraz sarean sortutako komunikabide berriak, beren analisirako bestelako tresna eta kontzeptuak behar baitira.

1. Euskarazko komunikabideen kontsumoa neurtzeko inkesten auzia

Oraingo argazkia zein azken urteetako bilakaera aztertzeko egin beharreko lehen hautua iturriena da: zein datu erabili baterako zein besterako?

Euskarazko komunikabideen kontsumoa edo erabilera neurtzeko zenbait iturri daude gaur egun: une puntualetan egin ohi diren zenbait inkesta, euskarazko kontsumoari buruzko galderak dituztenak; komunikabide batzuek beren audientzia neurtzeko eginikoak -ikus Behategiaren webgunean daudenak (Behategia, 2015)-; komunikabideen kontsumo orokorra neurtzeko propio eta maiztasun erregularrez eginikoak (CIES, EGM); audimetria neurketak (Kantar Media); sareko erabilera neurtzera zuzendutakoak (Hekimen Analytics); eta espezifikoki euskarazko komunikabideetan zentratutakoak. Azken hauetan, Eusko Jaurlaritzaren Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzak (HPS) 2015ean enkargatu duena dago (Hizkuntza Politikarako Sailburuordetza, 2015).

Ikuspegi orokorra jaso nahi izatekotan, CIES eta HPSk eginikoak dira seguruenik interesgarrienak. Lehenak bilakaera diakronikoa erakusten du (urtero neurketa bi egiten ditu, eta urte osorako datu metatuak ematen), Hego Euskal Herriko lau herrialdeetan egiten da, eta lagina zabala hartzen du (8.600 inkesta); baina lurraldekako desagregazio mailak ez dio tokiko komunikabideak neurtzeko aukerarik ematen, haietako asko neurketatik kanpo geratzen delarik. Zentzu honetan, tokiko medioak ilunpean geratzen dira. HPSk egindako inkesta, hain zuzen, ilunpeko errealitate hori argitara ateratzeko asmoarekin egin zen, besteak beste. Kasu honetan ere lagina handia hartu zen (8.109 inkesta), tokiko komunikabideak dauden lekuetakoa puztuz

eta geroago populazio osoari egokitze hartzatuz. Baina oraingoz inkesta bakarra egin da, eta ez du eskaintzen bilakaera eta joeren azterketarako betarik.

Inkesta biek oso datu ezberdinak ematen dituzte euskarazko komunikabideen kontsumoaren inguruan. Ezberdintasun horiek ulertzen hasteko esan behar da baten eta bestearen datuak ez direla erabat alderagarriak. Izan ere, CIESek Hegoaldeko lau herrialdeak osorik hartzen dituen bitartean, HPSk inkestatik kanpo uzten ditu Nafarroako eremu ez-euskalduneko eskualdeak eta barne hartzen ditu Lapurdiko bost herri (Hendaia, Urruña, Senpere, Biriatu eta Sara). Bestalde CIESek 14 urtetik gorako populazio osoa hartzen du, eta HPSk 16 urtetik gorako "euskaldunak" hartu ditu, euskalduna nor den definitzeko honelako galdera erabiliz: "Gai zara irrati edo telebista saio bat ondo edo nahiko ondo ulertzeko edo euskarazko aldizkari bat irakurtzeko?". Galdera honi baietz erantzun arren, inkestatuen % 94 euskalduntzat eta % 6 euskaldun hartzailetzat hartzen ditu txostenak (kontuan hartu 2011ko Erroldaren arabera, Hegoaldeko lau herrialdeetan euskalduna/euskaldun hartzailea ratioa 54/46 zela).

Ñabardura hauek gogoan, 1. Taulan zerrendatzen dira bi inkesten artean agertzen diren alde nabarmenenak. Horretarako medio mota bakoitzean audientzia handiena dutenak aukeratu ditugu.

1. Taula: **audientzia handiena duten euskarazko komunikabideen hartzaileak, CIES eta HPSren inkesten arabera**

	HPS 2015	CIES 2015	CIES-HPS aldea
 IDATZIAK			
Berria	36.644	54.700	-33 %
Goiena	18.102	38.400	-53 %
Ttipi-ttapa	11.997	32.700	-63 %
Argia	9.850	44.800	-78 %
 IRRATIAK			
Euskadi Irratia	133.181	129.800	3 %
Gaztea	112.797	110.000	3 %
Arrate Irratia	10.943	4.600	138 %
Bizkaia Irratia	7.253	6.400	13 %
Euskalerrria Irratia	5.362	2.500	%114
Segura Irratia	2.932	1.000	%193
Xorroxin Irratia	2.760	2.000	%38
Info7	215	3.200	-%93
 TELEBISTAK ¹			
ETB 1	253.385	140.500	80 %
Hamaika TB	5.420	25.000	-78 %
Goiena TB	2.143	6.300	-66 %

1.- Kanpoan utzi da ETB3, CIESen neurketetan ez baita agertzen.

Ikus daitekeenez, inkesta bien arteko aldeak oso handiak dira. Hiru irratiren kasuan soilik dira nolabait antzekoak (Euskadi Irratia, Gaztea, eta Bizkaia Irratia). Gainerakoetan jauzi nabarmena dago batetik bestera. Bereziki deigarria ETB1en kasua da, bera izanik euskarazko kontsumitzaile gehien biltzen dituen: CIESek ematen dien ikusleen ia bikoitza ematen baitio HPSk (kontuan hartuta gainera telebistan bildu litezkeela euskaraz gaitasun gutxien duten hartzaile potentzialak eta hartzaile hauek HPSren inkestatik at daudela). Aldearen beste ezaugarri bat honakoa da: kasu batzuetan (idatzizko guztietan eta telebista batzuetan) CIESek baino nabarmen hartzaile gutxiago estimatzen ditu HPSk; beste batzuetan (beste irradi eta telebista batzuetan) nabarmen gehiago.

Aldearen arrazoiez galdetzen hasita, ez dirudi bi laginen artean dauden ezberdintasunagatik soilik esplika daitezkeenik, HPSk kanpoan utzi duen populazioa (Nafarroako eremu ez euskaldunekoak, 14-15 urtekoak edota euskaraz ulertu eta mintzatu bai baina aldizkari bat irakurtzeko gai ez direnak) horren determinantea izan dela pentsatzea zaila baita. Arrazoiak, beraz, beste nonbait bilatu beharko genituzke: galdetegiaren osaketa eta buruketa, laginketa eta haztatzea, hartzaile potentzialtzat batzuk edo besteak hartu izana, komunikabide bat kontsumitu izanaren definizioa, eta beste hainbat. Luze joko luke faktore horiek sakon aztertzeak, eta ez dugu nahikoa informaziorik lan horretan murgiltzeko.

Alabaina, kontraste honetatik lehen ondorio argi bat atera daitekeela uste dugu: gaur egun ditugun tresnekin oso zaila da euskarazko komunikabideen hedadurari buruzko argazki zehatza osatzea. Osatuko ditugunak (bai ikuspegi sinkronikoan, bai diakronikoan) hurbilketak baino ez dira, lehen ikuspegi bat izateko edo joera batzuk hautemateko baliagarri eta interesgarriak. Inola ere ez errealitate ukaezintzat har daitekeen argazkia ordea. Zentzu honetan, irismena komunikabideei laguntzak emateko irizpidetzat hartu eta irismen hori neurtzeko iturri bakar bat hartzea oso eztabaidagarria izan daiteke.

2. Lehenengo argazkia: euskarazko komunikabideen hartzaileriaren tamaina

Hurrengo lerroetan irudi finko bat emango da: zenbat jende kontsumitzen ditu euskara hutsezko komunikabideak? Oraingo komunikabide tradizionalen euskarrietan zentratuko gara (paperezko prentsa, irratia eta telebista), nahiz eta aurrerago azalduko denez euskarri eta medioen arteko konbergentziak kategoria hauek berrikustera behartzen gaituen.

Argazki honetarako erabiliko ditugun datuak CIES eta HPSrenak dira. Arestian azaldu bezala, denak ere tentuz irakurri beharrekoak. Irudi bat ematen dute, baina erresoluzioa ez da, gaur gaurkoz, handia.

Eguneroko paperezko prentsaren kasuan, CIES eta HPSren inkestek 2015 urterako ematen dituzten datuak 2. Taulan ageri dira. Hitzaren daturik ez dugu ematen, begirada batean ulertzeko konplexuak baitira (eskualdekoa versus herrialdekoa, egunerokoa versus asterokoa).

2. Taula: **Paperezko egunkarien irakurleak, CIES eta HPSren inkestean arabera, 2015**

berria

HPS (bezperan irakurri zutenak)	HPS (asteen 3-4 aldiz irakurtzen dutenak)	CIES (bezperan irakurri zutenak)
36.644	87.542	54.700

Tokiko prentsa idatziari dagokionez, HPSk soilik ematen dizkigu guztiei buruzko datuak. Bertan Hernaniko Kronika sartu dugu, egunerokoa izan arren CIESen datuetan ez baita agertzen.



3. Taula: Tokiko idatzizko agerkarien irakurleak, HPSren inkestaren arabera, 2015

Agerkaria	Irakurleak (azken alea)	Agerkaria	Irakurleak (azken alea)
Goiena	18.102	Danbolin	1.770
Ttiti-ttapa	11.997	Berton	1.726
Anboto	11.047	Hondarribia	1.633
Eta Kitto	7.379	Pulunpe	1.590
UK	5.199	Kalaputxi	1.397
Uztarria	5.017	Irunero	1.376
Barren	4.942	Mondraberrri	1.285
Aiurri	4.889	Artzape	1.282
Hernaniko Kronika	4.698	Pilpilean	1.226
Begitu	3.748	Drogetenituri	1.196
Guaixe	3.535	Getxoerri	1.172
Lurraldeko Hitza	3.448	Arranondo	1.146
Karkara	3.074	Bagabiz	1.146
Kontzejupetik	2.983	Mailope	1.034
Goiberri	2.945	Berriketan	1.024
Aikor	2.874	Prest	918
Noaia	2.588	Hilero	831
Alea	2.405	Aldaize	725
Aaiaraldea	2.358	Maxixatzen	607
Txintzarri	2.101	Azpeitian Zer	542
Baleike	2.022	Akatz	426
Ze Berri	1.775	Puntua	395



4. Taula: Euskarazko uhin bidezko irrati-entzuleak, HPSren inkestaren arabera, 2015

Irratia	Entzuleak (bezperan)	Irratia	Entzuleak (bezperan)
Euskadi Irratia	133.181	Hala Bedi	788
Gaztea	112.797	Gure Irratia	634
Arrate Irratia	10.943	Bilbo Hiria	308
Bizkaia Irratia	7.253	Eguzki	308
Euskalerria Irratia	5.362	Info7	215
Segura	2.932	Antxeta	209
Xorroxin	2.760	Karrape	197
Herri Irratia	1.269	Beleixe	168
Itsuki	946	Oiartzun Irratia	129



5. Taula: Euskarazko uhin bidezko telebista-entzuleak, HPSren inkestaren arabera, 2015

Telebista	Ikus-entzuleak (bezperan)	Telebista	Ikus-entzuleak (bezperan)
ETB1	253.385	GoierriTB	732
ETB3	25.554	XaloeTB	470
HamaikaTB	5.420	OizmendiTB	462
GoienaTB	2.143	ErlotTB	349
28 Kanala	1.193	UrolaTB	333

3. Kontsumitzen ote dituzte euskaldunek euskarazko komunikabideak?

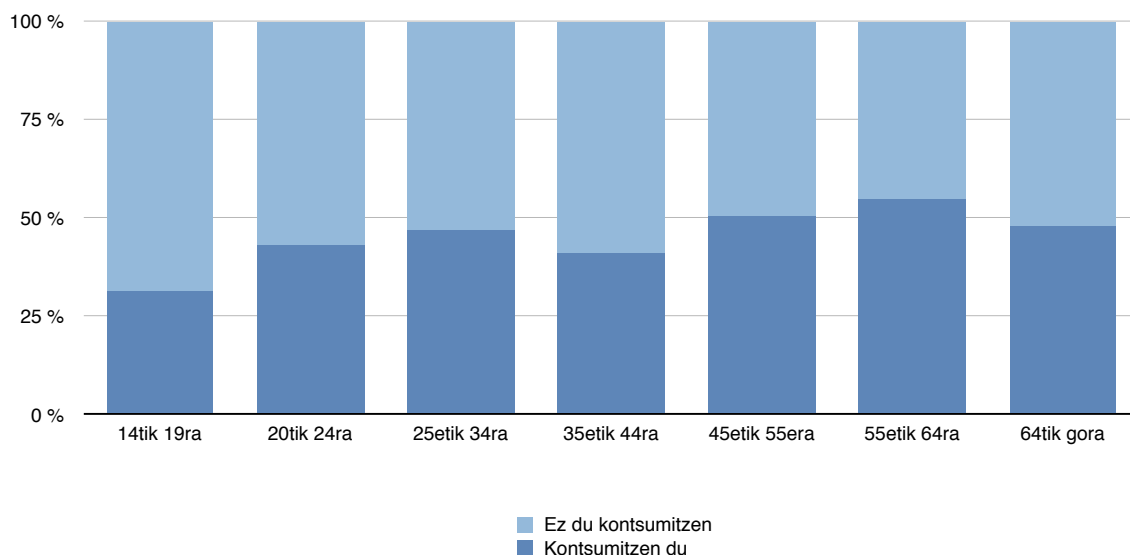
Galdera honi erantzuteko CIESen datuak hartuko ditugu aintzat. Batetik, komunikabide ezberdinen kontsumoen arteko gurutzaketak egiteko aukera ematen digutelako, eskuartean ditugun gainerako iturriek (HPSren inkesta edo Hekimen Analytics kasu) ez bezala. Bestetik, azken urteetako joerak (2008-2015) erakusten dizkigutelako. Alabaina, datu hauek erabiltzeak mugak ere ezartzen ditu: tokiko prentsa idatziz gehiena ez da neurketan sartzen. Hau muga garrantzitsua izanik ere, ez da erabateko oztopoa euskarazko komunikabideen eguneroko kontsumoaren ezaugarri nagusiak ulertzeko, batetik tokiko prentsa gehiena ez baita –salbuespenak salbuespen– egunerokoa; eta, bestetik, tokiko prentsaren irakurleek joera dutelako bestelako euskarazko komunikabideren bat ere kontsumitzeko, genero eta euskarri ezberdinak izan arren (Salces Alcalde, 2016).

Kontuan hartu behar da, bestalde, CIESek 14 urtetik gorako populazioa hartzen duela bere inkestan, eta Araba, Bizkaia, Gipuzkoa eta Nafarroa Garaira mugatzen dela.²

Datu hauek eskuan, hauxe da panorama globala: euskaraz hitz egiteko gai diren herritarren artean, erdia baino apur bat gutxiago da egunero euskarazko komunikabideren bat kontsumitzen duena: % 45 zehazki (CIES 2015). Gainerakoek komunikabideak kontsumitu bai kontsumitzen dituzte (ia guztiek egunero), baina ez euskaraz. Izan ere, Hegoaldeko 14 urtetik gorako populazio osoaren % 2 baino ez da egunero batere komunikabide tradizionalik (prentsaren edizio elektronikoak barne) kontsumitzen ez duena. Populazioaren % 82k telebista ikusi, % 59k irratia entzun, % 47k paperezko egunkariren bat irakurri, eta % 27k edizio elektronikoren bat irakurri ohi du.

2.- Zehazki, hauek dira eguneroko kontsumoa definitzeko kontuan hartu diren komunikabideak: prentsa idatziaren kasuan, Berria, Goiena, Hitza eta Argia. Telebista eta irratia kasuan, euskara hutsezko guztiak, nazionalak zein tokikoak (ETB3 ezik); edizio digitalen kasuan, berria.info/berria.eus, eta eskura egon direnean, goiena.net, argia.com eta hitza.eus.

1. Grafikoa: Euskaraz hitz egiteko gai izanik, euskarazko komunikabideren bat egunero kontsumitzen dutenak, adinaren arabera. CIES 2015

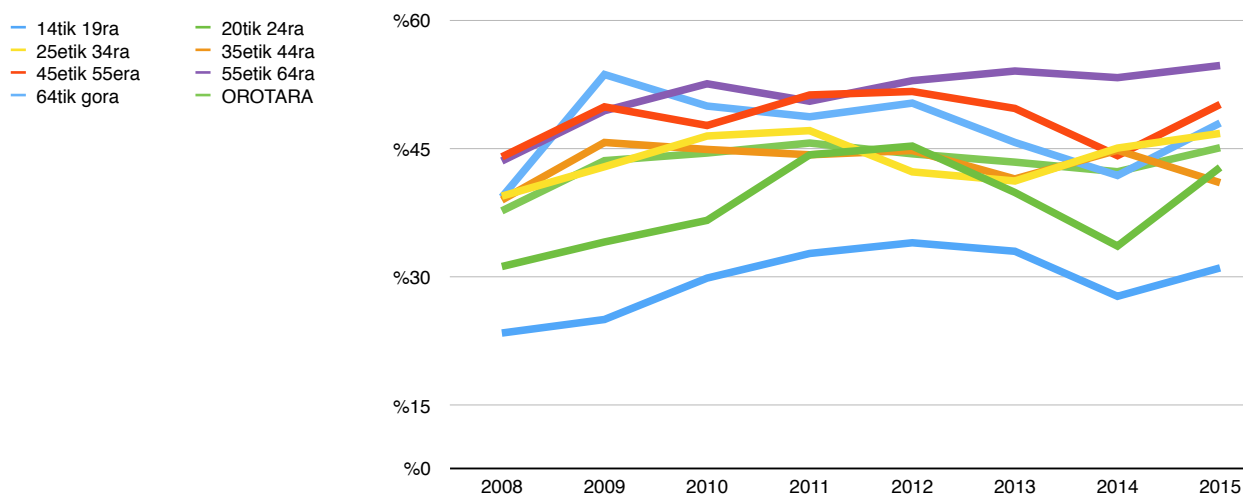


1. Grafikoak erakusten duenez adinen arabera, oro har, joera orokorragoekin bat datoz: gazteek nagusiek baino gutxiago kontsumitzen dituzte komunikabide tradizionalak, eta hemen, bereziki, hauei buruz ari gara (prentsa idatzia eta hari lotutako prentsa elektronikoa, irrati lineala eta telebista lineala).

Azken urteetako joerei erreparatuz gero, zera esan daiteke: gutxi bada ere, euskarazko eguneroko kontsumoak gora egin du euskaldunen artean: 7 puntu, 2008tik hona. Gogora dezagun euskaraz hitz egiteko gai direnen arteko ehunekoez ari garela, ez zenbaki absolutuez. Izan ere, zenbaki absolutuetan igoera dezente nabarmenagoa izan da. Kontuan hartzen badugu, batetik, euskaldunen artean kontsumoak gora egin duela; bestetik gero eta euskaldun gehiago daudela; eta hirugarrenik euskaraz hitz egin ez baina ulertzeko gai direnen zein ez direnen artean kontsumitzaileak ere badirela (geroago azalduko dugunez), zera esan daiteke: 358.000 pertsonen kontsumitzen zuten egunero euskarazko komunikabide tradizionalen bat 2008an, eta 474.000 izan dira 2015ean, beti ere Hegoaldeko lau lurraldeetako 14 urtetik gorakoen artean: % 32 gehiago.

