behategia
EUSKAL HEDABIDEEN BEHATOKIA

EUSKAL HEDABIDEEN URTEKARIA



hekimen EUSKAL HEDABIDEEN ELKARTEA
Universidad del País Vasco · Euskal Herriko Unibertsitatea
Deusto Deustuko Unibertsitatea
MONDRAGON UNIBERTSITATEA · HUMANITATE ETA HEZKUNTZA ZIENTZIEN FAKULTATEA · FACULTAD DE HUMANIDADES Y CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN
udako euskal unibertsitatea

behategia
EUSKAL HEDABIDEEN BEHATOKIA

EUSKAL HEDABIDEEN URTEKARIA



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO
KULTURA ETA HIZKUNTZA POLITIKA SAILA
DEPARTAMENTO DE CULTURA Y POLITICA LINGÜÍSTICA

Gipuzkoako Foru Aldundia
Diputación Foral de Gipuzkoa

ORAIN GIPUZKOA

hekimen
EUSKAL HEDABIDEEN ELKARTEA

Universidad del País Vasco
Euskal Herriko Unibertsitatea

Deusto
Deustuko Unibertsitatea

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

udako euskal unibertsitatea

Libe Mimenza Castillo
Euskal Hedabideen Behategiko koordinatzailea
NOR Ikerketa Taldea, UPV/EHU

Igor Astibia Teiletxea
HEKIMEN Euskal Hedabideen Elkarteko zuzendaria

Itziar Laka Mugarza
UPV/EHUko Hizkuntzalaritza katedraduna

Oihane Agirre
Goiena Telebistako zuzendaria

Unai Iparragirre
ETBko zuzendaria

Iban Iñaki Lantxo
Helios Del Santo
Korrikaren komunikazio taldea

Mikel Irizar Intxausti
Goiatz Oiartzabal Lakarra
Leire Palacios Egiguren
Badalab

Urtzi Odriozola
CodeSyntax

Izar Mendiguren Cosgaya
Aiaraldea Komunikabidea

Asier Iturralde Sarasola
Argia

Alex Aginagalde
Pantailak Euskaraz

Galder Gonzalez Larrañaga
Wikilaria eta dibulgatzailea

Pilar Kaltzada Gonzalez
Niko Cuenca Beristain
Maite Reizabal Arregi
Karolina Sainz de Bikuña Irigoien
Iraia Oteiza Jauregi
Borja Lopez Cárdenas
EnpresaBIDEA komunikabidea

Eneko Iriondo Azpiri
EHU-EITB Multimedia Komunikazioan Masterra

Iñaki Zabaleta
Orreaga Zabaleta Ikatzeta
Tania Arriaga
Maria Gorosarri
UPV/EHUko HEKA Ikerketa Taldea

Jordi Morales i Gras
Amaia Perez de Arriluzea Madariaga
Eudan.eus

Josu Azpillaga Labaka
CodeSyntax

Edorta Arana
UPV/EHUko NOR Ikerketa Taldea, Applika+ ikerketa proiektua

Naia Aizpurua Garro
Uxue Morales Elorza
Natalia Arteche Cerrato
Eneko Bidegain
Mondragon Unibertsitateko HUHEZI Fakultatea

Arantza Gutierrez-Paz
Tania Arriaga-Azkarate
Itxaso Fernandez-Astobiza
UPV/EHUko Emakumeen Ikusgaitasuna Hedabideetan Ikerketa Taldea

Editoreak:
Hibai Castro Egia
Libe Mimenza Castillo

Diseinua eta maketazioa:
BO5T talde grafikoa

ISBN: 978-84-09-48691-5
Lege gordailua: SS-1440-2015

BEHATEGIA
Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultatea
Sarriena z/g, 48940 Leioa
behategia@behategia.eus
www.behategia.eus
@behategia
94 601 81 54

EUSKAL HEDABIDEEN

URTEKARIA



aurkibidea

Euskal Hedabideen Urtekaria 2022-2023:
elkarlanerako eta elkarlanean jorratu beharreko lur eremua 7
Hibai Castro Egia

1. **2023ko nazioarteko komunikazio joerak:**
aldaketarako mandatua 11
Libe Mimenza Castillo

2. **Oztopoak oztopo euskarazko komunikabideek aurrera darraite** 35
Igor Astibia Teiletxea

3. **Euskara arrain elektrikoen itsasoan** 43
Gehiago jakiteko: 48

4. **Ekintzatik hitzarmenera; hitzarmenarekin, elkarlanaren garapenera.** 49
Oihane Agirre eta Unai Iparragirre

Elkarlan errealetik sortutako lankidetza 50
Ekintzaren ostean, hitzarmena: 50
Bi lantalde lanean, bat balitz bezala 53
Etorkizun hurbilean: 54
Atera diren emaitzen azalpena 55
Etorkizun ertainean 58
Hitzarmena garatzeko lanean 58
'EUSKARA, KORRIKA, HEDABIDEETATIK LAU HAIZETARA!' 59
Iban Iñaki Lantxo eta Helios Del Santo

5. Badalab:
hizkuntza eta berrikuntza gurutzatzen diren lekua **61**
Mikel Irizar Intxausti, Goiatz Oiartzabal Lakarra eta Leire Palacios Egiguren

Zer da Badalab? 62
"Izena badu, bada" 64
Gobernantza eredu aitzindaria 66
Hedabideentzako esperimentazio gune? 67

6. Zibererasoak, guztion arrisku eta arazo **69**
Izar Mendiguren Cosgaya, Asier Iturralde Sarasola,
Alex Aginagalde, Urtzi Odriozola

Zibersegurtasunaren oinarriak eta gomendio batzuk norbanako, erakunde eta elkarte txikientzat 73

7. Bertsolari Txapelketa Nagusitik Nord Streamera:
eduki libreen garrantzia hizkuntza ez-hegemoniko batean **79**
Galder Gonzalez Larrañaga

8. EnpresaBIDEA, ekonomia etxekotuz **85**
Pilar Kaltzada Gonzalez, Niko Cuenca Beristain, Maite Reizabal Arregi, Karolina Sainz de Bikuña Irigoien, Iraia Oteiza Jauregi eta Borja Lopez Cárdenas.

Abiapuntua eta aurrekariak 86
Ikuspegia 87
Gaiak eta atalak 88
Rikardo Arregi Saria (eta beste zenbait lorpen) 90
Eta orain, zer? 91

9. Euskarazko ikus-entzunezkoen egungo produkzioa.
Ekoizpenaren, kontsumoaren eta zabalkundearen azterketa, begirada kualitatiboa ardatz. **93**
Eneko Iriondo Azpiri

1. Sarrera 94
2. Testuingurua 94
3. Helburuak, hipotesiak eta metodologia 97
4. Emaitzak 99
5. Hausnar-lerroak 102

10. Europa txikiaren sareko albisteak:
hizkuntza gutxituen online agenda orekatua, mundu mugatua 105
Iñaki Zabaleta, Orreaga Zabaleta Ikatzeta, Tania Arriaga, Maria Gorosarri

1. Sarrera 107
2. Ikergaiaren egoera 107
   2.1. Oinarri teorikoa 107
   2.2. Online informazioaren ikerkuntza 108
3. Hizkuntza gutxituak eta hedabideak 108
4. Ikergalderak 109
5. Metodologia 109
   5.1. Laginketa 110
   5.2. Kategoria sistemak 110

6. Emaitzak 112
6.1. Albisteen agenda 112
6.2. Albisteen protagonistak 113
6.3. Editoreei egindako inkesta 113
7. Ondorioak 114
8. Eskerrak 116
9. Erreferentziak 117

11. Hedabide euskaldunen audientziari buruzko sareen analisia: Twitterren jarraitzaile gehien dituzten Behategiari lotutako 7 hedabideen komunitateen analisia **119**
Jordi Morales i Gras, Amaia Perez de Arriluzea Madariaga

1. Metodologia 121
2. Emaitzak 125
3. Eztabaida 132
4. Ondorioak 134

12. Hekimen elkarteko webguneak 2022. urtean eta azken 10 urteetan 137
Josu Azpillaga Labaka, Libe Mimenza Castillo

1. Sarrera 138
2. Bisitak edo saioak 139
3. Alderaketa txiki bat 143
4. Bisiten inguruko beste zenbait kontu 146
5. Bukatzeko 151

PODCASTGINTZARA ZUZENDURIK ANTENA 153

PODCASTEN KONTSUMOARI BEGIRADA BAT
Edorta Arana

1. Digitalizazioaren testuingurua 154
2. Audio digitala 155
3. Podcasten entzuleak 156
4. Podcastak Hego Euskal Herriko gazteen artean 158

EUSKARAZKO PODCASTEN EGOERA 160
Naia Aizpurua Garro, Uxue Morales Elorza, Natalia Arteche Cerrato, Eneko Bidegain

1. MARKO TEORIKOA 160
2. METODOLOGIA 161
   2.1. Euskarazko podcasten zerrenda 162
   2.2. Hedabide bakoitzeko podcast kopurua 165
   2.3. Genero desberdintasuna 166
   2.4. Elkarrizketa podcastak 166
   2.5. Podcastak gaika 168
   2.6. Podcastak entzuteko plataforma digitalak 169
3. Ondorioak 170

FEMINISMOA EUSKAL HERRIKO EUSKARAZKO PODCAST UNIBERTSOAN 172

Arantza Gutierrez-Paz, Tania Arriaga-Azkarate, Itxaso Fernandez-Astobiza

1. Marko teorikoa ... 173
   1.1. Podcast eta mugimendu sozialak ... 174
   1.2. Podcastak mugimendu feministaren komunikazio-tresna moduan ... 175
2. Helburuak eta metodologia ... 176
3. Podcast feministak ... 176
   3.1. Podcast feministak Frantzian, Espainian eta Euskal Herrian ... 176
   3.2. Euskarazko podcast feministak ... 178
4. Ondorioak ... 185

LGTBIQ+ PODCASTAK EUSKARAZ, ANIMALIA MITOLOGIKO HORI ... 190

Euskal Hedabideen Urtekaria 2022-2023: elkarlanerako eta elkarlanean jorratu beharreko lur eremua

Hibai Castro Egia
Euskal Hedabideen Behategia

Zenbait hedabideren arteko elkarlana aspaldikoa den arren, aldaketak handiagoak eta bizkorragoak diren heinean, elkarlanerako beharra handituz doala erakusten dute gure ekosistema mediatiko honetako harremanek, gero eta gehiago. Teknologiaren garapenaren ondorio nabarmenenak diren digitalizazioa eta adimen artifiziala gure alde erabiltzeko eragin behar dugula bistakoa da; ez-eragite soilak kontrako erabilera ekarriko digulako berez, hizkuntza eta kultura ez-hegemonikoa garen heinean. Zentzu berean, geroz eta handiagoa den eremu hegemonikoaren hedapen geroz eta bizkorragoaren aurrean, ezinbestekoa da euskal hedabideon ekosistema osatzen dugun guztion elkarlanerako aldarte eta ekinbidearekin jarraitzea eta hauek sendotzea; aliantza berrietatik proiektu berriak sortuz.

Esku artean edo pantaila aurrean daukazun argitalpen honetan, norabide horretan doazen hainbat esperientzia, hausnarketa eta azterlan bildu nahi izan ditugu, beste zenbait ekarpen eta ikerketa aberasgarrirekin batera.

Guztira hamalau artikulu eta hiru eranskin osagarri bildu ditugu *Euskal Hedabideen Urtekaria 2022-2023* honetan. Agerikoa denez, izenari aldaketa txiki bat egin diogu, iazko urteari aurtengoa ere gehituz. Izan ere, argitalpen honen bokazioa, aurreko urteak emandakoak jasotzeaz gain, urte honetan zehar ere esku artean izango ditugun hainbat gai mahaigaineratzea da.

Barnean aurkituko duzuna aletzen hasteko, begi-belarriak beste herrialde batzuetara zuzendu eta «2023ko nazioarteko komunikazio joerak: aldaketarako mandatua» izeneko xehetasunez beteriko kronika dakarkigu Libe Mimenza Castillok, Euskal Hedabideen Behategiko koordinatzaile eta UPV/EHUko NOR Ikerketa Taldeko kideak. Izenburuak argi dioen bezala, aldaketak datoz; eta halakoetan lagungarria izaten da besteen jardunaren berri jakitea, norbere zalantzak argitzeko edo inspirazioari bide egiteko.

Gurera etorriz, «Oztopoak oztopo euskarazko komunikabideek aurrera darraite» du izena bigarren kronikak; HEKIMEN Euskal Hedabideen Elkarteko Igor Astibia zuzendariak sinatu du, eta iazko urteak euskarazko hedabideen sektorean eman duena laburtu eta aurrera begirako zenbait erronka biltzeaz gain, sortutako produktu berrien lagin bat ere zerrendatu du, egiten den lan eskergaren erakusgarri; elkarlanean egindako batzuk tarteko.

Iaz estreinatutako *sinadura* atalean, Itziar Laka Mugarza Euskal Herriko Unibertsitateko Hizkuntzalaritza katedradunak zientzia fikziozkoa zirudien garai baten gaurkotasunaz gaztigatzen du irakurlea bere «Euskara arrain elektrikoen itsasoan» gogoetan. Bertan, elebitasunaren gaineko ezagutzaren estrategikotasuna aldarrikatzen du, eta hori garatzeko eta horretan sakontzeko ardura duten eragile guztien arreta pizteko moduko lanketa goraipatzen du. Ez hain modu zuzenean agian, baina elkarlanerako deia sumatzen da hemen ere.

Sektorearen barne ezagutzan sakontzeko berebizikoak diren artikuluen sortara bost ale ekarri ditugu. Goiena, Tokikom eta EITBren arteko elkarlan esperientzia kontatzen da, protagonisten ahotik, «Ekintzatik hitzarmenera; hitzarmenarekin, elkarlanaren garapenera» artikuluan. Goiena Telebistako zuzendari Oihane Agirrek eta ETBko zuzendari Unai Iparragirrek sinatzen dute testua, eta bertan, *Saretzen* hitzarmenaren eta San Joan bezperako zuzeneko telebista saioan egindako lankidetzaren nondik norakoak kontatzen dituzte. Osagarri gisa, eta 2022ak emandako beste lankidetza aipagarri bat gehituz aurreko artikuluari, Korrikako komunikazio taldeko Iban Iñaki Lantxo eta Helios Del Santok lerro batzuk eskaintzen dizkiote iazko ekitaldi masiboaren hedabideen arteko elkarlanari, «Euskara, Korrika, hedabideetatik lau haizetara!» eranskin laburrean.

Eremu berriak ere zabaltzen dira gure inguruan, eta horiengandik jasotzen duguna elkarlanerako proposamen zuzena izanki, arreta handiz jarraitu nahi dugu sortu berria den Badalaben bidea. Hasteko eta behin, aurkezpen txartel paregabea daukagu «Badalab: hizkuntza eta berrikuntza gurutzatzen diren lekua» artikulua,

Mikel Irizar Intxaustik, Goiatz Oiartzabal Lakarrak eta Leire Palacios Egigurenek sinatua, Badalabeko lehendakaria, zuzendaria eta berrikuntza eragilea, hurrenez hurren.

Sektoreak dituen arriskuen artean, zibererasoena dugu haietariko bat. Gertatutako erasoak eta hauek ekiditeko aholkuak biltzen dira «Zibererasoak, guztion arrisku eta arazo» artikuluan; elkarri laguntzeko premia eta jarrera azaleratzen duen ariketa hau, hurrenez hurren, Aiaraldeako, Argiako, Pantailak Euskarazeko eta CodeSyntaxeko Izar Mendiguren Cosgayaren, Asier Iturralde Sarasolaren, Alex Aginagalderen eta Urtzi Odriozolaren lana da.

Lankidetzari balioa ematen dion beste idazki bat Galder Gonzalez wikilari eta dibulgatzaileak dakarkigun «Bertsolari Txapelketa Nagusitik Nord Streamera: eduki libreen garrantzia hizkuntza ez-hegemoniko batean» izenekoa dugu; gurea bezalako komunitate batean edukiak partekatzeak duen garrantziaz hitz egiten du bertan.

Azkenik, zuzenean sektorearen ahotik jaso ditugun artikuluekin amaitzeko, jaio berria den komunikabide batek bere asmo sendoen berri eman digu «EnpresaBIDEA, ekonomia etxekotuz» lantalde osoak gogotsu borobildutako kontakizunean. Pilar Kaltzada Gonzalez, Niko Cuenca Beristain, Maite Reizabal Arregi, Karolina Sainz de Bikuña Irigoien, Iraia Oteiza Jauregi eta Borja Lopez Cárdenas dira egileak.

Ikerketa eta azterlan luzeagoen atalean, sei artikulu eta bi eranskin dauzkagu aurtengo alean. Saila irekitzeko, «Euskarazko ikus-entzunezkoen egungo produkzioa. Ekoizpenaren, kontsumoaren eta zabalkundearen azterketa, begirada kualitatiboa ardatz» lana daukagu, EHU-EITB Multimedia Komunikazioan Masterra duen Eneko Iriondo Azpiriren eskutik. Egindako azterketa sakonak aukera ematen dio ikus-entzunezkoen esparruan dauden agente ezberdinen arteko premiazko lankidetzaren beharra ondorioztatzeko, erronken zerrenda elikatuz.

Jarraian, Europako bederatzi hizkuntza gutxitutan ekoizten den sareko kazetaritzaren inguruko azterlan konparatibo bat daukagu, online albisteen agenda eta protagonistak ikertzen dituena; izan ere, sarekoak, ekoizpen eta kontsumo tradizionalaren aurrean nagusitzen ari dira. Mapa horretan jakingarri gertatzen zaigu, beste datu batzuen artean, gure hizkuntzaren egoera. «Europa txikiaren sareko albisteak: hizkuntza gutxituen online agenda orekatua, mundu mugatua» izena eman diote autoreek; UPV/EHUko HEKA Ikerketa Taldeko Iñaki Zabaletak, Orreaga Zabaleta Ikatzetak, Tania Arriagak eta Maria Gorosarrik.

Hurrengo ikerketa lanak zazpi hedabideren Twitter kontuak eta haien komunitateak aztertu ditu. Horietan, zortzi komunitate mota desberdindu eta bakoitzaren ezaugarri batzuk zehaztu dituzte. Haien kohesio maila eta beste zenbait kontzeptu landu dituzte azterketan, eta behaketa hori modu jarraituan egiteak izango lukeen interes handia iradoki dute. «Hedabide euskaldunen audientziari buruzko

sareen analisia. Twiterren jarraitzaile gehien dituzten Behategiari lotutako 7 hedabideen komunitateen analisia» du izena Jordi Morales i Gras eta Amaia Perez de Arriluzea Madariaga Eudan.eus-eko analistek egindako lanak. Hurrenkera alfabetikoan, hauek dira behatu dituzten kontuak: @argia, @berria, @fm983irratia, @Gaztezulo, @HamaikaTB, @NAIZirratia eta @zuzeu.

Urteroko lanari segida emanez, Hekimen elkarteko hedabideen webguneetako trafikoa aztertu du CodeSyntax enpresako Josu Azpillaga Labakak, Libe Mimenza Castillo Euskal Hedabideen Behategiko koordinatzailearen laguntzaz. Aurten, gainera, iazko datuei erreparatzeaz gain, hamarkada oso baten irakurketa ere egin dute, hamar urte bete baitira sareko lehen neurketak egiten hasi zirenetik. Irakurketa horren lehen emaitzak adierazten duena ez da makala, trafikoa hirukoiztu baita hamarraldi honetan. Iazko irakurketara mugatuz gero, 2022. urtean 37 milioi bisita jaso zituzten Hekimen elkarteko webguneek, aurreko urtean baino % 3,3 gehiago. Alor honetan ere presente dago behin eta berriz aipatzen ari garen elkarlana, neurketa digitalerako tresna berria garatzen ari baita Euskal Hedabideen Behategia. Gainera, orain arteko komunikabideei besteren bat gehituko zaie, baina hori datorren urteko argitalpenean xehetuko dugu, lana daukagu-eta aurretik.

Amaitzeko, podcastgintzara zuzendu dugu antena, eta blokea osatu dugu bi artikulu luze eta bi eranskinekin. Sarrera gisa, kontsumoaren inguruko zertzelada batzuk ematen dizkigu Edorta Arana UPV/EHUko irakasle eta NOR Ikerketa Taldeko eta Applika+ proiektuko ikertzaileak «Podcasten kontsumoari begirada bat» atarikoarekin; ematen dituen datuen artean, podcastei egunean 55 minutu eskaintzen dizkiegula zehazten du. Bestalde, «Euskarazko podcasten egoera» ikerketa lanak euskaraz egindako podcastak zerrendatu eta sailkatu egiten ditu motaren, esatariaren generoaren eta hedatzailearen arabera, besteak beste. Mondragon Unibertsitateko Naia Aizpurua Garro, Uxue Morales Elorza, Natalia Arteche Cerrato eta Eneko Bidegainek sinatzen dute. Bigarren azterlan luzeak euskaraz ekoizten diren podcast feministak zerrendatu eta aztertu ditu, UPV/EHUko Emakumeen Ikusgaitasuna Hedabideetan Ikerketa Taldeko Arantza Gutierrez-Paz, Tania Arriaga-Azkarate eta Itxaso Fernandez-Astobizaren eskutik. «Feminismoa Euskal Herriko euskarazko podcast unibertsoan» izendatu duten lanean agerian utzi dute euskarazko podcast feministek duten pisua podcasten eskaintzan. Blokea ixteko, elkarrizketa forman datorren eranskin bat daukagu. Aurreko autoreak LGTBIQ+ gaia erdigunean duten euskaraz ekoitzitako podcasten bila ere ibili dira, baina bakarra aurkitu dute eta «LGTBIQ+ podcastak euskaraz, animalia mitologiko hori» izeneko eranskinean bildu dute.

Horra aurtengo argitalpenak jasotzen duena. *Euskal Hedabideen Urtekaria 2022-2023*: izenburuak dioen bezala, iazkoa bildu, aztertu, dekantatu eta aurtengo zimenduak jarri; egiteke eta egiteko dauden atazei elkarlanean ekiteko.

1.

2023ko nazioarteko komunikazio joerak: aldaketarako mandatua

Libe Mimenza Castillo
Euskal Hedabideen Behategiko koordinatzailea
NOR Ikerketa Taldea, UPV/EHU

Azken urteotako krisi globalak komunikabideak digitalean ardaztera eraman ditu, baita horri aurre egin ahal izateko negozio eredu berriak asmatzera, narrazio modu berrietan trebatzera eta edukien zabalpen bide berriak jorratzera ere. Bai 2022ko gertaerek, bai 2023ko joera eta aurreikuspenek norabide bera uzten dute agerian: aldaketek ez dute etenik izango. Are, adimen artifiziala etxekotuta aro berri baterantz biratzeko atarian ei gaude. Bizirauteko zein arrakasta eskuratzeko ez da bide bakarra egongo, baina joko zelai geroz eta konplexuago honetan, gakoak identifikatu eta galdera-erantzunak bilatzeko ariketa elkarrekin egitea izango da euskarazko komunikazioaren autopista.

2023ko nazioarteko komunikazio joeren errepasoa egiteko hiru txosten hartu dira ardatz gisa: *Digital News Report 2022* (Newman *et al.*, 2022); *The kaleidoscope: tracking young people's relationships with news* (Craft & RISJ, 2022); eta *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2023* (Newman, 2023). Kazetaritzaren etorkizuna aztertzeko helburua duen Reuters Institutuak argitaratu ditu hirurak. Txosten garrantzitsuak dira bizi dugun aroa zedarritzeko, horregatik oinarritu da nazioarteko gertaera esanguratsuen bilduma den artikulu hau horietan. Komunikabideen joko zelaia ulertzeko 11 gako aurkeztuko dira lehenik, gazteek albisteekin zer nolako harremana duten landuko da gero, eta kazetaritzaren etorkizunerako bost ardatz deskribatuko dira azkenik.



KOMUNIKABIDEEN JOKO ZELAIA ULERTZEKO 11 GAKO

Digital News Report 2022 txostenaren hamaikagarren edizioak, sei kontinentetako eta 46 merkatutako datuetan oinarrituta, industriak parez pare dituen erronka nagusiak argitu ditu beste behin. Inkestetan oinarritutako nazioarteko lagina darabilte lanerako Reuters Institutuko azterlanaren egileek (Newman *et al.*, 2022).

Informazio sektorearentzako seinale positiboak agertu ziren 2021eko azterketan —erabilera handiagoa eta konfiantza gehiago—, baina zantzu horiek ez dira 2022ko datu-bilketan mantendu: behera egin du albisteekiko interesak eta audientzia datuak murriztu egin dira herrialde askotan; konfiantza adierazleak ere ez du gora egin. Informazioa jasotzeko eta prozesatzeko nekea zabaltzen ari da bestalde, albisteak saihestea erabakitzen ari direnak gero eta gehiago dira (Tubia, 2022).

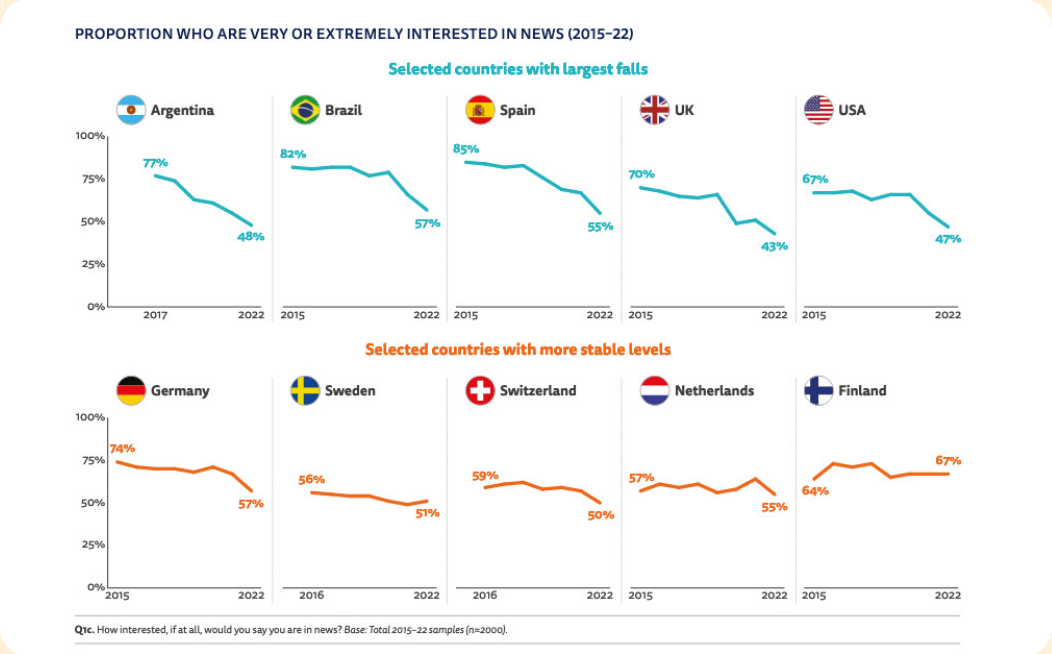
Albisteetatik deskonektatzen ari direnak

Honakoa da edozein hedabiderentzat bizi dugun oinarrizko garaiko erronka: inoiz baino online eduki gehiago eskura dituen erabiltzailearekin konektatzea sarean, eta albisteei arreta jartzeak merezi duela konbentzitzea.

Hamarkada bateko datuak bildu ditu txostenak eta argi ikusten da herrialde guztietan etengabeko beherakada dagoela komunikabide tradizionalen irismenean —prentsa, irratia eta telebista—. Aldi berean, online irismena egonkor mantentzen da —edo, kasu onenetan, apur bat handitzen ari da—, baina inola ere ez du hutsunea estaltzen. Komunikabide digitalek eta sare sozialek informazio-eskaintza askoz zabalagoa eskaintzen dute, baina eskaintza hori sarritan gehiegizkoa eta nahasgarria ere izan daiteke.

Albisteekiko interesa behera

Albisteetan «oso» edo «izugarri» interesatuta daudela dioten pertsonen ehunekoa nabarmen murriztu da denboran zehar: 2022ko datuei erreparatuta, albisteekiko interesa txikiagoa da azterketako herrialde gehienetan. Zenbaitetan —Argentinan, Brasilen, Espainian edo Erresuma Batuan—, erorketa horiek pilatzen ari dira aspalditik. AEBetan, aitzitik, eredua apur bat ezberdina da: Trumpen urteetan interes handia mantendu zen eta Joe Biden presidente bihurtu zenetik behera egin du. Beste herrialde batzuetan —Alemania, Suedia, Suitza, Herbehereak edo Finlandia kasu— interes maila egonkorragoa da.



Nazioarteko bilakaera guztiak aintzat hartuta, inkestatuen erdiak baino gutxiagok (% 47) dio albisteetan «oso» edo «izugarri» interesatuta dagoela —2015ean % 67—.

Lotutako bi arazo ditu fenomenoak: alde batetik, sarean aktiboak diren erabiltzaileen gutxiengo batek albisteak baztertu dituela, beharbada haien

bizitzarako garrantzitsuak ez direla iritzita; eta, bestetik, askoz talde handiago bati eragiten dion eta albisteak banatzeko moduaren egiturazko aldaketekin —digitalerako trantsizioa edota informazio zikloaren izaera aldaketa— lotu daitekeen albisteekiko interesaren eta kontsumoaren beherakada orokorra.

Albiste jakin batzuk saihestea

Geroz eta jende gehiagok dosifikatzen edo mugatzen du albisteen edo, gutxienez, mota jakin bateko albisteen eraginpean egotea. Jokabide horri «albisteen saihespen selektiboa» deitzen zaio, eta portaera horren areagotzeak lagun dezake azaltzen zergatik ez diren hazi kontsumo-maila orokorrak.

Albisteak batzuetan edo sarritan saihesten dituztela dioen ehunekoa bikoiztu egin da 2017az geroztik herrialde batzuetan —Brasilen eta Erresuma Batuan, esaterako—; eta gora egin du beste merkatu askotan ere.

Erabiltzaile andanak, batez ere gazteenek, albisteak modu zatikatuan kontsumitzen dituzte —sare sozialetan edo mezularitza aplikazioetan partekatutako pildoren bidez—. Koronabirusaren bueltan edo Ukrainako gerrarekin lotuta, hedabide askok haien webgune zein sare sozialetan azalpen-formatuak argitaratzeko hautua egin dute (*explainers* deiturikoak); eta, datuen argitara, komunikabideek bide horretan sakondu beharko lukete.

Konfiantza-maila jaitsi egin da

Aurten, konfiantza-maila orokor baxuagoa erakusten dute zenbakiek aztertutako 46 herrialdetatik 21etan —zazpik bakarrik erakusten dute goranzko joera—; batez besteko konfiantza-maila ere (% 42) 2021ekoa baino zertxobait baxuagoa da.

Gainera, konfiantza handiagoko herrialdeetan (Finlandian, esaterako) albisteekiko interes handiagoa ere hautematen da, eta saihesteko joera gutxiago. Aitzitik, konfiantza gutxiko tokietan (AEBetan, Frantzian, Erresuma Batuan edota Eslovakian) saihespen selektiboko eta deskonexiorako tasa altuenetakoak dituzte, baita interes geroz eta urriagoa ere.

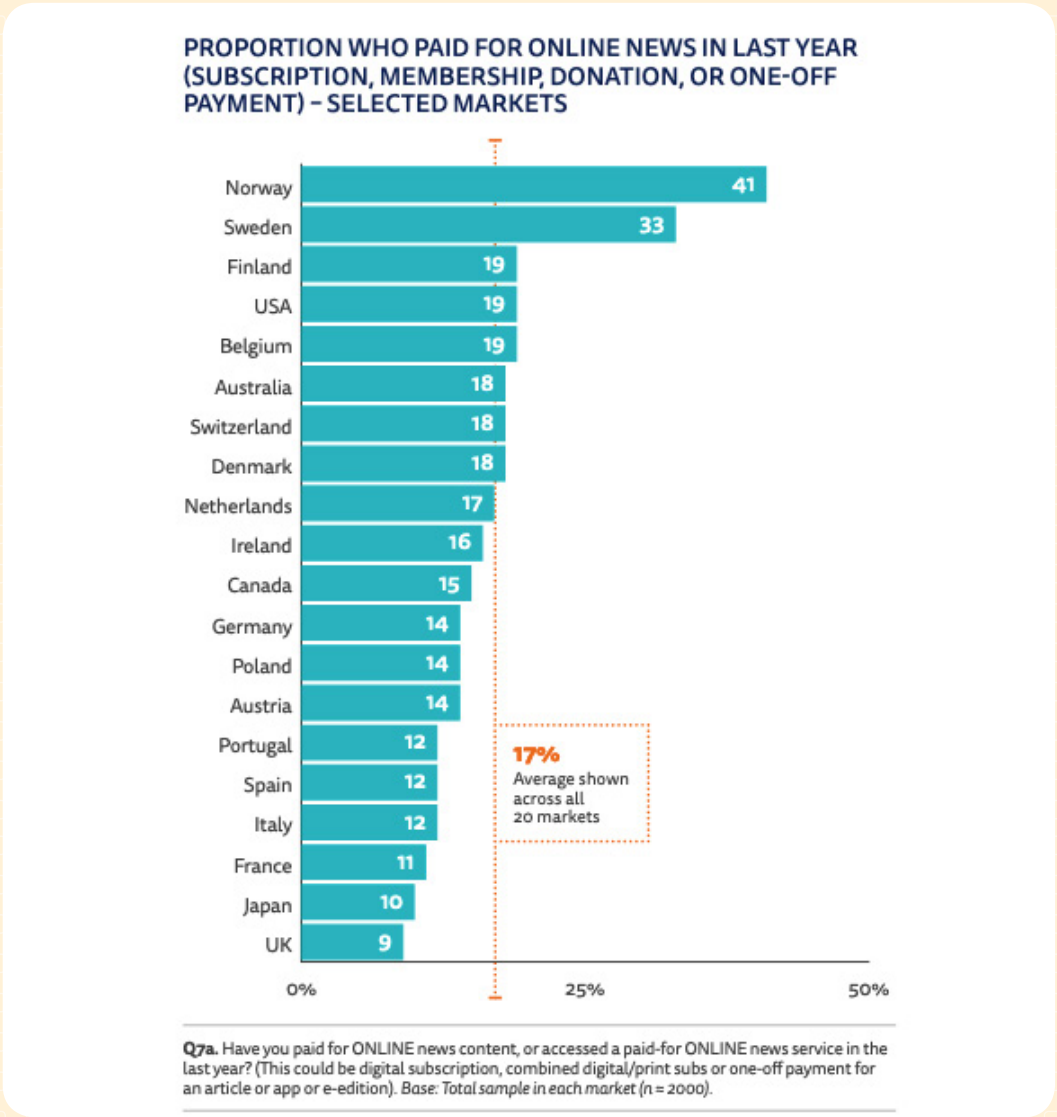
Aurtengo txostenean azaleratu diren konfiantza-mailaren inguruko aldaketak testuinguruan jartzea komeni da dena den; kasu gehienetan, pandemia baino lehenagoko maila baino altuagoa da oraindik ere adierazlea.

Europa iparraldeko eta mendebaldeko herrialde askotan, baita Kanadan eta Australian ere, albisteekiko konfiantza-maila independentzia maila handia duten hainbat hedabide publikok bultzatzen dute. Komunikabide horiek gai garrantzitsuei buruzko informazio fidagarria bilatzen duten herritarrentzako lehen aukera izan ohi dira. Europa hegoaldeko eta ekialdeko komunikabide publikoekin alderatuta oso marka-pertzepzio desberdina duten erakundeak izan ohi dira, eta ez dute horren ildo editorial alderdikoia izaten. Hala ere, hedabide publiko independenteak gero eta presio handiagoa jasaten ari dira zenbait herrialdetan —finantzaketaren aurkako erasoak, haien inpartzialtasunari buruzko zalantzak eta hedabide digitaletara zein sare sozialetara jotzen duten gazteengana iristeko zailtasunak tarteko—.

Albisteengatik ordaintzea, harpidetzak eta erabiltzaileak erregistratzeko borroka

Azken urteotan, hedabideek ahaleginak areagotu dituzte erabiltzaileek harpidetza, bazkidetza edo dohaintzen bidez sareko edukiaren truke ordain dezaten; horrela, publizitate-sarreren menpekotasuna murrizteko asmoz.

Aurtengo txostenak hazkunde nabarmenak erakusten ditu herrialde aberats gutxi batzuetan, baina beste leku batzuetan hazkundea egonkortzen aritu daitekeen seinaleak daude. Ordaintzeko joera nahikoa hedatuta dagoen 20 herrialdeko multzo batean, herritarren % 17 izan da online albisteen truke ordaindu duena —2021eko datu bera—.



Herrialde guztietan, ordaintzen dutenen gehiengo zabala nagusiek osatzen dute, batez besteko adina 47 urtekoa izanik. Industriarentzat funtsezko arazoa da gazteak ordaintzeko konbentzitzea —30 urtetik beherakoak dira Espainiako eta Frantziako harpideen % 28, adibidez—.

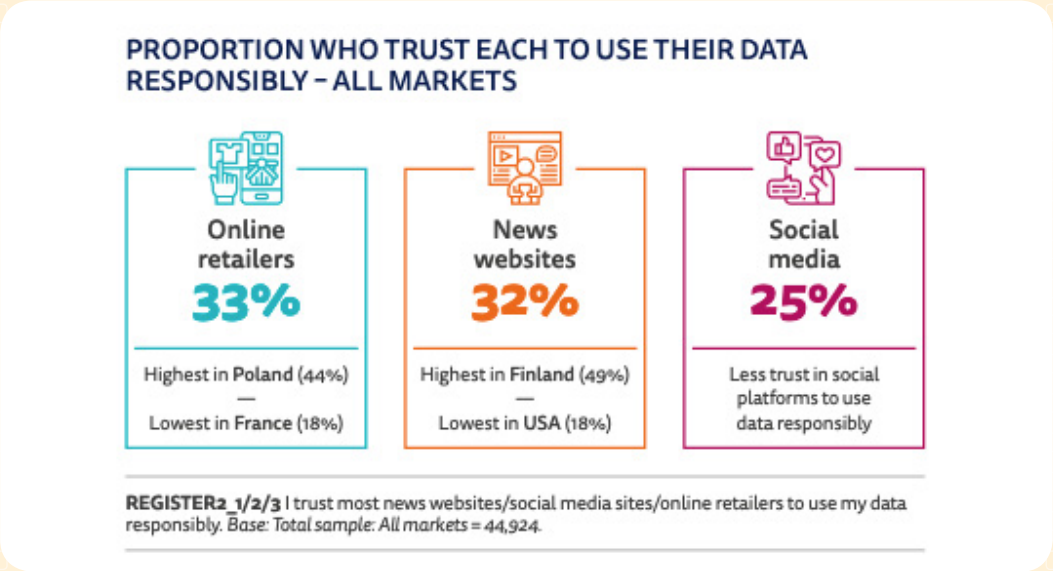
Harpidedunen gehiengoak argitalpen bakarraren truke ordaintzen du, baina AEBetan eta Australian erdiak inguru (% 56 eta % 51, hurrenez hurren) ordaintzen ditu gaur egun hedabide bi edo gehiago —nazio mailako eta tokiko egunkarien arteko konbinazioa eginda sarri—.

Harpidetu ez, baina erregistra zaitez nabigazioarekin jarraitzeko

Harpidetza datuen bilakaeraren inguruko kezkaz harago, komunikabideen industriak beste erronka bat ere bizi du: publizitate diru-sarrerei eustea, hirugarrenen cookie-ak epe laburrean desagertzerakoan. Horri aurre egin nahian, enpresak lehen eskuko datuak biltzen saiatzen ari dira, publizitate-enpresentzako esanguratsua den informazioa eskuratu eta tarifak igotzeko bidea aurkitu nahian. Hori dela eta, hedabideek aldian-aldian helbide elektroniko bat eskatzen dute zenbait eduki edo funtzio osagarritara sartzeko.

Baina nola hartzen ditu publikoak eskaera horiek? Erabiltzaileek haien e-posta edo bestelako datu pertsonalak uzteko duten errezeloa nabari da, batez ere eduki bera beste nonbait eskuragarri baldin badago. Halaber, komunikabide gehienek ez dute jendea erregistratu dadin konbentzitzeko balio-proposamen argirik.

Digital News Report 2022 txosteneko datu orokorren arabera, erabiltzaileen heren batek (% 32) baino ez du uste hedabideek datu pertsonalen erabilera arduratsua egiten dutela —komunikabideak sare sozialen aurretik (% 25) ageri dira hortaz, baina online denden antzeko mailan (% 33)—.

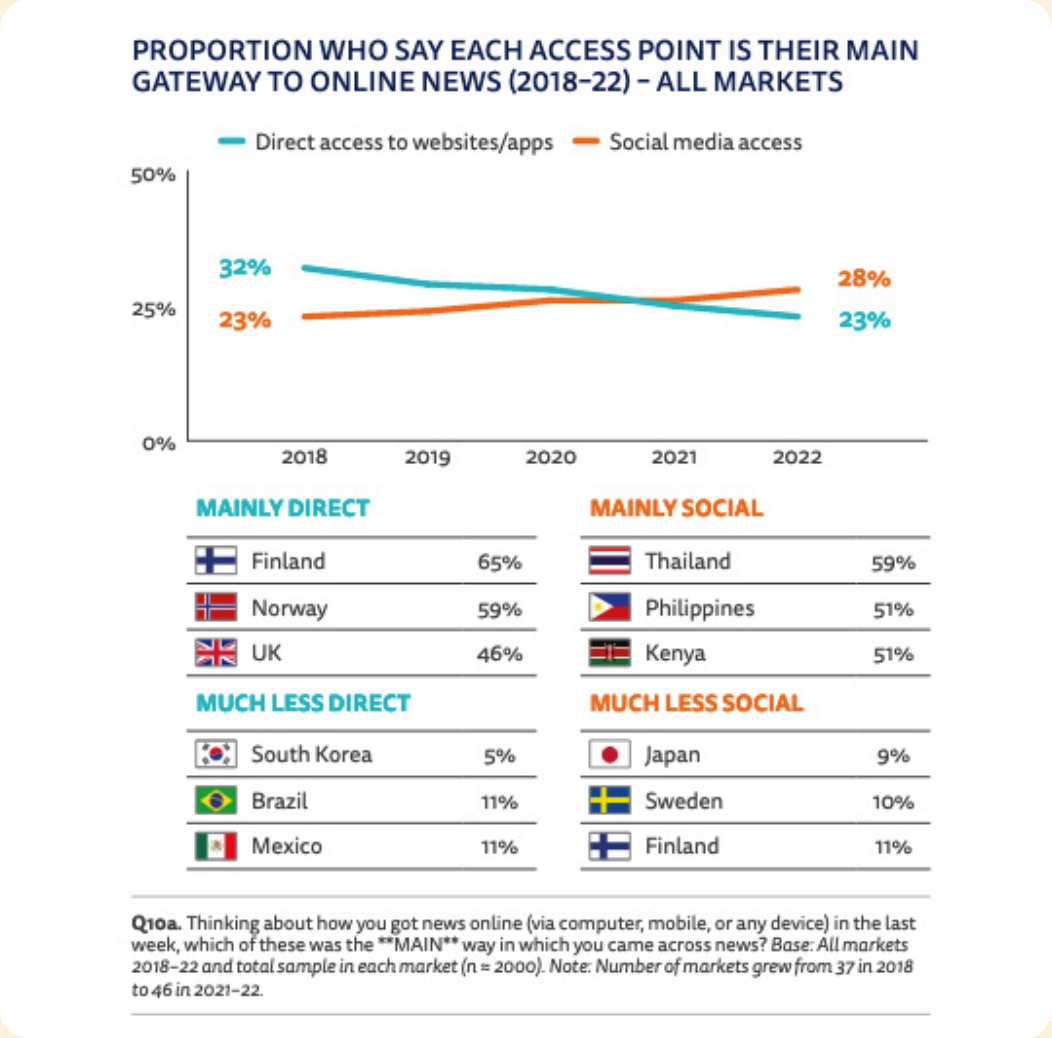


Edonola ere, herrialdearen arabera nabarmen aldatzen da komunikabideekiko konfiantza: adibidez, finlandiarren % 49 prest daude beren datuak komunikabideei uzteko, eta kopuru hori % 18ra jaisten da estatubatuarren artean. Konfiantza orokorraren eta datuak komunikabideei emateko borondatearen arteko lotura argia antzeman da beraz. Konfiantza sortzea ezinbestekoa izango da harpidetza ereduak bultzatu nahi dituzten hedabideentzat ez ezik, etorkizunean audientziekin sakonago konektatzeko asmoa duen edonorentzat.

Albisteetara iristeko bideak

Zer kanal hautatzen ditu jendeak goizetan mugikor bidez albisteetara sartzeko? 2019az geroztik, sare sozialek gainditu dituzte webguneak eta aplikazioak.

Aurten inflexio puntu batera iritsi da sektorea, sare sozialen aldeko lehentasunak (% 28) komunikabideen sarbide zuzena gainditu baitu (% 23).



Nolanahi ere, merkatuko batez bestekoez gaindi, alde handiak daude herrialdeen artean. Hartara, akaso, sarbide zuzeneko tasa altuenak dituzten herrialdeetan albisteak kontsumitzeko harpidetzak bultzatzea errazagoa izan daitekeela pentsa daiteke datuen argitara.

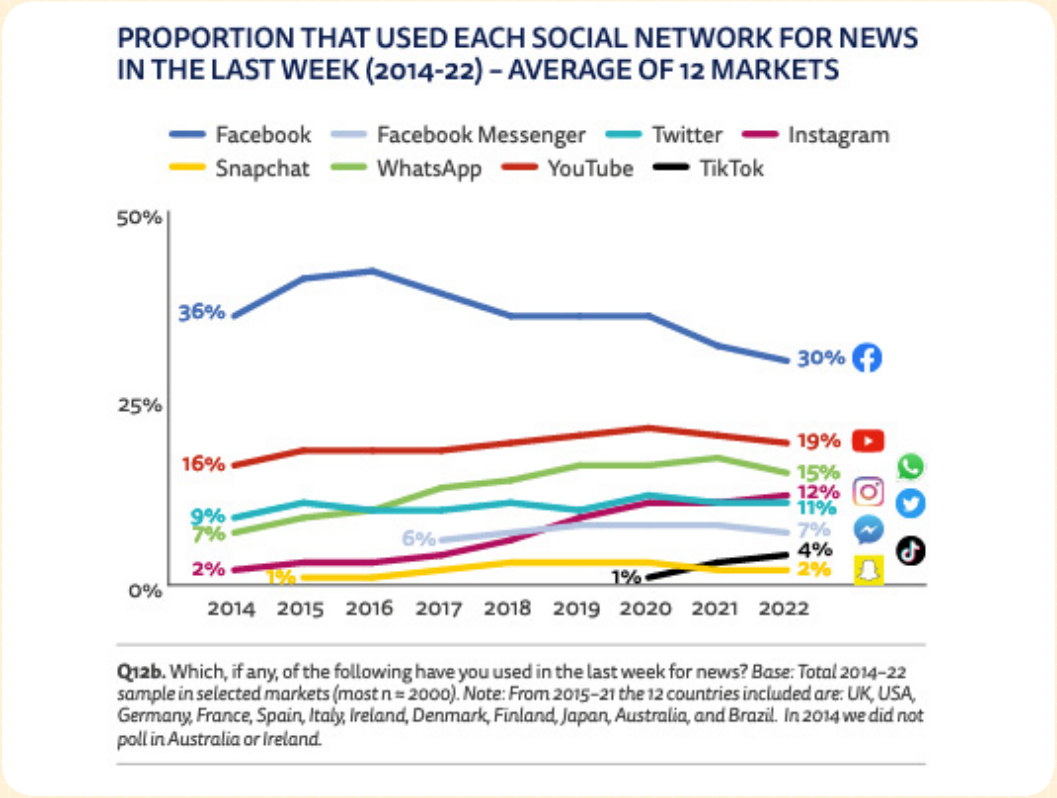
Neurri handi batean, sarbide zuzenaren aldean sare sozialak gailentzen hastea, egun heldutasunera iristen ari den belaunaldi berri baten —*social natives*— ohiturek eragindako aldaketa da. 24 urtetik behera dituen eta sare sozialekin hazi den belaunaldi gazte hori aurrekoekiko desberdina da, baina ez hori bakarrik: aurrekoak baino ezberdinagoa ere bada, eta lotura askoz ahulagoa erakusten du beste garai batean ohikoak izandako komunikabide markekin.

Sare sozialak hedabideak kontsumitzeko bide

2014az geroztik, 12 herrialdetan egin dute Reuters Institutukoek sare sozialen erabileraren inguruko jarraipena —bakoitzaren erabilera zenbatekoa den behatuz honako bi kasuetan: «edozein helburutarako» eta «albisteetarako».

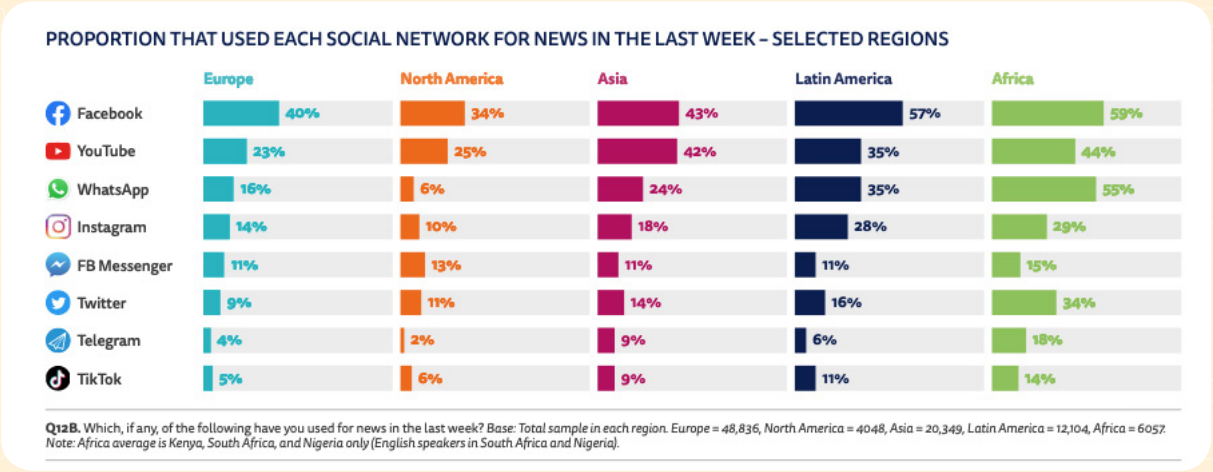
Facebooken edozein helburutarako erabilera orokorra (% 60) bost puntu jaitsi da 2017ko gailurretik; aldiz, azken urtean hazi diren bakarrak Instagram (% 40), TikTok (% 16) eta Telegram (% 11) dira. Kasu honetan ere, gazteenen jokabidea da aldaketen motore, eta ez ohitura errotuagoak dituen adineko multzoarena.

Albisteen kontsumoari dagokionez, sare sozialen arteko erreferentzia garrantzitsuena izaten jarraitzen du Facebookek —nahiz eta 12 puntu jaitsi den 2016tik hona—. Twitterrek bere erabiltzaile-kopurua berdin mantendu du azken hamarkadan, oszilazio handirik gabe, eta politikari zein kazetarien artean eragin handia izatean jarraitzen du; edonola ere, 2022ko urte amaieran Elon Muskek 44.000 milioi dolar ordainduta sarea erosi ondoren gertatutako erabiltzaile galerak izango du islarik ziurrenik hurrengo txostenean —Insider Intelligence merkatu ikerketa agentziaren arabera, datozen bi urtetan 32 milioi erabiltzaile galduko ditu txori urdinak (Insider Intelligence, 2022)—. Meta enpresaren jabetzakoa den Instagram sarea gero eta gehiago erabiltzen da albisteetarako, eta TikTok iritsi da Snapchat gainditzera —oraindik oinarri baxua duen arren—.



Q12b. Which, if any, of the following have you used in the last week for news? *Base: Total 2014–22 sample in selected markets (most n = 2000). Note: From 2015–21 the 12 countries included are: UK, USA, Germany, France, Spain, Italy, Ireland, Denmark, Finland, Japan, Australia, and Brazil. In 2014 we did not poll in Australia or Ireland.*

Mendebaldeko herrialdeetatik kanpo, Latinoamerikan eta Afrikan bereziki, sare sozialak albisteetarako erabiltzen dituen ehunekoa askoz handiagoa da.



TikTok agertu da informazio ekosisteman

TikTok sarearen erabilera orokorra esanguratsua, eta azkar hazten ari dena; batez ere Afrikan, Asian, Latinoamerikan eta Europako ekialdean —25 urtetik beherakoen artean nagusiki—.

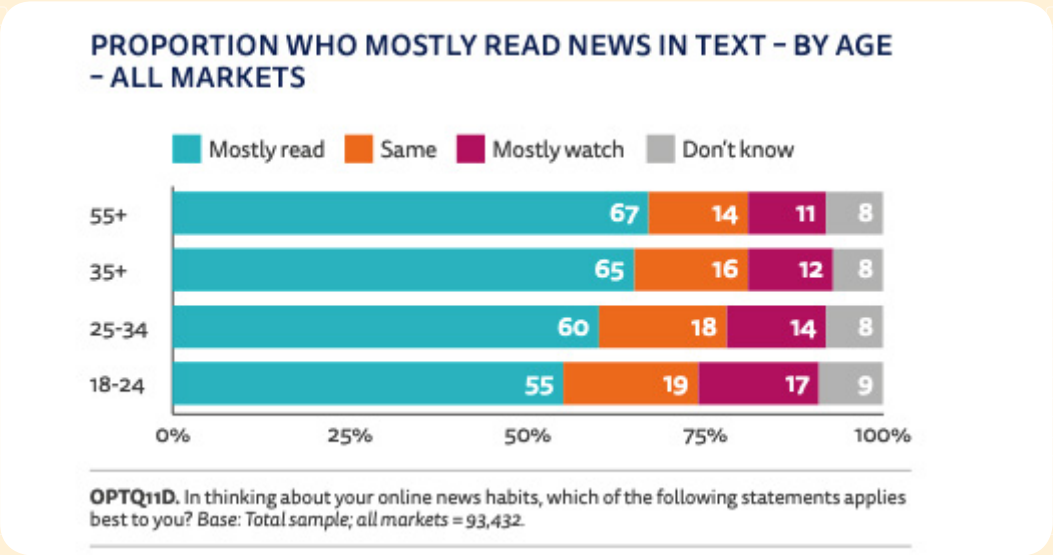
Ukrainako gerraren eskutik zabaldu da plataforma informazio helburuekin erabiltzeko funtzioa. Entretenimenduzko edukiak nagusi diren sarea ez dela albisteetarako lekurik eraginkorrena uste duenik baden arren, BBC News kateak esaterako kanalak sortu zituen errusieraz eta ingelesez gerrari buruzko desinformazioari aurre egiteko asmoz.



Informazioa bideoz? Ez, testuan nahiago

Internet sortu zenetik, albisteak eskaintzen dituzten webguneetako (eta aplikazioetako) kontsumoa artikuluen irakurketan oinarritu izan da, testuaren nagusitasunean; baina hori aldatzen hasi da sare sozialek eskaintzen duten bideo formatuen eskaintza gero eta handiagoarekin.

Reuters Institutuko azterlanaren egileek 2019an galdetu zieten azkenekoz inkestatuei ea zer zuten nahiago, albisteak irakurri edo bideoan ikusi. Berriz egin diete itauna 2022an eta argazkia ez da askorik aldatu. Gaur gaurkoz, testua nahiago da adin-tarte guztietan oraindik.

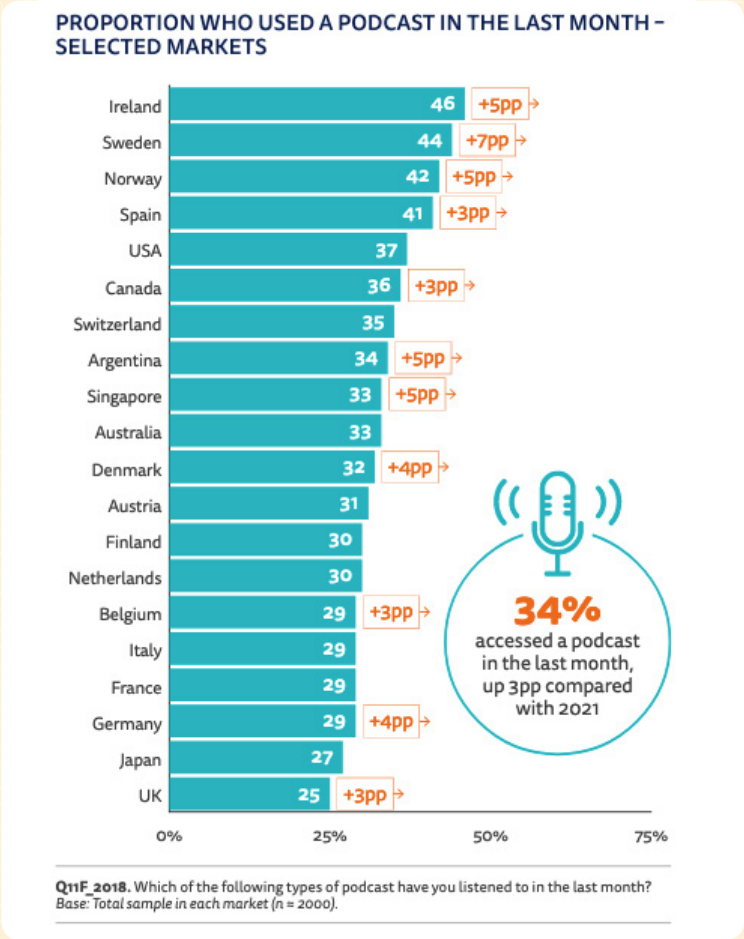


Orokorrean, inkestatuek diote nahiago dutela irakurtzea azkarragoa delako (% 50) edo kontrol gehiago ematen dielako (% 34). Aldiz, albisteak bideo bidez sarean ikustea nahiago dutenen arabera, ikus-entzunezkoa modu errazagoa (% 42) eta erakargarriagoa (% 41) da —laurden batek, ordea, bideoa hautatzen dute sare sozialak erabiltzen dituztelako eta horietan agertzen zaizkielako (% 24)—.

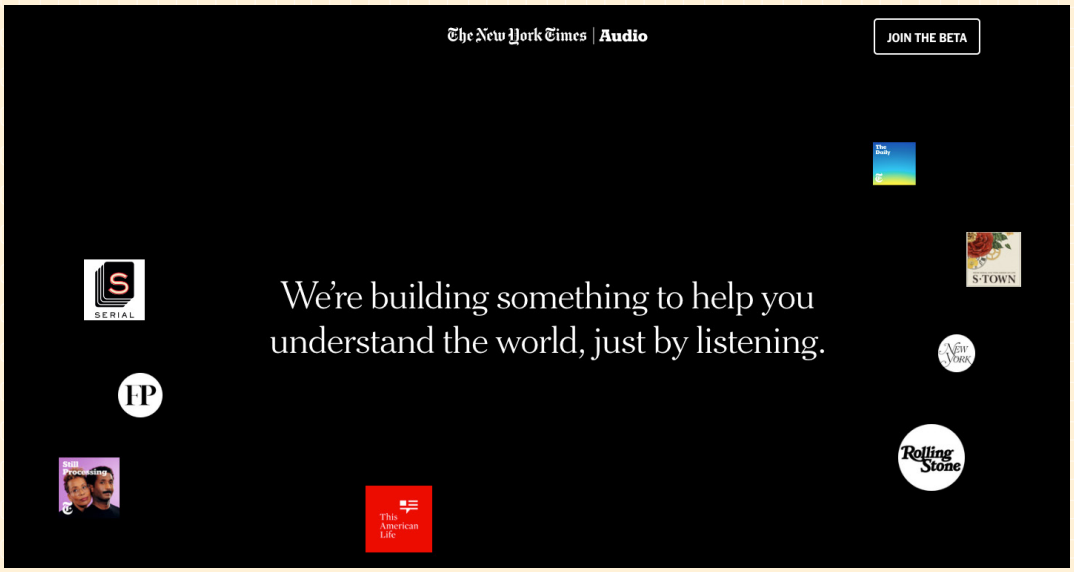
Podcast erabilera berriz ere gora

Pandemiak eragindako etena eta gero, podcasten hazkundea berriro hazi da 2022an inkestatutako merkatuen erdian baino gehiagotan. Herrialde horietan, azken hilabetean podcast bat edo gehiago entzun duela baieztatu duen erabiltzaile tasa % 34 izan da (aurreko aldian baino hiru puntu gehiago), eta % 12 albiste podcast baten entzulea. Audio tradizio handia duen Irlanda dago podcast erabileraren zerrendaburu (% 46) Spotifyren sorterri den Suediarekin batera (% 44).

Formatu honen eskariaren hazkuntzari etekina ateratzeko asmoz inbertitu dute Spotifyk, Amazonek eta Google-k podcastetan; Appleren aspaldiko nagusitasuna hautsi nahian ari dira talentudun izarrak propio fitxatuz.



Plataforma teknologiko handiek edukietan inbertitzen dute eta programazioaren bidez publiko zabalagoa erakartzeko egiten dute lan, baina mugimendu horrek kezka dakarkie komunikabideei —monetizazio, banaketa eta datuetarako sarbideari buruzko galdera forman besteak beste—. Agertoki horretan, *New York Times*-ek bere audio aplikazioa jarriko du martxan aurten, trafiko zuzena sortzeko ahaleginean.



GAZTEEK ZER NOLAKO HARREMANA DUTE ALBISTEEKIN?

Argi geratu da audientzia gazteek portaera desberdinak erakusten dituztela albisteekiko. Reuters institutuak eskatuta, eta azterlana Craft agentziak burututa, 2022ko udazkenean argitaratutako txosten batean landu da gaia sakon: *The kaleidoscope: tracking young people's relationships with news* (Craft & RISJ, 2022). Bertan, fenomenoa aztertzeaz gain albisteak audientzia gazte horietara egokitzeko iradokizunak eskaintzen dira.

Txostenaren lehen lerroburua: gazteentzat albisteak ez dira soilik digitalak, sozialak dira. Web sozial eta parte-hartzailearekin hazi dira, eta horrek baldintzatu du erabat albisteak nola kontsumitzen dituzten egun, «albisteak» zer diren eta norengan duten konfiantza.

Bigarren lerroburu nagusia: gazteen kontsumo portaera ez da bat eta bakarra, jokabide eta jarrera kaleidoskopiko bat agertzen dute —ezin zen bestela izan zatikatutako komunikabideen ingurune batean, albiste-formatu eta marken hazkuntza betean eta taldearen aniztasun naturala kontuan hartuta—.

Txostenaren aurkikuntza nagusiak aurkeztuko dira jarraian.

Albisteak «estuak» edo «zabalak» izan daitezke

Gazteek «*the* news» eta «news» bereizten dituzte; hau da, politikari eta aktualitateari lotutako agenda tradizional estua alde batetik, eta kirolak, entretenimendua, ospetsuen esamesak, kultura eta zientzia bezalako gaiak biltzen dituen agenda zabala bestetik. Lehen kategoria ohiko komunikabide nagusiekin lotzen dute, inpartzialki eta objektiboki jokatzea espero den markekin; bigarrena, aldiz, kategoria zabalagoa da eta tonu eskaintza anitzagoa biltzen da hemen sailkatzen diren hedabide alternatiboetan. Gainera, dikotomia hori hausten dute erabiltzaileek sortutako albisteek, eta definizio irekiagoa duen kutxa honetan koka daiteke sarean aurkitzen den ia gainontzeko guztia.

HEDABIDEEN SAILKAPENA	NAGUSIAK (*mainstream*)	ALTERNATIBOAK (*alternative*)	ERABILTZAILEEK SORTUAK (*user-generated*)
Hedabide-mota bakoitzak gaurkotasunarekin duen harremana	Albistearen berri ematen lehenak izatea espero da	Ez da hain litekeena azken ordukoak lantzea, baina horien berri eman dezakete	Hedabide nagusien eta alternatiboen mende, horien araberako jarduna
Albiste zer kontsideratzen den	Albisteen definizio itxia: ohiko "albisteen agenda"	Definizio zabalagoa: gai nagusiez gain, albisteen agendako berri kontsideratzen direnetatik harago doazenak ere	Definizio zabala erabat: albisteekin zerikusia duen edozer izan liteke
Haiengandik espero dena	Argitalpen serioak, objektiboak, zehatzak eta emoziorik gabeak	Iritziak onartzen dira eta begi onez ikusten dira gainera; halere, argitalpen serioak eta landuak izan daitezke	Emozio/hizkera eskaintza zabalagoa: serioa, friboloa, haserretua, dibertigarria, politikoki ez zuzena...

Zenbaitek modu kontzientean saihesten ditu albiste «estu eta serioak»

Orokorrean albisteak saihestu beharrean, «saihestu beharreko albiste jakin batzuk» aipatzen dituzte, sarri buru osasuna zaintzeko estrategia gisa. Hedabide nagusien albisteak baino nahiago izaten dituzte gazteek hedabide alternatiboen albisteak; eta alboratze horrek ondorioak ditu marka nagusientzat, haien posizio serioak ez baitie audientzia potentzial honekin konektatzen laguntzen.

Faktore askok eragiten dute gazteen albiste kontsumo-hobespenetan

Portaera bat edo bestearen atzean, faktore pertsonalak eta testuingurukoak sartzen dira jokoan. Mugikorretako kontsumoan ardazten den web sozialak zabaldutako aukeren areagotzeak, gazte bakoitzaren kontsumo-hobespena ezberdina eta ia-ia bakarra izatea eragin du. Gertatzen dabilena ulertze aldera, berriz, hiru kategoriatan banatu dira erabiltzaile-motak: zaleak, gertaera nagusiak jarraitzen dituztenak eta atxikimendurik ez dutenak. Lehenek, albisteak kontsumitzen dituzte gozatzeko eta zer gertatzen ari den jakiteko betebehar zibikoa osatzeko; bigarrenek, haien egunerokoan eragina duten gertaerak jarraitzeko behar praktikoa dute —hauentzat ez da gozamena ezta betebeharra—; eta, hirugarrenek bai edo bai ezagutu beharreko gertakizun nagusiak baino ez dituzte jarraitzen.

ERABILTZAILEEN SAILKAPENA	ZALEA (*hobbyist/dutiful*)	GERTAERA NAGUSIAK JARRAITZEN DITUENA (*main eventer*)	ATXIKIMENDURIK EZ DUENA (*disengaged*)
Albisteekiko atxikimendua	Etengabekoa	Noizean behingoa: gertaera nagusiek eta inpaktu pertsonal zuzeneko istorioek bultzatutakoa	Oro har, albisteak saihesteko joera aktiboa; gertaera nagusiek eragindako noizean behingo atxikimendua baino ez
Nola aurkitzen dituzten albisteak	Sare sozialetako bilaketa soziala, web bilaketa, webguneen eta aplikazioen bidezko zuzeneko kontsumoa, agregazio pertsonalizatuak	Nahasketa: gertaera nagusien inguruko bilaketa aktiboa, eta giro harremana (albisteak giroan aurkitzen dituzte, bilatu gabe)	Erabiltzaileen gomendioek edo sare sozialetako giro harremanak bultzatua
Informazio-iturrien hautaketa	Iturri asko eta anitzak: hedabide nagusietan eta alternatiboetan ahots ezberdinak bilatzen dituzte aktiboki, eta markak ere jarraitzen dituzte	Leialtasun gutxiago, agregatzaile eta bilatzaileen menpekoago; halaber, hedabide nagusien multzo txiki baten jarraipena egin dezakete	Hedabide nagusien multzo txiki bat EDO Bilaketa batek eskaintzen duen edozer

Oso eszeptikoak dira informazio gehienarekin

Eszeptiko izateaz harago doaz zenbaitetan, eta zalantzan jarri ohi dute albiste hornitzaile nagusien agenda. Aro digitalean hazi direnez, eta belaunaldi zaharragoek kontsumitzen duten informazioarekin kritiko izateko hezitu dituztenez, marka nagusiak haien inpartzialtasunaren arabera epaitzen dituzte.

Gustu kontua da nahiago duten formatua

Gazteek zer formatu nahiago duten arakatzerakoan, erantzunak ez dira oso trinkoak; aitzitik, bakoitzaren araberako hautua nagusitzen da, gustu kontua da. Hainbat formatu eta euskarri gustatzen zaizkie, eta bada jarraitzeko moduko arrasto bat: haientzat prestatuta dagoen informazioak erakartzen ditu. Testuak bere lekua izaten jarraituko du, berdin bideo, audio eta irudiek, eta sarri asko eduki bakarrean nahiko dute guztia kontzentratuta.

Komunikabide nagusien markek ezin diete atsegin eman gazte guztiei etengabe, baina badirudi maizago aukeratuak izateko aukerak badaudela, zerbait egin dezaketela: eskaintzak dibertsifikatu, gaitegia zabaldu eta tonua arindu. Azken finean, atxikimendu gutxien duen taldea erakarri baino, haienganako bidea egiten ahalegindu. Horretarako, audientzia gazteei zuzendutako albisteak nork sortzen dituen eta eduki horiek zabaltzen diren plataformen kode eta arauetara nola egokitzen diren izan beharko dute kontuan.

KAZETARITZAREN ETORKIZUNERAKO BOST ARDATZ

Reuters Institutuko Nic Newman ikertzaileak urtero argitaratu ohi duen *Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2023* txostena (Newman, 2023) hartu da aurtengo joerak argitzeko oinarri gisa. Azterlanaren muina nazioarteko 53 herrialdetako 303 exekutiboren inkestek osatzen dute; komunikabideen industriako liderren lagin estrategiko baten isla da hortaz, eta lagin adierazgarria ez izateaz gain egilearen espekulazioa ere aintzat hartzen duen arren, bizi dugun garaian kontuan hartzeko moduko irakurketa iradokitzailea da.

Inflazioa eta ziurgabetasuna (mehatxu)

Ukrainako gerrak energia krisia eta inflazioa ekarri ditu eskutik, baina ez hori bakarrik: gogorarazi du ziurgabetasun garaietan zer beharrezkoak diren lekuko informazioak eta adituen analisiak ere.

Publizitateari dagokionez, iragarleak atzera egiten ari dira; herritarrak, berriz, haien etxeetako gastuak murrizten ari dira; eta, horrez gain, hedabideak gorantz doazen kostuei aurre egin beharrean daude. 2022aren amaiera aldera, ekaitz perfektu horrek kaleratzeak, gastuen izozteak eta bestelako neurri murriztaileak eragin zituen.