Berriz ere euskaraz hitz egiteko gai direnengana itzulita, esan dezagun igoera hau adin tarte guztietan gertatu dela, 2. Grafikoak erakusten

2. Grafikoa: Euskaraz hitz egiteko gai izanik, euskarazko komunikabideren bat egunero kontsumitzen dutenak, adinaren arabera. CIES 2008-2015

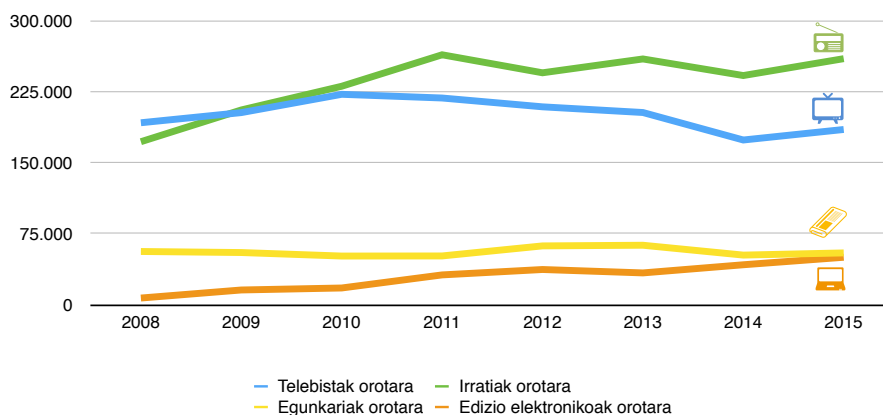


Ikusten denez, adin tarte guztietan joera orokorra goranzkoa den arren, gorabehera esanguratsuak daude urtetik urtera. 2009an, esaterako, igoera handia izan zen, eta 2011an gailur bat agertzen da.³ Gero, zertxobait jaitsi, eta 2015ean berriz igo da nabarmen.

Oro har sumatzen den euskarazko kontsumoari modu ezberdinetan lagundu diote medio mota ezberdinek, 3. Grafikoan ikus daitekeen moduan. Argitu behar da grafiko honetan ez ditugula tokiko agerkariak ez eta aldizkari espezializatuak sartu, CIESen neurketetan ez baitira modu erregularrean agertzen. Hortaz, eguneroko kontsumoaren bilakaerara hurbiltzea ahalbidetzen digute datuok, baina ez bilakaera erreal osoa irudikatzea (tokiko prentsaren ekarpena handia baita euskarazko kontsumoan, HPSren zenbakiek erakusten duten moduan).

3.- Gailur hau ulertzeko datu bat, baina ez bakarria, zera da: 2011tik aurrera Argia aldizkaria sartzen da CIESen zerrendan, irakurle kopuru oso altuekin (50.000tik gora).

3. Grafikoa: Eguneroko hartzaileak komunikabide motaren arabera. CIES.



Grafikoak errealitate bi erakusten dizkigu: batetik, irrataria eta telebista dira euskarazko kontsumoari ekarpen handiena egiten dioten medio motak (beti ere gogoratuz eguneroko medioez ari garela). Bestetik, irratiak ekarpen hori azken zortzi urtean nabarmen handitu duten bitartean, telebistaren ekarpena zertxobait apaldu da. Era berean, eguneroko paperezko prentsaren ekarpena bere horretan mantendu da, eta edizio elektronikoena asko handitu.

Gorabehera hauei oso adi egon beharko da etorkizun hurbilean, kontsumo ohiturak arin aldatzen ari baitaitezke. Eta oso ondo ulertu beharko dira zergatiak, egoerari aurre egin ahal izateko eta euskarazko komunikazioa zabaldu ahal izateko. Arrazoieta sartuta, azterketa sakonagoak beharko dira, baina zerbait esplikatu lezaketen datu batzuk baditugu jadanik esku artean: egunero euskaraz zerbait kontsumitzen duten euskaldunetatik askok komunikabide bakarra kontsumitzen du, eta komunikabide gutxi batzuetan kontzentratzen da. Horrela, euskaldun kontsumitzaileen % 37k Euskadi Irratia soilik, ETB1 soilik, edota Gaztea soilik kontsumitzen du. Bestela begiratuta, Euskadi Irratiaren entzule euskaldunen herenak, ETB1eko ikusle euskaldunen erdiak, eta Gaztearen entzule euskaldunen bi herenek ez dute, egunero, bestelako euskarazko komunikabiderik kontsumitzen. Kontuan hartuta medio hauek euskarazko kontsumoan duten pisua (audientzia handienak lortzen baitituzte), haien urteroko hartzaile kopuruan dauden gorabeherak eragin nabarmena dute datu globalean. Datu hauek euskaldun askok euskarazko komunikazioarekin duen loturaren hauskortasuna erakusten dute, kasu gehiegitan jendearen kontsumoa komunikabide bakar baten gorabeheren mende baitago.

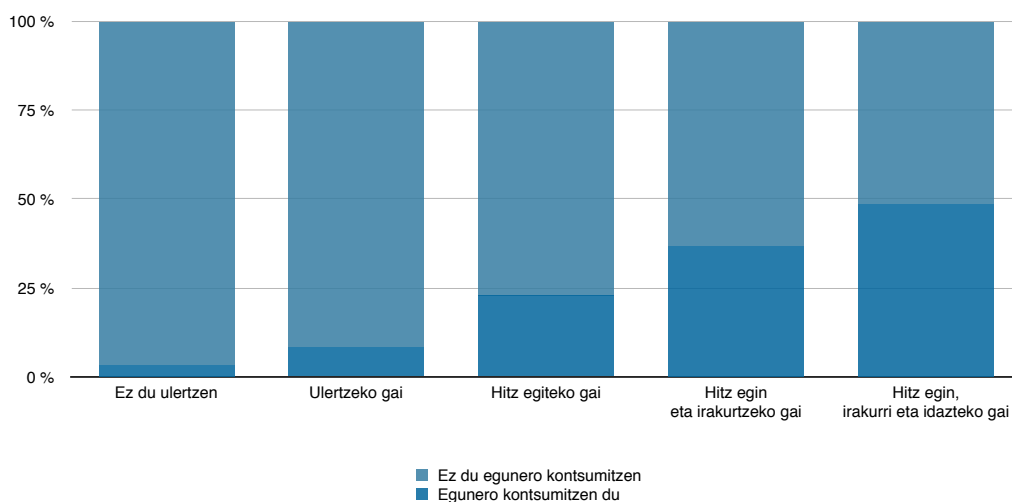
Euskaraz mintzatzeko gai izan arren euskarazko komunikabideak ez kontsumitzearen fenomenoak, bestalde, nabarmenagoa da Araban

(% 70), Bizkaia kontsumo urriaren bigarren lekuan dagoelarik (% 63); jarraian datoz Nafarroa (% 59) eta azkenik Gipuzkoa (% 43). Alabaina, datu hauek egokiro interpretatzeko gogoan izan behar dugu oro har euskarazko tokiko komunikabideak (kasu honetan tokiko irratia eta Goiena agerkaria, berauek sartzten baitira CIESen neurketan) zonalde euskaldunetako fenomenoak direla (Salces Alcalde eta Amezaga, 2016). Hortaz, eskaintza handiagoa da bereziki Gipuzkoan eta Bizkaian, eta urriagoa Nafarroan eta Araban.

4. Eta euskaldunak ez direnek, kontsumitzen dituzte?

Azken hamarkadetako aldaketa soziolinguistikoek ugaritu egin dituzte euskaldunen profilak, orain arteko kategoria nagusi batzuk ñabarduraz josi arte: euskalduna/erdalduna dikotomiatik kategoria landuagoetara igaro dira inkesta eta datu bilketetara dedikatzen direnak (EUSTAT, Nafarroako Estatistika Institutua, CIES, Soziolinguistika Inkesta e.a.). Baina orain erabiltzen diren kategoriak ez dira beti izaten haien artean alderagarriak. Eta batzuetan ez dira behar bezain argiak. Berriro ere, hemen CIESen datuak hartuko ditugu aintzat, Hegoaldeko euskaldunen kopuru zehatzen inguruan egon litezkeen interpretazioak interpretazio. Datu hauek, izan ere, gurutzaketa interesgarriak egiteko parada ematen baitigute.

4. Grafikoa: **Euskarazko komunikabideren bat egunero kontsumitzen dutenak, euskarazko gaitasunen arabera. CIES, 2015**



4. Grafikoak erakusten duenez, euskaraz ez dakitenen % 3ak soilik kontsumitzen du komunikabideren bat euskaraz. Ulertzen dutela dioten artean, portzentajea ez da askoz handiagoa: % 9. Ulertzeaz gain hitz egiteko gai direnen % 23k hedabideren bat kontsumitzen du euskaraz, eta portzentajea % 37ra igotzen da hitz egiteaz gain irakurtzeko gai direnen artean. Azkenik, euskara maila altuena dutenen artean (ulertu, hitz egin, irakurri eta idazteko gai direnak) ia erdia dira euskarazko komunikabideren bat kontsumitzen dutenak: % 48.

Eguneroko kontsumoa alboratuta hilabeteko kontsumora pasatuz gero, datuak zertxobait hobeak dira, baina ez dute argazki orokorra gehiegi aldatzen ⁴: kasu honetan euskararik ulertzen ez dutenen artean % 3tik % 5era pasatzen gara, egunero kontsumitu ordez langa hilabetean gutxienez behin kontsumitzera igotzen badugu; euskaraz ulertu egiten dutenen artean, % 9tik % 15era; irakurri ez baina hitz egiteko gai direnen artean, % 23tik % 28ra; irakurtzeko gai direnen artean, % 37tik % 46ra; eta erabat alfabetatuen artean, % 48tik % 56ra. Labur esanda: 14 urtetik gorako euskaldunen (euskaraz mintzatzeko gai direnen) % 45ek kontsumitzen du egunero euskarazko komunikabideren bat; eta % 53k hilean behin gutxienez. Esan daiteke beraz euskarazko komunikabideen kontsumitzaileak, gehienbat, eguneroko kontsumitzaileak direla.⁵

Zalantzarik ez da erronka handia duela euskarazko komunikazioak, batetik, euskaldunak (alfabetizazio maila ezberdina dutenak) erakartzeko; eta, bestetik, maila apalagoa edo batere ez dutenen artean nolabaiteko presentzia irabazteko –medio bakoitzaren ezaugarrien arabera–. Izan ere, aurrez aurreko komunikazioetan ez bezala (non hizkuntza batetik besterako jauzia ohiko praktika izaten den, elebidunak eta elebakarrak nahasita dauden neurrian), badirudi mediatutako komunikazioan euskara erabat ikusezina dela populazioaren zati handi batentzat: euskaraz gaitasunik ez edo gaitasun txikia dutenentzat zein euskaldun askorentzat ere. Honek bi eremu publiko ezberdin erakusten dizkigu: gazteleraz garatzen dena, batetik, non populazio osoak parte hartzen duen, elebidunak barne; eta euskaraz garatzen dena, bestetik, non euskaldunen erdiak soilik parte hartzen duen.

4.- Hilabeteko kontsumoa kalkulatzeari, CIESen datuek ez dute paradarik ematen ETB1 hilabete osoan gutxienez behin kontsumitu dutenen kalkulua egiteko. Horren ordez, ETB1 bezperan ikusi izana da kanal honi dagokionez kontuan hartu dugun aldagaia.

5.- Gogora dezagun egunerokoa ez den tokiko prentsaren daturik ez dela hemen kontuan hartu. Alabaina jadanik azaldu dugu prentsa honen irakurle gehienek bestelako euskarazko komunikabideak ere kontsumitzen dituztela (bestelako prentsa, irratia edo telebista).

Euskaraz maila apala dutenak euskarazko eremu horretara erakartzeko aukera eta ardura handiena dutenak, zalantzarik gabe, ikus-entzunezko medioak dira. Bere formatuagatik (hitza eta irudia batera), irismen ahalmenagatik (populazio ia osoaren etxeetaraino sartzen da, egunero eta doan), zein ahalmen teknikoagatik (azpidatziak, errotulazioak, bigarren audio kanalak eta abarrak baliatzeko aukera) telebista –lineala zein ez lineala- da egiteko hori bere egin dezakeen medio egokiena, eta ia bakarra.

Helburu hori buruan edukita, bestalde, kontuan hartu beharreko faktore bat da adina: euskararik ulertzen ez duen edo ulertu soilik egiten duen populazioa zaharragoa da, eta euskara ulertzen duena gazteagoa. Zehazki, euskara ulertzen ez duen miloi bat hegoaldetarren heren bi (% 69) 45 urtetik gorakoak dira, bai eta ulertu bai baina mintzatzen ez den milioi erdiaren erdia (% 54); bestalde, irakurri-idatzi ez baina hitz egiteko gaitasuna dutenak (orotara 80.000) hiru multzo antzekotan banatzen dira: 44 urtetik beherakoa herena, 45-64 urte bitartekoa beste herena, eta 65 urtetik gorakoa hirugarren herena; azkenik, erabat alfabetatutako zazpiehun mila euskaldunen heren bi (% 66) 45 urteak bete gabeak dira oraindik.

5. Sarea versus papera ala sarea gehi papera?

Azken urteetan komunikazio ohituretan gertatzen ari diren aldaketen artean, euskarri berrien eskutik datozenak dira bereziki nabarmentzekoak. Medio, espazio eta kanal berriak sortzen dira, medio mota ezberdinen artean konbergentzia prozesuak abiatzen dira, eta medioak euskarri batetik bestera desplazatzen dira. Azken hauen artean, irrati eta telebista linealari irrati eta telebista ez lineala gehitzen zaie; eta prentsa idatziari euskarri elektronikoa gehitzen zaio. Aldaketak, bestalde, krisi ekonomiko larriaren erdian gertatu dira, ordaineko medio gehienek kalterako.

Ekonomiaren eraginari dagokionez, gogora dezagun kultura eta informazioaren kontsumoan gertatutako aldaketa handia. Batetik, herritarrek kultura eta komunikazioan gastatzen duten dirua murriztu egin da 2008tik hona: % 20 Bizkaia, Araba eta Gipuzkoan eta % 18 Nafarroa Garaian. Bestetik, gastuaren desplazamendua gertatu da: zenbaki absolututan gutxiago gastatu arren, lehen baino gehiago gastatzen dugu kontsumorako azpiegitura batzuetan (gailu euskarriak,

interneteko konexioak e.a.) eta eduki batzuetan (telebistako harpidetzak e.a.), eta gutxiago beste eduki batzuetan. Liburu eta aldizkako argitalpenetan, adibidez (eta hemen sartzen da ordaineko prentsa), duela zortzi urte baino % 33 gutxiago gastatzen dugu Bizkaia, Araba eta Gipuzkoan, eta % 32 gutxiago Nafarroa Garaian.⁶

Ohitura, teknologia zein ekonomian gertatu diren aldaketek euskarazko komunikabideetan nola eragiten duten zehazki ulertzeko nahikoa daturik ez dugu, eta dauzkagunak partzialak dira. Aldaketen joera historikoa ulertzeko ditugun datu bakarrak Berria egunkariarenak dira: badakigu azken zortzi urtean zenbat irakurle izan dituen paperezko edizioak egunero, zenbat edizio elektronikoak, eta zenbat irakurlek kontsumitu dituzten biak batera. Nekezagoa da ordea jakitea nola aldatu diren gauzak tokiko prentsaren kasuan edota aldizkarietan: ez dugu epe luzeko datu diakronikorik gurutzetak egin ahal izateko. Are nekezagoa da irratia eta telebistetan gertatu diren mugimenduak aztertzea: jakin badakigu medio bakoitzak zein gorabehera izan duen, baina ez da hain erreza emanaldi linealetik ez linealera izan diren desplazamenduak aztertzea. Halaber, prentsaren kasuan medio beraren paperezko edizioaren irakurleak eta edizio elektronikoaren irakurleak batzea posiblea bada ⁷, irratia eta telebistaren kasuan problematikoagoa da emanaldi linealaren eta ez linealaren ikus-entzuleak batzea. Honengatik guztiatik eguneroko prentsa idatzira mugatuko dugu gure azterketa, eta euskarazko medioei dagokienez, Berria egunkarira.

Ezer baino lehen, gogoan hartu behar da paperezko edizioen bilakaeran izan diren aldaketak ez direla faktore bakarren ondorio. Izan ere, azken urteetan edizio elektronikoak ugaritu eta aberastu egin dira, euskarriak (tableta lehenik eta telefono adimentsua geroago) ere bai. Jadanik aipatu dugun pertsonen gastuaren murrizketari, informazio eta kulturaren kontsumo doako eta errazaren ohituraren zabalpena gehitu behar zaio. Bestetik, medioen bilakaerari berari dagozkion aldaketak ere badira (inbertsioak, aldaketak, promozio kanpainak e.a.), eta seguruenik horiek ere eraginik izango zuten haien irakurleriaren bilakaeran. Hortaz, ez guke onduzkatu behar prentsa idatziaren hedapenean gertatu diren aldaketak soilik edizio elektronikoaren zabalkundearen ondorioak direnik.

6.- Kultura gastuko datuak Espainiako Estatistika Inститutuak aterata daude (Instituto Nacional de Estadística, 2015), eta 2008tik 2014ra arteko datuak jasotzen dira.

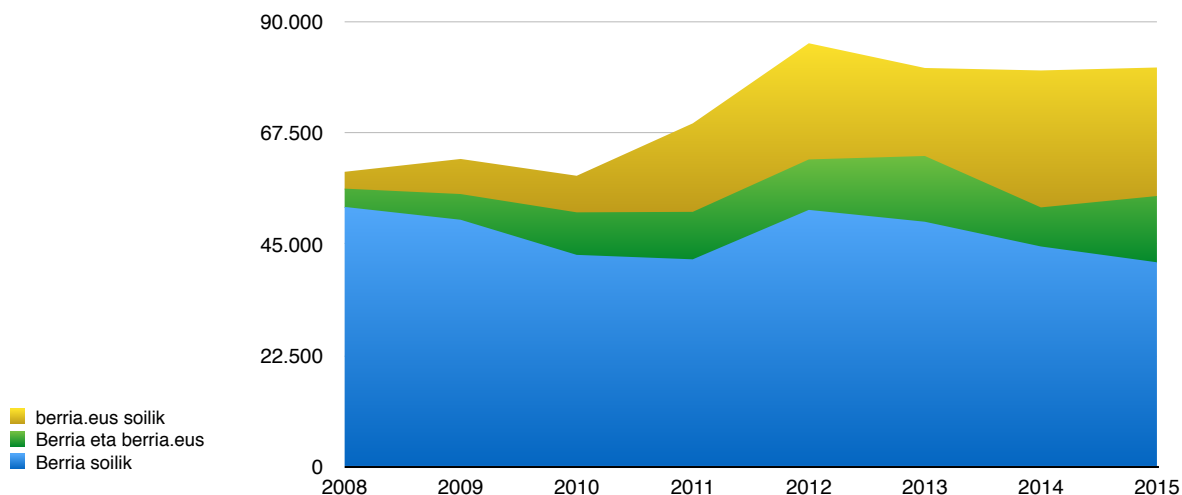
7.- Paperezko edizioa eta edizio elektronikoa irakurtzen dutenak batzea, nondik begiratzen den, eztabaidagarria izan liteke. Pentsatzekoa da kontsumo mota ezberdinak direla paperarena eta elektronikoa. Irakurketari emandako denbora, albisteak aukeratzeko modua, eta abar. Datu hauei bestelako aldagai bat gehitu behar zaie egunkarien bideragarritasunaren ikuspegitik: irakurtzeko moduek publizitatearen txertaketan eragin zuzena izateaz gain, euskarri batean edo bestean kontsumitzeak erabateko ondorioak ditu salmentengatiko zein publizitatearengatiko diru sarreretan. Hortik etor litezke, zalantzarik gabe, paperezko edizioaren eta edizio elektronikoaren irakurleak batzeari jarri ahal zaizkion eragozpen handienak. Alabaina, gure lan honetan ikuspegia ez dugu prentsaren bideragarritasun ekonomikoan jarrita, euskarazko komunikabideen hedadura baizik. Alde horretatik begiratuta, uste dugu zilegi dela batzuk eta besteak batzea. Hemen interesatzen zaiguna zera baita: euskarazko komunikabideek gizartearen lortzen duten presentzia analizatzea.

Oro har, Hego Euskal Herrian argitaratzen diren edo bertan edizio berezitua duten egunkarietan joera bikoitza nabari da azken zortzi urtean. Batetik, paperezko edizioa irakurtzen dutenen kopurua murriztu egin da, batzuetan pentsatzen dena baino gutxiago murriztu bada ere⁸. Aldi berean, irakurle kopuru osoa handitu egin da, paperezko edizioa irakurtzen dutenak eta edizio elektronikoa irakurtzen dutenak batzen baditugu.

Esan dugun moduan, azken urteetan paperezko edizioaren irakurleen jaitsiera suertatu da, eta irakurleria osoaren igoera handia, joera orokor gisa. Aztertu ditugun egunkarien artean⁹, paperezko edizioaren irakurleak % 4 murriztu dira 2008tik 2015era bitartean¹⁰. Haien artean, muturretan, bada paperezko irakurleen % 20 galdu duenik; baita % 15 irabazi duenik ere. Bestalde, egunkari bakoitzaren irakurleria osoari erreparatzen badiogu (alegia, papera gehi elektronikoa), oro har % 29 hazi da irakurle kopurua. Hemen ere batzuek asko irabazi dute (% 82), besteren batek galdu ere egin duen bitartean (-% 4).

Euskarazko eguneroko prentsaren kasuan, esan bezala Berriaren datuak baino ez ditugu azterketa diakroniko bat egiteko. 5. Grafikoan ikusten da nola joan diren bilakatzen paperezko egunkariaren eta edizio digitalaren irakurle kopuruak azken zortzi urtean.

5. Grafikoa: **Berria eta berria.eus irakurleak. CIES**



8.- Agian paperezko prentsaren irakurleen jaitsieraz dagoen pertzepzio sozialean Estatu Espainoleko datuek eragina izan dezakete. Estatu osorako iturri bateragarri bat hartuta, EGM alegia (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación, 2015), esan daiteke Hego Euskal Herriko paperezko edizioen irakurleen galera Estatuan baino nabarmen txikiagoa dela.

9.- Berria, El Correo, Deia, Diario Vasco, Gara, Diario de Navarra, Diario de Noticias de Navarra, Diario de Noticias de Gipuzkoa, Diario de Noticias de Alava, El País eta El Mundo.

10.- Gogora dezagun irakurleez ari garela, ez egunkari salmentez.

Ikus daitekeenez, irakurleak irabazi egin ditu Berriak azken zortzi urtean: 21.000 inguru (% 35). Irakurle berri hauek edizio elektronikoan irabazi ditu. Bestalde, paperezko edizioaren kontsumitzaileak zertxobait jaitsi dira: 1.500 inguru (% 3). Alabaina kontuan hartu behar da gaur egun paperezko edizioaren kontsumitzaile batzuek edizio elektronikoa ere kontsumitzen dutela (irakurle guztien % 17). Horrela, jaitsiera nabarmena paperezko edizioa soilik kontsumitzen dutenen artean gertatu da (% 21).

Ez dakigu euskarazko paperezko gainerako argitalpenetan joera berdinak ote dauden, baina Hego Euskal Herrian edo bertako edizioa duten egunkari guztiei begiratuta (gaztelerazkoak barne), joera antzekoa da, salbuespen nabarmenarekin: Madrilen argitaratzen direnek (El País eta El Mundo), paperezko irakurleak galdu gabe (areago, irabaziz), irakurle asko irabazi dituzte orotara (% 80tik gora). Bi egunkari hauetako Hego Euskal Herriko irakurleen artean gehiago dira edizio elektronikoa soilik irakurtzen dutenak paperezkoa irakurtzen dutenak baino; gainerako egunkarietan, irakurle elektroniko hutsen kopurua % 20-30 artean dago.

Gauzak honela, badirudi, oro har, paperezko edizioen irakurleak ez direla edizio elektronikoetara joan papera alboratuz; kasu askotan bertsio bat bestearekin osatzen dute. Eta beste kasu askotan, edizio elektronikoak irakurle berriak erakarri ditu. Berria egunkaria bete-betean sartzen da joera horietan.

6. Ondorioak

Orain arte aztertutako datuak oinarri hartuta, zenbait ondorio atera ditzakegu:

1. Euskarazko komunikabideen hedadura ezagutzeko eskura ditugun datuek informazio interesgarri eta baliagarri asko ematen dute, baina urrun gaude argazki zehatz eta erabatekoa osatzetik. Neurketa bakoitzak bere ezaugarriak ditu, bere helburuak ere bai, eta baten hutsuneak ez ditu besteak estaltzen, erabilitako metodologiek haien arteko alderaketa eta elkarren osagarritasuna eragotzi egiten dituztelako. Horregatik, oso tentuz irakurri beharreko datuak dira denak. Joerak antzemateko balio dezakete, bai eta egoera orokorraren ulermenera hurbiltzeko; ez, ordea, datu horien gainean hautu erabakigarriak egiteko.

2. Oro har, euskarazko komunikabide tradizionalak euskaldunen erdiarengana iristen dira. Eta unibertso honetatik kanpo geratzen dira euskaldunen beste erdia zein euskarazko gaitasun gutxi edo batere ez dutenak. Zentzu horretan, errealitate mugatu eta populazioaren gehiengoarentzat ikusezina osatzen dute. Bestalde, irismen hori txikiagoa da gazteen artean, baina kontuan har dezagun ezaugarri hau ez dela euskarazko komunikabideena soilik: oro har komunikabide tradizionalak gutxiago erabiltzen dituzte gazteek, euskaraz zein beste hizkuntzetan.

Bestalde, euskarazko komunikabideen kontsumoa, sarriegitan, medio bakar baten kontsumoa da, lotura hauskorra beraz: izan ere, medio bakar baten hartzaile kopuruaren gorabeherak eragin handia dute datu globalean.

3. Azken urteetan igo egin da euskarazko komunikabide tradizionalen kontsumoa, adin tarte guztietan igo ere. Zentzu honetan esan daiteke oraindik irabazi beharreko eremu ugari dagoen arren, komunikabide horiek lan handia egiten ari direla euskaldunak euskarazko eremu publikoan integratzeko. Euskararen erabilera aurrez aurreko harremanetara mugatzen ez badugu, esan daiteke bitartekotutako harremanetan euskararen erabilerak nabarmen gora egin duela azken urteetan: duela zortzi urte Hego Euskal Herriko 14 urtetik gorako populazioaren % 15ek kontsumitzen zuen egunero euskarazko komunikabideren bat, iaz % 19k. Datu hauek Hizkuntzen Kale Erabileraren azken neurketek erakusten duten trabaketa gainditzen dute (Soziolinguistika Klusterra, 2011). Halaber, bitartekotutako erabileraren igoera Soziolinguistika Inkestak ematen duen erabilera orokorraren igoera baino erritmo hobean doala dirudi, inkesta honek azken hogeita bost urtean % 8ko igoera adierazten baitu EAEn (Eusko Jaurlaritza, Nafarroako Gobernua eta Euskararen Erakunde Publikoa, 2016).
4. Komunikazio bide berrien agerpenak aukera eta hartzaile berriak eman dizkio euskarazko prentsari. Edizio elektronikoa paperezkoaren etsai baino gehiago, osagarri eta gehigarri da, oraingoz bederen. Gainerako komunikabideei dagokienez, gaztelerazko prentsaren azterketak iradokitzen du idatzizko medioek antzeko joera izan dezaketela. Baina sareko komunikabideek azterketa berezia beharko lukete. Era berean, bestelako ikerketak beharko lirateke ikus-entzunezko medioetako emanaldi linealetan (irratia, telebista) emanaldi ez linealen hedapenak zein ondorio duten aztertzeko.

7. Bibliografia

Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación. (2015) Estudio General de Medios (EGM). Madrid: AIMC.

Behategia. (2015) Euskal Hedabideen Behatokia. <http://behategia.eus/>

CIES. (2015) Estudio de la Audiencia de Medios de Comunicación en la C. A. de Euskadi y Navarra. CIES: Iruñea. <http://www.ciessl.com/index.htm>.

Eusko Jaurlaritza, Nafarroako Gobernua eta Euskararen Erakunde Publikoa. (2016) VI. Inkesta Soziolinguistikoa: Euskal Autonomi Erkidegoa. Donostia.

Hizkuntza Politikarako Sailburuordetza. (2015). Euskarazko hedabideak. Iturria: www.hezkuntza.ejgv.euskadi.eus/r43-573/es/contenidos/ayuda_subvencion/2016_hedabideak_e/es_def/Euskarazko%20hedabideen%20kontsumoa%202015.pdf

Instituto Nacional de Estadística, M. de E., Cultura y Deporte. (2015). Anuario de Estadísticas Culturales. Iturria: <http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/cultura/mc/naec/portada.html>

Salces Alcalde, G. (2016) Euskaldunak komunikabideen aurrean: iritzien, jarreraren eta ohituren azterketa kualitatibo eta kuantitatiboa. Doktorego tesia. UPV/EHU: Leioa.

Salces Alcalde, G. eta Amezaga, J. (2016) Mediacentric spaces and physical spaces in minority language use: A case study on the Basque language press. Catalan Journal of Communication & Cultural Studies. Volume 8 Number 2. 227-243.

Soziolinguistika Klusterra. (2011) Hizkuntzen Kale Erabileraren VI. Neurketa. Andoain.

6. Euskarazko tokiko komunikabideen egoerari begirada bat

Ane Urkola Agirrezabala
Mondragon Unibertsitatea
Eneko Bidegain Aire
HEZIKOM, Mondragon Unibertsitatea

Artikulu honen helburua da euskarazko tokiko komunikabideen egoeraren aurkezpen berri bat egitea, azken hiruzpalau urteetan komunikabide batzuk sortu edota bateratu direlako, bereziki. Arreta jarri da sortutako komunikabide berrietan eta, bereziki, Tolosaldeko Ataria komunikabidearen egoera deskribatu da. Horrez gain, ekoizpen datuak eta Interneteko audientziak begiratu dira.

Euskarazko komunikabideen sektoreak maiz azpimarratzen du komunikabide asko direla, indargune gisa. Hain zuzen ere, Euskal Herrian 90 bat tokiko komunikabide daude, euskara hutsez ari direnak. Prentsa, irratia eta telebistak kontuan hartuta. Batzuk, eskualdeko albisteak argitaratzen dituzte, badaude herri mailako agerkariak ere, eta baita doan zabaltzen diren udal aldizkariak ere.

Bi multzo nagusitan banatzen dira tokiko euskarazko komunikabideak. Batetik daude Berria taldearen ingurukoak, Hitza izendapenez ezagutzen direnak, hala nola Goierriko Hitza, Urola-Kostako Hitza, Bidasoaldeko Hitza, Busturialdeko Hitza, Lea-Artibaiko eta Mutrikuko Hitza eta Irutxuloko Hitza. Bestetik daude Tokikom plataformaren barruan daudenak (batzuk plataformako bazkide dira, eta beste batzuek lankide hitzarmenak dituzte soilik). Azkenik, beste zenbait independenteak dira, batzuk Topagunea sareko kide dira eta beste batzuk ez daude inon federatuta.

2013an tokiko komunikabide horien erradiografia bat egin zuen MUko Hezikom ikerketa taldeak, baina datuak eguneratzeko beharra nabaritu da, geroztik zenbait aldaketa gertatu direlako tokiko komunikabideen esparruan, indarrak batzeari begira. Aldaketa horien deskribapen bat egitea da artikulu honen helburua.

Lan hau osatzeko, galdeketa bat bidali zaie tokiko hedabide guztiei, eta galdeketa horietan ateratako informazioa baliatu da ondorioak ateratzeko. Euskarri ezberdinetako hedabideei bidali zaie galdeketa, nahiz eta denek ez duten erantzun. Agerkari digitalen kasuan, honako hauek erantzun dute: Aikor, Anboto, Erran, Goierriko hitza, Guaixe, Hiruka, Lea-Artibaiko Hitza, Maxixatzen, Mailope, Noaia, Pil pilean eta Uztarria. Telebistei dagokienez, Goierri Telebista eta 28 Kanalak erantzun dute. Horrez gain, Kalaputxi herri aldizkariak ere bidali ditu erantzunak.

2013tik hona zertxobait aldatu da tokiko komunikabideen mapa, komunikabide berriak agertu direlako eta beste batzuek bat egin dutelako.

Hauek dira, gaur egun, Tokikom-eko bazkide diren hedabideak: 28 kanala, Aiaraldea.com, Aikor, Aiurri, Alea, Anboto, Antxeta Irratia, Baleike, Barren, Berton, Erlo Telebista, Euskalerrria Irratia, Goiena, Goierri Telebista, Guaixe (eta Beleixe Irratia), Hernaniko Kronika (eta Urumeako Kronika), Hiruka, Karkara, Guaixe, Mailope, Maxixatzen, Noaia, Pil-pilean, Prest, Ttipi-Ttapa, Txintxarri, Uriola, Uztarria eta Xorroxin Irratia.

Topagunea-n daudenak baina ez Tokikom-en, ondoko hauek dira: ...eta Kitto, Aldaize, Artzape, Begitu, Berriketan, Danbolin, Drogetenitturri, Esan-erran Irratia, Pulunpe Irratia, Kalaputxi. Federatuta ez dauden

aldizkari, irrati edo telebistak dira: Kanaldude, Zorrotz Morrotz, Arrakala Irratia, Radixu Irratia, Itsuki Irratia, Koska Irratia, Aralar Irratia, Karrape Irratia, Arraio Irratia, Zintzilik Irratia, Ttanttakun Irratia eta Ezkerraldeko KZ.

2013an egindako ikerketak erakustera eman zuen bezala, euskararen hedapenaren maparen arabera da tokiko komunikabideena ere. Euskarazko tokiko hedabideak Gipuzkoako herri guztietara ailegatzen dira. Kasu gehienetan, eskualde mailako hedabideak dira, baina herri mailako informazioa lantzen duten hedabideak ere sortu dira: Karkara (Orio eta Aia), Baleike (Zumaia), Noaua (Usurbil), Maxixatzen (Azkoitia) edota Uztarria (Azpeitia). Bizkaiaren zati handiengan ere badaude euskarazko tokiko hedabideak, Enkarterrietan eta Meatzaldean eta Plentzia-Mungian izan ezik (tokikoei buruzko azken ikerketa egin zenean, Ezkerraldean ere ez zegoen euskarazko komunikabiderik, eta orain Geuria daukate). Nafarroa Garaian ipar-mendebaldean Guaixe, Mailope, Xorroxin Irratia, Xaloe Telebista edota Ttipi-Ttapa daukate. Baina horiei gehitu behar zaie Irati Irratia, azken urteetan berraktibatuta. Ipar Euskal Herrian ere eskualde mailako irratia – Irulegiko irratia, Xiberoko Botza, Gure Irratia – daude. Arabako hedabiderik garrantzitsuenak, berriz, Aiaraldea eta Alea hedabideak dira.

1. Komunikabide berriak

Krisi garaiak ez dira une hoberenak komunikabide berriak sortzeko, baina berritik berri sortutakoak aipatu behar dira:

Geuria
HEGO URIBEKO HERRI KOMUNIKABIDEA - GEURIA.EUS

- **Geuria:** Hego Uribe eskualdeko hilabetekari bat da, egunero berritzen den webgunea ere baduen komunikabidea. Tokikom-eko bazkidea da.

puntua

- **Puntua:** Goiena taldeak astero argitaratzen duen aldizkari berria da. Goiena ez bezala, ezin da doan jaso, harpidetza behar da. Aldizkari honek ordezkatzen du Goiena-ren lehengo ordainpeko zenbakia. Hain zuzen, Goienak beti argitaratu ditu bi zenbaki astean: bata etxe guztietan zabaltzen zuena eta bestea harpidedunei bakarrik helarazten ziena. Bigarren horren ordez sortu dute Puntua aldizkaria.

Bestalde, azpimarratu behar da Iruñeko Euskalerrria Irratiak lizentzia lortu zuela 2015ean, urte luzez ezin lortuz ibili ondoan. Irati Irratia erdi hilda egon ondoan, berraktibatu dute 2013an. Halaber, Xaloe telebistak Nafarroa osoan emititzeko lizentzia lortu zuen.

2. Komunikabideak elkartzetik sortutako proiektuak

Euskarazko komunikabideen fragmentazioaren isla da herri askok bere aldizkari propioa daukela, baina azken urteetan eskualde mailako komunikabideak sortzeko joera ari da zabaltzen, nahiz eta eskualde guztietan ez den bururaino eraman bateratze egitasmoa. 2013tik hona aldizkari bateratu berriak sortu dira:



- **Alea:** Hirinet.net webgunearen tokia hartu du, Goiena eta Berria komunikabideen elkarlanetik sortutako aldizkariak. Arabako albisteak ematen ditu.



- **Uriola:** Bilboko eta inguruko berriak ematen dituen webgunea da, Bilbo Handiko komunikabideen arteko elkarlanetik sortutakoa. Prest, Berton, Elgera eta Zorrotz Morrotz aldizkarien eta Bilbo Hiria Irratiaren artean osatutako webgunea da. Komunikabide bakoitzak bere bidea jarraitzen du, baina beren edukiak Uriola.eus webgunean biltzen dituzte.



- **Hiruka:** Uribe Kostako albisteak ematen dituen astekari berria da. Lehengo UK eta Ukberri aldizkaria ordezkatu ditu.



- **Urumeako Kronika:** Hernaniko Kronika egunkariari gehitu diote Astigarragako eta Hernaniko berriak jasotzen dituen astekaria, Urumeako Kronika izena duena.



- **Zarauzko Hitza:** Webgune horrek biltzen ditu Urola Kostako Hitza aldizkariaren Zarauzko saileko berriak, Erlo telebistaren edukiak eta Arraio Irratiarenak.



- **Erran.eus:** Xorroxin Irratiak eta Ttipi-Ttapa aldizkariak elkarren artean osatu duten webgunea da, Nafarroa Garaia iparraldea eta Lapurdiko Xareta eskualdeko berriak ematen dituena.



- **Tolosaldeko Ataria:** Tolosaldeako Hitza, Txolarre irratiak eta Galtzaundi aldizkaria elkartu ziren 2013an, produktu batu bat sortzeko. Tolosaldea eskualdeko eta eskualdeko herrietako berriak ematen ditu.

3. Kasu azterketa: Tolosaldeko Ataria



Kasu azterketa bat egin da Tolosako Atariarekin, hain zuzen, bateratze proiektu berrienetarikoa delako eta hiru urteko esperientzia duelako dagoeneko. Komunikabide horretako arduradunekin hitz egin da informazio xehea jasotzeko. Tolosaldeko Ataria Tolosaldeko tokiko euskarazko hedabidea da. Tolosaldeko albisteak lantzen dituen hedabidea da, eta Tolosan dauka egoitza nagusia. Egunkariak gain, astekaria, irratia eta webgunea ere barnebiltzen du. Zortzi orriko astekaria argitaratzen dute asteartetik ostegunera, eta 32 orriko astekaria, ostiraletan.

Prentsaz gain, irratia eta webgunea ere baditu hedabideak; hainbat programa ekoizten dituzte egunero –Pasahitza, Entzuteko jaioak eta Hamaiketakoa, besteak beste–, eta webguneak ere etengabeko jariora dauka. Egunkariko eta astekariko edukiak igotzeaz gain, e-mailera ailegatzen diren abisuak, deialdiak, etab. webgunera igotzen dituzte etengabe, eta prentsa idatzian ikus ezin daitezkeen multimedia artxiboak ere lantzen dituzte: argazki galeriak eta bideoak, esaterako. Horretaz gain, eskelak, zorion agurrak, zozketak, eta agenda ere ikus daitezke webgunean.