Komunikabideetako ordezkariei haien negozioen 2023rako prospekzioen inguruko konfiantzaz galdetuta, ez da erdira iristen ziurtasuna agertzen duen taldea (% 44); ziurgabetasuna adierazten dutenak (% 37) eta konfiantza gutxi agertzen dutenak dira nagusi (% 19).

Oraindik ere paperezko argitalpenen menpekotasun handia dutenak izan dira bereziki kaltetuak, paperaren prezioa bikoiztera ere iritsi baita kasu batzuetan. Edonola ere, sortzez digitalak diren enpresak ere ez dira libratzen; Facebook eta Twitter bezalako plataforma handietatik zetorren trafikoaren jaitsierak eragin baitie, batez ere sare sozialetako hedapenaren menpeko daudenei.

Inprimatutako aleen edo publizitate bidezko diru-sarreren menpekotasun handia duen edozein argitalpenek arazo larriak izango ditu aurten. Zentzu horretan, eta

kontuan hartuta tokiko egunkariak bereziki zaurgarriak direla, ziurrenik gobernuak esku-hartze handiagoa izan dezake sektoreari laguntzeko zenbait herrialdetan.

Irrati- eta telebista-kateek ere geroz eta arazo handiagoak dituzte audientzien beherakada oso azkarra izaten ari delako —adin-tarte guztietan—. Netflixek publizitatea onartzeko hartutako erabakiak presioa areagotuko du, eta bitartean kate publikoek finantzaketa murrizketak jasango dituzte.

Zer gertatu daiteke aurten?

> Paperezko argitalpenen murrizketa

Egunkari gehiagok haien edizioak murriztuko dituela espero da: astean zazpi egunetan argitaratzeari utzi edo inprimatutako bertsioak erabat itxi.

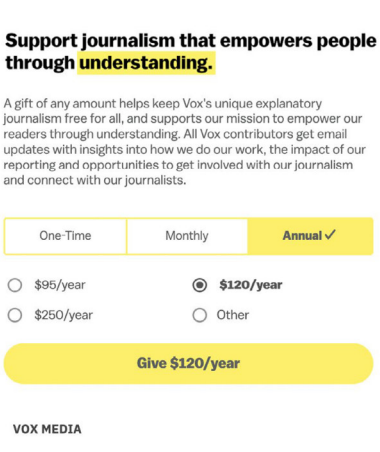
> Irrati eta telebistek proiektu digital gehiagorekin esperimentatzea

Nahieran kontsumitzeko edukiekin eta zuzenekoekin osatutako streaming zerbitzuak sortzeko saiakera gehiago agertuko direla espero da. Gainera, BBC bezalako kate publikoak iragartzen hasi dira hurrengo hamarkadan irrati eta telebista emisio linealak bertan behera utzi behar dituztela, erabiltzaileak egun aplikazioetara eta webguneetara migratzen ari direlako (BBC, 2022).

Harpidetza digitalen esperantza

Inprimatutako argitalpenak dituzten komunikabide garrantzitsuak ari dira haien itxaropena harpidetza digitaletan, bazkidetzetan eta dohaintzetan jartzen. Esaterako, 70.000 harpidedun gehitu dituzte azken urtean *The Times* agerkarian, eta *New York Times* bere harpidetzak igotzen ari da —iaz % 10— 2027rako ezarritako 15 milioiko langara bidean. Halere, badira ahotsak harpidetzek sabaia jo ote duten esaten ari direnak. Aurtengo ardatza lehendik dauden harpidedunak mantentzea izango ei da, berriak gehitzea baino.

Lortutako harpidedun berriak mantendu nahi dituztenentzat funtsezkoak izango dira honako bi mugimenduak: prezio merkeagoak eta eskaintza bereziak batetik; haien eginkizuna eta balioak azpimarratu bestetik.







Beste mugimendu bat ere zabaldu da: harpidedunen leialtasuna lortzen saiatzea produktu edo marka osagarriak eskainita. *New York Times*-ek, esaterako, pakete bat eskaintzen du oinarrizko informazioa, bere sukaldaritza-aplikazioa, jokoak eta *Wirecutter* (produktuen azterketa eta aipamenak eskaintzen dituen zerbitzua) batuta; edo beste modalitate bat informazioa eta *The Athletic* kirol-estaldura zabala elkartuta —hain zuzen ere, tankerako paketeak dira dagoeneko bere harpidetza gorakadaren muin nagusia—.

Komunikabide bat baino gehiago saiatuko da jokaldia kopiatzen:

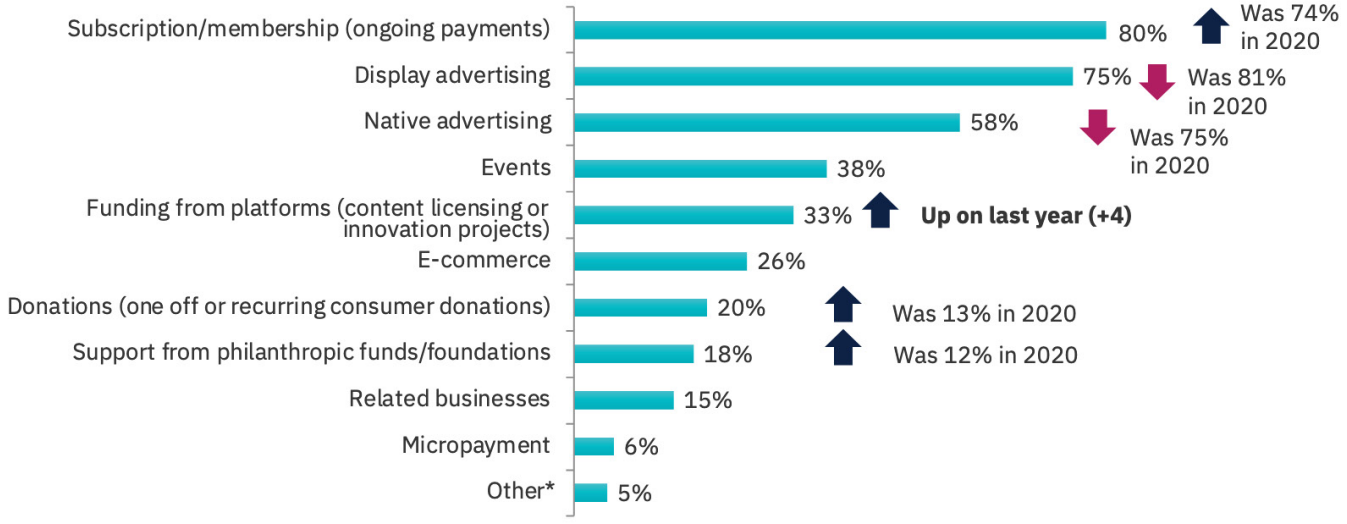
A. Premium produktuen garapena landu —jokoa, sukaldaritza, liburuak, podcastak edo buletinak kasu—.

B. Beste erakunde batzuk erosi, nitxo arrakastatsuak eta harpidetzetan oinarritutakoak.

C. Lehendik dauden markak produktu osagarri bihurtzeko eraldatu.

Le Figaro, adibidez, ari da *New York Times*-en estrategia egokitzen; eta Norvegian, berriz, elkarlan planteamendu biziki interesgarria jarri dute abian: *Aftenposten* Norvegiako egunkari nagusiak pakete bat eskaintzen du *Schibsted* taldeko beste markekin batera (norvegiar jatorriko hedabideen nazioarteko taldea), eta harpidetza bakarraren bidez kontsumi daitezke horiek guztiak PodMe aplikazioan (Norvegia, Suedia eta Finlandiako podcast esklusiboak iragarkirik gabe kontsumitzeko plataforman).

Most important revenue streams this year for publishers



* Other = selling technology, parcel distribution, funding for factchecking, content syndication (and public funding).

Q4. Which of the following digital revenue streams are likely to be important or very important for your company in 2023? Choose all that apply. *N=273 (excluding most publicly funded public broadcasters).*

Harpidetzek lehentasun nagusia izaten jarraitzen dute inkestan (% 80), eta atzetik doa online publizitatea (% 75). Hala ere, komunikabide gehienek diru-iturri desberdinak izatearen garrantzia defendatzen dute, dibertsifikazioa da lehentasun.

Txostenaren arabera, hedabide handi batzuen finantziazio konbinazioak halakoak dira:

- *The Guardian*: harpidetzak + publizitate digitala + plataformetatik, erakunde laguntzaileetatik eta ekitaldietatik datozen diru-sarrerak.
- *The Financial Times*: harpidetzak + publizitate natiboa eta display erakoa + kontsultora bat dauka beste kazetaritza-enpresa batzuei laguntzeko + ekitaldi bidezko negozioa zabaltzen ari da —FT Weekend Festival tartean—.

Ordaindutako edukiez harago, azken boladan gehien hazi den diru-iturria plataforma teknologikoen bidezko finantzaketa izan da. Europar Batasunean, gaur egun, Google-k 300 komunikabide baino gehiagotako edukia ordaintzen du, eta gauza bera gertatzen da munduko beste leku batzuetan, hala nola Australian edota Kanadan. Era berean, Facebookek 20 milioi dolar ordaindu ditu komunikabide handi batzuen edukia bere albisteen atalean sartzeko.

Zer gertatu daiteke aurten?

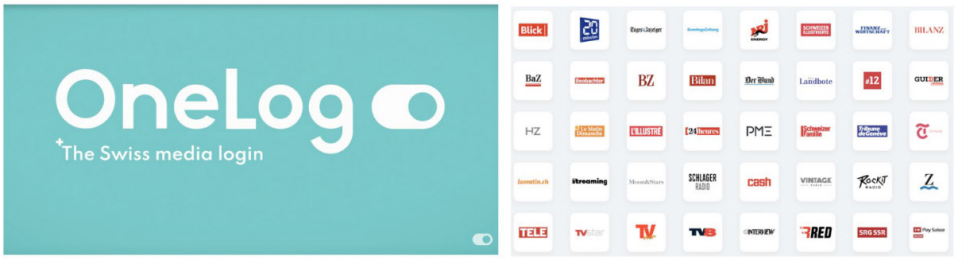
> Plataformen eta hedabideen arteko gatazkak areagotzea

Meta eta hedabideen arteko azken urteetako hitzarmenak iraungitzen hasi dira eta, Facebooken enpresa nagusiak iragarri duenez, AEBetan ez dituzte berrituko. Metak gainera murrizketak proposatzen ditu, bai publizitatea gutxitu delako bai beste lehentasun batzuk ezarri dituztelako —metabertsoan inbertitzea, adibidez—. Amazon, Apple, Microsoft eta TikTok bitartean haien publizitate negozioak hazten ari dira erritmo altuan.

> Komunikabideen aliantzak egoera aldatzeko

Datuen pribatutasunari lotutako aldaketek (cookie bidezko bilketaren desagerpenak kasu) publizitate diru-sarrerak epe laburrean are gehiago murrizteko mehatxua dakarte, eta horren aurrean hedabideek haien datuak biltzeko (lehen eskuko edo first party data) ekimenak abiarazi beharko dituzte.

Badira hedabideek elkartuta martxan jarritako esperientzia interesgarriak: Suitzan, adibidez, OneLog (https://onelog.ch/en/) izeneko sistema dute martxan eta bertan biltzen dira bai herrialdeko komunikabide pribatu nagusiak eta baita irrati-telebista zerbitzu publikoa ere. Behin saioa hastea nahikoa da guztietan nabigatzeko. Bi milioi erabiltzaile daude izena emanda, eta dagoeneko populazioaren laurdenera iritsi dira —hazten jarraitzeko asmoz—. Inplikatutako hedabideek elkarrekin «indartsuagoak» direla diote eta lankidetzak plataformekin lehiatzen lagundu diezaiekeela —arreta zein publizitate lehian—.

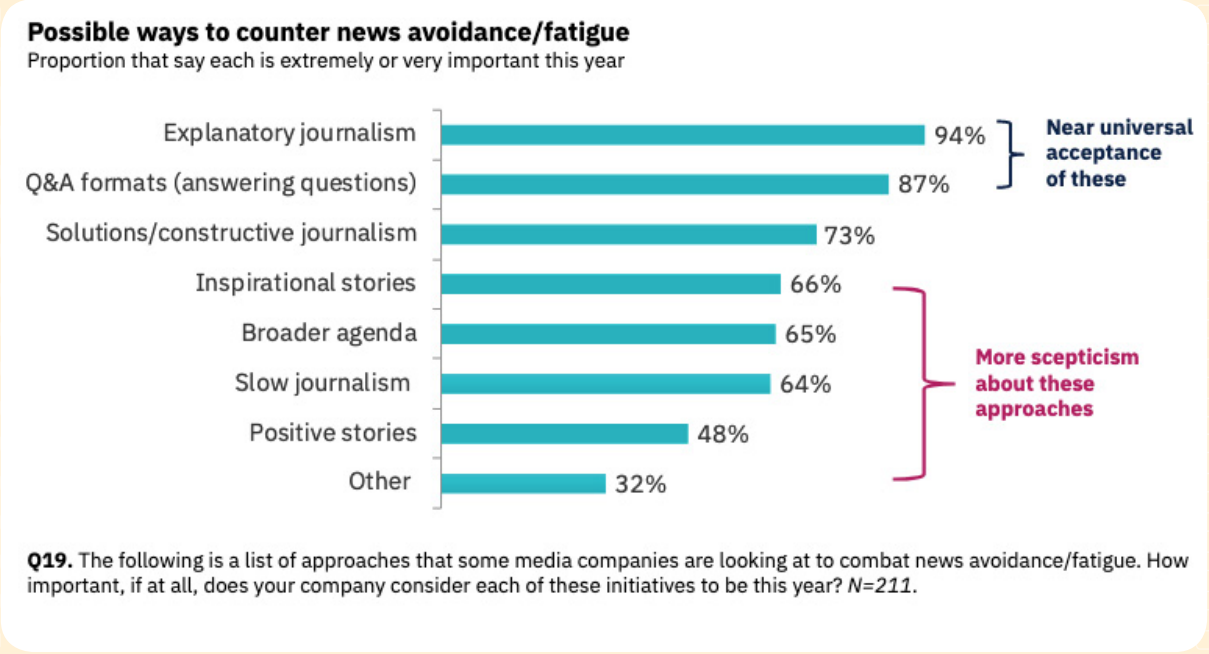


Portugalen, berriz, urte batzuk daramatzate *Nonio* izeneko saio-hasiera bateratuko sistemarekin, hau da, saioa hasteko sistema komun batekin; eta Txekiar Errepublikan ere antzeko sistema baten aldeko apustua egin dute —*Czech Ad ID* deitzen da haiena—..

Interneten maximoa eta albisteak saihesten dituztenen erronka

Urteetako etengabeko hazkundearen ostean, sarean pasatzen dugun denbora jaisten hasi da GWI audientzia ikertzen duen konpainiaren arabera: Interneten igarotako denbora osoa % 13 murriztu da pandemia garaiko konfinamenduetan lortutako erabilera errekorrak izan ondoren, eta horrek gailurrera iritsi garela adieraz dezake (GWI, 2022).

Albisteen saihespen selektiboa, edo nolabaiteko nekea ekiditeko, inkestatutako ordezkari gehienek bi formatu hautatu dituzte 2023ko ezinbesteko langai: azalpen-kazetaritza (% 94) eta galde-erantzun formatuak (% 87).



Zer gertatu daiteke aurten?

> Albiste positiboen bilaketa

Komunikabideek albiste positibo gehiago landuko dituzte, baita horiek gehiago ikusteko aukera emango duten funtzioak integratu ere —atari batzuk hasiak dira haien birdiseinuetan aukera hori gehitzen, Pink News agerkaria kasu, albiste inspiratzaileak bakarrik bistaratu eta irakurtzeko filtro bat eskaintzen du—.

> **Pertsonak ardatz dituen informazioa elkarlanean**

Giza istorioetan oinarritutako ekimenei adi egotea komeni da. Red de Periodismo Humano izeneko proiektua izan daiteke adibide: Argentinako RED/ACCIÓN taldeak 2021ean sortu zuen plataforma da, eta Latinoamerikako zortzi herrialdetako hedabide desberdinak batu ziren aliantzara —eta aurten nazioarteko zabalpenari ekin diote ICFJren (International Center for Journalists) babespean—, elkarren eskura jartzeko audientzia zabalago batentzako interesgarriak izan daitezkeen 5-7 istorio inspiratzaile, eta bakoitzak 3-5 berrargitaratzeko.



Plataformak sufritzen hastea

Azken urtean, Twitterrek bere langileen hiru laurden kaleratu ditu eta iragarle nagusienengandik urrundu da. Meta enpresaren akzioak gutxi gorabehera bi heren jaitsi dira, eta langile batzuen kezka mahai gainean jarri da kexa gisa: Mark Zuckerbergek metabertsoarekiko duen obsesioak enpresaren biziraupena arriskuan jartzen duela diote. Bitartean, erabiltzaile gazteenen artean bereziki, lehen belaunaldiko sare sozialek erakargarritasuna galtzen dutela hautematen da, eta TikTok bezalako aplikazio «dibertigarriagoak» ari dira gailentzen. Gutxik imajina zezakeen halako sekuentzia sismiko bat duela urtebete.

Txinako ByteDance erraldoiaren jabetzakoa den TikToken gorakada ikusgarria izan da: eguneroko mila milioi erabiltzaile ditu dagoeneko. Irrupzio hori ez da existentzialki kezkagarria soilik Facebookentzat; Google ere nabaritzen hasi da bere bilaketetan oinarritutako trafikoaren zati bat desagertzen ari dela; baita Amazon ere, alerta egoeran ari da prozesua jarraitzen, TikTok sareak erosketa eta ordainketa plataforma gisa duen potentzialaren beldur.

Bestalde, Elon Muskek Twitter 44.000 milioi dolarren truke erosi aurretik eta gero izandako jokabideak kazetariak eta zenbait herritar multzo urrundu ditu sare sozialetik. Kezkak gora eta gora egin zuen 2022 amaieran, besteak beste plataformaren integritatea bermatzea helburu zuten langileak kaleratzean, kazetari kritikoen kontuak bertan behera uztean, eta baita egiaztatutako iturrientzako

marka urdinaren inguruko baiezen eraginez ere. Erabiltzaile asko galdu zituen txoriak iaz, eta alde egindako erabiltzaileek populatutako beste sare batzuk ernetu ziren, esaterako, Mastodon —badirudien arren ez dela ordezkagarri bezala geratuko— (Nicholas, 2023).

Testuinguru honetan, Reuters institutuak hedabideetako ordezkariekin egindako inkestan, sare sozialekiko komunikabideen planteamenduetan aldaketak datozela nabarmentzen da: Facebooki eta Twitterri baliabide gutxiago eskainiko dizkietela diote, eta gehiago TikToki, Google bilatzaileari, Instagrami zein YouTube sareari.



Q9. When it comes to distribution and engagement via third-party platforms, will you be putting more or less effort into the following platforms in the coming year. *Note: Numbers shown represent those who say they will put more effort, minus those who say they will put less effort. N=275.*

Datu horiek argi adierazten dute 2023an YouTube eta TikTok bezalako bideo-plataformei emango zaiela lehentasuna —Instagram sarean indar egiten jarraituko den gisa berean—. Ikusle gazteak erakartzeko bide egokiak direla frogatutzat jotzen dute komunikabideetako ordezkariek. Beste kontu bat da, plataforma horietan plataforma barruko kontsumoa gailentzen dela —eta ondorioz hedabideen atarietako trafikoa jaitsi—; eta, zentzu berean, erronka handia eragingo du adimen artifizialak ere klik edo bisitetan oinarritutako hedabideen sareko estrategietan (Benton, 2023).

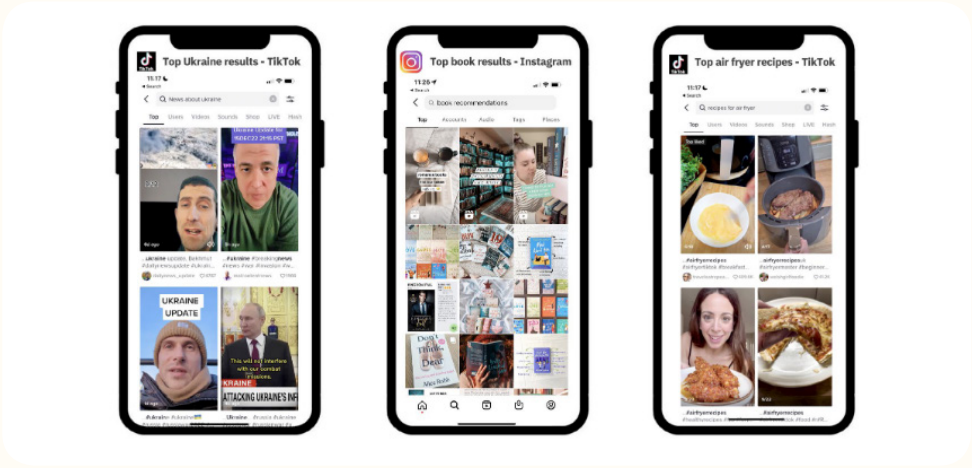
Zer gertatu daiteke aurten?

> **Facebookek albo batera utziko ditu albisteak**

Entretenimendu mugikorrera eta merkataritzara bideratzen ari da Facebook, eta plataformako erabiltzaileekiko harremana indarberritzen saiatzeko asmoz, albisteetatik urruntzen ari da —orain eduki digitalen sortzaileetan eta bideo motzetan jarri du arreta—.

> Bilaketa sozialen urtea izan daiteke

Google enpresako exekutibo batek jakinarazi zuen duela gutxi 18 eta 24 urte bitarteko hamar gazte amerikarretik lau Instagram edo TikTokera sartzen direla non jan jakin nahi dutenean, ez dituztela jada Google bilatzailea edo bere mapak erabiltzen (Cavender, 2022). Modu horretako bilaketen bidez jarraitzen dituzte gaur egungo joerak, izan bidaietarako edo aisialdirako informazioa, berdin moda edo gertatu den azken gerra. Aldaketa honek, beraz, albisteei ere eragiten die: Ukrainako azken gertaerak ezagutzeko, adibidez, gazteek traolak eta bildumak bezalako funtzioak erabiltzen dituzte. Komunikabide nagusiek emaitza horietan duten agerpena edo ikusgarritasuna oso baxua da, eta, beraz, ezinbestekoa izango da ingurune hauetarako albiste eta azalpen edukien optimizazioak lantzea.



>TikTok beste sareen antza hartzen hasi(ko) da

TikTok sarearen hazkunde-fasean funtsezko bereizgarri izan da «For You» jarioa, eta feed horretan erakusten dira eduki dibertigarrienak (baita informazioari gehien lotutakoak ere). Orain, lagunekin konexio hobea ahalbidetzeko ezaugarriak gehitzeko asmoa du. TikTok Now bidez, gainera, une bakoitzean egiten ari zarena telefonoaren aurreko eta atzeko kameren bidez jaso daiteke, Be Real aplikazioaren kopia gisa. Bide horretan, bideoen iraupena luzatzen ari da eta formatu horizontalekin bateragarritasuna aztertzen ere bai, YouTube sarearekin lehiatzea eta sortzaileei publizitate aukera gehiago irekitzea xede.

> Presio arautzaileak gora egingo du, Txinako plataformarentzat nabarmen

TikToken eragina hazten doan heinean, bere algoritmoen eta jendartean duten eraginaren inguruko azterketa publikoa areagotu egingo da. Desinformazioaz mintzatuko dira batzuk eta beste asko plataformak biltzen duen datu-kopuruari buruz, batez ere Txinako agintariek horietara sarbidea izateko aukeran arreta jarrita. Mugimendu batzuk hasi dira: Mathias Döpfner-ek, Axel Springer hedabide taldeko zuzendari nagusiak, aplikazioa debekatzeko eskatu die demokrazia guztiei, eta Estatu Batuetako hainbat politikari errepublikarrek antzeko posizioaren alde egin dute; Britainia Handiko Parlamentuak bere kontua itxi zuen duela gutxi; eta, segurtasun arrazoiak aipatuta, Indiak dagoeneko debekatu egin die herritarrei TikTokera sartzea.

> Plataformen erregulazioan urratsak: mugak

Europar Batasunean, zerbitzu digitalen Legeak eta merkatu digitalaren Legeak muga berriak jarriko dizkiete aurten teknologia-enpresa handien jarduerei.

Adimen artifizialaren eta kazetaritzarako aplikazioen aurrerapenak

Adimen artifizialeko (AA) txatbotak iseka eta trufarako aipagai izan dira, baina OpenAI-ren ChatGPT-ren etorrerak eztabaida eraldatu du. Bere oinarrian dagoen eredua denbora luzez existitzen den arren, ChatGPT-k prototipo irisgarri baten forma eman dio, eta AA zabaltzerakoan egin ahalko direnen ideia argia jendarteratu da 2022 hondarrean: txantxak kontatzeko gai da, pelikula edo liburu baterako argumentuak asma ditzake, ordenagailu-kodeak idazten ditu edota tokiko kazetaritzak dituen erronkak laburbildu ditzake hala eskatuz gero.

Ahots asko dira eraldaketa aipatzen: ChatGPT Internet asmatu zenetik gertatu den aurrerapen teknologiko handienetako bat dela uste dute zenbaitek, eta berau «AA sortzailea» izeneko joera zabalago baten parte dela —hitzak ez ezik, irudiak, bideoak eta baita mundu birtualak ere sor baititzakete ordenagailuek—.

Adimen artifizialak prozesuak arintzea ahalbidetzen du, eta existitzen diren elementu batzuk erabiltzea berria den zerbait eraikitzeko. Aldaketa honek kezka existentzial zenbait sortzen dizkio kazetariari, baina baita aukera sorta zabaldu ere. Kazetaritzara ekarriko dituen ondorioak ez daude argi oraindik; edonola ere, bitartean kazeta batzuk hasiak dira MidJourney eta DALL-E bezalako tresnak erabiltzen argitalpenetarako ilustrazioak sortzeko. Bada anbizio gehiagoko komunikabideren bat ere, esaterako *Semafor*: WITNESS izenpean hainbat bideo sortu zituen irudi gabeko Ukrainako testigantzak AAko animazioen bidez jantzita (Lukyanova, 2022).

Bestalde, antzeko deep learning ereduak erabil daitezke baita errealitatea faltsutzeko ere, Volodymyr Zelensky presidentearen armak uzteko deia egiten zuen bideo faltsua legez (Wakefield, 2022).

Litekeena da datozen urteetan eduki automatizatu eta erdi-automatizatuen eztanda bizitzea, bai onerako bai txarrerako: inoiz baino errazagoa izango da multimedia eduki erakargarriak eta sinesgarriak sortzea, baina inoiz baino zailagoa izango da erreala eta faltsua bereiztea.

Zer gertatu daiteke aurten?

> **Aurkezle birtualak agertzea**

Deep Brain AI Hego Koreako teknologia-enpresak telebistako albistegietako aurkezle ezagunen kopia digitalak (edo biki digitalak) sortzen ditu, gaur egun aldian-aldian agertzen direnak Asiako kate nagusietan. Hego Koreako MBN eta Arirang irrati-telebistak, eta Txinako BTV eta CCTV berdin, teknologia hau erabiltzen ari dira kostuak aurrezteko. Konpainia bezeroen bila dabil orain Estatu Batuetan.





Pictures: Deep Brain AI

> **Adimen artifiziala arautzeko eztabaida indartzea**

Aukera hauek geroz eta errealagoak diren heinean, dilema etiko eta arautzaileak ere sortzen dira. Erregulazioari buruzko eztabaida abian da, eta Europar Batasuneko adimen artifizialaren legeak pertsonen oinarrizko eskubideak eta segurtasuna urratzen dituzten aplikazioen erabilera «onartezinak» debekatzen ditu —nahiz eta praktikan zaila izan identifikatzen eta aplikatzen—.

ERREFERENTZIAK

BBC. (2022). ***Plan to deliver a digital-first*** BBC. *<https://www.bbc.co.uk/mediacentre/2022/bbc.com/mediacentre/2022/plan-to-deliver-a-digital-first-bbc/>*.

Benton, J. (2023). ***Google now wants to answer your questions without links and with AI. Where does that leave publishers?*** Nieman Lab. *<https://www.niemanlab.org/2023/02/google-now-wants-to-answer-your-questions-without-links-and-with-ai-where-does-that-leave-publishers/>.*

Cavender, E. (2022). ***For Gen Z, TikTok is more than entertainment. It's a search engine.*** Mashable. *<https://mashable.com/article/gen-z-tiktok-search-engine-google>*.

Craft & RISJ. (2022). ***The Kaleidoscope: Young People's Relationships With News.*** *<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-09/Craft%20%26%20RISJ%20-%20The%20Kaleidoscope%20-%20Young%20People%27s%20Relationships%20With%20News%20-%20Report.pdf>.*

GWI. (2022). ***Connecting the dots: The consumer trends to know for 2022.*** *<https://www.gwi.com/hubfs/CTD%202022%20-%20videos%20and%20pdfs/PDFs/Connecting%20the%20dots%202022.pdf>.*

Insider Intelligence. (2022). ***Twitter Will Lose More than 32 Million Users Worldwide by 2024*** Amid Turmoil eMarketer Newsroom. *<https://www.insiderintelligence.com/newsroom/index.php/twitter-will-lose-more-than-32-million-users-worldwide-by-2024-amid-turmoil/>.*

Lukyanova, T. (2022). ***Life during the Russian offensive,*** illustrated by art and AI | Semafor. *<https://www.semafor.com/article/10/20/2022/ukraine-reconstructed-memory-video>.*

Newman, N. (2023). ***Journalism, Media, and Technology Trends and Predictions 2023.*** Reuters Institute for the Study of Journalism. *<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2023-01/Journalism_media_and_technology_trends_and_predictions_2023.pdf>.*

Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K. (2022). ***Reuters Institute Digital News Report 2022*** (or. 164). Reuters Institute for the Study of Journalism. *<https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News-Report_2022.pdf>.*

Nicholas, J. (2023). ***Elon Musk drove more than a million people to Mastodon – but many aren't sticking around.*** The Guardian. *<https://www.theguardian.com/news/datablog/2023/jan/08/elon-musk-drove-more-than-a-million-people-to-mastodon-but-many-arent-sticking-around>*.

Tubia, I. (2022). ***Ohiko albisteetatik ihesi.*** Berria. *<https://www.berria.eus/paperekoa/1906/030/001/2022-09-28/ohiko-albisteetatik-ihesi.htm>.*

Wakefield, J. (2022). ***Deepfake presidents used in Russia-Ukraine war***—BBC News. *<https://www.bbc.com/news/technology-60780142>.*

2.

Oztopoak oztopo euskarazko komunikabideek aurrera darraite

Igor Astibia Teiletxea
HEKIMEN Euskal Hedabideen Elkarteko zuzendaria

2022. urtea ere ez da urte erraza izan euskarazko komunikabideentzat. Pandemiarekin lotutako neurriak edota murrizketak atzean geratzen joan diren arren, ez da gauza bera gertatu pandemiak eragin dituen ondorioekin. Areago, nazioarteko egoera gatazkatsuak eraginda paperaren, argindarraren edota erregaien garestitzeak eta, oro har, bizitzaren garestitzeak eragin zuzena izan du euskarazko komunikabideen egunerokoan.

Bada, testuinguru zail eta berezi horretan eman dira euskarazko komunikabideentzako Araba, Bizkaia eta Gipuzkoako erakunde nagusien dirulaguntza deialdiaren inguruko negoziaketak. 2019ko akordioak bazituen hobetu beharrekoak eta hasiera batean horiek erdiesten jarri ditu indarrak Hekimen elkarteak, baina gerora bizitzaren garestitzeak eragindako kalteak leuntzeko neurriak hartu beharraz ohartarazi diegu. Hori gutxi ez eta erakunde publikoei laguntzen poltsak testuinguru berrira egokitzeko elkarrizketetan ari ginela, guda lehertu da Europaren bihotzean, aurrez aipatutako ondorio horiek guztiak nabarmen areagotuz.

2022-2024 ALDIRAKO DIRULAGUNTZA DEIALDIAK ETA EBAZPENAK

Hasiera batean, esan bezala, 2019ko akordioaren gabeziak gainditu eta akordioa testuinguru berrira egokitu asmoz, kostu estandarrak eguneratu beharra izan da sektorearen eskari nagusietako bat, alegia, deialdira bideratutako diru-poltsa handitzeko beharra, baina erakundeek beren poltsak %5 handitzea baino ez dute onartu.

Urte amaieran gainera, deialdien ebazpena etorri denean, bestelako gabeziak ere agerian geratu dira. Hedabide batzuk beren ekoizpena era esanguratsuan handitu dute eta egitasmo berriak ere aurkeztu dira, baina diru-poltsak ez dira neurri berean handitu eta ondorioz %5eko hazkunde hori ez da hedabide guztietara iritsi eta kasu batzuetan 2019an jasotakoa baino gutxiago jaso dute. Kostu estandarren eguneratzeko beharraz gain, egitasmo berriak deialdira dagozkien baliabideekin ekarri beharko liratekeela ere azpimarratu izan dugu, baina ez da hala egin eta ondorioak gainerako komunikabideek pairatu dituzte.

Hori guztia, esan bezala, pandemiak eta gudak eragindako aspaldiko bizitzaren garestitze handienaren testuinguru zail eta berezi batean gertatu da eta lehenago ere deialdietarako diru-poltsak era esanguratsuan handitzeko arrazoiak agerikoak baziren, are agerikoagoak dira orain. Edozein kasutan, ondorengo hilabeteotan arazo horiei guztiei, koiunturazkoei zein egiturazkoei, irtenbideak bilatzeko lanean jarraitzen dugu.

BIGARREN URTEZ PANDEMIAREKIN LOTUTAKO LAGUNTZAK

Dirulaguntzen gaia ez da hor bukatu, ordea. Aurreko urtean Jaurlaritzak pandemiak eragindako kalteak arintzeko komunikabideei eman zizkien dirulaguntza zuzenak, 2022an ere esleitu dira. Oraingo honetan, aurrekoan ez bezala, deialdi bidez egin da banaketa eta aurrekoan baino euskarazko komunikabide gehiago lagundu diren arren, berriz ere, euskarazko komunikabide gehienak laguntza berezi hauetatik kanpo utzi dira.

2021 urtean 5 milioi banatu zituen Jaurlaritzak eta 2022an milioi bat gehiago, alegia, 6 milioi; bada, poltsa %20 handitu duen arren eta euskarazko komunikabide gehiago lagundu dituen arren (aurrekoan 2 eta oraingoan 9), berriz ere, 10 eurotik 9 baino gehiago (%92,3) gaztelaniaz argitaratzen duten hedabideetara bideratu ditu (aurrekoan %93,4).

Elkarteak Eusko Jaurlaritzako sail desberdinekin hitz egin du laguntza berezi hauek euskarazko komunikabide guztiei ireki eta kopuruak handiagoak izan daitezen, baina emaitzak ez dira esperotakoak izan. Oraingoan laguntza ukatzeko erabilitako argudioak honako hauek izan dira: eguneroko informazioa ez eskaintzea edota beren irismena txikiegia izatea. Argudio horiek baliatuz, dirulaguntza deialdi berezi honetara aurkezteko ezarri dituzten baldintzek aldizkariak edota tematikoak kanpoan utzi dituzte, hala nola, gutxieneko irismen bat ez zutenak, alegia, tokiko gehienak. Deialdian sartzeko ez ezik, laguntzaren zenbatekoa kalkulatzeko CIES etxearen datuak erabili dira eta, ondorioz, enpresa horrek neurtzen ez dituen hedabideak kanpoan uzteaz gain, zenbatekoa kalkulatzerakoan ez da kontuan izan gaztelaniaz argitaratzen duten hedabideek eta euskarazkoek unibertso potentzial desberdinak dituztela, berriro ere euskarazko hedabideak nabarmen kaltetuz. Oso agerikoa da erdarazko komunikabideen erabiltzaile potentzialak herritar guztiak direla baina, euskarazko komunikabideen kasuan euskaldunak bakarrik dira erabiltzaile potentzialak. Justiziazkoa da, beraz, komunikabideen irismena bakoitzak duen unibertsoaren arabera baloratzea, hori ez egiteak nabarmen kaltetzen baititu euskarazko komunikabideak.

Elkarteak ahalegin handia egin du bi deialdi horietan euskarazko komunikabideentzako baliabide gehiago bermatu asmoz. Azken urtean lan handia egin da Euskal Hedabideen Mahaian ohiko deialdia hobetzeko helburuz eta Covid-19arekin lotutako deialdi bereziaren kasuan ere, helburu berarekin HPStik harantzago dauden sailekin hitz egin da, besteak beste, Lehendakaritzarekin. Are gehiago, ahalegin berezia egin da Gasteizko Legebiltzarreko lau talde politiko nagusienekin 2023rako aurrekontuen testuinguruan, EAJ, PSE, EH Bildu eta Elkarrekin-Podemosekin bi bilera erronda eginez.

Laburbilduz, euskarazko komunikabideentzako baldintza hobeak lortu asmoz ohiko foro eta solaskideetatik harantzago joateko ahalegin handia egin da eta aurrerapauso txiki batzuk lortu dira, baina urrun geratu gara sektorearen benetako beharrak asetzetik.

PAUSO BERRIAK BERRIKUNTZAREN EREMUAN

Dirulaguntzen eremu honetan egin den hirugarren ahalegina kontuan hartzen badugu ere, emaitzak ez dira esperotakoak izan. Izan ere, aurrez aipatutako foro horietan guztietan aipatutako bi deialdiak hobetzen ez ezik, euskarazko komunikabideetan berrikuntza prozesuak sustatzeko baliabide berriak eskuratzen ere saiatu gara. Araba, Bizkaia eta Gipuzkoaren kasuan Hedabideen Mahaian ez ezik, Lehendakaritzako ordezkari desberdinekin eta Legebiltzarreko talde nagusiekin hitz egin dugu gai honetaz, 2023rako aurrekontuetan berrikuntzarako partida berri eta esanguratsu bat lortu asmoz, baina azkenean Jaurlaritzaren aurrekontuetan, HPSren atalean, 100.000 euroko partida bat da erdietsi dena. Nafarroaren kasuan ere talde parlamentarioekin lanketa bat egin da eta kasu honetan emaitza hobea izan da, izan ere, azkenean, 200.000 euroko partida bat lortu da euskarazko komunikabideetan berrikuntza sustatzeko.

Azken hau baina, 2022 urtean sektoreak berrikuntzaren eremuan egin duen lanketaren alde bat besterik ez da izan. Urte hasieran elkartetik bilera erronda egin zen hala nahi izan zuten komunikabideekin berrikuntzaren eremuan ematen ari ziren pausoak eta beharrak ezagutzeko. Horren ondotik, baliabideak balituzte zer-nolako berrikuntza egitasmoak garatuko lituzketen pentsatzeko eta bakoitza fitxa batean laburbiltzeko eskatu zitzaien. Guztira 32 egitasmo bildu ziren, elkartetik bertatik bi egitasmo landu eta fitxa banatara eraman zirela kontuan hartzen badugu. Fitxa horiek guztiak aztertzeko mintegi bat ere egin zen, besteak beste, elkarlanerako aukerak aztertzeko eta elkartetik bazkide guztientzat garatu beharrekoak bi horiek ala beste batzuk izan behar zuten erabakitzeko. Horrelako egitasmoentzat dirulaguntzak lortzen eta garatzen espezializatutako Zabala aholkularitzakoek ere fitxak aztertu dituzte eta ondorioa argia da: *gehienek ez dute tokirik egun erakunde desberdinek berrikuntzarako eskaintzen dituzten deialdietan, hauek teknologiara eta industria bezalako eremuetara oso bideratuak daudelako.*

Azkenik, zeharka bada ere, berrikuntzarekin lotutako beste lanketa batzuk ere egin dira 2022 urtean zehar. Elkartetik egungo komunikabide moderno batek landu beharko lituzkeen gai desberdinen inguruko hiru formakuntza saio eskaini dira: datu eta ikerketa kazetaritzari buruzkoa Jaime Gomez-Obregon ingeniari ezagunaren eskutik; marka kudeaketa eraginkorrari buruzkoa *Branzai*-ko Ivan

Diaz-en eskutik; eta arretaren ekonomiari buruzkoa Bartzelonako Unibertsitate Autonomoko Santiago Giraldoren eskutik.

Euskal Hedabideen Behategiaren eskutik, berriz, euskarazko komunikabideen audientziak hobeki neurtzeko pauso garrantzitsuak eman dira. Batetik, BEHA egitasmoaren lehen fasea garatu da, euskarazko 8 hedabidek Google Analytics berria beraien sisteman txertatu eta beraien beharrak hobeki ezagutzeko. Eta, bestetik, Behategia Analytics tresna berria garatzeko ere pausoak eman dira, hedabideen egungo beharrei hobeki erantzungo dien neurgailu edo panel berri bat eskaini asmoz. Helburu horrekin egin zen ere EHUren uda ikastaroen baitan bi egun iraun zuen eta hausnarketarako gako asko eman zituen *Euskal hedabideen audientzia digitala: metrika adostuen garaia* ikastaroa.

Horiek izan dira, batez ere, sektorearen tresna izan nahi duen Hekimen elkartetik 2022 urtean egin diren lanketa garrantzitsuenak, baina aurrerago ikusiko dugunez, euskarazko komunikabideek, beren aldetik pausoak ematen jarraitu dute.

ARAUDI BERRIA ETA STREAMING PLATAFORMAK

Aurreko urtean Espainiako ikus-entzunezkoen legea onartu zen arren eta lege berriak nazioarteko streaming plataformei betebehar batzuk ezartzen zizkien arren, gutxi izan dira 2022 urtean eremu horretan eman diren aurrerapausoak. Nazioarteko streaming plataforma garrantzitsu batzuk hasi dira eduki batzuk euskaraz bikoiztuta eta batez ere azpititulatuta eskaintzen, baina orokorrean eskaintza oso oso urria da oraindik. Urte hasieran Azpituluak.eus atariak plataformei 1.500 filmeren azpituluak eskaini zizkien, baina badirudi hauek ez dutela aukera hori baliatu nahi. Lege berriaren eztabaidaren testuinguruan EITBk ere euskarara bikoiztutako edukiak plataformei eskaini beharko lizkiekeela iradoki zen baina kasu horretan ere, badirudi ez dela aurrerapauso nabarmenik eman, izan ere, plataformetan katalanera bikoiztutako edukien kopurua handitzen ari den bitartean, ez da gauza bera gertatzen ari, edo ez behintzat neurri berean, euskarara bikoiztutakoekin. Bestalde, EITB taldeak azken hamarkadan euskarara oso film gutxi bikoiztu dituela kontuan hartzen badugu, katalanekiko atzerapena are nabarmenagoa dela ondorioztatu beharko dugu. Izan ere, datuak etsigarriak dira: 2022an Zinema Euskaraz eta Administrazioan Euskaraz taldeek salatu zuenez, maiatzetik irailera ETB2 kateak 130 film eskaini zituen bitartean, euskarazko ETB1 kateak ez zuen bakar bat ere eskaini.

Testuinguru honetan, EITB taldeak berak streaming plataforma berri bat abian jarriko duela iragarri du, *Primeran* izenekoa, eta arduradunek euskara ardatz izango duela adierazi duten arren, ikusteko dago zein hizkuntzatan emango

dituzten edukiak. Argi dagoen bakarra zera da, ez dela euskara hutsean izango, izan ere, jada argitu dute gaztelaniazko edukiak ere emango dituztela. Kataluniako TV3 kate publikoak ere bere streaming plataforma propioa abian jarriko duela iragarri du, baina kasu honetan arduradunek argi adierazi dute eduki guztiak katalanezkoak izango direla.

Bide batez, azpimarratzekoa izan da 2022 urtean ere Pantailak Euskaraz ekimenak euskarazko edukiak hedatzearen alde egin duen lana. Hekimen Elkartea beraiekin elkarlanean aritu zen Kontseiluarekin batera Espainiako ikus-entzunezkoen legea hobetu nahian eta ondorengo hilabeteotan ere harremanetan darraigu legearen jarraipena egiten.

EUSKARAZKO KOMUNIKABIDEEN TESTUINGURUA

Testuingurua zaila izanik ere, eta erakundeen laguntza ez nahikoa eta berandu iritsitakoa izan arren, euskarazko komunikabideek, ahal izan duten neurrian, beren eskaintza hobetu eta eguneratzeko pausoak ematen jarraitu dute.

Komunikazioaren munduan ez dago egonkortasuna bermatuko dizun negozio eredu jakin bat. Mundu guztia ari da sarrerak eta irteerak orekatu nahian eta, noski, baita euskarazko komunikabideak ere. Telefono mugikorra bilakatu da edukiak kontsumitzeko pantaila nagusi eta ikus-entzunezkoek gero eta garrantzia handiagoa dute. Ohiko hartzaileak mantendu eta berriengana iristeko ezinbestekoa bilakatu da, kalitatezko edukiak eskaintzeaz gain, eduki horiek euskarri desberdinetan eta, areago, euskarri edota plataforma desberdin horietara egokiturik eskaintzea, bakoitzaren ezaugarri edota kodeak erabiliz. Ez da nahikoa paperean, irratian edota telebistan eskaintzen zen hori webgunean eskaintzea. Euskarri edota plataforma berriak ere baliatu behar dira eta edukiak tresna berri horietarako sortu edota egokitu. Horretan ere ari dira euskarazko hedabideak.

7 haizetara bidaia aldizkaria zena eta orain Bidaiari izena duena, astero bere edukia paperean eskaintzeaz gain, astean behin Naiz irratian irratsaio bat uhineratzen hasi da. Jakin aldizkaria gazteentzako filosofiari buruzko ikus-entzunezko laburrak editatzen hasi da. UEUk ere pausoak eman ditu norabide horretan eta *Bekaduna* izeneko umorezko websail bat eskaini du. Era berean, Euskal Wikilarien Kultur Elkarteak *Ikusgela* bideo pedagogikoen ataria jarri du abian. Eta Iametza komunikazio eta teknologia enpresak *Memeka.eus* proiektua sortu du sarean hain bizkor hedatzen diren memeak euskaraz emateko amoz. Berriak webgunean nabigatzeko tresna berri bat prestatu du irakurleentzat. Arabako Aleak egoitza berria eta irudi korporatiboa estreinatu ditu. Antxeta

irratiak, Berriak, Hamaika Telebistak eta Kanaldudek adimen artifizialean oinarritutako itzulpen sistema lantzen jarraitzen dute... Hauek adibideak baino ez dira, izan ere, euskarazko hedabide guztiak ari dira era batera edo bestera beren eskaintza hobetzeko lanean.

Zentzu honetan azpimarra berezia merezi du podcastaren gaiak. Izan ere, 2022 urtean asko izan dira podcastak oinarri dituzten egitasmo berriak. Ulu Media ekoiztetxeak esaterako meditazioari buruzko *Urratsa* eta migratzaileei buruzko *Harresi ikusezina* jarri ditu abian. Ekoiztetxe hau indartsu ari da podcastaren munduan eta ezagunak dira, besteak beste, Donostiako kulturari buruz diharduen eta jada 380 saio egin dituen *Ispilu beltza* saioa edota bigarren denboraldia abian duen eta Euskadi Irratian eskaintzen den *Artxipelagoa* saio distopikoa. Aipatzekoa ere Euskal Idazleen Elkarteak eta Azkue fundazioak elkarlanean sortu duten literatura feministari buruzko *Ahots planeta* podcasta. Iruñeko Laba aretoko lagunek *Ongi egiten dugu Iruñekoak izateko* podcasta sortu dute. Zuzeu atariak 2022 urtean segida eman dio 2019an abiatutako *Euskal gaizkileak* podcastari. Hasieran idatzizko edukiak zirenak audioak ere badira orain. Ildo beretik, bi geografok herrien, hirien eta lurraldearen antolaketa lantzen dituen *Herritik hirira* Twitterreko kontua podcast bilakatu dute. Hausnarketa kritikoa sustatzeko helburuz 2021ean sortu zen *Basilika* podcast egitasmoan atal berriak sortu eta eskaintzen ari dira (Besaulkia , Koro, Sakoneta, Zeelanda Berria, Berdela, Phoenix Ragazza...). Urtzi Urkizu Berriako kazetariak ere *Kroketak* izeneko podcast saio pertsonala abiatu du. EITB taldea ere indar handiz ari da podcastaren munduan eta, besteak beste, 6 eta 13 urte bitarteko gaztetxoentzako *Sara eta Paulen abenturak* audiofikzioa sortu du. Gaztea irratiak umorea eta entretenimendua ardatz dituen *Benetan zabiz?* podcast berria ere abian jarri du. Aipagarria ere Topaguneak ekoitzi eta EITB Podkast atarian eskaini duen hizkuntza ohiturak aldatzeko *Zapla* saioa. Bukatzeko ezin aipatu gabe utzi feminismoari buruzko *Berria FM* podcasta, berriki Euskal Kazetarien Elkarteak *Kazetaritza Digitala-Narratiba Berriak* atalean saritu duena.

Harantzago joan direnak ere badira, audioa eskaintzearekin nahikoa ez eta irudia ere eskaini nahi izan dutenak. Hori egin du esaterako Bilbo Hiria Irratiak *Anabasa* elkarrizketa saioarekin. Eta gauza bera egin dute Gaztea irratian surfari buruzko bideopodcast bat sortuz. Bi surflari dira podcastaren aurkezleak eta bideoak Gaztearen atarian eta bere Youtubeko kanalean argitaratzeaz gain, audioak EITB Podkast atarian eskaintzen dituzte. On Time ekoiztetxeak EITB Podkast atariarentzat *Kuku!* bildumaren izenburupean egindako bost ipuinen bideopodcastak ere ikus-entzunezko berezi hauen eremuan koka litezke. Baita feminismotik minbiziaren tabuak eraistea helburu duen *Izan inurri* elkartearen *(Min)bizi* bideopodcasta ere. Areago, bada podcastetik websailera salto egin duenik ere, hain zuzen ere horixe da *Polaina* podcastaren kasua, podcasteko aktoreek *Zertako!* websaila sortu dute. Tabakalerako 2deo ikus-entzunezko laborategiarekin elkarlanean sortutako egitasmoa da eta honek ere umorea du ardatz.

Ikus daitekeenez, euskarazko komunikazioaren eremuan, poliki-poliki, umorearekin lotutako eskaintza ere handitzen ari da, nahiz eta kasu gehienetan, komunikabideetatik at sortzen ari diren egitasmoak izan. 2018 urtean Donostiako

Bagera Elkartearen eta Hiru Damatxo ekoiztetxearen laguntzarekin sortutako *Atzean Zuloa* egitasmoko lagunek bideo esketx berriak eskaini dituzte, Nerea Aranburu eta Ivan Aizpurua aktoreen bidez. Eta umorezko bakarrizketak eskaintzera ere animatu dira batzuk. Beatriz Egizabal aktore eta umoristak *Mama mia* bakarrizketa eskaini du *Feministaldia*ren testuinguruan. Bide beretik, Mirari Martiarenak *Kontrazala* bakarrizketa eskaini zuen Liburuaren egunaren testuinguruan.

Jokuek ere hedapen garrantzitsua izan dute azken urtean euskarazko komunikazioaren eremuan. Egunean Behin arrakastatsuak denboraldi berriak eskaini ditu 2022an eta finala ETB1en eskaini dute, baina izan dira egitasmo berriak ere. Talaios kooperatibako lagunek esaterako, *Wordle* joku ezaguna euskaratu dute, baita honen aldaera den *WordlEH* edota *Wikitribia* ere. Era berean, informatikari batzuek euskarara ekarri dute ingelesez *Spelling Bee* dena eta, *Berbaxerka* izenarekin, Berriaren atarian eskaini dute, azken honekin elkarlanean.

Elkarlanean garatutako egitasmo gehiago ere izan dira. Urte hasieran Hamaika Telebistak eta Kanaldudek elkarrekin eskaini zuten Sarek euskal presoen alde Euskal Herriko hiriburuetan deitutako mobilizazioa. Pandemiak eragindako trabak atzean utzita udaberrian itzuli zen Korrika eta euskararen aldeko lasterketaren jarraipena elkarlanean eskaini zuten ETB, Berria, Hamaika, Kanaldude, Goiena, Erlo, Goierri eta 28 Kanalak. Ekainean jada, Frantziako Asanblearako hauteskundeen berri eman zuten Berriak eta Euskal Irratiek. Udazkenean Tokikom elkarteak bere ohiko sariak banatu zituen baina oraingoan bazkide guztiak saritu zituen, bere 10. urteurrenaren testuinguruan, bazkideen arteko elkarlana eskertu asmoz.

Euskara ardatz duten egitasmo berriak ere sortu dira 2022 urtean. Zehazki, ekonomiari buruzko komunikabide berri bat sortu da, *EnpresaBIDEA* izenekoa, eremu horretan euskaraz zegoen hutsune garrantzitsua betez. Era berean, pozgarria izan da ere, hainbat komunikazio egitasmok urteurren borobilak bete dituztela ikustea: 40 urte bete dituzte Irulegiko irratiak eta Xiberuko Botzak eta 25 beste irrati batek, Bilbo Hiria irratiak; 20 bete ditu Txorierriko Aikor komunikabideak, 10 Hazi Hezi pedagogiari buruzko aldizkariak eta 5 Amikuzeko irratiak, Ipar Euskal Herriko euskarazko irratien artean gazteenak. Zoritxarrez, izan da jarduna eten behar izan duenik ere. Bermeoko Itsuki irratiak esaterako, 37 urteko ibilbideari amaiera eman dio diru sarreren jaitsierak egoera eutsiezin bihurtu diolako.

Aipatutako hauek guztiak euskarazko komunikabideak beren eskaintza hobetzeko ematen ari diren pausoen adibide batzuk baino ez, lagin txiki bat baino ez. Izan ere, ezinezkoa da horiek guztiak horrelako artikulu batean jasotzea. Edozein kasutan, eta ikus daitekeenez, oztopoak oztopo, euskarazko komunikabideek aurrera darraite. Aurretik zetozen arazoei pandemiaren edota gudaren ondorioak gehitu zaizkie, baina euskarazko hedabideen komunitateari esker, gure langile, harpidedun, kolaboratzaile, laguntzaile eta hartzaileei esker, ahal dugun neurrian aurrerapausoak ematen jarraitzen dugu.

3. Euskara arrain elektrikoen itsasoan

Sinadura

Itziar
Laka Mugarza

UPV/EHUko Hizkuntzalaritza katedraduna

Mila urte igarota ura bere bidean diosku esaera zaharrak baina ez da egia, urek eurek ere asko aldatzen baitute bidea denboraren ibilian. Etengabeko aldaketan bizi gara, etengabe aldatzen den inguru batean. Euskara bera ere, hizkuntza guztien antzera, etengabe aldatzen zaigu gu ia konturatu gabe. Aldaketa da legerik aldaezinena. Aldaketa handi baten inguruko gogoeta egitera nator hona, digitalizazioak euskarari eta euskaldunoi nola eragiten digun hizpide hartuta. Izan ere, hau idazten nabilela agertu da ChatGPT mundura, denon ahoetan dabilen txatbot harrigarria. Adimen artifizialaren garaian bizi gara dagoeneko. Jauzia gertatu da, hona egia bat ukatu ezinekoa.

Aurkikuntza handi gehienek bezala, izana izan aurretik izena izan zuen adimen artifizialak. Hainbat liburutan imajinaturik agertzen zaigu, iraganetik, gure egungo orain hau. Horien artetik bat aukeratu nahi dut oraingoan, oraindik euskaratu gabe daukagun *A Hitchicker's Gide to the Galaxy* zientzia fikziozko liburu dibertigarria. Beti eskertuko dizkiot Arturo Elosegi adiskideari gomendatu izan dizkidan liburu ederrak; liburu hau ezagutu eta gozatu badut Arturori zor diot oso osoan. Liburu horretan animalia berezi bat bizi da, arrain elektrikoa, hizkuntzak aldi berean itzultzeko gai dena. Arrain elektrikoa belarrian sartuz gero, batek galaxiako hizkuntza guztiak ulertzen ditu, istantean, bat ere arazorik gabe. Gure artean zabaltzen ari diren itzultzaile automatikoak ez dira arrain elektrikoak bezain trebeak, baina arrain elektrikoen bidea urratzen dabiltza, pausoz pauso.

Aurreko mendean ikasle ginenoi bete ez diren hamaika kontu iragarri zizkiguten geure irakasleek, ziurtasun osoz. Ziurtasun handienetakoa

sortzen zuen baieztapenak hizkuntzarekin eta adimen artifizialarekin zeukan zerikusia: itzultzaile automatikoak ezinezkoak ziren, ezingo genituen ezagutu, ez ziren existituko gure etorkizunean. Haatik, hemen ditugu. Askotan aipatzen diet hau lankideei, etorkizuna ziurtasunez iragartzen sumatzen ditudanean. Giza hizkuntzaren egiazko algoritmo neuralen mapa osoa izan arte, esaten ziguten irakasleek, ezingo da hizkuntza batetik bestera itzultzeko lanabes artifizialik sortu. Erratuta zebiltzan. Izan ere, lanabes berri horiek ez dute giza hizkuntzaren algoritmo biologikoetan sustrai hartu, baizik eta *big-data* izeneko lur berri bateko algoritmo artifizialetan. Lanabesak dira, guk erabiltzeko daude, ez dira hiztun berriak, ez dute hizkuntza ulertzen, bideo kamerarik aurreratuenak egiazki ikusten ez duen moduan. Ezin honez geroz ukatu, baina, hizkuntzen arteko korrespondentziak egiteko gai direla, perfektuak ez izanagatik erabilgarriak izan daitezkeen itzulpenak eskaintzen dizkigutela, itzulpen lanak nabarmen arinduta. Lanabes hauek berton ditugu, eta euskarak ikasi beharko du arrain hauen artean igeri egiten, iraungo badu. Irudi poetikoa da, noski, euskara arraina bezala igerian imajinatzea, arrain elektrikoen artean. Euskarak nekez egin dezake ezer, euskaldunok egiten ez badugu. Beraz, euskaldunok gara arrain elektrikoen itsasoetan nabigatzen ikasi beharko dugunok, iraungo badugu.

Itsaso berri hauetan nabigatzeko ezagutza behar dugu, ontziak eraikitzeko, ontziok gobernatzeko, ekaitzak pairatzeko eta haizeak erabiltzeko. Arrain elektrikoak sortzeko gai izan behar dugu, garen moduan, eta esparru digitaleko ezagutza horrezaz gain hizkuntza, euskara eta elebitasunari buruzko ezagutzarekin uztartu behar dugu. Ezagutza hori den dena baliatu behar dugu gure mapak marrazterakoan, bidaia egiteko mapa onak behar baitira. Hona hemen mapa horiek marrazteko behar dugun ezagutza motaren zipriztin batzuk bada, beharko ditugun ekaien artera ekarri nahi nituzkeenak.

Azken hogei urteotan neurozientziaren alorretan aurkikuntza handiak egin dira hizkuntza garunean nola itxuratu eta prozesatzen den ulertzeko bidean. Izan ere, hizkuntzaren ezagutza eta erabilera, oso osoan, gure garunetan gertatzen den uhin elektrikoen arteko surf etengabea da. Mundu birtualen garai hauetan komeni da gogora dezagun hizkuntza ez dela gugandik kanpo bizi, geure haragietan jaio eta bizi dugula betiere. Euskaldun heldu gehien gehienok elebidunak gara, era askotakoak: batzuk euskara dugu nagusi, besteek gaztelania edo frantsesa; gutako batzuk haurtzarotik dakizkigu hizkuntza bi eta ez gara gogoratzen haien ikasketaz baina asko dira euskara, gaztelania edo frantsesa noiz eta nola ikasi zuten gogoratzen dutenak. Patxi Goenaga euskalariak kontatzen zigun, adibidez, sekulako harriduraz ikasi zuela hiztegi batean, umetan, euskarazko *ogi* hitz bigunaren gaztelaniazko kidea *pan* eztanda soinu

gogorra zela. Badira ama hizkuntza euskara izan arren helduaroan gaztelaniaz edo frantsesez erosoago sentitzen direnak, euskara gutxi erabiltzen dutelako. Askotariko hizkuntza soslaiak bizi dira gurean, eta gutako askok hirugarren edo laugarren hizkuntza bat ere badakigu, dela nazioartean erabiltzen den ingelesa, dela beste bat.

Elebitasun behartu honetan bizi eta biziko gara; mundua geroz eta txikiagoa den garai hauetan elebakarren kopurua gutxitzen doa eta pertsona gehienek hizkuntza bat baino gehiago dakite eta darabilte. Gure gizartea elebiduna da, elebidun askok osatua. Horregatik estrategikoa zaigu elebitasunari buruzko ezagutza oinarritua eta sendoa. Komeni zaigu jakitea elebidun izateak badituela bere lanak, baina baita ere bere sariak. Hasi gaitezen sarietatik, goazen gero nekeetara. Elebitasunari buruzko ikerketa berria da. Aurreko mendearen lehenengo erdian zabaldurik ibili zen gerora uste ustelen zokoan bukatu duen iritzi bat: elebitasuna ez dela egoera natural bat, eta garapen psikologikoan oztopoak sortzen dituela. Baina elebitasuna ganoraz eta modu egoki batean ikertzen hasi zenean laster ikasi genuen elebitasuna guztiz naturala dela gure garunarentzat, eta garapen psikologikoan oztopo ez izateaz gain, badituela abantailak.

Ikerketa askoren argitan, elebidunek milisegundo gutxi batzuk lehenago burutzen dituzte zenbait ataza. Tira, milisegundo gutxi batzuk baino ez? Gure garunek darabilten denbora-neurri nanoetan, milisegundo bat asko da. Gizartean zabaltzen diren aurkikuntza zientifiko asko bezala, elebidunaren abantaila asko aipatu da munduko medioetan. Hainbat lanetan aurkitu dute elebidunen abantaila hau, baina ez elebidun mota guztiengan, oso litekeena da egunean zehar hizkuntza batetik bestera asko aldatu behar duten elebidunek soilik lortzea abantaila hau. Emaitza hau oso garrantzitsua da euskaldunontzat, eta eraginak izan beharko lituzke hizkuntza eta hezkuntza politiketan. Elebitasunari buruzko ikerketak aurretik zetorren uste ustel kaltegarria deuseztatu du, elebitasunak ez digu buruan kalte egiten, uste hori errotik irauli eta ezkutatzen duen onurak erakutsi dizkigu. Abantaila honek, milisegundo batzuk azkarrago egiten gaituena, badu beste ondorio jakingarri bat: neuroendekapenaren ageriko sintomak berandutzen ditu. Alzheimerra pairatzen dutenen artean, elebidunek lauzpabost urte beranduago erakusten dute memoria, hizkuntza eta nortasunaren galera. Dirudienez, egunero buruan hizkuntzak gobernatzen ibili beharrak gure burmuineko ahalmen batzuk trebatzen ditu, bereziki kontrol exekutiboa deritzona, erabakiak hartzeko funtsezkoa den informazioa zein den erabakitzen laguntzen diguna. Honi buruz ikasten hasi baino ez gara egin, ziur naiz aurkikuntza jakingarri asko egingo direla elebitasunari buruz etorkizun hurbilean.

Hizkuntza bat baino gehiago jakin eta erabiltzen dugunok badugu elebakarrek ez duten areagoko erronka bat: zein hizkuntza erabili nahi dugun kontrolatu behar dugu, dakizkigun beste hizkuntzak mututurik. Elebidunok hizkuntzak nola kontrolatzen ditugun aztertzean, aurkikuntza guztiz jakingarria egin zuten Mikel Santesteban ikerkideak eta orduan tesia zuzentzen zion Albert Costa gazteegi hil zitzaigun adituak. Esperimentu sorta batean, partaide elebidunek irudi batzuk ikusten zituzten ordenagailu pantailetan, eta irudiok izendatzea zen beren lana. Partaide euskaldunen kasuan, txakur baten irudia urdinez marraztua erakusten bazitzaien *txakur* izendatu behar zuten, eta gorriz agertzen bazen *perro*. Irudiak modu jakin batean atonduta zeuden: batzuetan, irudi urdin baten ondotik beste irudi urdin bat agertzen zen (aldaketarik ez), baina beste batzuetan, irudi urdin baten atzetik irudi gorri bat zetorren (aldaketa). Partaideek bigarren irudia izendatzeko behar zuten denbora neurtu zuten ikertzaileek, betiere milisegundotan, eta lehenengo egoera (aldaketarik ez) bigarrenarekin (aldaketa) erkatu. Bien arteko aldeak erakusten digu zein den hizkuntza batetik bestera aldatzeko egin behar den ahalegin kognitiboa.

Elebidun desorekatuek, hizkuntza nagusi bat daukatenek, neke handiagoarekin egiten dute hizkuntza ahulagotik hizkuntza nagusirako aldaketa, hizkuntza nagusitik ahulerakoa baino. Efektu honek paradoxikoa ematen du: gehiago nekatzen gaitu hizkuntza nagusira aldatzeak, ahulagoa dugun hizkuntzarako aldaketak baino. Hizkuntza batetik besterako aldaketak sortzen duen nekea asimetrikoa da, denbora gehiago ematen dugu ahuletik nagusirako aldaketan, azkarrago egiten dugu hizkuntza nagusitik ahulerako aldaketa. Hizkuntza nagusia isiltzeko egin behar den ahalegina handiagoa izateak azaltzen du asimetria hau: hizkuntza ahula ekoizteko, hizkuntza nagusia inhibitu egin behar dute elebidun desorekatuek, eta berriro hizkuntza nagusian hitz egiten hasi nahi dutenean, denbora behar dute, betiere milisegundoetan antzematen duguna, inhibitutako hizkuntza berriz aktibatzeko. Hau zuzena bada, elebidunok gure hizkuntzak kontrolatu ahal izateko erabili nahi ez dugun hizkuntzaren hitz eta egiturak inhibitzeko indarra egin behar dugu garunean. Hizkuntza zenbat eta nagusiago gure gogoetan, egin behar dugun indarra handiagoa da, denbora gehiago beharko dugu. Elebidunon buruetan, hizkuntza erabili behar denean hizkuntza denak aktibatzen dira. Bestela, ez legoke ezer inhibitu beharrik, noski. Eragiketa hauek denak gure neurona sareetan gertatzen dira gure oharkabean, baina nekatuta bagaude, edo intoxikatuta, inoiz denoi gertatu zaigu

hizkuntza batean hitz egin nahi eta beste bateko hitzak esatea, eta badira afasiak jotako elebidunak hizkuntzak kontrolatzeko gaitasuna galtzen dutenak.

Kontuak honela, berebiziko garrantzia dauka gure egunerokoan zer maiztasunekin aktibatzen dugun euskara, eta zein den begiek edo belarriek jotzen duten lehenengo hizkuntza. Gure paisaian, euskara-gaztelania darabilten mezu elebidunetan hizkuntzak nola aurkezten diren funtsezkoa da. Begiak edo belarriak lehenengo jotzen duen hizkuntza gaztelania bada, gaztelania aukeratu eta euskara inhibituko du burmuinak, milisegundo gutxitan, ezertaz ohartu orduko. Euskara erabili nahi dugun hiritarron garunei euskara indartsu eta nagusi mantentzen laguntzeko biderik eragingarriena *euskara lehenengo* araua da (ikus www.lehenhitza.eus ekimena interneti dagokionez). Euskara lehenengo ez dakarten mezuetan alferrik da elebitasuna, ez digu diglosia gainditzen laguntzen. Izan ere, kontrakoa egiten du; elebidun guztiok, orekatu zein desorekatu, euskara ez aukeratzera edo inhibitzera eramaten gaituela. Hau dena, ohar gaitezen, hitz egin gabe gertatzen da, isilean, gure gogoetako kiribiletan ezkutaturik.

Gure mende berri hau adimen artifizialaren iraultzarekin dator, hizkuntzak kudeatzeko lanabes digitalen garaia da. Euskaldunok euskara maizago erabil dezagun lortzen badute, diglosia digitaletik gordeko bagaituzte, ongi etorriak izan bitez. Euskaldun batek euskaraz jardun ahalko badu, arrain elektrikoek itzultze lan gehiena egingo badute, horrek euskararen erabilera handituko du. Suaren aurkikuntzak aldatu gintuen, honek ere aldatuko gaitu, asko, batzuen iritzian. Aldaketak bizi gaitu. Euskararen historia ez da inoiz izan asaba zaharren baratze aldagaitz isolatu bat; Irulegiko eskuak erakusten omen du baskoiek idazkera erabiltzen bazekitela, gaurko talaiatik nahi genuke gehiago erabili izan balute. Inprenta sortu zenean, Etxeparek pozarren plazaratu zuen *primitiae*, eta nahi genuke liburu gehiago izan balira, egile askorenak. Digitalizazioaren garaiak ez gaitu ahulegi harrapatzen, batez ere munduko beste hizkuntza txikietara begiratzen badugu, baina ez dago galtzeko denborarik, euskararako arrain elektrikoak baditugu, baina ezin gaitezke geroko geroetan ibili. Olatu digitalak tsunami batek bezala joko ez bagaitu ezagutzaren puntan egon behar dugu, ezagutza etengabe sortzen, jasotzen eta zabaltzen. Banago lortuko dugula.

Gehiago jakiteko:

Adams, Douglas (1979) ***The Hitch Hiker's Guide to the Galaxy,*** Arthur Barker Limited, Londres.

Fernández, Beatriz (2021) ***Hizkuntza gogoan.*** Donostia: Erein.

Laka, Itziar; Zawiszewski, Adam; Erdozia, Kepa (2009) ***Euskal gramatika prozesatzen: Hastapenetako zenbait emaitza***, in Etxepare R., Gomez R., Lakarra J.A. (Arg.) Gorazarre Beñat Oihartzabali ASJU XLIII-1/2, Bilbo, 553-564 or.

Laka, Itziar (2008) ***Hizkuntzaren sustrai biologikoen inguruan, Ekaia***, 21, 141-161 or.

Laka, Itziar (2014) ***Gabriel Arestiren buruan: euskara ikasteaz eta elebitasunaz.*** Harri eta Herri 50 urte. Forum Hitzaldiak 07, Bilbo Zaharra Liburuak, Bilbo, 26-39 or.

https://zuzeu.eus/tekno/zer-da-chatgpt/

https://eu.wikipedia.org/wiki/ChatGPT

4.

EKINTZATIK HITZARMENERA; hitzarmenarekin, elkarlanaren garapenera.

Oihane Agirre, Goiena Telebistako zuzendaria
eta Unai Iparragirre, ETBko zuzendaria

EITB, TOKIKOM ETA GOIENAREN ARTEKO LANKIDETZA

Pozik gaude EITBren, Tokikomen eta Goienaren arteko elkarlanak eman dituen emaitzekin. Ez dira hamaika adibide oraindik, baina bada oinarri bat hortik eraikitzen hasteko.