Atariaren helburu nagusia, beraz, Tolosaldea osatzen duten 28 herrietako herritarren komunikazio beharrak asetzea da. Lankidetzak akordioak dituzte Tokikom, 28 Kanala eta Hamaika Telebistarekin, eta Hekimen hedabideen elkarguneko kidea da. Tolosako Udalak, beste udalekin batera, lau proiektu komunikatiboen bateratzea bultzatu zuen. Horrela, 2011n existitzen ziren lau hedabide bi bihurtu ziren 2015ean: alde batetik, Tolosaldeko Ataria izenez ezagutzen den Tolosako Komunikazio Taldea plataforma –paperean, irratian eta interneten lan egiten duena–, eta, bestetik, Tolosako Komunikabideak, telebistaren alorrean lan egiten duen 28 Kanala izenez ezagutzen dena.

Galtzaundik, Txolarrek eta Tolosaldeako Hitzak askotan egiten zuten lan batera, baina hedabide bakoitzak bere ibilbide propioa zuen. 2013. urtean, Txolarrek, Galtzaundik eta Tolosaldeako Hitzak bilera asko eta negoziazio ugari egin zituzten, eta elkarrekin lan egitea erabaki zuten. Tolosaldeko Atariako koordinatzaileak azaltzen duenez, udalen papera funtsezkoa izan zen bateratze horretan. Udalek aspalditik eskatzen zuten Hitzak, Galtzaundik eta Txolarrek bat egitea; izan ere, ez zuten egingarri ikusten hedabide bakoitzari, bere aldetik, laguntzak ematea. Garai hartan, gainera, sekulako gabezi ekonomikoak zituzten hiru

hedabideek, eta udalen erantzunak “izugarri” lagundu zieten: hiru urteko lan-hitzarmenak egin zituzten, eta horrek, egonkortasun handia eman zieten hedabideen lehen urteetan.

Bateratzearen ondorioz, hedabide bakoitzaren diru-sarrerak – harpidedunei, publizitateari eta Eusko Jaurlaritzari eta Tolosaldeko udaletxeen diru-laguntzei dagokizkienak– handitu egin ziren, eta hedabide bakoitzaren kostuak, berriz, murriztu.

3.1. Tolosaldeko Ataria-ren zabalkundea eta ale-kopurua

Tolosaldeko euskarazko hedabideak 3.000 ale inguru argitaratzen ditu egunero. Ale horietako gehienak bere harpidedunentzat –2.600 ale– eta Berria egunkariak Tolosaldean dituen harpidedunentzat dira; gainerakoak, eskualdeko instituzio publikoetan banatzen dituzte.

Harpideduna izanez gero, deskontuak eta beherapenak izaten dituzte eskeletan (%50), iragarki laburretan (%25) zein zorion agurretan, eta Atariak eta Galtzaundi Euskara Elkartek antolatutako ekimenetan. Kultur ekitaldietarako zein kirol partidetakoko zozketetan parte hartzeko aukera ere ematen du harpidedun izateak.

Harpidedun gehienen profila antzekoa da: herritar euskaldunak dira, euskararekin eta euskal nortasunaren normalizazioarekin kontzientziatutako jendea. Eskualdeko informazioa euskaraz irakurri nahi duten herritarrak dira, eta gehienak helduak dira, 30-50 urte artekoak. Tolosaldeko Atariaren kontsumitzeko faktorerik garrantzitsuenak gertuko eta tokiko informazioa irakurtzea eta euskarari bultzada ematea dira.

Tolosaldeko Atariaren erreferentzialtasuna poliki-poliki gora egiten ari dela erakusten dute CIES-en azken hiru neurketek, “atzo zer irakurri zenuen” galderari erantzunez:

- CIES-en “atzo” Tolosaldeko Ataria irakurri zutenak: 7.000 (2015eko lehen olatua, martxoa).
- CIES-en “atzo” Tolosaldeko Ataria irakurri zutenak: 9.000 (2015eko bigarren olatua, urria).
- CIES-en “atzo” Tolosaldeko Ataria irakurri zutenak: 14.000 (2016ko lehen hiruhilabetea).

Tolosaldeko Ataria sortu zenetik, multimedia izaera hartu du hedabideak, eta hori da hedabidearen ezaugarririk azpimarragarriena. Idatzizko albisteez gain, argazki galeriak, bideoak igotzen dira

webgunera. Hain zuzen, etengabeko hobekuntzak egin dituzte –eta egiten ari dira oraindik– webgunearen multimedia tresnak garatu eta herritarrei zerbitzu osoagoa eskaintzeko: argazki galeriak webgunera bertara igotzeko aukera, esaterako. Horretaz gain, pdf dokumentuak igotzeko aukera, zozketak eta inkestak egitekoa, atal bereziak sortzeko –kanalak– tresnak ere garatu dituzte.

Webgunearen formatua argiagoa eta txukunagoa da orain, eta komunitate atala ere garatzen ari dira etengabe. Tolosaldeko Atariaren helburu nagusietako bat herritarrekiko gertutasuna izanik, ahalegin berezia egiten dute eskualdeko herritar, elkarte eta udaletxeek nahi duten informazioa webgunera igo dezaten.

3.2. Webguneko bisitak

Azken urtean, Tolosaldeko Atariaren webguneak garapen itzela izan du, eta webguneko bisitak nabarmen igotzen ari dira; ekainean, esaterako, 95.903 bisita izan zituen; iazko ekainarekin alderatuta baino 20.000 bisita gehiago. Martxoaz geroztik, bisitek goranzko joera izan dute: 67.925 bisita izan zituen martxoan, eta ekainean 95.903 bisita izatera ailegatu zen Atariaren webgunea.

2014ko datuekin konparatuz gero, 2015ean hazkunde nabarmena izan zuen ataria.info webguneak. Bisita kopurua bikoitza baino altuagoa izan zen; hain zuzen, %132,20ko igoera izan zuen bisitetan 2014tik 2015era, eta 2016an ildo beretik jarraitzen du. Bisiten euskarriari dagokionez, mugikorraren erabilera da azpimarragarria. 2015. urtean, urte osoan bisiten erdia (%49,70) mugikorretik jaso du, 2014ean baino %15 gehiago. Ordenagailutik sartu ziren erabiltzaileen %43,96, 2014an baino %16 gutxiago.

4. Tokiko komunikabideen maiztasuna

Tokiko hedabideen maiztasuna aldakorra da toki batetik bestera. Agerkari gehienak hilabetero argitaratzen dira: Plaentxia, Aikor, Geuria, Uztarria, Kalaputxi, Mailope eta Maxixatzen, esate baterako. Hedabide horiek guztiek, ordea, eguneroko lana egiten dute beren webguneetan, eta albisteak eguneratzen dituzte etengabe.

Hamabostero argitaratzen da Ttiti-Ttapa, eta astekariak dira Barren, Anboto eta Hiruka. Goiena, berriz, ostiraletan kaleratzen da, Puntua aldizkariarekin batera; Puntua harpidedunek soilik jasotzen dute. Asteartetik ostiralera argitaratzen dira Oarsoaldeko Hitza, Lea-Artibai eta Mutrikuko hitza (asteartetik ostegunera 8 orrialde, eta ostiraletan 16), Irutxuloko Hitza, Urola-Kostako hitza, Goierriko Hitza (asteartetik ostegunera 8 orrialde, eta ostiraletan Goiberri astekaria 16-24 orri artekoa), eta Busturialdeko Hitza.

4.1. Formatua

Aldizkari eta egunkarien formatuari erreparatuta, 2013ko ikerketaren antzeko datuak ikus daitezke. Aurtengo galdeketa erantzun duten hedabide gehienak A4 formatuan argitaratzen dira: Plaentzia, Aikor, Uztarria – A4 formatua baino pixka bat txikiagoa da –, Noaia, Barren, Mailope eta Maxixatzen, kasu. Anboto, berriz, A3 formatuan argitaratzen da, eta Geuria, Lea-Artibai eta Mutrikuko Hitza, Oarsoaldeko Hitza, Urola Kostako hitza, Goierriko Hitza eta Irutxuloko Hitza, besteak beste, tabloide formatuan argitaratzen dira. Tolosaldeko Ataria ere tabloide formatuan argitaratzen da asteartetik ostiralera, eta ostiraletan 32 orriko astekaria kaleratzen dute, A4 formatuan.

Goienak beste aro bat hasi berri du. Egunkari paperean inprimatzen hasi dira 2016ko urrian, baina aldizkari itxura handiagoa dauka; 48 orrialde ditu. Horrez gain, Goiena Klubeko bazkideek astero etxean jasotzen dute Puntua aldizkaria.

Datu horiek kontuan hartuta, argitalpen bakoitzak hilabete bakoitzean zenbat orrialde argitaratzen duten zehaztu da ikerketa honetan; horretarako, A4 formatua hartu da erreferentziatzat, eta finkatu da bi orrialde argitaratzen dituztela A3 orrialdean argitaratzen duten egunkariak eta aldizkariak. Hori horrela, hilabeteko orri gehien argitaratzen duen aldizkaria Goiena da, 2013. urtean bezala. 384 orri argitaratzen dituzte egunkarian, eta 188 orri Puntua aldizkarian. Guztira, beraz, 575 orri argitaratzen dituzte hilabetero.

Goienaren atzetik daude Tolosaldeko Ataria, Lea-Artibaiko eta Mutrikuko Hitza eta Goierriko Hitza. Goierriko Hitzak 326 orri argitaratzen ditu hilabetean eta Tolosaldeko Atariak eta Lea-Artibaiko Hitzak 320 orri.

Anboto eta Hiruka astekariak 224 orri argitaratzen dituzte hilabetero. Barren astekariak eta Ttiti-Ttapa hamabostekariaren kasuan, 104 orri argitaratzen dituzte hilabetean. Hilabetekarien kasuan, 16-40 orri artean argitaratzen dituzte hilero.

4.2. Egunkariak balira...

Tokiko komunikabideen urte osoko ekoizpena batuz gero, batez beste egunero 70 orrialdeko egunkari bat ateratzeko adina eduki egongo litzateke. Begi bistakoa da horrelako egunkari batek ez lukeela funtzionatuko Euskal Herri osoan, toki bakoitzeko jendeak bere herri edo eskualdeko informazioa nahi lukeelako. Eta toki bakoitzean argitaratzen den informazioaren arabera, denetan ezin da egunkari bat argitaratu. Gehien ekoizten duen komunikabidea Goiena da. Goiena eta Puntua astekariak ekoizten duten informazioa eguneroko batera ekarri gero, tabloid formatuko 10 orrialdeko egunkaria atera ahalko litzateke. Goierriko Hitzak eta Tolosaldeko Atariak, gutxi gora behera 5 orrialde ateratzen dituzte eguneko. Anbotok 2 orrialde agertzen ditu. Hernaniko Kronika egunkari bat da, 2 orrikoa astean zehar eta 8 orrikoa asteburuetan. Gainerako komunikabideen ekoizpena txikiagoa da.

5. Tokiko hedabideetan lanean ari direnak

Ez da lortu eguneratzea tokiko hedabideetan lanean ari diren langileen kopurua, hedabide askok ez baitute galdeketa erantzun. Duela hiru urte egindako ikerketako datuen arabera, gutxienez 266 lagun ari ziren lanean tokiko hedabideetan. Ez da argitu krisiak zenbateraino eragin duen lantaldean, baina komunikabide berriak sortu direnez, lanpostu berriak ere sortu direla ondorioztatu da ikerketa honetan.

Langile kopuru handiena duen hedabidea Goiena da, eta 48 langile ditu. Ondoren, Goierriko Hitzak dago, 14 langile ditu. Lea Artibaiko eta Mutrikuko hitza eta Tolosaldeko Ataria leudeke ondoren; hedabide bakoitzak 13 langile ditu. Anboto aldizkaria dago hurrena zerrendan, 11 langilerekin.

Gainontzeko hedabide guztiek 10 langile baino gutxiago dituzte: Ttiti & Ttapa eta Barren aldizkariak eta Hiruka kooperatibak bederatzina langile dituzte, Xiberoko Botzak eta Geuria agerkariak seina. Gainontzeko hedabide guztiek bost langile edo gutxiago dituzte: Hala Bedi (5), Uztarria, Noaia eta Aikor (4), Plaentxiak hiru, Maxixatzenek bi eta Mailope aldizkariak bat.

Azpimarratu behar da Geuria agerkariko sei langileak berriak direla, lehen ez baitzen komunikabiderik eskualde hartan. Tolosaldeko Ataria hedabideak, aldiz, bateratu zituen Galtzaundi, Tolosaldeko Hitza eta Txolarre Irratiko langileak.

Langile guztien erantzunak jaso ez badira ere, lagin nahiko zabala da, azpimarratzeko langileen erdia erredaktoreak direla. Gainerakoek, komertzial eta publizitate lanak, zuzendari lanak, zierreko lanak, etab. egiten dituzte.

Lanaldiari dagokionez, langileen %74 ari da denbora osoz, hala nola 2013an baino %14 gehiago. Generoari dagokionez, langileen %58 emakumezkoa da. 2013. urtean, %68koa zen kopuru hori. Azkenik, aztertutako euskarazko hedabideetako langile gehienek bi urte baino gehiago daramate lanean. Hiruka kooperatibako langileen kopurua azpimarratu behar da: 2015eko urtarrilean sortu zen kooperatiba, eta ondorioz, kooperatibako bederatzi langileek bi urte baino gutxiago daramatzate lanean.

6. Tokiko hedabideen laguntzaile sarea

Aztertutako hedabide guztiek laguntzaile sare handia dute; laguntzaile sare horretako langile gehienak zutabegileak eta kolaboratzaileak dira.

593 laguntzaile zenbatu dira galdeketa egin ondoren, baina kopuru hori baino handiagoa bide da datu erreala. Haatik, laguntzaile horien inguruan ez dago informazio zehatzik. Ezin izan da zehatz-mehatz jakin laguntzaile horiek zer lan egiten duten; horietako batzuk zutabegileak eta kolaboratzaileak dira.

Horretaz gain, hedabide gehienek komunitate atal oso handia daukate; hedabide gehienek beren eskualde edo herriko hainbat eragilerekin harremanak dituzte, eta beren inguruko informazioa zabaltzen laguntzen diete hedabideei; webguneko komunitate atalera igotzen dituzte beren edukiak.

Azpimarragarria da, gainera, laguntzaile sare horrek borondate lana egiten duela gehienetan, militantziaz, bere inguruan euskara bultzatzeko.

6.1. Jendearen erantzuna eta komunitatea

Laguntzaile sarea eta komunitatea dira euskarazko komunikabideen (eta bereziki tokiko komunikabideen) berezitasun handietako bat, eta indargunea ere bai, hein handi batean. Komunitate horrek nola funtzionatzen duen galdetu zitzaien Guaixe, Goiena, Tolosaldeko Ataria eta Uriola-ko arduradunei.

Sakanako jendeak baikorki hartu du Guaixe-ren plataforma digital berria, bertako arduradunaren arabera: “Orokorrean jendea pozik dagoela sumatu dugu, baina ez da egon feedback bat orokorra. Ikusi duguna da jendeari interesatzen zaiona edo asko baloratu duena dela guk ere eskaintzea paperean iristen eskaintzen ez duguna, argazkiekin eta beste. Eskualde batean oso ongi funtzionatzen du argazki asko jartzeak, kuadrillenak. Jendeak askoz gehiago bisitatzen gaitu horregatik. Geroz eta informazio gehiago izan eta jario handiagoa izan, jendeak gehiago bisitatzen gaitu”.

Jendeak Uriola proiektuari eman dion erantzunaz pozik daude Uriolakoak: “Hiru hilabete hauetan izan duen harrera ikusita eta jendearen kritikak entzunda, gure lan karga eta lan zama horrek apur bat badauka bere ordaina. Jendeak oso beharrezkoa ikusten du, oso ondo hartu du, gure akats guztiekin. Egia da, hemen ordu asko sartzen ari garela, hemen denok gainkarga bat dugula, baina bere ordaina badu bueltan”.

Uriola-k Bilboko komunitateari ekarpena egiten diola diote: “Orain esan dezagun, Bilboko euskaldunak apur bat baduela komunikabide gehiagoren berri jasotzeko aukera. Lehen bat edo birekin elikatzen bazen, orain gehiago dauka eskura. Baina nik uste dut, bateratze honek orokorrean denoi egin digula mesede”. Komunikabide bakoitzarentzat ere mesedegarri dela uste dute, “doako publizitatea” delako. Uriola-ri esker, komunikabide bakoitza jende gehiagorengana heltzen da.

Tolosaldean ere baikorki hartu dute aldaketa: “Jendearen aldetik ikusi dugu, esfortzua eta aldaketa ikusi dutela eta onerako sentitzen dutela. Badutela beraiek ere gogo gehiago beraien lana egiteko eta gurekin kontatzeko. Batzuetan ere balio izan digu, euskaingintza eta kulturgintza mundu bi horiek lotzeko eta harreman gehiago egoteko”. Herri txikiekin harreman gehiago lantzeko beharra sumatu dute.

Plataforma digital horien berezitasunetarikoa bat da komunitateak parte hartzeko aukera daukala, horretarako prestatu duten sail baten bitartez. Guaixe-ren aldetik, alde batetik, astekariko kolaboratzaileak komunitatean sartu dituzte. “Horrek elikatzen du pixka bat komunitatea”, dio bertako arduradunak. Gainerako jendearen parte

hartzea lortzeko, herri batetik bestera egoera desberdina dela aitortu du. "Hasieran egin genituen aurkezpen batzuk herrietan, herriko kultur eta bestelako taldeekin, zuzenean hitz egiteko eta animatzeko komunitateko kide egitera. Behin kide direla, batzuk ari dira igotzen gauzak, baina ez dauka oraindik nahi genukeen indarra", azpimarratu du. Horren arrazoia izan daiteke jendeak ez daukala "ohitura" eta "igual beste sare sozialetara errazago igotzen" dituztela edukiak.

Guaixeko arduradunaren ustez kontuan hartu behar da komunitatea elikatzeak ez duela lan karga bat eskatu behar jendearentzat, baizik eta beren blog edo webgunerako loturak igotzeko aukera izan daitekeela. "Baina askok ez daukate beren atari propio bat", ohartarazi du.

Goiena komunikabide handiagoa da, langile talde handiagoa dauka, eta lagun bat aritu zen lanean 2013ko irailetik, komunitate proiektua sortzeko, eta herriz herri aurkezteko. Orain, "kazetari dinamizatzaileak" dauzkate, komunitatea dinamizatzeko, jendearekin egoteko: "Zuk Arrasate edo Bergara kontrolatzen baduzu landu zure komunitate hori, zure iturriak", dio webgunearen arduradunak. "Alde batetik batzar batzuk egingo ditugu, taldetxo bat osatuko dugu komunitate hori zelan zaindu, sendotu, mantendu... Arau batzuk idatziz jarriko ditugu". Goienaren helburua da bere webguneko Komunitatea ataleko albisteak webguneko albiste bihurtzea eta paperaren zati bat ere elikatzea komunitateko kideen lanekin. Internet-ek erraztu du parte-hartzea, baina herritarren parte-hartzea lehenagotik ere bazegoen.

Komunitatea aktibatzea eta mantentzea ez da lan erraza, Goienako arduradunaren ustez. Tresna teknologikoa eskura jartzea da besteei emango liekeen aholkua. Horrez gain, Twitterreko jariora ere ziurtatu behar dela uste du. "Teknologia berriek ahalbidetzen dute, baina bereziki, kazetaria adi egon behar da. Berri emaile hori identifikatzen jakin behar da, zein den zure inguruan edo zein den zure informazio esparrua. Azkenean, iturriak identifikatzen jakitea da eta iturri horiekin interakzioa lantzea".

Jendeak beste bide batzuk – Facebook eta Twitter bereziki – erabiltzeko ohitura hartua du gauzak zabaltzeko, Uriolakoen ustez: "Orduan, erronka oso gogorra da jendeak hau sare sozial baten moduan hartzea. Guk esaten diogu jendeari, kalean zaude, kalera atera eta zerbait ikusten duzu, nonbaiten jaiak direla. Argazki bat atera eta etxera iristen zarenean komunitatera zoaz eta hori albiste egiten duzu. Elkargune bat izan daiteke ere. Horretara ez dago jendea ohituta, baina saiatuko gara lortzen".

Tolosaldeko Ataria-ko komunitatea oraindik dinamizatzen ari dira. Hastapenean 60 bat zeuden izena emanda, eta Ataria-ko langileek berek sustatzeko lana egin dute. Parte hartzea irregularra da: "Agian Villabonako pilotazale batek bi asteko ekitaldi batzuetan berak idatzi zuen dena eta parte hartu zuen. Baina handik bi hilabetera ez du ezer idatzi. Orduan dinamika hori falta da oraindik". Herri handietan mugimendu gehiago dagoela dio arduradunak; orain pentsatzen ari dira nola dinamizatu herri txikiagoak.

6.2. Komunitatearen ekarpena

Goiena plataforma digitalean, 90 sarrera inguru izaten dira egunean. Horietan sartzen dira agendako hitzorduak ere. 90 sarrera horietatik 15 dira komunitateko kideek igotzen dituztenak, gainerakoak Goienako kazetariak. 90 sarrera horietatik 8 sarrerek badaukate ikus-entzunezko produkzio bat, eta ia denak Goiena-ko kazetariak ekoiztutakoak dira. Goiena-ko webgunean (komunitateko atalaz aparte) argitaratzen diren albisteen %85 kazetariak berek ekoizten dituzte. Gainerakoak, komunitatean argitaratutako edukietatik datoz, edizio lan bat egin ondoren. Komunitatean 140 talde, elkarte, erakunde edo norbanako daude izena emanda. Horiei gehitu behar zaizkie bloga duten 60 pertsonak.

Tolosaldeko Ataria webgunean 7-8 albiste argitaratzen dituzte egunean, denak Ataria komunikabideak berak ekoiztuta. Albiste horiek beti daukate testua, eta gehienetan argazkia ere. Hiruzpalau albistek audioa ere badaukate, eta asteburuko albisteak argazki galeria bat. Astean behin, bideo editatu bat sartzen dute. Komunitatetik egunean albiste bat sortzen da, batz bestea.

Guaixe plataformak 9-10 albiste bitartean argitaratzen ditu egunean, batez beste. Eta beste albiste bat argitaratzen da komunitatean. 2013ko urritik argitaratutako edukien %4,6 dira bideoa daukatenak, eta %5,5 argazki galeria daukatenak. Audioa daukatenak %1,7 dira. Komunitateak sortutako albisteak dira albiste guztien %8,2.

Uriola taldean dauden komunikabideek egunean batez beste 12 albiste argitaratzen dituzte webgunean, eta beste 8 albiste sortzen dira komunitatetik. Komunitatetik sortutako albisteen bi heren erakunde batek sortutakoa izaten da. Egunean agertzen diren 20 albisteetatik 16k badaukate argazkiren bat edo argazki galeria bat. Bakarrak dauka audioa eta bik daukate bideoa.

7. Audientziak

Euskarazko hedabideen merkatuaren tamaina oso handia da, eta nagusiki, "hizkuntza komunitatearen nukleoan hedatzen dira". Nolanahi ere, euskarazko produktuek erdarazko merkatuan lehiatu behar dute, hau da, "merkatu handiagoa duten eta ekonomikoki sendagoak diren komunikabideak dituzte lehiakide". Euskarazko komunikabideen audientziak ondoko hauek dira, Hekimen-ek CIESen 2007ko datuetatik ateratakoen arabera:

- **Egunkariak:** 123.000 irakurle
- **Aldizkariak:** 284.000 irakurle
- **Irratiak:** 173.000 entzule
- **Telebistak:** 169.000 ikusle
- **Guztira: 450.000 hartzaile**

Datu horietan ez dira ageri Interneteko audientziak, 2007tik hona asko garatu den euskarria delako. Datu eguneratuak emango dira jarraian. Bezero potentziala 780.000 lagunekoa da. Bistan denez, hain segur ez dira 450.000 lagun desberdin, irratia entzuten, telebista ikusten, herriko aldizkaria irakurtzen edota egunkari bat hartzen dutenen artean, errepikatzen diren pertsona asko egon daiteke. Halaber, datu horiek zaharkituak daude, gaur egun Internet gero eta kanal garrantzitsuagoa delako. Dena den, 2016an oraindik, paperak funtsezkoa izaten jarraitzen du. Tokiko aldizkari gehienak etxe guztietara bidaltzen dira edo harpidetza bidez jasotzen dira, paperak jarraitzen du izaten euskarri nagusia.

Hala ere, gero eta gehiago hartu behar da kontuan Interneten eragina, tokiko komunikabideetan ere. Tokiko komunikabide gehienei galdetegiak pasa zaizkie; denek ez badute erantzun ere, jasotako erantzunek balio dute argazki nahiko adierazgarri bat ateratzeko.

7.1. Internet-eko audientzia

Webguneetako bisita kopuruei dagokienez, agerkari gehienen bisita kopurua gorantz doa; Tolosaldeko Atariak, esaterako, 4 urteko ibilbidea soilik badu ere, 95.903 bisitako (hilabetea) langa pasa zuen 2016ko ekainean. Baleikek ere errekor historikoa izan du abuztuan, 80.000 bisita baino gehiagorekin.

2016ko iraileko datuak kontuan hartuta (Hekimen-en datuak), Goiena da sesio gehien dituen webgunea (154.418), tokiko euskarazko hedabideak aztertuz gero. Goienaren ondoren Uztarria dago (98.625)

eta Uztarriaren atzetik daude Tolosaldeko Ataria (76.967), Baleike (65.489), Urola-Kostako Hitza (47.052), Aiaraldea (44.751), Anboto (38.321), Oarso-Bidasoako Hitza (35.173), Goierriko Hitza (30.447), Maxixatzen (27.524) Erran (24.256), Urumeako Kronika (24.193), Barren (23.241) eta Guaixe (20.184). 20.000 bisiten azpitik daude, hurrenez hurren, Karkara (18.765), Otamotz (18.331), Irutxuloko Hitza (15.216), Busturialdeko Hitza (13.798), Alea (11.855), Pil-pilean (11.400), Hiruka (10.471), Euskalerrria irratia (7.820), Txintxarri (4.480), Euskal Irratiak (2.963) eta Aikor (1.590).

Zentzu horretan, azpimarragarria da azken urteetan egindako lana. Hedabide asko Tokikom plataformaren barruan sartu dira, eta horren bidez, berrikuntza ugari sartu dituzte webguneetan: inkestak, porrak, argazki lehiaketak. Webguneak gero eta dinamikoagoak, osatuagoak dira eta horrek irakurle kopurua erakartzen du.

Datu horiekin dirahilabeteko bisitabakarkopuruak, noski. Interesgarriak dira, hala ere, webgune bakoitzak sortzen duen mugimendua islatzen dutelako. Nabarmentzekoak dira Azpeitia bezalako herri bateko komunikabideak hilabeteke 100.000 bisita edukitzea, gutxi gora behera. Biztanle askoz gehiago dagoen beste eskualde batzuetan ez dira hurbiltzen kopuru horietara. Goieneren datuak handiagoak dira, baina biztanle kopuru zabalagoa ukitzen dute. Datu horiek erakusten dutena da webgunean mugimendua baldin badago, bisita kopuruak gora egiten duela. Mereziko luke sakonki ikertzea zergatik daukaten batzuek bisita gehiago, zer den bisita kopuruak gora egiten duen hilabeteetan eskaintzen dutena.

8. Ondorioak

Alde batetik, ikerketa honek balio du berresteko euskarazko hedabideek gizartean duten garrantzia. Euskal Herriko zatirik handienean tokiko euskarazko hedabideak daude, eta azken urteetan berriak ere sortu dira, hutsetik edo hainbat komunikabideren arteko elkarlanetik.

Tokiko euskarazko hedabideek lan sektore garrantzitsua izaten jarraitzen dute; langile ugari egiten dute lan bertan. Horretaz gain, hedabide horiek babes sozial handia dute. Euskaltzaleen artean erreferentzialtasun handia duten hedabideak dira, eta garrantzitsua da euskaltzaleek egiten duten lana. Izan ere, hedabide bakoitzeko langileez gain – horietako batzuk boluntarioak dira –, laguntzaile sare handia dute hedabide guztiek: iritzi zutabeak idazten dituzten

kolaboratzaileak, kultur ekitaldiak antolatzen dituztenak, irrati saioak egiten laguntzen dutenak, eta abar. Zentzu horretan, azpimarragarria da eskualde erdaldunenetan euskaltzaleen topagune badiela hedabide horiek, eta euskal nortasunaren biziraupenean ere paper garrantzitsua betetzen dutela: Bilboko Uriola, eta Arabako Aleak, esaterako.

Horrez gain, nabarmendu behar da kolaboratzaile horiek egiten duten doako lanaren balioa. Ikertutako laginetan, kolaboratzaileek sortzen dute webguneko ekoizpenaren %15 eta %40 bitartean. Nahiz eta ekoizpen horrek edizio lan bat eskatzen duen gero, kontuan hartu behar litzateke ekoizpen hori soldatetan ordaindu behar balitz, tokiko komunikabideen ekoizpen erreala orain dagoena baino dezente garestiagoa litzatekeela. Hots, aurrekontuak kalkulatzekoan, ez da neurtzen doako lanaren balioa, ez eta ere batez besteko soldatak baino apalagoak izatea. Horrelako aldizkariak egiteko benetan behar litzatekeen dirua askoz handiagoa da.

2013. urteko ikerketan ondorioztatu zen moduan, hedabideen atomizazioa da beste errealitateetariko bat. Atomizazio horren ondorioz, hedabide bakoitzak bere aldetik funtzionatuz gero, indar asko xahutzeko arriskua dago. Nolanahi ere, atomizazio horri aurre egiteko hedabideak elkartzen ari dira. Tolosaldeko Atariaren sorrera izanik horren lekuko nabarmena.

Azken ondorioa prekarietate ekonomikoa da; baliabide mugatuak dituzte hedabideek eta krisiaren ondorioak jasaten ari dira: harpidetzak mantentzeko zailtasunak dituzte, eta publizitateak ere behera egin du. Diru-laguntzek behera egin dute zenbait hedabiderentzat, eta hedabide horietako langile askok eta askok borondatez ere egiten dute lan. Zentzu horretan, tokiko hedabideek ehuntzen eta elkarlanean proiektuak sortzen jarraitu behar dute, eta erakunde publikoek euskarazko tokiko hedabideak lagundu behar dituzte.

7. Tokian tokiko aldizkarien kalitate-indizeen neurketa

*...eta kitto!,
Anboto,
Guaixe eta
Alea astekarietara hurbilketa*

Txema Ramirez de la Piscina Martinez

HGH taldea, UPV/EHU

Beatriz Zabalondo Loidi

HGH taldea, UPV/EHU

Alazne Aiestaran Yarza

HGH taldea, UPV/EHU

Antxoka Agirre Maiora

HGH taldea, UPV/EHU

1. Sarrera

Hekimenek iaz atondutako Euskal Hedabideen Urtekarian aurreratu genuen lanarekin gatoz UPV/EHUko Hedabideak, Gizartea, Hezkuntza (HGH) ikerketa taldekook: hauxe da euskarazko tokiko aldizkarietako lotutako kalitate-indizeen inguruan egindako lehen hurbilpena. Europako kazeta erreferentziazkoen kalitatea neurtzeko baliatutako metodologia euskal hedabideei doitzeko ahalegina egiteko konpromisoa hartu genuen 2015eko hondarrean, eta urtekari honetan partekatu nahi ditugu 2016an ondutako emaitzak, euskal kazetaritzaren aberasgarri izango direlakoan.

Euskarazko tokian tokiko aldizkarietako albisteen kalitatea neurtzeko metodoa aurkeztu eta lau astekaritan neurketa pilotu bat egitea da ikerlan honen helburua. Europako erreferentziazko bost egunkaritan (*Financial Times*, *Le Monde*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Corriere della Sera* eta *El País*) eta Euskal Herriko hiru agerkari garrantzitsuenetan (*Euskaldunon Egunkaria/Berria*, *Argia* eta *Goienkaria/Goiena*) aplikatu du HGH ikerketa taldeak informazioaren kalitatea neurtzeko metodologia propioa. Hortik abiatuz eta metodoaren funtsa bera izanik, euskarazko tokian tokiko aldizkarien ezaugarrietara doitzeko ahalegina egin da eta modu esperimentalean erabili da Hego Euskal Herriko lau lurraldeetako lau astekaritan: ...*eta kitto* (Gipuzkoa), *Anboto* (Bizkaia), *Guaixe* (Nafarroa) eta *Alea* (Araba). Aldizkari bakoitzaren 2016ko hiru ale hartu dira lagin gisa eta zenbaki bakoitzean hiru albiste aztertu dira hainbat gairen ingurukoak: politika, ekonomia, kirolak, gizartea eta kultura.

Lanaren abiaburuko hipotesia honela laburbildu dugu: euskarazko tokiko komunikabideek kontuan hartu beharreko ezaugarri bereziak dituzte; hala nola, zertzen diren eremua, zabalkundea, biltzen duten audientzia eta baliabide urrikoak edo mugatukoak izatea. Baldintza horiekin zaila dute esparru zabalagoko mass media handiek duten kalitate mailara iristea.

Hipotesi horretan oinarrituta, hainbat galderari erantzuten saiatuko gara lan honetan:

1. Kalitate-indizeari dagokionez, zertan hobetu daitezke tokiko komunikabideetako albisteak?
2. Parez pare jar daitezke tokiko komunikabideen eta zabalkunde handiagokoen kalitate-indizeak?
3. Zer indargune eta ahulezia dituzte tokiko komunikabideetako albisteak?

2. Kalitatea kazetaritzan

Kalitatea, berez, termino lausoa da, definitzeko zaila. Zerbaiten edo norbaiten izaera osatzen duen ezaugarri-multzoa da kalitatea. Kazetaritzaz ari bagara, gauzak are gehiago korapilatzen dira. Ezaugarri horien zehaztapenean dago gakoa. Ondoren datorren atala mataza hori askatzeko ahalegina da.

Euskal Herrian, euskarazko hedabideen kalitatearen inguruko hausnarketa eta ardura ez da atzo goizeko kontua. 2004. urtean Euskarazko Kazetaritzaren I. Kongresua antolatu zuen lan-taldeak Kazetaritzaren oraina eta geroa liburuko ondorioetan honako hau jaso zuen:

"Euskarazko kazetaritzak aurrera egingo badu, kalitatezko gutxieneko estandar batzuk bermatzen direlako izango da. Imaginario kolektiboaren sortzaile garen heinean, ekoizten eta igortzen ditugun edukietan ere jarri behar dugu ardura. Eduki horiek, beraz, elkarbizitza bideratzen eta euskal komunitatearen kohesio soziokulturalaren mesedetan eragiten lagundu behar dute. Kalitatezkoa behar du izan, maila guztietan, euskarazko komunikazioak: produktuen eraketan, ekoizpen-prozesuan, banaketa-sisteman eta baita erabiltzen den hizkuntza-ereduan ere"

(Arrieta et. al., 2005: 447).

Gonzalez Gorosarrik (2011) bere doktorego-tesian albisteen kalitatea neurtzeko metodoa proposatu zuen. McQuailen media performace terminoan oinarritu eta Alemaniako autoreen ekarpenekin hobetu zuen metodoa. Gonzalez Gorosarrik erabilitako metodo hori ikertaldeak baliatu duen prozeduraren ardatz izan da azken urte hauetan. Beste aditu batzuek (Gomez Mompert et al. 2013), ordea, Alemaniako eskolari gizarte-erantzukizunaren alderdia behar bezala garatu ez izana egotzi diote. Hori zuzentze aldera, albisteen gizarte-ekarpena bereziki kontuan hartu da ikertaldeak garatutako metodoan.

Kalitatezko kazetaritzari lotuta, honela definitu du kalitatezko albistea HGH ikertaldeak: bere ekoizpen prozesuan gutxieneko baldintza kuantitatibo eta kualitatiboak betetzen dituen kontakizun informatiboa da. Baldintza horiek zerikusia dute kazetariak egiten duen datu-hautaketarekin eta lanketa-faseekin, baita kontakizun horrek gizarteari egiten dion ekarpen mailarekin ere. Metodologiako atalean eman ditugu kalitatea neurtzeko erabilitako aldagai eta irizpide zehatzak.

3. Metodologia

HGH ikertaldeak 2012-2016 bitartean egindako azterketan, Europako eta Euskal Herriko komunikabideetako albisteen kalitatea neurtzeko kalitate-indizea izendatu zuen metodoa erabili du. Lehenik, formatu-kalitateari ematen zaio begiratua, alderdi tekniko-estetikoei erreparatuta. Ondoren, dator albisteen kalitatea neurtzea, eta Otik 10erako eskalan neurtu da. Hiru ataletan banatzen da azterketa: hautaketa fasea, lanketa prozesua eta gizarte ekarpena. Atal bakoitzaren azpian zenbait aldagai daude. Honakoak, hain zuzen:

Hautaketa fasean bost faktore hartu dira gogoan:

1. Albistearen jatorriaren zehaztapena: aldagai honek informazioaren gardentasuna neurtzen du. Jatorria zenbat eta espresuki aipatuagoa izan (prentsa-oharra, prentsaurrekua edota albiste-agentziak, adibidez) orduan eta kalifikazio hobea izango du.
2. Informazio-iturrien nortasuna: aldagai honek berriemaileak erabili dituen iturrien kalitatea neurtzea du helburu. Iturri eksklusiboak eta ongi identifikatuak lehenesten dira.
3. Gertaera-mota: aldagai honek albistearen gertakizun-maila (factuality ingelesez) neurtzen du. Izan ere, albisteak nagusiki hiru motatakoak izan daitezke: gertakariak, adierazpenak edo aurki jazoko den zerbaiten iragarpen soila. Irizpide honek gertakizuntasuna saritzen du.
4. Gaurkotasuna: albistearen galkortasun-data neurtzen du. Zenbat eta eguneratuagoa izan orduan eta balioespen hobea izango du.
5. Albistegaitasuna: aldagai honek informazioaren interes publikoa neurtzen du. Lehenesten dira gizarte osoarentzat interesgarriak izan daitezkeen kontakizunak.

Lanketa fasean beste bost faktore agertzen dira:

1. Zehaztasuna: aldagai honek albistearen lerro-buru eta gorputzaren arteko koherentzia neurtzen du.
2. Sakontasuna: aldagai honek albisteak ohiko sei W-ei (nork, zer, noiz, non, zergatik eta nola) erantzun ote dien neurtzen du. Zazpigarren galdera bat ere kontuan hartu da: nondik; hau da, gertakizunaren testuingurua azaltzen duen galdera.
3. Ikuspegi kopurua: albisteak bere garapenean zenbat ikuspegi desberdin agertzen diren neurtzen du.
4. Informazio-elementu osagarriak: albisteari laguntzen dioten bestelako elementuen kalitatea neurtzen du (argazkiak, bideoak, grafikoak, infogramak, podcastak, estekak eta abar).