Aliantzetara zabalik dago EITB, baita tokiko hedabideak ere. Horrela da posible egiteko molde berri batzuk asmatzea eta probatzea.

Erabakia izan da, hausnarketetan galdu barik, ekintzarekin ikasiz eta igurtziak onurak dakartzala sinistuz jardutea. Helburua, beti eduki hobeak egitea eta egiten dugun horretan sinistea. Indarrak batuz, euskal esparru komunikatiboa garatzea eta trukatzea da ahaleginaren helburua, tokiko eta nazio esparruko komunikabideen arteko elkarlan eredu bat lantzeko.

Artikulu honetan adibide konkretu bi aztertzen dira: bata, ETB1ek eta Goienak batera landutako telebista saioa, Arrasateko San Joan bezperan; bestea, datu kazetaritzan oinarritutako lankidetza, *Saretzen* deitua. Biak ala biak interesgarriak eta etorkizunean ere errepikatu nahi ditugunak.

ELKARLAN ERREALETIK SORTUTAKO LANKIDETZA

Ez da gaur goizekoa enpresa hauen jarduna, ezta batera landutako bidea ere. Nahi bati erantzuten dio ekintzara pasa izanak, eta da hizkuntza minorizatu batean jarduteak sortzen dituen beharrei hobeto erantzutea:

- Irratiko programa egiten 2013ko irailak 9a ezkero (9urte): *Mezularia*-n badute tartea Tokikomeko hedabideek. Astero-astero egiten da bailaraz bailara irratsaioa. Tokiko istorio bat egiten da Euskal Herri osoan irrati liderra den Euskadi Irratian: istorioak, berriak, elkarrizketak...
- Irudi trukea eguneroko albistegietan (22 urte): albistegietako produkzio arduradunen arteko harremana aspaldikoa da. Eguneroko albistegietan ohikoa da irudi eskaera, alde bietatik. Irudi asko ikusten dira bai EITBn eta bai Goienan elkarren artean trukatutakoak.
- Aurrerapen teknologikoak partekatu ditugu (6 urte): EITBk garatutako aplikazio bat erreplikatu zen nahieran txiki bat egiteko. Sortutako kode guztia aprobetxatu zen; enpresari eskatu zitzaion kode hori aprobetxatuz aplikazio bat garatzeko tokiko telebistentzako. Ez zen arazorik egon eta garatu eta bistaratu egin zen aplikazioa, *Hiru* aplikaziotik abiatuta.

EKINTZAREN OSTEAN, HITZARMENA:

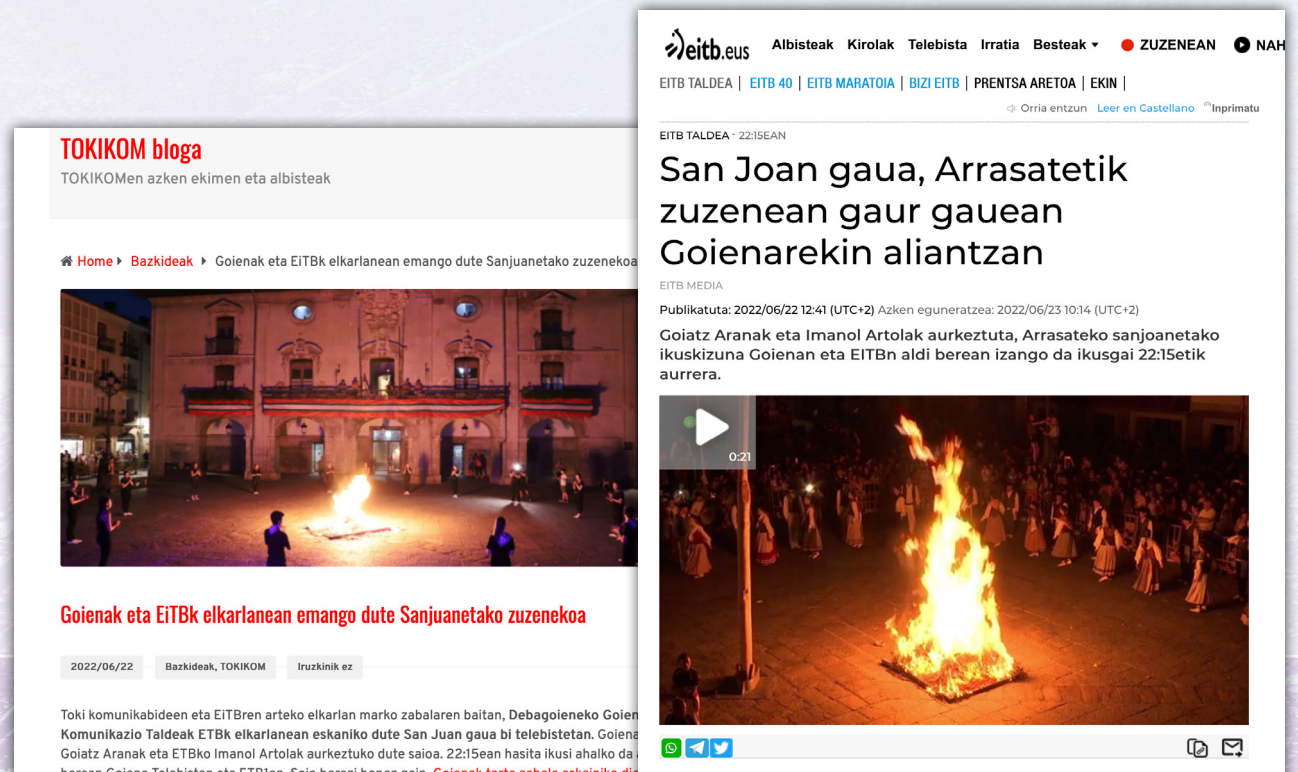
Lehenengo hitzarmena Maite Iturbe zuzendari zela sinatu zen, 2014ko maiatzaren 15ean. Intentzioak jasotzen zituen dokumentuak, eta ordurako ere adierazten zen zein zen enpreson nahia: arestian aipatu bezala, «euskal esparru

komunikatiboa garatzea eta trinkotzea, hain zuzen ere, biztanleen informazio beharrizanak asetzeko unean-unean egokien diren ekimen eta formulak adostuz». Aterki horren azpian egin ziren hainbat truke eta lan. Ekintza izan zen garrantzitsua hitzarmenaren letra txikia baino gehiago. Nahiko aterki handia adostu genuen horren azpian malgu samar jarduteko. Hitzarmenaren aurretik, egunerokoan, loturek funtzionatzen zuten. Baita antzinagotik Arrasate Telebistaren eta Euskal Telebistaren artekoak ere. Gerora, esaterako, Tokikomeko tokiko telebistek hainbat saio jaso izan dituzte ETBtik prezio sinboliko baten truke. Bereziki, marrazki bizidunak eta fikzioa.

Beste hitzarmen bat 2021eko azaroan sinatu zen, baina horren aurretik jarraitu egin zuen bi enpresen arteko informazio trukeak. EITBk erabaki zuen hainbat txostenetara eta dokumentutara sarrera erraztea, eta horrela jaso izan dira, Tokikomen eta EITBren arteko elkarlanaren parte bezala, *Ispiluak (*EITBren antzeko komunikazio taldeen inguruko informazioa), *Sound (*munduko joerak audio esparruan, zentzu zabalenean: irratia, podcastak, musika, sormena...), eta publikoak izan arren (EHUko NOR Ikerketa Taldeak ohitura on hori dauka), *Ikusiker,* gazteen ikus-entzunezko kontsumoen ikerketa: Applika ekimenaren barruan (EHU, EITB, Kultura Behatokia eta Tabakalerako 2deo laborategiaren artean egindakoa) Araba, Bizkaia, Gipuzkoa eta Nafarroako 14-24 urte bitarteko 2.400 gaztek osatzen duten panelaren emaitzak.

Azken honen barnean, aurten bertan aztertu diren TikTok, streaming plataformak, Twitch, Youtube, podcastak, edo *informazioa eta Ukraina* bezalako galdetegietatik ateratako emaitzetan oinarrituta erabaki du Goienak, esaterako, *Hi gazte!* gazteen ikus-entzunezko sormenera bideratutako proiektuan TikTok ere erabiltzea. Badago zeregina:

«Tik Token ikusten diren hizkuntzen artean, gaztelania eta ingelesa dira nagusi. % 72,1ek dio ikusten dituen bideoetan gaztelania izaten dela nagusi eta % 25,8k, ingelesa izaten dela. Euskara eta beste hizkuntza batzuk % 1,1ek aipatzen ditu, hurrenez hurren».



Hi gazte! Gipuzkoako Foru Aldundiaren proiektua da, eta Goienak kudeatzen du, lehiaketa publiko bat irabazi ostean. 2022an bigarren urtez gauzatu da dinamika eta urtero 1.000 gaztetik gora izan dira parte hartzen. Gipuzkoako eskualde guztietako eta sare askotariko hamalau ikastetxek parte hartu dute: Orixe BHI, Uzturpe, Jakintza, Elgoibar BHI, La Salle Azitaingo Ama, Eibar BHI, Egiluze Hondarribia, Herri Ametsa, La Salle Berrozpe, Iraurgi, Ikasberri, Azkoitia BHI, Aranzadi eta Oñati BHI. Bideo asko igo dira eta 14,6K atsegite izan ditu, esaterako. Proiektuaren bigarren aldia izan da aurtengoa eta sareetan gazteen atxikimendu handia lortu du *Hi gazte!* perfilak: Instagramen 865 jarraitzaile eta TikToken 1.801 jarraitzaile. Datuok lortzeko ez da jarraitzailerik erosi, hori gauza ohikoa izaten den arren. Ez zuen zentzurik norbere buruarekin tranpatan aritzeak; izan ere, esperimentazio berria erakargarria zen baita hedabideok ondorioak ateratzeko ere. Esan behar da *Etorkizuna Eraikiz*en barruan kokatzen duela ekintza hori aldundiak eta bigarren aldi honetan EHUk ekintza horren gaineko ikerketa egingo duela, NOR Ikerketa Taldeak hain zuzen ere. Ikerketak emaitzak ekarriko ditu eta horietatik ikasi beharko dugu ikus-entzunezkoetan gabiltzan profesionalok.

Badira EITBk tokikoen eskura jarritako beste hainbat azterketa, eta horien artean erabili dugunetako bat da *Digital News Report*, Reuters Institutuak egindako azterketa.

Bistan denez, tokikoek mugitzen den horren pista jarraitzeko zailtasunak lituzkete, ikerketok garestiak baitira eta eskatzailea azterketen gainean egotea behar baitute. EITBk hala sentitu du eta nahi izan du diru publikoz ordaindutako azterketok hitzarmena sinatutako erakundeen esku utzi. Horrela da posible zaintza teknologikoa eta proba berriak egitea hedabideetan.

Aipatu dugu ekintza izan dela lehenengo eta ondoren hitzarmena. Hitzarmena berritzeko bilerak eginda daude artikulu hau idazterako. Azaroaren 28an sinatu zuten dokumentua EITBk etaTokikomek. Ahalbidetzen digu elkarrekin datu kazetaritza jorratu eta datuok modu bateratuan kudeatu eta ustiatzea. Egitasmoaren helburua da datu kazetaritza elkarrekin eta elkarlanean lantzea, BBCren eta Erresuma Batuko dozenaka tokiko hedabideren Local News Partnership ereduari jarraituz.

saretzen

Argitaratu zen lehen emaitza EITBren eta Tokikomen medioetan; datu esanguratsuak jaso ahal izan zituzten hedabide sinatzaileak kontsumitzen dituzten milaka eta milaka ikus-entzule eta irakurlek. Euskal Herriko demografia izan zuen gaitzat, nork bere esparruari, ezaugarriei eta eremuari egokituta.

Zehazki, 2001 eta 2021 urteen arteko Hego Euskal Herriko demografia datuak landu ziren, Eustat eta Nastat iturri hartuta, besteak beste. Azken 20 urteotako

populazioaren bilakaera aztertzeaz gain, gizartearen erradiografia egin zen, biztanle kopuruari, zaharkitzen doan gizarteari eta jaiotza-tasari erreparatuta. Eskualdez eskualde emandako fenomenoetan jarri zen arreta eta udalerriak ere aztergai izan ziren, datuak eskualde, hiri zein herrietako errealitateetatik aztertuta. Hain justu ere, hori izango da *Saretzen* proiektuaren ezaugarri nagusia: datuak modu bateratuan bildu ondoren, horien lanketa zehatza hedabide bakoitzaren esparrura egokituko da.

Azpimarratzekoa da datu bilketa erraldoia dela, eta gehitu behar zaio hedabideen artean banatzen dena ez dela datuen irakurketa bakarra. Kontua ez da hedabide guztiok emaitza berberak ateratzea, baizik eta hedabide bakoitzak dakien moduan bere bezeroari gehien interesatzen zaizkion datuak eta istorioak argitaratzea.

BI LANTALDE LANEAN, BAT BALITZ BEZALA

Gauza bat da elkarren edukiak trukatzea edota hedabide batek emandako informazio bat hartu eta norberaren egiteko moldera egokitzea; eta beste gauza bat da bi lantalde, bi enpresa, bi kultura mahaiaren bueltan jarri eta saioak adostea. Horixe izan da 2022ko sanjoanetan egindakoa: bi lantalde bakarra balitz bezala jartzea lanean.

Emaitza ona izan da. Balio izan du eskualdeko –kasu honetan, Arrasateko– jaiaren gaineko jakintza eta teknika batzeko. Ikus-entzunezko edukiak egiten eskarmentua, materiala eta zabalkundea ditu EITBk; jaiaren gaineko zirrikitu guztiak ezagutzen ditu Goienak. Bi enpresetako teknikari profesionalak batu dira eta programa eredu bat landu dute.

- Gakoa elkarlanean jarduteko nahia izan da; lantaldeen arteko errespetua egon da oinarrian eta, parez pare lan eginda, emaitzak irabazi du. Bistan denez, emaitza hobea lortuta, ikus-entzulea da produktu hobea jasotzen duena etxean, eskuko telefonoan...
- Bi aldeak irabazten ateratzen diren sentsazioa. Tokiko hedabideak bertakoa ezagutzen du (ekitaldia, protagonistak...) eta ETBk bitarteko hobeak ditu zuzeneko ekitaldi bat grabatzeko (buru-beroa, argiztapena...). Bakoitzak jartzen duenetik irabazten du besteak.
- Ez da ezkutatu bakoitzak dakiena. Jarri dira mahai gainean saio on bat egiteko osagarriak eta horiek kudeatu dira ahalik eta efizienteen.
- Ekipoen optimizazioa. Ekitaldi jendetsua da San Joan bezperakoa Arrasaten. Hori kontuan hartuta, bertaratutakoei trabarik gutxien eragiteko, muntatu beharreko ekipoak bikoiztu beharrean, optimizatu egin ziren.

- Emankizuna bi telebistetan eman zen. Ikus-entzuleen batura dakar horrek eta audientziak beste modu batera zenbatzeko beharra ere erakutsi du.

Badago hobetzekorik ere, zalantzarik ez:

- Marka. Agerikoago egin behar dugu enpresa biak batera dihardutela lanean. Ez zen ezkutatu, eta hainbat aldiz nabarmendu zuten Goienako eta EITBko aurkezleek ere, baina lagunduko luke iruditeriaren lanketa berezituak.
- Molde desberdinetan lan egiten du hedabide bakoitzak. Elkarlanaren diskurtsoa langileen artean zabaltzea komeni da, bereziki elkarlanean jardungo dutenen artean. Goitik behera transmititu behar da, guztiok norabide berean jarduteko eta transmisioa gertatzerakoan elkarlana naturalagoa izan dadin. Hasiera bat da eta badirudi beste saio batzuk egiteko modua izan daitekeela.



ETORKIZUN HURBILEAN:

BBCtik ikasi genuen Seu d'Urgellgo (Katalunia) egonaldian. CIMP jardunaldiak egin ziren eta hara gonbidatu gintuzten katalanek. Matthew Barraclough-ek egin zuen hitzaldian entzundakoa (*BBC Local News Partnerships: A collaboration supporting local public interest news in the UK*) biziki interesgarria eta inspiratzailea izan zen, Euskal Herrira ekartzeko modukoa. Tokiko aldizkariekin hiru zutabeko aliantza erakutsi ziguten: *LDRS, Local Democracy Reporting Service, Sharet Data Unit* eta *BBC News hub*. Zein baino zein interesgarriagoak.

Demokrazia sustatzeko beharrezkoak dira hedabideak. Tokiko demokrazia mantentzeko eta kazetaritzako estandarrak hobetzeko elkarte bat sortu zuten. Helburua ez da ordezkatzea, daudenek eta direnek egiten dutena hobetzen laguntzea baizik. 1.100 tokiko hedabide daude BBCren eragin eremuan eta harreman

berria hasi zuen BBCk era askotako tokiko horiekin. Estandar homogeneizatzailea zein izango zen pentsatu zuten eta zenbait printzipio adostu zituzten: justuak izatea, eta ez-baztertzaileak. Hasieran, 800 hedabide batu ziren eta onura batzuk eskaini zizkieten: datu kazetaritza, bideoak partekatzea...

Geuk honako pausu hauek behar izan ditugu gaur egun batera egiten dugun horretara heltzeko:

1. Jakintza trukatu genuen Tokikomeko pare bat lagunek BBCko dozena erdiko lantalde horrekin eta horrela ezagutu genuen hobeto *Local Democracy Reporting Service.*
2. Gerora, Tokikomen jardunaldietara gonbidatu genituen, 2021eko azaroaren 12an.
3. EITBren egoitzan egun osoko egonaldia egin genuen arduradun eta zuzendariek eta han BBCko partaideek Erresuma Batuko tokiko komunikabideekin lan nola egiten duten azaldu ziguten. Elkarlan hori gurera nola ekar genezakeen ere landu genuen.
4. BBCk sarbidea eman zigun hango tokikoei ematen dien ikastarora eta bat gehiago izango bagina bezala ikasi genuen eguneroko dinamika. Zerbitzu publikoa izateko daukaten bokazioaren parte zela esaten ziguten, baina eskertzekoa da gurekin izan zuten borondatea.
5. EITBk eta Tokikomek adostu genuen datu kazetaritza izango zela elkarlaneko langai eta bi enpresoi zetorkigula ondo batera jardutea.
6. Han ikasitakotik lehen pilotua jarri genuen martxan.

ATERA DIREN EMAITZEN AZALPENA

SANJOANETAKOA (GOIENA-ETB1)

Goiena telebistak programazio berezia eskaini zuen 2022ko San Joan bezperan. 18:00etan, *Hemen Debagoiena* saioa Herriko Plazatik zuzenean eskaini zen; tartean, makalaren igoera. Ondoren, 22:15ean, ETBrekin elkarlanean, San Joan gauari eskainitako saio berezia izan zen, Goiatz Aranak –Goienako esataria– eta Imanol Artolak –ETBko esataria– aurkeztuta.

Bi komunikazio taldeen arteko elkarlanaren emaitza izan zen; ordu berean ikusi ahal izango zen zuzeneko emankizuna Goiena telebistan eta ETB1en.

Bistakoa da sanjoanetako lanaren balorazioa ona dela. Aurretik ere, ETB eta Tokikomeko telebistak Korrikako zuzeneko emanaldietan elkarlanean aritu dira, eta indarrak batzea beti izan da aberasgarria, lehen aipatu bezala, zenbait alderdi hobetzeko badaude ere. Gertu agertzeko xedea bete da. Tokikomeko eta EITBko lantaldeak elkarrekin lanean jartzea aberasgarria da eta ikus-entzuleak konta-

tzen zaion horren emozioa hurbilago sentitzen du, bertakoagoa, eta ekimenaren nortasuna ere txertatzen da. EITBren helburua da herri honetan jazotzen diren gertaera garrantzitsuak zabaltzea. Eta tokiko emozio berezi horiek guztiak partekatzeko beharrezkoa da Tokikomekin urratutako bidea jarraitzea.

Goiena aldizkariak horrela jaso zituen bi hedabideetako zuzendarien adierazpenak:

Unai Iparragirre, ETBko zuzendaria:

«Elkarlanean jardungo dugu ETBk eta Goienak San Joan bezperan Arrasatetik. Elkarlanak edukia asko aberasten du eta, gainera, ikusentzulea ateratzen da irabazten. Euskal Herriari zor diogu hau»

Iban Arantzabal Arrieta, Goienako zuzendaria:

«Goienak urteetan sinatu du kolaborazio hitzarmena EITBrekin, Maite Iturbe zuzendari zenetik. Andoni Aldekoak ere aliantzen premia azaleratu du plan estrategikoan. Orain, hitzei edukia jartzeko momentuan gaude, eta emankizun bateratu hau horren adibide da. Hasiera ona, jarraipena izatea nahi genukeena. Erraztu du emanaldi hau egiteko Oihane Agirrek eta Unai Iparragirrek egindako lanak. Arrasateko San Joan bezpera inoiz baino jende gehiagok ikusiko du»

DATU KAZETARITZA (TOKIKOM-EITB)

EITBk eta Tokikom tokiko komunikabideen sareak *Saretzen*en emaitzak argitaratu zituzten azaroaren 29an; elkarrekin datu kazetaritza jorratu eta datuok modu bateratuan kudeatu eta ustiatzea izan zen asmoa. Egitasmoaren helburua da, halaber, datu kazetaritza elkarrekin eta elkarlanean lantzea, BBCren eta Erresuma Batuko dozenaka tokiko hedabideren *Local News Partnership* ereduari jarraituz.



Lehen emaitza hori EITBren eta Tokikomen medioetan argitaratu zen. Hego Euskal Herriko demografia aztertu zuten eta gai zehatz hori landu zuten bai EITBko eta bai Tokikomeko medioek, nork bere esparruari, ezaugarriei eta eremuari egokituta. Emaitzak argitara eman aurretik, dokumentazio-lan handia egin zuen Tokikomeko eta EITBko bizpahiru kazetarik osatutako taldeak, datu eta zifra guztiak antolatzeko eta guztientzat istorioak lantzeko oso interesgarria izan zen txostena osatzeko.

Tokiko hamazazpi hedabidek landu zituzten, haien ikuspegitik, 2001 eta 2021 urteen arteko Hego Euskal Herriko demografia-datuak. Egon zen monografikoa egin zuenik ere; esaterako, Goienaren *Puntua* aldizkariak 48 orri atera zituen eta gaia sakon landu zuen. Hain zuzen ere, hori izango da *Saretzen* proiektuaren ezaugarri nagusia: datuak modu bateratuan bildu ondoren, horien lanketa zehatza hedabide bakoitzaren esparrura egokitzea.



ETORKIZUN ERTAINEAN

EITBren eta Tokikom sarearen arteko hitzarmen berriak etorkizuneko ikus-entzunezko ereduaren inguruko hausnarketaren erronka konpartitua jasotzen du, eta dagoeneko zabaldu ditu bide berriak.

- **Aisialdia:** tokian tokiko jakintza baliatuz programa aukerak sortzea.
- **Informazioa:** ikusi ea datu-mahai egonkor bat posible den, EITB-Tokikom unitate iraunkorra, datu kazetaritzarekin lotua (aztergai, momentuz).

HITZARMENA GARATZEKO LANEAN

Hitzarmena sinatuta dago eta zabalik geratzen da eduki gehiagorekin osatzeko. Bai tokiko enpresek zein EITBk badute horretarako borondatea eta elkarren berri jakiteak ez du etenik. Aliantzak badu etorkizuna eta ikus-entzuleek lehen kolpean igarriko ez dituzten elkarlanak ere errazago gauzatuko dira hitzarmenari esker. Izango dira agerikoagoak ere, eta horietakoak dira hemen aipatutako *Saretzen* eta sanjuanetako saioa. Etorriko dira lanketa gehiago eta saio gehiago.

Aipatzekoa da *Primeran* plataforma. Hitzarmenaren garapenean ere badu lekua eta EITBren proposamena bere egingo du Tokikomek. Aurten, EITBk bultzatuta, *Primeran* euskal eta euskarazko ikus-entzunezko edukien leiho digitala jaioko da. Azterketa guztiek diote leiho digitalek gero eta minutu gehiago hartzen dituztela eta ikus-entzunezkoen kontsumoa plataformetan dagoela. *Primeran* denetariko euskal gaien edukiontzia izango da: informazioa, kirola, emanaldi bereziak, jaiak, filmak, dokumentalak, sukaldaritza edukiak, abenturazkoak... Herri nortasuna ematen diguten ikus-entzunezko eduki orok izango du lekua. Beraz, Euskal Herrian hainbat eta hainbat erakundek sortutako edukien bilgune indartsua izateko asmoz sortuko da, ikus-entzunezko produkzio plural eta askotarikoaren bidez herri honen kontakizuna lantzeko.

Hartara, aliantzak behar-beharrezkoak dira, eta, nola ez, Tokikomekin EITBk duen elkarlana sustatu eta indartzea beharrezko ikusten dugu sinatzaileek. *Primeran*ek hedabideetan egiten den edukia islatu eta munduan hedatu nahi luke, aurrera begira doan taupada indartsudun, plural eta energia biziko herria garela erakusteko helburuarekin.

'EUSKARA, KORRIKA, HEDABIDEETATIK LAU HAIZETARA!'



Euskal hedabideen elkarlana eta Korrika

Berriki, joan den abenduaren 3an, Euskaraldiaren eta Euskararen Nazioarteko Egunaren karietara, Iparraldeko euskarazko hedabideak elkarlanean aritu ziren, "Euskara, hedabideetatik karriketara!" programa berezia emateko, zuzenean, Baionako merkatutik. Informazioa zorrotz osatzearren, partaideen berri ere emango dugu: Berria, Iparraldeko Hitza, Herria, Kazeta, Kanaldude, Gure Irratia, Xiberoko Botza, Irulegiko Irratia, Antxeta Irratia eta Amikuzeko irratia.

Esan dezakegu ekimen horrek aurrekari dezente dituela, antzekoak burutu baitituzte azken urte luzeetan, hainbat ekitaldiren berri emateko. Beraz, 2015ean, 19. Korrika Urepeletik abiatu zenerako, zegoeneko elkarlan hura ezaguna genuen. Testuinguru horretan, Korrikak Iparraldean hasi behar zuela aintzat hartuta, hasiera bera telebistaz nahiz Internetez zuzenean emititzeko asmoa ere mahai gainean zegoela, elkarlan horretan oinarritutako ekimen zabalagoa jaio zen Korrikarako.

Gaur egun, zazpi urte geroago, Korrikari begirako ekinbide honek bizirik segitzen du, xedea sendotzen, baita ate berriak zabaltzen ere. Pandemiaren aro beltzaren ondoren izan zen 22. Korrika arrakastatsua horren lekuko izan zen; izan ere, Amurrioko hasieran nahiz Donostiako bukaeran zuzeneko saioak burutu ziren elkarlanean; batetik, telebista/Internet bidez, eta, bestetik, irratien emankizunaren bidez. Halaber, Korrikaren jarraipena segundoz segundo egin zuen zuzeneko seinale arrakastatsua ere izugarri biderkatu zen aliantza honi esker sortutako elkarlanarekin.

Hedabideen arteko elkarlan honek sustatzen ditu Korrikarekin ere maiz lotzen ditugun hiru kontzeptu: elkarlana, auzolana eta arazoak gainditzeko grina. Hori dela eta, bai Korrikari nahiz hedabideei beraiei egiten dien ekarpenagatik, propio aipatu dugu askotan Korrika bakoitzeko balorazioan; mugarri garrantzitsutzat jo izan dugu hau AEK/KORRIKAtik. Hurrengoaren bila, noski!

Azken edizioari so eginez, zilegi iruditzen zaigu elkarlan bakoitzeko oinarrian ibilitakoak aipatzea. Telebista/Interneteko zabalpenari dagokionez, hauxe izan zen talde operatiboa, gero emisioa beste hedabide askori zabaltzeaz gain: ETB, Berria, Hamaika, Kanaldude, Goiena, Erlo, Goierri TB eta 28 Kanala. Irratiei

dagokienez, aipatuko ditugu kontakizunean aritu ziren ahots nagusiak: Euskadi irratia, Aiaraldea, Euskal Irratiak, Arrosa Sarea, Irutxuluko Hitza, Antxeta irratia eta Bilbo Hiria irratia; hemen ere partaidetza zabalagoa, zerrenda luzea, horrelako izenburu baten pean ere jaso zena: “euskaraz aritzen garen irratiok elkarlanean”.

Bestalde, karrerarako sortutako lan-taldeak aparteko aipamena merezi du. Ez dauka loturarik aurreko lerroetan aipatu dugun egitasmo horrekin, Korrikak berak aspaldidanik daukan ekinbidea da, baina beharrezkotzat dugu hemen islatzea. Korrikaren beraren barruan, lekukoaren aurretik nahiz atzetik, AEKren prentsa taldeko lau kideez gain, Berriak (bi kide), Hamaikak (beste bi), Argiak (bat) eta Arrosa Sareak (bat) ere parte hartu zuten Korrikaren prentsa taldean; eta ekimenak iraun zuen hamaika egun eta hamar gau horietan hedabideen arteko elkarlana erabatekoa izan zen. Erabilgarri genituen baliabide mugatuak partekatzen genituen (kotxeak, ekipoa, eta abar), ateratako argazki eta bideoak elkarbanatzen ibili ginen, elkarri babesa eta zaintza eman genion, zailtasunei irtenbide bateratuak ematen saiatu ginen... eta emaitza begi-bistakoa izan da. Inoizko KORRIKArik jarraituena izan da, oso kalitate handiko piezak sortu ziren, eta, zalantzarik gabe, esan genezake aipatutako elkarlanak herri honen onena ateratzen jakin zuela.

Iban Iñaki Lantxo eta Helios Del Santo

KORRIKAREN KOMUNIKAZIO TALDEA



5. BADALAB: hizkuntza eta berrikuntza gurutzatzen diren lekua

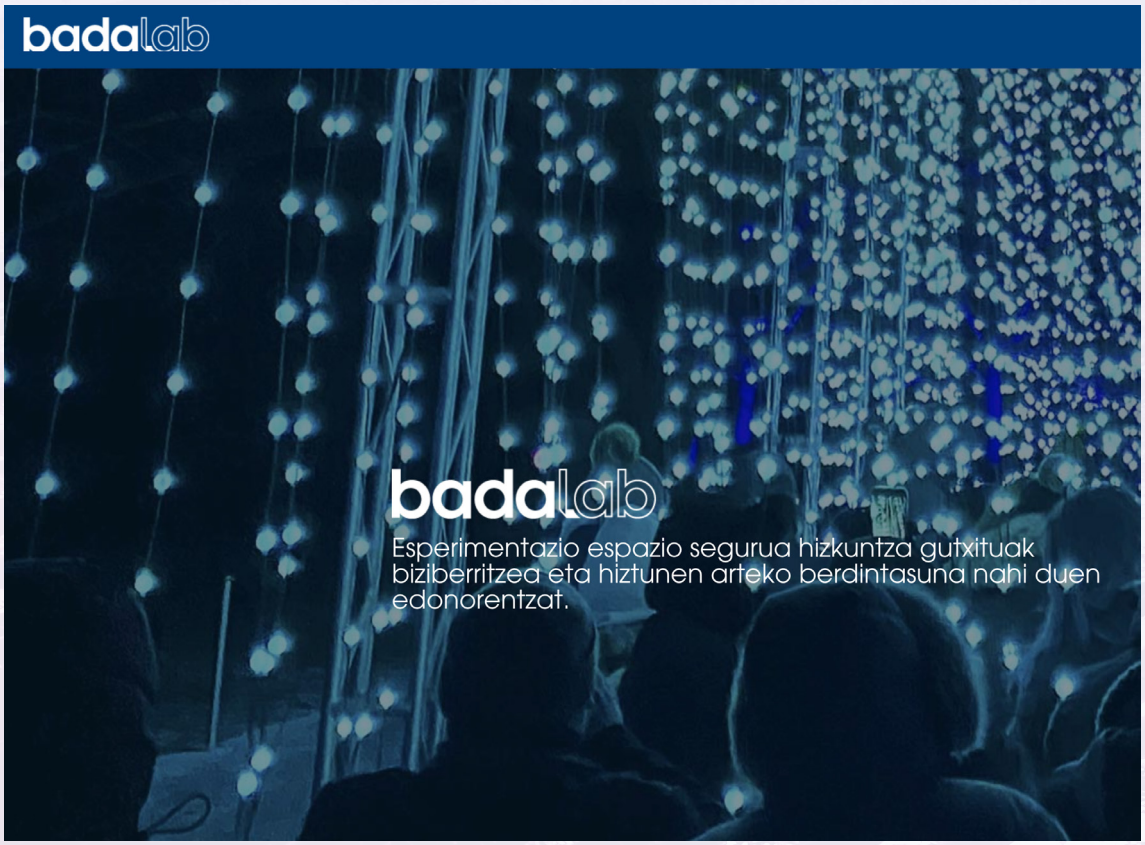
Mikel Irizar Intxausti (Lehendakaria), **Goiatz Oiartzabal Lakarra** (Zuzendaria) **eta Leire Palacios Egiguren** (Berrikuntza eragilea)

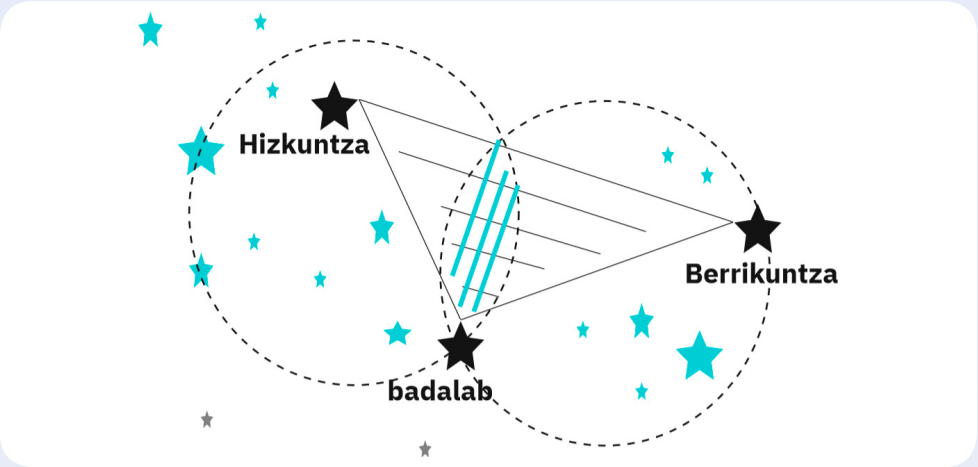
BADALAB

Euskalgintzako Berrikuntza Palanken prozesuaren fruitu da Badalab laborategia, hizkuntzaren eta berrikuntzaren intersekzioan kokatzen dena. Bere helburua da etorkizuneko agertoki eta interakzio sistemetan euskara erabilia izatea; horretarako galdera berriak eta ez ohiko lankidetzak probokatuko ditu. Esperimentazioa du oinarri, eta aitzindaria da bere gobernantza eredua: sektore publikoko erakundea izanik, bere erabakigunean parekatuta daude erakunde publikoak eta eragile sozialak.

ZER DA BADALAB?

Badalab da hizkuntza berrikuntzako laborategia, hizkuntzaren eta berrikuntzaren intersekzioan kokatua. Hizkuntzatik abiatuta, bi eginkizun ditu: euskararen biziberritze prozesuan berrikuntza txertatzea, eta berrikuntza prozesuetan hizkuntzaren aldagaia txertatzea. Esperimentazio gune seguru eta irekia izan nahi du, pertsonen arteko berdintasuna sustatuz.





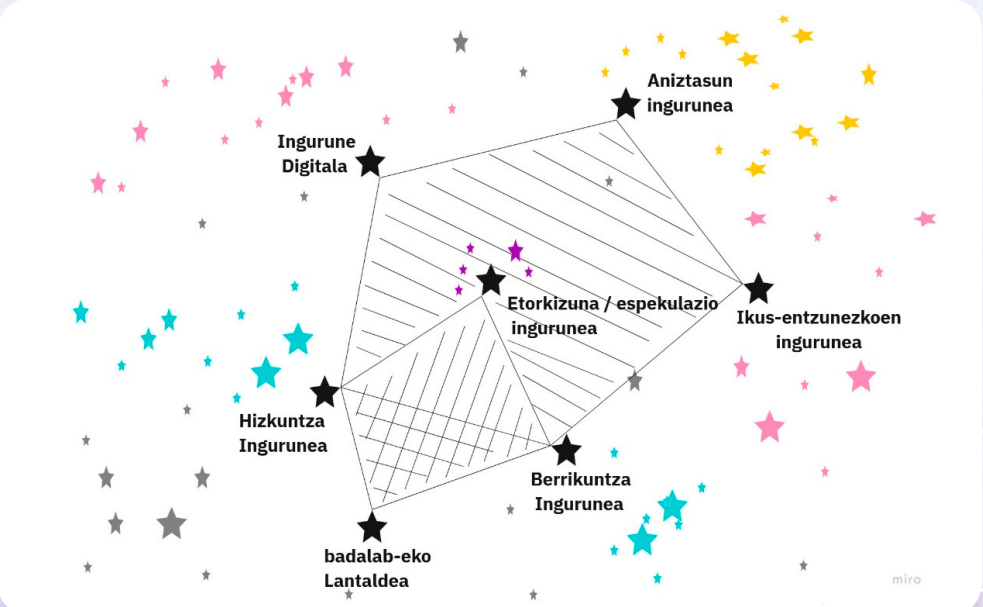
Badalaben helburua da esperimentatzea, eta berrikuntzatik ekarpena egitea euskara etorkizunean ere erabilia izan dadin; modu horretan sustatzen baitira hiztunen artean berdintasuna, errespetua, justizia soziala eta enpatia. Helburua lortzeko galdera berriak proposatuko ditu, eta hauei erantzuteko bilatuko ditu ez-ohiko lankidetzak eta egiteko/egoteko modu berriak.

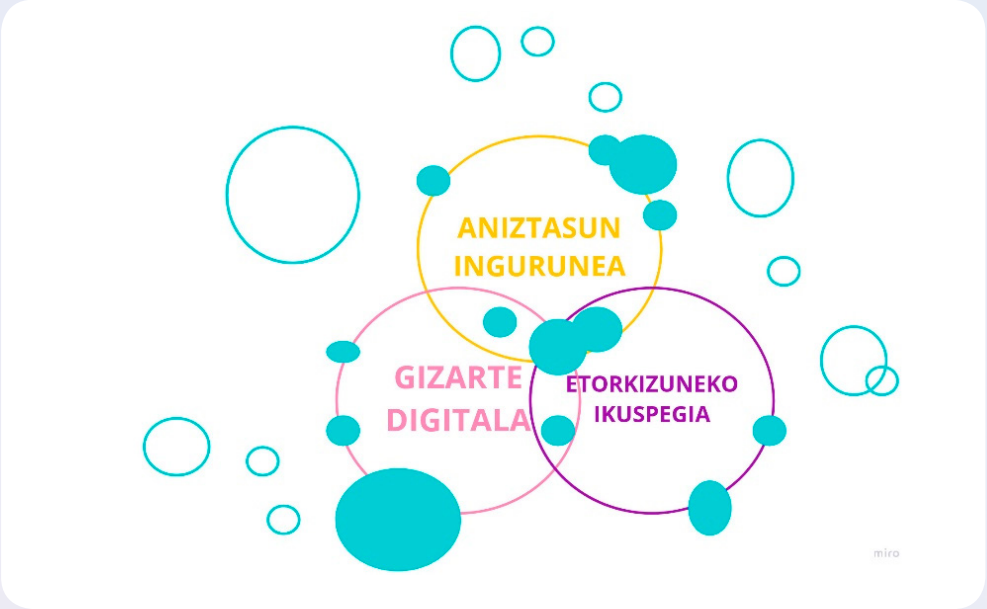
Egun, Badalaben abiapuntuko galdera hauxe da:

*"Nola garatzen da aniztasunean eragile eta erreferente izan nahi duen hiztun komunitatea** gizarte digitalaren garaian?"*

***Euskaratik -eta euskaraz ere- garatu nahi duen komunitatea.*

Galderaren elementu nagusiak hiru dira; komunitatearen garapena, erdigunean, bere etorkizun desiragarri(ar)en bila; gizarte digitala/ikus-entzunezkoa, testuingurua jartzen; eta aniztasuna, aberastasun eta eragin-esparru gisa ulertuta. Hauek dira Badalabek artikulatu nahi duen ekosistemaren intentzioa eta lan eremuak.





Guztiaren oinarrian baieztapen bat: euskararen herrian eragile, erakunde, ekimen eta proiektu ugari dago martxan; Badalaben lehentasuna da horiek indartzea (hiru zirkulu handiak), berrikuntzaren balioa erantsiz. Aldi berean, jorratu gabeko esparrurik antzematen bada, horietan ekimen esperimentalak eragingo ditu laborategiak, beti ere aliantzan (zirkulu txiki beteak).

Jarduera horren eskura jarriko ditu Badalabek espazioa, tresnak eta esperientziak: espazio fisikoa Errenteriako egoitzan, eta eraikitzen ari den espazio birtuala; bidelaguntza, metodologia, dinamizazioa, beka eta antzeko tresnak; eta adimen kolektiboa sustatzeko komunitate saioak eta inspirazio- edota ikasketa-iturri izango diren esperientziak, ekosistema eta hiztun komunitatea elikatzeko, propio diseinatuak kasu bakoitzerako.

"IZENA BADU, BADA"

Badalab Hizkuntza Berrikuntzako partzuergoa 2021ean eratu zen, euskararen hainbat erakunde publiko, eragile sozial eta bidelagun barne hartzen zituela. Puntu horretara iristeko beharrezkoa izan zen paraleloan eta igurtzi gutxirekin garatzen ari ziren bi ibilbide elkartzea: alde batetik, Euskalgintzaren Palankak izeneko deliberazio prozesu publiko-soziala eta, bestetik, Gipuzkoako Foru Aldundiaren Etorkizuna Eraikiz (EE) izeneko berrikuntza ekimena.

Lehen prozesuak 2018rako emana zuen ondorio argia: euskara biziberritzeko beharrezkoa zen berrikuntza sistematikoki landuko zuen erreferentzia zentro egonkor bat. Bere aldetik, Etorkizuna Eraikiz esperimentatzeko erreferentzia zentroak sortzen hasia zen, lankidetzazko gobernantza ardatz hartuta.

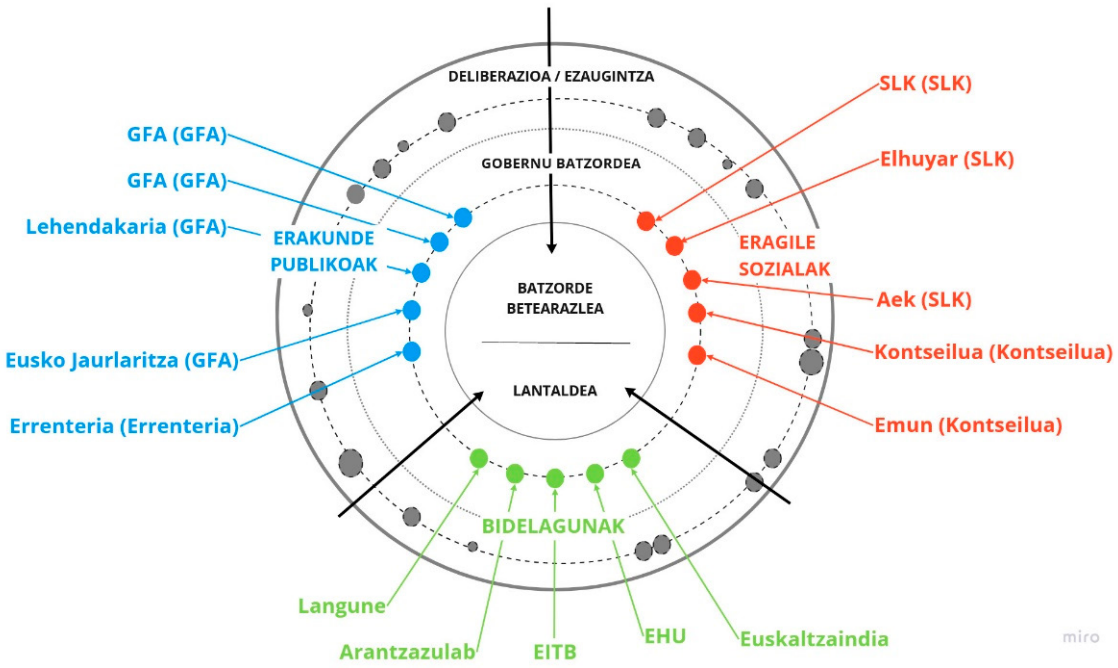
2019-21 tartean bi dinamikak uztartzeko lan sendoa egin zen, beti ere lankidetza publiko-sozialaren logikan.

Badalab 2021eko uztailean eratu zen partzuergo misto gisa, eta Etorkizuna Eraikiz-en baitako erreferentzia zentroa da, Errenterian (Gipuzkoan) egoitza duena. Partzuergoak badu sortze-marka berezi bat: lankidetza publiko-sozialetik sortu da eta lankidetza hori bere egituran txertatu du, gobernantza partekatua eraikiz.

Badalab sektore publikoko erakundea da, Gipuzkoako Foru Aldundiari atxikia. Haatik, Badalaben erabakigune nagusia partekatua da: estatutuen arabera, Gobernu Batzordearen hamabost kideetatik Aldundiak lau izendatzeko eskubidea du, eta erakunde publikoei dagokien bosgarrena Errenteriako Udalaren ordezkaria da; beste bost kide eragile sozialek izendatzen dituzte; eta azken bostak bidelagunak dira.

Partzuergoa eratu zuten kideak hauek dira: Gipuzkoako Foru Aldundia, Errenteriako Udala, Soziolinguistika Klusterra, Euskalgintzaren Kontseilua, Langune, ArantzazuLab laborategia, Euskal Herriko Unibertsitatea, EITB eta Euskaltzaindia. Eta Gobernu Batzordeko kide dira, aurrekoez gain, Eusko Jaurlaritzako Hizkuntza Politikarako Sailburuordetza, Emun, Elhuyar eta AEK.

Gobernantza partekatu honek erantzuten dio Badalabek bere egin duen konbentzimendu sendo bati: gizartearen ekimena eta erakundeen ahalmena uztartuta bakarrik izango du euskal komunitateak herri garapenerako aukera.



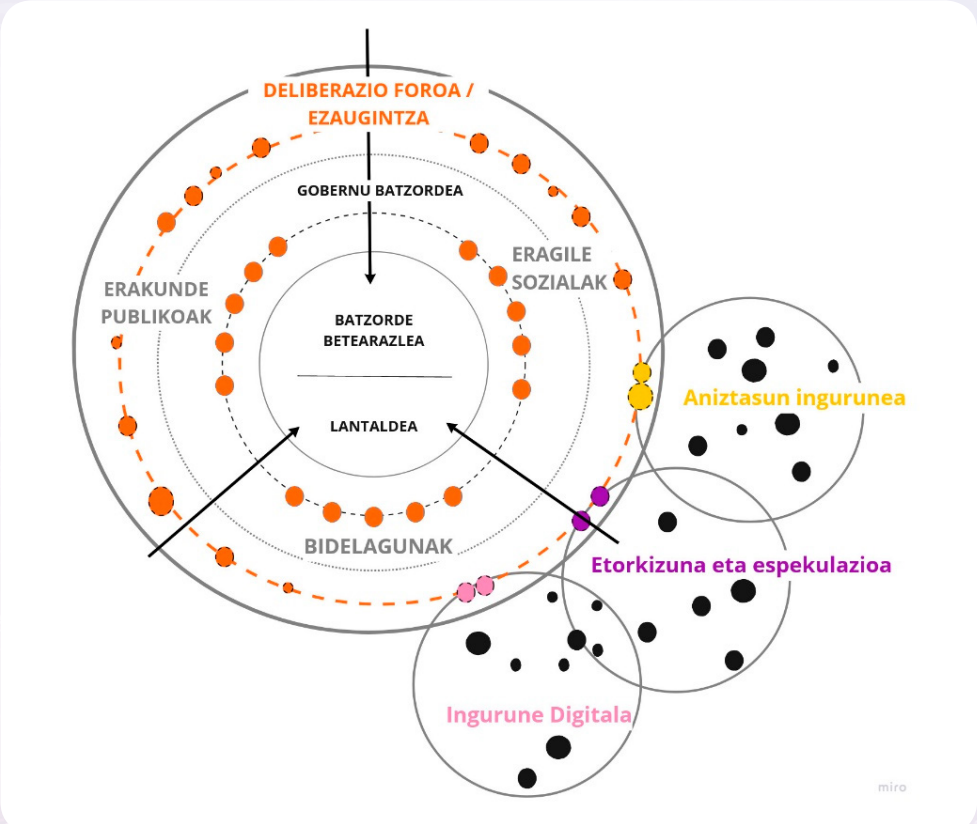
GOBERNANTZA EREDU AITZINDARIA

Badalaben gobernantza bera bihurtu da laborategiaren estreinako esperimentua, partzuergoaren estatutuetan marraztutako gobernantza gauzatu beharra baitzegoen.

Plan estrategikoaren lanketa erabili zen esperimentatzeko. Oinarrizko proposamena landu ondoren, banako elkarrizketa asinkronoetan Gobernu Batzordeko kideekin aberastuz joan zen. Azkenik, proposamen ondua Deliberazio Foroan biltzen diren eragile eta pertsonen ekarpenekin biribildu zen.

Deliberazio Foroa partzuergoaren estatutuetan jasotako organoa da eta 35 pertsonek osatzen dute. Horietatik 15 dira Gobernu Batzordeko kideak, lehen urrats hauetan bermatu nahi delako bi organoen arteko elkarrizketa, eta hartuko diren erabakiak eragile/pertsona gehiagorekin landuko, eztabaidatuko eta kontrastatuko direla. Gainontzeko 20 pertsonek aniztasuna eta aberastasuna ekarriko diote elkarrizketari, sendotasuna.

Gobernantza iragazkorra da Badalabek praktikatzen duena, gurekiko edo guretzat interesa duen edonori irekia. Interes eta ikuspegi desberdinen artean elkarreragina sustatu nahi du adimen kolektiboa aktibatzeko, erabakiak aberasteko eta eraginkortasuna areagotzeko.



Horregatik, eta Deliberazio Foroa mugatzailea izan ez dadin, esparrukako deliberazio batzordeak aurreikusi dira estatutuetan. Batzorde hauek irekiak dira, eta partaideen parte-hartzea maila/intentsitate desberdinekoa izan daiteke, eta denboran aldakorra, proiektuen dinamikaren arabera. Gaur gaurkoz, Badalabek hiru deliberazio batzorde ditu martxan (ingurune digitala, etorkizuna eta aniztasuna) eta Deliberazio Foroa da lan ildo horietan estrategiaren eta jardunaren arteko lotura bermatzen duena.

HEDABIDEENTZAKO ESPERIMENTAZIO GUNE?

Galdera honi ertz desberdinetatik so egingo diogu.

Hasi aurretik, azpimarratzeko kontu bat: norabide askotako harremana izan daiteke. Nor da norentzako esperimentazio gune? Badalab euskal hedabideentzat? Euskal hedabideak Badalabentzat? Hiztun komunitatea Badalab eta euskal hedabideentzat?

Borobil ditzagun ertzak.

Lehen ertza: egituraketa eta gobernantza eredua. Gure baitan garatutako esperimentuak ikasketa esanguratsuak utzi dizkigu: elkarrekin gehiago gara, elkarrekin aritu nahi dugu. Elkarrekin hausnartzeko espazioak benetan baloratzen ditugu; guk, eta gurekin orain arteko ibilbidea egin dutenek ere. Gure ikasketa prozesua eta definitu diren sistemak euskal hedabideen zerbitzura ere badaude. Oraindik bizia den ikasketa prozesu hau elkarrekin aberasteko gonbita, hortaz, lehenik.

Bigarren ertza: hibridotasuna. Badalabek, hutsetik abiatzen den erakundea izanik, hutsetik eraiki eta garatu behar du egiten duen oro. Horrek badakar berekin lan mardula; baina, era berean, aukera paregabea da pentsatzeko, problematizatzeko eta erabakitzeko zer egin, zergatik eta zertarako.

Lerro batzuk gorago esan dugu gizarte digitalak jartzen diola hiztun komunitateari testuingurua. Baita Badalabi ere. Nolakoa izan behar da garaiotan hutsetik sortzen den erakunde bat? Nola antolatuko dugu Badalab logika hibridotik? Nola baliatuko dugu plaza birtuala hizkuntzaren biziberritzean jauzia emateko? Zer egin dezakegu desberdin, sareek eta pantailek aktibaziorako duten gaitasuna biderkatzeko? Zer egin behar dugu euskara ondo kokatzeko ingurune digitalean gertatzen ari diren eraldaketa erabateko horietan?

Hirugarren ertza: sozializazioa eta kontakizun berriak. Identifikatu da teknologiaren garapena erabileraren gainetik dagoela. Euskararen antzera. Kalean erabiltzen dena baino altuagoa da hizkuntzaren ezagutza. Teknologia, ezagutzen eta erabiltzen dena baino garatuago dago hainbat ildotan. Zer egin daiteke teknologiaren sozializazioan jauzia emateko hizkuntza gutxituen mesedetan?

Badalaben, hutsetik abiatzen garelako, problematizatu egin dugu gure komunikazio estrategia bera. Nori, nola eta zein helbururekin kontatuko diogu zer? Kontatzetik harago, balia ditzakegu gure kanalak elkarrizketa eta elkarreragin errealak ahalbidetzeko?

Are gehiago. Gure esperimentuek hiztun komunitatearen garapena dute helburu, euskararen komunitatea elikatu nahi dute, euskaratik eta euskaraz ere garatu nahi duen komunitate hori. Gurean bizitakoek, zein ekarpen egin dezakete iruditeria berriaren eraikuntzan? Eta elika ditzakete beste kanal batzuk? Euskal hedabideak, esaterako?

Laugarren ertza, biribila ixte aldera: euskal hedabideek erronkak izango dituzue. Ameskeria irudituko zaizuen ideia zoro mordoa edukiko duzue, ziur. Nolako ekarpena egin dakizueke Badalabek? Erantzunaren zain geratzen gara.

6. ZIBERERASOAK, GUZTION ARRISKU ETA ARAZO

Izar Mendiguren Cosgaya, Asier Iturralde Sarasola, Alex Aginagalde, Urtzi Odriozola

AIARALDEA KOMUNIKABIDEA, ARGIA, PANTAILAK EUSKARAZ ETA CODESYNTAX

Teknologia eta sare sozial berrien erabilera horren garrantzitsua den garaiotan, zein arrisku edo zulo ditu sareak? Pentsaezina litzaiguke kasik, egun, Internetik gabeko bizitza. Komunikabideentzat ez ezik, komunikaziorako ezinbesteko tresna bilakatu dira, baita bizitzako beste esparruetarako ere: kultura bertatik hedatu eta kontsumitzen dugu (espazio eta baliabide fisikoetan ere bai), erosketa edo bidaiak bertatik arakatzen ditugu, lana bilatzeko plataformak baliatzen ditugu, ordainketa edo transferentziak ere bertatik bideratzen ditugu askok... Abiadura bizian doa teknologia berrien garapena, eta, komunikabideak ezin gara atzean geratu. Zeren truke, ordea?

AIARALDEA KOMUNIKABIDE FAKTORIA

AIARALDEA

Aiaraldea Komunikabideari egindako zibereraso nagusia 2022ko irailean izan zen: Youtubeko kontua blokeatu ziguten kriptotxanponen publizitatea sartu zelako. Horren atzetik etorri ziren Facebookeko kontua blokeatzea, edota Twitchekoa etetea. Irailaren 28an ez ziguten, ordea, Youtubeko kontu soila blokeatu: Aiaraldearen kasuan 11 urtetako ikus-entzunezko artxibo publiko guztia geratu zen etenda. Webgunean *no disponible* akatsa ikustea baino larriagoa zen guretzat hori.

Teknologia burujabetza ezak kinkan jartzen zaitu hedabide gisa, une batetik bestera zure edukiak nazioarteko auskalo zein hodeietan bahituta daude, eta arazoa konpontzeko giltza ez dago zure esku. Gure kasuan, halako erasoak jasan dituzten Euskal Herriko proiektu ezberdinekin jarri ginen harremanetan: euskarazko komunikabideen babesa jaso genuen, baita beste zenbait proiekturena ere, baina ez zen aski izan. Bi helegite aurkeztu behar izan genizkion Youtuberi gure kasua lehenbailehen aintzat hartzeko: euskarazko komunikabidea izanik, oso argi zegoen kriptotxanponen publizitatea ez zela Aiaraldea Komunikabideak egindakoa (logorik gabe, euskara ez den hizkuntza batean...). Ondorioa argia da: teknologia burujabetzarik gabe, enpresa multinazionalen menpe gaude. Badira alternatibak, ordea: Peertube ikus-entzunezkoetarako (hodeia edo biltokia Euskal Herrian du), Matomo (Google Analytics ekiditeko programa librea)... Baina jendarteak korronte horien arabera informazioa eta bizitza kontsumitzen jarraitzen duen bitartean, zaila zaigu bide horiek alboratzea (telebista zein mugikorretan Youtube erabiltzen da batik bat, eta audientzia edo irismena murriztea ekarri lezake horrek, ziurrenik). Hortaz, arriskuetan zentratu baino, aukeretan eta aliantzetan dago gakoa: zibererasoek ez dute gure munduetatik alde egingo. Balia ditzagun halako egoerak helburu eta tresna berak dituzten komunikazio edo komunikabide proiektuak elkartu, lagundu, babestu, eta alternatiba berriak zirriborratzeko. Esperientzia eta aukera ugari ditugu gure inguruan ere amu berriei heldu eta mamuak uxatzeko.

https://aiaraldea.eus/aiaraldea/1668777821974-aiaraldea-komunikabideak-youtube--kontua-berreskuratu-du-zibererasoaren-ondorioz-desaktibatu-zioten-eta

Izar Mendiguren Cosgaya
AIARALDEA KOMUNIKABIDEA

ARGIA

ARGIA

Argia.eus webguneak_DDoS edo Zerbitzu Ukapenaren Eraso banatu motako zibereraso anonimoa jasan zuen, 2022ko uztailaren 17an hasita, hiru egunez. Mota horretako eraso informatikoetan, Interneteko helbide ugaritatik bot-ak erabiliz, informazio eskaerekin zerbitzaria erabiltezin uztea bilatzen da. Erasoa helbide bakarretik datorrenean oso erraza da geratzea, nahikoa baita dagokion IP helbidea blokeatzea, baina DDoS motako erasoetan zaila da trafiko normala eta erasoaren parte dena bereiztea, erantzuna ematea zailduz.

Uztailaren 17an, igande gauean, ohartu ginen zerbait ez zihoala ongi. Ulertzen ez genituen arrazoiengatik webgunea ostatatzen duen zerbitzariaren lan karga neurriz gain hazi zen, inoiz ikusi gabeko mailetaraino, eta ondorioz, ezin ziren webeko edukiak ikusi. Astelehen goizean kazetariek ezin izan zuten informaziorik publikatu. Bien bitartean, soluzio bat aurkitu nahian aritu ginen jo eta ke. Arratsaldean, une batez webgunea berrezarri eta prest genituen albisteak argitaratu bagenituen ere, berriro erori zen zerbitzaria.

Asteartean ere arazoak berdin jarraitzen zuen. Webgunea behin-behinean martxan jartzeko erabaki mingarri bat hartu behar izan genuen: Espainiako Estatutik kanpoko IP helbide guztiak blokeatzea, gure irakurle multzo bat, Ipar Euskal Herriko lagunak, sistematikoki kanpo utziz; baita diasporako euskaldunak ere. Hori izan zen webgunea zutik mantentzea lortu zuen lehen neurri eraginkorra. Jarraian, erasoaren jatorria aurkitu eta mugatu nahian, hainbat proba egin genituen, zenbait estatutako trafikoa blokeatuz, baina ez genuen erantzun argirik aurkitu. Hiru eguneko buruhausteen ostean, uztailaren 21ean, ostegunean, blokeoa kendu eta webguneak zutik irauten zuela ikusi genuen. Erasoa amaitu zen.

Horrelako erasoak informazio eskubidearen aurkakoak dira, eta beraz, denon askatasunaren aurkakoak, baina gure komunitatearen babesa dugula sentitzen dugu. Askotan esan dugun bezala, ez gaituzte ez kikilduko, ez isilduko.

https://aiaraldea.eus/aiaraldea/1668777821974-aiaraldea-komunikabideak-youtube--kontua-berreskuratu-du-zibererasoaren-ondorioz-desaktibatu-zioten-eta

Asier Iturralde Sarasola

ARGIA

PANTAILAK EUSKARAZ

Joan den urriaren 11n, Pantailak Euskaraz ekimenaren e-postari, Twitter kontuari eta Youtube kontuari eraso zieten. Gure Youtubeko kanalean eta Twitterreko kontuan kriptotxanponen inguruko mezu eta bideo ugari agertzen hasi ziren, ingelesez. Informatikan adituei galdetu eta *scam* motako erasoren bat izango zela esan ziguten, pirata informatikoren bat sartu zitzaigula gure kontuetako pasahitzak lortuz lehenik, eta bere mezuak publikatuz ondoren. Abisatu ziguten bezain pronto, mezu horiek guztiak ezabatu genituen, kontu guztiak gailu guztietan itxi, eta pasahitzak berrezarri genituen.

Hau guztia egin ondoren, urriaren 12an, konpondutzat eman genuen arazoa eta gure kontuen funtzionamendua normaltasunera bueltatu zen. Baina ostegun gauean, urriaren 13an, Twitter kontua itxi ziguten. Ez dugu garbi horren arrazoia. Twitterretik jasotako mezuaren arabera, "arau-hauste bategatik" itxi ziguten behin-behinean. Esan zigutenez, baliteke Twitterrek gure kontuan agertu ziren mezu arraro horiek desegokitzat jo izana eta horren ondorioz itxi izana. Orduan, hau berrezartzeko eskaerak bideratu genizkion Twitterri bere laguntza atalaren bitartez, gertatutakoaren azalpen guztiak emanez. Eskaera behin eta berriz luzatu genion hurrengo egunetan, baina erantzuna beti berdina izan zen: "Arau hausteagatik kontua itxia duzuela berresten dizuegu".

Hau salatzeko sinadura kanpaina bat abiatu genuen Avaaz plataforman, horrela Twitter presionatu eta kontua berrabiaraziko zigutenaren itxaropenez. Bi egunetan 500 sinaduratik gora bildu genituen; Twitterri eskaera berriak luzatu, baina ez genuen lortu berriz aktibatzea. Beraz, @pantailakeus kontua galdutzat eman (2.800 jarraitzaileak ere), eta zerotik hasi gara berriz, @pantailakeusk kontua sortuz. Momentuz, jarraitzaileen erdia soilik berreskuratu dugu, eta hau traba handia izan da batez ere sare sozialetan mugitzen den gurea bezalako ekimen batentzat. Gainera, garai bertsuetan gure webgunea ere erori zen, ez dakigu oso ongi zergatik, baina arazo tekniko andana izan genituen hau berreskuratzeko; beste eraso edo birusen bat izan zela esan ziguten. Oztopoz beteriko baldintza horietan eraman behar izan genuen aurrera urteko gure ekimenik garrantzitsuenetakoa izan zen PANTAILALDIA.

hhttps://www.pantailakeuskaraz.eus/

Alex Aginagalde
PANTAILAK EUSKARAZ

ZIBERSEGURTASUNAREN OINARRIAK ETA GOMENDIO BATZUK NORBANAKO, ERAKUNDE ETA ELKARTE TXIKIENTZAT

Eraso informatiko bat ekidin eta zein gomendio aplikatu behar ditugun erabaki ahal izateko, lehenik eta behin, zibererasoak zer diren jakin beharko genuke. Wikipediaren esanetan, zibereraso edo eraso informatiko bat, sistema informatiko bat (ordenagailu, sare pribatu, etab.) kontrolatzea, ezegonkortzea edo kaltetzea helburu duen nahita egindako eraso bat da. Baina garrantzitsuena eta oinarri oinarrian ulertu beharko genukeena da, honelako eraso batek sistema informatikoetan sarbidea eskuratzea izaten duela lehen helburua. Hau da, ordenagailu eta sareetan kontrola lortzea ahalik eta maila altueneko pribilegioak lortuz, ondoren gailu horiek helburu ezberdinetarako erabiltzeko: informazioa ostu, gailuen funtzionamendua ezegonkortu, fitxategiak ezabatu...

Beraz, erasoak ekiditeko, gailuen kontrola guregain izateko prebentzioak hartzea eta eraso mota hauetaz informatuta egotea da gakoa, engainuak ez irensteko. Erasoak, normalean, engainu eta tranpa izan ohi dira hasieran, eta behin engainu hori gauzatu ostean eta gailuen kontrola lortu ostean jotzen dute benetako helburura.

Gainera, kontutan izan behar dugu mota askotako erasoak daudela eta ez dagoela soluzio magiko bakar bat hauei aurre egiteko. Horrez gain, gaixotasunen moduan, erasoak ere aldatu eta eboluzionatu egiten dituzte erasotzaileek, hauen aurkako konponbideak kaleratzen diren heinean. Horregatik erabiltzen dira askotan gaixotasunen metaforak (birusa, mutazioak, infekzioa, antidotoak...).

Eraso mota batzuk aipatzearren, hona hemen ohikoak izaten direnen zerrenda bat:

INGENIARITZA SOZIALEKO ERASOAK

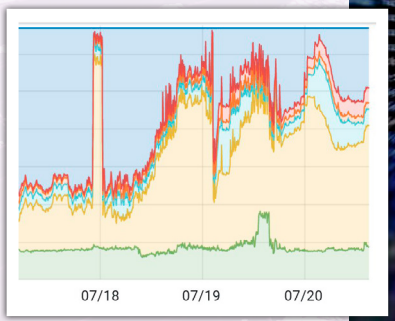
Segurtasuna apurtzerako orduan, orokorrean pertsonok izaten gara katebegi ahulenak; eta ingeniaritza sozialeko erasoak gu gaitu helburu. Pertsonon psikologia eta engainua izaten dute joko esparrua eta gailuetara sarbidea eta kontrola lortzeko jo puntua.

Multzo honetan, taktika ezberdinak erabiltzen dira. Benetan gertatu diren adibide batzuk jartzearren:

1. Eraso sinpleena engainu zuzena da. Informatikako teknikari baten paperean enpresa batera sartzen den erasotzailearena, adibidez. Biktimak ordenagailu bateko sarbidea eta pasahitzak eskaintzen dizkio mantenu lanak egiteko. Erasotzaileak gailu horren kontrola lortzen du eta hurrengo erasoa etxetik egiten du enpresako datuak konprometituz.

Telefonoz ere gertatu izan dira horrelako kasuak eta baita enpresa barneko langileek gauzatuta ere.

2. Eraso sofistikatuagoen artean, *Phising*, *Smishing*... deritzenen eta hauen antzeko deribatuak izan ohi dira ohikoenak. Eraso hauetan, biktimek erabiltzen dituzten zerbitzuen webguneak faltsutzen dituzte (banketxeetako webguneak normalean). Hauen kopia berdinak eraikitzen dituzte, bezero gune eta guzti. Horrela, benetakoak diruditen e-posta edo sms mezuen bitartez, biktimei beraien zerbitzuetan aldaketak egon direla-eta webgunean sartzeko eskatzen zaie. Mezu horretan, faltsuak diren webgune horietara bideratutako estekak egoten dira eta biktimek bertan klik egin eta erabiltzaile eta pasahitzak sartuta, erasotzaileei bidaltzen dizkiete. Bai, hala da: online bankako erabiltzaile eta pasahitzak. Behin online bankarako sarbidea eskuratuta, diru transferentzia bat gauzatu dezakete eta segidan 1. puntuan aipatutako eraso mota bat gauzatzen dute, zeinetan erasotzaileak, benetako bankuko telefonoa dirudien zenbaki batetik biktimari deitu eta benetako bankutik jaso duen sms mezuko kodea eskatzen dion. Biktimak telefonoan jasotako zenbakia ematen badio, transferentzia gauzatu eta dirua galduko du.
3. Malwarea deritzon beste multzo bat ere badago. Kasu honetan, gure ordenagailuaren kontrola lortzeko prestatutako programa edo fitxategi bat izaten da, baina benetako programa edo fitxategi baten itxura duena. Programa hau gure gailuren batean instalatzen badugu, akabo. Demagun instalatu nahi dugun programa garesti baten (Photoshop, adibidez) instalatzailea dohainik deskargatzeko aukera aurkitzen dugula sarean. Programa hori malwarea baldin bada, eta guk ordenagailuan instalatzen badugu, erasotzaileari gure ordenagailuaren kontrola lortzeko tresnak instalatzeko aukera emango diogu. Adibidez, gure teklatuan zapaltzen dugun tekla bakoitza zein den bidali ahalko dio (*keylogger*) gure pasahitz ezberdinak lortzeko aukerarekin, edota beste ordenagailu baten aginduak betetzeko diseinatutako programa bat instalatuko zaigu guk ezer jakin gabe. Azken kasu honetan, gure ordenagailu hori zonbi bat dela esan daiteke eta milioika ordenagailuk





osatutako ordenagailuen sare edo armada baten parte izan daiteke (*botnet*), ordenagailuaren jabea ezertaz jabetu gabe. Malware eraso mota Argiaren aurkako erasoa ulertzeko ezinbestekoa da, nire ustez.

INDAR GORDINEKO ERASOA (*BRUTE FORCE*, INGELESEZ)

Kasu honetan, lehendabizi, biktimaren informazioa pilatzen dute sarean ahal dituzten bide guztiak erabiliz. Google bilatzailea edota sare sozialak informazio iturri ezin hobeak izan ohi dira horretarako. Ondoren, biktimaren profila osatzen dute eta hitz gakoak izan daitezkeen hitzekin pasahitzak eraikitzen dituzte: txakurraren izena+jaioturtea, ezizena+jaioturtea, seme-alaben izenak+jaiotze datak... Eta banan banan probatzen dituzte biktimak erabiltzen dituen zerbitzuen kontra (sare sozialak, e-posta...) hauetakoren baten pasahitza asmatu eta zerbitzuaren kontrola lortu arte. Hortik aurrera, beste eraso bati ekin diezaiokete: spama, informazio lapurreta, estortsioa, identitate lapurreta...

ZERBITZU UKATZEAREN ERASO BANATUA (DDOS)

Eraso hau, aurrez mendean hartutako hainbat gailu sarean koordinatuta egiten den eraso bat da. Mendean dauden gailuak zonbi egoeran daudela esaten da, eta erasotzaileak kontrolatzen duen gailu baten aginduak betetzen dituzte. Gainera, gailu zonbi horien jabeek ez dakite haien gailua eraso koordinatuak egiteko erabiltzen ari direla eta gailuen armada (ingelesez, *botnet*) baten parte direla.

Funtsean, sareko zerbitzu bat denbora tarte batean erabilgaitz uztea da helburua eta horretarako, zerbitzu hori eskatzen dute *botnet* bateko gailu zonbi guztiek aldi berean edo maiztasun ezberdinetako olatu aldietan. Webgune edo zerbitzu horrek espero ez duen eskaera kantitatea jaso eta denak artatu ezin dituenez, gainezka egiten du. Musika talde ezagun baten kontzertu berezi bateko sarrerak erosi nahi dituzunean bezala gertatzen da, tiket zerbitzaria blokeatuta gelditu ohi da, jarraitzaile guztiak batera sarrerak erosi nahian baitabiltza. Baina kasu honetan, eskaerak zilegi dira eta jende uholdearen bisitak espero eta ekidin daitezke; DDoS eraso batean ez, eta efektu bera bilatzen dute.

Webgune edo zerbitzua kudeatzen dutenentzat zaila izaten da bereiztea zilegi diren eskaera eta erasorako direnen artean, eta eskaera hauek filtratu, blokeatu edota erasoa amaitu bitartean webgune edo zerbitzuak erabilgaitz egoten dira.

Eraso mota hau Argiak edota hainbat Mastodon instantziek jasan dute duela gutxi.

RAMSOMWARE ERASOA

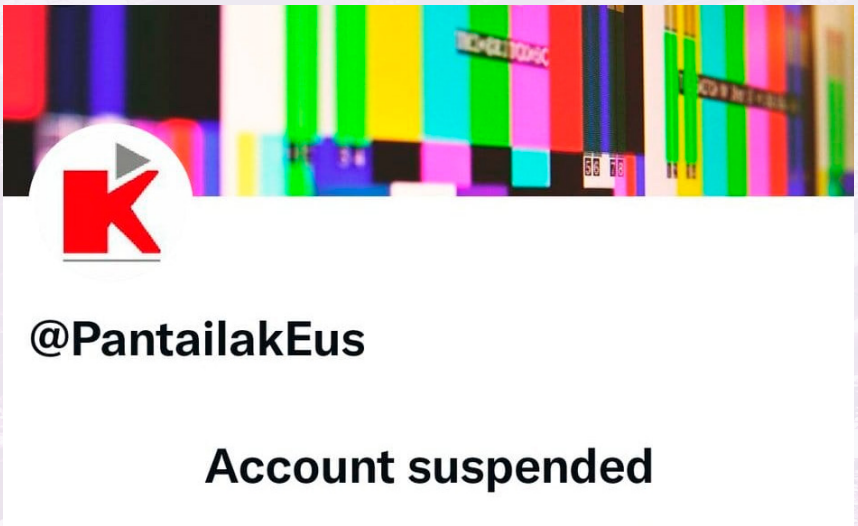
Oso ohiko erasoa bilakatu da azken aldian, batez ere enpresa munduan. Erasotzaileak datu baliotsuak dituen gailu batera malware bidez sarbidea lortzen duenean, datu horiek zifratu egiten ditu. Hau da, pasahitz batez enkriptatu. Ondoren, gailuaren jabeari edo enpresari diru kopuru bat eskatu ohi dio datu horiek berreskuratzearen truke. Normalean, kriptotxanponetan ordaintzeko eskaera egiten dute: *Bitcoin*etan. Ordainketa kriptotxanponetan eginez gero, ia ezinezkoa da hauek arakatu eta jarraitzea.

Azken aldian, gainera, eraso hauen aldaera berri bat ari da nagusitzen, zeinetan erasotzaileek, datuen zifratzeaz gain, kopia bat ere bereganatzen duten. Horrela, datuak galtzeko arriskuaz gain, datu hauek hirugarrengo batzuekin partekatzeko edo saltzeko mehatxua egiten dute.

Eraso honen aurrean, funtsezkoa da datuen babes kopia on bat izatea eta malwarea ez instalatzeko neurriak hartzea.

ERASO HAUEI AURRE EGITEKO BABES NEURRI BATZUK, ZERRENDATUTA:

- Gailuetako sistema eragilea eguneratuta eduki, azken segurtasun adabakiekin.
- Software librean oinarrituta ez dagoen sistema eragile bat baldin baduzu, antibirusa instalatuta eta egunean izan, eta noizean behin ordenagailua eskaneatzeko programatu. Aukeran, erabili software librea, lehenak izaten baitira segurtasun akatsak detektatu eta egunera-ketak kaleratzen.
- Zure sareko puntuak begiratu: wifia pasahitz seguru batez babestuta daukazu? Routerrak bere administrazio gunerako sarbidea pasahitz seguruz dauka babestuta? Zure sarbide puntuko kontrola lortzen badute: etxekoa, enpresakoa... etxean sartu zaizkizu.
- Ez instalatu webgune ofizialetatik aparteko ezer eta ziurtatuta ez dagoen ezer: ez mini-jokorik, ez demorik, ez doako programarik... Sisteman lekua zaborrez betetzeaz gain, oso arriskutsuak izan ohi dira.
- Tartean behin, ahal baduzu, datuen kopia bat egin eta formateatu diskoa berriz ere sistema eragilea instalatuz eta garbituz.
- Ez partekatu zure pasahitzak inoiz inorekin. Ez login egiteko erabiltzen dituzunak, ez eta mugikorrera mezu bidez iristen zaizkizunak.
- Ez utzi pasahitzak idatzita, ez mahai gainean paper batean, ez post-it batean, eta abar... Are gutxiago ordenagailuan bertan testu fitxategi batean. Fitxategi batean gorde behar badituzu, beti zifratuta gorde.



- Pasahitzen politika egoki bat erabili: ez errepikatu pasahitzak zerbitzu berdinetan, luzeak eta karaktere nahaspila ezberdinak izan ditzatela, eta abar.
- Aukeran, pasahitzen kudeatzaile bat erabili. Pasahitzak sortu eta gogorarazteko programa bat, asko daude merkatuan.
- Erabiltzen dituzun kanpo zerbitzu guztietan (online zerbitzuetan, adibidez Youtube edo Twitter moduko sare sozialetan, Gmail moduko e-posta zerbitzuan...), 2FA edo bi faktoretako autentifikazioa erabili. Pasahitzaz gain, beste segurtasun geruza bat ezarriko diozu zerbitzuari. Gaur egun ezinbesteko minimo bat izaten da hau aktibatzea erakunde eta enpresa askotan. Elkarte edo erakunde bat bazara, minimo bat izan behar luke honek.
- Ez ireki ezagutzen ez duzun e-posta batek dakarren eduki gehigarririk ez eta loturarik ere, bere jatorria egiaztatu eta ona dela jakin arte. E-posta hori espero ez baduzu, argi ibili beti.
- Zure bankutik e-posta bat bidaltzen badizute pasahitza aldatu behar duzula esanez, edo dena delako kudeaketa bat egin behar duzula-eta e-posta horretan esteka bat badago, ez egin klik bertan. Deitu bankura, eta egiaztatu benetan hori eskatzen dutela eta hala bada, zuzenean idatzi nabigatzailean edo bilatu Googlen zure bankuko helbidea eta bertatik sartu.
- Aurreko kasuan bezala sms mezu bat iristen bazaizu pasahitza aldatu behar duzula, edo bestelako kudeaketaren bat egin behar duzula



AIARALDEA KOMUNIKABIDE FAKTORIA

AIARALDEA

Aiaraldea Komunikabidearen sare sozialak hackeatu dituzte

Erredakzioa 2022-09-28 21:05

Aiaraldea Komunikabidearen Youtubeko kontua itxi egin dute. / Aiaraldea.eus

Aiaraldea Komunikabidearen Youtube kanala lapurtu eta desagerrarazi dute. Twitter kontuan ere sartu dira. Horrez gain, aste honetan komunikabidearen Facebook kontuari ere egin diote eraso.

AIARALDEA KOMUNIKABIDE FAKTORIA

AIARALDEA

ZIBERERASOAK

Aiaraldea Komunikabideak Youtube kontua berreskuratu du, zibererasoaren ondorioz desaktibatua zegoena

Erredakzioa 2022-11-18 15:00

Aiaraldea Komunikabideko bideo guztiak ikusgai daude berriro.

Prozesua uste baino luzeagoa eta korapilatsuagoa izan da, ohiko

esanez, eta lotura bat baldin badago, ez inoiz klik egin bertan. Begiratu helbidea nola hasten den, helbide faltsua den edo ez ikusteko zantzuak izan ditzaken domeinuak.

- *Phising* erasoa den edo ez detektatzeko, gure hizkuntza oso lagungarria da. Banketxean edo beste edozein zerbitzutan euskarazko arreta baldin badaukazu, mezuak euskaraz ere iritsiko zaizkizu gutxienez. Euskaraz badaude, fidatzeko aukera gehiago, baina hala ere ez ireki inoiz eskatu ez duzun horrelako estekarik.
- Erabili beti HTTPS konexioak (helbide barran ikusten den giltzarrapoa) dituzten web helbideak.

Elkarte egituretan sistema informatikoak dituzuenontzat babes neurri gehigarriak:

- Sare lokala baduzue, zaindu sarbidea (firewall bidez) eta sarearen toponimia sektore ezberdinak fragmentatuz, backup politika egoki bat eginez eta erredundantzia sortuz bai datu eta baita zerbitzuetan ere.
- Gogoratu gaur egun gero eta gailu digital gehiago erabiltzen ditugula, ez ordenagailuak bakarrik (wifi routerrak, mugikorrak, telebistak, ahots bidezko bozgorailuak, kotxeak, hozkailuak, entxufeak...). Garrantzitsua da lehenago aipatu moduan, denei software eguneraketak egitea eta mantenua ematea. Baita konexio puntuak aztertu eta ahal baduzue sarea fragmentatzea arriskutsuak izan daitezkeen gailuak isolatzeko.

LERRO BATZUK AZKENALDIAN GURE INGURUAN GERTATU DIREN ERASOEN INGURUAN

Aiaraldea Komunikabidearen eta Pantailak Euskarazen kasuak, ziurrenik malware batekin hasitako eraso baten ondorioak izan dira. Izan ere, erasotzaileak, sare sozialetako sarbideak lortu zituen eta gaur egungo sare sozial ezagunenak indar gordina ez erabiltzeko prestatuta egon ohi dira. Beraz, ziurrenik, behar ez zuten programaren bat instalatu eta erasotzaileak eragile hauen ordenagailuren baten kontrola lortuko zuen, ondoren pasahitzak eskuratzeko teknikak erabiliz eta biktimak zelatatuz kasurik txarrenean. Behin pasahitzak lortuta (litekeena da sare sozial ezberdinetan pasahitz bera erabili izana biktimek), bertan kriptotxanponen inguruko publizitatea edo spama egiteko erabili zituen erasotzaileak.

Argia.eus webguneak jasandako DDoS erasoa, berriz, lehen aipatutako malware eraso baten biktima izan diren hainbat ordenagailuk osatutako armada zonbi edo ordenagailu sare baten eskutik gauzatu zen (*botnet*). Erasotzailearen helburua Argia zerbitzuz kanpo uztea zen eta horretarako bere mendean zituen milaka (miloika izan daitezke) ordenagailuri Argiaren webgunea aldi berean irekitzeko agindu zitzaien. Gailu zonbi hauek eskaerak egin zituzten beraien benetako jabea ezertaz ohartu gabe, eta Argiaren zerbitzariak eskaeraz josi eta ito egin ziren.

Urtzi Odriozola

CODESYNTAX

7.

BERTSOLARI TXAPELKETA NAGUSITIK NORD STREAMERA:

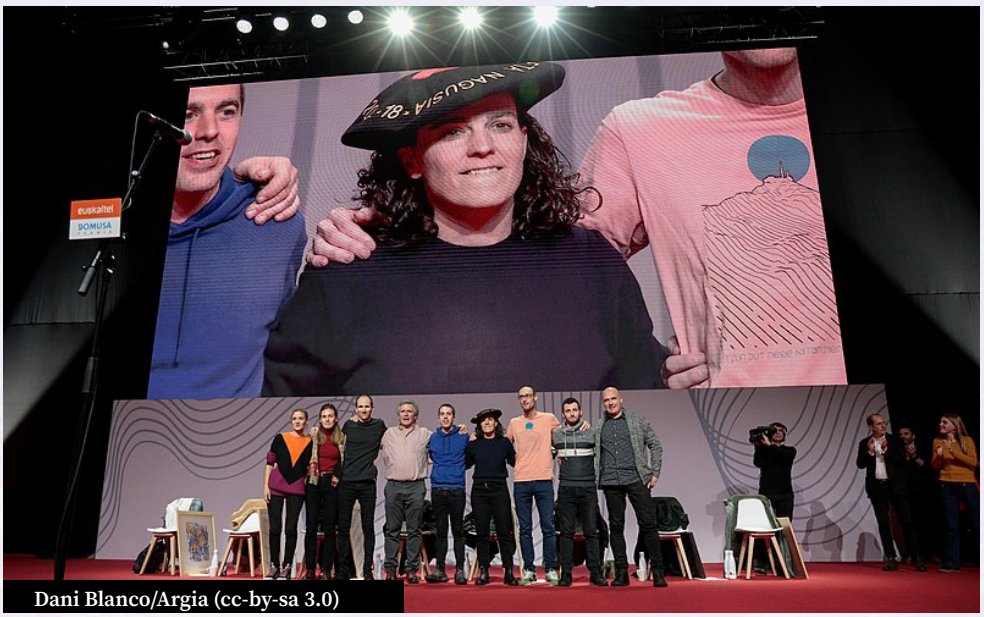
eduki libreen garrantzia hizkuntza ez-hegemoniko batean

Galder Gonzalez Larrañaga

WIKILARIA ETA DIBULGATZAILEA

Lerro hauek idazterakoan, bero dugu oraindik Nafarroa Arenan Bertsolari Txapelketa Nagusiaren finalak utzitako zirrara. Hiru hilabetez 42 bertsolarik artea bat-batean sortzeko duten gaitasuna erakutsi dute, eta euskal komunikabideek jarraipen txukuna egin dute, ezbairik gabe. Wikipedian aritzen garenok ere, saiatu gara egunean eguneko jarraipena egiten, puntuen arabera ordenatzen, zortziko handi eta hamarreko txikiak definitzen, eta bertsolarien artikuluak hobetzen. Saiatu gara ere historia idazten, 1935ean izan zen lehen Bertso Gerratik pasa eta frankismo bete-betean Euskaltzaindiak antolatutako txapelketen inguruan idazten. Saiatu gara, baina ariketak baditu hutsune batzuk: copyrighta. Ezin da bertsolarien ahotsa entzun euskarazko Wikipedian, eta ezin dugu bertsolarien kalitatezko argazkirik lortu, ez bada wikilari bat saioz saio kamara on batekin mugitzen dela. Argazki librerik gabe, ezin ilustratu. Irudi librerik gabe, ezagutza galtzen da.

2009tik hona lortu dugu Bertsolari Txapelketa Nagusi bakoitzeko argazkiren bat, maiz lizentzia libreekin argitaratzen duten herri komunikabideen eskutik. *Flickr* plataforma digitalera libre igo zituen *Larrabetzutik* herri komunikabideak 2009ko argazki ugari; *UKBerri*k gauza bera egin zuen 2013an; *Argia*ko Dani Blancok igo zituen 2017ko finaleko argazkiak, eta berari esker ditugu ere 2022koak. Lehenengo biak desagertu diren herri komunikabideak dira: euren artxibategia libre Flickr-era igo izan ez balute, betirako galduko lirateke argazki horiek. *Wikimedia Commons*en fitxategi horien kopia egin izan ez bagenu, eziezkoa zatekeen 2009tik aurrera izandako finalen argazkiak izatea. 2009tik atzera, egoera okerragoa da: irudi librerik gabeko gertakari kulturaletan murgiltzen gara. 1967ko argazki gutxi batzuk ditugu, Marin Funtsak Kutxatekara igo zituenak eta Gipuzkoako Foru Aldundiak libre utzi zituenak. Hor ditugu Xalbador, Garmendia edo Mugartegi, soilik bizkarrez ezagutzen dugun bertsolaria. Atzerago eginez, 1936ko argazki bat, Car Funtsak igotakoa: gizonkoteak euren txapelarekin, formazio serioan. Tartean, iluntasuna.



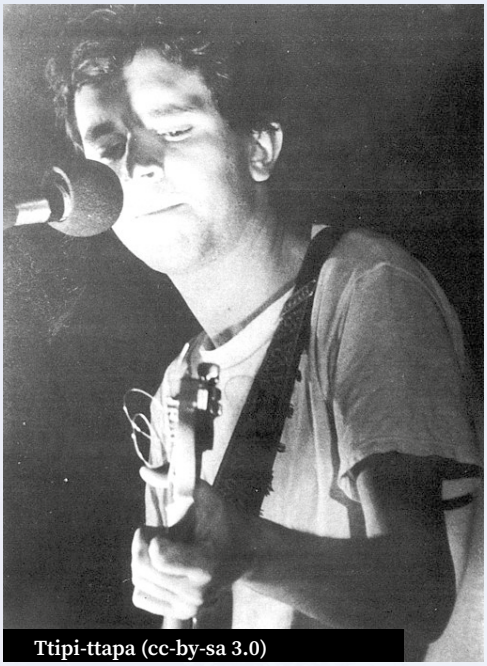
Dani Blanco/Argia (cc-by-sa 3.0)

Wikilariok, ezagutza librearen alde dauden beste milaka pertsona bezala, edukiak sortzen ditugu birsortu daitezen. Hautu bat da, ez da derrigorrezkoa. Euskarazko wikilariok, euskaraz egiten dugu, eta euskal komunitatean eduki libreen aldeko indarrak biderkatzen saiatzen gara. Azken urteotan hainbat proiektu garatu ditugu komunikabideen funtsak askatu eta berrerabili ahal izateko. Nabarmen dira Tokikomekin egindako lau proiektu eta Berriarekin egindakoa. Horien inguruan hitz egin nahi dizuet.

Tokikomeko komunikabideak Wikipediarekin bateragarria den CreativeCommons-Aitortu-PartekatuBerdin lizentziarekin argitaratzen dira. Horrek aukera ematen du irudiak berrerabiltzeko, beti ere egilea nor den aitortuz gero. Lizentzia honi esker, lau komunikabideren argazki historikoak digitalizatzen

aritu gara (lehen pausoa, 1990eko hamarkadako irudiak nahi baditugu), Wikimedia Commons biltegira igo dira, eta horietatik ehunka dagoeneko artikuluetan erabiltzen ari gara.

*Aiurri*rekin egin genuen lehen saiakera, modu nahiko esperimentalean. 2.100 argazki igo ziren (helbide honetan ikusgai: *https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Images_from_Aiurri*), 1990etik 1997ra bitarte egindakoak. Bertan dira A-15 autobidearen eraikuntza lanak, intsumisio mugimenduaren irudi libre gutxi horietako batzuk, B.A.P!! taldearen aurkezpen bat jada desagertu zen Andoaingo gaztetxean edo Martin Ugalderen argazki libreak, orain arte aurpegiz ezagutzen ez genuen gizona.


Ttipi-ttapa (cc-by-sa 3.0)

*Ttipi-Ttapa*rekin jarraitu genuen, Aiurriren esperientziatik ikasitakoa baliatuz. 2.020 argazki igo ziren (helbide honetan ikusgai: *https://commons.wikimedia.org/wiki/Category:Images_from_Ttipi-Ttapa*), tartean Itoiz taldearen argazki libre bakarra, hainbat pilotari eta politikarirena edo 1987ko Nafarroako Bertsolari Txapelketan Felix Iñurrategi mendizaleak kantatu zuen une hura. *Baleike* eta *Guaixe* etorri ziren ondoren. Eta *Aiaraldea*k Flickr-era igotako Korrikako ehunka argazki ere Commonsera igo ditugu. *Uztarria*k ere Azpeitiko Euskal Antzerki Topaketetako ehunka argazki laga ditu, bereziki zaila den hutsune bat betetzeko aukera ematen diguna. Azken finean, kalean argazkiak egitea posible da, baina arte eszenikoetan ia ezinezkoa da. Komunikabideek paper garrantzitsua dute eremu horretan.

Argi dago, eta ebidentzia bat izan behar luke, euskal kulturari buruzko argazkirik esanguratsuenak euskal komunikabideek dituztela. Ezer arrarorik ez hortxe, agidanez. Baina, zer gertatzen da albisteak munduari buelta ematen dionean? Zer gertatzen da, adibidez, oraindik guztiz argitu ez den estaturen batek Errusiatik Europara gasa garraiatzen duen Nord Stream hodia hausten duenean? Egun batzuetan, Wikipedian artikulua zuten hizkuntza guztietan *Berria*k euskaraz egindako mapa izan zuten erakusgarri, baita ingelesezko Wikipedian ere, munduan bisita gehien dituena.


berria

Gizartea Politika Ekonomia Mundua Iritzia Kultura Kirola Bizigiro Berria TB

Mundua

Euskara ez beste 11 hizkuntzatako Wikipedian baliatu dute BERRIAren infografia bat

Nord Stream 2 gasbidea irudikatzeko infografia da zabaldutakoa. Aste honetako gas isuriei buruz informazioa ematen du.

NORD STREAM 2

Berria

FINLANDIA
Narva Bay
NORVEGIA
SUEDIA
ESTONIA
ERRUSIA
LETONIA
LITUANIA
DANIMARKA
ERRUSIA
BIELORRUSIA
Greifswald
ALEMANIA
POLONIA
UKRAINA

ITURRIA: BERRIA

BERRIA

2022ko irailak 29 11:11

Gehien irakurriak

1 Gaztelubide eli danbor nagusi bati eraso zion igoeran
XALBA RAMIREZ, IRUTXU

2 Eskola partiku
IRATI URDAI, LETA LETE

3 Virginia Woolf
ONINTZA ENBEITA

4 Agur Zuberoa, sustraiak
JAKES GOIKOETXEA

5 «Kaikuak janz frankismoaren «indarkeriarik errebeldiaren» jo du Artolazab
JULEN APERRIBAI

Orain urte batzuk Berriak bere lizentzia aldatu zuen, eta Creative Commons–Aitortu–PartekatuBerdin lizentzia ezarri zuen (cc-by-sa-3.0). Lizentzia aldaketak Berriak ekoitzitako testu guztiei, eurek produzitutako irudiei eta bideoei eragiten die, baina ez beste agentziek egindako materialari. Honi esker, hainbat testu baliatu ahal izan ditugu Wikipedian, izan heriotza baten berri emateko, izan gai zientifiko bateko testua osatzeko. Elhuyarrek egindako testuak ere baliatzen ditugu maiz helburu zientifiko hori elikatzeko. Testuak gutxitan dira elkar-trukagarriak, Wikipediak duen estiloa ez delako kazetaritzakoa. Badira, ordea, osagarriak.

Lizentzia aldaketa horren emaitza izan zen Berriak egindako milaka infografia Wikimedia Commonsera igotzea. Infografia horietan denetarik dago: egoera sozioekonomikoari lotutako grafikoak, mendi ibilbideak, edo arrakasta handia izan zuten Txernobylgo hondamendiari buruzko infografiak. Hainbat artikulu osatzen aritu gara irudi horiekin, eta emaitza ikusgarria da: infografiak igotzen hasi ginenetik, horiek txertatuta dituzten artikuluek 25 milioi ikustaldi baino gehiago izan dituzte. Bai, ondo irakurri duzu: hogeita bost milioi baino gehiago. Egia da bisita horien artean 10 milioi inguru hilabete bakarrean izan zirela, Txernobyl telesailak arrakasta itzela izan zuen hartan. Baina hilabetero 250.000 bisitatik gora jasotzen dute artikuluek, horietatik 15.000 inguru euskaraz. Hau da, munduan zehar irakurtzen dituzte, batez ere, euskaraz egindako infografiak.

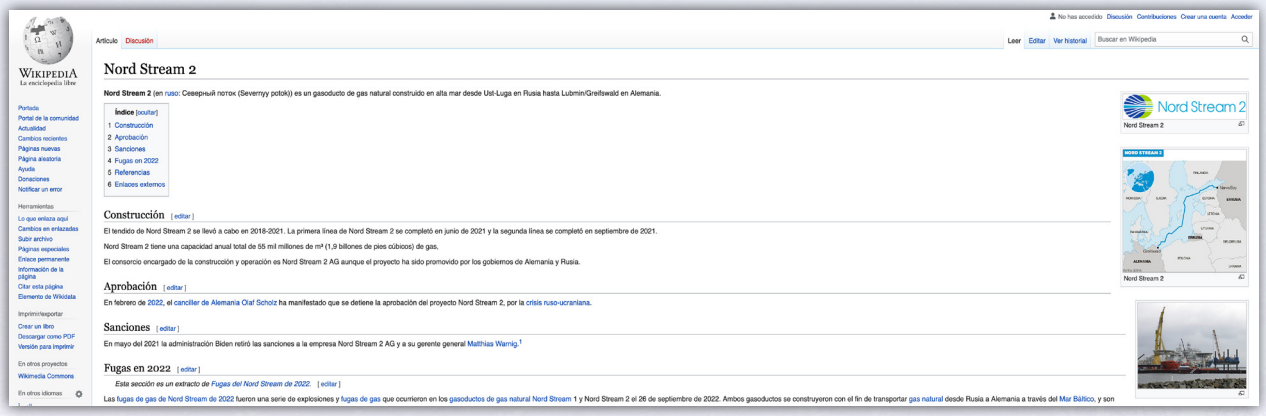
Bai, eduki eta kultura libreak onuragarriak dira. Epe motzean onuragarriak dira, ekosistema bat osatzen laguntzen dutelako, euskara bezalako hizkuntza txiki batean ez ditugulako baliabideak sobera, eta edukia biderkatzeak erreferentzia berriak osatzen laguntzen duelako. Onuragarria da epe motzean Irulegiko eskua bezalako aurkikuntzen berri eman dezakegulako herri komunikabide batean zein Wikipedian, egiletzak aitortuz, eta edukiak mundu osora zabalduz. Epe motzean gure hizketagaiak sortzen lagundu ahal digun modu bakarra edukiak aske barreiatzeko eskumena izatea delako. Agenda kanpoan ezartzen ikusten dugu, baina ez du zertan horrela izan.

Eduki eta kultura libreak onuragarriak dira epe ertainean, egunerokoan sortu daitezkeen gaizki-ulertu horien gainetik kultura berri bat sortzen dugulako, ez dagoena *gaur—hemen—ni* horretan zentratuta, baizik eta kulturaren zaintzan eta elkarlanean. Baliabideak hobeto erabiltzen lagunduko digun kultura bat da, gure komunikabideen artean zubiak eraikitzeko balio duena, *beti—non-nahi—guk* zerbait eskuragarri izango dugunaren garantia. Eguneroko sastrakak kendu eta basoa osorik ulertzeko aukera ematen digu. Erreferenteak sortzeaz gain, dokumentazio lana errazten dute.

Azkenik, eduki eta kultura libreak onuragarriak dira epe luzean, Euskal Herriko kultura, historia eta gizartea hobeto ezagutzen laguntzen digutelako. 1936ko Bertso Gerra, irudi bakar horrekin, historian askoz gertuago gertatu diren beste pasarte batzuk baino hobeto ilustratua dagoelako. Twitter, Facebook eta Googleri edukiak oparitzen dizkiegun bitartean, feudalismo digital horretatik kanpo egongo diren edukiak hobetzen ditugulako. Artxibo digitalak sortzen ditugulako, oparotasunaren bidez, biderkatuz, erredundantziaren bidez. Wikilariok maiz aurkitzen ditugu hildako webguneak. Desagertu dira. Joan dira. Galdu

ditugu, betiko. Artxibo libreak sortzeak aukera ematen digu ahaztura horretatik libratzeko, edukirik garrantzitsuenak gordetzeko modu legal eta erabilgarrian. Erdi Aro digitala deitu den horri aurre egiten diogulako.

Ez nuen nahi testu honek manifestu kutsua hartzerik. Ez zen nire asmoa, behintzat. Euskal komunikabideen komunitatea txikia da, behar baino txikiagoa, akaso. Baina, bere txikitasunean, jakin du bere burua behin eta berriro berrasmatzen, leku berrietara iristen, hizkuntza handiek ez dituzten erronkei heltzen. Euskaraz barneratuta dugu gauzak guk egiten ez baditugu, beste inork egingo ez dituenaren ideia. Horrek sortu duen eduki libreen ekosistema pribilegio hutsa da. Wikilariok maiz ateratzen gara mundura, eta ohikoa da beste hizkuntza batzuetako entziklopedistekin hitz egitea. Harriduraz galdetzen dute, askotan, ea nola den posible lortzen ditugun irudi asko lortzea. Azaltzen diegu, ohikoa dela euskal prentsan cc-by-sa lizentzia erabiltzea, eta ezin sinetsita begiratu ohi digute. Ez, ez da ohikoa. Munduan komunitate gutxi daude euskaraz lortzen duguna egitea ahalbidetzen dutenak. Harro egoteko modukoa dela deritzot. Are gehiago, euskal komunitatearen marka da kultura librea horrela barreiatzea. Anomalia da komunikabideen esparru orokorrean, gutxi saltzen dugun anomalia. Ez dut proposatuko lelo gisa “anormalak gara, munduko anormalenak”, gaizki uler



Nord Stream 2

Nord Stream 2 (en ruso: Северный поток (Severnyy potok)) es un gasoducto de gas natural construido en alta mar desde Ust-Luga en Rusia hasta Lubmin/Greifswald en Alemania.

Índice [ocultar]
1 Construcción
2 Aprobación
3 Sanciones
4 Fugas en 2022
5 Referencias
6 Enlaces externos

Construcción [editar]

El tendido de Nord Stream 2 se llevó a cabo en 2018-2021. La primera línea de Nord Stream 2 se completó en junio de 2021 y la segunda línea se completó en septiembre de 2021.

Nord Stream 2 tiene una capacidad anual total de 55 mil millones de m³ (1,9 billones de pies cúbicos) de gas.

El consorcio encargado de la construcción y operación es Nord Stream 2 AG aunque el proyecto ha sido promovido por los gobiernos de Alemania y Rusia.

Aprobación [editar]

En febrero de 2022, el canciller de Alemania Olaf Scholz ha manifestado que se detiene la aprobación del proyecto Nord Stream 2, por la crisis ruso-ucraniana.

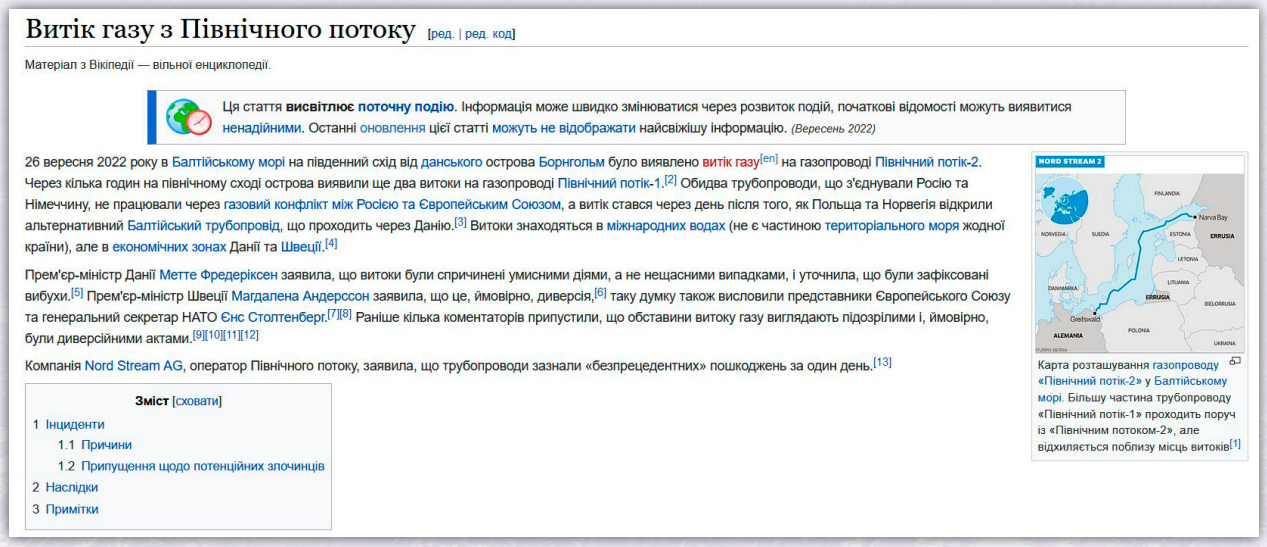
Sanciones [editar]

En mayo del 2021 la administración Biden retiró las sanciones a la empresa Nord Stream 2 AG y a su gerente general Matthias Warnig.[1]

Fugas en 2022 [editar]

Esta sección es un extracto de Fugas del Nord Stream de 2022. [editar]

Las fugas de gas de Nord Stream de 2022 fueron una serie de explosiones y fugas de gas que ocurrieron en los gasoductos de gas natural Nord Stream 1 y Nord Stream 2 el 26 de septiembre de 2022. Ambos gasoductos se construyeron con el fin de transportar gas natural desde Rusia a Alemania a través del Mar Báltico, y son



Витік газу з Північного потоку [ред. | ред. код]

Матеріал з Вікіпедії — вільної енциклопедії.

Ця стаття **висвітлює поточну подію**. Інформація може швидко змінюватися через розвиток подій, початкові відомості можуть виявитися ненадійними. Останні оновлення цієї статті можуть не відображати найсвіжішу інформацію. *(Вересень 2022)*

26 вересня 2022 року в Балтійському морі на південний схід від данського острова Борнгольм було виявлено витік газу[en] на газопроводі Північний потік-2. Через кілька годин на північному сході острова виявили ще два витоки на газопроводі Північний потік-1.[2] Обидва трубопроводи, що з'єднували Росію та Німеччину, не працювали через газовий конфлікт між Росією та Європейським Союзом, а витік стався через день після того, як Польща та Норвегія відкрили альтернативний Балтійський трубопровід, що проходить через Данію.[3] Витоки знаходяться в міжнародних водах (не є частиною територіального моря жодної країни), але в економічних зонах Данії та Швеції.[4]

Прем'єр-міністр Данії Метте Фредеріксен заявила, що витоки були спричинені умисними діями, а не нещасними випадками, і уточнила, що були зафіксовані вибухи.[5] Прем'єр-міністр Швеції Магдалена Андерссон заявила, що це, ймовірно, диверсія,[6] таку думку також висловили представники Європейського Союзу та генеральний секретар НАТО Єнс Столтенберг.[7][8] Раніше кілька коментаторів припустили, що обставини витоку газу виглядають підозрілими і, ймовірно, були диверсійними актами.[9][10][11][12]

Компанія Nord Stream AG, оператор Північного потоку, заявила, що трубопроводи зазнали «безпрецедентних» пошкоджень за один день.[13]

Зміст [сховати]
1 Інциденти
1.1 Причини
1.2 Припущення щодо потенційних злочинців
2 Наслідки
3 Примітки

Карта розташування газопроводу «Північний потік-2» у Балтійському морі. Більшу частина трубопроводу «Північний потік-1» проходить поруч із «Північним потоком-2», але відхиляється поблизу місць витоків[1]

daitekeelako. Baina ideia baliatzea proposatu nahi nuke. Hitz egin dezagun gure anomaliaz, egon gaitezen harro, eta azaldu dezagun hizkuntza txikiek ekosistema bat sortu nahi badute auzolana eta partekatzea nahitaezkoa dutela, biziraun nahi badute. Euskararen markaren eztabaidaren muinean dago hau, oraintxe hainbeste hitz egiten dugunez kontzeptu horren inguruan. Euskara erakargarria da, edukiak partekatzeko aukera gehiago ematen dituelako, euskal komunitatea elkarrekin hazteko prest dagoelako, eduki libreak hobesten dituelako. Euskal komunikabideak sexyak dira, aukera ematen digutelako euren artxiboak irakurri eta berrerabiltzeko, inor gutxik emango digun aukera. Uste dut hor badugula eusteko ikur erakargarri bat, ezta?

8. ENPRESABIDEA, EKONOMIA ETXEKOTUZ

Pilar Kaltzada Gonzalez, Niko Cuenca Beristain, Maite Reizabal Arregi, Karolina Sainz de Bikuña Irigoien, Iraia Oteiza Jauregi eta Borja Lopez Cárdenas.

ENPRESABIDEA KOMUNIKABIDEKO LANTALDEA

Ekonomia eta enpresan espezializaturiko euskarazko hedabide digitala da EnpresaBIDEA. 2022ko apirilaren 25ean argitaratu zen lehenengoz, eta bokazio dibulgatiboa du, gaiok modu ulergarrian azaltzekoa. Adituen ikuspuntuaren eta kazetaritzaren elkargunetik sortzen da. Euskarri digitaleko idatzizko hedabidea da, egunkaria, eta egunero-egunero erreportaje edo elkarrizketa nagusiak iritzi eta aktualitatearekin uztartzen ditu. Euskal ekonomiaren eta enpresa-munduaren ekosistema ikusaraztea eta kohesionatzea, eta euskararen hedabide-aukera zabaltzea du helburu.

Haren balioen artean daude: kontrastatutako ahotsa izatea, zintzotasunez lan egitea, kalitatezko edukiak eskaintzea, aniztasuna bermatzea, elkarlana sustatzea, ekonomia eta enpresa-mundua gerturatzea ulergarri eta interesgarri eginez, eta euskararen hedabideen ekosistema osatzen laguntzea.

Egun zazpi bat kide ditu, kazetaritza, komunikazio eta marketin, eta ekonomia profilekoak. Horietatik gutxi gora behera erdia aritzen da buru-belarri proiektuan eta beste erdiak bestelako lanekin uztartzen du. Horrez gain, kolaboratzaile sare zabala du, bai iritzi egile lanetan, bai kazetari edo bestelako aditu lanetan aritzen direnak.

Forma juridiko aldetik, bestalde, erantzukizun mugatuko sozietatea da (S. L.), eta publizitatea da haren finantzazio iturri nagusia, interesa duten eragileekiko aliantzekin batera. Alegia, hedabide tradizionalen finantzazio-sistema bera du une honetan.

Idatzizko egunkari digitala doakoa da irakurlearentzat, eta enpresabidea.eus estekan irakur daiteke. Harpidetza ere doakoa da eta buletinaren bidez gauzatzen da, egunero-egunero nork bere posta elektronikoko sarrera-ontzian jaso dezakeena.

ABIAPUNTUA ETA AURREKARIAK

Informazio ekonomikoa euskaraz topatzeko bi iturri mota nagusi zeuden 2022ko apirilaren aurretik: batetik, hedabide jeneralistak, non ekonomiari loturiko



informazioa gainontzeko gaietako albiste eta artikuluekin uztartzen den; bestetik, argitalpen espezializatuak, batez ere adituei zuzenduriko gaiekin. Hutsunea zegoen, ordea, erdibidean, alegia, gai horietan espezializaturiko kazetaritza eta dibulgazio lanean. Hori aldatzeko helburuarekin abiatu zen EnpresaBIDEA.

Hedabide berri horrek, baina, badu aurrekari bat, proiektuaren egiturarako ezinbestekoa izan dena: *VIA Empresa*. Hedabide digital hori 2013an sortu zen Katalunian, ekonomia eta enpresa gaiak katalanez jorratzeko lehen agerkari digital espezializatua izan zelarik. Tokikotasunetik jaio zen hura ere, TOT Media Sant Cugateko tokiko hedabideen enpresak sustatua, eta dibulgazioa egiteaz gain, sakoneko eta analisiko kazetaritza ekonomikoa egitea du helburu, agenda publikoan gaiak markatuta eta ekonomiaren ikuspegi zabala eskainita.

VIA Empresa da EnpresaBIDEAren bazkideetako bat, eta azpiegitura eta diseinu lanetan ere babesten du. Hain zuzen, haiekin elkarlanean hasi zen urtebete inguruko sukalde lana, proiektuak geroz eta izaera propio gehiago izan eta 2022ko apirilaren 25ean modu publikoan argia ikusi zuen arte. Bi hedabideek, beraz, oinarrizko enpresa-egitura partekatzen dute, baina edizio independenteak dira zentzu guztietan.

IKUSPEGIA

Herritar oro da eragile ekonomikoa. Nomina jasotzen du, hipoteka edo alokairua eta bestelako gastuak ordaintzen ditu, eta non edo nola erosi erabaki ekonomikoak dira. Hain zuzen, ikuspegi hori da EnpresaBIDEAren oinarrian dagoena. Zentzu horretan, ekonomia hurbildu eta etxekotu egin nahi dio irakurleari, zerbait arrotza edo ulergaitza izan daitekeela ikustetik bere egunerokotasunaren parte dela ulertarazteraino.

Horrekin batera, euskal enpresen eta ekintzailetza sistemaren topagune eta kohesiorako tresna izatea du helburu, baita horien aniztasuna ikusaraztea ere. Izan ere, enpresa handiez gain, enpresa ertain, txiki eta mikroenpresei ere ikusgarritasuna eman nahi die hedabideak, baita ekintzaileei ere. Era berean, industriaz harago, bestelako jarduera ekonomikoetan aritzen diren enpresak ekarri nahi ditu lehen lerrora, tartean osasungintza, jasangarritasuna, ekonomia zirkularra, elikadura, kultura, energia, edo kirol esparrukoak.

Ildo beretik, plaza irekia izan nahi du, zerbitzu-bokazioa eta aniztasuna bermatzea helburuak direnez gero. Zentzu horretan, sortzaileeta hartzaile-komunitatea dinamizatu nahi ditu.

Esan gabe doa euskara proiektuaren ardatza dela. Proiektuaren elementu identitario izan eta euskararen normalizaziorako pizgarria izateko nahiaz harago, hizkuntzak eremu sozioekonomikoan duen hedapena islatzea ezinbestekoa da hedabidearentzat, praktika onak ikusaraziz.



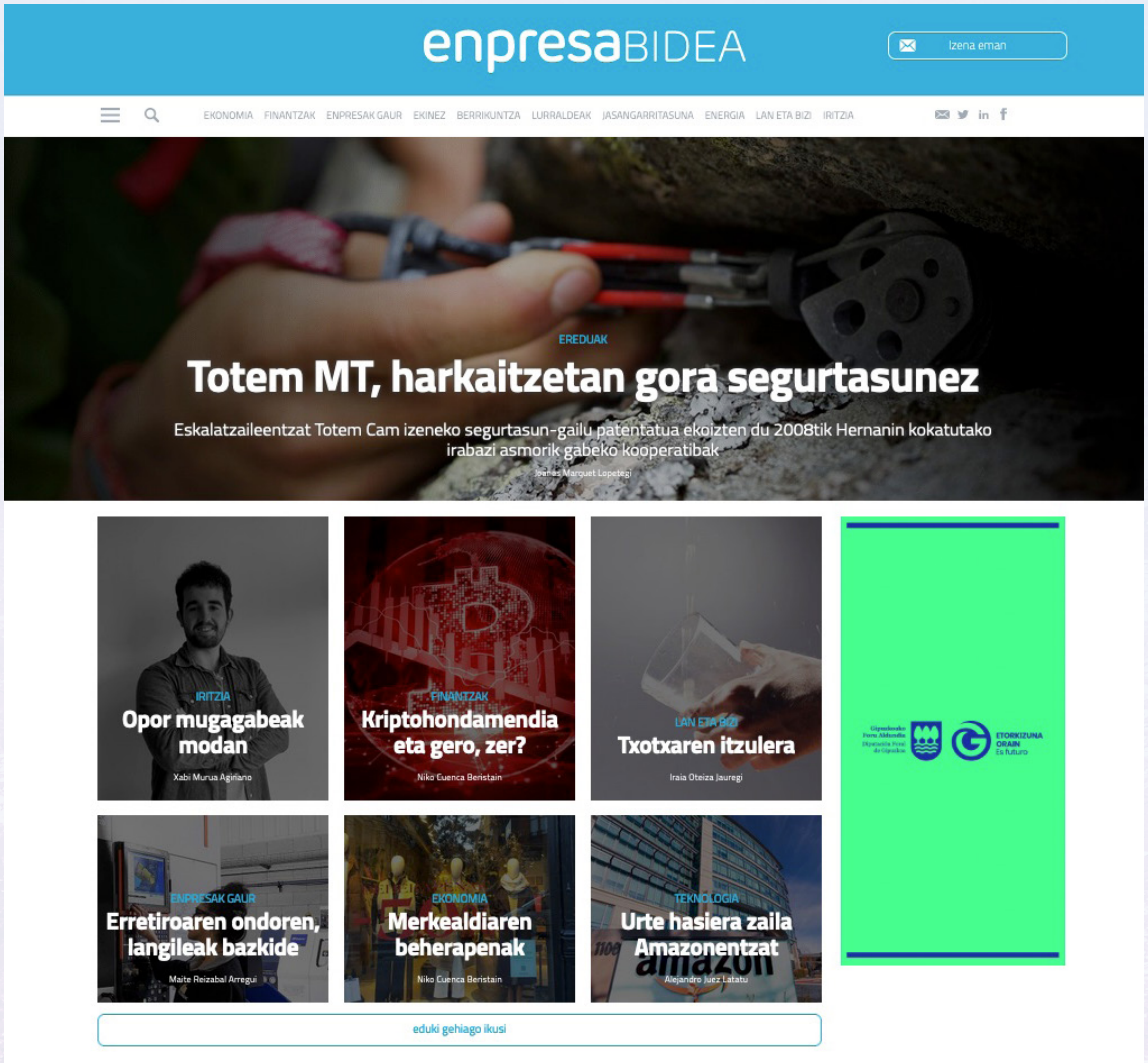
GAIAK ETA ATALAK

Enfoke hori eskaintzeko, atal transbertsalak edo zeharkakoak, eta espezializatuak uztartzen ditu hedabideak. Atal transbertsalek nolabait hedabidearen gai eta lan lerro orokorrak finkatzen dituzte: ekonomia, finantzak, enpresak —Enpresak gaur—, ekintzailetza —Ekinez—, berrikuntza, energia, jasangarritasuna eta aisialdiari loturiko jarduera ekonomikoa —Lan eta bizi—. Horietako bakoitzaren barnean, badira beste zenbait azpi atal, esaterako, mugikortasuna, kirola eta pentsioak.

Atal espezializatuak, berriz, zeharkako horien parte dira, baina bestelako ikuspegia eskaintzen dute, maiztasun finko batekin. Une honetan, hauek dira martxan:

- Iritzia: astelehenetik ostiralera, egunean iritzi bat argitaratzen da. Horretarako haziz doan iritzigile sare zabala du EnpresaBIDEAk, ekonomia, enpresa, berrikuntza edo jasangarritasunari loturiko askotariko hotsak biltzeko asmoz.
- Ereduak: askotariko jardueretan aritzen diren enpresen adibideak, nolabait ere eredugarriak izan daitezkeenak, esaterako, kudeaketa aldetik, produktu jakin baten garapenagatik edo lurralde jakin baten izan dezaketen inpaktuagatik. Astean behinekoa.
- Teknologia: berrikuntza teknologikoari eta aplikazioen munduari loturiko erreportajeak jasotzen ditu astean behin.
- Hitz bitan: sakoneko elkarrizketak biltzen ditu bi astean behin ekosistemaren askotariko eragileekin, izan enpresetako ordezkariak, sindikatuetakoak, instituzioetakoak edo elkarteetakoak.

- Izan zirelako: enpresek eta enpresa-proiektuekin lotutako pertsonek egindako ekarpena aintzat hartzeko kontakizunak, istorioak, bizipenak, eta abar jorratzen ditu bi astean behin. Horretarako, enpresen sorrerara eta garaian garaiko testuingurura egiten du salto.
- Sakonean: adituen artikuluak eskaintzen ditu, analisi sakona eskainiz, hilean behineko maiztasunarekin.
- Inbertsioaren txokoa: burtsa eta merkatuei loturiko analisiak, hilean behineko maiztasunarekin.
- Ekonomia etxekotuz: norbere egunerokotasunaren parte diren kontzeptu eta elementuak hurbiltzeko tresna eskaini nahi du. Adibidez, nomina nola irakurri edo zerga sistema ulertzea.
- Bestalde, garaian garaiko zenbait atal ere baditu EnpresaBIDEAk, euskal ekosistemarentzat garrantzitsuak izan daitezkeen zenbait ekitaldiri lotuak; hala nola, Makina-erremintaren Biurtekoa, Euskaraldia edo Bertso Txapelketa Nagusia.



RIKARDO ARREGI SARIA
(ETA BESTE ZENBAIT LORPEN)

2022ko azaroaren 30ean, argitara atera eta zazpi hilabetera, EnpresaBIDEAk Rikardo Arregi Komunikazio Saria jaso zuen, Bastero Kulturgunean eginiko ekitaldian. Sari horren helburua da euskarazko komunikazioan «urrats berritzaileak» eman dituzten edo eman ditzaketen proiektu komunikatiboak saritzea. Epaimahaiak nabarmendu zuen «enpresaren eta ekonomiaren mundua euskaraz eta euskaratik plazaratzeko [...] egiten ari den ekarpena, arlo horretan aski begi bistakoa den hutsunea betez». Horrekin batera, egunkarian «iritzi emaileen aniztasuna» eta «emakumeen presentzia» ere azpimarratu zituen.

Saria, aitortza ez ezik, hauspoa ere izan da proiektuarentzat. Batetik, ikusgarritasuna eman diolako eta ahalbidetu duelako irakurle eta sareetan zuen jarraitzaile kopurua handitzea. Bestetik, bide beretik eta hobetzen jarraitzeko motibazioa ematen dio lan-taldeari, proiektuaren beraren egokitasuna azpimarratzeaz gain.

Horrekin batera, hedabideak beste hainbat lorpen izan ditu. 950 artikulu inguru argitaratu ditu, eta apiriletik abendura, biak barne, egunero 400 eta 550 arteko guztizko irakurle finko izatea lortu du. Irakurle gehienek astelehenetik ostiralera begiratzen dute EnpresaBIDEA, ordenagailutik eta lan-orduetan, eta asteburuetan guztizko 250-350 bitarte irakurle finko izaten ditu. 1.000 jarraitzailetik gora eskuratu ditu Twitterren eta 500 jarraitzaile baino gehiago LinkedInen.



ETA ORAIN, ZER?

Proiektuak epe motzeko helburu eta erronkak epe ertain eta luzekoekin uztartu nahi ditu. Une honetan, egonkortze fasea bukatu eta hazkunde fasera igarotzeko prozesuan dago murgilduta EnpresaBIDEA. Hartzaile-komunitatea zabaldu nahi du, difusio-lana indartuz. Horrez gain, datozen hilabeteetako gakoetako bat izango da atal berriak martxan jartzea, hala nola ekonomiaren terminologiari buruzkoa edo itun ekonomikoei loturikoa. Ekonomiaren ikuspegi zabala eskaintzeko eta euskaratik ekarpena egiteko bokazio horren parte da hori, hain zuzen.

Era berean, euskararen lurraldeko enpresa-ehunarekin eta ekonomia-ekosistemarengana hurbiltzen jarraitzea du beste erronka nagusietako bat, haien ahotsak proiektura gehitzeko eta elkarlanerako bide berriak esploratzeko. Hor oso garrantzitsua izango da Araba, Nafarroa eta Iparraldeko enpresa eta askotariko eragileen ikuspuntuekin lanketa berezia egitea, eta Bizkaia eta Gipuzkoakoak areagotzen jarraitzea.

Gainera, bestelako aniztasunak bermatzeko lanean jarraituko du. Bereziki, emakumeen presentzia indartzen segitzea izango da beste helburuetako bat, iritzi atalean duten indarra hedabideen gainontzeko atal guztietan ere islatu dadin.

Horrekin batera, *VIA Empresa*ko erredakzioarekin elkarlana estutzea izango da beste gakoetako bat, partekatutako gaiak lantzeko eta lurraldeen arteko harremanetan eragiteko. Elkarlan hori ezinbestekoa izango da proiektuak hazten jarraitu dezan. Are gehiago, bere bereizgarri ere bilakatu daiteke.

Epe motzean, gainera, bestelako sare sozialetara salto egin nahi du hedabideak. Hasiera-hasieratik Twitterren eta LinkedInen dago, eta azaro erdialdetik Facebooken, baina Instagram eta Telegram dira haren hurrengo helburuak. Era berean, epe ertainera, komunikazio forma berriak esploratzeko helburua du, ahal den heinean ikus-entzunezkoekin uztartzeko.

Etorkizunean, euskararen lurraldean erreferentziazko komunikabide digitala izatea bilatzen du EnpresaBIDEAk, ekonomia eta enpresaren munduan. Hori izan da hasiera-hasieratik enpresaren bisioa, eta bide beretik jarraitzea du helburu. Gainera, arestian aipatu bezala, esparru sozioekonomikoan euskararen normalizaziorako pizgarri izateko bokazioarekin arituko da lanean.

9. Euskarazko ikus-entzunezkoen egungo produkzioa

Ekoizpenaren, kontsumoaren eta zabalkundearen azterketa, begirada kualitatiboa ardatz.

Eneko Iriondo Azpiri
EHU-EITB Multimedia Komunikazioan Masterra

Ikus-entzunezkoen testuingurua izugarri aldatu da azken urteotan. Internetek, sare sozialek eta streaming plataformek hankaz gora jarri dituzte kontsumo ohitura tradizionalak. Egun, munduko produkzio gehienak ditugu gure eskura eta nahi duguna kontsumitu dezakegu nonahi eta noiznahi. Panorama horretan ez dute ibilbide batere erraza euskara bezalako hizkuntza gutxituek. Argi pixka bat jartzeko asmoz, lan honetan euskarazko ikus-entzunezkoen egungo egoeraren erradiografia egin da, begirada kualitatiboa ardatz izanik.

1. sarrera

Azterlan pilotu honetan[1] euskarazko ikus-entzunezkoen egungo kontsumoa, produkzioa eta sektorea bera aztertu da, betiere, eskuragarri dauden txostenek eskaintzen duten ikuspegia zabalduta. Egun, Hego Euskal Herrian bi lagunetik bat da *VOD (Video on Demand)* plataforma bateko harpideduna -gazteen kasuan hamarretik ia zortzi[Behategia, 2022]; hori horrela izanik, funtsezkoa da euskararen presentzia hutsala areagotzea eremu digital horietan. Streaming plataformak sozializatzeko tresna bilakatu dira, eta, testuinguru honetan, zinegile, aktore, teknikari, sektoreko aditu, ikerlari eta herri mugimendu askok mintzoa goratu dute, bai euskarazko fikzioaren aldeko apustu sendoa egin dadin eta, baita ere, utzirik dagoen bikoizketa eta azpitituluen eremua berrindartzeko. Ikuspegi kuantitatibotik, datuek diote inoiz baino hobeto gaudela; hala ere, kontuan izanda zerotik gatozela, ez da oso zaila marka hori lortzea. Etengabe ari gara ekoizten euskarazko ikus-entzunezkoak (podcastak, bideo-jokoak, sare sozial desberdinetarako sorturiko edukiak, bideoklipak...), baina modu oso barreiatuan. Horregatik, euskarazko eduki horiek guztiak bilduko dituen plataformaren eskakizuna zabaldu da: euskaratik eta euskaldunontzat sorturiko plataforma. Laster ikusiko da EITB garatzen ari den *Primeran* plataformak nahi hori asetzen duen.

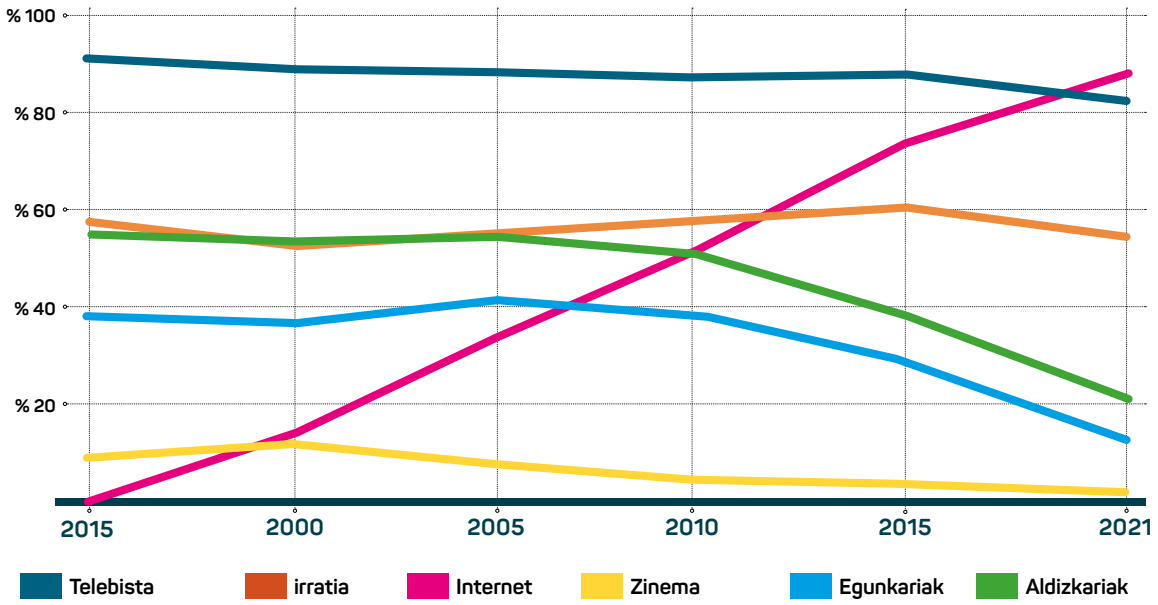
2. Testuingurua

Jarraian aurkeztuko ditugu azken aldian egin diren zenbait ikerketetako datu gutxi batzuk. Horien bitartez hobeto ulertuko da ikus-entzunezkoen egungo egoera.

Espainiar Estatuan komunikabideen irismenari erreparatuz, Internet da garaile: % 87,6koa izan da 2021ean. Jarraian, telebista (% 83,3) eta irratia (% 54,6) daude. Azken urteetako eboluzioari begiratuz, joera argia da: Internet gorantz doa (2003an % 26,9); telebista eta irratia, ordea, beherantz (2003an % 90,7 eta % 51,3, hurrenez hurren). Beherantz egin dute ere zineak (2003an % 9; 2021ean % 1,6), aldizkariek (2003an % 53,1; 2021ean % 22,6) eta egunkariek (2003an % 39,7; 2021ean % 13,07) [AIMC, 2022]. Hori garbi ikus daiteke ondorengo grafiko honetan:

1 Multimedia Komunikazioa Masterrean (EHU-EITB) Joseba Ezeizaren zuzendaritzapean egindako Master Amaierako Lanaren laburpena da artikulu hau.

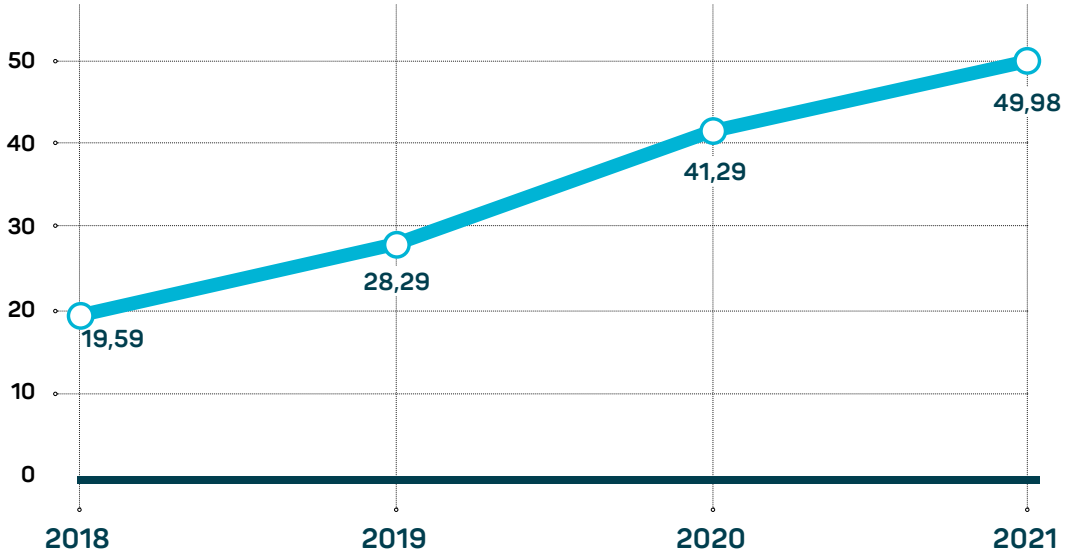
1. Irudia: **Komunikabideen audientzia orokorraren bilakaera, 1995-2021. Irismena (%)**



Iturria: AIMCren Marco General de Medios 2022 txostena (11. orrialdea).

Aurreko grafikoan argi ikus daiteke nabarmen eragin duela Interneten etorrerak (1995) gainontzeko komunikabideen audientzian. Bere hedapenetik hedabide gehienen erabilerak dezente egin du behera. Egun, Internetekin batera telebista identifikatu dezakegu hedabide nagusitzat. Hala ere, azkenengo horrek ere gogor pairatu du sarearen sorrera: jadanik ez du duela hamarkada bateko indar, influentzia eta audientziarik. Datuak ikusita, Internet da, zalantzarik gabe, etorkizuna. Bere baitan daude, besteak beste, azken urteetan izugarri zabaldu diren streaming plataformak.

2. Irudia: **Streaming plataformetara harpidetutako populazioaren bilakaera Hego Euskal Herrian, 2018-2021.**



Iturria: Euskal Hedabideen Behategia. Streaming plataformak Hego Euskal Herrian, audientzia azterketa 2022.

Hego Euskal Herrian 14 urtetik gorako bi pertsonatik bat da streaming plataformaren bateko harpideduna. Adin tarte zehatz batzuetan batez besteko hori dezente handiagoa da: 35-54 urte bitartean hamarretik sei dira, 25-34 urte bitartean hamarretik zazpi, eta 14-24 urte bitartean hamarretik ia zortzi. Estatuko datuekin bat eginez, gurean ere Netflix da plataforma nagusia: harpidetzaren bat dutenen artean (populazioaren erdia) % 85ek du plataforma horretan kontua. Horren atzetik daude Amazon Prime Video (% 52) eta HBO (% 22) [Behategia, 2022].

Bide beretik, interesgarriak dira Ikusiker Paneletik[2] atera diren datuak. Bertan parte hartu duten gazteen erdiak baino gehiagok adierazi du astean 3-5 aldiz edo maizago erabiltzen dituela plataforma horiek (% 29,6k astean 3-5 aldiz, eta, aldiz, % 26,7k egunero). Soilik % 6,7k erantzun du inoiz ez dituela erabili. Audioaren hizkuntzari erreparatuta, plataforma horietako edukiak gaztelaniaz kontsumitu ohi dituzte nagusiki (% 67,7k). Ondoren, laurdena pasak ingelesez kontsumitu ohi ditu (% 26,5). Euskaraz ikusten dutenak % 0,7 dira, eta frantsesez % 0,3. Beste hizkuntzaren bat aipatzen du beste % 4,8k. Lerro beretik, fikzioa ikusteko zein telebista kanal gomendatuko luketen galdetu zaie eta FDF (% 19,8) eta Antena 3 (% 18,0) geratu dira lehen postuetan. Jarraian, Cuatro (% 15,8) eta Tele 5 (% 8,9). ETBko kanalak gutxien gomendatu direnen artean daude[3]: ETB3 % 3,8k, ETB2 % 3,7k eta ETB1 % 3k. Bestalde, inkestatuen ia laurdenak (% 24k) fikziozko edukiak beste kanal batzuetan ikustea gomendatu du. Azkenik, inkestatuen % 28,6k ez luke telebista tradizionala gomendatuko fikziozko edukiak ikusteko [Ikusiker, 2020-2022].

Datu horiek argi uzten dute ikus-entzunezkoen eta batez ere fikzioaren etorkizuna Interneten eta streaming plataformetan dagoela. Baina, zer leku du horietan euskarak? Eta gainontzeko euskarrietan? Pantailak Euskarazek[4] egindako ikerketak honako datu hauek eskaini ditu[5]:

- **50 telebista katetatik soilik ETB1, ETB3 eta Hamaika Telebista dira euskaraz. Eskualde batzuetan tokiko telebistak ere.**
- **Zinemetan urteko 700 filmetatik Euskal Herriko sortzaileek egindako bost-hamar dira euskaraz eta Zinemak Euskaraz programaren barruan haurrentzat bikoizten dituzten beste hamar edo hamabi.**
- **Streaming plataformetan 26.000 eduki artean ehun eta piko dira euskaraz (ez da iristen % 0,1era)**
- **Sare sozialetan, eta Interneten orokorrean, euskara bazterturik dago. Asko bilatu behar da euskarazko edukiak kontsumitu ahal izateko.**

2 Applika ikerketa-proiektuaren barruan kokatzen da Panel hori eta EHUko eta EITBko ikertzaileez osatua dago. 2019ko udaberritik, EHUko eta NUPeko 1000 ikaslek, 18-25 urte bitartekoak, ikusten dituzten edukien, komunikaziorako erabiltzen dituzten aparailuen eta gustuko dituzten ikus-entzunezkoen berri eman dute.

3 ETBko kanalak dezente gehiago gomendatu dituzte entretenimendu eta informazio edukien inguruan galdetzean. Entretenimendua: ETB1 % 10,6, ETB2 % 15,3 eta ETB3 % 1,1. Informazioa: ETB1 % 28,4 eta ETB2 % 32,4. Hori bat dator Barlovento Comunicación enpresak 2021ean argitaratu zuen *Análisis de la industria televisiva-audiovisual* txostenean aipatzen denarekin. Bertan azaltzen da Estatuko telebista autonomikoetan informazioa dela genero nagusia (edukien % 28,0). Horren atzetik doaz entretenimendua (% 21,4), fikzioa (% 18,0), kultura (% 18,0), lehiaketak (% 5,3), kirola (% 5,0) eta musika (% 2,9).

4 Pantailak Euskaraz mugimendua osatzen dute *Disney Euskaraz, Netflix Euskaraz, Zinemak Euskaraz* eta *Game Erauntsia* ekimen herritarrek, eta, *Tinko Euskaraz* eta *Bieuse* bikoiztaile euskaldunen elkarteek. Ekimenaren helburua da euskarazko ikus-entzunezkoen presentzia areagotzea euskarri eta plataforma desberdinetan.

5 BERRIA egunkarian argitaratutako albiste honetatik atera dira datuak: ***https://www.berria.eus/paperekoa/1913/010/001/2022-12-01/euskara-pantailetan-lauso.htm***

3. Helburuak, hipotesiak eta metodologia

Ikerketa honen helburua da lehen hurbilketa bat egitea euskarazko ikus-entzunezkoen panoramara eta kontsumoa, produkzioa eta sektorearen egungo egoera aztertzea. Labur esanda, euskarazko ikus-entzunezkoen egoeraren erradiografia egitea. Horren bitartez, euskarazko sektorearen ahulguneak zeintzuk diren identifikatu nahi izan da, ondoren, zein neurri hartu behar diren jakin ahal izateko. Modu berean, ikerlan honen bitartez frogatu nahi izan da proposatutako metodologiaren eraginkortasuna. Horietan ez ezik, hurrengo puntu hauetan ere jarri da arreta:

- **Ikus-entzunezkoen kontsumo ohitura berriak.**
- **Euskarazko produkzioek streaming plataforma handietan egin dezaketen ibilbidea.**
- ***Euskal Netflix*-ak izan beharko lituzkeen ezaugarriak.**
- **Bikoizketa eta azpidatzien sektorea eta horrek eman ditzakeen aukerak.**
- **EITBk, euskarazko eta Euskal Herriko ikus-entzunezkoen motorra izanik, bete beharreko papera.**
- **Gainontzeko instituzio publikoek bete beharreko papera (sustapena, diru-laguntzak, estrategiak...)**
- **Gazteek, herri mugimenduek, sektoreko profesionalek eta komunikazioaren esparruko adituek egiten duten egoeraren deskribapenaren analisia.**
- **Sektorearen inguruan dauden eta egon beharko liratekeen legeak, erakundeak eta kontseiluak.**
- **Euskal Herriko ikus-entzunezko sektorearen egoerak Kataluniakoarekin eta Galiziakoarekin duen harremana eta dauden ezberdintasunak.**

Helburuak finkaturik, honako hauek izan dira abiapuntu modura erabili diren hipotesiak:

1.H.: Euskarazko ikus-entzunezkoen egungo eskaintza eta produkzio urria urteetan jarraitu den estrategia eta politika desegokien ondorioa da.

2.H.: Streaming plataformen agerpenak, lagundu baino gehiago zaildu egin du euskarazko ikusentzunezkoen etorkizuna: eskaintza hain zabalaren aurrean zaila da gure produkzioak nabarmentzea. Aurrekontuak alderatzen baditugu, liga desberdinetan jokatzen ari gara. Aldi berean, estrategia egokiak aurrera ateratzen badira, aukera izan daiteke euskara eta Euskal Herria munduan kokatzeko.

3.H.: Ikus-entzunezkoetan euskarak duen presentzia urriak zuzenean eragiten du euskara beraren erabileran eta sozializazioan.

Hipotesi horiek egiaztatu edo ezeztatzeko metodologia kualitatibo eta kuantitatiboak uztartu dira. Lehenago aipatu moduan, teknika kualitatiboak izan du lehentasuna, izan ere, euskarazko ikus-entzunezkoen merkatuaren beharretan sakondu nahi izan da. Metodologia horrek, datuez harago, erabiltzaile eta profesionalen kezkak, nahiak, eta beharrak zeintzuk diren jakitea ahalbidetu du. Horretarako, lehenik, aurretik burututako zenbait ikerketa lan, txosten eta analisi aztertu eta landu dira. Bigarrenik, EHUko Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultateko ikasleen artean inkesta zabaldu da horien ikus-entzunezkoen kontsumo interes, nahi eta beharrak ezagutzeko. Hirugarrenik, eztabaida-taldea egin da sektorean lan egiten duten profesional nahiz ikerlarien ikuspegi eta iritzi

ezberdinak kontrastatzeko. Laugarrenik, hainbat elkarrizketa egin zaizkie sektoreko aditu eta profesionalei modu sakonagoan euren iritzia jasotzeko (Azkenengo bi teknika horietan parte hartu duten informatzaileen identitateak kodetuak izan dira konfidentzialtasuna eta anonimotasuna bermatzeko). Azkenik, ikerketa lana sektorearen inguruan maila politikoan erabakiak hartu dituen profesional batek aztertu du lanetik aipagarriak diren eta etorkizunera begira landu behar diren alorrak azpimarratzeko.