5. Hizkera: hizkuntzaren zuzentasunari eta kazetari estiloaren egokitasunari dagozkien elementuak neurtzen ditu.

Gizarte ekarpena atalaren barruan beste bost osagai hartzen dira kontuan:

1. Aginteari kontrola (watch-dog): aldagai honek, albiste horren bidez, komunikabideak aginteari egiten dion kontrola neurtzen du.
2. Eztabaida publikoa: irizpide honek zera neurtzen du: ea albiste horren bidez, komunikabideak eztabaida publikoa ahalbidetzen ote duen.
3. Duintasuna bermatzea: aldagai honek albisteak pertsonen pribatutasuna eta duintasuna bermatzen ote dituen neurtzen du.
4. Kultur aniztasuna: irizpide honek albisteak bertako eta nazioarteko kulturak sustatzen ote dituen neurtzen du.
5. Bazterkeria borrokatzea: aldagai honek komunikabideak, informazio horren bidez, gizarte zuzenagoa sustatzen ote duen neurtzen du.

Aipatutako aldagai horiek guztiak kuantifikagarriak dira. Gehienez, albiste batek 10 puntu lor ditzake. Hautaketa prozesuari 2,5 puntu eman zaizkio; lanketa prozesuari, 5 eta gizarte-ekarpenari, gainerako 2,5. Kalitatezko albisteak 5 puntu lortu beharko lituzke horrela kontsideratua izan ahal izateko.

Lau urtez jardun du ikertaldeak metodologia honekin. Aztertu diren komunikabide gehienak zabalkunde handiko kazetak izan dira: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *Financial Times*, *Corriere della Sera*, *Le Monde* eta *El País*. Zabalkunde txikiagoko euskal komunikabideak ere aztertu dira: *Berria*, *Argia* eta *Goiena*. Azterketa horiek egin ondoren, eta sektoreko eragileekin hainbat iritzialderaketa izan eta gero, ikertaldea konturatu da zenbait aldagaik ez dutela modu guztiz fidelean islatzen tokiko komunikabideen kalitate-maila erreala. Hartara, gogoeta-fasea ireki zen ikertaldean. Horren ondorioz, kalitate-indizean zenbait egokitzapen sartzea erabaki zen.

Nagusiki bi izan dira doitzeak. Bata hautaketa faseari dagokio. Ikertaldeak gaurkotasuna aldagaia kentzea erabaki zuen. Izan ere, neurgailu hori egokia da egunero plazaratzen diren kazetentzat, baina ez hainbeste beste maiztasun bat duten produktuentzat. Gizarte-ekarpenaren atalean ere beste aldagai bat ezabatu zen: botereari kontrola edo watch-dog funtzioa. Horren arrazoiak ondorengoak da: herri komunikabideek duten lehentasun handiena herrian, eskualdean gertatzen ari denaren berri ematea da; izan ere, ongi asko dakite eurek eman ezean zabalkunde handiagoko medioek ez dutela emango, azken horien esparrua zabalagoa delako (lurralde, nazio/

Kodea:
Eguna:
Lagin-mota
Titulua:

FORMATU-KALITATEA	
1.) Alde teknikoa	
Hutsegite handiak	
Hutsegite txikiak	
2.) Aurkezpena	
Akats estetikoak	
Tituluan zuriguneak	
Leihoan zuriguneak	
Argazki-oinean zuriguneak	
Lerro umezurtzak	
Lerro alargunak	
Hitz bakarreko lerroak	
Akats funtzionalak	
Lapsus clavis	

ANIZTASUNA

SAILA

PROTAGONISTAK

Baztertutako taldeak

Generoa

KALITATE INDIZEA

HAUTAKETA	
Jatorriaren zehaztapena	
Iturrien nortasuna	
Gertaera	
Albistegaitasuna	
LANKETA	
Zehaztasuna	
Sakontasuna	
Ikuspegi kopurua	
Informazio-elementu osagarriak	
Alde artistikoa	
Hizkera: kazetaritza estiloa	
Akatsak: titulua, aurretitulua, azpitulua (-1)	
Akatsak: leihoak, argazki oina, tartekia (-0,5)	
Akatsak: testua (-0,25)	
GIZARTE-EKARPENA	
Eztabaida publikoa	
Duintasuna bermatzea	
Kultur aniztasuna	
Bazterkeria borrokatzea	

Hautaketa (2 puntu)	0
Lanketa (6 puntu)	0
Gizarte-ekarpena (2 puntu)	0

GUZTIRA

0

OHARRAK

estatu osoa, adibidez). Horrek, noski, ez ditu salbuesten herriko komunikabideak funtzio hori ez betetzetik, baina bide ematen die helburu hori bigarren mailan uzteko. Bestetik, ez dugu ahaztu behar beste faktore garrantzitsu bat: tokiko komunikabide guztiek diru-laguntza instituzionalak jasotzen dituzte (udaletatik, aldundietatik zein Jauriaritzatik) eta horrexek ere tentuz ibiltzera behartzen ditu. Tokiko komunikabide gehienak euskara-elkarteen bulkadaz sortu dira. Haiei zor diete fideltasuna, haiei eta euskararen munduan sumatzen den oreka eta aniztasun ideologikoari. Beraz, tokiko hedabideek aspaldi erabakia dute ezin direla nabarmen lerratu aukera politiko/ideologiko baten aldera edo bestera. Zuhurtasunak eta biziraupen-senak horrela jokatzeko aholkatzen diete.

Aipatu bi aldagai horiek kenduta (gaurkotasuna eta botereari kontrola), hautaketa eta gizarte-ekarpena atalei esleitutako balioespena 2 puntukoa izan da (lehen 2,5ekoa zen). Lanketak, berriz, 6 puntuko balioespena hartu du (lehen 5 zuen). Lanketan aldaketarik ez egitea erabaki zen, kalitatezko gutxieneko estandar horiek tokiko komunikabideek ere bete behar zituztela argi baitzegoen. Hautaketaren eta Gizarte-ekarpenaren ataletan kendutako puntua, Lanketako beste atalen artean banatu zen: zehaztasunari 1,2 puntu emanda; sakontasunari 1,2; ikuspegi kopuruari 1,2; informazio-elementu osagarrien aldagaiari 1,2 eta kazetaritza-estiloari beste 1,2 puntu. Atal honetan aurreko metodoan bezala zigortzen ziren akatsak: tituluari, aurre-tituluari eta azpтитuluari, akats bakoitzeko puntu bat kentzen zitzaion albisteari; leiho, argazki-oin eta tartekietan sumatutako bakoitzari, 0,5; eta, testu barruan detektatutako bakoitzari, 0,25.

Azken emaitza bera da: Oit 10erako puntuazioa: Lanketak 2 puntu balio ditu; Hautaketak, 6 puntu; eta, Gizarte-ekarpenak, 2 puntu. Ezkerrean, laburbildurik lan-fitxa:

4. Lagina

Azterketa egiteko, aldizkari guztiak maiztasun berekoak izatea erabaki zen; kasu honetan, astekariak. Lau astekari esanguratsu hautatu ziren: Gipuzkoako *...eta kitto*, Bizkaiko *Anboto*, Nafarroako *Guaixe* eta Arabako *Alea*, laurak erreferentziazko toki aldizkariak Debabarrenean, Durangaldean, Sakanan eta Araban, hurrenez hurren.

Egin beharreko azterketa ahalik eta fidagarriena izateko, ikertaldeak erabaki zuen item guztiek albisteak izan behar zutela eta antzeko luzerakoak (orri erdikoak edota osokoak). Hiru asteko hiruna albiste

aukeratu ziren; hau da, astekari bakoitzeko bederatzi albiste. Beraz, guztira 36 albiste (9 x 4). Kontuan izan behar da ikerketaren helburua ez zela astekari horien kalitatearen azterketa historikoa egitea, baizik eta tokiko komunikabideen kalitatea neurtzeko gure metodoan egindako egokitzeak funtzionatzen zuen edo ez. Espresuki baztertu ziren elkarrizketa, kronika edo analisia eta gainerako genero interpretatzaile edota iritzizkoak; soilik albisteak aztertu ziren.

Lagina "aste konposatua" metodoaren logikari jarraiki osatu zen. Hartara, 2016ko martxoko lehen asteko, apirileko bigarren asteko eta maiatzeko hirugarren asteko aldizkariak aukeratu ziren. Hautaketa horretan, ikertzaileek gaien aniztasuna eta oreka bilatu zuten. Irizpide horien arabera aukeratutako zenbakiak hauek izan ziren:

...eta Kitto	Guaixe	Anboto	Alea
964	543	623	52
969	548	628	56
974	553	633	61

5. Emaitzak

5.1. Metodoaren inguruko zalantzak

Azterketa amaitu eta emaitzak jaso ondoren, ikertaldeak erabaki du aldizkari bakoitzak erdietsitako nota ez argitaratzea. Hauxe, arrazoiak: metodoan sartutako doitzeak ez dira aski tokiko komunikabideen kalitatea modu guztiz fidelean islatzeko. Ziurtasun adina zalantza ateratzen dira ikerketa honetatik. Zalantzak puntu hauen inguruan sumatu dira: tokiko hedabideetan, gainerako komunikabideetan bezala (baina, agian, eremu urriko medioetan modu nabarmenagoan), albisteen luzera mehetzen ari da; gero eta laburragoak dira. Tokiko hedabideetan, gainera, duten formatu txikiagatik, nabarmenago sumatu da joera hori. Horrexek aldagai ia guztietan du eragina eta, ondorioz, zaildu egiten da balioespen guztiz zehatza egitea. Hala eta guztiz ere, garbi esan behar da tokiko hedabideak ez daudela kalitate adierazle estandar horiek betetzetik salbuetsita. Txikia izateak ez du dena justifikatzen edo baimentzen. Alde horretatik, komenigarria lukete ikerketa honetan sumatu diren zenbait gabezia eta hutsune nabarmen kontuan hartzea.

Hainbat ikerketatan azpimarratu da tokiko hedabideek euskal gizarteari egin dioten ekarpena. Begi bistakoak dira tokiko komunikabideek dituzten indarguneak: beren balio soziala (Bidegain et al., 2016), erreferentzialtasuna, gertutasuna, hizkuntza-komunitatea kohesionatzeko eta bizkortzeko duten garrantzia, euskararen normalizaziorako egindako ekarpen mardula, euskal kulturaren hauspotze-lana, tokiko gizarte eragileen bozgorailu-lana, kazetari gazteen probaleku paregabea izatea, etab. Hori guztia ez dago inolaz ere zalantzan jartzerik, baina, aldi berean, azterlan honetan sumatutako zenbait gabezia mahai gainean jartzea guztiz beharrezkoa ere badela deritzote ikerlan honen egileek.

6. Astekarien ezaugarriak



6.1. ...eta kitto

Eibarko astekaria da *...eta kitto!*, 1988ko abenduan sortua (Arrasate Press ere 1988ko abenduan kaleratu zen lehenengoz). Lehendabiziko hiru urteetan hilabetekaria izan zen, eta Udalaren ardurapean kaleratu zen; *...eta kitto!* euskara elkarteak sortu eta horren eskuetara pasa zenean, 1992an, hamabostekariaren aldeko apustua egin zuten; geroago, 1994an, astekari bilakatu zen. Sorreratik, soldatapeko kazetariak eta erredakziotik kanpoko kolaboratzaile eta zutabegileak atera dute proiektua aurrera. Publizitate sarrera handiei esker, 2000-2004 bitartean oparoaldia bizi izan zuten, eta proiektua sendotu eta lantaldea handitzeko aukera baliatu zuten (Aiestaran, 2007).

Nolanahi ere, Eibarko aldizkariak ere nozitu zituen 2008ko krisialdiaren ondorioak, eta taldea doitu beharra etorri zen. Gaur egun, honela osatuta dago taldea: koordinatzailea, erredakzioburua, argazkilari bat, banaketan bat eta hizkuntza arduretan kolaboratzaile bat astean bi orduz. Horiez gain, hainbat kolaboratzailek parte hartzen dute herriko aldizkarian. Talde horrek berorrek kudeatzen du Interneteko agerkaria ere: www.etakitto.eus. Egun, *...eta kitto!* euskara elkarteak jarraitzen du astekariaren argitaratzaile izaten.

Astekari horren harpidetza doakoa da, eta etxez etxe banatzen da Eibarren, ostiraletan: 8.100 ale astean. Kalitate handiko paperean argitaratzen da DIN A4 formatuan, gutxienez 28 orrialde, koloretan



(batez beste, 31,5 orrialde argitaratzen dira astero). Eusko Jaurlaritzaren Euskarazko Hedabideak txostenaren arabera, aldizkari honek 2015ean 10.927 irakurle zituen ("beti", "batzuetan" eta "gutxitan" irakurtzen dutenak batuta). Kopuru horrekin, hain zuzen, *Goiena*, *Ttapi-ttapa* eta *Anboto* aldizkarien audientzien hurrengoa da Eibarko astekariarena.

6.2. Anboto

2001ean jaio zen *Anboto* astekaria, Durangaldeko informazioa euskaraz emateko helburuarekin, hainbat euskara elkarteren ekimenez. Aurretik, Eraz aldizkaria kaleratu zen, 1993tik 2000ra bitartean, DHKren (Durangaldeko Herri Komunikabideak) eskutik.

Gaur egun *Anboto*n hamaika lagun ari dira erredakzioan: sei kazetari, bi publizista, bi administrari eta diseinugile eta maketatzaile bat (lantaldeetik at hizkuntza zuzentzaile bat ere badago). Halaber, 40 lagun inguruko kolaboratzaile sarea du. Astekariak 11.600 aleko tirada dauka eta, astero, 30 lagun en artean, Durangaldeko hamahiru herritan banatzen da: Abadiño, Atxondo, Berriz, Durango, Elorrio, Garai, Iurreta, Izurtza, Mallabia, Mañaria, Otxandio, Zaldibar eta Zornotza. Herriz herriko informazioa jorratzeaz gain, kultur eta kirol albisteak ere lantzen ditu. Harpidetza bidez baina doan banatzen da, nahiz eta proiektua lagundu nahi duenak baduen aukera urtean 30 euro ordaintzeko *Anbotoren* laguna eginez.

DIN A3ko formatuan eta egunkari papera erabiliz, astero 24-32 orri kaleratzen ditu *Anbotok*. Durangaldeko hedabide nagusietako bat da Anboto Komunikabideak eta euskarri bitan ematen du informazioa: Anboto astekarian eta www.anboto.org webgunean. Euskarazko Hedabideak txostenean *Anboto* da hirugarren tokiko aldizkari irakurriena, 11.047 irakurlerekin, aurretik *Goiena* eta *Ttapi Ttapa* ditu. 2010ean Aztiker enpresak *Anbotori* buruz egindako neurketan ondorioztatu zuen 48.270 lagunek ezagutzen zutela astekaria. Jaurlaritzak egindako txostenaren arabera, berriz, 2015ean *Anbotok* 19.122 irakurle zituen.



6.3. Guaixe

Guaixe hilabetekari bezala sortu zen, Bierrik Elkartearen eskutik, 1994ko abenduan, Nafarroako Sakana bailaran (33 herri, populatuena Altsasu, Irurtzun eta Etxarri-Aranatz; guztira 20.000 biztanle gora) egon zitekeen euskarazko tokiko informazio eskariari erantzuteko. 1999an, Beleixe Irratia abiarazi zuen talde berak, eta, 2001ean, Oixe astekaria, biak ala biak hilabetekariak, gaurkotatzea jarraitzeko izan zezakeen hutsunea osatu nahian. Bigarren honen bidez zuri-beltzeko zortzi orrialde eskaintzen ziren doan ostiralero prentsa kioskoetan, harik eta 2004an, hilabetekaria utzi eta astekariaren aldeko apustua

egitea erabakirik, *Guaixe* izenarekin eta egungo formatuarekin kaleratzen hasi ziren arte. Egun, *Guaixe* Fundazioa da argitaratzailea eta irratiak, astekariak eta www.guaixe.eus guneak osatzen dute eskaintza. Astekariak 3.200 aleko tirada dauka, doan banatzen da eta, bazkidetza sistema baten bidez, 1.570 herritarren sostengua jasotzen du. Eusko Jaurlaritzaren Euskarazko Hedabideak txostenaren arabera, 6.560 irakurle ditu. Gaur egun, honela osatuta dago taldea: erredaktore burua, erredaktorea, maketatzailea, bi komertzial, administraria, diseinu burua eta koordinatzailea. Horiez gain, sei lagunek osatutako zaintza taldea ere badute noizbehinkako laguntza eskaintzeko.

News magazin estiloko produktu tipikoa da *Guaixe*, normalean 16 orrialde dituen. Barruan garatuko diren zazpi edo zortzi eduki jaso ohi ditu azalean, bati nagusitasuna emanez, eta gainerakoak argazki eta guzti joan ohi diren dei gisara. Modu horretan azalak aurkibide gisa funtzionatzen du. Egitura sendoa du, hainbat sail finkoren inguruan antolatua: '*Zorion Agurrak*' eta '*Agenda*' (orrialde bat), '*Iritzia*' (gutunek eta kolaboratzaileen testuek osatzen duten orrialde bat), '*Sakanerria*' (bospasei orrialde herriz herriko albisteekin), eskela eta iragarki laburren orrialdea, '*Kirola*' (bizpahiru orrialde kirol modalitateei eskainiriko albisteekin antolatuak) '*Kultura*' (bi orrialde agenda kulturalaren azalpenekin) eta azken orria (eguraldi iragarpena eta '*11 galdera*' elkarrizketa jaso ohi dira bertan).



6.4. Alea

Alea astekaria 2015eko urtarrilean jaio zen. Gasteizko Geu Euskara Elkartek bultzatu bazuen ere, egitasmo honetan bat etorri ziren *Goiena* eta *Berria* komunikazio taldeak; izan ere, aipatu bi komunikabide horietatik hasieratik inkorporatu ziren zenbait esperientziadun kazetari *Aleara*. Araba osoan zabaltzen den astekari hau bi modutan banatzen da: harpidetza bidez eta, ostiralero, *Berria* kazetarekin batera. Harpidedunak etxean jasotzen du (urtean) 55 euroren truke (44 zenbaki). Zortzi profesionalek dihardute lanean; horietatik bost, kazetariak. Talde profesional berak kudeatzen ditu www.alea.eus gunea eta Alea FM irratsaioa (Radio Vitorian asteartero aireratzen da). Alea egitasmoak Geu Gasteiz hilabetekariaren lekukoa hartu zuen. Geu Gasteiz 1992an jaio eta 2009an desagertu zen arazo ekonomikoak zirela medio. Eusko Jaurlaritzaren Euskarazko Hedabideak txostenaren arabera, Aleak 3.938 irakurle ditu.

Alea paper birziklatuan inprimatzen den astekaria da (26 x 18 cm-ko tamaina). News magazin estiloko produktu tipikoa da, 32 orri dituen, normalean. Azaleko argazki bakarra agertzen da eta lotuta dago barruan garatzen den erreportaje edo elkarrizketa nagusiarekin. Sail

finkoak ditu. Batzuek xede-talde orokorra dute, arabar guztiak, hain zuzen; hauek: *"Asteko gaia"* (hiruzpalau orriko erreportajea), *"Asteko elkarrizketa"* (hiruzpalaukoa hori ere), *"Hamaika saltsa"* (gizarte nahiz kultur inguruko lau orri), postontzia, denbora-pasak eta agenda. Arabako kuadrilla edo eskualde guztiek daukate astero beren txokoa *Alean* (Gasteiz, Lautada, Aiaraldea, Gorbeialdea, Mendialdea, Añana, Trebiñu eta Arabako Errioxa eskualdeek, alegia). Bi orri dituen Iritzi sailean sentsibiltate desberdinetako zutabegileek parte hartzen dute. Informazio generoak dira nagusi; batik bat, tamaina erdi eta luzeko berriak (orri batekoak gehienak). Ibilbide laburrekoa bada ere, *Alea* oihartzun dezente ari da lortzen, batik bat Gasteizko gun euskaldunetan.