METODOLOGIA KUANTITATIBOA

TEKNIKA	DATA	PARTE-HARTZAILEAK	PROFILA
INKESTA	2022/06/01	EHUko Gizarte eta Komunikazio Zientzien Fakultateko 67 ikasle	18 eta 23 urte bitartekoak (% 80,4) Gehiengoa emakumeak (% 70,1) Ikus-entzunezko Komunikazioko, Kazetaritzako eta Publizitate eta Harreman Publikoetako ikasleak (% 86,6)
IKERKETAK ETA TXOSTENAK			

METODOLOGIA KUALITATIBOA

TEKNIKA	DATA	PARTE-HARTZAILEA/K (KODETUAK)	PROFILA
EZTABAIDA-TALDEA	2022/07/04	BA9	Zinema zuzendaria eta gidoigilea. Arrakasta handiko euskarazko hainbat filmen egilea.
		BJ14	Pantailak Euskaraz mugimenduko kidea. Enpresen kudeaketan lizentziatua.
		BI10	Zinegilea, idazlea eta komunikazio arloko ikerlaria
SAKONEKO ELKARRIZKETAK	2022/07/06	BM3	Ikus-entzunezko komunikazioan doktorea. Europako hizkuntza minorizatuetako telebista eremuan eta kultur politiketan aditua
	2022/07/12	BL2	Komunikazioaren esparruko ikerlaria eta kazetaria. Euskal hedabideen sektorearen ezagutza sakona
	2022/07/13	BU15	EITBko zuzendaritzako kidea
IKERKETA LANA SEKTOREAN ADITUA DEN ADMINISTRAZIO MAILAKO PROFESIONAL BATEK AZTERTU	2022/09/01-2022/09/04	Miren Azkarate	Euskal Filologian Katedraduna (1988) Lehenengo emakume euskaltzain osoa (1992) EITBko Hizkuntza Aholkularia (2000) Eusko Jaurlaritzaren Kultura Sailburua (2001-2009) eta bozeramailea (2004-2009) EHUko Euskara Institutuko zuzendaria (2019)
IKERKETAK ETA TXOSTENAK			

DATUEN ANALISIA

- Datu metatuen analisi estatistikoa
- Eztabaida-taldearen eta elkarrizketen transkripzioen analisia
- Diskurtso elementu adierazgarrienen erauzketa, sailkapena eta azalpena

4. Emaitzak

Artikulu honen luzera mugatua denez, jatorrizko lanean parte hartu duten profesionalek euren ezagutza esparruaren inguruan egin duten analisiaren gako batzuk ekarriko ditugu euren aipuen bitartez. Era berean, inkestako daturen bat ere komentatuko dugu. Ondoren, horietatik eta gainontzeko tekniketatik jasotakoarekin atera diren ideiak eta proposamenak aurkeztuko ditugu. Ikerlan osoa eskuragarri dago EHUren **Irakaskuntza eta Ikerketarako Artxibo Digitalean (ADDI). Hementxe pildoratxo batzuk:**

BA9: *Zinemari lotuta esango nuke harritzeko bezalako momentu berezi batean gaudela, batez ere, daudelako zinegile pilo bat euskaraz naturalki lan egiten dutenak. Jende gaztea ere oso fuerte dator, kriston kalitatezko laburmetraiak edo lehen pelikula oso interesgarriak planteatzen dituzte eta oso anitzak dira planteamendu aldetik. Egokitzen ari da egileen jarduna egungo tendentziei. Ez da garai batean bezala, euskaraz egiten ziren pelikula asko dudarekin ateratzen ziren merkatura egin behar zirelako egiten zirelako.*

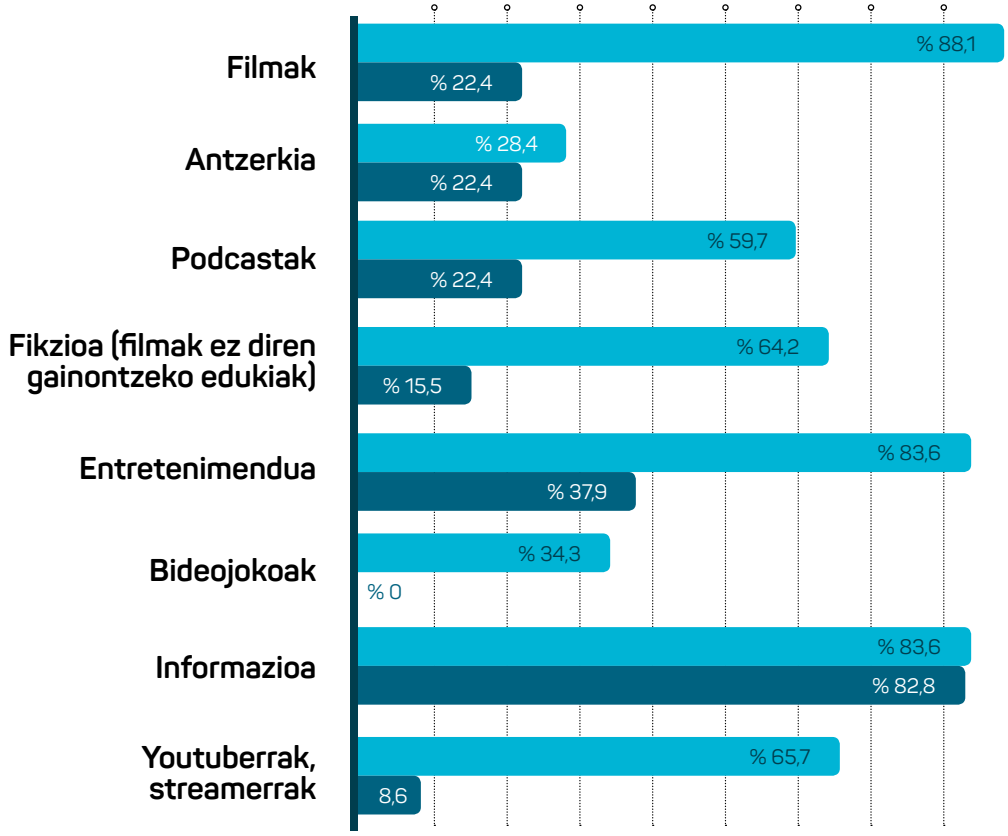
BJ14: *Uste dut lehen aldiz beharbada orain dagoela edo sortzen ari dela euskal zinema bat. Nolabait, beste edozein herrialdetan zinematografia bat deitzen den hori: autore ezberdinak, genero ezberdinak, gauza diferenteak publiko diferenteei ikutu ditzaketenak... hori orain hasten gara ikusten. Zer pasatzen da? Hori sortzen hasten garenerako egoera aldatu egin dela; orduan, nolabaiteko, esaten zan beti "bueno kalitateak ekarriko du publikoa ez? Kalitateak ekarriko du", eta egia da hori. Zenbat eta pelikula hobeak egin orduan hasiko gara aurrera eginez, baina ordurako munduan pauso bat edo pantaila bat pasatu da; gu heldu garenerako benetan gutxi gorabehera besteen modukoak izatera, orduan orain guk bi pantaila pasatu behar ditugu aldi berean.*

BL2: *Nik esango nuke ikus-entzunezkoen egoera dela gaur egun aurretik zena baino zailagoa, eszenan dagoelako lehen baino eskaintza gehiago eta hiper produkzio eta hiper eskaintza horren aurrean zaila delako norberaren produktu hori alde batetik jendeak ezagutzea eta bestetik jendeak kontsumitzea (...) Hizkuntzari dagokionez, euskara ikasteko bideak hainbat dira, izan etxeko transmisioa, izan komunitate baten transmisioa edo batez ere eskola. Gertatzen dena da gero eta herritar gehiago direla sozializatuak soilik eskolan, eta orduan, behin eskola amaitzen denean salto egiten dugu lan mundura -lan mundua euskalduntzeko oso urrun gaude oraindik-, eta beraz, horrek ez du laguntzen euskara sozializatzen eta euskara erabiltzen. Gero beste parte garrantzitsu bat denarekin lotuta da aisialdiarena. Aisialdiaren unean geroz eta pisu handiagoa daukate streaming plataformek, eta ez soilik horiek, batez ere ingurune digitalak dauka pisua. Ingurune digitalaren barruan streaming plataformak dira zati handi bat. Orduan eragina dauka, azkenean nik euskal hiztun bezala eta euskaraz bizi nahi duen pertsona bezala ezin dut euskaraz bizi plataforma horietan daukadan eskaintzan nahita ere ezin dudalako euskara aukeratu. Horrek eragiten du nahi aktibo bat daukan herritarrarengan, ba imajinatu nahi aktibo bat ez daukan herritarrarengan... eragina askoz handiagoa da. Erabileran eragiten du, ezagutza handitzen da baina erabilera nolabait geratuta*

dago. Erabiltzeko aukerak eman behar dira eta erabiltzeko plazetako bat dira streaming plataformak.

Aurrekoari eutsiz, EHUko GKZ Fakultateko gazteen artean zabaldutako inkestatik ateratako datu bat aztertuko dugu. Hurrengo eduki hauek kontsumitu ohi dituzten galdetu zaie lehenik, eta horietako zeintzuk euskaraz ondoren. Euskarazko edukien kontsumoaren kasuan beherakada nabarmena izan da informazioan izan ezik. Beraz, argi dago zein den euskarazko edukien indargunea (informazioa) eta zeintzuk diren ahulguneak (gainontzeko generoak).

3. Irudia: **3. Irudia: Kontsumitutako edukiak hizkuntzaren arabera (%)**



Iturria: Egileak egindako bilketa.

BI10: *Nik uste dut euskarazko zinemagintzan kalitate gehien daukana propioa dela, bertatik bertara egindako euskarazko ekoizpen propioak. Klaro, horrek egon daitezke urtean, kasurik onenean, bi-hiru-lau pelikula, egiten badira. Egun, edukietan kantitateak garrantzi handia dauka, orain bereziki streaming plataformekin asko ari gara kontsumitzen eta hori ekoizpen propioekin ezin da ase; ezin da plataforma bat edo telebista bat elikatu. Orduan ni pasatuko naiz beste maila batera, bikoizketara, pelikulen eskubideak jaso, erosi eta bikoiztea, atzerriko pelikulak bikoiztearena. Momentu honetan bikoizten dira ia esklusiboki haurrentzako dauden filmak, Zineuskadik bikoizten dituenak, urtean hamabi. Zuk ez badaukazu erreferente bat, astero eskaintza bat bi edo hiru pelikuletakoa normaltasunez, zaila da ohiturak sortzea, zuk berariaz egin behar duzu zinemara euskarazko pelikula jakin bat ikustera. Erderazko kasuetan joaten zara zinemara eta ikusten duzu zer dagoen, hau da, joa-*

ten zara pelikula bat ikustera jakin gabe aurrez zer ikusiko duzun. Euskarazkoetan ezin duzu hori egin; gaur joaten bazara zinema areto batera begiratzen duzu karteleran eta ez dago euskaraz ia ezer. Eta dagoen gutxi hori izango da ziurrenik haurrentzat. Zineuskadik hamabi pelikula bikoiztuta eduki eta kantitate aldetik gutxi da eta Euskal Telebistak urteetan egin duen bidea ez da egokiena izan euskarazko edukiak sortzerako garaian. Koprodukzioak eta abar egin ditu, baina bikoizketan badago arazo handi bat.

Azkenengo horren harira ondorengo hau azpimarratu du Miren Azkaratek:

«Bikoizketa eta azpidatziena funtsezko sektorea da, zalantzarik gabe. Baina EiTBk ez du interes handiegirik izan azken urteetan, sektorearen iritzia zein zen jakin arren (...) sektore sendoa ez izateak bikoizketan trebatutako jendearen falta izatea eragiten du»[6]

BM3: *Diru laguntza publikoei dagokienez egon daiteke gehiago eta egon beharko litzateke diru publiko gehiago; batez ere, sektorean lanean ari diren profesionalak haien produkzioetatik bizi ahal izateko, ze gaur egun oso prekarioa da euskarazko ikus-entzunezko sektorean lan egitea eta jende gehienak lan egin behar du beste zerbaitetan ere aurrera egin ahal izateko. Egon beharko litzateke diru gehiago, baina ez bakarrik diru publikoa, diru pribatu gehiago baita ere. Egon beharko lirateke politika publiko gehiago, hain zuzen ere, diru pribatu hori erakartzeko ikus-entzunezkoen produkziora; adibidez, pizgarri fiskalak. Zabalkundeari dagokionez, minus bat. Ez dago euskarazko ikus-entzunezkoen zabalkunderik. Ez dago etxe barruan estrategia finkorik diseinatuta eta ezta etxetik kanpora begira ere. Dagoena da oso mugatua eta oso murritza. Hori nire ustez dator ez dagoelako halako planifikazio bat edo estrategia sendorik zabalkundea aintzat hartzen duena, sektore moduan edo elementu espezifiko moduan. Produkzioa da gauza bat, finantzaketa da beste gauza bat eta zabalkundea da beste gauza bat. Gaur egun gainera streaming plataformekin zabalkundea ez da pentsatu behar garai batean pentsatzen zen bezala. Beste dimentsio batean gaude eta beste behar batzuei erantzun behar zaie. Orduan iruditzen zait zabalkundea horrela per se ez dela kontenplatzen, dena oso difuso dago egun etxean. Ez da pentsatzen estrategia komun eta zabal batetik.*

Inkestan, eztabaida-taldean eta elkarrizketetan euskarazko fikzioaren hutsune nabaria identifikatu da, eta horretan EITBk duen erantzukizunean. Hauxe erantzun du EITBko zuzendaritzako kideak analisi hori helaraztean:

BU15: *Ados nago. Ados nago ikusle bezala. Gertatzen dena da gero ETBko zuzendaritzako kide bezala eta aurrekontua kudeatzea tokatzen denean zaila dela ze fikzioa oso oso oso garestia da. Go!azen-en kapitulu baten kostuarekin Biba Zuek-en*

6 Bide beretik, interesgarriak dira Asier Larrinagak, EITBko Euskara Zerbitzuko arduradunak, euskarazko bikoizketen inguruan bere doktore tesian emandako datuak [Larrinaga, 2019]: «*Euskarazko bikoizketa, ordea, gainbehera etorri da. Batetik, Euskal Telebistak enkargatutako bikoizketa-orduetan, murrizketa zorrotza gertatu da (M. Aranburu, 2013). 1980ko hamarkadan, ETBk 1.800 ordu bikoizten zituen euskarara urtean. 1990eko hamarkadaren erdialdean, urteko 1.000 ordura jaitsi zen bolumena. 2009-2012 artean, 450 ordu bikoiztu ziren urtean, eta 2013an, 100 ordu baino ez. Bestetik, ETBtik kanpo, murrizketa hein berekoa izan da. Bikoizketaren hasierako urteetan, Euskal Telebista zen bezero bakarra baina, geroago, beste batzuk agertu ziren (Larrinaga, 2007b): Eusko Jaurlaritza, zinema-banatzaileak, elkarte pribatuak eta Donostiako Zinemaldia. Horietatik guztietatik, egun, Jaurlaritzaren Zinema Euskaraz programak baino ez dirau: 2014an, 4 filmen eta 8 marrazki-film luzeren bikoizketa lagundu zuen diruz, alegia, 20 ordu baino gutxiago (Zineuskadi, 2014a, 2014b, 2014c)».*

hogeita hamazazpi kapitulu grabatu daitezke. Hori da proportzioa. Orduan EITB bezala badakigu bultzatu behar dugula bertako produkzioa, baina egia da, dauzkagun aurrekontuak ikusita, ze kanpotik ikusita asko ematen du baina telebista egitea oso garestia da, ez duela ematen egin nahi dugun guztirako. Orduan pasa den urtearen amaieran hausnarketa bat hasi genuen gure fikzioaren estrategia berrikusteko eta egiten ari garena orain da fikzioko edukiak koprodukzioan egiten saiatu plataformekin. Adibidez, Irabazi arte Disney-en ere egongo da, orduan, horrek errazagoa egiten du gure aurrekontu orokor guztia ez jateko. Orduan, bai egonda lehorte bat hausnarketa guzti hau egiten ari ginen bitartean produkzioa pixka bat gelditu egin dugulako. Ez geneukan dirua egin nahi genuen guztia egin ahal izateko, orduan pentsatu behar genuen gutxiago egingo dugu, eta nik hori ez nuen nahi ze uste dut garrantzitsua dela EITBk bultzatzea fikzioaren ekoizpena, edo nola egingo dugu edo nola mantenduko dugu lehengo erritmoa baina era jasangarri batean ekonomia eta aurrekontuei begiratuta. Orduan erabaki genuen, Netflix eta Amazonekin hitz egin eta gero, badaudela interes eremu batzuk komunean dituGunak eta horietan elkarrekin egingo dugu lan. Bai Amazonekin eta bai Netflixekin fikziozko proiektuak dauzkagu esku artean eta esate baterako orain martxan jarriko den hurrengo grabaketa, orain preprodukzio fasean dagoena, ez da haurrentzat Go!azen eta Irabazi arte diren bezala, helduagoentzat da, Iparraldean eta Hegoaldean grabatuko da eta surf eskola baten ingurukoa da.

5. Hausnar-lerroak

Aurreko aipu eta datu horiek lagundu digute euskarazko ikus-entzunezkoen egungo egoerara lehen hurbilketa egiten. Esan bezala, horiek Master Amaierako Lanaren zati txiki bat besterik ez dira. Jarraian, laburtu dira eztabaida-taldean eta elkarrizketetan bildutako zenbait ideia eta proposamen:

1. Ikus-entzunezkoen kontsumoak izugarri egin du gora streaming plataformak agertu zirenetik. Kontsumo ohiturak erabat aldatu dira, eta Internet bidezko kontsumoa gailendu da euskarri tradizionaleko edukien galeran. Gazteen artean sumatu da aldaketa hau gehien bat, baina adin tarte gehienetan joera bera da.
2. Ikus-entzunezkoak inoiz baino gehiago kontsumitzen diren testuinguru horretan euskararen egoera kezkagarria da. Euskarazko produkzioek azken hamabost urteetan dezente egin duten arren gora, ez dira nahikoa ikusleen egungo eskaerarentzat. Euskarazko produkzio gehiago sustatzeaz gain azpidatzi eta bikoizketen sektorea asko indartu behar da. Horretarako diru-laguntzak areagotzeaz gain estrategia sendo bat garatu behar da, erabaki politiko bat hartu behar da. Euskarazko edukien estrategia digitala ere sortzea premiazkoa da. Munduko ikus-entzunezko guztiak klik batean eskuragarri dauden garaian euskarazko edukien ikusgarritasun falta arduratzekoa da.

3. Aurreko puntuari eutsiz, azken urteetan sortu diren euskarazko hainbat filmek arrakasta aipagarria lortu dute Euskal Herriko mugetatik kanpo. Duela 15 urte baino gehiago ekoizten diren arren ez dira nahikoa. Ezinezkoa da euskarazko eskaintzarekin zine aretoetara joateko ohitura sortzea. Era berean, zine aretoek birmoldaketa sakonaren beharra dute. Covid 19aren pandemiak areago larriagotu zuen zinema aretoen egoera kritikoa: jende askok zinea etxean kontsumitzeko ohitura hartu zuen behin betiko. Euskarazko serieen falta larria da. Beharrezkoa da etengabeko ekoizte sistema martxan jartzea eta jarraitutasun bat egotea. Horretan, EITBk funtsezko papera jokatu behar du. Nazioarteko arrakasta duten serieak bikoiztea ere beharrezkoa da.

4. ETBk 40 urte bete berri dituelarik hainbat puntu nabarmendu daitezke. Lehenik, sortze legeak dioen moduan, euskarazko ikus-entzunezkoen motorra eta euskararen normalizaziorako tresna izan behar da (5/1982 Legea). Azken urteetan gaztelaniazko edukiek lehentasun nabarmena izan dute eta hori argi identifikatu dute sektoreko profesional, aditu eta herri mugimenduek. Zuzendaritza berriak horri buelta eman nahi diola dirudi eta horretarako hainbat proiektu martxan jarri ditu. Epe laburrean ikusiko da ea hori betetzen den. Bigarrenik, baliabideetan eta programazioan euskarazko kateei lehentasuna emateaz gain, ETBko gaztelerazko kanaletan euskararen presentzia areagotzea funtsezkoa da erdaldunak euskarara gerturatzeko eta euskarari prestigio soziala emateko. Hirugarrenik, ETBk eta EITBk orokorrean eremu digitalean duen ahultasuna gainditu behar du. Kontsumo ohitura eta joera berriei eutsi behar die eta moldatzen jakin behar du. Aurten martxan jarriko den *Primeran* plataforma bada horretarako lehen pausu bat.

5. Euskararen ezagutza mailak gora egin du azken urteetan, baina erabilerak, ordea, ez. Euskara ikastetxeetatik kaleetara eramatea ezinbestekoa da. Ikus-entzunezkoak gure sozializazioaren gero eta parte garrantzitsuagoa diren garaian ezinbestekoa da areagotzea euskarazko ikus-entzunezkoak hizkuntza beraren osasunerako.

6. Legeei dagokienean, beharrezkoa da aktore globalen jarduera erregulatzea Estatu eta Euskal Herri mailan. Hizkuntza eskakizunak ezartzeko modu bakarra da; bai streaming plataformei eta baita telebista, zinema eta bestelako aktoreei ere. Horretarako, Estatu mailako lege sendoez gain (harago doan Ikus-entzunezko Lege Orokorra) beharrezkoa da Euskal Ikus-entzunezkoen eta Zinemaren Lege propioa sortzea.

7. Euskal Ikus-entzunezko Kontseilua sortzearen beharra. Europako Kontseiluak gomendatzen du sortzea eta gure inguruan badira hainbat: nazioartean Belgika edo Frantzia aipa ditzakegu eta Estatuan Katalunia, Andaluzia edo Valentzia. Ezinbesteko tresna da ikus-entzunezko legeak betearazteko eta hizkuntza eskubideak zaintzeko. Gardentasunaren erakusgarri ere bada.

8. Etengabe aldatzen ari den sektorea da ikus-entzunezkoena. Streaming plataformak bezalako aktore berriak agertzen ari dira eta horien arteko

botere harremana (telebista, plataformak, zinea...) aldatzen ari da. Horrelako aldaketek neurri, lege, proiektu eta estrategia berriak eskatzen dituzte, batez ere gurea bezalako hizkuntza eta sektore batean. Horregatik, ezinbestekoa da ikerketa sustatzea.

Bibliografia

AIMC (2022). ***Marco General de los Medios en España,***
eskuragarri hemen: ***https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2022/01/marco2022.pdf***

Barlovento Comunicación (2021). *2021* ***Análisis de la industria televisiva audiovisual,***
eskuragarri hemen: ***https://barloventocomunicacion.es/wp-content/uploads/2022/05/2021-ANALISIS-TELEVISIVO-BARLOVENTO-COMUNICACION-1.pdf***

Berria (2022). ***Euskara, pantailetan lauso,***
eskuragarri hemen: ***https://www.berria.eus/paperekoa/1913/010/001/2022-12-01/euskara-pantailetan-lauso.htm*** [Kontsulta eguna: 2023/01/09].

Euskal Hedabideen Behategia (2022).
Streaming plataformak Hego Euskal Herrian, audientzia azterketa,
eskuragarri hemen: ***https://behategia.eus/eu/streaming-plataformak-hego-euskal-herrian-audientzia-azterketa/***

Larrinaga, Asier (2019). ***Euskal Telebistaren sorrera, garapena eta funtzioa euskararen normalizazioaren testuinguruan.***
Doktore tesia. Bilbo: UPV/EHU.

NOR Ikerketa Taldea (2020). ***"Ikus-entzunezko gomendagarriak gaika eta euskarrika".***
Ikusiker Unibertsitatea Panelaren 7. Txostena. 2020ko urtarrila.
Applika ikerketa proiektua (US17/40). UPV/EHU. ***http://ikusiker.eus***

NOR Ikerketa Taldea (2022). ***"2021-2022 Panela: streaming plataformak".***
Ikusiker Unibertsitatea Panelaren 31. Txostena.
2022ko apirila. Applika ikerketa proiektua (US17/40). UPV/EHU. ***http://ikusiker.eus***

IKERLANEAN ERABILI DIREN BESTE ITURRI BATZUK:

AIMC (2021). ***23 Navegantes en la red 2021,***
eskuragarri hemen: ***https://www.aimc.es/otros-estudios-trabajos/navegantes-la-red/***

Euskal Irrati Telebista (2022). ***EITB 2030 Estrategia: Batzen gaituen etorkizuna.***
Bilbo: EITB. Eskuragarri hemen: ***https://www.eitb.eus/multimedia/corporativo/documentos/EITB_ESTRATEGIA_2030_EUS.pdf***

Kike Amonarriz (2018). ***EiTB-ren etorkizunaz soziolinguistikaren talaiatik,***
eskuragarri hemen: ***https://www.legebiltzarra.eus/ic2/restAPI/pvgune_descargar/default/b00303a6-173b-4852-ab43-dc4036b8276c***

NOR Ikerketa Taldea (2021). ***"2021-2022 Panela: ikus-entzunezko kontsumoa".***
Ikusiker Unibertsitatea Panelaren 26. Txostena. 2021eko azaroa. Applika ikerketa proiektua (US17/40). UPV/EHU. ***http://ikusiker.eus***

NOR Ikerketa Taldea (2021). ***"Serieen kontsumoa".***
Ikusiker Unibertsitatea Panelaren 18. Txostena. 2021eko otsaila.
Applika ikerketa proiektua (US17/40). UPV/EHU. ***http://ikusiker.eus***

Pantailak Euskaraz (2021). ***Euskarazko ikus-entzunezkoen aldeko manifestua,***
eskuragarri hemen: ***https://www.pantailakeuskaraz.eus/euskarazko-ikus-entzunezkoen-aldeko-manifestua/***

Soziolinguistika Klusterra (2021). ***Hizkuntzen erabileraren kale neurketa,***
eskuragarri hemen: ***https://soziolinguistika.eus/wp-content/uploads/2022/05/hekn21_emaitzen_laburpen_txostena.pdf***

10. Europa txikiaren sareko albisteak: hizkuntza gutxituen online agenda orekatua, mundu mugatua

Iñaki Zabaleta, Orreaga Zabaleta Ikatzeta, Tania Arriaga, Maria Gorosarri
UPV/EHU, HEKA Ikerketa Taldea

Artikulu hau, seguru asko, lehen azterlan konparatibo eta sistematikoa da Europako hizkuntza gutxitu eta autoktonoetako online hedabideek argitaratzen duten informazio-agendaren inguruan. Europako bederatzi hizkuntza komunitate gutxitutako Interneteko plataforma mediatiko nagusietako online albisteen agenda eta protagonistak ikertzen ditu, audientziari errealitatearen irudi espezifikoa ematen dioten eta diskurtso publiko informatu bat eraikitzen parte hartzen duten gizarte-tresna gisa.

Europako bederatzi hizkuntza gutxituak (Europako iparraldean, erdialdean eta hegoaldean kokatuak) euskara, galesa, galiziera, irlandera, bretainiera, frisiera, samiera, korsikera eta eskoziar-gaelikoa dira. Metodologia oinarritzen da 2018an bildutako online albisteen lagin esanguratsu baten analisi kuantitatiboan eta, halaber, hedabideetako zuzendariek 2019an egindako eta 2021ean gaurkotutako inkesta kualitatibo batean.

Aurkipenek argitzen dute hartzaileei aurkeztutako informazio-agenda askotarikoa, orekatua eta komunitatean zentratua dela, baina mugatua nazioarteko errealitatearen eta estatu-nazioaren estalduran erkidego gehienetan. Gainera, albisteek agerian uzten dute pertsona arruntak direla berrien protagonistak, baina baita emakumeen presentzia nabarmenki txikiagoa dela ere. Ondorio gehienak koherenteak dira hedabideetako zuzendariek albiste-erakundeen kazetaritza-helburuei buruz emandako erantzunekin, genero-berdintasunaren gaian izan ezik.



1. Sarrera

Online albisteak eta kazetaritza funtsezkoak dira gizarte gehienetan egungo bizitza sozial, kultural eta ekonomikorako, eta albisteen ekoizpen eta kontsumo tradizionalaren aurrean nagusitzen ari dira (Mitchelstein eta Boczkowski, 2009). Gizartearen informazio-beharren zerbitzurako funtsezko eragileak dira audientziaren informazio-agenda eratzen dutelako eta gizarteari dagozkion gaiei buruzko elkarrizketa publikorako zerbitzu interaktiboak eskaintzen dituztelako.

Hizkuntza nagusietako hedabide nagusiek biztanleriaren gehiengoari eta kultura nagusiari ematen diete zerbitzua. Alabaina, nekez adierazten dituzte hizkuntza gutxituen eta haien komunitateen errealitatea eta arazoak. Ondorioz, hizkuntza minoritarioen online hedabide berriak garatzeak haien komunitateen ahalduntzea laguntzen du, beren behar eta helburu sozial, politiko, kultural eta linguistikoetarako kazetaritza-eduki garrantzitsuak eskaintzen baitituzte. Beste gizarte-eragile batzuekin ere lan egiten dute, komunitateari elkarrizketa publikoa sortzen eta partekatzen lagunduz (Browne, 2005).

Ikerketa honek agenda mediatikoaren elementu kritikoak aztertzen ditu, hau da, albisteen gaiak, *topos* edo ikuspegi geografikoa, eta albisteetako aktore edo protagonista nagusiak.

Ikerketa hau sistematikoki konparatiboa izateak Europako esparru bat ezartzen laguntzen du. Analisiak komunitate linguistiko osoa hartzen du kontuan eta ez, komunitate bat zatituta egon daitekeen edozein banaketa erregional-administratibo (euskal, irlandar, sami eta frisiar errealitateetan gertatzen den bezala). Ikuspegi hori ez dator bat erudizio konbentzionalarekin, non Estatu-nazioa eta mendeko barrutiak diren erreferentziazko eremu geografikoak edo politikoak (Wimmer eta Glick Schiller, 2003).

2. Ikergaiaren egoera

2.1. *Oinarri teorikoa*

Kritika, sarbidea, parte-hartzea, komunitate partekatua eta eremu publikoaren eraikuntza funtzio mediatiko estandarrez gain (McQuail, 2000:161), hizkuntza gutxituetako hedabideek hizkuntza biziberritzea ere barne har dezakete.

Baina funtzio horiek agenda mediatikoak babestu behar ditu. Hori dela eta, garrantzitsua da hizkuntza minoritarioetan Europako hedabideetan argitaratutako munduari buruzko informazio-edukien sorta ikertzea, hizkuntza-komunitatearen *topos*-aren harantzago – osotasun funtzionalaren kontzeptuaren barruan (Moring, 2007) –, hizkuntza nagusietako hedabideetara jo beharrik gabe.

Jendeari eskaintzen zaion informazioaren eta hedabideen jabetzaren arteko harremana hainbat azterlan eta saioren xede izan da. Funtsezkotzat jotzen da hedabideei eta demokraziari buruzko eztabaidan, eta, albisteen edukiari dagokionez, albiste-erakunde pribatu eta publikoen arteko ekoizpen-aniztasunaren desberdintasunetan (Aalberg eta Curran, 2012).

2.2. *Online informazioaren ikerkuntza*

Milurteko berriaren hasieratik, Interneteko albisteei buruzko ikerketa nabarmen hedatu da hainbat arlotan (eduki-analisia, agenda-setting, estiloaren eta egituraren analisia, interaktibitatea, albiste-ekoizpena, eta beste hainbat zehar-kontzeptu).

Aditu batzuen ustez, albisteen webguneek mundu mailako irismena dute, baina "tokian tokikoak dira, hizkuntzari eta geografiari dagokienez" (Poor, 2007:73), eta, hedabideen agendari dagokionez, "onlineko albisteek arreta handia jartzen dute nazioan, autoritatearen ahotsak gizarte zibilarenak baino gehiago aipatzeko joera dute, alderdi horietan, egunkarietako eta telebistako albisteen antzekoak izanik" (Curran et al., 2013:881).

3. Hizkuntza gutxituak eta hedabideak

Hiztunen kopuruen zehaztasuna oso kontuz hartu behar diren arren, esan daiteke 5,4 milioi hiztun inguru daudela aztertutako bederatzi komunitateetan (biztanleriaren %22, gutxi gorabehera), honela banatuta: 2,2 milioi galizieraz mintzo dira (biztanleriaren %77, gutxi gorabehera); 0,9 milioi euskaldun (%32); 0,6 milioi galestar (%21); 0,8 milioi irlandar (%13); 0,5 milioi frisiar (%74); 0,3 milioi bretoi (%7); 0,13 milioi korsikar (%42); 0,06 milioi eskoziar-gaeliko (%1); eta 0,025 milioi sami (%36). Hizkuntza-komunitate osoa hartzen da kontuan azterketan, nahiz eta batzuk (euskalduna, frisiarra, samia, irlandarra) estatu batean baino gehiagotan banatuta egon.

Bederatzi hizkuntza-komunitateak hiru geruzatan laburbil daitezke (Zabaleta et al., 2019). Lehenik eta behin, garapen ertainarekin, bost sistema mediatiko (euskalduna, galiziarra, galesa, irlandesa eta samia), irrati-kanal garrantzitsuekin,

inprimatutako argitalpen tradizional gehiagorekin (egunkariak edo astekariak) eta albiste natiboen plataforma digital garrantzitsuekin.

Bigarrenik, bi komunitate (frisiarra, gaeliko-eskoziarra), hedabideen oinarrizko sistema batekin, irrati-difusioko kanal garrantzitsuez osatua (irratia eta telebista), baina prentsa idatzi garrantzitsurik eta jatorrizko ziberhedabide digital garrantzitsurik gabe.

Hirugarrenik, Frantziako bi komunitate (bretoia eta korsikarra), gutxieneko hedabide elebakarren sistemarekin. Bretoierazko hedabide nagusiak inprimatutako astekari bat (*Yá*) eta jatorrizko egunkari digital bat (*Agence Bretagne Presse-ABP e brezhoneg*) dira, kazetaritza-baliabide oso mugatuekin. Hedabide handirik gabeko komunitate korsikarrak hedabide elebakar eta elebidun batzuk baino ez ditu.

4. Ikergalderak

1. IG: Zein albiste-agendaren soslaia eskaintzen diote Europako hizkuntza gutxituen online hedabide nagusiek komunitateari beren informazio-estalduarekin, eduki-motaren eta *topos* edo irismenaren aldagaiei dagokienez?

2. IG: Zer presentzia dute albisteetako protagonistek (tipologiak, generoak) online informazio-estalduran?

3. IG: Hedabideen izaeraren eta kazetaritza-estalduraren gaineko jabetzak duen garrantzi handia kontuan hartuta, hedabideen jabetzaren aldagaiak ba al du inolako esanahi estatistikorik hedabide publiko eta pribatuek eskaintzen duten informazio-agenda motaren inguruan?

4. IG: Ba al dago harreman kongruenterik albiste-enpresen helburuaren eta bere kazetaritza-helburuen artean, zuzendariek eta editoreek inkestan adierazi zuten bezala, eta online informazio-estalduraren benetako emaitzen eta protagonisten artean?

5. Metodologia

Azterlan hau hiruki metodologiko batean oinarritzen da (Denzin, 2017:301) eta bi metodo erabiltzen ditu ondorioen baliozkotasuna berresteko: azterketa kuantitatibo bat albisteen gaien agendari eta protagonistei buruzko ikergalderetarako (IG 1 eta 2) eta inkesta kualitatibo bat hedabideetako zuzendari eta editoreei (hedabideen kazetaritza-helburuei buruzko IG 4).

5.1. *Laginketa*

Azterketan 20 online plataforma nagusi[1] ikertu dira, hau da, errolda osoaren %65, eta komunitate bakoitzaren online kazetaritzako edukiak behar bezala adierazten ditu: hiru hedabide galiziar, euskaldun eta irlandar komunitateetan; bi hedabide galestar, frisiar, sami, bretoi eta korsikar komunitateetan; eta bat eskoziar-gaelikoan.

Hedabideen jabetzaren aldagaiari dagokionez, zortzi hedabide handi pribatuak dira eta sei komunitatetan daude (eskoziar-gaelikoa, bretoia eta korsikarra izan ezik); zortzi publiko, zazpi komunitatetan banatuta (bretoia eta korsikarra izan ezik); eta lau jabetza sozialekoak, soilik bretoi eta korsikar komunitateetan.

Aztergai diren online edukiak 2018ko laugarren hiruhilekoari dagozkio. Ikerketa honetan kodetutako online albisteen lagina 2.622 artikuluk osatzen dute, eta hori, ikerketa honen ondorioetarako, Europako esparru gisa definitzen da, bederatzi hizkuntza-komunitateen laginen batura adierazten duena: 631 euskarazko albiste, 361 galesezko albiste, 507 galizierazkoak, 405 irlanderazkoak, 260 frisierazkoak, 134 samierazkoak, 125 eskoziar-gaelikozkoak, 115 bretoierazkoak eta 85 korsikerazkoak. Kanpoan utzi ziren telebistako edo irratiko programazio tradizionalarekin lotutako edukiak eta iragarki orokorrak.

Lau kodifikatzaileen arteko fidagarritasuna %95,3koa izan zen 106 kodifikazio-unitate prozesatu ondoren.

5.2. *Kategoria sistemak*

Kategoria-sistemak albisteen edukiari, protagonistei, *topos* edo ikuspegi geografikoari eta hedabideen jabetzari dagozkie. Edukiaren eta *topos* aldagaiek informazio-agendaren muina ezartzen duten bitartean, albisteetako protagonisten/aktoreen ezaugarriek adierazle batzuk nabarmentzen dituzte.

1 Euskal hizkuntza komunitatean, *Berria* (**www.berria.eus**), *Argia* (**www.argia.eus**) eta *EITB* (www.eitb.eus). Galestar komunitatean, *Wales BBC* ziberhedabidea (bbc.com/cymrufyw) eta *Golwg* astekaria (https://golwg360.cymru/). Galiziar komunitatean, *CRTVG* irrati-telebista (www.crtvg.es), *Sermos Galiza* astekaria, (**www.sermosgaliza.gal**), 2019 ondoren *Nósdiario* bihurtua **www.nosdiario.gal**), eta *Galicia Hoxe* ziberhedabidea (**www.galiciahoxe.com**), 2020an itxia. Irlandar komunitatean, *Raidió na Gaeltachta* irratia (**www.rte.ie/rnag**), *TG4* telebista (**www.tg4.ie**) eta *Tuarisc.ie* ziberhedabidea (https://tuairisc.ie). Frisiar komunitatean, *Omrop Fryslân* irrati-telebista (www.omropfryslan.nl) eta *It Nijs* aldizkari digitala (**www.itnijs.frl**). Eskoziako gaeliko komunitatean, BBCren online albiste-plataforma (www.bbc.com/naidheachdan). Sámi komunitatean, *NRK Sápmi* webgunea (www.nrk.no/sapmi/) eta *Avvir* egunkaria (**www.avvir.no**). Bretoi komunitatean, *Agence Bretagne Presse-ABP e brezhoneg* ziberhedabidea (**http://abp.bzh/index.php**), eta *BWB Brezhoweb* (**www.brezhoweb.com**). Korsikar komunitatean, *A Piazzetta* aldizkaria (**https://www.apiazzetta.com**) eta *Arritti* astekari elebiduna (**http://arritti.corsica/**).

Informazio-estaldurako kategorien sistema estandarrak jarraituz eta egokituz (Benson et al., 2012; Natarajan eta Xiaoming, 2006; Stempel, 1985), hamabost eduki-kategoria tematiko ezarri eta definitu ziren: politika, ekonomia, kultura, hizkuntza, zientzia eta hezkuntza, istripuak eta delinkuentzia, kirolak, entretenimendua, bidaiak, Internet eta hedabideak, komunitate-bizitza (giza intereseko istorioak), generoa (feminismoa eta horrekin lotutako beste gai batzuk barne), erlijioa eta espiritualtasuna, osasuna eta, azkenik, bestelakoak.

Albisteetako protagonistak kazetaritza-kontakizunetako pertsonaia nagusiak dira, eta ez dira nahitaez albistean agertzen diren iturriak. Albiste batean protagonista bat edo batzuk egon daitezke, eta operatiboki identifika daitezke narrazioan duten garrantzi kuantitatiboa edo kualitatiboa kontuan hartuta (Harris et al., 1981). Azterlan honetan, motaeta genero-aldagaien arabera ikertu dira eragiketak, honako kategoria hauekin:

- ***Mota:*** erakundea/enpresa (gobernua eta enpresak, entitate gisa aurkeztuak), ordezkaria (politikariak, erakunde sozial eta politikoetako ordezkariak), artista/kirolaria, jende arrunta eta bestelakoak.
- ***Sexua:*** maskulinoa, femeninoa, beste bat eta n/a. Generoaren aldagaia oso garrantzitsua da, baina sarritan ahaztu edo baztertu egin da agenda ezartzeari buruzko ikerketetan (Kenney, 2003).

Topos kontzeptuak (Zabaleta et al., 2019), "lekua" esan nahi duen termino grekoak, "foku geografiko" nagusia adierazten du (Maier, 2010) edo albisteak garrantzia duen eta arreta-zentroa den interes-eremua. Kategoriak tokikoak dira, hiri, konderri edo probintzia batean zentratutako albisteei dagozkienak; komunitarioak, informazioak hizkuntza edo komunitate politikoari eragiten dionean; estatukoak, herrialde osoarekin lotutako historiei dagokienez (Frantzia, Espainia, Erresuma Batua, adibidez); nazioartekoak, nazioarteko beste herrialde edo erakunde batzuei buruzkoak direnean; eta beste batzuk.

Informazio-estaldura hedabideen jabetzaren aldagai esanguratsuarekin lotuta ere aztertu zen (Zabaleta et al., 2014), hedabide publikoen (erakunde publikoen jabetzakoak edo haiek zuzentzen dituztenak), pribatuen (irabazi-asmoa duten enpresen esku) eta jabetza sozialaren (irabazi-asmorik gabeko erakunde sozialek kudeatzen dituztenak) artean edukian eta kazetaritzan egon litezkeen aldeak hautemateko.

Galdetegiaren diseinua

Hedabideetako zuzendari eta editoreei bideratutako inkestan galdera irekiak eta itxiak egin ziren hedabidearen misio, xede, eta kazetaritza-helburuei buruz; eta baita albisteen edukiaren tipologia, *topos*, eta protagonistei buruz ere.

6. Emaitzak

6.1. *Albisteen agenda*

Europan, hizkuntza gutxituetako online hedabide nagusien albiste-agenda tematikoa lau mailatako eskala baten bidez adieraz daiteke, eta eskala horretan, talde bakoitzaren balioa ondoko goiko mailaren erdia da, gutxi gorabehera. Lehen mailan, albiste politikoak dira kategoriarik oparoena (%23,4); bigarren mailan, lau kategoria daude (kultura, ekonomia, kirolak eta istripuak/delinkuentzia), %12 gutxi gorabehera; hirugarren mailan, hiru gai (bizitza komunitarioa, zientzia/hezkuntza eta hizkuntza), %5 inguru; eta laugarren mailan, beste kategoria batzuk daude (osasuna, generoa, Internet/hedabideak, entretenimendua, bidaiak, espiritualtasuna eta beste edozein gai), %11,7 guztira, eta bakoitza %2 inguru da.

Gaikako agenda komunitateka aztertuta eta %10etik gorako estaldura duten bost kategoria tematikoak soilik kontuan hartuta, emaitzarik garrantzitsuenak honela azpimarra daitezke:

- ***Politika:*** Galiziako online hedabideek dute ehunekorik handiena gaurkotasun politikoko edukietan (%36,1); bigarren, %26ko batez bestekoarekin, lau erkidego daude (euskalduna, galesa, irlandarra eta korsikarra); eta hirugarren, gainerako laurak (frisiarra, samia, eskoziar-gaelikoa eta bretoia), %9 inguruko portzentajearekin.
- ***Kultura:*** Bretainiako eta Korsikako hedabideen estalduraren %30 inguru kulturara bideratzen da, eta Galesko online hedabideek %6,9 baino ez dute argitaratzen, baliorik txikiena bederatzi komunitateen artean.
- ***Ekonomia:*** Ia erkidego guztietan, sami eta bretoian izan ezik, ekonomiari buruzko informazioa antzekoa da, %10-15eko tartearen barruan.
- ***Kirolak:*** Galesezko hizkuntzaren komunitatean, hizkuntza autoktono horretako hiztunek proportzionalki albiste gehiago jasotzen dituzte online kirolei buruz (estalduraren %21,1) gainerako erkidegoetan baino.
- ***Istripuak/krimena:*** Galesezko eta frisierazko lineako hedabideek gainerakoek baino albiste gehiago ematen dituzte istripuei/krimenei buruz (batez beste, %17,2).
  Sei erkidegoetako bost albiste-kategoria nagusi horietako jabetza-aldagaia kontuan hartuta, estatistikoki esanguratsuak izan dira hedabide pribatu eta publikoen arteko diferentziak, samien hedabideetan izan ezik. Labur bilduta, hemen ondorio nagusiak:
- ***Hedabide pribatuek abantaila dute publikoekiko:*** Euskal, galestar, galiziar eta frisiar hedabide pribatuek politika eta kulturari buruzko albiste gehiago argitaratzen dituzte Interneten hedabide publikoek baino;

Irlandako hedabide pribatuak kultura eta kiroletan nabarmentzen dira; eta samierazko Avvir hedabide pribatuak gehiago informatzen du politikari, istripu/krimenari eta zientzia/hezkuntzari buruz NRK Sápmi homologo publikoak baino.

- ***Hedabide publikoak pribatuen aurretik:*** Euskadiko, Galesko, Galiziako eta Frisiako hedabide publikoek gehiago informatzen dute kirolei eta istripuei/delituei buruz hedabide pribatuek baino; Irlandako hedabide publikoek gehiago informatzen dute politikari, ekonomiari, komunitate-bizitzari eta istripuei/delituei buruz; eta Frisiako hedabide publikoek estaldura handiagoa eskaintzen dute ekonomiari, kirolei, istripuei, delituei eta komunitate-bizitzako istorioei buruz.
  Edukien topos edo arreta-zentro geografikoei dagokienez, Europa mailan, %44,4 komunitate mailako albisteak dira, %27,1 herrietakoak edo lokalak, %18,4 estatukoak eta %10,0 nazioartekoak. Beraz, argi dago hizkuntza-komunitatearen mugen barruan gertatzen diren gertaerak, toki-ikuspegikoak barne, albisteen gehiengoa direla, kazetaritza-ekoizpen osoaren %71,5era iritsiz. Herrietako gehi komunitateen topos ehuneko hori antzekoa edo handiagoa da erkidego guztietan, Galiziakoan izan ezik, %61,3ra soilik iristen baita.

6.2. *Albisteen protagonistak*

Albisteen protagonista motari dagokionez, %30,3 erakundeak edo enpresak ziren; %29,5, banakako ordezkariak (lider politikoak, parlamentariak eta Gobernuko kideak, erakundeetako bozeramaileak, etab.); %18,7, pertsona arruntak; %14,6, artistak eta kirolariak; eta %6,9, beste batzuk. Komunitateka, datuek erakusten dute aipatutako uniformetasun-maila dagoela online hedabideak nabarmen garatuta dituzten sei erkidegotan. Salbuespenak sareko sami hedabideak dira, jende arruntak protagonismo handia baitu (%32,6) erakunde eta enpresen kaltetan (%8,3), eta bretoiera eta korsikera, gutxieneko sistema mediatikoa baitute.

6.3. *Editoreei egindako inkesta*

Informazio erakunde edo enpresa nagusiak dituzten zortzi erkidegoetako zuzendariei eta editoreei egindako inkestaren barruan, hedabidearen misioari buruzko galderari emandako erantzunek funtsezko kontzeptu batzuk erakutsi zituzten, informazio-agendarako erreferentzia-ardatz gisa joka dezaketenak.

Erantzunetatik sortu zen lehenengo ideia, ohikoena -eta, hain zuzen ere, iragarritakoa-, hizkuntza-komunitatearentzako kalitate eta konfiantza handiko albisteeta gaurkotasun-edukien agenda bat sortzea izan zen. Zuzendari guztien erantzunetan, helburu horrek beste ikuspegi bat zuen: hizkuntza eta kultura sustatzen eta normalizatzen laguntzea.

Hiztun-komunitatetik harago joanda, irrati-difusioko enpresen webguneetako inkestatuek (galiziarra, euskalduna, irlandarra, galesa, gaelikoa, eskoziarra, frisiarra eta samia) adierazi zuten online hedabidearen misioak barne hartzen zuela herrialde/eskualde/nazioko komunitate plural osoaren audientziara iristeko asmoa, atzerrian daudenak barne, eta ez hiztunengana bakarrik. Emaitza horrek lotura estua du irrati-difusioko enpresa gehienek albiste-zerbitzu elebiduna izatearekin.

Web-orrian argitaratutako albisteen edukiari buruzko galderari erantzunez, hedabideetako hamasei zuzendariek erantzun zuten albisteen agendan mota guztietako albiste-gaiak zeudela, eta soilik baliabide eskasiak muga zezakeela helburu hori.

Albisteen edukien *topos*-az hitz egitean, editore gehienek adierazi zuten arreta nagusia hizkuntza-komunitatearen gaietan jartzen zela, tokiko gertaerak barne, eta, gainera, komunitatearen estaldura orokorrarekin osatzen zela. Estatuko eta nazioarteko gaiei buruzko informazioa mugatutzat hartu zen erkidego gehienetan. Galiziako eta Euskal Herriko hedabideetako zuzendariek bakarrik aldarrikatu zuten kazetaritza-zerbitzu osoa, estatuko eta nazioarteko gaien estaldura erregularrarekin.

7. Ondorioak

Lehen mailako agenda-ezarpen edo agenda-settingaren esparru teorikoan, ikerketa sistematiko eta konparatibo honen emaitzek agenda mediatiko bat erakusten dute, zeinak –gaien, *topos* eta protagonisten parametroetan– errealitatearen irudi proportzionalki askotarikoa, orekatua eta komunitatean zentratua irudikatzen duen, baina nazioarteko eta estatu-nazioko gaien estalduran partzialki murriztua. Ondorio hau komunitate gehienentzat baliagarria da eta Europako esparru gisa koherentea. Gainera, kazetaritza-politikarekin eta albiste-erakundeetan ezarritako helburuekin bat dator, editoreek eta zuzendariek inkestan azaldu zutenez. Beraz, ondoriozta daiteke egokitasun handia dagoela hedabideetako kazetaritza-helburuen eta online informazioaren ekoizpenaren artean.

Bestalde, gaikako kategoria ohikoenei dagokienez (politika, ekonomia, istripuak/krimena, kirola eta kultura), hizkuntza gutxituetako Europako hedabideen gaikako agenda ez da oso desberdina Alemaniako eta Erresuma Batuko albiste-webgune garrantzitsuetan –aleman eta ingeles hizkuntzakoak– eskaintzen denarekin alderatuta (Quandt, 2008). Politikan, ekonomian, istripuetan/delinkuentzian eta kirolean dauden aldeak %6tik beherakoak dira. Frantziako online albiste webguneen agenda mediatikoarekin alderatuz gero (Benson et al., 2012), politikan ere aldea %6tik beherakoa da. Azkenik, Suediako suediar hedabideetako albisteen produkzioarekin alderatuz gero (Watson, 2021), ehunekozko desadostasuna %6tik beherakoa da politikan, ekonomian, istripuetan/delinkuentzian eta kirolean ere.

Aurkikuntza honek berretsi egiten du hizkuntza gutxituetako hedabideen kalitatezko kazetaritzaren eta informazio-agendaren aldeko ahalegin profesionala, galdetegiaren erantzunetan adierazten den bezala.

Nolanahi ere, aipatzeko moduko aldea dago kulturaren kategorian, estaldura handiagoa baitago hizkuntza gutxituetako online hedabideetan, aipatutako herrialdeetako hizkuntz nagusiko (ingelesa, frantsesa, alemana) webguneetan baino. Hainbat faktore aipa litezke emaitza hori azaltzeko: komunitatearen bizitzari arreta handiagoa jartzea, hedabideen misioaren barruan kultura propioak duen garrantzia eta albisteen eta albiste-erakundeen baliabideen ekoizpen-politika, besteak beste.

Albisteetako protagonistei buruzko ondorioek ere berretsi egiten dute kazetaritza estandar eta profesionala praktikatzen dutela hizkuntza gutxituetako online hedabideek, baina baita berezitasun positibo batekin ere.

Protagonisten bi heren inguru (%60) erakundeak/enpresak eta ordezkari politiko eta sozialak dira, beste hainbat herrialdetako albiste-webgune eta hizkuntza nagusietan gertatzen den modura. Izan ere, Curran et al.-en ikerketak erakutsi duenez (Curran et al., 2013), protagonista mota horiek %62 hartzen dute Australia, Kolonbia, Grezia, India, Italia, Japonia, Norvegia, Hego Korea eta Erresuma Batuko albiste-webguneetan.

Baina hizkuntza gutxituetako online informazioaren ezaugarri bereizgarria, eta gure ustez positiboa, protagonista diren pertsona arrunten ehuneko altuan dago (%18,7), hizkuntza eta hedabide nagusietako (ingelesa, frantsesa, etab.) %10,4rekin alderatuta (Curran et al., 2013). Emaitza hori koherentea da hedabideetako editoreen erantzunekin; izan ere, zortzi komunitateen editore eta zuzendari gehienek adierazi zuten arreta berezia jartzen dutela jende arruntaren eta herri mailako talde eta elkarteen albisteetan, aldi berean kazetaritzaren irizpide estandar eta profesionalak mantenduz.

Agenda ezartzeari buruzko ikerketan generoa sartzea garrantzitsua da eta aditu batzuek kritikatu egiten dute ikerkuntza-paradigma nagusi eta ohikoan ez egotea (Kenney, 2003). Generoa eta kazetaritza binomioan, hizkuntza gutxituetako Europako hedabideen errealitatea informazio-enpresa eta hizkuntza nagusietan dagoenaren antzekoa da. Emakumeak nabarmen gutxietsita daude, samien komunitatean izan ezik, bertan emakumeek rol eta jarduera sozial garrantzitsuak izan eta zuzentzen baitituzte.

Hala ere, genero-arloko aurkikuntza hori kontraesanean dago editoreek inkestan adierazitako kazetaritza-politikarekin eta egindako praktikarekin. Izan ere, hedabideetako zuzendari gehienek aitortu zuten emakumeak protagonista ziren gertaerei buruzko informazioa eman eta horretan arreta jartzen zutela. Soilik frisiar, irlandar eta galestar *Golwg* aldizkariko zuzendariek adierazi zuten ez zutela generoa kontuan hartzen gertakariak estaltzean eta albisteak egitean, kazetaritzaren irizpidea soilik.

Azterlanaren aurkikuntza garrantzitsu bat izan da informazio-agendako edukien bost kategoria tematiko nagusietan desberdintasun estatistikoki esanguratsuak daudela jabetzaren aldagaiarekiko. Europa mailan, hedabide pribatuak dira nagusi politikan; publikoak dira nagusi kiroletan eta istripu eta krimen informazioetan, Galesen bezala; eta titulartasun sozialekoak kulturan eta hizkuntzan, koherentea baita beren nortasunarekin.

Agenda mediatikoko edukien gaikako aniztasunaren azpian, sakoneko hainbat arazo daude. Horietako bat osagarritasuna da, hizkuntza gutxituetako hedabideen osotasun funtzionala mugatua izatea. Erkidego gehienetan, galizieran eta, beharbada, euskaldunean izan ezik, hiztunek hizkuntza nagusiko baliabideetara jo behar izaten dute estatuko eta nazioarteko gaien estaldura egokia lortzeko.

Beraz, informazio-lehia estua baino, daitekeena da audientziak eta hartzaileek baliabide osagarritzat hartzea hizkuntza gutxituetako eta hizkuntza nagusietako hedabideak. Gainera, hizkuntza komunitate gutxituaren gaien inguruko informazio gutxi agertzen baita hizkuntza nagusietako hedabideetan.

8. Eskerrak

Ikerketa hau, HEKA ikerketa-taldeak burutua, Euskal Herriko Unibertsitateak diruz lagundu du, "Unibertsitatea eta Gizartea" Ikerketa Programaren barruan (Erref. US17/21). Eskerrik asko inkestan parte hartu zuten hedabideetako zuzendari eta albiste-editore guztiei. Aurreko bertsio bat argitaratu zen 2022an ingelesez, *Journalism Studies* aldizkarian.

9. Erreferentziak

Aalberg, T., eta Curran, J. (Eds.). (2012). ***How Media Inform Democracy: A Comparative Approach.*** Routledge.

Benson, R., Blach-Ørsten, M., Powers, M., Willig, I., eta Zambrano, S. V. (2012). ***Media Systems Online and Off: Comparing the Form of News in the United States, Denmark, and France.*** Journal of Communication, 62(1), 21-38. *https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2011.01625.x*

Browne, D. R. (2005). ***Ethnic Minorities, Electronic Media and the Public Sphere: A Comparative Approach, Euricom Monographs.*** Hampton Press.

Curran, J., Coen, S., eta Aalberg, T. (2013). ***Internet revolution revisited: a comparative study of online news.*** Media, Culture eta Society, 35(7), 880-897. *https://doi.org/10.1177/0163443713499393*

Denzin, N. K. (2017). ***The research act: A theoretical introduction to sociological methods.*** Transaction publishers.

Harris, J., Leiter, K., eta Johnson, S. (1981). ***The Complete Reporter*** (4ª ed.). McMillan.

Kenney, S. J. (2003, 2003/02/01). ***Where Is Gender in Agenda Setting?*** Women eta Politics, 25(1-2), 179-207. *https://doi.org/10.1300/J014v25n01_07*

Maier, S. R. (2010). ***Newspapers Offer More News Than Do Major Online Sites.*** Newspaper Research Journal, 31(1), 6-19.

McQuail, D. (2000). ***McQuail's Mass Communication Theory*** (4ª (Reimpreso en 2002) ed.). Sage.

Mitchelstein, E., eta Boczkowski, P. (2009). ***Between Tradition and Change: A Review of Recent Research on Online News Production.*** Jounalism, 10(5), 562-586.

Moring, T. (2007). ***Functional Completeness in Minority Language Media.*** In M. Cormack eta N. Hourigan (Eds.), Minority Language Media: Concepts, Critiques and Case Studies (pp. 17-33). Multilingual Matters.

Natarajan, K., eta Xiaoming, H. (2006). ***An Asian Voice? A Comparative Study of Channel News Asia and CNN.*** Journal of Communication, 53(2), 300-314. *https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2003.tb02592.x*

Poor, N. D. (2007, 2007/03/23). ***A Cross-National Study of Computer News Sites: Global News, Local Sites.*** The Information Society, 23(2), 73-83. *https://doi.org/10.1080/01972240701224135*

Quandt, T. (2008, 2008/10/01). ***(No) News on the World Wide Web?*** Journalism Studies, 9(5), 717-738. *https://doi.org/10.1080/14616700802207664*

Stempel, G. H. (1985). ***Gatekeeping: The Mix of Topics and the Selection of Stories***. Journalism eta Mass Communication Quarterly, 62(4), 791-815. *https://doi.org/10.1177/107769908506200412*

Watson, A. (2021). ***Distribution of topics in local, regional, national and international news media in Sweden in 2018.*** Statista. *https://www.statista.com/statistics/1040447/distribution-of-topics-in-news-media-in-sweden/*

Wimmer , A., eta Glick Schiller, N. (2003). ***Methodological Nationalism, the Social Sciences, and the Study of Migration: An Essay in Historical Epistemology.*** International Migration Review, 37(3), 576-610.

Zabaleta, I., Ferre-Pavia, C., Gutiérrez, A., Fernández, I., eta Xamardo, N. (2014). ***European minority language media and journalism: Framing their marginal reality.*** International Communication Gazette, 76(3), 275-295. ***https://doi.org/10.1177/1748048513516907***

Zabaleta, I., Gutierrez, A., Ferré-Pavia, C., Fernandez, I., eta Xamardo, N. (2019). ***Facts and transformations in European minority language media systems amid digitalization and economic crisis.*** International Communication Gazette, 81(3), 235-258. ***https://doi.org/DOI: 10.1177/1748048518754749***

11. Hedabide euskaldunen audientziari buruzko sareen analisia: Twitterren jarraitzaile gehien dituzten Behategiari lotutako 7 hedabideen komunitateen analisia

Jordi Morales i Gras
Amaia Perez de Arriluzea Madariaga
(EUDAN, datu analisia eta gizarte ikerketa)

Komunikabideak funtsezkoak dira Euskal Esfera Publiko Digitalean (Morales i Gras eta Perez de Arriluzea Madariaga, 2022), izan ere, zeregin kohesionatzailea dute mundu digitalean. Edukia zabalduz (alegia, audientziarekin ezarritako harreman formalen eta informalen bidezko zabalkundea), hedabide horiek identifikazio kolektiboak eratzen eta gizartearentzat garrantzitsuak diren gaiak eztabaidatzen laguntzen dute. Artikulu honetan, Sare Gizartearen (Castells, 2000) testuinguruan audientziak neurtzen eta horien inguruko ezagutza sortzen laguntzea helburu duen proposamen bat aurkezten da.

Oraindik ere Internet 2.0-ren paradigma sozioteknologikoan murgilduta bizi gara: Internet 1.0-ren bilakaera; Hedabide Sozialen agerpenarekin gertatu zen erabiltzaileen interaktibitate eta parte-hartze aktiboagatik ezaugarritu zena. Izan ere, paradigma horren fase aurreratu edo heldu batean gaude, eta ez dira gutxi jada Internet 3.0 eta 4.0 aipatzen duten autoreak, zerbitzuetara eta adimen artifizialetara bideratuta daudenak. Edonola ere, erabiltzaileen arteko parte-hartzea eta elkarrekintza, zuzenean eta bitartekorik gabe, Interneten ezaugarri nagusietako bat dira gaur egun ezagutzen dugun bezala, eta garrantzi handiko fenomeno sozialak dira audientzia digitalak aztertzeko. Izan ere, hedabideek eta, oro har, nolabaiteko proiekzioa duten kontuek, zalantzarik gabe deitzen diete beren entzuleei "komunitateak", eta "komunitate-kudeatzaileak" kontratatzen dituzte, horretarako nahikoa aurrekontu badago. Hala ere, gure ikuspuntutik behintzat, oraindik gutxi dira hedabide baten jarraitzaileen artean ezarritako harremanak kontuan hartzen dituzten audientzia-ikerketak eta analisiak; eta are gutxiago metodologia estruktural batekin sistematikoki egiten dutenak (Morales i Gras eta Perez de Arriluzea Madariaga, 2022).

Twitterreko hedabide baten jarraitzaileek elkarri nola jarraitzen dioten ulertzea, espazio digitalean egitura komunitarioak eratuz, hedabideari aukera ematen dio edukieta komunikazio-estrategia egokitzeko, hedabide sozialean haien audientziarekin duten harremana hobetzeko. Maila agregatuan, Twitterren euskaraz argitaratzen duten hedabide nagusien audientzien azterketa palanka bat da are garrantzitsuagoa den fenomeno digital bat ulertzeko, Twitter bezalako hedabide sozial batean euskarak duen audientzia digitalarekin zerikusia duena.

Azterketa honek Twitterren Behategiari lotutako euskarazko 7 komunikabide nagusiak jarraitzen dituzten erabiltzaileen arteko jarraipen-harremanak aztertzen ditu. Sare sozialen analisirako teknikak erabiliz, egitura komunitarioari eta komunitate bakoitzeko erabiltzaile erreferentzialenei buruzko informazioa lortu nahi da:

1. Sareko nodoen arteko konektagarritasun-maila aztertuko dugu, elkarren artean oso konektatuta dauden edo errefe-rentzia-hedabidearekin bakarrik konektatuta dauden jakiteko helburuarekin.
2. Komunitate desberdinetako erabiltzaileek gehien jarraituak diren nodoak identifikatuko ditugu, barne-lidergoak (hots, hedabidea jarraitzen duten nodoak) eta kanpokoak (hots, hedabidea jarraitzen ez duten nodoak) identifikatzeko.
3. Sare bakoitzean dauden komunitateen kopurua aurkituko dugu, hau da, antzeko ezaugarriak dituzten erabiltzaile-mota desberdinak biltzen dituzten zatiketak.
4. Identifikatutako komunitateen arteko isolamendu-maila ebaluatuko dugu, eta barneko puntuan aipatutako azpizatiketak sarean oso garrantzitsuak diren edo ez egiaztatuko dugu.
5. Komunitate bakoitzaren ezaugarri kualitatiboak analizatuko ditugu, hala nola interesa sortu duten gaiak edo kohesio-gradua, identifikatutako komunitateetan oinarrituta.

1. Metodologia

Azterlan honen helburua Twitterren Behategiarekin lotuta dauden 7 euskarazko komunikabide nagusiak jarraitzen dituzten erabiltzaileen arteko jarraipen-harremanetatik eratorritako egitura komunitarioak deskribatzea da: @argia, @berria, @fm983irratia, @Gaztezulo, @HamaikaTB, @NAIZirratia eta @zuzeu. Kontu horiek guztiak liderrak dira euskarazko edukien hedapenean, eta 10.000 jarraitzaile baino gehiago dituzte, nahiz eta azkenean datu gutxiago eskuratu ditugun, erabiltzaileek definitutako hirugarrenekin partekatzeko aukerak direla eta.

Kontu horien jarraitzaileen datuetara sartzeko Twitterreko 1.1 APIa erabili da, 2022aren amaieran, datuen deskarga eman denean, eskuragarri jarraitzen duen tresna ofizialetako bat. Horren bidez, hautatutako 7 kontuen jarraitzaileen zerrendak deskargatu dira, baita kontu horien jarraitzaileek jarraitutakoak ere. Datuak bildu ondoren, sare sozialak aztertzeko teknikak inplementatu dira, 7 kontuen jarraitzaileen arteko jarraipen-harremanak sintetizatzeko eta sare horiek aztertzeko. Horri esker, komunitate bakoitzaren egitura komunitarioari eta komunitate bakoitzeko erabiltzaile erreferentzialenei buruzko informazioa lortu ahal izan da, bai komunitate horretako kide direnentzat, bai ez direnentzat (alegia, hedabideen jarraitzaileek asko jarraitzen dituzten erabiltzaileak, baina azken hauek hedabideak zuzenean jarraitu barik).

Sare sintetizatuak sare zuzenduak eta haztatu gabeak dira, eta hedabideen jarraitzaileen arteko jarraipena islatzen dute. Horrek esan nahi du sareen ertzek norabidea dutela eta ez direla nahitaez elkarrekikoak (hau da, bi erabiltzailek elkar jarrai dezakete edo ez), eta ertzen pisuak beti berdinak izango direla (hots, ezin zaio norbaiti Twitterren behin baino gehiagotan jarraitu, eta, beraz, sarearen ertz guztiek 1eko pisua izango dute). Oinarrizko egitura-ezaugarriak kontuan hartuta, hainbat metrika aplikatu dira nodo-mailan eta sare-mailan, esplorazio-azterketa aurretik definitutako terminoetan garatzeko: nodo-metrikak nodo bakoitzerako maila indibidualean inplementatzen direnak dira, eta nodoak sailkatzeko eta ordenatzeko aukera ematen digute; aldiz, sare-mailako metrikek sare osoaren egiturazko ezaugarrien berri ematen dute, eta sare horiek elkarren artean konparatzeko aukera ematen digute.

Planteatutako helburuekin bat etorriz, inplementatutako metrikak galdera erraz samarrei erantzuten saiatzen dira, eta sarearen lidergoei, sarearen kohesioari eta egitura komunitarioari buruzko informazio-ahalmen handia dute (alegia, sareko nodoak zein ondo konektatuta daude?, zein nodo dira jarraituenak komunitate bakoitzean?, zenbat komunitate identifika ditzakegu sarean?, zein komunitate daude bata bestearekiko isolatuen?, zein ezaugarri kualitatibo azpimarra ditzakegu komunitate bakoitzetik?). Alde batera utzi dira, beraz, adierazle konplexuagoak eta sare sozialetako analistek ezaugarri bereziak dituzten nodoak identifikatzeko erabili ohi dituztenak (hots, Bitartekaritza-Zentralitatea, Berezko Bektorearen Zentralitatea, PageRank, etab.).

Ikus ditzagun, lehenik eta behin, nodo-mailan ezarritako metrikak:

1. **Gradu-zentralitatea** (sarreraeta irteera-gradua): nodo batek sare batean dituen konexioedo lotura-kopuruari dagokio. Konektagarritasunari dagokionez , nodo batek sarean duen garrantzia edo zentralitatea neurtzen du. Gradu altuko nodo batek paper garrantzitsua izango du sarean. Sare gidatuetan, sarrera-graduaren zentralitatea eta irteera-graduaren zentralitatea bereizi behar dira. Sarrera-graduaren zentralitatea nodo batean sartzen diren loturen kopuruari dagokio, eta irteera--graduaren zentralitatea, berriz, nodo batetik ateratzen diren loturen kopuruari. Analisi honen testuinguruan, arreta handiagoa jarriko dugu nodoen sarrera-graduan, eta aztertutako komunitateetako erabiltzaileen artean jarraitzaile kopuruari buruzko informazioa emango dugu.
2. **Partaidetza-komunitatea:** Sareen azterketaren testuinguruan, komunitate edo taldeetan nodoak multzokatzeari buruzko kontzeptua da, horien konektibitate-patroiaren arabera. Nodo bakoitzaren partaidetza-komunitatea kalkulatzeko, nodo-metrika izanik, Gephi softwarearen Louvain algoritmoaren bidez egingo dugu, zeina Modularitatearen estatistikoaren arabera optimizatzen baita. Modularitatea neurri bat da, eta sare bat nodoen multzokatzeari dagokionez zein ondo egituratuta dagoen adierazten du. Neurri hau aurrerago sakonago azalduko dugu, sare-mailako metrika bat baita. Azterketa honen testuinguruan, talde bateko nodoak antzekoak direla eta interes eta ezaugarri komunak dituztela interpretatuko dugu, eta horiek deskribatuko ditugu komunitate bakoitzeko liderren analisitik abiatuta, sarrera-graduko zentralitateari dagokionez.

Ikus ditzagun, bigarrenik, sare-mailan ezarritako metrikak:

1. **Dentsitatea:** Sare baten dentsitatea konexio posibleen kopuruaren arabera dagoen konexio-kopuruaren neurketa da. 0 eta 1 arteko neurria da; 0tik hurbil dagoen balio batek konexio urriak dituen sarea adierazten du; 1etik hurbil dagoen balio batek, berriz, dentsitate handiko sarea adierazten du. Sare baten konektagarritasun-gradua kuantifikatzea ahalbidetzen duen neurri erraz eta intuitiboa da. Analisi honen testuinguruan, 0tik gertuago dauden dentsitateak aurkitzea espero dugu, nodo gehienak ez baitira elkarren artean jarraituko.
2. **Batez besteko gradua:** Nodo baten gradua nodo horrek sarean beste nodo batzuekin dituen loturen edo erlazioen kopurua besterik ez da. Beraz, batez besteko gradua nodoek sare batean duten batez besteko konexio kopuruaren neurketa da. Dentsitatearekin batera, sare baten konektagarritasun-gradua kuantifikatzeko aukera ematen duen metrika bat da, eta sare desberdinak elkarren artean konparatzeko eta sarearen egitura eta sarearen konektibitate-patroiak ezaugarritzeko baliagarria da.

3. **Batez besteko taldekatze-koefizientea:** Nodo baten taldekatze-koefizientea nodo horretako bizilagunak zeinen "multzokatuta" dauden neurtzeko da. Kalkulua loturen kopurua triangelu batean zatituz egiten da (adibidez, bi loturen bidez konektatutako hiru nodoz osatua), eta nodo hori triangelu hori barne hartzen duten triangelu posibleen guztizko kopuruarekin inplikatzen da. Balioa 0 eta 1 artean normalizatzen da. Nodo baten taldekatze-koefizientearen balio altu batek adierazten du bere bizilagunak oso lotuta daudela elkarren artean; aldiz, balio baxu batek adierazten du bere bizilagunak ez daudela oso konektatuta. Taldekatze-koefizientearen batez bestekoa sare bateko nodoek triangeluak eratzeko duten joera orokorra neurtzeko erabiltzen da. Analisi honen testuinguruan, batez besteko taldekatze-koefizientea informatiboa da sareko lotura lokalerako joerari dagokionez.

4. **Ahul konektatutako osagaien kopurua:** Ahul konektatutako osagai bat, funtsean, azpisare bat da, non edozein nodotatik nodo guztietara heldu daitekeen. Garrantzitsua da aipatzea hau konektagarritasun ahulari buruzkoa dela, hau da, nodo batera iristeko bide ez-zuzenak egon daitezkeela (adibidez, ez dugu ertzaren norabidea kontuan hartuko bi nodo iritsigarriak diren baloratzean). Osagai horien zenbaketak adierazten du sare batean azpitaldeak edo komunitateak daudela, elkarrekin konektatuta daudenak baina azpitalde horretatik kanpo konexiorik ez dutenak.

5. **Graduko asortatibitate-koefizientea:** Gradu-asortatibitatea gradu-zentralitate handia duten nodoek elkarrekin edo gradu baxuko nodoekin konektatzeko duten joeraren neurria da. Graduko asortatibitate-koefizientearen bidez kalkulatzen da, eta sare bateko ertzetako muturretako graduen arteko korrelazio-koefiziente gisa definitzen da. Graduko asortatibitate-koefizientearen balio positibo batek adierazten du gradu altuko nodoek elkarrekin konektatzeko joera dutela; aldiz, balio negatibo batek adierazten du gradu altuko nodoek gradu baxuko nodoekin konektatzeko joera dutela. Asortatibitate positiboa duen sare batek esan nahi du botere handiko komunitateak edo taldeak daudela sarearen erdian (adibidez, elkarren artean ondo konektatutako "eliteak"); asortatibitate negatiboak, berriz, gradu baxuko eta handiko nodoen arteko harremanak ezartzeko joera dakar.

6. **Gradu-zentralizazioa:** Sarreraeta irteera-graduaren zentralizazioa neurri bi dira, sare bateko gradu altuko nodoetan kontzentratutako sarrera-graduaren edo irteera-graduaren kantitatea adierazten dutenak. Garrantzitsua da metrika hori gradu-zentralitatearekin ez nahastea, zentralizazioa sare-mailan jarduten duen metrika baita, eta ez nodo-mailan, eta funtsean

sare batean dagoen "hierarkia" kantitatearen berri ematen digu. Sarrera-graduaren zentralizazioa nodoen sarrera-gradua nodo gutxi batzuetan kontzentratzeko intentsitateari dagokio. Sarrera-graduaren zentralizazioa kalkulatzeko neurri komun bat Freemanen formula erabiltzea da. Formula horrek sareko balio maximoak erreferentziatzat hartzen ditu, eta 0ren balioa hartzen du sare erabat deszentralizatu baterako, eta 1aren balioa sare erabat zentralizatu baterako. Analisi honen testuinguruan, uste dugu gradu-zentralizazioak lidergoek hainbat komunitateetan duten sendotasunaren berri emango duela, eta gradu-asortatibitatearekin tentsioan egongo den metrika bat izango dela (adibidez, sare zentralizatu batek sare disortatiboa izan beharko du, non gradu altuko nodoak gradu baxuko nodoekin erlazionatzen diren).

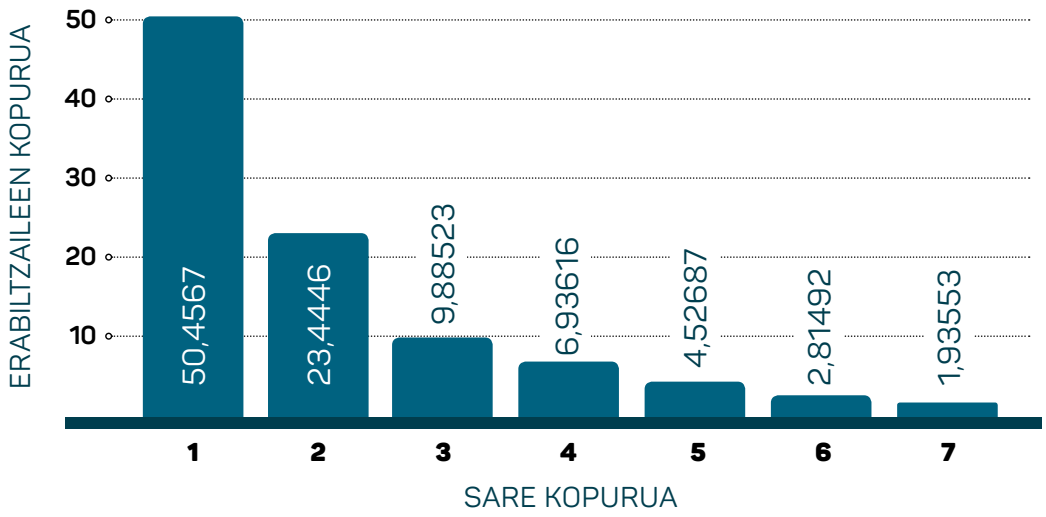
7. **Banaketa komunitarioa eta Modularitatea:** Louvain algoritmoa erabiliko da sarearen banaketa komunitarioa (adibidez, nodoen partaidetza-komunitatea eta nodoetatik sortzen den egitura) identifikatzeko. Louvain algoritmoa tresna bat da, sare bat nodo-multzoetan (komunitate izenekoak) banatzeko eta zatitzeko erabiltzen dena. Taldekatze hau nodo-multzo horietako nodoen elkarren arteko harremanen hurbiltasunaren arabera egiten da. Banaketa honen helburua sarean antolakuntza-ereduak aurkitzea da. Hori lortzeko, algoritmoak Modularitatea erabiltzen du, eta sarea nodoen multzokatzeari dagokionez zeinen ondo egituratuta dagoen neurtzen du. Modularitatea formula matematiko baten bidez kalkulatzen da. Formula horrek komunitate baten barruan espero den lotura-kopurua eta komunitate baten barruan dagoen lotura-kopuru erreala alderatzen ditu. Louvain algoritmoaren kasuan, sarearen zatiketa bat aurkitu nahi da Modularitatearen balioa maximizatzeko, eta horrek esan nahi du zatiketa bat bilatzen duela, non komunitate baten barruko nodoak oso lotuta egongo diren eta lotura gutxi izango duten beste komunitate batzuetako nodoekin. Azterketa honen testuinguruan, Modularitatearen balioari eta identifikatutako komunitateen kopuruari erreparatuko diegu.

Ondoren, datuak aztertuko ditugu. Lehenik eta behin, sareen arteko analisi konparatiboa egingo dugu, aurrez aipatutako metriketan oinarrituta. Horretarako, korrelazio-matrize bat erabiliko dugu, Pearsonen korrelazio-koefizientearekin egina, eta 1. eranskinean kontsulta daiteke osorik. Bigarrenik, komunitate bakoitzaren deskribapen kualitatiboa egingo dugu, sare desberdinetan komunitateen buru diren erabiltzaile-motak deskribatuz. Analisiak inplementatuko dira Jamovi paketearekin (The jamovi project, 2021) R-rako (R Core Team, 2021), NetworkX paketeekin (Hagberg, Swart, eta Chult, 2008), Pandasekin (McKinney et al., 2010) eta Seaborn paketearekin (Waskom, 2021) Python 3-rako (Van Rossum eta Drake, 2009) eta Gephi softwarearekin (Bastian, Heymann eta Jacomy, 2009).

2. Emaitzak

Aztertutako 7 sareek antz handia dute; izan ere, guztiek sare-mota bera irudikatzen dute (alegia, Twitterreko kontu baten jarraitzaileen arteko jarraipen-sareak), oso antzeko kontuetan (hau da, euskarazko komunikabideak) oinarrituta baitaude. Izan ere, lehen datu interesgarri bat da nodoen % 50,5 bakarrik daudela sare bakar batean (alegia, 1. irudia), eta horrek esan nahi du % 49,5 zazpi sareetatik bitan edo gehiagotan daudela. Beraz, zazpi sare ditugu, argi eta garbi audientzia komuna dutenak (hots, euskarazko hedabideen audientzia), eta horrek aukera ematen du komunitatearen egituran antzekotasun nabarmenak aurreikusteko, bai kuantitatiboki, bai kualitatiboki.

1. Irudia: **Erabiltzaileak, sare-kopuruan duten presentziaren arabera**



Iturburua: Geuk Seaborn-ekin egina

Sarearen egiturazko metrikak aztertzeko, jarraian aurkeztuko ditugun metriken arteko korrelazio-matrizea erabiliko dugu. Hurrengo taulan, sarearen tamainari eta kohesioari buruzko oinarrizko metrikak kontsulta daitezke: nodo-kopurua, dentsitatea eta batez besteko gradua (hots, 1. taula). Sarerik handiena Berriarena da, 76.584 nodorekin, eta txikiena Gaztezulorena, 9.444 nodorekin. Analisi honen testuinguruan, sarearen tamaina (hau da, nodo-kopurua) garrantzi handiko aldagaia dela dirudi, modu esanguratsuan, negatiboan eta oso boteretsuan korrelazionatzen baita dentsitatearekin (hots, r = -0,86) eta batez besteko graduarekin (hots, -0,92). Horrek esan nahi du sare handiagoek (hots, @berria eta @argia) txikienek baino kohesio-maila txikiagoa dutela. Bestalde, dentsitatea eta batez besteko gradua modu esanguratsuan, positiboan eta oso boteretsuan korrelazionatuta daude (alegia, 0,81).

1. Taula: **Nodo-kopurua, dentsitatea eta batez besteko gradua 7 sareetan**

	NODO-KOPURUA	DENTSITATEA	BTZ. BSTK. GRADUA
@argia	45.662	0,002	102,175
@berria	76.584	0,001	77,027
@fm983irratia	10.334	0,013	132,908
@Gaztezulo	9.444	0,014	128,484
@HamaikaTB	21.932	0,006	134,602
@NAIZirratia	20.183	0,006	125,898
@zuzeu	11.061	0,014	158,244

Iturburua: Geuk egina

Hurrengo taulan kohesio-metrika hauek ageri dira: batez besteko taldekatze-koefizientea eta ahul konektatutako osagai-kopurua (2. taula). Taldekatze-koefizientearen batezbestekoa ia konstante mantentzen da zazpi sareetan. Informazio hori oso garrantzitsua da, sare guztiek audientzia komuna partekatzen dutelako eta maila lokalean antzera jokatzen duelako ideia indartzen baitu: nodoek bizilagunen heren bat ezagutzeko joera dute (hots, % 33,7 eta % 37,8 artean). Ia konstante mantentzen denez, metrika horrek ez du korrelaziorik beste batekin ere. Aldiz, sareetako osagai ahulen kopurua modu esanguratsu, positibo eta indartsuan korrelazionatzen da nodo-kopuruarekin (hau da, 0,95), eta batez besteko graduarekin (hau da, -0,85).

2. Taula: **Taldekatze-koefizientea eta osagai ahulak 7 sareetan**

	BTZ. BSTK. TALDEKATZE KOEFIZIENTEA	AHUL KONEKTATUTAKO OSAGAI-KOPURUA
@argia	0,378	320
@berria	0,375	1304
@fm983irratia	0,37	20
@Gaztezulo	0,337	26
@HamaikaTB	0,35	67
@NAIZirratia	0,376	181
@zuzeu	0,35	54

Iturburua: Geuk egina

Jarraian, gradu-asortatibitatearen eta gradu-zentralizazioaren metrikak aztertuko ditugu (3. irudia). Zazpi sareek joera apur bat disortatiboa dute (alegia, asortatibitatearen kontrakoa), baina ez dira inola ere Otik hamarreko batetik gora urruntzen. Horrek esan nahi du nodoen gradua ez dela faktore erabakigarria

sarearen jokabide erlazionala orientatzerakoan: ez gaude erdiko elite batek edo muturreko hierarkizazio batek berezitutako sare baten aurrean. Hala eta guztiz ere, sarrera-graduaren zentralizazio-zifrak nahiko altuak dira, zenbait kasutan 0,8tik gorakoak. Aurreko zifrekin kontrastean, irteera-graduaren zentralizazioa nahiko baxua da sarean, gehienez ere 0,17ko balioa hartuz Zuzeu-ren kasuan.

3. Taula: **Hautatze lehentasun gradua eta gradu-zentralizazioa 7 sareetan**

	HAUTATZE LEHENTASUN GRADUA	SARRERA-GRADUAREN ZENTRALIZAZIOA	IRTEERA-GRADUAREN ZENTRALIZAZIOA
@argia	-0,065	0,8	0,067
@berria	-0,056	0,647	0,045
@fm983irratia	-0,116	0,779	0,141
@Gaztezulo	-0,105	0,793	0,165
@HamaikaTB	-0,087	0,809	0,106
@NAIZirratia	-0,072	0,807	0,112
@zuzeu	-0,12	0,834	0,172

Iturburua: Neuk egina

Gradu-asortatibitatea modu esanguratsuan, positiboan eta indartsuan korrelazionatzen da nodo-kopuruarekin (hau da, 0,84), eta negatiboki beste metrika batzuekin, hala nola dentsitatearekin (hots, -0,95), batez besteko graduarekin (hots, -0,85) edo irteera-graduaren zentralizazioarekin (alegia, -0,93). Sare txiki eta kohesiboagoek, beraz, disortatibitaterako joera handiagoa dute. Irteera-graduaren zentralizazio handiagoa izateko joera ere badute (hau da, beste batzuekiko jarraipenean oso aktiboak diren erabiltzaileak izatearen sintoma bereizgarri bat, komunitatearekiko konpromisorako eta horrekiko kohesiorako eta hazkunderako gogo bizia dela uler daitekeena), baina, bitxia bada ere, metrika horrek ez dirudi sarrera-graduaren zentralizazioarekin korrelazionatzen duenik.

Sarrera-graduaren zentralizazioak, bestalde, korrelazio esanguratsua, negatiboa eta indartsua du nodo-kopuruarekin (hots, -0.83) eta ahul konektatutako osagai-kopuruarekin (hau da, -0,93); aldiz, korrelazio positiboa du batez besteko graduarekin (alegia, 0,84). Horrek esan nahi du sareko lidergoak indartsuagoak direla sare txikietan (hau da, Argia izan ezik, sare handia baita, baina lidergo handiak dituena), osagai ahulen kopurua txikia denean eta nodoak elkarren artean modu sendoan jarraitzen direnean, kohesio handia erakusten duen neurria izanik; beraz, iradokitzen da aztertutako sareetako liderrek zeregin garrantzitsua dutela sarearen kohesioari dagokionez ere.

Azkenik, irteera-graduaren zentralizazioak, gradu-asortatibitatearekin ez ezik, korrelazio negatiboa du nodo-kopuruarekin (hots, -0.91) eta ahul konektatutako osagai-kopuruarekin (hots, -0,78), eta positiboa dentsitatearekin (hau da, 0,98) eta batez besteko graduarekin (hau da, 0,89). Gainerakoak jarraitzen dituzten erabiltzaileen gutxiengo aktiboen presentzia handiagoa da sare kohesiboagoe-

tan (alegia, txikiagoak direnak, osagai gutxiago dituztenak, dentsoagoak direnak eta jarraipen-harreman gehiago dituztenak). Pearsonen Korrelazio-Koefizientean oinarritutako analisiak ondorio kausalak ateratzeko aukerarik ematen ez badu ere, kasu honetan uste dugu datuek hipotesi hau adierazten dutela: hain zuzen ere, gutxiengo aktibo horiek direla sare kohesiboagoak sortzen dituztenak, komunitatea sendotzeko eta hazteko asmoz egiten duten jarraipen-jarduera biziari esker. Gutxiengo aktibo bat izatea izan liteke, orduan, euskarazko hedabideek Twitterren eta, oro har, Interneten duten arrakastaren gakoetako bat.

Hurrengo taulan Modularitate-zifrak eta sare bakoitzean Louvain algoritmoarekin identifikatutako komunitate-kopurua ikusiko ditugu (4. taula). Oro har, Modularitate-zifrak oso baxuak direla esan dezakegu. Mark Newman metrikaren sortzaileak berak (2004) dioenez, Modularitatearen estatistikoaren 0,3tik beherako balioek garrantzi txikiko komunitate-egiturak adierazten dituzte. Hala ere, ez litzateke egokia izango "esangurazkotasun urri" hori balidazio estatistikoko proba baten p-balio bat balitz bezala interpretatzea; 0 baino gehiago baina 0,3 baino gutxiago den Modularitate-balio orok iradokitzen du aurkitutako klusterrek elkarren antz handia dutela eta lotura ugari partekatzen dituztela, eta hori bat dator orain arte aztertutako gainerako adierazleekin. Komunitate-kopuruari dagokionez, badirudi zenbaki gutxi gorabehera maneiagarriak ditugula, Berriaren kasuan izan ezik, 1.312 azpi-komunitate baititu.

Oro har txikiak diren arren, Modularitate-zifrek korrelazio esanguratsua, indartsua eta positiboa dute nodo-kopuruarekin (hots, 0,82), eta negatiboa batez besteko graduarekin (hau da, -0,87), sarrera-graduaren (hots, -0,80) eta irteera-graduaren (hots, -0,87) zentralizazioarekin. Komunitate handiagoek modulu-egitura handiagoa izateko joera dute, nodoen arteko harreman gutxiago, lidergo ahulago eta gutxiengo ez hain aktibo izanik, eta, ondorioz, sareko erabiltzaileen profilak gehiago bereizteko joera dute.

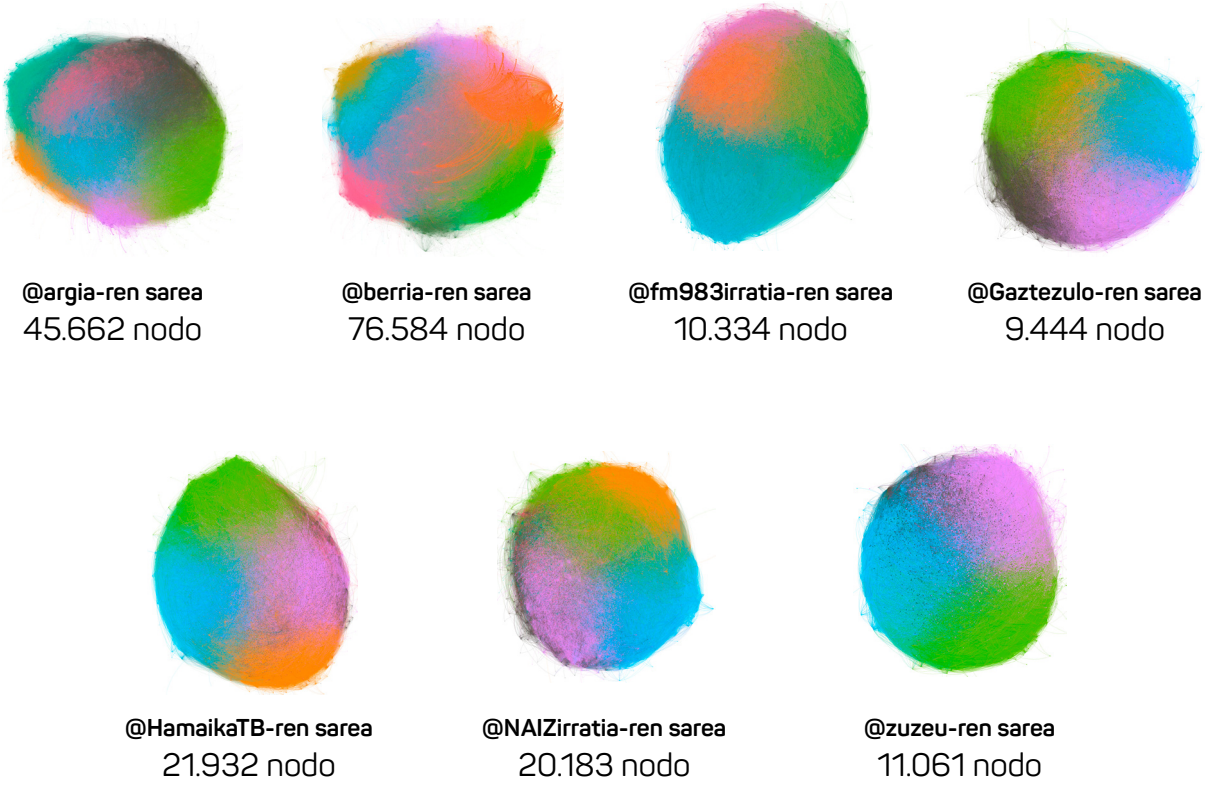
4. Taula: **Modularitatea eta komunitate-kopurua 7 sareetan**

	MODULARITATEA	KOMUNITATE-KOPURUA
@argia	0,252	327
@berria	0,282	1312
@fm983irratia	0,245	23
@Gaztezulo	0,213	30
@HamaikaTB	0,243	72
@NAIZirratia	0,218	187
@zuzeu	0,192	57

Iturburua: Geuk egina

Komunitate-kopurua, bestalde, modu esanguratsu, indartsu eta positiboan korrelazionatzen da nodo-kopuruarekin (hots, 0,95) eta osagai ahulen kopuruarekin (alegia, 1,00). Eta negatiboki egiten du batez besteko graduarekin (hau da, 0,87), sarrera-graduaren (hots, 0,93) eta irteera-graduaren (hau da, 0,78) zentralizazioarekin. Orduan, komunitate gehiago ditugu sareak handiagoak direnean, osagai ahul gehiago dituzte (alegia, Louvain algoritmoak osagai ahul asko komunitatetzat hartzeko joera du) eta, aurreko kasuan bezala, lidergoak ahulak direnean eta gutxiengoak ez direnean oso aktiboak komunitateko beste kide batzuekiko jarraipenean. Identifikatutako komunitateetatik abiatuta, honako bistaratze hauek sintetizatu dira (2. irudia).

2. Irudia: **7 jarraipen-sareen bistaratzea, komunitatearen arabera koloreztatuta**



@argia-ren sarea
45.662 nodo

@berria-ren sarea
76.584 nodo

@fm983irratia-ren sarea
10.334 nodo

@Gaztezulo-ren sarea
9.444 nodo

@HamaikaTB-ren sarea
21.932 nodo

@NAIZirratia-ren sarea
20.183 nodo

@zuzeu-ren sarea
11.061 nodo

Iturburua: Geuk Gephi-rekin egina

Orain, sare bakoitzean dauden komunitate-motak deskribatuko ditugu. Horretarako, lehenik eta behin, sare bakoitzean dauden komunitate-motak aztertuko ditugu. Guztira, 8 komunitate-mota desberdin daude aztertutako sareetan modu desberdinean banatzen direnak. Jarraian, sareetan aurkitutako komunitate-motak aurkeztuko ditugu, eta haien kohesio-mailen arabera kokatuko ditugu, komunitate-mota bakoitzeko batez besteko graduaren banaketaren arabera (3. irudia).

1. Sare guztietan aurkitzen dugu euskal komunikabideak buru dituen komunitate bat, baina ez nahitaez euskaldunak. Gara, Naiz eta EiTBrekin lotutako hainbat kontu askotan agertzen dira komunitate horietan. Beste batzuetan, baina ez hainbeste, gaztelania hutsezko euskal hedabideen kanpo-lidergoak nabarmentzen dira, hala nola El Diario Vasco edo El Correo. Komunitate horien batez besteko gradua sarearen batezbestekoa baino baxuagoa da, eta iradokitzen du sare horretako erabiltzaileak hainbat euskal hedabideren jarraitzaile direla, eta euskara ez dela lehentasunetako bat Twitterren nor jarraitu erabakitzeko orduan. Komunitate horiek ez dira hain kohesiboak sare guztietan, seguru asko erabiltzaileak biltzen dituen izaera lauso eta generikoagatik, eta badirudi hori informazioaren gaurkotasunarekiko duten interesa dela.
2. Zazpi sareetatik seitan (@fm983irratia ez beste guztietan), bertsolariak, euskarazko kazetariak, blogariak eta hizkuntza-ekintzaileak buru dituen komunitate bat ere aurkitu dugu, "euskaltzaleak eta euskararen aldeko aktibistak" deitu duguna. Komunitate-mota horiek aurrekoaren antitesia dira talde-kohesioari dagokionez, eta batez besteko graduak dituztelako nabarmentzen dira, sarearen batezbestekotik gora egoteko joera dutenak. Sare gehienetan komunitate hain espezifikoak eta kohesiboak egoteak (@fm983irratiaren kasuan, euskarazko hedabideen komunitatearekin bat egiten badu ere) sendotasuna ematen dio aurretik aurkeztutako argudioari, euskarazko hedabideen gutxiengo aktiboen zeregin erabakigarriari dagokionez.
3. Zazpi sareetatik bostetan (hots, denetan, @Gaztezulo eta @NAIZirratia izan ezik) komunitateak lurralde bereko erabiltzaile-taldeak dira, eta hori da klusterraren berri ematen duen hari nagusia. Nafarroa, Iparralde, Araba, Gipuzkoa eta Bizkaiko erabiltzaileak dituzten komunitateak dira, eta hedabideek Euskal Herriko lurraldeekin duten lotura berezia erakusten dute. Kluster horiek hala moduz kohesiboak dira, eta ez dute sarearen batezbestekoaren oso azpitik ez oso goitik nabarmentzeko joera.
4. Zazpi sareetatik bostetan ere (alegia, denetan, @NAIZirratia eta @zuzeu izan ezik), klusterrak ditugu, musika-taldeek edo euskarazko kulturarekin lotutako erakundeek lideratuta. Normalean, kluster horiek ez dira sarearen batezbestekoa bezain kohesiboak, gutxi gorabehera lausoa den kontzeptu baten inguruan biratzeagatik, eta interes askoz gehiago dituzten erabiltzaile askoren bigarren edo hirugarren mailako interesa izan daiteke, klusterretako gainerako kideak bereziki jarraitzen ez dituztenak.
5. @argia, @berria, @NAIZirratia eta @zuzeu sareetan talde politikoen inguruko komunitate bat edo bi nabarmentzen dira: Ezker Abertzalea eta Mugimendu Sozialista, batez ere. Batzuetan, EAJko edo Eusko Jaurlaritzako kideak ere nabarmentzen dira

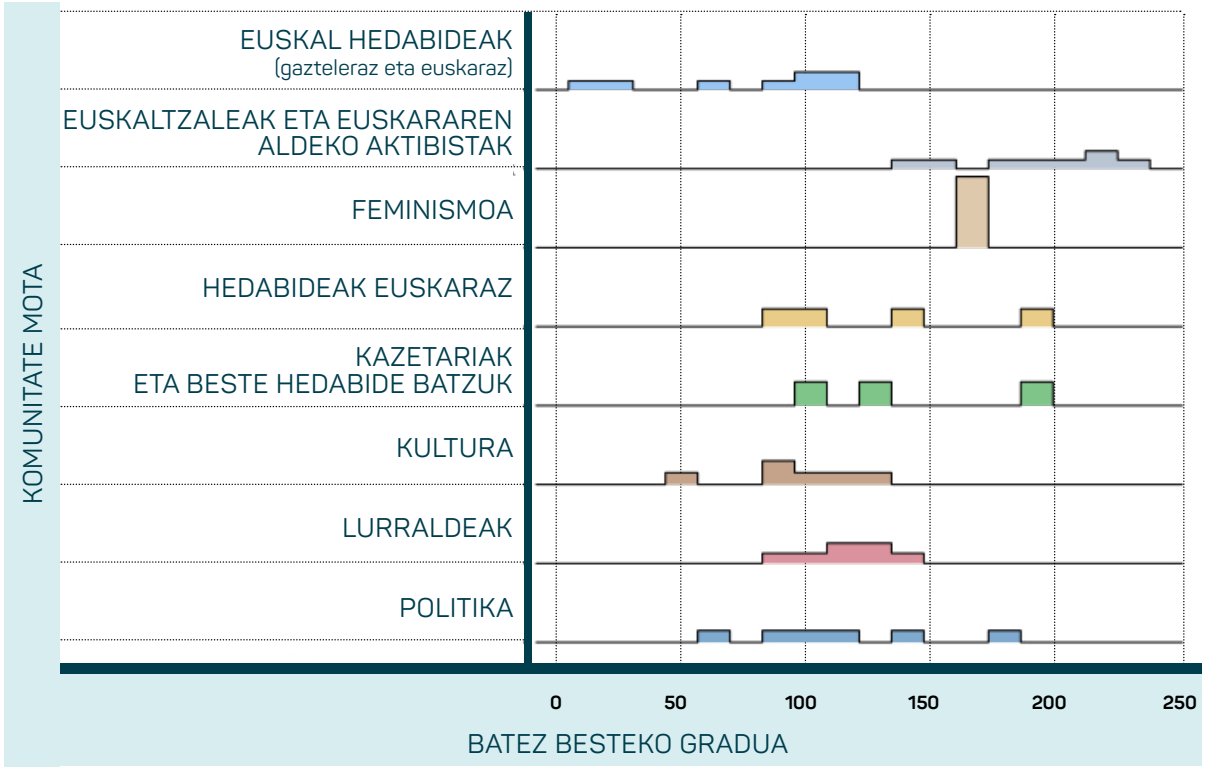
komunitate horietan, baina, oro har, kanpoko liderrak izaten dira, komunitateetako kideek asko jarraitzen baitituzte, baina ez dira komunitate horien parte. Komunitate horiek kohesio-maila desberdinak dituzte, baina muturreko balioetatik ihes egiten dute.

6. @argia, @berria eta @fm983irratia-ren sareetan, euskarazko beste hedabideentzako komunitate espezifikoak nabarmentzen dira. Komunitate-mota bat da, batzuetan komunitate euskaltzale eta aktibistarekin gainjarri edo nahastu daitekeena (adibidez, @fm983irratia-ren kasuan, azkenean fusionatu egiten dira), baina sareen batezbestekotik hurbilago dagoen kohesio maila adierazten duena. Beraz, gutxiengo kohesiboaren eta hainbat kontutan interesa duten jarraitzaileen magma generikoaren arteko erdibidean dauden audientziak dira.

7. Halaber, zazpi komunitatetik hirutan (hau da, @argia, @Hamaika eta @NAIZirratia), hedabide batean baino gehiagotan argitaratzen duten kazetariek lideratutako komunitateak daude, baita estatu-orientazioko hedabideetan ere, hala nola *Público* edo *El Salto*. Komunitate horiek sarearen batezbestekoaren antzeko kohesio-mailak dituzte.

8. Azkenik, komunitate baten barruko eta kanpoko liderrak mugimendu feministan inplikatuta daude nagusiki. Komunitateak antzekotasunak ditu komunitate politikoekin, baita kohesioari dagokionez ere, eta sareko kohesionatuenen artean dago.

3. Irudia: **Batez besteko graduaren banaketa komunitate-motaren arabera**



Iturburua: Geuk Gephi-rekin egina

3. Eztabaida

Gure azterlanean, zazpi jarraipen-sare aztertu ditugu euskarazko komunikabideen Twitterreko kontu baten jarraitzaileen artean. Lehenengo aurkikuntzetako bat da nodoen % 50,5 bakarrik daudela sare bakar batean, eta horrek esan nahi du gainerako %49,5 zazpi sareetatik bitan edo gehiagotan daudela. Oso kopuru handia da, eta, ondorioz, sare horien artean audientzia komuna dagoela ondoriozta dezakegu, eta, beraz, arrazoizkoa da antzekotasun nabarmenak espero izatea komunikabide bakoitzaren egitura komunitario adierazgarrian.

Sareen egiturazko metrikak analizatzeko, artikuluan aurkezten ditugun metriken arteko korrelazio-matrize bat erabiliko dugu. Atera dugun ondorioetako bat da sarearen tamaina, nodo-kopuruan neurtuta, modu negatiboan erlazionatzen dela sareen dentsitatearekin eta batez besteko graduarekin. Horrek esan nahi du sare handiagoek txikienek baino kohesio-maila txikiagoa dutela. Ez da aurkikuntza harrigarria, oro har Grafoen Teoriarekin eta Mundu Errealeko Sareekin lerrokatuta baitago (Anderson, Butts eta Carley, 1999), baina bada aurkikuntza garrantzitsua, aurrerago berriro ekingo diogun zerbaiten oinarriak finkatzeko aukera ematen baitigu: gutxiengo kohesibo eta aktiboen garrantzia euskarazko hedabideen audientzietan.

Sareen tamaina eta kohesioa aztertzeaz gain, kohesio-metrikak ere ikertu ditugu, hala nola taldekatze-koefizientearen batezbestekoa eta ahul konektatutako osagaien kopurua. Emaitzen arabera, taldekatze-koefizientearen batezbestekoa ia konstante mantentzen da zazpi sareetan, eta horrek indartu egiten du sare guztiek audientzia komuna partekatzen dutela eta egitura-mailan antzera jokatzen dutela dioen ideia.

Asortatibitatearen eta gradu-zentralizazioaren metriketan lortutako emaitzek lehen begiratuan elkarren artean kontraesankorrak diruditen emaitzak sortu dituzte, baina zehaztasunez deskribatzen dute eszenatoki konplexu bat, azalpena merezi duena. Asortatibitate-metrikaren emaitzek joera apur bat disortatiboa erakutsi zuten analizatutako zazpi sareetan, baina ez sareko nodoek berea ez den mailako nodoekin nagusiki erlazionatzeko joera dutela baieztatzeko bezain indartsua. Nodoen maila ez da faktore erabakigarria sarearen jokabide erlazionalean, baina ez litzateke zuzena izango inolako eraginik ez duela esatea. Bestela esanda, horrek iradokitzen du ez dagoela elite zentralik, ezta muturreko hierarkizaziorik ere sareetan. Hala ere, sarrera-graduaren zentralizazio-zifrak nahiko altuak dira, 0,8a gainditzen baitute zenbait kasutan, eta horrek iradokitzen du sareko lidergoak garrantzitsuak direla eta zeregin garrantzitsua betetzen dutela, sarea bateratzen duen "itsasgarri" papera jokatzen baitu. Bi emaitza horiek, gradu-asortatibitatearen metrikakoak eta sarrera-graduaren zentralizazio-metrikakoak, antza denez, elkar baliogabetzen dira; hobeto ulertzeko, ezinbestekoa da irteera-graduaren zentralizazioa aztertzea.

Gradu-disortatibitaterako joera ez bada oso handia, irteera-graduaren zentralizazioa sareetan txikia delako gertatzen da hori, 0,17ko gehieneko balioarekin Zuzeu-ren kasuan. Irteera-graduaren zentralizazio-zifra txikia bada ere sare guztietan, handiagoa da nodo gutxiago dituzten sareetan. Metrikak, gainera, kohesio-metrikekin korrelazio positiboa du, hala nola dentsitatearekin edo batez besteko graduarekin. Metrika horren emaitzek erabiltzaile-bolumen bera jarraitzeko joera orokorra iradokitzen dute, baina baita beste batzuekiko jarraipenean bereziki aktiboak diren erabiltzaile-taldeak egotea ere, eta hori komunitatearekiko konpromisorako eta kohesiorako eta hazkunderako gogo bizia bezala interpreta daiteke. Horra hor, berriz ere, gutxiengo kohesibo eta aktiboen garrantzia euskarazko hedabideentzat, kasu honetan, txikienentzat.

Aztertutako zazpi sareetan lortutako modularitate-zifrak, oro har, txikiak dira. Garrantzitsua da kontuan hartzea, SSAren testuinguruan, egitura komunitario bat termino matematikoetan esanguratsua ez izateak ez duela esan nahi fenomenologikoki esanguratsua ez denik. Kasu honetan, komunitateek lotura ugari partekatzen dituzte elkarrekin, eta hori bat dator analisian aztertutako gainerako adierazleekin, kohesio handia eta erabiltzaileen arteko antzekotasun handia erakutsi baitute.

Identifikatutako komunitateen kopuruari dagokionez, emaitzek erakusten dute, oro har, erabilgarriak direla, Berriaren sarea izan ezik; izan ere, sare horrek azpi-komunitate desberdin ugari ditu. Gainera, emaitzek adierazten dute komunitate-kopuruak korrelazio positiboa duela nodo-kopuruarekin eta osagai ahulen kopuruarekin, eta negatiboa batez besteko graduarekin eta sarreraeta irteera--graduaren zentralizazioarekin. Horrek iradokitzen du komunitateak ugariagoak direla sare handiagoetan, osagai ahul gehiagorekin eta lidergo ahulagoekin.

Komunitate-motari dagokionez, egindako analisi kualitatiboaren ondoren, 8 komunitate-mota identifikatu ditugu klusterretan banatuta. Komunitate horien buru honako hauek dira: euskaraz nahitaez ez dauden euskal hedabideak, bertsolariak, euskarazko kazetariak, blogariak eta hizkuntza-ekintzaileak, lurralde bereko erabiltzaileak, euskarazko kulturaren munduarekin lotutako musika-taldeak eta erakundeak, talde politikoak, euskarazko beste hedabide batzuk eta hedabide batean baino gehiagotan argitaratzen duten kazetariak, estatu-orientazioko hedabideak eta mugimendu feminista barne. Komunitate horien kohesioa aldatu egiten da, eta batzuk beste batzuk baino kohesiboagoak dira. Topatutako komunitaterik kohesiboenak euskaltzaleek eta euskararen aldeko ekintzaileek lideratzen dituztenak dira. Komunitate horiek sareen batezbestekoaren gainetik dauden kohesio-mailak dituzte, eta horrek iradokitzen du komunitate horietako kideek interes eta ezaugarri oso antzekoak dituztela eta elkarrekin oso inplikatuta daudela. Bestalde, aurkituriko kohesio maila txikiena erakusten duten komunitateak euskal komunikabideek lideratutakoak dira, baina ez nahitaez euskaldunak. Komunitate horiek sarearen batezbestekoa baino kohesioaren batez besteko-gradu txikiagoa dute, eta horrek adierazten du komunitate horietako erabiltzaileek askotariko interesak eta helburuak dituztela eta ez daudela elkarrekin oso inplikatuta.

4. Ondorioak

Ikerketa honen bidez, ikus-entzule digitalen neurketan jarraitzaileen arteko harremanak kontuan hartzearen garrantzia eta potentziala erakutsi nahi izan dugu, eta, bereziki, komunikabideentzat hain garrantzitsua den Twitterreko sarean. Euskarazko komunikabideen Twitterreko kontu baten jarraitzaileen artean jarraipen-sareak analizatzeak sare horien artean audientzia komuna dagoela ondorioztatzea ahalbidetu digu, eta, beraz, komunikabide bakoitzaren komunitate-egitura adierazgarrian antzekotasun nabarmenak espero izatea zentzuzkoa da.

Gure azterlanean lortutako emaitzek euskarazko hedabideentzat audientzia bakarra dagoela iradokitzen dute. Hori sare batean baino gehiagotan agertzen diren nodoen proportzio altuan islatzen da (%49,5), eta horrek adierazten du hedabide horien artean audientzia komuna dagoela. Gainera, komunikabide bakoitzaren egitura komunitarioan dauden antzekotasun nabarmenek, egiturazko metriken bidez neurtuak, ideia hori indartzen dute. Audientzia hau ezagutzeak eta audientzien neurketan jarraitzaileen arteko harremanak kontuan hartzeak duen garrantzia nabaria da, gutxiengo kohesibo eta aktiboek audientzia honetan berebiziko garrantzia dutela uste baita. Garrantzitsua da gutxiengo horietan arreta jartzea arrakastaz zabaltzea lortzen duten edukiak lantzeko, eta, aldi berean, sarearen periferian kohesioa areagotzeko lan egin. Horrek aukera eman liezaieke euskarazko hedabideei haien eragina maximizatzeko estrategiak lantzeko eta gero eta audientzia zabalagoa eta konprometituagoa lortzeko.

Gure ustez, komunitate-analisia bereziki garrantzitsua izan liteke edukien analisiarekin konbinatzean; izan ere, horrek aukera emango luke ikusteko zer den gehien hitz egiten dena kluster bakoitzean, zer edukik duten arrakastarik handiena, edo nola hartzen diren formatu berriak. Horrela, audientziaren lehentasunak eta beharrak hobeto ulertu ahal izango lirateke, edukiak eta estrategiak egokituz, hedapen eta eraginkortasun handiagoa lortzeko. Gainera, edukien analisiak komunitate bakoitzeko joerak eta gai garrantzitsuak identifikatzen ere lagun dezake, eta horrek aukera eman liezaieke komunikabideei ikus-entzuleen beharrak asetzen dituzten edukiak sortzeko (hots, bai konprometituenak eta kohesiboenak, bai periferikoenak) eta haien *engagement*-a, bistaratzeak eta irakurketak areagotzen dituztenak.

Azkenik, adierazi nahi genuke azterlanaren mugetako asko (esaterako, ikuspegi Twitter-zentrista edo fenomeno dinamiko baten tratamendu estatikoa) datu-iturri gehiago gehituz eta informazioa denbora errealean atzitzeko eta prozesatzeko sistema baten bidez konpon daitezkeela. Gure ustez, egindako analisiak potentzial erreplikagarri handia du, eta denboran ziur gertatuko diren aldaketak behatzeko aukera eman dezake. Alde horretatik, oso interesgarria litzateke gai interesgarriak etengabe monitorizatu ahal izatea, denboraren joanak eta hedabideen eraba-

kiek egitura komunitarioan eragindako aldaketak aztertuz. Horrela, euskarazko hedabideen audientziaren ikuspegi osatuagoa lor genezake, eta bertara jotzeko moduari buruzko erabaki informatuak hartu, hedabide beretako edukien hedapena areagotzeko.

Erreferentziak

Bastian M., Heymann S. eta Jacomy M. (2009). ***"Gephi: an open source software for exploring and manipulating networks."*** International AAAI Conference on Weblogs and Social Media.

Castells, M. (2000). ***La era de la información.*** La sociedad red. Madrid: Alianza.

Hagberg, A., Swart, P. eta S Chult, D. (2008). ***Exploring network structure, dynamics, and function using NetworkX.***

McKinney, W (2010). ***"Data structures for statistical computing in python."*** In Proceedings of the 9th Python in Science Conference (Vol. 445, pp. 51–56).

Morales i Gras, J. eta Perez de Arriluzea Madariaga, A. (2022). ***Euskal Esfera Publiko Digitalaren kartografía. Ikerketa estrukturala eta influentzia soziala duten sare sozialetako (des)informazioaren hedapenari buruzko.*** Gasteiz: Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia.

Newman, M. E. (2004). ***"Fast algorithm for detecting community structure in networks."*** Physical review E, 69(6), 066133.

R Core Team (2021). ***R: A Language and environment for statistical computing. (Version 4.0)*** [Computer software]. Retrieved from ***https://cran.r-project.org. (R packages retrieved from MRAN snapshot 2021-04-01).***

The jamovi project (2021). ***jamovi. (Version 2.2)*** [Computer Software]. Retrieved from ***https://www.jamovi.org.***

Van Rossum, G. eta Drake, F. L. (2009). ***Python 3 Reference Manual.*** Scotts Valley: CreateSpace.

Waskom, M. L. (2021). ***"Seaborn: statistical data visualization."*** Journal of Open Source Software, 6(60), 3021.

12. Hekimen elkarteko webguneak 2022. urtean eta azken 10 urteetan

Josu Azpillaga Labaka
CodeSyntax enpresako teknikaria
Libe Mimenza Castillo
Behategiko koordinatzailea; NOR Ikerketa Taldea, UPV/EHU

Aurreko Urtekarietarako egindako azterketen ildotik, aurten ere Hekimen elkarteko webguneen analitikak aztertu ditugu. 2022. urtean 37 milioi bisita jaso zituzten, aurreko urtean baino % 3,3 gehiago. Datuok hedabide motaren arabera banatu eta beste webgune batzuekin alderatu ditugu, euskarazko hedabideek izan duten bilakaera testuinguruan jartzeko. Azken urteko datuekin, gainera, hamarkada oso bateko datuak bildu dira Hekimen Analytics tresnan, eta horrek ematen du begirada luzeago eta irakurketa pausatuago bat egiteko aitzakia. Horretan saiatu gara.

1. Sarrera

Euskarazko hedabide digitalek sarean izan zuten portaera aztertzeko ariketa egingo dugu lan honetan, 2022. urteko datuak xehe aztertuz.

Datu orokor bat, hasteko: 2022. urtean 37 milioi bisita eman dira Hekimen elkarteko euskarazko hedabide digitaletan, aurreko urtetik % 3,3 igota.

Kontuan izan behar da 2020. urtean pandemiak erabat aldatu zuela kontsumo digitala eta ikuskizun izan dela orain arte zer joera izango zuen hedabide digitalen kontsumoak ondorengo urteetan, ea zenbateraino izango ziren gai webguneak pandemiaren gogorrenean irabazitako erabiltzaile eta saioei eusteko. Hori lortu nahian aritu dira hedabide guztiak eta Hekimen elkartekoek asmatu dute berriro goranzko bidea egiten eta urratsak aurrera ematen.

Aurreko urteetako lanetan egin bezala, Hekimen Analytics (HA)[1] tresnaren datuetan oinarritu gara honetarako, bertan jasotzen baitira elkarteko 51 webguneren metrikak.

Hauek dira azterketa honen barruan kontuan hartu diren webguneak:

- **Orokorrak:** *Argia*[2]**,** *Berria***,** *Hamaika TB***,** *Sustatu* eta *Zuzeu***.**
- **Tematikoak:** *Aizu, Badok, Bertsolari, Dantzan, Elhuyar aldizkaria, Gaztezulo, Hik Hasi, Irrien Lagunak, Jakin, Uztaro, Zientzia.eus* eta *Zinea.eus***.**

1 Hekimen Analytics Hekimen Euskal Hedabideen Elkartearen proiektua da, besteak beste elkarteko webguneen analitika batzuk jaso eta bi helbururekin lan egiteko sortua: elkartearen baitako bilakaera aztertzea eta webgune desberdinen aldagaiak konparatuz tresnak hobetzeko baliatzea. 2015. urtean jarri zen martxan tresna, baina hedabide batzuen kasuan 2012tik aurrera biltzen dira datuak.

2 Argiaren datuak Matomo tresnak eskainiak dira. Gainerako hedabide guztienak Google Analyticsenak.

- **Tokikoak:** *Aiaraldea, Aikor, Aiurri, Alea, Anboto, Ataria, Baleike, Barren, Busturialdeko Hitza, Erran, Eta kitto!, Euskal Irratiak, Euskalerria Irratia, Goiena, Goierriko Hitza, Guaixe, Gure Irratia, Hiruka, Ipar Euskal Herriko Hitza, Irutxuloko Hitza, Karkara, Kanaldude, Lea-Artibaiko Hitza, Maxixatzen, Noaua, Oarso-Bidasoko Hitza, Otamotz, Plaentxia.eus, Txintxarri, Uriola, Urola-Kostako Hitza, Urumeako Kronika, Uztarria* eta *Zarauzko Hitza*.

Bestalde, datuak biltzen hasi ginenetik 10 urte pasa direla probestuz, hamarkada oso bateko bilakaera aztertzeko ahalegina ere egin dugu. Asko aldatu da panorama digitala hamar urteotan eta aldaketa horiei erantzuteko ahalegin handia egin da hedabide desberdinetatik. Emaitzei begirada bat ematen saiatu gara.

Datu bat, honekin ere hasteko: hamarkada osoa kontuan hartuz gero, hirukoiztu egin da trafikoa.

2. Bisitak edo saioak

Sarreran aipatu dugu, Hekimen elkarteko webguneetan ia 37 milioi bisita edo saio[3] izan direla 2022. urtean. 36.976.625, zehatz esateko. Batez beste, eguneko 101 mila bisita.

Hona taula eta grafiko batean datu horien azken hamarkadako eboluzioa:

1. Taula: **Saioak urterik urte Hekimeneko webguneetan. Saioak milakotan.**

HEKIMEN	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
SAIOAK	12.673	14.348	18.560	20.577	23.750	24.121	28.553	40.805	35.798	36.976
SAIOAK /EUNEKO	34,7	39,3	50,9	56,4	65,1	66,1	78,2	111,8	98,1	101,3
(ALDERAKETA)		% 13,2	% 29,4	% 10,9	% 15,4	% 1,6	% 18,4	% 42,9	% -12,3	% 3,3

Iturria: Hekimen Analytics.

Goiko taulan ikusten den bezala, igoera eman da 2022. urteko saio kopuruan: 1,2 milioi bisita gehiago izan baitira aurreko urtean baino, % 3,3.

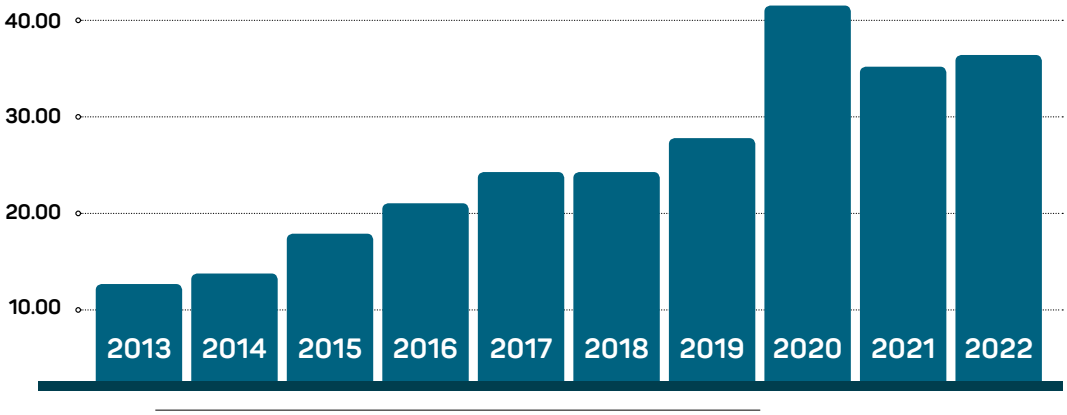
Igoera horrek, ordea, ez du konpentsatzen aurreko urtean izandako jaitsiera handia, pandemia osteko urtean % 12 pasatxoko jaitsiera eman baitzen trafikoan, iazko lanean nabarmendu genuen bezala. Berezia izan zen 2020. urtea hedabide

3 Bisita edo saio moduan definitzen dugu erabiltzaile batek webgune batean sartu eta irten arte egiten duen ekintza multzoa. Erabiltzaile jakin batek hainbat saio egin ditzake egunean zehar webgune batean; saio bakoitzak X segundoko iraupena izanda eta Y orri bisitatuta horietako bakoitzean. Lan honetan *saio* edo *bisita* hitzak erabiliko ditugu, biak zentzu berdinarekin.

digitalen kontsumoari dagokionean ere, eta orduko ia 41 milioi bisitetara ez da oraindik iritsi Hekimen hedabide multzoa.

Nabarmentzekoa da, halere, goranzko joerari eutsi zaiola berriro. Iazko urtea izan da, honenbestez, 10 urteko seriean jaitsiera eman den salbuespenezko urte bakarra.

1. Irudia: **Saioak urterik urte Hekimeneko webguneetan.**



Iturria: Hekimen Analytics.

Iazko urteari eta pandemia osteko bi urteei begiratu beharrean begirada hamarkada osora zabalduz gero, bestelako irakurketa bat egitea tokatzen da.

Trafikoa hirukoiztu egin da 10 urtean (konkretuki, % 292 hazi da). 10 urtetako serie osoan, aipatutako 2021. urteko salbuespena kenduta urte guztietan eman da trafiko igoera, urte batzuetan besteetan baino txikixeagoa izan bada ere. Goranzko joerari eutsi dio ia-ia urte guztietan.

Halere, goranzko joera hori apur bat apalagoa da azkenaldian. Hasierako igoeraren intentsitatea pixka bat moteldu dela dirudi, grafikoko joera lerroan bertan ere ikusi daitekeenez. Pandemia aurreko seriea kontuan hartzen bada, zazpi urte horietan % 14,5eko igoera eman zen batez beste; azken hiru urteotan, aldiz, % 9ko igoera eman da.

Hekimen elkarteko hedabide guztien datu agregatua aipatzen ari gara orain artean, euskarazko webgune bakar bat osatuko bailuten. Baina ez da hala, eta desberdintasun handiak ere badaude hedabide batzuen eta besteen artean.

Interesgarria da multzo nagusiei begirada ematea ere. Gogoratu, Hekimeneko 51 hedabideak hiru motatan banatzen direla: orokorrak (5 hedabide), tokikoak (34) eta tematikoak (12).

Honatx saio kopuruaren taula desagregatua:

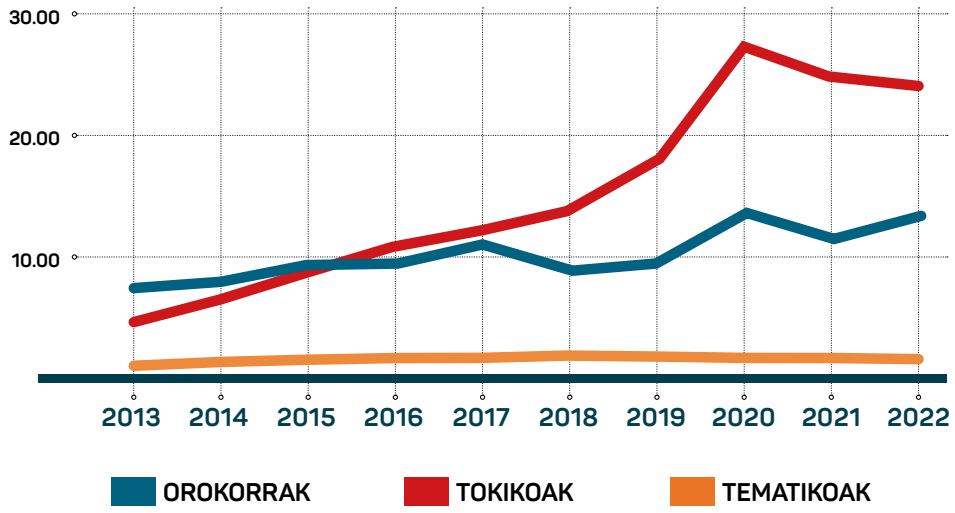
2. Taula: **Hekimeneko hedabide moten saioak urteka. Saioak milakotan.**

HEKIMEN	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
OROKORRAK	7.513	8.091	9.166	9.352	10.736	8.934	9.338	13.688	10.864	12.666
Tokikoak	4.699	5.670	8.709	10.433	12.158	14.141	18.127	26.013	23.842	23.218
TEMATIKOAK	460	587	684	792	855	1.045	1.087	1.103	1.091	1.092
GUZTIRA	12.673	14.348	18.560	20.577	23.750	24.121	28.553	40.805	35.798	36.976

Iturria: Hekimen Analytics.

Aurreko urteko joerari itzuli eginda, hedabide orokorrak igo egin dira saio kopuruan, ia bi milioi irabazi eta % 16,6ko igoera izanda. Tokiko hedabideek, berriz, jaitsiera izan dute, % 2,5ekoa. Eta tematikoek eutsi egin diote iazko saio kopuruari.

2. Irudia: **Saio kopuruaren bilakaera, hedabide motaren arabera. Saioak milakotan.**



Iturria: Hekimen Analytics.

Goiko taulan ikusten den bezala, multzoko ia 37 milioi saioetatik 23,2 eman dira tokiko hedabideetan, % 62,8. Hedabide orokorrak 12,6 milioi inguru jaso dituzte, bisita guztien % 32,3 inguru. Tematikoek jarraitzen dute azken bost urteetako milioi inguru saiorekin eta multzoko %3 ingururekin.

Hamarkada honetako bilakaeran nabarmendu beharreko puntu bat horixe da, hain zuzen ere, multzoen arteko pisua irauli dela bisitei dagokienean. Labur labur esanda, duela hamar urte orokorrek biltzen zuten hedabide multzoko trafikoaren % 60, tokikoek % 37 eta tematikoek % 3; egun, berriz, tokikoek biltzen dute % 63, orokorrek % 34 eta tematikoek % 3.

3. Taula: **Hekimeneko hedabide moten saioen pisu erlatiboa.**

HEDABIDE MOTA	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
OROKORRAK	% 59,3	% 56,4	% 49,4	% 45,4	% 45,2	% 37,0	% 32,7	% 33,5	% 30,3	% 34,3
TOKIKOAK	% 37,1	% 39,5	% 46,9	% 50,7	% 51,2	% 58,6	% 63,5	% 63,8	% 66,6	% 62,8
TEMATIKOAK	% 3,6	% 4,1	% 3,7	% 3,9	% 3,6	% 4,3	% 3,8	% 2,7	% 3,0	% 3,0

Iturria: Hekimen Analytics.

Trafikoa hazi egin da, beraz, 10 urte hauetan. Hirukoiztu ia-ia, lehen aipatu dugun bezala % 292 hazi baita. Eta, batez ere, tokiko hedabideak izan dira igoera hori hartu dutenak, euren trafikoa % 494 igota; orokorrak % 169 irabazi dute eta tematikoak % 237, gutxi gorabehera multzoaren proportzioan.

Baina, jakina, 10 urteotan hedabideen mapa ere asko aldatu da. Multzoan 51 webgune neurtzen ari bagara ere, denak ez zeuden martxan duela 10 urte eta horrek ere ekarri du trafikoa irabaztea. Aukera zabaldu da euskarazko webguneetan ere. Horrek ekarri al du trafikoaren hazkundea? Aztertu dezagun puntu hau apur bat xeheago.

HA martxan jarri genuenean, 31 webguneko multzoarekin abiatu genuen. Geroztik beste 20 *marka* berri gehitu dira multzora[4]. 31 eta 20 hauek, 2013rako martxan zeudenak eta geroago sartu direnak, multzo banatan aztertuko ditugu bisiten banaketa zehatzago ikusteko.

Honatx banaketa, taula eta grafiko banatan:

4. taula: **Saioak 2013. urtea baino lehen martxan zeuden hedabideen eta hedabide berriagoen artean banatuta. Saioak milakotan.**

HEKIMEN	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
2013TIK DATUAK	12.673	13.470	16.167	17.114	19.724	19.203	22.370	31.787	27.488	28.597
GEROKOAK	0	878	2.392	3.464	4.027	4.918	6.184	9.018	8.310	8.378
GUZTIRA	12.673	14.348	18.559	20.578	23.751	24.121	28.554	40.805	35.798	36.975

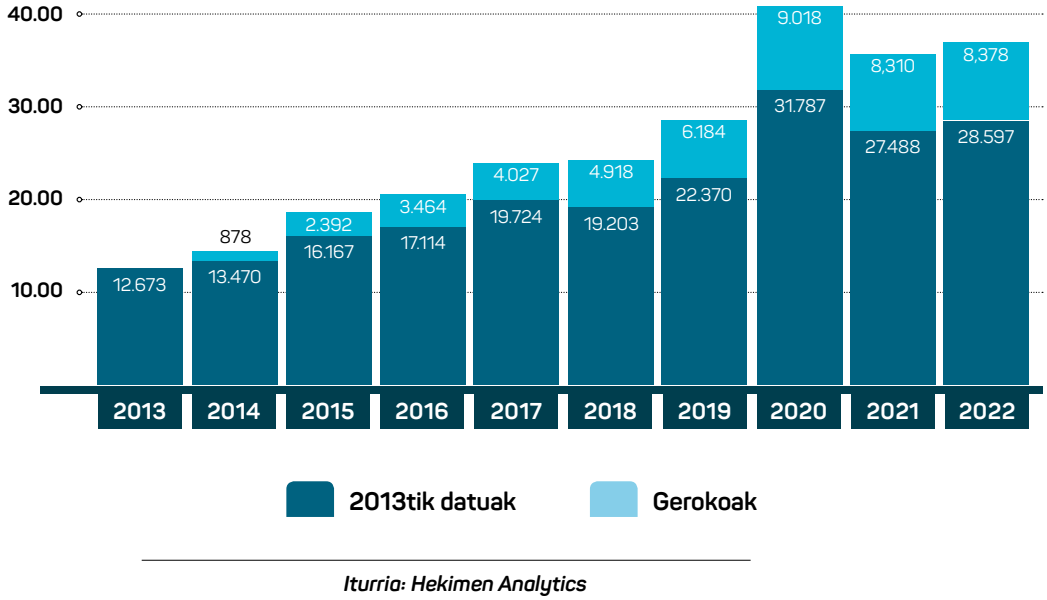
Iturria: Hekimen Analytics

Alegia, irabazi diren 24,3 milioi horietatik 8,4 milioi izan dira marka berriek bildu dituzten saioak; gainerako 15,9 izan dira lehengo hedabideek irabazitakoak. Irabazitako guztiaren % 65,5 hedabide zaharrek irabazi dute; % 34,5 inguru marka berriek.

4 Hedabide berri esan dugu, HA tresnari dagokionean hala direlako. Baina 20 horietatik batzuk martxan zeuden 2013. urterako ere, nahiz eta analitika digitalik ez izan eta HA tresnara ondoren gehitu. Lan honi dagokionez, hedabide berritzat hartuko dira.

Beste era batera ere esan genezake: Hekimen multzo osoko trafikoa % 292 hazi bada, hedabide zaharrak hazi dira gutxixeago, %226. Gainerakoa, marka berriek irabazitakoa izan da.

3. Irudia: **Saioak urterik urte Hekimeneko webguneetan, hasieratik martxan dauden hedabideen eta gerora gehitutakoen artean.**



Iturria: Hekimen Analytics

Beste ñabardura bat ere egin behar da hemen, gainera. Hedabide berri gehienak tokikoak dira, konkretuki 16. Beste lau hedabide dira tematikoak eta orokorrik ez da gehitu multzora 10 urteotan. Eta tematikoak txikiak izaki, irabazi den trafiko berriaren zati handiena tokiko hedabideetan irabazi da.

Konkretuki, tokiko hedabideek 18,6 milioi bisita irabazi dituzte 10 urteotan; 8,2 milioi marka berriei esker eta beste 10,3, duela 10 urtetik lanean ari diren webguneei esker. Edo goiko alderaketarekin jarraituz, hasieratik martxan dauden tokiko hedabideak % 321 hazi dute euren trafikoa azkeneko hamarkada honetan, nahiz eta tokikoen multzo osoak % 494 igo saio kopurua.

3. Alderaketa txiki bat

Aurreko urteetako lanetan egin bezala, aurten ere darabilgun bisita kopuruen datua inguruko beste hedabide batzuekin alderatzeko ariketa egingo dugu, trafiko datuak onak edo txarrak izan diren esateko laguntza eman baitezake. Horretarako, OJD Interactivak *(Oficina de Justificación de la Difusión)* ikuskatutako zenbait hedabidek sarean argitaratzen dituzten datuak hartuko ditugu kontuan, hark ematen dituen datuak eta HA tresnak ematen dituenak alderagarriak baitira[5].

5 OJD berak ere halaxe aipatzen du goian aipatutako hedabideen neurketako laburpen txostenetan, Googleren Google Analytics tresnarekin jasotako datuak direla.

Alderaketa hauek guztiak tentuz hartzea komeni da. Askoz hedabide gehiagoren datuak jakin eta kontrastatzea izango litzateke desiragarria. Hedabide gehienek ez dituzte euren datuak modu irekian eskaintzen, ordea, eta bakoitza bere irakurketa egitera mugatzen da. Bihoa oharra ezertan hasi aurretik.

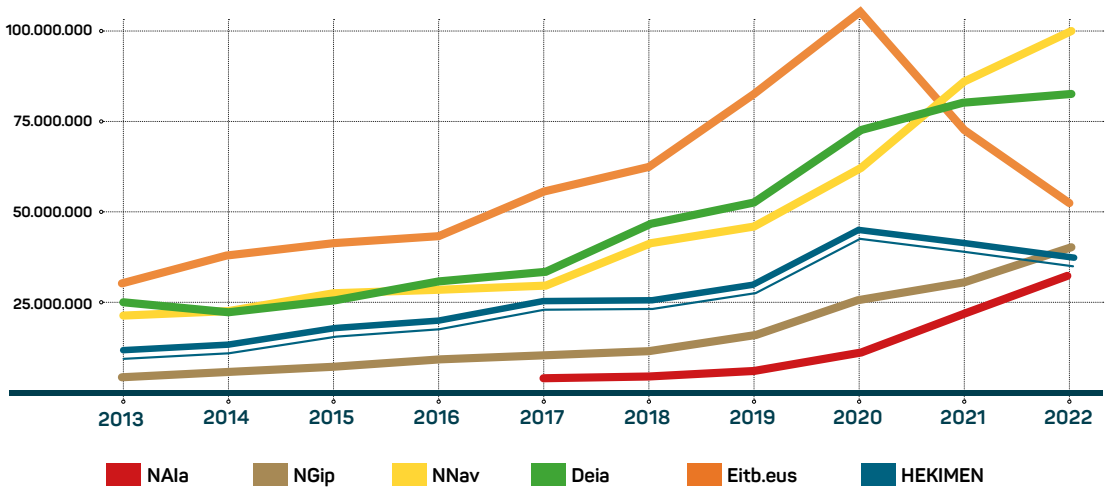
Luza dezagun aurrena begirada Hego Euskal Herriko beste zenbait hedabidetara: Eitb.eus, Deia, Noticias de Gipuzkoa, Noticias de Alava eta Noticias de Navarra hedabideen datuak ditugu eskura. Azkeneko sei urtetako datuak aztertuko ditugu[6].

5. Taula: **Hekimen eta OJDko zenbait hedabideren saioen alderaketa taula. Saioak milakotan.**

SAIOAK	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
NALA					4.481	4.471	5.436	8.788	18.787	31.972
NGIP	3.872	4.963	5.872	7.671	8.691	9.526	13.778	24.020	31.945	39.782
NNAV	21.927	22.967	27.109	28.186	28.693	39.500	45.007	60.329	86.272	99.422
DEIA	23.418	22.729	24.888	31.704	33.976	45.334	54.617	71.939	80.138	81.681
EITB.EUS	28.001	34.319	37.847	39.723	53.922	63.268	83.622	105.859	72.555	52.419
HEKIMEN	**12.673**	**14.348**	**18.560**	**20.577**	**23.750**	**24.121**	**28.553**	**40.805**	**35.798**	**36.976**
GUZTIRA	89.891	99.326	114.276	127.861	153.513	186.220	231.013	311.740	325.495	342.252
HEKI (%)	% 14,10	% 14,45	% 16,24	% 16,09	% 15,47	% 12,95	% 12,36	% 13,09	% 11,00	% 10,80

Iturria: Hekimen Analytics eta OJDinteractiva.es

4. Irudia: **Hekimen eta OJDko zenbait hedabideren saioen alderaketa.**



Iturria: Hekimen Analytics eta OJDinteractiva.es

6 OJDk bost urtetako datuak erakusten ditu webgunean eta haiei aurrez bildutako batzuk gehitu dizkiegu. Denen kasuan ez dago, baina, datu serie osorik.

Taula eta grafikoan ikusten denez, ez da Hekimen izan azkeneko 10 urte hauetan hazi den hedabide bakarra. Denek izan dute joera berdina eta gehienak, gainera, proportzio handiagoan. Hekimen multzoaren bisita kopurua hirukoiztu bada, 10, 7 eta 4 aldiz handitu dute saio kopurua Noticias taldeko hedabide desberdinek, eta Hekimen beraren pare EITBk ere.

Multzoaren analisia eginda ikus liteke hori. Auditatutako multzo osoaren baitan, Hekimen pisua galtzen joan da azken bost urteetan, hasieran zuen % 14-16 hartatik orain duen % 10-11ra igarota. Alegia, hazi da Hekimeneko hedabideen saio kopurua baina, kasu honetan, aztertutako hedabideak gehixeago hazi dira.

Ariketa berdina egin genezake beste hedabide batzuekin ere. Atal honetan, Kataluniako zenbait hedabide digital hartuko ditugu, katalanez ari direnak[7]: ElNacional.cat, ara.cat, rac1.cat eta diaridegirona.cat.