7. Neurketak utzitako arrastoak

Metodologiaren atalean zehaztu dugun bezala ekin zitzaion azterketari. Lehenik, albisteen formatuaren kalitateari begiratuta eta, ondoren, kalitatearen indizeari.

Formatu kalitateari dagokionez, astekari guztietan aurkitu dira hutsegite arin batzuk; honakoak izan dira aipagarrienak: zuriuneak tituluetan edo argazki-oinen batean, lerro umezurtz eta alargunen bat edo beste, eta hitz bakarrez osaturiko lerro bakan batzuk.

Albisteen kalitate-indizeari berari dagokionez, hiru ataletan bereiziko ditugu emaitzak ere. Lehenik, hautaketa faseari dagozkion gaiak aipatuko ditugu; ondoren, lanketari buruzkoak; eta, azkenik, gizarte ekarpenarenak.

Hautaketa fasea. Atal honetan gorabeherak sumatu dira astekari batzuen eta besteen artean. Joera nagusia, halere, ez da albisteen iturrien berri ematea; hau da, haien jatorriaren berri zehatza aipatzea ez da beti egiten, gutxitan egia esan. Gehienetan hauteman daiteke nondik sortua den albistea, baina ez da esplizituki adierazten.

Oro har, informazio asko eta asko iragarpenetan eta adierazpenetan oinarritzen dira, gertaeretan baino gehiago. Aldizkariaren maiztasunak eta funtzioak horrelako albistegaiak hautatzera bideratzen dituztelako kontua ez da txikia. Izan ere, gertaerek nekez irauten dute astebetetik gora hedabideetan, eta, bestalde,

astekariok, zabaltzen diren eremuan, zerbitzu funtzio nabarmena betetzen dute, agenda eginkizuna: ikuspuntu horretatik logikoa da iragarpen kutsua duten hainbeste gertakizunen berri ematea.

Lanketaren fasea. Aldizkari batetik besterako aldeak badira puntu honetan, baina, oro har, astekari gehienetako albisteak nahiko laburrak dira: nekez dira orrialde erditik gorakoak A4 formatukoak. Horrek berorrek bi muga ezartzen ditu: batetik, albiste sakon garatzeko muga, eta, bestetik, informazio elementu osagarriak ematekoa. Horrela, bada, espazio gutxi izate horrek ez du laguntzen kazetaritzako 5-6 W-ei (nork, zer, noiz, non, zergatik edo zelan, nondik) egoki erantzuteko, eta, ondorioz, ezta puntuazioan gora egiteko ere. Nahiko garbia da erlazioa albisteari emandako espazioa eta sakontasunaren artean: zenbat eta toki gehiago izan, are eta sakonago landuta ageri dira berriak. Beste alde batetik, albiste ikuspuntu desberdinetatik lantzeko joerarik apenas hauteman den gure azterketan. Hori, jakina, kalitatearen kaltetan doa. Elementu osagarriei dagokienez —argazkiei batik bat— kalitate estetiko nabarmenik ez dute izaten: oso soilak dira eta, sarritan, betelanerako jarriak daude. Informaziorik ez dute gehitzen.

Hala ere, atal honetako akatsik nabarmenenak kazeta estiloaren lanketan nabaritu ditugu. Baina, seguruenik, erraz konpontzekoak ere badira. Honelakoak dira: tituluetan aditzik ez izatea, titulu eta azpititulu hitzak errepikatzea, ortografia eta ortotipografia hutsak (ehunekoak ematean, kurtsibaren erabileran...), adierazpenetan hitzen atribuzioa garbi ez geratzea, protagonistak izendatzeko modua (izenez, izen-deiturez, deiturez soilik)...

Gizarte ekarpenaren atala. Gai honi lotutako ezaugarrietan lehena da aztergai izan ditugun astekari guztietan ongien betetzen dena; izan ere, protagonisten duintasuna ondo bermatuta dagoela ikusi da. Albiste askotan eztabaida publikoa pizteko ahalegina ere sumatu da, eremuari dagozkien gaiak horretarako beta ematen duten heinean, jakina.

Astekariok argitaratu eta banatzen diren eremuko kultur aniztasunari, berriz, ez zaio jaramon handirik egiten, eta beste horrenbeste gertatzen da bazterkeria borrokatzeko ahaleginari dagokionean ere. Gaurko Euskal Herrian kultura askotako herritarrak ditugu, eta azterketa honetarako hartutako laginean ez dugu horren islarik ikusi inon. Bestalde, baztertutako taldeei buruzko errepresentaziorik ez dugu ikusi (39 albistetatik bakar batean) ikerketa honetan. Kasu egiteko gaiak direla deritzogu azken bi puntu horiek, gure herrietako errealtatearen berri erakutsiko duten agerkari moderno anitzei dagokien legez.

8. Ondorioak

Ikerketa egin ondoren, berretsita ikusi dugu hasieran planteatzen genuen hipotesia, alegia: euskarazko tokiko komunikabideek dituzten ezaugarriak direla-eta —eremu, zabalkunde, audientzia eta baliabide urriko hedabideak izanda—, zaila dute esparru zabalagoko mass media handiek duten kalitate mailara iristea.

Lehenengo datorkigun galdera da: Artikulu honetan aztertu ditugun herri aldizkariak (*Alea*, *Anboto*, ...*eta kitto*, *Guaixe*) ba al dute estilo libururik? Zein baliabide material eta pertsonal dituzte agerkariok kazeta idazkerari eta beren estilo propioari behatzeko? Galdera horren erantzunean baitaude, gure ustez, kalitateari erantzuteko dituzten irizpide eta irtenbide asko ere.

Lan honekin, agerkariei dagokionez bezainbeste ikasi dugu ikerketa metodoari buruz: ikuspegi horrekin lan eginez gero, herri aldizkari horiek erakusten diguten paisaia ez da neurrien erdi mailara iristen.

Hori aipatuta, hauxe ere gaineratu behar da: azterlan honetan erabili dugun metodoak ziurtasun adina zalanza ere utzi ditu. Metodoa doitu arren —tokiko aldizkarien ezaugarrietara egokituta—, oraindik ere duda-muda batzuk sortu dira zenbait aldagai balioestean; besteak beste, honakoetan: albistearen gertakizun-maila, albistegaitasuna, sakontasuna eta gizarte-ekarpenari dagozkion puntuetan. Horregatik, erabaki da ikerketa honetan aztertutako aldizkariak erdietsitako puntuazioa ez argitaratzea, metodoan antzemandako zalanza horiek neurri guztiz zehatza eskaintzea eragozten dutelako. Hala eta guztiz ere, zenbait ohar garrantzitsu egin daitezke. Ondorengoak, hain zuzen ere:

- Azterlana amaitu ondoren, esan liteke tokiko komunikabideen eta zabalkunde handiagokoen kalitate indizeak ez direla alderagarriak, faktore bereizgarri asko daudelako tartean: maiztasuna, baliabideak, xede-taldeak eta helburuak, besteak beste. Tokiko komunikabideek duten balio soziala oso garrantzitsua da, baita euskararen normalizazioari egiten dioten ekarpena ere, jakina. Hala ere, badira zuzendu beharreko zenbait akats. Izan ere, aztertutako tokiko aldizkarien kalitatea dezente hobetu liteke. Formatuari dagokionez ez da akats larririk detektatu, baina badira hobetu beharreko zenbait kontu: zuriune larregi sumatu da zenbait argazki-oinetan, baita hitz bakarreko lerroak edota lerro umezurtzak eta alargunak ere.

- Hautaketa prozesuan ere akatsak agertu dira: zenbait aldizkaritan informazio-iturriak ez dira behar bezala aipatzen, ezta jazoera nondik datorren ere (prentsaurrekoa, prentsa-oharra, agintariak egindako adierazpenak ote diren, etab.). Baina, ezbairik gabe, zalantza-iturri nagusia atal honetan, albistearen gertakizun-mailaren ingurukoa izan da. Tokiko aldizkari askotan, orri asko betetzen dira hurrengo astean izango diren jardunaldi/festak edo jazoerak iragartzeko. Tipo horretako albisteak/oharrak ezin dira agendan kokatu?
- Lanketari dagokion atalean arazo gehiago sumatu ditugu. Albisteen luzera laburtzeak, mehetzeak, alegia, ondorio kaltegarriak ditu berrien sakontasunean. Albisteak gero eta laburragoak dira —irakurleriaren presioak direla medio seguru asko— eta, era horretan, gero eta zailagoa egiten da albistearen sei W-ei behar bezala erantzutea. Kazetaritzako lehen mailako kontuak dira. Albistea laburra izan daiteke, baina garbi agertu behar ditu nor(tzuk) d(ir)en gertaeraren protagonista(k), zer jazo den, noiz, non, nolatan eta, ahal dela, baita zergatia ere. Elementu horiek guztiak sarritan ez dira behar bezala aipatzen tokiko albisteetan laburregiak direlako. Horrez gain, idazkuntzan akats nabarmenak ere topatu dira, baita kazetaritza estiloari dagozkionak ere: sarrera geroratuak eta adierazpenen esleipen desagokiak, besteak beste. Informazio-elementu osagarriak dagokienez, tokiko aldizkariak badute zer hobetu. Adibidez, argazki askok betelan funtzioa baino ez dute, tamainaz txikiak izateaz gain, artistikoki ez dira oso landuak (normalean).
- Gizarte-ekarpenari dagokionez, aztertutako aldizkari guztiek protagonisten duintasuna bermatzen dute kasu guztietan. Ez da sumatu jarrera sexistarik edo etikaren aurkakorik, baina bai eska dakieke kultur aniztasunaren eta bazterkeria soziala gehiago borrokatzearen aldeko hautua. Hori esan eta gero, onartu behar da tokiko aldizkarien helburu eta ezaugarriak zaildu egiten dutela aipatutako xedeak zehatz-mehatz betetzea.

9. Bibliografia

AIESTARAN, A. (2007). Debabarreneko euskarazko komunikazio-sistema. Tokian tokiko kazetaritza-genero eta gaien analisisa 2000-2004 bitartean. (...eta kittol, Pil-pilean, Barren, Berriketan, Kalaputxi eta Drogetenitturri). Doktorego Tesia. UPV/EHU.

ARRIETA, M., BASTERRETxea, J.I., GZ. GOROSARRI, M., GUTIERREZ, A., RAMIREZ DE LA PISCINA, T., TORREGARAI, I., URKIZA, A. eta ZUBEROGOITIA, A. (ed.) (2005): Kazetaritza euskaraz: oraina eta geroa, Leioa: UPV/EHUko Argitalpen Zerbitzua (online argitalpena: <https://web-argitalpena.adm.ehu.es/pdf/UWLGC17663.pdf>).

BIDEGAIN, E.; AGIRRE, I.; AMONARRIZ, J. eta LARRAÑAGA A.: "*Goiena eta Berria* komunikabideen balio soziala: neurgailu berri baten lehen egokitzapenak, euskal prentsarako" In Uztaro 98 (2016), 79-96.

EUSKO JAURLARITZA (2015). Euskarazko Hedabideak. Hizkuntza Politikarako sailburuordetza: Gasteiz.

GÓMEZ MOMPART, J. LI.; GUTIÉRREZ LOZANO, J.F. eta PALAU SAMPÍO, D. (eds.) (2013). La calidad periodística. Teorías, investigaciones y sugerencias profesionales. Bartzelona, Castelló eta Valentzia: UAB, UPF, UJI eta UV.

GONZALEZ GOROSARRI, M. (2011). Albisteen kalitatea. Euskadi Irratia, ETB1 eta Euskaldunon Egunkaria/Berria (Research on Basque Media's News Quality), Doktorego-tesia, Leioa: UPV/EHU.

RAMIREZ DE LA PISCINA, T.; AIESTARAN, A.; AGIRRE, A. eta ZABALONDO, B. (2015a): Kalitatezko Kazetaritza: Ba al dago etorkizunik? Erreferentziazko prentsaren eboluzioa Euskal Herrian eta Europan (2001-2014), Leioa: UPV/EHUko Argitalpen Zerbitzua.

8. Artikulu-bilduma

97

Gorka Salces Alcalde. Errota Digitala elkartea

Vincze, L. eta Harwood, J. (2015):

"Language competence as a moderator of ethnolinguistic identity gratifications among three language minorities in Europe"

Studies in Communication Sciences, 15, 1, 151-157

Gorka Salces Alcalde. Errota Digitala elkartea

Uribe-Jongbloed, E. (2015):

"Issues of identity in Minority Language Media production in Colombia and Wales"

Journal of Multilingual and Multicultural Development, DOI: 10.1080/01434632.2015.1111895

Xabier Landabidea Urresti. Euskal Gaien Institutua, Deustuko Unibertsitatea

Mittelstädt, Aandra, & Odag, Özen. (2016):

"Social Media Use and Integration of Ethnic minorities"

Athens Journal of Mass Media and Communications, 2(1), 21–30.

Xabier Landabidea Urresti. Euskal Gaien Institutua, Deustuko Unibertsitatea

Gibson, M. (2016):

"Assessing Digital Vitality: Analytical and Activist Approaches"

Proceedings of the LREC 2016 Workshop "CCURL 2016 – Towards an Alliance for Digital Language Diversity Claudia Soria et al. (eds.)

Eneko Bidegain Aire. HEZIKOM, Mondragon Unibertsitatea.

Bhroin, N. N. (2015):

"Social Media-Innovation: The Case of Indigenous Tweets"

The Journal of Media Innovations, 2(1), 89–106.

Josu Amezaga Albizu. NOR Ikerketa Taldea, UPV/EHU

Jones, E. H. G., & Uribe-Jongbloed, E. (arg.). (2013):

"Social Media and Minority Languages: Convergence and the Creative Industries"

Bristol: Multilingual Matters.

Vincze, L. eta Harwood, J. (2015):

"Language competence as a moderator of ethnolinguistic identity gratifications among three language minorities in Europe"

Studies in Communication Sciences, 15, 1, 151-157

Harwoodek egindako aurreko lanen ildotik (1997,1999), taldekidetasun soziala eduki mediatiko jakina bilatzeko motibazio-aldagaia izan daitekeen, eta, aldi berean, hedabideek taldekidetasun jakinak indar ditzaketee premisetatik abiatzen da artikulua. Alabaina, egileen irudiko, komunikabideak erabiliz beharizan etnolinguistikoak asetzeko nahia ezin da bakarrik identitatearen bidez azaldu, hizkuntza gaitasuna ere aldagai erabakiorra baita erabiltzaileen hautu mediatikoan. Hain zuzen ere, autoreen planteamenduaren arabera testuinguru elebidunetan ez identitateak ez hizkuntza gaitasunak ez lukete erabilera mediatikoa azalduko, bi aldagaien arteko konbinazioak baizik.

Hala, identitatearen arlo afektiboak eta kognitiboak erabilera mediatikoan duten efektuan arakutzen du ikerlanak, Hego Tiroleko alemaniera, Transilvaniako hungariera eta Finlandia hegoaldeko suediera hiztun gazteak unibertso gisa hartuta. Zehazki, gazteon identitate etnolinguistikoak nahiz hizkuntza gaitasunak mintzaira gutxituetako telebistarekiko hitzezko lehentasunean eta esposizio errealean zenbateraino eragiten duten aztertzen dute egileek.

Metodologiari dagokionez, hizkuntza gutxituan irakasten duten eskoletako 15 eta 18 urte arteko 1443 ikaslek osatzen dute ikerketaren lagina. Partaideek galdetegi bati erantzun diote, zeinetan identitatearen, hizkuntza gaitasunaren, hizkuntza gutxituko telebistarekiko lehentasunaren eta esposizioaren inguruko autopertzepzioa zehazteko eskatu zaie. Jasotako datuak erregresio linealaren ereduaren bitartez aztertu ostean, emaitzek aditzera ematen dute hizkuntza gutxituko telebistarekiko lehentasuna edo honen kontsumoa baxuagoa den zonaldeetan, identitateak hizkuntza gutxituko telebistarekiko lehentasunean duen eragina nabarmenagoa dela elebitasun maila apala duten gazteen artean. Aitzitik, hizkuntza gutxituko telebistarekiko lehentasuna indartsuagoa den eremuetan aldagai independenteen efektuak nabarmenagoak dira audientziaren kide elebidunenetan.

Uribe-Jongbloed, E. (2015):

"Issues of identity in Minority Language Media production in Colombia and Wales"

Journal of Multilingual and Multicultural Development, DOI: 10.1080/01434632.2015.1111895

Egileak azaltzen duenez, komunikabideak identitatea irudikatzeko eta zilegitzeko tresna nagusia dira gizarte garaikideetan. Nortasun indikatzailerak dira, hedabideek kultura jakinen errepresentazioa bideratzen eta hizkuntza jakinak zabaltzen dituzte. Planteamendu horretatik abiatuta, hizkuntza gutxituetako hedabideetako ekoizleen jardunean identitateak jokatzen duen papera aztertzea du xede artikulu honek. Zehazki, Kolonbiako wayuunaiki, nasa eta kreole hizkuntzak erabiltzen dituzten hiru irratiko ekoizleen eta galeserazko telebistan zein multimedia arloetan diharduten lau ekoiztetxeko kideen jardunaren bitartez heldu dio Uribe-Jongbloedek ikerketa objektuari, alegia, hedabideen ekoizpen alorreko testuinguru eleanitzetan ematen diren identitate-negoiazioei. Metodologiaren aldetik, hiru urratsetan egituraturako hurbilpena erabili du egileak: aurrena, partaideekin sakoneko elkarrizketak egin ditu; ondoren, produkzio jardunaren gaineko 1-2 eguneko behaketa prozesua burutu du; eta azkenik, aurreko bi faseetan lortutako informazioaren araberrak azken elkarrizketa saioak izan ditu.

Ikerketaren ondorioak bost ardatz nagusitan biltzen ditu artikuluak. Alde batetik, eleaniztasunaren esperientzia hizkuntza gutxituetako komunikabideen erdigunean dagoela baieztatzen du egileak. Bestetik, estereotipo negatiboak gainditzeko helburua ekoizpen talde guztiek aipatu dutela berresten du, komunikabidea hizkuntzak garaikide eta dinamiko agertzeko tresna gisa hautematen delarik. Profesionalismoaren zein kalitatearen alorrean, lanak azpimarratu egiten du bi kontzeptuek gehiengoaren hizkuntzako hedabideak hartzen dutela neurgailu gisa, hots, kulturalki definitutako terminoak direla. Halaber, hizkuntza zuzentasun irizpideak betekizun hertsiztaile gisa antzemanak dira aztertutako zazpi kasuetan: programetarako hizlariak aurkitzea zailtzen, eta, oro har, ekoizpen prozesua oztopatzen duten aldagai gisa deskribatzen dituzte partaideek. Era berean, hizkuntza zuzenaren eta naturalaren arteko tentsioa azaleratu da elkarrizketatuen hitzetan. Bukatzeko, Uribe-Jongbloedek nabarmendu du zeinen garrantzitsua den edukien gaineko kontrola komunitate gutxituetako kideen esku gelditzea, ekoiztutako saioek proiektatzen duten kosmobisioak ez ditzan kultura eta hizkuntzaren alorreko botere harremanak islatu.

Mittelstädt, Aandra, & Odag, Özen. (2016):

"Social Media Use and Integration of Ethnic minorities"

Athens Journal of Mass Media and Communications, 2(1), 21-30

Hitz gakoak: Lineako sare sozialak, gutxiengoak, integrazio soziala, akulturazioa, asimilazioa.