6. Taula: **Hekimen eta OJDko zenbait hedabideren saioen alderaketa taula. Saioak milakotan.**

SAIOAK	2.017	2.018	2.019	2020	2021	2022
ARA.CAT	93.607	82.182	72.613	80.808	62.429	59.424
DIARIDEGIRONA.CAT	20.071	19.984	29.807	41.222	40.549	49.951
ELNACIONAL.CAT	73.227	124.758	163.083	175.678	194.883	208.797
RAC1.CAT	53.197	36.053	42.031	59.155	58.781	53.436
HEKIMEN	23.751	24.122	28.554	40.806	35.798	36.976
GUZTIRA	263.853	287.098	336.088	397.670	392.440	408.584
HEKIMEN (%)	% 9,00	% 8,40	% 8,50	% 10,26	% 9,12	% 9,05

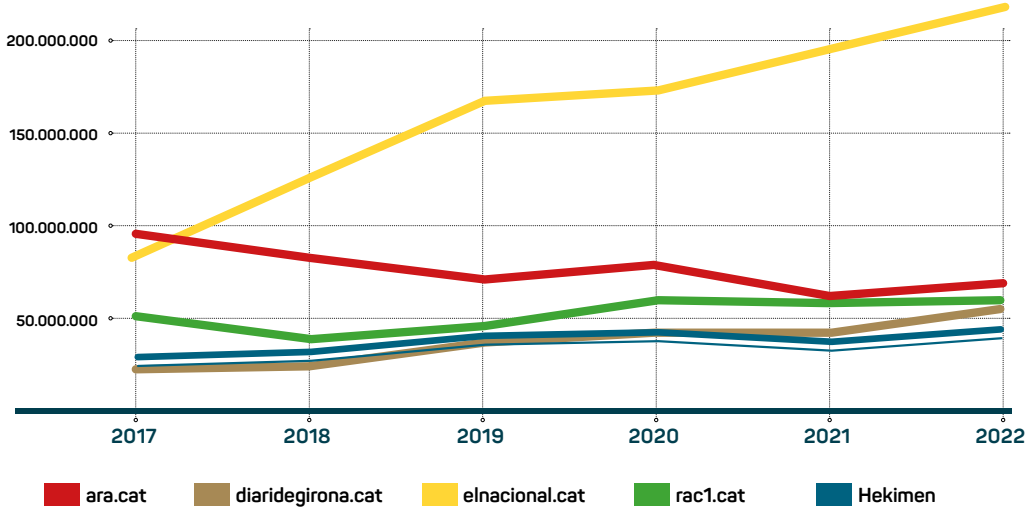
Iturria: Hekimen Analytics eta OJDinteractiva.es

Taulako Kataluniako hedabideei dagokionez, azken urtean jaitsi egin dute euren saio kopurua Ara.cat eta Rac1.cat hedabideek; aldiz, igo egin dute apur bat trafikoa Diaridegirona.cat-ek eta handienak, Elnacional.cat-ek.

7 Zerrenda honetako eta "Notícies globals i actualitat" kategoriako lau hedabide handienak hartu dira ariketa hau egiteko: *https://www.ojdinteractiva.es/mitjans-digitals-en-catala*

Aurreko urteetan *VilaWeb* ere aipatu izan da, baina honek utzi egin zion OJDko ikuskaritzari eta, ondorioz, ez dago 2019tik aurrerako daturik.

5. Irudia: **Hekimen eta OJDko zenbait hedabideren saioen alderaketa**



Iturria: Hekimen Analytics eta OJDinteractiva.es

Kasu honetan, ordea, multzoaren sei urtetako bilakaera Hekimen beraren oso antzekoa da, multzo osoari dagokionean. Nabarmen hazi da Elnacional.cat eta apur bat Diariodegirona.cat, baina besteek ez diote eutsi multzoak izan duen igoerari eta Hekimen beraren azpitik geratu dira proportzionalki. Multzo honetan batez bestekoaren inguruan dabil, beraz, gure hedabide multzoa.

4. Bisiten inguruko beste zenbait kontu

Dena ez da saio edo bisita, jakina, lan honetan trafikoaz hitz egiteko orduan horretan zentratu bagara ere. Erabiltzaile kopurua ere hartu behar da aintzat hedabide baten irismena neurtzeko orduan, eta erabiltzaile bakoitzak hedabidean pasatzen duen denbora ere bai, adibidez. Parametro inportanteak dira bi hauek ere hedabide baten eragina neurtzeko orduan.

Baina HA tresnan ezin dira hedabide desberdinen arteko erabiltzaileak alderatu, ezta hilabete batetik besterako kopuruak besterik gabe batu ere. Datu hori ere biltzen da HA tresnan baina hilabete batekoak ez dago hurrengo hilekoekin batzerik, gailu batzuk errepikatu egingo dutelako bisita; eta, zentzu berean, hedabide baten erabiltzaileak eta beste batenak ezin dira besterik gabe batu eta sektoreak zenbat erabiltzaile dituen esan, batura besterik gabe eginda.

Hori gabe ere, saio bakoitzaren beste zenbait ezaugarri aztertu genitzake, ordea. Ematen dute pistaren bat edo beste.

Hona saioen zenbait ezaugarri taula txiki batean:

7. taula: **Saioen zenbait datu urterik urte Hekimeneko webguneetan. Saioak milakotan, orriak milioitan eta iraupena minutu eta segundutan.**

HEKIMEN	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
SAIOAK	12.673	14.348	18.560	20.577	23.750	24.121	28.553	40.805	35.798	36.976
Orriak	31,7	35,1	45,1	49,1	54,9	57,2	67,9	92,7	82,1	85,9
ORRIAK SAIOKO	2,50	2,45	2,43	2,38	2,31	2,37	2,38	2,27	2,29	2,32
IRAUPENA SAIOKO	04:50	04:46	03:57	03:22	03:48	03:11	03:03	03:09	03:04	03:03

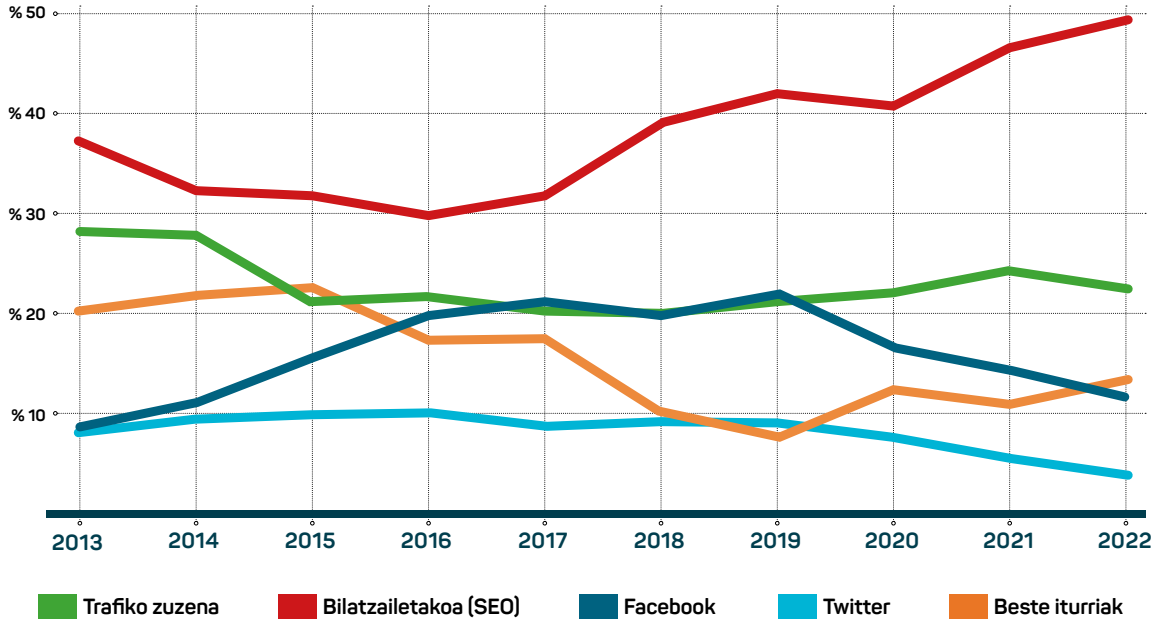
Iturria: Hekimen Analytics

Bisita bakoitzeko 2,3 orri ikusten ditu erabiltzaileak batez beste eta, ondorioz, ia 86 milioi orri irakurri dira. Horiek irakurtzeko hiru minutu inguruko saioak egiten dira.

Tendentzia apur bat beheranzkoa da parametro hauetan: gero eta saio arinagoak, gero eta albiste edo orri gutxiago saioko. Horrek zerikusia du seguruenik bisita motekin, trafiko iturriekin eta erabilitako gailuekin. Aztertu ditzagun hauek ere apur bat.

Begiratu dezagun, adibidez, nondik sortu izan diren saioak azkeneko 10 urteotan. Ehunekoak soilik begiratuko ditugu.

6. Irudia: **Hekimeneko hedabideen saioen iturria**



Iturria: Hekimen Analytics

Bilatzaileetako trafikoak izaten jarraitzen du trafiko iturri nagusiena. Kontuan izan behar da, kasu askotan, trafiko zuzenaren pare tratatu beharrekoa dela trafiko iturri hau, jendeak hedabidearen "marka" bilatzen baitu bilatzaileetan, edo zuzenean albiste jakin baten URL edo helbidea idatzi. Askorentzat nabigatzaileko helbidea idazteko gunea da bilatzailea bera eta, joera areagotu egin da gainera mugikorren trafikoa hazi ahala.

Trafiko zuzena eta bilatzaileetako trafikoaren artean, % 70 lortzen dute Hekimeneko hedabideek HAren arabera.

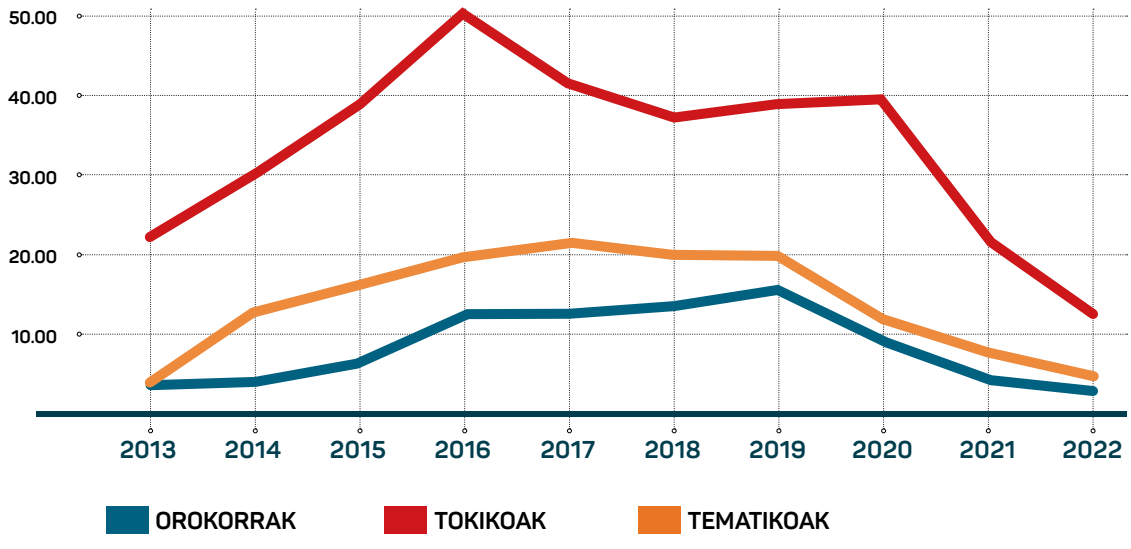
Facebook eta Twitter, aldiz, asko jaitsi dira azken hiru urteotan saio iturburu moduan. Sare sozial horien pisua beheranzkoa da hedabide trafiko sortzaile moduan. Jakina, beste zenbait alderdi ere aparte aztertu beharrekoak dira: sare sozialen barne trafikoa, hedabideen albisteek sare horien baitan duten irismena, edo albisteak kontsumitzeko ohitura aldaketan duten eragina, besteak beste.

Facebooketik bisiten % 11 sortzen da orain, eta % 22 izan zen 2017an; Twiterrek, aldiz, % 5 ere ez du egun eta % 9,5 ingurukoa izan zuen 2015ean.

Aldeak egon badaude, ordea, hedabide moten arabera ere.

Aztertu dezagun, hasteko, Facebooketik sortutako saioen ehunekoa hedabide motaren arabera.

7. Irudia: **Facebook saioen iturri moduan, hedabide motaren arabera. Ehunekotan.**



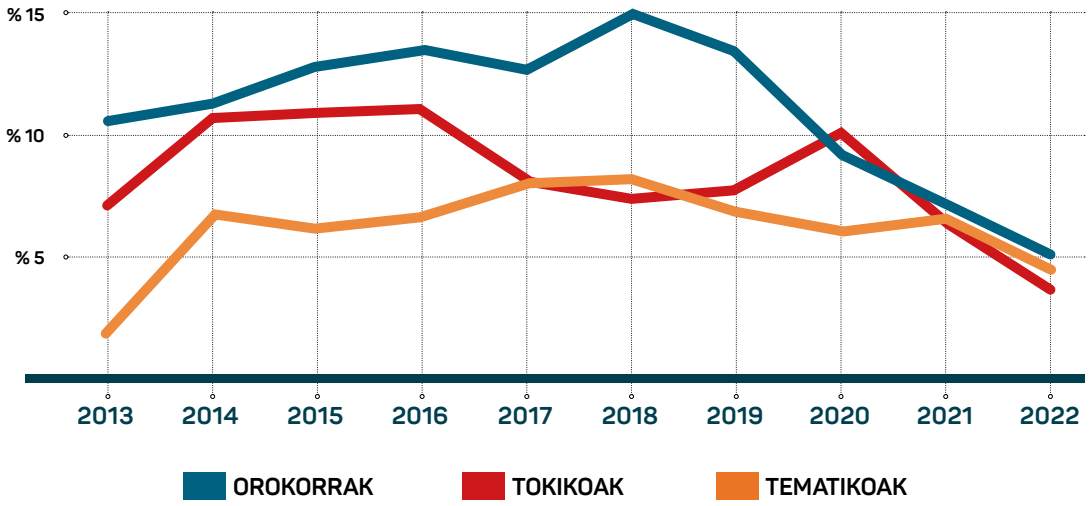
Iturria: Hekimen Analytics

Tokiko hedabideetan izan du bereziki pisu handia Facebookek saioak sortzerako orduan. 2016. urte inguruan, saio guztien erdia sortzen zen sare sozial horren baitan banatutako albisteetatik, tematikoetan % 20 eta hedabide orokorretan % 14

inguruan zebilen bitartean. Aldiz, 2022. urtean, tokikoetan saioen % 13 sortu dira Facebook bidez. Jaitsiera nabarmena izan da hedabide mota guztietan.

Ariketa berdina Twiterrekin eginez gero, honatx grafikoa.

8. Irudia: **Twitter saioen iturri moduan, hedabide motaren arabera. Ehunekotan.**



Iturria: Hekimen Analytics

Twitterren pisua askoz txikiagoa da, oro har. Hedabide mota desberdinen artean duen pisua, berriz, justu alderantziz ematen da kasu honetan: handiagoa da hedabide orokorretan. Saioen % 15 inguru sortzen zen Twitter bidez hedabide orokorretan 2018. urtean; azken urtean, aldiz, kopuru hori ez da % 5era iristen.

Saiook egiteko erabiltzen diren gailuei ere begirada bat ematea interesgarria izan liteke.

8. Taula: **Hekimeneko hedabideen saioen gailuak.**

HEKIMEN	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
PC	% 82,27	% 73,07	% 61,78	% 48,76	% 40,70	% 34,54	% 29,11	% 24,21	% 24,88	% 21,93
MUGIKORRA	% 13,51	% 20,96	% 31,17	% 44,43	% 53,49	% 60,28	% 66,46	% 72,48	% 72,35	% 75,61
TABLETA	% 4,23	% 5,97	% 7,05	% 6,81	% 5,80	% 5,18	% 4,43	% 3,30	% 2,77	% 2,45

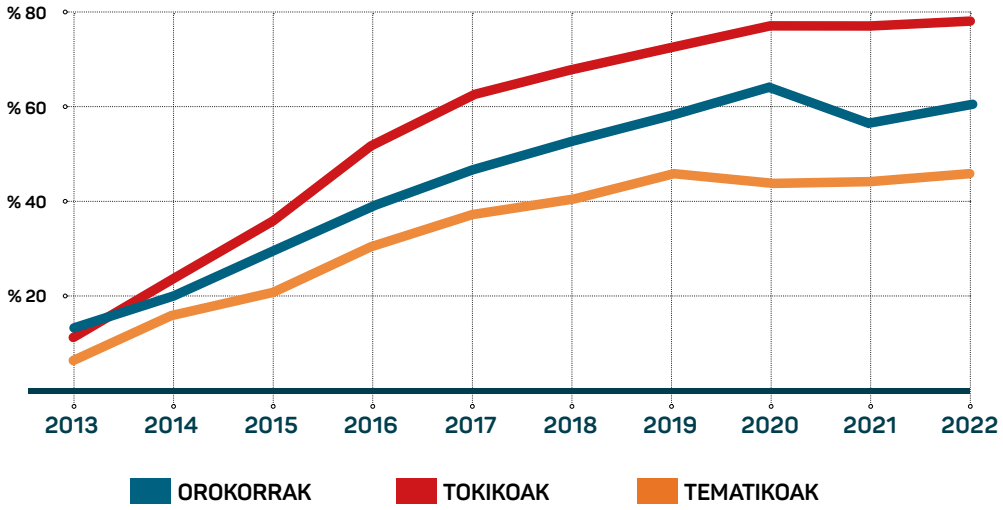
Iturria: Hekimen Analytics

Ez du inork sorpresarik hartuko honez gero, webguneak batez ere mugikorretatik kontsumitzen direla esanda.

Mugikorretatik egiten dira lau bisitetatik hiru eta, zenbait kasutan, bastante gehiago ere bai. Beste era batera irakurri liteke eboluzioa: ordenagailuetatik egindako bisitak % 30 inguru galdu dira hamar urteotan; mugikorretatik egindakoak % 500 inguru hazi; tabletak, duela hamar urteko kopurua bikoiztu arren, oraindik, pisu oso txikia du multzoan. Egungo pantaila kontsumo joerak gainetik begiratuta ez da harritzekoa, inondik inora, datu eboluzio hori.

Mugikorra, berriz, honela joan da indarra hartzen hedabide motaren arabera.

9. Irudia: **Mugikorraren pisua hedabide motaren arabera. Ehunekotan.**



Iturria: Hekimen Analytics

Ikusten da datuetan bestela ere bistakoa dena: mugikorra erabiltzen da, batez ere, albisteak kontsumitzeko. Tokiko albisteetan hartu du, dena dela, pisurik handiena: saioen % 78 egiten da gailu horretatik, pandemiaren urtean hartutako pisua mantendu baitu azken bi urteetan. Hedabide orokorretan, aldiz, % 60 inguruan dago mugikorra, eta tematikoetan % 46 inguruan.

Bukatzeko, goian aipatu ditugun saioko orri kopuruak xehetuko ditugu hedabide motaren araberako irakurketa eginda, zenbait desberdintasun aipagarri ematen baitira.

9. Taula: **Orri kopurua saioko, hedabide motaren arabera.**

ORRIAK / SAIO	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
ORO	2,30	2,42	2,39	2,40	2,36	2,43	2,46	2,30	2,44	2,59
TOK	2,76	2,46	2,47	2,38	2,27	2,36	2,35	2,26	2,29	2,28
TEM	3,11	2,74	2,48	2,27	2,19	2,09	2,08	2,14	1,93	1,90
GUZTIRA	2,50	2,45	2,43	2,38	2,31	2,37	2,38	2,27	2,32	2,36

Iturria: Hekimen Analytics

Orri gehiago ikusten ditu erabiltzaileak hedabide orokorretan saio bakoitzeko, batez beste 2,36 orri bisitatzen badira, 2,6 inguru bisitatzen dira hedabide orokorretan, tokikoetan 2,3 eta 2 azpitik tematikoetan. Joera, gainera, aldatzen joan da azken hamar urteetan, 2013. urte inguruan orri kopuru handiagoa ematen baitzen tematiko eta tokikoetan, orokorretan baino.

5. Bukatzeko

Azken lauzpabost urteetan egindako lanari jarraitu diogu aurten ere artikulu honekin, HAko datuak hartu eta euskarazko 51 webguneren analitika bateratuak aztertuta. Joera orokorrak nekez aldatzen dira urte batetik bestera, baina jarraipena egitea ondo etortzen da joera horien intentsitatea neurtzeko eta balizko berriak harrapatzeko ahaleginean.

Aurten, gainera, urte bakarreko datuetan zentratu gabe hamarkada oso bateko datuak ditugula baliatu eta irakurketa zabalago bat egiten saiatu gara. Hamar urte urte asko baitira.

Hekimen elkarteko hedabide multzoak lan handia egin du azken urte hauetan sareko hedabide erreferentzialak bilakatzeko ahaleginean. Bidean webgune berriak sortu dira eta lehen baino baliabide gehiago jarri dituzte denek kazetaritzan eta teknologian.

Eman du fruitua horrek guztiak: trafikoa hirukoiztu egin da hamar urtean eta pandemiaren osteko urteko salbuespenarekin, goranzko joera izan du hedabide multzoak urte guztietan. Asko da.

Aldatu egin da hedabideak kontsumitzeko modua urte guztiotan. Duela hamar urteko ordenagailuak eskuko mugikorrak dira orain, eta haietan irakurtzen, ikusten eta entzuten dira berriak. Sare sozialek garrantzi handia hartu zuten 2013. urtetik 2019 edo 2020 urtera bitartean hedabideetako trafiko iturri moduan; azken bizpahiru urteotan, baina, galdu egin dute pisu hori Facebook eta Twitterrek. Horrek ez du esan nahi sare sozialek pisua galdu dutenik, jakina, jadanik ez dutela hedabideetara horrenbeste trafiko ekartzen, baizik. Hedabide desberdinetan saioak ere desberdin ematen direla ikusi dugu, badagoela kontsumo motaren arabera ñabarduraren batzuk egiteko modua batetik bestera.

Asko da, bada, urte hauetan guztietan egindako ahalegina eta irabazitako esparrua. Askotan esan izan dugu, txikiak bere espazioari eusteko ere zailtasun handiagoak dituela beti, eta are gehiago sarean. Eta, euskarazko hedabide digitalak, 51 webguneak batera hartuta ere, txiki izaten jarraitzen dute. Oso txiki.

Horregatik, iaz emandako ohar parea gogoraraztea dagokigu, apunte berriren bat gehituta.

Bat: goranzko joera apur bat motelduz doala dirudi. Saio kopuruak gora egin du azken urtean ere, baina hamarkadaren hasierako ehunekoetatik behera gabiltza. Badirudi gehiago kostatzen dela jende berria gureganatzea eta hauen arreta denbora eta aldi gehiagotan lortzea. Inguruko hedabideekin egindako alderaketak ere horixe adierazten du, alderaketa hau tentuz hartu beharrekoa den arren: inguruko beste hedabideak gehiago hazi dira; gehienak, behintzat. Egon liteke hori normala dela eta hedabide konkretu batzuetan goia jo delako susmoarekin apur bat moteltze horri garrantzia kentzeko tentazioa ere, baina ez dirudi oraindik lortzen den saio kopuruak eta bereganatzen den arreta proportzioak hori pentsatzeko motibo seriorik ematen duenik. Eta joeren intentsitatea aldatzeak joera bera aldatzea ekar lezake epe motzera. Tentuz begiratzeko kontua dela esango genuke.

Bi: desberdintasun handiak daude hedabideen artean. Tokikoek irabazi dute lekua modu nabarmenean 10 urte hauetan, hedabide berri eta zaharren hazkundearen ondorioz, baina azkenekoan apur bat geratu da tendentzia hori ere. Orokorrek kalitatezko saio gehiago lortzen dituzte eta eutsi diote pisuari pandemia osteko urteetan, baina eustearekin aski dutela dirudi. Tematikoek, aldiz, hedabide kopuru polita osatzen duten arren ez dute lortzen trafiko aldetik saltorik egiterik. Mota bakoitzak ditu bere ezaugarriak, aztertu behar dira bakoitzaren erabiltzaile posibleak eta hauen kontsumo ohiturak, alderatu behar dira beste antzeko hedabideen joerekin eta sakondu behar da gehiago irakurketa honetan, baina badago nahikoa motibo begirada honetan ere jartzeko. Gainera, desberdintasun handiak ez dira bakarrik tokiko, orokor eta tematikoen artean ematen: multzo bakoitzeko batzuen eta besteen artean ere alde handiak daude.

Badakigu hedabideen helburu bakarra ez dela saio eta klik kopurua. Irismena, eragina, beste era askotan ere neurtu behar da. Sarean bertan ere, badira metrika interesgarriak hemen aipatu ere egiten ez ditugunak: erabiltzaileak, arreta denbora, jasotako feedback kopurua, izandako interakzioen ezaugarri multzoa... Eta baita orain hedabide gero eta gehiagok hartutako bidean, erabiltzaileen inbutu edo kategorizazio modukoa ere: zenbat bisitari, zenbat erabiltzaile *logeatu*, zenbat harpidedun, zenbat bazkide, zenbat *erosle*, eta abar. Hedabidetik at ere jaso liteke neurri handian hedabidearen eraginaren inguruko neurririk: sare sozialetan bertan izandako eraginaren gainekoak, e-posta buletinen harpidedunak, podcast entzuleak, bideo ikusleak... Horiek guztiak eta gehiago dira hedabide batek kontuan izan ditzakeen edo beharko lituzkeen metrikak eta gutxi batzuk baino ez ditugu guk eskura HA tresnan.

Eskura ditugun horiekin egin dugu ariketa aurtengo lan honetan, erabilitakoak gainerako parametroen joerak detektatzeko ere baliagarri direla sinetsita. Bere xumean, balioko ahal du hedabideok 10 urte hauetan egin duten lan izugarria txalotu eta eskertzeko eta aurrera begira egin beharrekoan laguntzeko.

Podcastgintzara zuzendurik antena

2022an egin diren hiru ikerketa bildu ditugu atal berezitu honetan, hirurak podcasten gainekoak. Kontsumoei erreparatzen die lehenengoak, Ikusiker ikerketa lerroak jasotako gazteen zenbait ohitura eta joera orokor ardatz hartuta. Bigarrenak, euskarazko podcasten zerrenda egiten du (2022ko udaberrikoa) eta sailkatu egiten ditu motaren, esatariaren generoaren eta hedatzailearen arabera, besteak beste. Eta hirugarrenak, euskaraz ekoizten diren podcast feministak zerrendatu eta aztertu ditu, LGTBIQ+ eremura ere hurbiltzeko saiakera eginez.



PODCASTEN KONTSUMOARI BEGIRADA BAT



Edorta Arana
UPV/EHUko NOR Ikerketa Taldea, Applika+ ikerketa proiektua

Internetera lotura daukaten aparailuak oso zabalduta daude jendartean eta horrek gazte eta zaharren portaera berriak ekarri ditu. Izan komunikatzeko, entretenitzeko edo informatzeko egunerokoak bilakatu dira hainbat aplikazio, hornitzaile eta aparailu elektroniko. Digitalizazioak sakonetik astindu du komunikazioaren mundua eta, horren baitan, audioarekin zerikusia daukaten medioak.

Ondoko lerrootan, podcastgintzaren fenomenoaz arituko gara eta datuen bidez azalduko dugu zenbaterainoko lekua lortu duen geure artean, noiz, nola eta zergatik kontsumitzen diren entzunezko produktu hauek.

1. Digitalizazioaren testuingurua

Komunikazioaren gaurko panorama ondo ulertzeko, badira kontuan hartu behar diren hainbat faktore: IKTen garapena, jendeak bere egunerokoan azkar txertatu dituela zenbait gailuen erabilera eta produku eta, azkenik, komunikabideen eta telekomunikazioen esparruan mugitzen diren enpresak egiten ari diren bidea egoera berrira egokitzeko.

Mundu mailako datuak oso argigarriak dira: populazioaren % 62,5ek interneterako sarbidea dauka eta % 67,1ek mugikorra du bere eskura (We Are Social eta Hootsuite, 2022).

Europako kopuruak are altuagoak dira eta Espainian eta Frantzian, eta baita Euskal Herrian ere, hamarretik bederatzik sarerako sarbidea du eta horretarako hainbat aparailu erabiltzeko modua.

Batez beste, jendearen egunerokoan oso ohikoa bilakatu da online komunikatzea, ikastea, entretenitzea ala erosketak egitea. Lehen ere aipatu dugun *Digital 2022 Global Overview Report* txostenean ageri denez, interneten aritzen diren 16-64 urte bitartekoek egunean honako denbora-tarte hauek igarotzen dituzte sarean:

- 6 ordu eta 58 minutu internetera konektatuta
- 3 ordu eta 20 minutu telebista ikusten (lineala eta streaming bidezko ikus-entzunezko zerbitzuak)
- 2 ordu eta 27 minutu sare sozialak erabiltzen
- 2 ordu egunkariak irakurtzen (paperean eta webgunean)
- Ordu bat eta 33 minutu streaming zerbitzuen bidez musika entzuten
- Ordu bat eta 12 minutu bideo kontsoletan jokoan
- Ordu bat eta minutu bat irrati lineala entzuten
- 55 minutu podcastak entzuten

Goiko zerrendan ikusi daitekeenez, modu batera ala bestera, 3 ordu eta 29 minutu eskaintzen dizkio jendeak egunero audioarekin zerikusia dauzkaten medioei eta edukiei, izan Spotify ala iTunes, ohiko irrati lineala edo azken urteetan ahoz aho dabiltzan podcastak entzuten.

2. Audio digitala

Gero eta jende gehiagok ikusten ditu kirol erretransmisioak, pelikula eta serieak, musika kontzertuak ala dokumentalak ohiko telebistaz harago dauden zerbitzu eta hornitzaile digitalen bidez, izan Netflix, Movistar, Youtube ala nahierako plataforma ugariak erabiliz. Gauza bera gertatzen ari da audioarekin, eta irrati sekuentziala bere audientziari eusteko ahaleginetan dabilen arren (CIES, 2021), azken garaian dezenteko bultzada izan dute online eskaintzek.

IABk (2021) kaleratutako txostenean, audio digitala deritzon eremuan aurkitu daitezken eskaintza mota desberdinak aletzen ditu:

- Zuzenean/streamingean emititzen duten online irratiak (webgunetik, aplikaziotik...)
- Diferituan emititzen duten online irratiak
- Podcastak (deskargatuz ala online entzun daitezkeen edukiak, izan aurretik irratitik emititutakoak ala jatorriz digitalak diren produktuak)
- Musika nahieran (Spotify, Apple music...)
- Audio-liburuak
- -Agregatzaileak (iVoox, TuneIn, 4G...)
- -Bozgorailu adimentsuetarako berariaz sortutako produktuak (Alexa, Siri, Google Assistant...)

Sailkapenean agertzen diren zazpi tipologia hauen gainetik, garbi dagoena da audioak eremu berriak irabazi dituela interneten eskutik. Ohiko irratigintzak sekuentzialitatea mantentzen du eta horretan da indartsu, baina badira beste aukera asko audioaren unibertsoa zabaltzen dutenak, horien artean podcast deiturikoak. Hitz honen atzetik dauden produktuek zerbait baldin badute komunean da entzuleek erabakitzen dutela zer, noiz, non eta zein aparailu bidez entzungo duten. Podcastek entzulearen autonomia elikatzen dute eta aise kokatu dira jendearen audio kontsumo ohitura berrietan. Horrek ekarri du, gainera, belaunaldi gazteenetara hurbildu izana, eduki, formatu eta narratiba berrietara eta, lehen aipatu bezala, kontsumoetan aldaketa ugari eragin ditu.

3. Podcasten entzuleak

Prodigioso Volcán (2022) izeneko enpresak audio digitalaren egoera aztertzeko hirugarren urtez argitaratutako txostenean zehazten du noraino dagoen hedatua audioaren kontsumoa Estatu espainiarrean, noiz, nola eta zergatik entzuten duen jendeak.

18 urtetik gorako internautengan arreta jarrita, % 53k dio azken hiru hilabeteetan podcastak entzun dituela eta kopuru horretan behar bada pandemia egoerak eragin bazuen ere (datuen bilketa 2021eko azaroan egin zen), ikerketaren aurreko bi edizioetan ehunekoak 42koa eta 47koa izan ziren. Beraz, zabaldua dago irrati sekuentzialez harago, nahieran audioak entzuteko ohitura.

Podcast kontsumitzaileak nagusiki mugikorraz baliatzen dira zeregin horretarako (% 79,2), ordenagailu eramangarriaren aurretik (% 25,4).

Non entzuten duten edota zertan ari diren podcastak erabiltzen dituzten bitartean? Erantzunetan ohikoa da "etxean" (% 67,5), baina badira "lanerako bidean" (% 27,4), "paseatzen" (% 19,6), "lo egin aurretik" (% 16,6) edota "kirolean" (% 10,8) ala "lanean" (% 9,8) erantzuten dutenak.

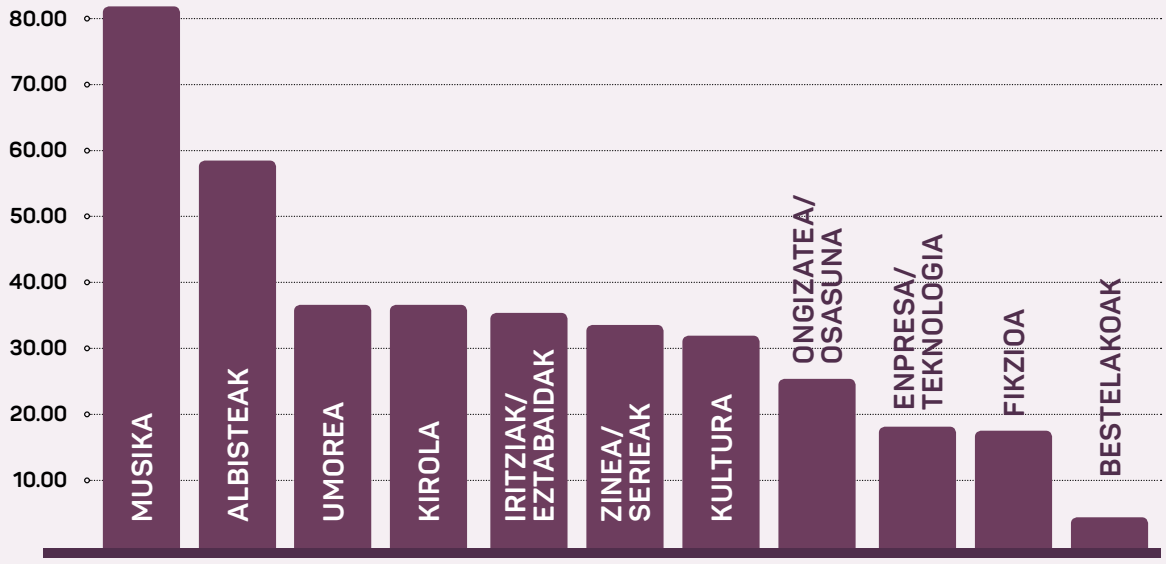
Audio sekuentzialetik askatuta, kontsumo hauetarako hiru hornitzaile nagusi dituzte ikerketan parte hartu duten mila pertsona inguru hauek: Spotify (% 56,7), iVoox (% 22) eta Google podcast (% 13,9).

Podcasten aldeko hautua egiterakoan, arrazoi asko izaten dira, baina bat da nagusi: nahi dutenean entzun ahal izateko aukera (% 55,4). Atzerago datoz erosotasuna (% 11,5), edukien aniztasuna (% 8,4), edukien interesa/praktikotasuna (% 7,9) edota entzuten duten bitartean beste zerbait egin ahal izatea (% 5,9).

Podcastetara jotzeko motiboetan, ikerketa honen emaitzak bat datoz Estatu frantziarrean eginiko beste batekin (Harvas Paris, CSA, Podinstall, Paris Podcast eta Gaîté Lyrique, 2021), zeinetan % 82k dio bere buruaz gustura egoteko aukera eskaintzen diotela audiozko produktu hauek eta abantaila handia iruditzen zaiela entzunaz bat beste zerbaitetan ibili ahal izatea (% 85). Agian horregatik, Frantzian ere podcastak entzutearena ohitura bilakatu da populazioaren herenarendako (% 33).

Mugaren alde batean eta bestean eginiko ikerketatan, agerian gelditzen da badirela eduki batzuk oso ohikoak suertatzen zaizkienak entzuleei (IAB, 2021; Médiamétrie, 2022 eta Prodigioso Volcán, 2022). Adibide gisa, IABren *Estudio del audio digital 2021* argitalpenean, honako edukiak aipatzen dira entzundakoenen artean:

1. Irudia: **ZEINTZUK DIRA GEHIEN ENTZUTEN DITUZUN EDUKIAK?**



iturria: estatu espainarra; IAB, 2021

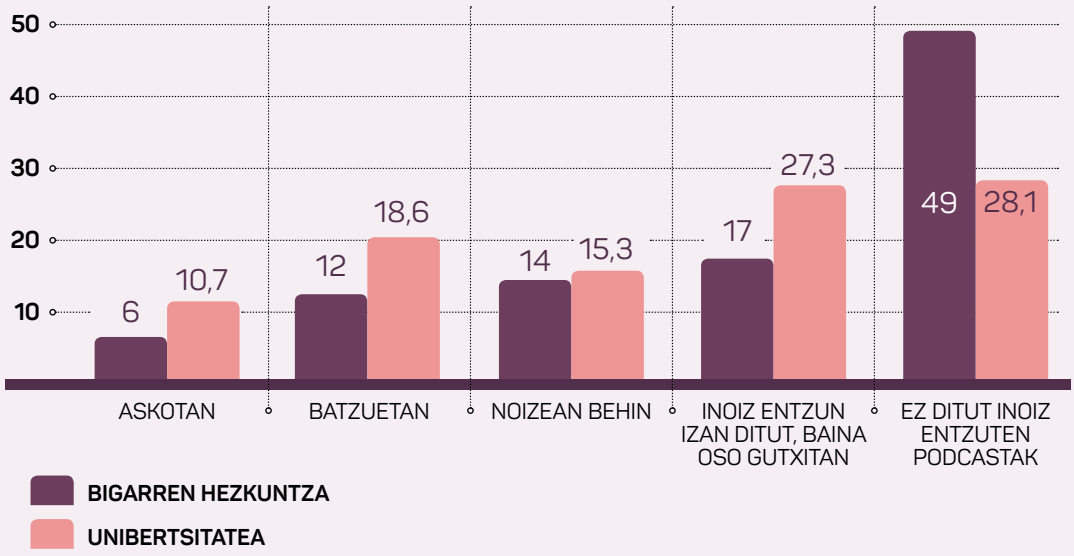
Aipaturiko *Estudio de Audio Digital 2021* ikerketaren arabera, podcasten zaletasuna hedatuago dago 35 eta 54 urte bitartekoen artean (% 41,6), baina aipatzekoa da beste adin-tarte batzuetan ere bere oihartzuna daukala: 16-34 (% 30,5) eta 55etik gorakoak (% 27,8)

4. Podcastak Hego Euskal Herriko gazteen artean

Audioak nahieran entzuteko zaletasuna gazteen artean noraino zabalduta dagoen jakiteko, Ikusiker ikus-entzunezkoen behategiaren (2022) datuak arakatu ditugu. Panel horretan biltzen dira Hego Euskal Herriko 12-23 urte bitarteko bi mila ikasletik gora. Bigarren Hezkuntzan EDO unibertsitatean ari diren gazte hauei online bidezko inkestak bidaltzen zaizkie beraien komunikazio portaeren berri izateko, horien artean podcasten gainekoak. Galdetegiak jorratzen dituen atalen artean badago zenbaterainoko irismena duen podcastgintzak, zein aparailu duten erabiliena, zeintzuk diren gehien entzuten dituzten gaiak eta, oro har, audiozko produktu hauei buruzko zelako balorazioa egiten duten.

2022ko udaberrian eginiko inkestak erakusten du gazteen erdia pasatxok podcastak entzuten dituela, bereziki unibertsitarioek (%71,9). Bigarren Hezkuntzakoen artean kopurua % 49koa da. Ondoko taulak agerian uzten du entzuteko ohiturak nola gauzatzen diren adin desberdinetako ikasleen artean.

2. Irudia: **ENTZUTEN DITUZU PODCASTAK?**

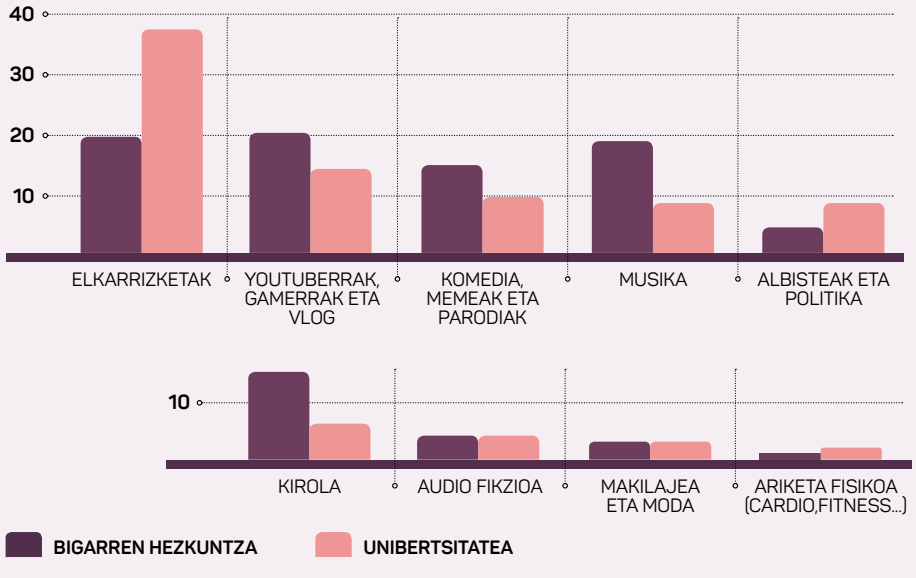


Iturria: Ikusiker Behategia, 2022

Telefono mugikorra da entzuteko gehien erabiltzen duten aparailua, bereziki unibertsitarioen artean (% 79,3). Bigarren Hezkuntzakoen, alegia, 12-17 urte arteko ikasleen artean, % 63k telefono adimentsua aukeratzen du, ordenagailua eta tabletaren aurretik.

Gustukoen dituzten edukien edo gaien artean daude elkarrizketak, *youtuber*ren eta *gamer*ren audioak, komedia/umorea eta musika; hori bai, proportzio desberdinetan gaztetxoagoen eta unibertsitatean ikasten dutenen artean.

3. Irudia: **PODCASTAK ENTZUTERAKOAN, ZEIN DA ZURETZAT GAIRIK GUSTOKOENA?**



Iturria: Ikusiker Behategia, 2022

Oro har, podcastgintzari nota jartzeko eskatu diegunean, 12-17 urte artekoek nota apalagoak eman dizkiote (batez beste 5a), baina UPV/EHUko eta NUPeko ikasleen artean % 45ek oso ongi eta % 18,9k bikain ebaluatu du.

Audioa loraldi berria bizitzen ari dela diotenek argi dute podcasta dela, gaur-gaurkoz, gazte zein helduen artean gehien zabaldu den etiketa; eta horren bidez irudikatzen dela sekuentzialitatea hautsi eta nonahi, zernahi eta noiznahi entzunezko produktuak gozatzeko aukera.

Bibliografia

CIES (2021): ***Estudio de Audiencia de Medios de Comunicación en la C.A. de Euskadi y Navarra.***
https://cies2.com/documentos/audiencia_medios/Audiencia_General_medios_Euskadi_2021.pdf
eta *https://cies2.com/documentos/audiencia_medios/Audiencia_General_medios_Navarra_2021.pdf*

Harvas Paris, CSA, Podinstall, Paris Podcast eta Gaîté Lyrique (2021):
Les françaises et le podcast natif.
https://csa.eu/csa-content/uploads/2021/10/lesfrancaisetlepodcastnatif.pdf

IAB (2021): ***Estudio de Audio Digital 2021.***
https://iabspain.es/estudio/estudio-anual-de-audio-digital-2020/

Ikusiker behategia (2022): ***Musika, irratia eta podcastak. 29.txostena.*** 2022ko otsaila.
https://ikusiker.eus/txostenak/musika-irratia-eta-podcast-ak/

Médiamétrie (2022): ***Global Audio > Focus Podcasts.***
https://www.mediametrie.fr/en/global-audio-focus-podcasts

Prodigioso Volcán (2022): ***III Estudio de la voz y el audio en España.***
https://www.prodigiosovolcan.com/sismogramas/informe-voz-2021/

We Are Social eta Hootsuite (2022): ***Digital 2022 Global Overview Report.***
https://datareportal.com/reports/digital-2022-global-overview-report

EUSKARAZKO PODCASTEN EGOERA



Naia Aizpurua Garro, Uxue Morales Elorza, Natalia Arteche Cerrato, Eneko Bidegain
Mondragon Unibertsitatea

Azken urteetan arrakasta handia lortu du podcasten munduak, eta euskarara ere iritsi da joera hori. Dozenaka saio sortu dira ezker-eskuin. Euskarazko podcasten azterketa xehe bat egitea da ikerketa honen helburua. Saio guztiak zerrendatzeko ahalegina egin da hemen, eta sailkapen batzuk ere proposatu dira; besteak beste, motaren arabera, esatariaren generoaren arabera, eta hedatzailearen arabera. Emakumeek podcastetan duten presentzia ere ikertu da.

1. MARKO TEORIKOA

Oraindik nahiko berritzat jo badaiteke ere, badira jadanik zenbait urte podcasten loraldia gertatu dela. Podcastak aro berri bat ekarri du (Coello, 2022), bai eduki aldetik eta bai kontsumo aldetik, orain arte egon ez den askatasun bat, teknologiarekiko beldurra galtzearekin ere lotuta dagoena (Hernandez, Martin, 2019). Podcasten mundua oso anitza da eta, batez ere, berritzailea. Sortzaileei eduki berriak sortzeko aukera ematen die eta kontsumitzaileei, berriz, bakoitzak nahi duen programazioa sortzekoa.

Horrez gain, irrati orokorretan, emakumezko esatarien presentzia oraindik oso txikia bada ere (Gambín, 2021), podcastak hazten diren heinean emakume sortzaileen kopurua ere areagotzen ari da. Coellok (2022) dioenez, emakume kazetari, umorista eta ekoizleek mikroa hartu dute, irratian beren txokoa lortzen ez zuten istorioak kontatzeko. Milioika deskargek babesten dituzte.

Solék (2020) dio emakumeak direla une honetako podcast eta podcast plataforma interesgarrienetako batzuen buru. Haatik, oraindik bidea dago egiteko Sanchezen (2021) arabera, 2018an oraindik podcasten %20 baizik ez baitziren emakumeek egindakoak. Gizonezkoak nagusi diren podcast horiek komunikabide handiek sustatutakoak dira. Cadenasek (2020) uste du emakumeak tokia har-

tzen ari direla podcastetan, baina ez hain saio ezagunetan. Dena den, emakumeen presentzia komunikazioaren beste eremu batzuetan baino handiagoa dela dio. Sortzaile horietako asko *millenials*-ak dira, eta umorearen eta gaurkotasunaren ikuspegi feminista partekatzen dute, baita komunikabide tradizionaletatik oso urrun dagoen komunikazioaren ikuspuntu orokorra ere. Podcastaren boomaren ondorioz, emakume gazteek entzule eta sortzaile gisa aurkitu dute lekua (Coello, 2022).

Podcastak —bai informatiboak, bai espezifikoak— joan-etorrietarako edota etxean kontsumitzeko pentsatuta ekoizten dira. Batzuk zein besteak, gorantza doaz, eta batez besteko entzuleak gutxienez hilean podcast bat kontsumitzen du. Normalean entzule gazteagoak izaten dira (Mimenza, 2020).

Gero eta gehiago dira interneten nabigatuz aurki daitezkeen euskarazko podcastak ere. Denboraren poderioz, hedabide zein plataforma desberdinek "Podcast" izeneko atalak sortu dituzte edukia beste formatu batean igo edo zabaltzeko. Hori horrela izanik, podcast hauek guztiak aurkitzeko zailtasuna areagotzen da, sarean sakabanatuta baitaude. Horregatik, badaude euskarazko podcast guztiak biltzen dituzten webgune batzuk; horrela, hauetara jotzearekin nahikoa da podcast hauekin guztiekin topo egiteko.

Bi dira horien adibide garbiak: *podcastak.eus* eta *podcast.eus*. Azken hau ZuZeu plataformatik eratorria da, eta nagusiki webgune honen podcastak kudeatzeko erabiltzen da. Horrez gain, EITB Podkast plataforma ere hor dago, EITBko podcast guztiak biltzen dituena.

Etxebestek (2021) dioenez, plataforma honetan gazteentzako eta helduentzako edukia eskaintzeaz gain, haurrak harrapatzeko edukiak ere aurkitu ditzakegu bertan. Gainera, podcastez gain, alde batetik, Euskadi Irratia, Radio Euskadi, Radio Vitoria, Gaztea, EITB Irratia eta EITB Euskal Kantak irratietatik eratorritako zatiak ditu, eta bestalde, sorkuntza propioko edukiak aurki daitezke webgunean.

2. METODOLOGIA

Lan hau egiteko, euskaraz dauden podcast guztiak zerrendatu eta hainbat ezaugarri jaso dira: Podcastaren izena; emititzen duen hedabidea; atal kopurua; iraupena; zein publikori zuzendua dagoen; esatarien izenak eta generoa; eta gaiak zeintzuk diren. Kasu askotan podcastak entzun eta hauek jasotzen dituzten plataformetako informazioa irakurtzea edo entzutea nahikoa izan bada ere, batzuetan beharrezkoa izan da plataformetako arduradunekin kontaktuan jartzea podcast batzuetako esatarien identitatea ezagutzeko.

Podcast guztiak bildu ondoren, sailkapen zehatzagoak egin dira, esatarien generoaren, gaien eta entzuteko plataforma digitalen arabera.

2.1. Euskarazko podcasten zerrenda

Hasteko, euskaraz egiten diren podcastak zerrendatu dira, podcasta sortzen edo zabaltzen duten hedabideen arabera (behaketa 2022ko martxoaren 29an eguneratu zen azkenekoz).

IZENA	ATAL KOPURUA (2022/03/29)	ESATARIAK
Argia-k zabaldutakoak		
Argia podcastak	85	Eneritz Arzallus
Beranduegi	15	Jon Torner, Aimar Uribesalgo eta Axier Lopez
Oasiko kronika	17	Argiako langileak
Puska dezagun izotza	9	
Txina zaharreko ipuinak	7	
Berria-k zabaldutakoak		
Berria FM	37	Maider Galardi
Dunbala	43	Jagoba Salvador eta Eneritz Furyak
New Yorkeko munduak	20	Kirmen Uribe
Zaitun	20	Ane Irazabal
Bertso Jarriak	11	Peru Abarrategi
25. fotograma	10	Ane Eslava eta Urtzi Urkizu
EITB Podkast-ek zabaldutakoak		
Historia eta istorioak	21	Juanjo San Miguel
Zientzia & Pazientzia	29	Eneko Axpe eta Uxune Martinez
Zientzia gosaria	30	Idoia Mujika eta Amaia Arregi
Ingurusfera	14	Guillermo Roa
Berriztagarriak berrizten	8	Aitor Urresti
Astelehen poetikoa	28	Josu Goikoetxea
Memoria eraikiz	5	Jesus Artetxe
Digiatala	17	Maite Goñi eta Joxe Rojas
Zer ikusi	15	Gaizka Izagirre, Ibai Zabala eta Marga Berra
Patrikako solfeoa	1	Ainara Ortega
Barrutik	6	Lander Eizagirre
Filosofia merkea	1	Markos Zapiain
Perlak	17	Tere Beloki, Iñaki Guridi, Arantxa Iturbe, Nekane Peñagarikano...

IZENA	ATAL KOPURUA (2022/03/29)	ESATARIAK
Doana jasoz	10	Pello Zabaleta
Hitza Jolas	42	Eneritz Gorrotxategi
Osasun pilulak	1	Felix Zubia
Hil arte bizi	8	Espe Laka, Felix Zubia, Iñigo Suberbiola eta Nere Erkiaga
On Ekin	1	Andrea Larrea
Urratsa	14	Naomi Mendizabal
Tailerrean	1	
Autohizketak	27	Saioa Royo
Jakobaren uzta	1	Jakoba Errekondo
Bazen sukaldean	2	Julen Baz
Natura	1	Arantxa Arza
Ibili munduan	1	Xabier Aldekoa
Yoko ona	14	Olatz Salvador, Lore Nekane Billelabeitia eta Ainhoa Vitoria
Autore podkasta	4	Joseba Sacristan
2 kontu eta 4 kantu	2	Joseina Etxeberria
Klasikoak	25	Irantzu Karrera
Kantu bat gara	3	Jon Maya
Orbitan	7	Ainhoa Vitoria
Ertzetatik	12	Mikel Izarra
Bidegurutzean	34	Musikariak
Pasaiak	20	Irantzu Karrera
Zaldi Urdina	10	Ximun Fusch
Artxipelagoa	8	Oier Aranzabal eta Juan G. Andrés (zuzendariak)
Ezbaian	9	Iker Lauroba, Antton Telleria, Eneritz Sanchez eta Iñaki Cid
Ipuin txiki, soinu handi	24	
Dantzerti	3	Dantzertiko ikasleak
Xanti	54	Iñaki Beraetxe eta Arantxa Iturbe
Bertso Larria	5	Galder Perez
With a little help from my friends	5	Xabier Lopez eta Carmen San Esteban
Jon eta Jone	114	Koldo Almandoz (zuzendaria)

IZENA	ATAL KOPURUA (2022/03/29)	ESATARIAK
Bihotz Handiegia	6	Eider Rodriguez
Jenisjoplin	1	Uxue Alberdi
Larrua hotz	1	Iñaki Beraetxe
Lo potolo	28	(Asko)
Iritsi gara (goazen)	1	Lorea Intxausti (aktorea)
Eiderren egunerokoa (goazen)	1	Esti Lopez (aktorea)
Maddiren amona influencerra (goazen)	1	Danae Riaño (aktorea)
Asteburu bat eskiatzen (goazen)	1	Asier Burgete (aktorea)
Zoaz infernura, laztana	1	Ainhoa Aierbe
Lokatza	8	Amagoia Gurrutxaga, Idurre Eskisabel, Ainara Lasa eta Lorea Agirre
Barruan Gaude	51	Oier Aranzabal
Solasean	3	Maite Artola
Sabel Travel	9	Gorka Otaegi
Zulora	6	Ane Zuazubiskar eta Julen Portillo
Lore Hostoak	46	Ekain Perez
Kopenhage	5	Ainhoa Vitoria eta Xabin Fernandez
Ipar Orratza	3	Iholdi Beristain eta Mikel Ayllon
Lay-Day	3	Olaia Elorriaga eta Ander Lopez
Urteko momenturik onenak	11	Asko
Lehen urratsak	21	Asko
Gurpilean	23	Arritxu Iribar
Irabazi arte	6	Sua Enparantza eta Nahia Sillero
Gogoan	7	
Elkarrizketak	11	
Ezkontzaren katramila	5	Susana Soleto, Jose Cruz Gurrutxaga, Josune Velez de Mendizabal, Alicia Albarrán, Ane Arrugaeta
ZuZeu-k zabaldutakoak		
Euskal gaizkileak seriea	10	Beñat Hach Embarek
Urpeko Bonbarda	64	Anartz Bilbao
Kaixo maitia, zer duzu?	12	Iñigo Arandia eta Olatz Berastegi
Paperezko itsasoa	14	

IZENA	ATAL KOPURUA (2022/03/29)	ESATARIAK
Polaina podcasta	20	Mikel Irazusta, Maialen Sorzabalbere eta Amaia Rojo
Uda erotikoak	6	Ainhoa Aierbe eta Iñaki Beraetxe
Bizitzaren kaos ezkutua	1	Ainhoa Oliden
Adingabeko futbolarien nazioarteko transferentzien debekua	1	Natasha Vergara
Plataforma digitalen izaera juridikoa	1	Enea Izpizua eta Ainhoa Fernandez
Musika eta soinuaren boterea	1	Leyre Eguskiza eta Inazio Gaztaka
Tronu Jokua	1	Leyre Eguskiza eta Inazio Gaztaka
Putzutik plazara	46	Asko
10 minututan	60	Maite Goñi
Zuzeuko Bipareta	34	Arrate Hernandez, Maialen Sorzabalbere eta Amaia Rojo
Hala Bedik zabaldutakoak		
Kafe Expreso	11	
Erro ta berri	373	
Klask!	40	
Joan zikutara	31	
A Desalambrar	70	
Zuria Beltzez	376	
Bertxoko	236	
Ulu Mediak zabaldutakoak		
Ahots Planeta	3	Garazi Albizua eta Idoia Carramiñana
Tabakalera Hotsak	21	Cristina Tapia Huici
Ispilu Beltza	208	Oier Aranzabal eta Cristina Tapia Huici
Katedralak	2	Oier Aranzabal
Bilbo Hiria Irratiak zabaldutakoak		
Gaur ez dago eskolarik	125	
11 Ispilu	50	Rafa Rueda
Kirol Eskirol	27	Jon Joseba Renteria, Jone Fernandez, Liher Barrantes eta Erlantz Ibargurengoitia
Piperpolis	443	Ane Zabala
Berbaz	105	Eleder Aurtenetxe
Soinugela	303	Pedro Elias Igartua
Potto	224	Jabier Lauzurika eta Erlantz Ibargurengoitia

IZENA	ATAL KOPURUA (2022/03/29)	ESATARIAK
Sarean zehar	334	Borja Arbosa eta Iñigo Sendino
Gure Irratiak zabaldutakoak		
Adi	193	
Naiz Irratiak zabaldutakoak		
Beste bat	204	
Burdinola	140	Inaxio Esnaola
Global Musik	69	Antonio Iriarte
Kera Deia	150	Etxahun Arregi
Ithaka	16	Igone Mariezkurrena
Etxerako kunda	14	Patxi Uranga
Gelditu makinak	150	
Emen Gonak	23	Birkite Alonso
Reggae Fever	127	Eneko Alkorta
Revolutionary Grooves	148	Daddy Jeff
Sateliteak	142	Telmo Trenor
Bilynch	34	
Etxeko Uzta	31	Ramon Zabalegi
Game Erauntsia	15	Lander Unzueta
Antxeta Irratiak zabaldutakoak		
Mestibull	60	Jon Gotzon Gurrutxaga
Radixu Irratiak zabaldutakoak		
Bon Vivant	186	
Kritikal Blues	400	
Terranobako salau	101	Jesus Mari Arkotxa
Boga ta zixe	34	
Txapa Irratiak zabaldutakoak		
Haus of beats	298	
Jar itzazu tapoiak mesedez	164	
Kartzela zaharreko hotsak	74	
Kroma	8	
Norabide barik	59	
Gurasoak	7	
Kolax	287	
Nola aldatzen diren gauzak	225	
Sasi guztien azpitik	33	
Txibierroak uluka	69	
Xarma Tiro Punk	55	Idoia Sanchez
Ziegarik gabeko herensugea	47	

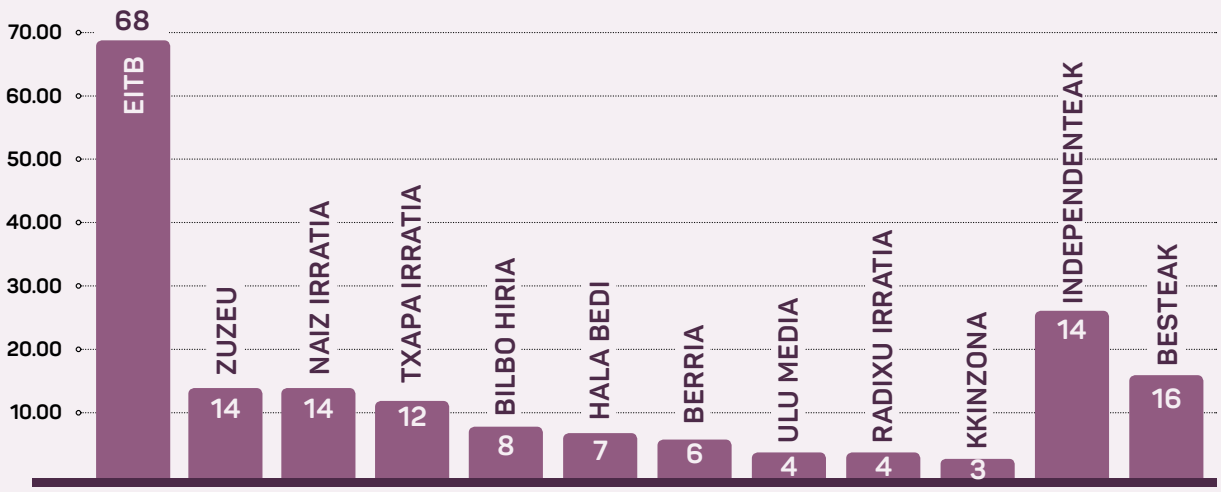
IZENA	ATAL KOPURUA (2022/03/29)	ESATARIAK
Txatxilipurdik zabaldutakoak		
Txatxi podkasta	16	
Eguzki Irratiak zabaldutakoak		
Kolpez Kolpe	123	
Herriekide	40	
Eup Irratiak zabaldutakoak		
Mechanical Heart	50	
Anbelivalu	21	
Ratzenoff	118	
Kkinzonak zabaldutakoak		
Botere guztia biribilguneei	15	Ingrid, Baintha Brakk, Maialen, Koxmox eta Tasio
Pentsatu, ez sinistu	10	
Gaur egur	200	
Arraio Irratiak zabaldutakoak		
Ahuntzaren gauerdiko eztula	117	
Zarata Zarautz	242	
97 Irratiak zabaldutakoak		
Lur eta Murmur	90	
Biztu Irratiak zabaldutakoak		
Metal fabrika	27	Lea Leath
Sare on	27	Inaxio Oiartzabal
Zintzilik irratiak zabaldutakoak		
Topa in Topo	54	
Likor Kafe	67	
Klak Gazteon Ahotsak zabaldutakoak		
Kabala	32	Maddi Quintana
Kontrako Eztarrixek zabaldutakoak		
Hankak lurrin	189	Xabier Arenaza
Xorroxin Irratiak zabaldutakoak		
Bertsoinka	155	
Ataun Irratiak zabaldutakoak		
Ostiraltxo	80	Gorka Santesteban
Besteak		
Erria	12	Andoni Olariaga
Baraua hautsiz	9	Maddi Etxeberria eta Imanol Santoyo
Baskonia Zainetan	17	Jokin Etxeberria eta Oier Bravo
Erreleboka	20	Oier Bravo eta Eñaut Agirrebengoa
Euskara satorra	20	Beñat Erezuma
Garagortea	10	Haritz Larrageta eta Yasmine Khris Maansri

IZENA	ATAL KOPURUA (2022/03/29)	ESATARIAK
Gobara	2	Ane Iruretagoiena
Gona Gorri	8	Miriam Luki eta Lore Agirrezabal
Hilekoa	13	Beñat Uribe-Etxeberria eta Ainhoa Vitoria
Harresi gorria	78	Iosu Ganuza eta Xabi Belzunegi
Laborategian	1	Dabid Martinez
Makarrizketak	8	Bertsolariak
Tropela Podcast	539	Eneko Garate eta Egoitz Lizaso
Xabildua	21	Xabi Unanue
Xerezaderen Artxiboa	113	Saioa Gabikagogeaskoa, Jasone Larrinaga eta Ana Morales
Zarramarra	7	

IZENA	ATAL KOPURUA (2022/03/29)	ESATARIAK
Lanaren ekonomia	42	Endika Alabort, Jon Bernat Zubiri, Maitane Jaio, Eki Etxebarria eta Amaia Lekunberri
Gure garaian	1	
Matxura buruan eta ibili munduan	159	
Hodeia ez da existitzen	9	
Kirolari gaittun	11	Maddi Garmendia eta Ane Urkiri
Marruma kulturalak	103	
Podcastak.eus	14	Egoitz Lizaso
Sustatu.eus	20	Luistxo Fernandez
Basilika	22	Beñat Sarasola eta Gorka Bereziartua
Zebrabidea	4.284	

2.2. Hedabide bakoitzeko podcast kopurua

1. Irudia: **Podcast hedatzaile bakoitzaren podcast kopurua**



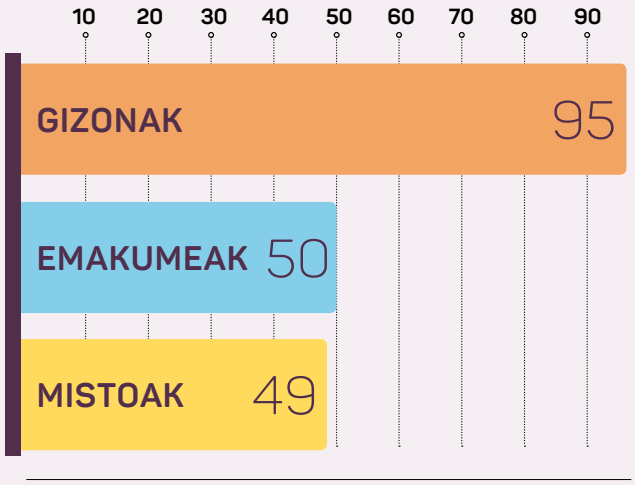
Iturria: Lanketa propioa

Guztira 190 podcast zerrendatu dira. Grafiko honetan ikus daitekeenez, desberdintasun handia dago hedabideen artean. Gehien jasotzen dituena, datuak datu, EITB podcast hedabidea da (68), ondoren datoz ZuZeu eta Naiz Irratia (14 bakoitzak) eta tokian tokiko zenbait irrati, hala nola Txapa Irratia (12), Bilbo Hiria Irratia (8) eta Hala Bedi Irratia (7). 26 podcast daude hedabideren baten parte ez direnak. Badira podcast bakarra edo bi bakarrik zabaltzen duten hedabideak ere: orotara 16 dira gisa hartan zabaltzen diren podcastak.

2.3. Genero desberdintasuna

Podcast horietako esatarien generoa zein den ere aztertu da: zehaztu da esataria gizona, emakumea edota gizona eta emakumea dituzten.

2. Irudia: **Podcastak esatarien generoaren arabera**



Iturria: Lanketa propioa

Gizonezkoak esatari diren podcastak ia euskarazko podcasten erdia dira, % 49 konkretuki (95 podcast). Emakumeek gidatutakoak berriz, % 25,3 dira (50 podcast), bi generoen artean dagoen kontrastea ikusi dezakegu datu hauetan. Bi generoek gidatutakoak (podcast mistoak), berriz, % 25,3 dira (49 podcast). Bestela adierazteko, emakumezko esatariak badira podcasten % 50,6tan, baina gizonezko esatariak saioen % 74,3tan daude. Hots, lau podcastetik hirutan entzuten dira gizonak, eta podcasten erdia dira bakarrik emakume ahotsa dutenak.

2.4. Elkarrizketa podcastak

Podcast asko elkarrizketa podcastak izaten dira. Euskaraz ere asko dira halakoak. Hurrengo taulan zerrendatu ditugu elkarrizketetara bideratutako podcastak; zenbat kapitulu dituzten, zenbateko iraupena duten eta zein publikorentzat osatuta dauden zehaztu dugu (2022ko martxoaren 29ko neurketa).

Neurketa honen arabera, euskaraz egiten diren podcasten % 22,6 dira elkarrizketei eskainiak; laurdena baino pixka bat gutxiago. 60 minutu baino denbora gutxiago irauten dutenak dira nagusi, hala nola 26 podcast. 60 minutu baino gehiagoko podcastak ere ez dira gutxi, ordea, 17 baitira. 60 eta 30 minutu bitarteko iraupena dutenak 14 dira, eta 12 dira 30 minutu baino gutxiagokoak.

Bestalde, egindako saio kopuruari dagokionez, nahiko desberdintasun handia dago elkarrizketa podcasten artean. Elkarrizketa podcast gehienek 10-50 atal

IZENA	ATAL KOPURUA (2022/03/29)	BATEZ BESTEKO IRAUPENA	PUBLIKOA
EiTB podkast			
Lokatza	**8**	30 - 75 min.	Helduak
Barruan gaude	**51**	30 - 80 min.	Guztia
Solasean	**3**	20 - 40 min.	Guztia
Sabel Travel	**9**	13 min.	Guztia
Zulora	**6**	30 min.	Gazteak
Kopenhage	**5**	10 - 40 min.	Guztia
Ipar Orratza	**3**	22 min.	Guztia
Lay Day	**3**	30 - 40 min.	Guztia
Urteko momenturik onenak	**11**	8 - 25 min.	Guztia
Lehen urratsak	**21**	23 min.	Guztia
Gurpilean	**23**	20 min.	Guztia
Irabazi arte	**6**	17 min.	Gazteak
Gogoan	**7**	20 min.	Guztia
ZuZeu			
Bipareta	**34**	20 - 30 min.	Guztia
Independenteak			
Hodeia ez da existitzen	**9**	15 - 50 min.	Guztiak
Kirolari gaittun	**11**	60 min.	Guztia
Marruma kulturalak	**103**	60 min.	Guztia
Podcastak.eus	**14**	30 min.	Guztia
Sustatu.eus	**20**	15 min.	Guztia
Basilika	**22**	60 min.	Guztia
Naiz Irratia			
Ithaka	**16**	30 min.	Guztia
Etxerako kunda	**14**	60 min.	Guztia
Gelditu makinak	**150**	60 min.	Guztia
Emen Gonak	**23**	60 - 90 min.	Guztia
Etxeko Uzta	**31**	60 min.	Guztia

IZENA	ATAL KOPURUA (2022/03/29)	BATEZ BESTEKO IRAUPENA	PUBLIKOA
Bilbo Hiria			
Kirol Eskirol	**27**	60 min.	Guztia
Piperpolis	**443**	50 min.	Guztia
Berbaz	**105**	60 min.	Guztia
Txapa irratia			
Gurasoak	**7**	20 min.	Helduak
Txatxilipurdi			
Txatxi podkasta	**16**	20 min.	Guztia
Eup irratia			
Anbelivalu	**21**	60 - 90 min. artean	Guztia
Hala Bedi irratia			
Joan zikutara	**31**	60 min.	Guztia
A Desalambrar	**70**	60 min.	Guztia
Kkin Zona irratia			
Pentsatu, ez sinistu	**10**	30 min.	Guztia
Gaur egur	**200**	15 min.	Guztia
Game Erauntsia	**200**	55 min.	Guztia
Matxura buruan eta ibili munduan	**159**	60 min.	Guztia
Arraio irratia			
Ahuntzaren gauerdiko eztula	**117**	20 min.	Guztia
Gure garaian	**1**	34 min.	Guztia
Ulu media			
Ispilu Beltza	**208**	120 min.	Guztia
Katedralak	**2**	35 min.	Guztia
Klak gazteon irratia			
Kabala	**32**	30 min.	Gazteak
97 irratia			
Lur eta murmur	**90**	30 min.	Guztia

artean dituzte momentu hauetan, 19 podcastek konkretuki. Gutxiengoa dira, aldiz, 100 atal baino gehiago dituzten elkarrizketa podcastak, soilik 9 baitaude.