ATINER Hezkuntza eta Ikerketerako Atenasgo Institutuaren baitako Masa Komunikabide eta Komunikazioaren Ikerketa Unitatearekin lotutako AJMMC (Athens Journal of Mass Media and Communications) sarbide irekiko aldizkaria da, eta bertan aurkitu daiteke¹ Social Media Use and Integration of Ethnic minorities (Sare Sozialen Erabilera eta Gutxiengo Etnikoen Integrazioa) artikulua.

Nola pentsatu integrazioa gizarte garaikideetan? Zein garrantzia har dezakete lineako sare sozialek gutxiengo eta gehiengo etnikoentzat masa komunikabideez harago? Zer eskaini diezaioke sare sozialen inguruko ezagutzak integrazioaren inguruko ikerketei? Horiek dira Alexandra Mittelstädt eta Özen Odag ikerlariak artikulua honetan planteatzen dituzten lehen galderak, eta baita lanaren interes gune nagusia ere.

Artikuluak sare sozialen erabileraren inguruko azterketak integrazioaren ikasketen garapenean baliagarriak direla argudiatzen du komunikabideek gutxiengoen eguneroko bizimoduan (Worbs, 2010; Piga, 2007) eta integrazio mailan (Weiss & Trebbe, 2001; Trebbe 2007; Peeters & d'Haenens, 2005; Brendler et al., 2013) duten garrantziaren inguruko ikerketetatik abiatuz.

Pausu bat gehiago eman eta lineako sare sozialen garrantzia aztertzeko berriz, diziplinarteko marko kontzeptual berri baten beharra dagoela azpimarratzen dute egileek. Horretarako, Erabilera eta Sarien Teoria -Uses and Gratifications Theory edo U>- (Raacke & Bonds-Raacke, 2008), Akulturazioaren teoriak (Berry, Phinney, Sam & Vedder, 2006), eta Gizarte Integrazioaren Dimentsioak (Esser, 2001) uztartzea proposatzen dute diziplinarteko integrazio kontzeptual batera iristeko.

Integrazio kontzeptual hau hala ere ez da arazorik gabekoa. Lineako eta lineaz kanpoko Gizarte Integrazioaren ereduak lineako sare sozialen erabileraren eta gutxiengo etnikoen integrazioaren ezagutza empirikorako marko egoki bezala aurkezten den arren, lanean hasiera-

1.- <http://www.athensjournals.gr/media/2016-2-1-2-Mittelstadt.pdf>

hasieratik adierazten da asmoa "lineako" eta "lineaz kanpoko"² integrazioaren arteko bereizketa egiteko asmoa eta ardura eta ondorioetan ere hala azaltzen da: "... a clear distinction has been made between the offline and online world" (Mittelstädt & Odag, 2016: 29).

Egileek lineako eta lineaz kanpoko planoen arteko bereizketa erabateko hau lineako eta lineaz kanpoko integrazio moduen ezaugarri espezifikoak aztertzeke egokiena dela defendatzen duten arren, horretan bertan dago bere ahultasun nagusia. Bi planoen arteko joan-etorriak aztertzeke egokia izan daiteke - "... in terms of similarities, differences, or even direction of influences" (Mittelstädt & Odag, 2016: 29), baina harrigarria ere egiten da 2016an argitaratutako testu batetan bi plano horiek modu bereiztuan okupatuko bagenitu bezala planteatzen direla irakurtzea. Gizarte garaikideetako gutxiengo eta gehiengoan integrazio prozesuak aztertzerakoan lineako eta lineaz kanpoko elkarrekintza sozialak modu integralean aztertuko dituzten eredu teorikoak beharko ditugu Euskal Herrian.

Erreferentziak:

- Berry, J. W., Phinney, J. S., Sam, D. L., & Vedder, P. (2006). Immigrant youth: Acculturation, identity, and adaptation. *Applied Psychology: An International Review*, 55(3), 303-332.
- Esser, H. (2001). *Integration und Ethnische Schichtung [Integration and Ethnic Stratification]*. Mannheim: Mannheimer Zentrum für Europäische Sozialforschung [Mannheim Centre for European Social Research].
- Mittelstädt, Aandra, & Odag, Özen. (2016). Social Media Use and Integration of Ethnic minorities. *Athens Journal of Mass Media and Communications*, 2(1), 21-30.
- Piga, A. (2007). Mediennutzung von Migranten: Ein Forschungsüberblick [Media Usage of Migrants: A Literature Review]. In H. Bonfadelli, & H. Moser (Eds.), *Medien und Migration. Europa als multikultureller Raum? [Media and Migration. Europe as an intercultural space?]* (pp. 209-234). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften [Publisher for Social Sciences].
- Raacke, J., & Bonds-Raacke, J. (2008). MySpace and Facebook: Applying the Uses and Gratifications Theory to Exploring Friend-Networking Sites. *CyberPsychology & Behavior*, 11(2), 169-174.
- Trebbe, J. (2007). Types of Integration, Acculturation Strategies and Media Use of Young Turks in Germany. *Communications* (32), 171-191.
- Weiss, H.-J., & Trebbe, J. (2001). *Mediennutzung und Integration der türkischen Bevölkerung in Deutschland. Ergebnisse einer Umfrage des Presse- und Informationsamtes der Bundesregierung [Media Usage and Integration of the Turkish Population in Germany. Survey Results from the Press and Information Office of the German Federal Government]*. Potsdam: GöfaK Medienforschung.
- Worbs, S. (2010). *Mediennutzung von Migranten in Deutschland [Media Usage of Migrants in Germany]*. Working Paper 34. Nürnberg: Bundesamt für Migration und Flüchtlinge [Federal Office for Migration and Refugees].

2.- ... society ("offline") eta virtual communities ("online") jatorrizko ingelesean (Mittelstädt & Odag, 2016: 21)

Xabier Landabidea Urresti

Euskal Gaien Institutua, Deustuko Unibertsitatea

Gibson, M (2016):

"Assessing Digital Vitality: Analytical and Activist Approaches"

Proceedings of the LREC 2016 Workshop "CCURL 2016

Towards an Alliance for Digital Language Diversity", Claudia Soria et al. (eds.)

Hitz gakoak: bizitasun digitala, hizkuntza aniztasuna, hizkuntza aktibismoa, soziolinguistika, hizkuntza bizitasuna.

Maik Gibsonek hizkuntzaren militantzietatik digitaltasuna pentsatu eta ebaluatzeko proposamena luzatzen du Andrés Kornairen Hizkuntzen bizitasun digitalaren kontzeptutik abiatuz (2013), hain zuzen, LREC (Language Resources and Evaluations Conference, Hizkuntza Baliabide eta Ebaluaketa Batzarra) kongresuaren hamargarren edizioaren jarduera txostenean aurki daitekeen artikulu interesgarri honetan.

Kornaik lau mailatan bereizten du hizkuntzen presentzia digitala:

1. **Oparoa** (Thriving): erabilera digital zabala, bai lehen hizkuntza eta atzerriko hizkuntza bezala. Sistema eragile mailan sostengua Microsoft eta Apple plataformetan (Linux banaketetan egoera oso bestelakoa baita).
2. **Bizia** (Vital): ama hizkuntza duten hiztunek komunikatzeko darabilte digitalki, sostengu teknologikoa dute (zuzentzaileak, Wikipedia, biblia...) baina bigarren hizkuntza dutenek ez dute erabiliko, eta ez dute SE sostengurik.
3. **Ondarezkoa** (Heritage): ahozkoatasunik gabeko baina baliabide digital aberatsa duten hizkuntzak. Ezin dute gora egin ("ascend").
4. **Isila** (Still): jarduera digitalik gabeko hizkuntzak. Munduko hizkuntzen gehiengoa (%95a).

Gibsonek Kornairen ondorio ezkorra –munduko hizkuntza gehienak gelditasun edo isiltasun digital horretara kondenatuta daudenarena– ukatu eta isiltasunaren lurraldea (Still territory) hiru mailatan bereiztea proposatzen du:

- **Ernatzezkua** (Emergent): elkarrizketa pribatuatarako soilik erabiltzen dena, eta ez dena kanpotik behagarria (sakeleko testuen bidezkoa adibidez).

- **Ezkutukoa** (Latent): non garapen digitalerako baldintza objektiboak egon badauden, baina erabilerarik ez.
- **Guztiz isila** (Fully still): non ez dagoen garapen digitalerako baldintza objektiborik.

Euskararen hizkuntza ekologiara ekarrita bereziki garrantzitsua da Gibsonek idazketa digitalaren izaerari buruz diona, ahozkoan hika eta zukaren arteko ezberdintasuna dagoen (edo zegoen) bezala erabilera digitalek ere erregistro, formaltasun eta arau ezberdinak behar dituztela argi uzten baitu. Hor badago euskararen biziberritze eta bizitasun digitalerako klabe garrantzitsu bat, zeinari euskal komunikazioaren eremutik modu integralean erreparatu beharko zaion.

Artikulu labur honek bi interesgune aurkezten dituela uste dugu: bata, hizkuntzen ekologia garaikidea eraldaketa digitalen baitan kokatzea, horrek eskatzen dituen gako-aldaketaekin (adibidez ahozko-idatzizko logiketan). Eta, bigarrena, hizkuntza gutxituen artean ere, egoerarik larrienean dauden aldeko posizionamendu kontzeptual konprometitua (eskalen beheren dauden esparruetan ere aukerak eta posibilitateak erakutsiz).

Erreferentziak:

Crystal, D. (2008). Txtng: the gr8 db8. Oxford: OxfordUniversity Press

Gibson, M.L. (2012). Extinct Languages and Languages Close to Extinction: How to Preserve that Heritage? In Vannini, L. & Le Croisier, H (eds.). NET.LANG: Towards the Multilingual Cyberspace. 75-88. Paris: C&F Editions.

Gibson, M.L. (2015). A Framework for Measuring the Presence of Minority Languages in Cyberspace. In Linguistic and Cultural Diversity in Cyberspace. Proceedings of the 3rd International Conference (Yakutsk, Russian Federation, 30 June – 3 July, 2014). – Moscow: Interregional Library Cooperation Centre. 61-70. http://www.ifapcom.ru/files/2015/khanty/yak_mling_2015.pdf

Harrison, K.D. (2010). The Last Speakers: The Quest to Save the World's Most Endangered Languages. Washington DC: National Geographic.

Kornai, A. (2013). Digital Language Death. PLoS ONE 8(10): e77056. doi:10.1371/journal.pone.0077056 <http://www.plosone.org/article/info:doi/10.1371/journal.pone.0077056>

Bhroin, N. N. (2015):

"Social Media-Innovation: The Case of Indigenous Tweets"

The Journal of Media Innovations, 2(1), 89–106.

Hedabideen berrikuntza eta gizarte berrikuntza ikerketak elkartuta osatu du hedabide sozialen berrikuntzari buruzko ikerketa Bhroinek. Bere ustez, berrikuntza horiek garrantzitsuak dira behar sozialak identifikatzeko. Bestetik, sare sozialek komunikatzeko eskaintzen dituzten aukerak euskarri beharrezkoak dira behar sozial horiei erantzuteko. Azkenik, sare sozialek erraztu behar dituzte hedabideetako elkarrekintzak, gizarteak ekiteko daukan gaitasuna agerian uzteko. Ikerketa hori egiteko, arreta jarri du Indigenous Tweets tresnan. Tresna honek erantzuten die batzuen eta besteen behar kulturelei.

Azpimarratu du komunikabide handi tradizionalek eduki kopuru mugatua sortzen dutela hizkuntza gutxituetan. Horregatik, sare sozialek aukera berriak eskaini dituzte hizkuntza gutxituetan komunikatzeko. Hizkuntza gutxituek maiz irrati edo telebista kate "piratak" sortu behar izan dituztela azaldu du. Azken urteetan, sasi-irrati edo telebista horiek zerbitzu publiko gisa formalizatu direla ere gehitu du. Hots, mugimendu horiek erakusten dute hizkuntza baten biziraupenerako goiko eta beheko inizatibak elkartu behar direla.

Twitter berrikuntza teknologikoaren eta berrikuntza soziologikoaren elkartzearen emaitza izan da Bhroin-en arabera. Tresna hori aukera gisa ikusi du hizkuntza gutxituentzat, zabaldu ahal izateko. Komunikabide tradizionalek hizkuntza gutxituak baztertu ohi dituztela baieztatu ondoan, azpimarratu du Twitterrek eta gainerako sare sozialek hizkuntza gutxituetako hiztunei aukera eman dietela beren hizkuntzan komunikatzeko eta hizkuntza hori sare horietan zabaltzeko. Indigenous Tweet tresnak erakusten du hizkuntza gutxituen artean euskara dela Twitterren erabiltzaile gehien dituenetako bat. Bhroinek irlandera eta samiera ikertu ditu. Bi hizkuntza horiek ere jasan dute ahultze prozesu gogor bat eta, horren ondorioz, hizkuntzaren biziberritzearen aldeko mugimendu sozialak sortu dira. Ildo horretan, Twitter bihurtu da hizkuntza biziarazteko tresna bat. Indigenous Tweets tresnak ikusgarriago egin ditu hizkuntza gutxituak.

Jones, E. H. G., & Uribe-Jongbloed, E. (arg.). (2013):

***"Social Media and Minority Languages:
Convergence and the Creative Industries."***

Bristol: Multilingual Matters.

Beldurrik gabe esan daiteke ezinbesteko irakurgaia dela liburu hau, komunikabideen eta hizkuntza gutxituen arteko harremana ulertu nahi dutenentzat. Ulertu ezezik, komunikabideak hizkuntzen alde jarri ere nahi dituztenentzat. Lanaren jatorrian, Europako Mercator Media sareak 2010ean Galesko Aberystwythen antolatutako biltzarra dago. Ohi bezala sare honen inguruan bildu ziren orduan Europan hizkuntza gutxituetako komunikabideak ikertzen ari diren ikerlari entzutetsu gehienak. Han hitz egindakoetatik eta aurkeztutakoetatik sortu zen bilduma hau.

Liburuak bost atal ditu, horietako hiru ekarpen teoriko eta orokortzailez osatuak, eta beste bi kasu azterketetan oinarritutakoak. Lehen ekarpen teorikoan, D.R. Browne eta E. Uribe-Jongbloedek hizkuntza eta etnia gutxituetako komunikabideen historiaren berrikusketa bat egiten dute, egoeren aniztasuna azpimarratuz. Halaber, orain arte gai honen inguruan izan diren ekarpen zientifiko nagusiak biltzen dituzte, bai eta aurrera begirako ikerketa erronkak planteatu ere bai. Hurrengo lan teorikoan, Uribe-Jongbloedek Europako eta Amerikako ikerlarien arteko lankidetzak aldarrikatzen du. L. Vincze eta T. Morinek, bestalde, Finlandian eginiko ikerketa batean oinarrituta, hizkuntza gutxituen dinamikak aztertzeke oso baliagarria izan daitekeen oinarri teoriko bat plazaratzen dute: Nortasun Etnolinguistikoen Sarien Teoria hain zuzen, komunikabideen erabilera aztertzeke hain arrakastatsu suertatu zen Erabilera eta Sarien Teoriaren aldaera gisa. Haren arabera, hizkuntza gutxituetako komunikabideak erabiltzeke arrazoietakoa batek hiltzen nortasun etnolinguistikoarekin du zerikusia. Azkenik, lehen blokean, E. H. G. Jonesek hizkuntza gutxituen bizigarritasuna neurtzeke erabili ohi diren indizeen berrikusketa egiten du, haietan medioen presentzia nabarmenduz eta sareko medioen hedapenak indize horiek berrikustea eskatzen duela azpimarratuz; hala egin ezean, hizkuntza txikiek bitartekotutako komunikazioan duten benetako presentzia distortsionatuta gera bailiteke.

Atal teoriko hauen ondoren zenbait kasu azterketa datoz, gehienak Europako hizkuntza gutxituen ingurukoak, baina baita Europatik kanpokoak ere.

Kasu azterketen ostean, liburua itxiz, arlo honetan erreferente nagusitzat har daitekeen M. Cormackek egiten du gogoeta, komunikabideek oro har hizkuntza gutxituen erabileran izan dezaketen ekarpena ulertzeko medio berriek planteatzen dituzten erronken aurrean. Gogoeta horretarako, liburua osatzen duten atalen sintesi bikaina egiten du autore eskoziarrak. Haren aburuz, medio berriek kolokan jartzen dituzte orain arte komunikazioaren ikerkuntzan ohiko izan diren eta hizkuntza gutxituetako komunikabideak bideratzeko giltzarri suertatu diren zenbait ideia eta kontzeptu. Lehena, audientzia da. Gauza bat baita telebista edo egunkari baten hartzaileak identifikatzea, eta beste bat, arras ezberdina, telefono adimentsu batean edota ordenagailuko bilaketan aritzen denaren jokabideak zedarritzea. Bigarrena, komunitatea bera, komunitate birtualen garaian esangura berria hartzen duena. Kontzeptu hau, bestalde, are korapilatuago dago gaur egun, hizkuntza gutxituen eledunen soslaien biderkatzearen ondorioz: arnaguneetako hitzun osoak, elebakarren artean sakabanatuta bizi diren hitzunak, elebidun pasiboak eta abar.

Hirugarren auzia hizkuntza politika da: medio berriak ez dira errez makurtzen hizkuntza politiketara, haien mundua ez baitago medio tradizionalena bezain arautua. Honekin batera hizkuntza estandarraren auzia dago, hain zuzen ere arauketa ezak hizkuntzaren arauai beraiei ere eragiten baitie. Honek guztionek zaildu egiten du, asko zaildu ere, medioak hizkuntza gutxituaren zerbitzura jartzeko plangintza egitea; eta, aldi berean, erronka handia dakar ikerlariarentzat. Hori bai, autoreak ikerkuntza engaiatua aldarrikatzen du. Izan ere, hizkuntza gutxituetako komunikabideen inguruko ikerkuntza ez baita, besterik gabe, Media Studies delako arloaren azpiarilo bat. Aitzitik, zergatik ari gara lan hau egiten? galderari, honela erantzuten zaio ikerketaren lubaki honetatik: komunikabideek hizkuntzei laguntzea nahi dugulako.

Euskal Herriko irakurleari ezagunak egingo zaizkio, ezbairik gabe, liburu honetan planteatzen diren gaiak, bai eta ikerlarien jarrera. Oso errealitate ezberdinetatik datozen ikerketak izan arren (liburuan estatu hizkuntzak -Finlandiako suediera edo luxenburgera-, milioika hitzun dituzten hizkuntzak -katalera- zein ehun mila baino hitzun gutxiago dituztenak -maoria- aztertzen dira), osagai partekatuak nabarmentzen dira, eta horrek koherentzia ematen dio aleari; lanaren sukaldari nagusien eskuari esker beti ere. Aipagarria, bestalde, hemeretzi artikuluetatik bi Euskal Herriko bi unibertsitatetatik (Mondragon Unibertsitatea eta Euskal Herriko Unibertsitatea) bidalitakoak izatea. Hemen ere zerbaitetan ari garen seinale.

Amaitzeko, esan dezagun liburu honek urte batzuk lehenago argitaratutako beste bati jarraitzen diola (Cormack, M., & Hourigan, N. (arg.). (2007). *Minority Language Media Concepts, Critiques and Case Studies*. Bristol: Multilingual Matters.). Orduko hura ere Mercatorrek antolatutako biltzar batetik abiatu zen, eta kasu azterketekin batera ekarpen orokortzaileagoak ere zekartzan. Nahi baino mantsoago, oso errealitate ezberdinetatik abiatuta, komunikazioaren ikerkuntzaren joera nagusietatik at, eta aldizkari zientifiko hegemonikoen arretarik gabe, hizkuntza gutxituetako komunikazioaren ikerkuntza urrats sendoak ematen ari da, Cormackek dioen moduan, ikerketaren lanbidea hizkuntza txikien alde jartzeko. Liburu hau bide horretatik dator.

kom 2016 kazioa

Euskal
Hedabideen
Urtekaria