Konkretuki 44 dira elkarrizketa podcast bezala sailkatu ditugunak (haien osotasunean elkarrizketa formatuan direlako). Beste podcast batzuetako zenbait ataletan ere jasotzen dira elkarrizketa batzuk, baina ez dira hauetara bakarrik mugatzen. Modu desberdinetako elkarrizketa podcastak aurki daitezke, nahiz eta entzuleak elkarrizketa dela azkar batean antzeman dezakeen, denak ez dira berdinak. Tonu formala ala informala, edukia, estiloa... Desberdina da denetan, batzuk solasaldi

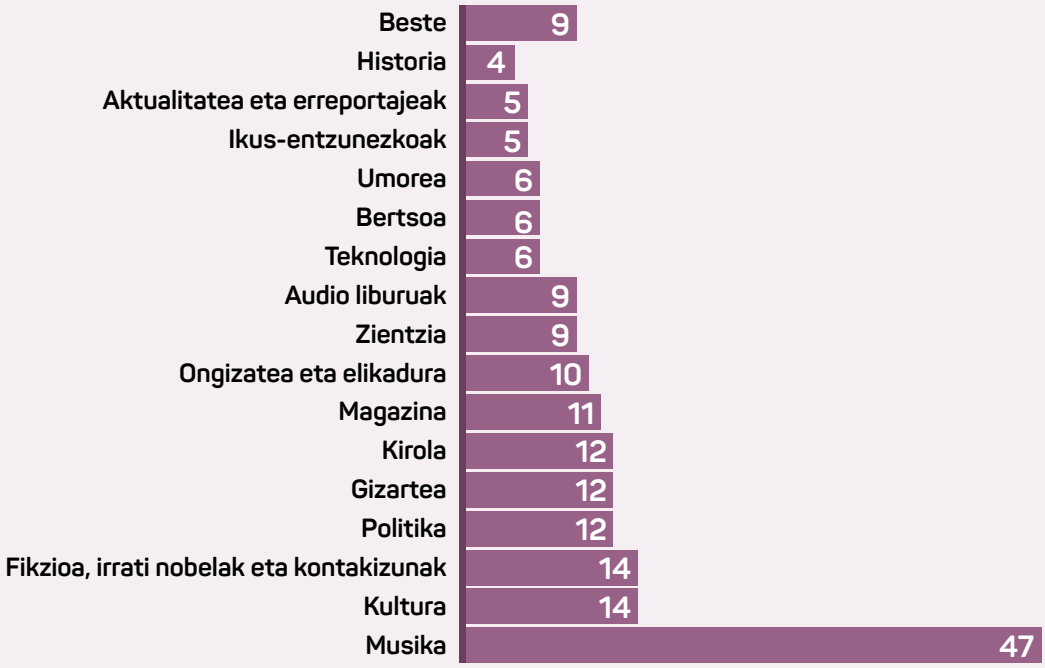
forma hartzen dute: gai baten inguruan gonbidatuak gehiago hitz egiten duenean esatariak galderak egin baino. Bestalde, elkarrizketa formatu tradizionalagora jotzen dutenak daude: galdera-erantzunetan oinarritutako hartu-eman batera mugatutakoak. Gonbidatu bat baino gehiago izatean debate forma hartzen dutenak ere badaude... Eta beste hainbat adibide.

2.5. Podcastak gaika

Euskarazko podcastak hainbat gairi buruzkoak dira: zientzia, kultura, memoria historikoa, historia, teknologia/IKTak, ikus-entzunezkoak, erreportajeak, filosofia, aukeratuak, bertsolaritza, politika, ongizatea, gizartea, elikadura, bidaia-abentura, haurrak, audio liburuak, irrati nobelak, aisia-fikzioa, umorea, kirolak, musika, magazina, kontakizunak, aktualitatea eta ezagutza.

Ondoko grafikoan ageri den bezala, musikari buruzko podcastak dira zati handi bat:

3. Irudia: **Podcast motak**



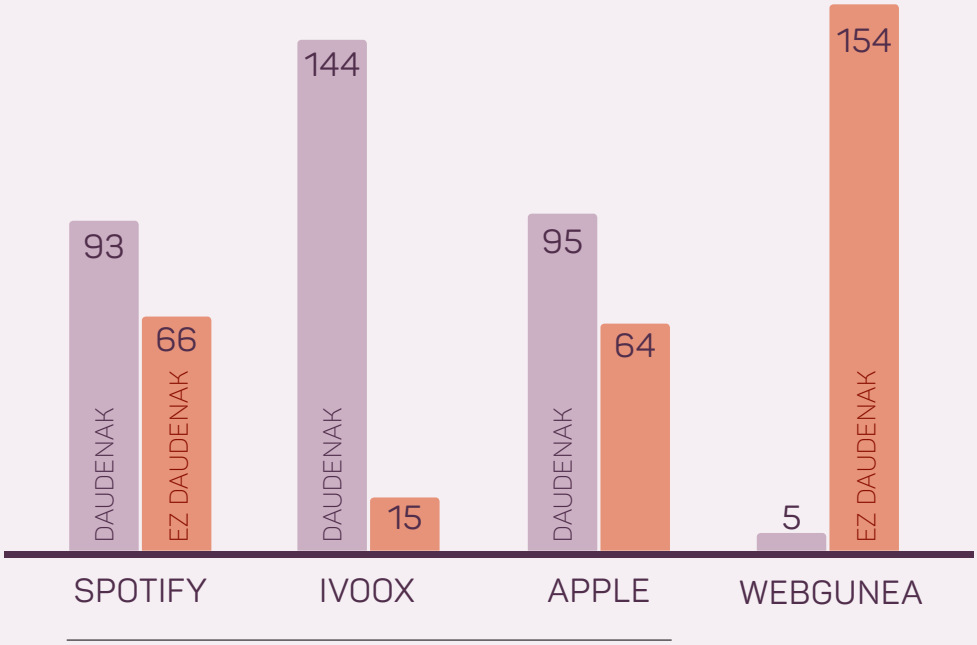
Iturria: Lanketa propioa

Zehazki, euskarazko podcasten % 25 dira musikari buruzkoak. Gainerako podcast-en pisua nahiko orekatua da, % 5 eta % 7ren artekoa gehienetan.

2.6. Podcastak entzuteko plataforma digitalak

Euskarazko podcast guztiak ezin dira plataforma guztietan entzun. Ia denak (% 90) entzun daitezke Ivoox plataforman. Haatik, podcasten % 60 eta % 58 baizik ez dira Apple Podcast plataforman eta Spotify plataforman, hurrenez hurren.

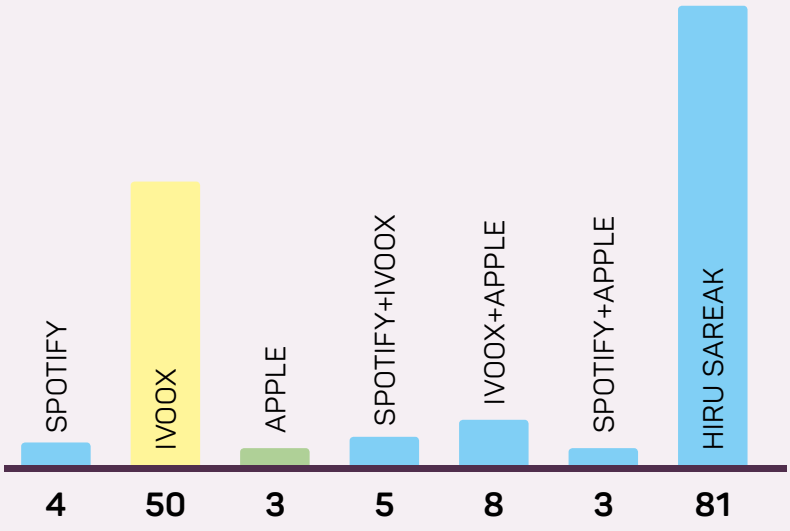
4. Irudia: **Plataforman daudenak eta ez daudenak**



Iturria: Lanketa propioa

Hainbat podcast plataforma batean baino gehiagotan entzun daitezke. Zehazki, Apple, Ivoox eta Spotify sareetan entzun daitezke podcasten % 51. Aldiz, podcasten % 31 Ivooxen baizik ezin dira entzun. Gainerakoak entzun litezke hiru horietako bitan, edo podcastarentzako webgunean soilik.

5. Irudia: **Podcastak plataformetan**



Iturria: Lanketa propioa

3. Ondorioak

Alde batetik, euskarazko podcast guztiak (191) entzun eta analizatu dira. Podcast ospetsu edo garrantzitsuenak hedabide ezagunenetan daude (EiTB, Naiz irratia, ZuZeu...), baina badira beste batzuk irrati alternatiboetan daudenak, eta hauek, hain ezagunak ez badira ere, ez dira gutxi. Arrosa Sarearen webgunean jasotzen dira azken hauetako gehienak eta bertan ez da nahitanahiezkoa hedabide konkretu baten parte izatea.

Teknologiak etengabe egin du aurrera azken urteetan, eta horrekin batera gero eta erabiltzaile gehiago batu dira sarera eta ondorioz, podcastetara. Gainera, pandemiaren ondorioz eragindako itxialdiak ere gorakada ekarri zuen podcasten entzule kopuruetan. Coelloren (2022) hitzetan, 2019an milioi bat podcast zeuden eskuragarri munduan; gaur egun, soilik Spotifyren katalogoan 3,2 milioi daude. Beraz, argi ikus daiteke podcasten arrakastaren arrazoi nagusienetarikoak teknologiak eta sareek izan duten aurrerapausoa eta COVID-19ak eragindako itxialdia izan direla.

Emakumeen presentziari erreparatuz, gero eta emakume gehiago batu dira fenomeno berri honetara esatari eta sortzaile gisa, gizonezkoen kopurua handiagoa bada ere. Emakume esatarien gorakadan zerikusi handia izan du hedabide tradizionaletan baino libreago sentitzen direla podcastetan; Carola Solék (2020) dioenez,

<<oraindik badago bidea egiteko, hedabideak gizonen menpe egon direlako tradizioz, eta, agian, podcastean iraultza txiki bat gertatzen ari da: emakumeok gure ahotsa indar handiz entzunarazten ari gara, beste hedabide batzuetan baino askoz gehiago. Ez bakarrik kezkatzen gaituzten gaietara bideratutako podcastak egiteko, baita munduarekiko gure ikuspegia eta perspektiba baliarazteko ere>>.

Euskal Herrian ere egoera berdina da, oraindik gizonezko gehiago dira esatari modura ibiltzen direnak, baina emakumeak ere beraien txokoa aurkitzen ari dira. Gainera, podcastek orokorrean aurrerakada izan duten bezala, Euskal Herrian ere haien arrakasta igotzen ari da eta gero eta eduki gehiago dago. Eduki hau aurki dezakegu hedabide tradizionaletan, Spotify bezalako plataformetan, eta baita podcast asko biltzen dituzten web orri desberdinetan ere. Esan beharra dago podcast batzuek beren web orri propioa dutela eta bertan euren atalak argitaratzen dituztela. Garrantzitsua da eremu digitalean euskarazko ikus-entzunezko edukien presentzia bermatzea, eta, era berean, premiazkoa litzateke Internet bidez kontsumitzeko filmetan eta telesailetan inbertitzea, baita horien kontsumoaren gaineko jarraipena egitea ere.

5. BIBLIOGRAFIA

Coello, I. (2022). Forbes. ***La fiebre del podcast: un negocio en femenino.*** *https://forbes.es/forbes-w/140154/la-fiebre-del-podcast-un-negocio-en-femeni no/*

Gambín, M. (2021eko abenduak 3). El Nacional. *https://www.elnacional.cat/es/cultura/empoderamiento-femenino-podcast_677 831_102.html*

Hernandez, J., & Martin, R. (2019ko urriak 23). Play radio: Solamente una vez. ***El fenómeno de los podcasts:*** *https://www.rtve.es/play/audios/solamente-una-vez/solamente-vez-fenomeno- podcasts/5420519/*

Mimenza, L. (2020). ***2020ko nazioarteko ekosistema mediatikoaren letra-zopa.*** Euskal Hedabideen Urtekaria, 21-38.*https://behategia.eus/wp-content/uploads/2021/07/urtekaria2020-web.pdf*

Etxebeste, A. (2021eko maiatzak 26). Berria. ***Euskararen aldekoa izango da apustua.*** *https://www.berria.eus/paperekoa/1857/028/001/2021-05-26/euskararen-aldekoa-izango-da-apustua.htm*

Abad, M. (2022). Forbes. ***La fiebre del podcast: un negocio en femenino***. *https://forbes.es/forbes-w/140154/la-fiebre-del-podcast-un-negocio-en-femenino/*

Sanchez, L. (2021eko irailak 30). El independiente. ***El 'podcast' en España tiene voz, y alma, de mujer.*** *https://www.elindependiente.com/tendencias/cultura/2021/09/30/el-podcast-en-espana-tiene-voz-y-alma-de-mujer/*

Cadenas, I (2020eko martxoak 6). El pais. ***El poder femenino en el podcast en español***. *https://elpais.com/elpais/2020/03/05/dias_de_vino_y_podcasts/1583444392_268680.html*

FEMINISMOA EUSKAL HERRIKO EUSKARAZKO PODCAST UNIBERTSOAN

Arantza Gutierrez-Paz, Tania Arriaga-Azkarate, Itxaso Fernandez-Astobiza
(UPV/EHUko Emakumeen Ikusgaitasuna Hedabideetan Ikerketa Taldea)

Podcasten garapena nabaria da azken urteotan. Milurtekoaren hasierarekin batera garaturiko teknologia izan arren, ia lehen hiru bosturtekoak behar izan dira egonkortzeko eta hedatzeko, bereziki sakelako telefono adimentsuen erabilera zein wifiaren kostu jaitsieraren ondorioz. Duela urte batzuetako podcast gehienek irratiraturiko saioen grabaketak nahieran entzuteko aukera ematen bazuten ere, gaur egun gero eta gehiago dira berezko podcast gisa sortuak, hau da, inolako irrati-programaziorekin loturarik ez dutenak. *Podcasting* delakoaren hedapenak ere entzuketa-ohituren aldaketa dakar, baita hizkuntza eta formatu berriak ere.

Komunikazio-fenomeno berria den neurrian, unibertsitatean ere horren inguruko ikerketak ugaritzen ari dira. Gure ikerketa honetan, Euskal Hedabideen 2021eko Urtekarian argitaratu genuen euskal hedabide feministen unibertsoaren atal bat garatzea dugu helburu; kontuan hartu ditugu azken urteotan sortu diren produktu berriak eta baita ere —aipamenek eta sariek agerian uzten duten bezala— hauek gizartean izan duten harrera. Beraz, honako artikulu honetan, euskaraz ekoizten diren podcast feministak zerrendatu eta aztertu ditugu. Hala ere, aurrekoan esan bezala, jakin badakigu formatuak berak eskaintzen dituen aukerak direla-eta, egon daitezkeela hemen jaso ez ditugun egitasmoak. Beraz, esan dezakegu hemen jasota daudenak badirela, eta ez daudenak eta direnak guri helaraztea eskertuko genukeela, euskal podcast feministen mapa ahalik eta osatuena egin dezagun.

1. Marko teorikoa

Podcast hitza *iPod + broadcast* hitzek osaturiko akronimoa da. Izan ere, teknologia honen helburua irratsaioak iPod erreproduzigailuan entzun ahal izatea zen. Lehenengo urratsa *Shotcast* izeneko sistema izan zen, Dannie J. Gregoire-k asmatutakoa; aurretik, Dave Winner-ek asmatu zuen atxikitako artxiboa (*enclosure*) RSS informazioa banatzeko sisteman sartzeko modua. Adam Curry-k *iPodder* programaren bidez, herritarren artean hedatu zuen *podcasting* egiteko sistema 2004an. Podcast izena *The Guardian* egunkari britainiarrak erabili zuen <<*Audible revolution: Online radio is booming*>>[1] izeneko artikuluan.

<<With the benefit of hindsight, it all seems quite obvious. MP3 players, like Apple's iPod, in many pockets, audio production software cheap or free, and weblogging an established part of the internet; all the ingredients are there for a new boom in amateur radio. But what to call it? Audioblogging? Podcasting? Guerilla Media?>>

Euskarazko lehenengo podcasta Gorka Juliok egindako *Teketen I-rratsaioa* izan zen, 2005ean[2], eta *iPodder* podcast plataforma ere berak euskaratu zuen[3].

Hasiera batean, baina, teknologia honek ez zuen arrakasta handirik lortu, eta irratsaio askoren grabaketak nahieran entzun ahal izateko aukera eskaintzen bazuen ere, formatua ez zen garatu eta saio tradizionalen osagarri moduan eskaintzen ziren horien grabaketak Interneten bidez; horretaz gain, podcast askok amateur izaera zuten. Richard Berryk (2015) eta beste aditu batzuek Podcasten birsortzea 2014an ezartzen dute, *Serial*[4] podcastaren emanaldian, hain zuzen ere. 12 ataletan, bikotea hil izana leporatuta betiko kartzela-zigorra betetzen ari zen Adnad Syed-en kasuaren jarraipena egin zuen Sara Koening kazetariak, eta kontakizunean zehar AEBetako entzuleriaren arreta mantentzea lortu zuen (Berry: 2015, 3). José Gamir-Ríos eta Lorena Cano-Orón ikerlariek diotenaren arabera, espainiar Estatuari dagokionez, podcasten kontsolidazioaren hasiera *Prisa* komunikazio-taldeak sorturiko *Podium Podcast* delakoarekin lotuta dago. Évelyne Cohenek (2019), bere aldetik, 2016an kokatzen du Frantziako podcasten hirugarren garaia, zeinetan irrati instituzionalek eskainitako saioez gain, berezko podcastak sortu ziren, haien artean BoxSons, Pascale Clark eta Candice Marchal kazetarien eskutik.

Gaur egun, dudarik gabe, gero eta entzule gehiago bereganatzen ari den fenomenoa dugu podcastgintza delakoa, baita Europan ere. Entzulerien neurketak egiten dituzten Médiamétrie enpresaren arabera, Frantzian 2022ko abenduan 142 milioi

1 *https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia.*
2 *https://teketen.com/2005/teketen-i-rratsaio-edo-podcasting-berria-0-zenb/.*
3 *https://teketen.com/2005/podcastinga-entzuteko-ipodder-programaren-euskarazko-alpha-bertsioa-atera-da/*
4 *https://serialpodcast.org/*

podcast entzun edo deskargatu ziren[5]. Espainiar estatuari dagokionez, iVoox-en behatokiaren 2022ko iraileko txostenaren arabera (Martínez: 2022), podcast-en entzuleen % 57,6 gizonezkoak dira eta % 42,4 emakumeak; 25-64 adin tartekoak dira, % 57k ikasketa unibertsitarioak ditu eta ia % 80k lana dauka. Gehien entzuten diren podcasten gaiak honakoak dira, hurrenez hurren: historia eta giza-zientziak; misterio eta beste errealitateak; politika, ekonomia eta iritzia; umorea eta entretenimendua; eta futbola.

Marta Ruedak (2022) iVoox-en 2021ean argitaratu ziren podcasten % 43, 27.600 orotara, emakumeek egindakoak izan ziren, eta entzuleria parekatuta zegoen gizonekiko. Emakumeen saio faboritoen inguruan honakoak azaltzen ditu, <<gaurkotasuneko elkarrizketak; moda, estilo eta tendentziak; gizarte eta bihotza; zinema, telebista eta ikuskizunak; eta ipuinak eta haurrentzako edukiak. Eta jarraian, umore eta entretenimendua, gastronomia edota finantzak eta legala>>.

Frantziako podcast independenteen *Acast* plataformak egindako ikerketaren arabera, gizonek (% 64) podcast gehiago ekoizten dituzte emakumeek (% 30) baino. Edukiei dagokienez, emakumeek gizartea eta kultura eta komediarekin loturikoak nahiago dituzte, eta gizonek, ordea, albisteak eta politika, entretenimendua (zinema eta musika), hezkuntza, teknologia eta kirola. Norberak egindako podcast independenteen kasuan, genero-parekotasuna dagoela dio txostenak; emakume sortzaileak, berriz, gehiengoa dira 26-39 adin-tarteko pertsonengan, baina alderantzizko joera ematen da adina igo ahala (Acast: 2022).

1.1. Podcast eta mugimendu sozialak

Podcast izena asmatu zuen Ben Hammersley-k berak, 2004an sortzen ari zen formatu berriari nola deitu galdetzen zuenean, <<*Guerilla Media*>> izendatzea ere proposatzen zuen. Zergatik, bada, hain zuzen ere, teknologia berriak ahalbidetzen zuelako norberak saioa egitea, baita argitaratzea ere, etxetik eta ia inbertsiorik gabe.

Manuel Castells komunikazio adituak ere uste zuen norbanakoen Internetek ahalbidetzen zuen masa-komunikazio horren bidez, mugimendu sozialek *mainstream media* direlakoei aurre egin ziezaieketela, informazioak kontrolatuz, gezurtatuz, eta baita edukiak ekoiztuz ere (Castells: 2006).

Ildo berean, 2007an Arantza Gutierrez Pazek[6] aurreikusi zuen audio-blogak orokorrean, eta podcastak zehazki, aukera berriak zabaltzen zizkiela mugimendu sozialei zein komunikazio alternatiboari. Izan ere, teknologiak ahalbidetzen zuen

5 *Médiamétrie (2023), La mesure des Podcasts en décembre 2022,* ***https://www.mediametrie.fr/fr/la-mesure-des-podcasts-en-decembre-2022***.

6 *Gutierrez-Paz, Arantza (2007): "Podcast o audioblogs, una vía alternativa para la radio pendiente de contenidos"; Flores Vivar, Jesús Miguel eta Cebrián Herreros, Mariano (koord): Blogs y periodismo en la red, 452-457 or.*

norberak saio bat egin ahal izatea, eta, beraz, nabarmen errazten zen nahi zen entzuleriarengana iristea. Horretaz gainera, kostuak eta azpiegitura beharrak nabarmen merkatzen ziren, emititzeko baimen administratiboaren exijentziarik gabe, gainera.

Mathilde Wattecampsen ustez (2019), berezko podcastak gizartea eta bere arauak kolokan jarri ahal ditu; alde batetik, audioak gaien tratamendua errazten du telebistarekin konparatuta, eta masa komunikazioko euskarria ez denez, ahalbidetzen du kontsentsurik gabeko gaiez aritzea. Beste aldetik, podcastetan lehenengo pertsonan hitz egiten da, hurbileko solasaldi batean; ikuspegi pertsonal horretan, askotan komunikabide handietan aipatzen ez diren historiak azaltzen dira[7]. Ekoizteko errazak, hedabide handietan agertzen ez diren kontakizun alternatiboak zabaltzeko aukera ematen dute.

1.2. Podcastak mugimendu feministaren komunikazio-tresna moduan

Teresa Piñero-Otero eta Xabier Martínez-Rolán ikertzaileek (2020) Internet automediazio feministaren toki gisa aztertzen dute. Izan ere, amarauna oso esparru maskulinizatua ere badela azaldu arren, mugimendu feministak zibe-raktibismoaren bidez bere diskurtsoa argitaratzeko bitartekotzat erabili izan du. Teresa Piñeiro-Oterok dionaren arabera, Internetek eskaintzen dituen baliabideek ahalbidetu dute emakumeek beren perspektibak eta interesak agenda publikoan sartzea, *mainstream media* deiturikoetan nagusitzen den gai-zerrenden gainean. Ildo horretan, ahalbidetu ditu ere <<komunikabideetan agertzen ez diren albisteak jasotzea, tratamenduaren fokua aldatzea, ahots berriak sartzea edo berrikuspen historikoa[8] genero ikuspegia duen errealitateen irakurketaz gain, eskaintzen duten ikusgaitasun eta hedapena>> (2021, 234).

7 *Nouvelles Ecoutes a ainsi produit, depuis son lancement en 2016, des podcasts sur des thèmes rarement traités ailleurs ‹des récits personnels autour du coming out dans « Quouïr » ou bien une manière décalée de faire de la prévention avec « Qui m'a filé la chlamydia? ». Binge Audio développe un podcast traitantdes questions raciales avec « Kiffe ta Race », lancé par Rokhaya Diallo et Grace Ly, ou encore une interrogation sur les standards de beauté dominants et leurs conséquences avec « Miroir Miroir » par Jennifer Padjemi. La société de production BoxSons revendique ce parti pris › « Nous proposons une écriture très subjective.Ici, pas de pseudo-neutralité journalistique ». (Wattecamps, 2019, 38)*

8 *Piñeriro-Oterok berrikuspen hau herstoria deituriko kontzeptuarekin lotzen du.*
Oxford hiztegiaren arabera, honakoa da Herstoria kontzeptuaren esanahia‹ Feminist history, or history viewed from a female or feminine perspective. The word was coined by militant feminists in the US in 1970, although the standard word history is not, in fact, a compound of his + story but derives from the Greek and Latin historia, meaning narrative. See also political correctness, pseudomorpheme. herstorian n. A writer of herstory. [From her + story, intended to resemble history]

2. Helburuak eta metodologia

Artikulu honetan, azken urteotan euskaraz argitaratu diren podcast feministak jaso, sailkatu eta aztertu ditugu.

Metodologiari dagokionez, ikerketa honetan kontuan hartu dira sarean emititzeko sortu diren berezko saioak, nahiz eta horietako batzuk irrati-parrila batean ere eman diren. Ez dira kontuan hartu, ordea, irratsaioen grabaketak, nahieran eskainitakoak, horien azterketa jaso baikenuen Behategiaren 2021eko Urtekarian[9]. Saio batzuk maiztasunez emititzen dira; beste batzuk, aldiz, webgunean dauden datarik gabeko atalak dira.

Esan bezala, lanaren helburua da euskaraz ekoizten diren podcast feministen mapa ahalik eta osatuena egitea, baita haien ezaugarri nagusiak azaltzea ere, etorriko diren ikerketei baliagarria izango zaien oinarria finkatzeko asmoz.

Saio bakoitzaren fitxa bat jaso da, honako datuekin: edukia (gaia), argitaratzeko aldizkakotasuna (maiztasuna), atal bakoitzaren iraupena, erabiltzen den irrati-generoa (formatua) eta argitaratzen den euskarri nagusia. Izan ere, podcast gehienak plataforma batetik baino gehiagotik hedatu egiten dira. Guretzat ere garrantzitsua da jakitea ea audio-podcasta den edo ikus-entzunezkoa.

3. Podcast feministak

3.1. Podcast feministak Frantzian, Espainian eta Euskal Herrian

Esan bezala, feminismoak edo, hobeto esanda, talde eta ekintzaile feministek, oso tresna egokitzat jo dute podcasta. Espainiar estatuaren kasuan, podcast feministen ugaritzea dela eta, horien zerrendak topatzen ditugu hainbatetan; kasu batzuetan, aldiz, ikuspegi feminista dutenak eta emakumeek egindakoak nahasten dira; beraz, ez da erraza sailkatzea.

Frantziar podcast feministen artean, aipatzekoak dira honako hauek: *Quoi de Meuf ?* (Nouvelles Ecoutes)[10], *Yesss*[11] , *Un podcast à soi* (ARTE Radio)[12], *La*

9 Gutierrez-Paz, Arantza; Fernandez-Astobiza, Itxaso (2022): Kazetaritza feminista Hego Euskal Herrian, Behategiaren Urtekaria 2021; 161-193.
10 *https://nouvellesecoutes.fr/podcast/quoi-de-meuf/*
11 *https://yessspodcast.fr/*
12 *https://www.arteradio.com/emission/un_podcast_soi/1092*

Poudre[13], *Les Couilles sur la Table*[14] ,*Vénus s'épilait-elle la chatte*[15], *La Menstruelle*[16], *Conquérantes*[17], *Cher Corps*[18], *Sorociné podcast*[19] eta *Entre nos lèvres*[20].

Espainiar podcast feministei dagokionez, aitzindarietako bat dugu *Sangre Fucsia*[21] (Agora), 2013an sortua. Bost urte beranduago sortu zuten *Radiojaputa*[22], urtebeteko isiltasun baten ondoren berriz martxan dagoena, 6. denboraldia abian jarri duena. Polemikoa izan da *Estirando el Chicle*[23] (Podium) komedia lantzen duena. *El Patio*[24] saioak futbol femeninoa du ardatz, eta *Fan Grrrl*[25] saioak entretenimendua. Horietaz gainera, esan beharra dago kate konbentzionalek ere feminismoa ardatz duten saioak eskaini dituztela: *Radio 3*-ko *Ellas Bailan*[26] *Radio 5*-eko *Ellas Pueden*[27], *SER* kateko *Tramas maestras*[28] eta *Las Chicas*[29] edota Sevillako *Radiópolis* irratiko *Feminópolis*[30].

Euskal Herrian, genero ikuspegia lantzen duten gaztelaniaz ekoizturiko podcasten artean, Bilboko Herri Irratiak webgunean eskaintzen duen *Gafas violeta para cerca y para lejos*[31] izenburuko saioa aipatu beharra dago; Cáritas Bizkaia eta Emakundek bultzaturiko proiektua da eta Vanesa Galego Carrillo Pedagogian doktoreak eta gizarte hezitzaileak indarkeria matxistaren inguruko gogoeta egiten du. Bestalde, Antxetamedia (Antxeta irratia) dugu ikuspegi feminista duten edukien sortzaile garrantzitsua. Kasu batzuetan administrazioaren diru-laguntzaren bidez garaturiko proiektuak dira; beste batzuk, aldiz, elkarte edo egitasmo feministekin batera garatuak. Aipatzekoa da gaztelaniaz ekoizturiko 2022 urteko Hitz Arnas Bide egitasmoaren barruan, *Gorputz Zurien Dekolonizazioaz*[32] izenburua duena, izenburuak dioen bezala, arrazan oinarrituriko intersektorialitatearen inguruko hausnarketa du hizpide eta Laura Alfarok gidatzen du. Galdakaoko Mozoilo irratian *Sorginkeria*[33] eskaintzen da, podcast honek Twitterren soslai aktiboa du. Bere aldetik, Inurri elkarteak minbiziaren inguruko *Dragón Cáncer*[34] podcasta du gaztelaniaz. Ikusiko dugunez, beste bat ekoizten du euskaraz, *(Min)bizi*, hurrengo puntuan jasoko duguna.

Hurrengo atalean euskarazko saioen azterketa egingo dugu.

13 *https://podmust.com/podcast/la-poudre/*
14 *https://www.binge.audio/podcast/les-couilles-sur-la-table/*
15 *https://open.spotify.com/show/18G7BNctrscCka3OoJpwnE*
16 *https://podcast.ausha.co/la-menstruelle*
17 *https://www.madmoizelle.com/podcast/conquerantes*
18 *https://www.youtube.com/channel/UCzgvmRCmKrSM7rxCnj1nUig/search?query=cher+corps*
19 *https://www.sorocine.com/podcast*
20 *https://smartlink.ausha.co/entrenoslevres/*
21 *https://sangrefucsia.wordpress.com/*
22 *https://radiojaputa.com/*
23 *https://www.podiumpodcast.com/podcasts/estirando-el-chicle-podium-os/*
24 *https://www.youtube.com/watch?v=fG1q0XQ6mBY*
25 *https://www.ivoox.com/podcast-fan-grrrl_sq_f1265162_1.html*
26 *https://www.rtve.es/play/audios/si-no-puedo-bailar/*
27 *https://www.rtve.es/play/audios/ellas-pueden/*
28 *https://cadenaser.com/cadena-ser/tramas-maestras/*
29 *https://cadenaser.com/cadena-ser/las-chicas/*
30 *https://www.ivoox.com/podcast-feminopolis-programa_sq_f1393848_1.html*
31 *https://radiopopular.com/podcast/gafas-violeta-para-cerca-y-para-lejos-2/*
32 *https://www.antxetamedia.eus/es/gorputz-zurien-dekolonizazioaz*
33 *https://mozoiloirratia.eus/timetable/event/sorginkeria/.*
34 *https://www.pikaramagazine.com/category/podcast/dragon-cancer/*

3.2. Euskarazko podcast feministak

PODCAST	TEMATIKA	SORTZAILEA	LINKA
Ahapetik	emakume sortzaileak	ANTXETAMEDIA	*Https://www.antxetamedia.eus/es/ahapetik/*
Ama(t)Asunak	amatasunak	SABELETIK MUNDURA ELKARTEA	*Https://www.ivoox.com/perfil-sabeletikmundura_a8_listener_24259047_1.html*
Arduraz komunika dezagun	Komunikazio feminista	ANTXETAMEDIA	*Https://www.antxetamedia.eus/es/arduraz-komunika-dezagun-2/*
Benetan Zabiz	entretenimendua	EITB PODKAST (GAZTEA)	*https://www.eitb.eus/eitbpodkast/bizitza/gizartea/benetan-zabiz/*
Berria FM	askotarikoak	BERRIA	*https://www.berria.eus/podcast/berria-fm.html*
Bertikala	entrenimendua	BERTIKALA	*Hhttps://www.youtube.com/@__bertikala__*
Borroka, maitasun eta traizio istorioak	feminismoaren historia	ARGIA	*Https://www.argia.eus/multimedia/borroka-maitasun-eta-traizio-istorioak/aurkezpena-eta-aurrekariak-borroka-maitasun-eta-traizio-istorioak*
Emakume sindikalistak frankismoaren garaian	Feminismoaren historia	ANTXETA	*Https://www.antxetamedia.eus/es/emakume-sindikalistak-frankismo-garaian/*
Emakume zientzialarien argitan	Zientzia	ELHUYAR - DONOSTIA KULTURA IRRATIA	*Https://www.donostiakultura.eus/eu/festak/zer-berri/aktualitatea/albisteak/emakumea-zientzia-argitan-albistea*
Gorputz Zurien dekolonizazioa	Migrazioa, arrazakeria	ANTXETA	*Https://www.antxetamedia.eus/es/gorputz-zurien-dekolonizazioaz/*
Hazka	Gizarte gaiak	ATARIA	*Https://ataria.eus/komunitatea/hazka*
Indarkeria matxistaren aurka konpromisoz komunika dezagun	Komunikazioa – Indarkeria matxistaren aurka	ANTXETA	*https://www.antxetamedia.eus/es/indarkeria-matxistaren-aurka-konpromisoz-komunika-dezagun/*
Kirolari Gaittun	Kirola	NAIZ	*Https://www.youtube.com/@kirolarigaittun4440*
Lokatza	Feminismoa	EITB	*Https://www.eitb.eus/eitbpodkast/jakintza/kultura/lokatza/*
(Min)bizi	Minbizia	IÑURRI ELKARTEA	*Https://www.argia.eus/multimedia/minbizi/*
Uhin Ultramoreak	Zientzia	EITB - ELHUYAR	*Https://zientzia.eus/zientzia-irratia/iturria/uhin-ultramoreak/*
Zaretelako gara	Zaintza	ANTXETA	*Https://www.antxetamedia.eus/es/zaretelako-gara-1/*

Ahapetik

Antxeta Irratiaren web atarian jasotzen denaren arabera, <<Ahapetik, euskal emakume sortzaileen ataria da. Hilean behin euskal emakume artista bat elkarrizketatzen dugu, urte anitzez itzalean egon dena, aktualitatearen lehen lerrora

eraman nahi dugulako>>. Gaur egunera arte 20 ataletan beste hainbeste emakume artista elkarrizketatu dituzte. Antxetaren webgunean ez ezik, gainerako Euskal Irratietan ere entzungai dago.

- **Gaia:** emakume sortzaileak
- **Maiztasuna:** hilabetero
- **Iraupena:** 50 minutu inguru
- **Formatua:** elkarrizketa
- **Euskarria:** Antxeta (audioa)

Ama(t) Asunak

Sabeletik mundura elkartearen eskutik, Nahia Alkortak zuzentzen du saio hau, zeinetan amatasunak diren hizpide ikuspegi feminista batetik. Haiek haien burua horrela aurkezten dute: <<Amak. Amatasunak. Gozoak eta garratzak. Amatasunaren asunak>>.

- **Gaia:** amatasuna
- **Maiztasuna:** ez du maiztasun finkorik
- **Iraupena:** 20-25 minutu
- **Formatua:** elkarrizketa
- **Euskarria:** iVoox (audioa)

Arduraz komunika dezagun

Antxeta mediak ekoizturiko 8 ataleko podcast bat da. Horretan komunikazio eta kontakizun feministaren inguruan hitz egiten da emakume aditu eta arituekin.

- **Gaia:** komunikazio feminista
- **Maiztasuna:** maiztasunik gabe
- **Iraupena:** 15-20 minutu
- **Formatua:** elkarrizketa
- **Euskarria:** Antxeta (audioa)

Benetan zabiz

Aitziber Grados eta Malen Altunak gidatzen duten <<podcast gazte eta lotsagabea da, umoretik entretenimendurako sortua>>. EITBko Gaztea katean eskaintzen zen sekzio batetik sortu zen, eta podkasta ere Gaztean eskaintzen da. Sare sozialetan, Instagramen, Tik Tok-en ere profila dute.

- **Gaia:** entretenimendua
- **Maiztasuna:** astero.
- **Iraupena:** ordu t'erdi inguru
- **Formatua:** magazina
- **Euskarria:** EITB podkast (audioa) + sare sozialetan (Instagram, Tik-Tok, besteak beste)

Berria FM

Euskarazko lehen podcast feminista dugu Berria FM, 2019ko azaroan hasi zen emititzen Maider Galardi F. Agirre kazetariak gidatuta. <<BERRIA egunkariaren podcast feminista da *Berria FM*. Puri-purian dauden gaiei genero ikuspegitik heltzeko espazioa>> Hasieran hamabostero emititzen bazuen ere, ondoren hilean behin eskaintzera pasatu zen. Euskal Kazetarien elkarteak saritu zuen 2022an, Kazetaritza digitala-Narratiba berriak izeneko atalean.[35]

Berria egunkariaren webgunean ez ezik, hainbat plataformatan ere topa daiteke. 2022ko abenduan azken atala emititu zuen, Galardiren hitzetan: <<Berriak segituko du podcast feminista bat edukitzen, baina eraberritzeko atseden hartzea tokatzen da orain>>[36]. Lau denboralditan 44 saio argitaratu ditu, eta askotariko gaiak eta gonbidatuak ukitu dira, euskal gatazka, zientzien aurkikuntzak, pandemia, gerra..., beti ere ikuspegi feministatik.

- **Gaia:** askotarikoak (politika, gizartea, osasuna, kirola...)
- **Maiztasuna:** hilabetero
- **Iraupena:** 25-40 minutu
- **Formatua:** elkarrizketa
- **Euskarria:** Berria (audioa)

Bertikala

Podcast honen bigarren denboraldia hasi zen urrian, aurreko urtean 4 ataleko proba moduko 0 denboraldia egin eta gero. Tabakalera Kultur erakundetik 2022ko udaberrian sorturiko saioa da, Sara del Río Loyarte eta Laura Ré dira saioaren gidariak eta Kattalin Miner ari da kolaboratzaile moduan. Beraiek elkarrizketa batean esandakoaren arabera, *Podium Podcast* plataformaren *Estirando el Chicle*[37] saioa izan zuten erreferente berea sortzeko.

- **Gaia:** entretenimendua
- **Maiztasuna:** hamabostero
- **Iraupena:** ordubete inguru
- **Formatua:** solasaldia
- **Euskarria:** Youtube + sare sozialak (Tik Tok, besteak beste)

Borroka, Maitasun eta Traizio istorioak

Argian argitaraturiko podcasta da. Estitxu Eizagirre kazetariak gidatuta, Beatriz Rubiorekin dituen elkarrizketen bidez feminismoaren historia azaltzen da, bederatzi saiotan. Helburua ikastetxeetan erabiltzeko tresna pedagogikoa sortzea izan da. Soinua ez ezik, irudia ere badu podcastak, eta Rubiok prestaturiko material grafikoa ere ikusgai du entzuleak.

35 Urkizu, Urtzi (2022) 'Berria FM' saritu du Euskal Kazetarien Elkarteak, Berria, 2022ko urriaren 15, *https://www.berria.eus/albisteak/219443/berria-fm-saritu-du-euskal-kazetarien-elkarteak.htm.*

36 Galardi F. Agirre, Maider (2022): Oinez segitzeko zapata berria, Berria FM, 2022ko abenduaren 21, *https://www.berria.eus/podcast/berria-fm.html*

37 *https://www.podiumpodcast.com/podcasts/estirando-el-chicle-podium-os/*

Aurkezpenean esandakoaren arabera,

<<Feminismoaren historiara hurbilpen txiki bat egin asmo du 'Borroka, maitasun eta traizio istorioak' podkastak. Beatriz Rubio irakaslearen azalpenek feminismoaren historian ezagunak diren hainbat autoreren bizitzei buruz apur bat gehiago jakiten eta egungo feminismoen oinarriak hobeto ulertzen lagunduko digute (...) Motz geratu zaizkigunak nahi genituen emakume guztiak sartzeko, horregatik mugatu gara, bereziki, Europa eta AEBetako mugimenduetara. Jakitun, historia oso baten zati txiki bat besterik ez dela>>[38].

- **Gaia:** feminismoaren historia
- **Maiztasuna:** maiztasunik gabe
- **Iraupena:** 15-25 minutuko saioak daude
- **Formatua:** elkarrizketa
- **Euskarria:** Argia (ikus-entzunezkoa)

Emakume sindikalistak frankismoaren garaian (Antxeta Irratia)
2020an garaturiko bi ataleko podcast honetan, Pili Moreno, Nati Rufo eta Pili Urkia sindikalistek haien bizipenak kontatzen dituzte, honako hiru galderei erantzunez: Zein errealitaterekin egiten zuten topo egunerokotasunean emakume sindikalistek Frankismo garaian? Nola antolatzen ziren? Nola ekiten zuten? 30 minutuz haien bizipena kontatzen dute.

- **Gaia:** feminismoaren historia
- **Maiztasuna:** maiztasunik gabe
- **Iraupena:** 30 minutu
- **Formatua:** elkarrizketa
- **Euskarria:** Antxeta (audioa)

Emakume zientzialarien argitan
Donostia Kulturak eta Elhuyarrek emakume zientzialarien hitzaldi-sorta antolatu zuten eta podcast moduan eskaini zituzten bai Elhuyarren webgunean zein Donostia Kultura irratian.

- **Gaia:** zientziak
- **Maiztasuna:** ez du maiztasunik
- **Iraupena:** ordubete inguru
- **Formatua:** hitzaldia
- **Euskarria:** DK irratia eta Elhuyar-en webgunea (audioa)

Indarkeria matxistaren aurka konpromisoz komunika dezagun (Antxeta Irratia)
Bozak[39] elkartearekin batera garaturiko egitasmoa da. Bere webgunean azaltzen duenaren arabera, Bozak emakume gazteek osaturiko elkartea da, komunikazio

38 *https://www.argia.eus/multimedia/borroka-maitasun-eta-traizio-istorioak.*
39 *https://www.bozak.eus/*

feminista bultzatzea dute helburu eta horretarako, tresna egokitzat jotzen dute irratia[40]. 2020 urtean garatu zen egitasmo honetan, emakume kazetariek zein genero-gaietan adituek 14 ataletan azaltzen dute nola informatu behar den indarkeria matxistaren inguruan eta azken honi nola aurre egin komunikazioaren bidez.

- **Gaia:** zientziak
- **Maiztasuna:** ez du maiztasunik
- **Iraupena:** ordubete inguru
- **Formatua:** hitzaldia
- **Euskarria:** Antxeta (audioa)

Hazka

Tolosaldeako Ataria agerkarian, Irma Arnaiz, Onintza Lasa, Eider Olazar eta Itzea Urkizuk egiten duten podcasta. Webguneko aurkezpenean honakoa irakur daiteke: <<Gertatzen direnek eta zaizkigunak sortzen digute azkura. Barruko ezinegon horri, kanpotik eta barrutik ertzetik eta zentrotik, goitik eta behetik, HAZKA egitera gatoz>>. Hilaren azken asteartean argitaratzen dute.

- **Gaia:** feminismoa
- **Maiztasuna:** hilabetero
- **Iraupena:** 50 minutu
- **Formatua:** magazina; elkarrizketak garrantzia handia du
- **Euskarria:** Ataria (audio)

Kirolari Gaittun

Ane Urkiri kazetariak eta Maddi Garmendia teknikariak ekoizten duten podcast bat da, emakumeen kirola duena hizpide. Emakumeen kirolari buruz ari zen *El Patio*[41] izeneko programa erreferente moduan hartuta sortu zuten, euskaraz. Garmendiak Goierriko Hitzari egindako elkarrizketa batean aitortu bezala, teknologia berriek emandako aukerez baliatu ziren egitasmoa abian jartzeko, irrati baten beharra izan barik.

<<Merke egin nahi baduzu eta zuk nahi duzun programa egin nahi baduzu, ezin zara irrati batean hasi. Hor lotuta zaude: ordutegiak, denbora, gaiak... Spotify dohainik da eta aukera bat ematen zigun gure saioa zabaltzeko. Beraz, inbertsio handirik gabe, etxean daukagun materialarekin hasi gara>>[42].

40 *"Irratia erabiltzen dugu lanerako tresna gisa. Irrati komunitarioa zehatzago esanez. Eraldaketarako eta aldarrikapenetarako tresna eraginkorra dela uste baitugu, eta hitza bera,* hitz egiteko eskubidea, zein entzuna izateko eskubidea pertsona ororena dela sinisten dugulako" (***https://www.bozak.eus/***).

41 ***https://www.youtube.com/watch?v=fG1q0XQ6mBY***

42 Agirre, Loinaz (2021): «Aldarrikatzeko modu bat da Kirolari Gaittun, hemen gaudela esateko», Goierriko Hitza, 2021eko abenduaren 9,
https://goierri.hitza.eus/2021/12/09/aldarrikatzeko-modu-bat-da-kirolari-gaittun-hemen-gaudela-esateko/

Spotifyn ahots bidez emititzetik Youtubera salto egin zuten, irudia ere jarrita. Bigarren denboraldian, aldiz, Naiz Irratiarekin elkarkidetza iragarri zuten 2022ko azaroan[43]; horretaz gainera, podcast.eus plataforman entzun daiteke.

- **Gaia:** emakumeek egindako kirola
- **Maiztasuna:** hilabetero
- **Iraupena:** ordubete inguru
- **Formatua:** elkarrizketa
- **Euskarria:** Youtube (ikus-entzunezkoa)

Lokatza (EITB Podkast)

2021eko martxotik ekainera bitartean 8 atalez osaturiko podcast hau EITB podcast plataforman dago eskuragarri. Ainara Lasak, Amagoia Gurrutxagak, Idurre Eskisabelek eta Lorea Agirrek gidatuta, <<Lokatza podcasta egungo mundua feminismoaren begiradatik aztertu eta ulertzeko saiakera da, mundua lokatzetan jartzekoa>>. Elkarrizketek, iritziek eta musikak osaturiko saioak dira. Ondas saria jaso zuen 2022an.

- **Gaia:** feminismoa
- **Maiztasuna:** maiztasunik gabe
- **Iraupena:** 45-50 minutu
- **Formatua:** sakoneko erreportajea
- **Euskarria:** EITBpodkast (audioa)

(Min)bizi

Argia aldizkariaren webgunean eta Youtuben entzun daitekeen saioa da, Inurri elkarteak egindakoa: <<Inurri Elkartearen podkast saio berria da. Diagnosia jaso zutenean entzun nahiko zuketen informazioa eta bizipenak bildu dituzte bederatzi ataletan. Olatz Mercaderrek gidatzen du saioa, eta adituak zein minbiziaren prozesua gorpuztu dutenak gonbidatu dituzte>> (Argia podcastak)[44].

2022ko azaroaren 23an estreinatu zuten eta 9 atal egin dituzte (2023ko urtarrilaren 30ean, horietako 7 daude argitaratuta). Antxeta irratian ere argitaratu zen aurretik[45]. 2023ko Argia saria jaso du podcastak, entzunezko atalean[46].

- **Gaia:** minbiziaren inguruko bizipenak
- **Maiztasuna:** saio batzuen artean astebeteko tartea dago eta beste batzuen artean, adiz, 15 egunekoa
- **Iraupena:** 45-50 minutu
- **Formatua:** elkarrizketa
- **Euskarria:** Argia media (audioa)

43 *https://irratia.naiz.eus/eu/info_irratia/20221119/kirolari-gaittun-podcastak-naiz-irratian-hasiko-du-bigarren-denboraldia*

44 *https://www.argia.eus/multimedia/minbizi/minbizi-07-ba-al-dakigu-gure-burua-zaintzen*

45 *https://www.antxetamedia.eus/es/bidelagun/*

46 Argia (2023), Entzunezko Argia Saria: (Min)bizi, Argia, 2023ko urtarrilaren 27, *https://www.argia.eus/albistea/entzunezko-argia-saria-minbizi-podkasta.*

Uhin ultramoreak

2022ko azaroaren 9an estreinatu zen EITB Podkast atalean, Elhuyarrekin lankidetzan. Alaitz Ochoa de Eribe Agirre eta Ana Galarraga Aiestaran zientzialariek gidatzen dute saioa, eta webgunean azaltzen denez <<zientzia eta teknologiaren inguruko gaiez hitz egingo dute, ikusten ez den hori ateratzeko teknikaz baliatuta, eta gaurkotasun zientifikoaren berri emango dute, mito hedatuenak desmuntatzen. Besteak beste, emakume zientifikoen lanaz arituko dira>>.

- **Gaia:** zientzia eta teknologia
- **Maiztasuna:** saio batzuen artean astebeteko tartea dago eta beste batzuen artean, aldiz, 15 egunekoa
- **Iraupena:** 30 minutu inguru
- **Formatua:** esatarien arteko solasaldia
- **Euskarria:** EITB podkast (audioa)

Zaretelako gara

Antxeta mediak bultzaturiko podcast honetan, menpekoak diren pertsonen zaintzaz arduratzen diren emakumeen bizipenak jasotzen dira hogei minutuko sei ataletan. Gipuzkoako Foru Aldundiaren diru-laguntza jaso zuen egitasmoak.

- **Gaia:** zaintza
- **Maiztasuna:** maiztasunik gabe
- **Iraupena:** 20 minutu inguru
- **Formatua:** elkarrizketa
- **Euskarria:** Antxeta (audioa)

Orotara, euskaraz ekoiztutako 17 podcast feminista jaso ditugu gure ikerketan, baina soilik horietako zazpi argitaratzen dira gaur egun. 2022ko abenduan, adibidez, *Berria FMren* azken atala iragarri zuen Maider Galardi F. Agirrek, geldialdi horren ondoren, beste podcast batek bere tokia hartuko duela aurreratuz. Jarraitzen ez duten gainerakoak, hasiera eta amaiera izan duten egitasmoak izan dira, besteak beste, Argiak egindako *Borroka, Maitasun eta Traizio istorioak* eta *Emakume sindikalistak frankismoaren garaian*. Gaur egun, agerkari digitalean eskaintzen du *(Min)bizi*, Iñurri elkarteak ekoiztutakoa. Elkarte berak gaztelaniaz antzeko podcasta egiten du, *Dragón Cáncer* izenekoa, Pikara Magazinean eskuragai dagoena. Beste alde batetik, podcast independente moduan jaio zen *Kirolari Gaittun*, emakumeen kirolari buruzkoa, gaur egun Naiz Irratian ere eskaintzen da. Horretaz gain, Tolosaldeko Ataria agerkarian mugimendu feministaren eskutik *Hazka* saioa eskaintzen dute. Euskal Irrati Telebista talde publikoak ere baditu ikuspegi feminista duten bi podcast, Gaztea irrati katearekin lotura duen *Benetan Zabiz* eta Elhuyarrekin batera ekoitzitako *Uhin Ultra Moreak*. Bi hauek EITBpodkast plataforman ez ezik, beste batzuetan ere entzun daitezke (Spotify da hauek entzuteko bide nagusia). Aurretik, eta aipaturiko plataforma estreinatzeko, *Lokatza* izeneko feminismoari buruzko saioa aurkeztu zuen hedabide publikoak,

Antxeta Mediak indarkeria matxista, komunikazio feminista edota zaintzari buruzko maiztasunik gabeko podcastak eskaintzen ditu; normalean beste proiektu zabalen

barruan, eta Berdintasun erakundeek (Emakundek eta Gipuzkoako Foru Aldundiko Berdintasun Sailak, besteak beste) diru-publikoz babestuak. Nabarmentzekoa da irratsaio horien artean *Gorputz Zurien Dekolonizazioa*, baina hau gaztelaniaz eskaintzen dute.

Sara del Rio Loyartek eta Laura Rek egiten duten *Bertikala* saioa independentea da, eta ez dago ezein komunikabiderekin lotuta. Donostiako Tabakalera zentroan sortua, Youtuben zein beste plataformatan ere eskaintzen da. Kasu honetan, gazteei zuzendutako *Benetan Zabiz* bezala, TikTok eta gazteek erabiltzen dituzten beste sare sozialek ere garrantzi handia dute komunitatea osatzeko, eta eduki batzuen hedapena lantzen da horietan, baita feedbacka jaso ere.

Gehienak audio-podcastak diren arren, *Kirolari Gaittun*, *Bertikala* eta *Borroka, maitasun eta traizio istorioak* ikus-entzunezkoak dira, baina irrati-formatua dutenak.

Ez dago egunero eskaintzen den saiorik, eta astero bi saio eskaintzen dira, nahiz eta batzuetan bi asteko tartea dagoen *Uhin Ultramoreak* saioaren atal batetik hurrengora. Saioen iraupena 15 eta 75 minuturen artekoa da. Ivoox-en behategiak egindako txostenean (2022:12) jasotakoaren arabera, podcasten entzuleek ez dute inolako arazorik saioen iraupenarekin, beti ere gaia beren interesekoa bada, eta 45 minututik gorakoak nahiago dituzte 10 minututik beheragokoak baino.

Gaien artean azaltzen dira: pentsamendu feminista; kirola; osasuna; zaintza; amatasuna; historia; emakumeek historian, gizartean edo kulturan betetzen duten papera; indarkeria matxistak; gaurkotasuna; edota komunikazioa.

4. Ondorioak

Ikerketan argi geratu denez, euskarazko podcast feministek pisu handia dute podcasten eskaintzan; izan ere, Euskal Herrian ofizialak diren gainerako hizkuntzatan, frantsesa eta gaztelania, dauden podcast gehienak estatu mailan ekoizturikoak dira. Eta gaien aniztasunak ere agerian uzten du euskararen/euskalgintzaren eta feminismoaren artean azken hamarkadan ematen ari diren sinergiak eta feminismoaren intersekzionalitatea.

Formatuari dagokionez, elkarrizketa edo solasaldiak nabarmentzen dira, baita horien barruan bizipenen azalpena ere. Subjektutik egindako komunikazio eta kazetaritzaz ari gara, baina harago joaten da, esperientziak partekatuak baitira, orokorrak. Hitzetan oinarritzen diren saioak dira, erritmo geldokoak batzuk, non badagoen entzuketa pausatua eta gogoeta egiteko aukera. Hori dela eta, podcast euskarriak berak, parrilatik kanpo aditu ahal direnez gero, ahalbidetzen du entzuleen erritmoetara egokitzea. Publiko gazte bati zuzendutako saioetan irudia erabiltzen da, bai bideo-podcasta eskaintzen delako bai beste euskarri batzuetan

irudiak agertzen direlako (Instagram, TikTok), solasaldi informala erabiltzen da eta hori nahasten da beste adierazpideekin, whatsapp edo sare sozialak, adibidez. Umoreak ere badu leku garrantzitsua diskurtsoan.

Nabarmendu behar dugu, bestalde, EITB komunikabide publikoak genero ikuspegia duten podcastak eskaintzen dituela. Aipatzekoa, berriz, programazio parrilan ez dagoela halakorik. Beraz, erakunde publiko batek duen gizarte-erantzukizunari erantzuten dion arren, era berean ondoriozta daiteke hori egiten dela une honetan entzuleria orokorrari heltzen ez zaion formatu eta euskarri batean, programazio tradizionaleko *prime-time* delakoan, gizonezkoen ahotsa, eztabaida politikoa eta kirolak nagusi diren bitartean.

Gaiekin ere antzeko zerbait gertatzen da. Maider Galardi F. Agirreren *Berria FM* podcastean ikuspegi feminista batetik edozein gairen inguruko hausnarketa sakona egin daitekeela frogatuta dagoen arren, podcast hauetan *mainstream media*n tratatzen ez diren gaiak agertzen dira, zaintza, osasuna edo emakumeek pairatzen duten bazterketa eta indarkeriaren inguruan. Beste aldetik, podcast askotan emakumeen sormen-lanak, asmakizun eta aurkikuntza zientifikoak, kirol ekintzak edota historian izandako paperaren gaineko informazioa (*herstoria* deiturikoa) eskaintzen da. Gai horiek "emakumeenak" edo "femeninoak" jo izan dira, eta, ondorioz, baztertuta daude *agenda setting* delakoan.

Beraz, ondoriozta dezakegu, euskal podcastgintzan feminismoak eta emakumeek hartu dutela tokia, eta horrek ekarri du gizartearen aniztasuna agerian uztea, baita emakumeen ikusgaitasuna handitzea ere; dena dela, ezin ahaztu gaurkoz, entzule kopuruak gora egiten duen arren, oraindik garatzeke dagoen fenomenoa dela podcastena, eta zaila dela bazterretatik programazio konbentzionaletara heltzea.

Bibliografia

Acast Baromètre (2022): ***Les femmes entre 26-39 ans sont 77% à prendre la parole en podcasts contre seulement 48% des hommes du même âge***, *https://www.acast.com/fr/blog/barometre-acast-les-femmes-entre-26-39-ans-sont-77-a-prendre-la-parole-en-podcasts-contre-seulement-48-des-hommes-du-meme-age.*

Berry, Richard (2015); ***A Golden Age of Podcasting? Evaluating Serial in the Context of Podcast Histories,*** Journal of Radio & Audio Media 11(2), 170-178.

Cohen, Évelyne (2019): ***La baladodiffusion : de la réécoute à la création sonore de podcasts, Sociétés & Représentations*** 2019/2, 48, 159-167
https://www.cairn.info/revue-societes-et-representations-2019-2-page-159.htm?contenu=article

Filliol Xavier, ***"Le podcast, le format qui séduit audiences, auteurs et annonceurs",***
La Revue des médias, 2016ko apirilaren 7,
https://larevuedesmedias.ina.fr/le-podcast-le-format-qui-seduit-audiences-auteurs-et-annonceurs.

Gamir-Ríos José eta Lorena Cano-Orón, Lorena (2022): ***"Characteristics of the Spanish podcast sphere. Between democratization and commercial logic".***
Profesional de la información, v. 31, n. 5, e310505.
https://doi.org/10.3145/epi.2022.sep.05.

Gutierrez-Paz, Arantza (2007): ***"Podcast o audioblogs, una vía alternativa para la radio pendiente de contenidos"***; Flores Vivar, Jesús Miguel eta Cebrián Herreros, Mariano (koord): Blogs y periodismo en la red, 452-457 or.

Gutierrez-Paz, Arantza (2008): ***Las emisoras libres, asociativas y comunitarias del País Vasco en el dial de Internet, I+C Investigar a comunicación***, Congreso Internacional Fundacional AE-IC [akta liburua], Santiago de Compostela, 2008ko urtarrilaren 30, 31 eta otsailaren 1.

Gutierrez-Paz, Arantza (2022): ***Mujeres en la radio***, apunteak, EHUko Ikasketa Feminista eta Generokoak Masterra, argitaratu gabea.

Gutierrez-Paz, Arantza; Fernandez-Astobiza, Itxaso (2022): ***Kazetaritza feminista Hego Euskal Herrian,*** Behategiaren Urtekaria 2021; 161-193.

Martínez, Pedro (2023): [txostena] ***"Estado del podcast en español, informe 2022",*** 2022ko irailaren 6, Ivoox, *https://www.ivoox.com/blog/informe-se-duplica-el-tiempo-de-escucha-y-se-consolida-el-apoyo-directo-a-los-creadores/*.

Médiamétrie (2023): [txostena] ***"La mesure des Podcasts en décembre 2022"***, 2023ko urtarrilaren 12, Mediametrie, *https://www.mediametrie.fr/fr/la-mesure-des-podcasts-en-decembre-2022,.*

Piñero-Otero, Teresa (2021): ***'Escúchanos, hermana'.*** Los podcast como prácticas y canales del activismo feminista Revista Inclusiones: Revista de Humanidades y Ciencias Sociales, Vol. 8, Nº. Extra 8, 2021, 231-254.

Piñero-Otero, Teresa; Martínez-Rolán Xabier (2020): ***"Automediación como Estrategia de Comunicación para el Ciberactivismo. Una Perspectiva desde el Activismo Feminista"***; Lucena Ito Liliane de eta Melani Rocha, Paula, Transformações do Jornalismo na Nova Ecologia dos Meios, Ria argitaletxea, Aveiro, 290-312.

Reungoat, Léna (2022): ***Les podcasts politiques natifs donnant la parole aux femmes : des espaces médiatiques pour repenser les rôles,*** Université Paris-Panthéon-Assas Institut Français de Presse (IFP)s de genre en politique,Paris.

Sánchez-Gutiérrez, Blanca; Rebollo-Bueno, Sara; Sánchez-Ramos, María (2021): ***"El podcast sobre el único feminismo sensato que existe":*** representación del feminismo radical en "Radiojaputa"; Feminismo digital: violencia contra las mujeres y brecha sexista en Internet / coord. por Tasia Aránguez Sánchez, Ozana Olariu, 287-319.

Wattecamps, Mathilde (2019) ***Le podcast natif crée-t-il de l'engagement?***, Effeuillage, 2019/1, 8; 37-42, *https://www.cairn.info/revue-effeuillage-2019-1-page-37.htm*

Mediateka

Agirre, Loinaz (2021): ***«Aldarrikatzeko modu bat da Kirolari Gaittun, hemen gaudela esateko»,*** Goierriko Hitza, 2021eko abenduaren 9, *https://goierri.hitza.eus/2021/12/09/aldarrikatzeko-modu-bat-da-kirolari-gaittun-hemen-gaudela-esateko/.*

Alonso, Kike (2021): ***Kirolari Gaittun, kirolaren arloan zegoen hutsunea betetzen duen podcasta,*** Los podcast de Kike, Onda Vasca, 2021eko abenduaren 29, *https://www.ondavasca.com/kirolari-gaittun-kirolaren-arloan-zegoen-hutsunea-betetzen-duen-podcasta/*

Argia: ***Borroka, maitasun eta traizio istorioak: aurkezpena eta aurrekariak: Aurkezpena eta aurrekaria*** *https://www.argia.eus/multimedia/borroka-maitasun-eta-traizio-istorioak/aurkezpena-eta-aurrekariak-borroka-maitasun-eta-traizio-istorioak.*

Argia (2023), ***Entzunezko Argia Saria:*** (Min)bizi, Argia, 2023ko urtarrilaren 27, *https://www.argia.eus/albistea/entzunezko-argia-saria-minbizi-podkasta.*

Bozak elkartea: *https://www.bozak.eus/*.

B.F. EITB Media (2022): ***Gazteak 'Benetan zabiz?'*** podcasta estreinatu du, *https://www.eitb.eus/eu/gaztea/osoa/8949629/gazteak-benetan-zabiz-podcasta-estreinatuko-du-irailaren-16an/.*

Castells, M. (2006) ***Emergente des «médias de masse individuels».***
Le Monde diplomatique. Agosto 2006, (pág. 16-17), in *www.monde-diplomatique.fr/*

Donostia Kultura (2022): ***Emakume zientzialarien argitan solasaldi-zikloa udazkenean,***
2022ko irailaren 26, Donostia Kultura,
https://www.donostiakultura.eus/eu/festak/zer-berri/aktualitatea/albisteak/emakumea-zientzia-argitan-albistea.

Elhuyar (2022): "***Emakume zientzialarien argitan"***
solasaldi-zikloak jarraipena izango du udazkenean, Elhuyar, 2022ko irailaren 26, *https://www.elhuyar.eus/eu/prentsa-aretoa/emakume-zientzialarien-argitan-solasaldi-zikloak-jarraipena-izango-du-udazkenean.*

Estirando el chicle: *https://www.podiumpodcast.com/podcasts/estirando-el-chicle-podium-os/*

Fa, Anáis(2022): ***Féminisme: nos 6 podcast français préférés,***
https://shoelifer.com/culture/podcasts/feminisme-nos-podcasts-francais-preferes/.

Fournier, Audrey (2019): ***Aux micros, citoyennes ! Six podcasts féministes engagés et drôles,***
Le Monde, 2019ko martxoaren 1; *https://www.lemonde.fr/culture/article/2019/03/02/aux-micros-citoyennes-six-podcasts-feministes-engages-et-droles_5430416_3246.html.*

Galardi F. Agirre, Maider (2022): ***Oinez segitzeko zapata berria,***
Berria FM, 2022ko abenduaren 21, *https://www.berria.eus/podcast/berria-fm.html*

Gutierrez, Arantza (2022): ***Emakumeak Solaskide,*** Berria, 2022ko irailaren 18,
https://www.berria.eus/paperekoa/1993/041/001/2022-09-18/emakumeak-solaskide.htm.

Gutierrez, Arantza (2023): ***Ama(t)asunak,*** Berria, 2023ko urtarrilaren 15,
https://www.berria.eus/paperekoa/1999/036/002/2023-01-15/amatasunak.htm.

Hammersley, Ben (2004):
Online radio is booming thanks to iPods, cheap audio software and weblogs, The Guardian,
https://www.theguardian.com/media/2004/feb/12/broadcasting.digitalmedia, 2004-2-12.

Parra, Beñat (2022): ***'Bertikala'*** podcasta, denak ez duelako horizontala izan behar,
Hirutzulo Hitza, 2022ko ekainaren 9.
https://irutxulo.hitza.eus/2022/06/09/bertikala-podcasta-denak-ez-duelako-horizontala-izan-behar/

Podcastak.eus: *https://podcastak.eus/*

Podcast.eus: *https://podcast.eus/*

Podmust: *https://podmust.com/podcasts/feminisme/*

Rádio France: ***Feminisme*** *https://www.radiofrance.fr/radiofrance/podcasts/selection-feminisme*

Roose Kevin (2014) , ***What's Behind the Great Podcast Renaissance?, Everything old is new again,*** 2014-10-30, Intelligencer,
https://nymag.com/intelligencer/2014/10/whats-behind-the-great-podcast-renaissance.html.

Rueda, Marta (2022): ***Podcast con voz de mujer,*** iVoox, 2022ko martxoaren 8,
https://www.ivoox.com/blog/podcast-con-voz-de-mujer/?utm_source=informepodcast2022&utm_medium=web&utm_content=postblog&utm_campaign=estadopodcast2022.

Sabeletik mundura, ***Nor Gara***? *https://sabeletikmundura.eus/hasiera/nor_gara/*

Sarriugarte, Unai (2019): '***Berria egunkariak'*** podcast feminista bat eskainiko du hilean bi aldiz, El Correo, 2019ko azaroaren 21, *https://www.elcorreo.com/zurekin/berria-egunkariak-podcast-20191121152152-nt.html.Serial (2014): https://serialpodcast.org/*

Uriarte, Alex (2021): ***Emakume kirolarien plaza.*** « Kirolari gaittun » sortu dute Ane Urkirik eta Maddi Garmendiak: emakumeei eta kirolari buruzko Youtubeko podcast saioa. Berria, 2021/11/26: *https://www.berria.eus/paperekoa/1859/036/001/2021-11-26/emakume-kirolarien-plaza.htm.*

Urkizu, Urtzi (2022) '***Berria FM***' saritu du Euskal Kazetarien Elkarteak, Berria, 2022ko urriaren 15, *https://www.berria.eus/albisteak/219443/berria-fm-saritu-du-euskal-kazetarien-elkarteak.htm.*

Teketen [blog itxia] *https://teketen.com/.*

Zaldua, Maddi (2020): ***"Maider Galardi F. Agirre: "Edozein gai feminismotik lantzea da erronka nagusia "***, Txintxarri, 220ko irailaren 25, *https://txintxarri.eus/lasarte-oria/1601017373288-maider-galardi-f-agirre-edozein-gai-feminismotik-lantzea-da-erronka-nagusia.*

LGTBIQ+ PODCASTAK EUSKARAZ, ANIMALIA MITOLOGIKO HORI

Arantza Gutierrez-Paz, Tania Arriaga-Azkarate, Itxaso Fernandez-Astobiza
(UPV/EHUko Emakumeen Ikusgaitasuna Hedabideetan Ikerketa Taldea)

Podcastek eskaintzen duten formatu zein eduki askatasuna batetik,eta, bestetik, partekatzerako orduan, erakunde eta enpresetatik at, ematen duten autonomia dela eta, orain arte soilik tokian-tokiko irrati libreetan entzun zitekeen edukia deslokalizatu da. Horiek horrela, LGTBIQ+ gaia erdigunean duten euskaraz ekoitzitako podcasten bila abiatu gara, egun, gure inguruko hizkuntzetan hamaika proiektu baitago eduki hori lantzen. Bilatu, arakatu eta galdetu dugun arren, bakarra topatu dugu, Iruñe Astitz Larunbe eta Unai Guenaga Urrestillaren "Zenbat meloi, hainbat mazedonia" (ZMHM). Zehatzago esanda, Twitch streaming plataforman, 2021 urtean, bi astetan behin plazaratutako saioa izan da eta zuzenekoa bukatu ondoren, audio artxiboa podcast plataformetara igotzen zuten. Bederatzi saio egin ondoren ZMHM egiteari utzi zioten. Ekimenaren definizioan LGTBIQ+ siglak agertzen ez diren arren, entzundakoan euskaraz gutxitan zabaltzen den ikuspuntutik solasten zirela ohartu gara, betaurreko arrosak jantzita, alegia.

Nortzuk zarete "Zenbat meloi, hainbat mazedonia" proiektuaren eragileak? Nola bururatu zitzaizuen?

Iruñe Astitz Larunbe @a**rkkuso (I):** Duela urte batzuetatik hona edukia sortu eta sare sozialetan partekatzen dut. Espazio fisikoan Iruñe izena dudan bezala, espazio digitalean edo Sarean @arkkuso naiz. Twitter, Youtube, Instagram, Twitch eta TikToken ibiltzen naiz edukia sortzen, bai eta nire blogerako (*Udarako gau luzeak*) ere. Askotariko edukia egiten dut eta sareak horrelako edukia sortu eta bideratzeko aukera ematen dit. Kazetaria izaki, nire Twitch kanalean elkarrizketa espazio



ezberdinak sortu izan ditut. Horietako batek *Lasai-lasai* izena du eta bertara nire inguruko pertsonak gonbidatzen ditut nire komunitateak ezagutu ditzan eta Unai izan zen haietako bat. Eta horrelako batzuetan, *match* egin eta ZMHM bezalako ideiak eta proiektuen haziak sortzen dira.

Unai Guenaga Urrestilla (U): Esan bezala, Iruñek Twitch kanala zuen eta ahal nuenetan hura ikusten nuen. Noizean behin, Iruñek bere lagun eta ezagunak gonbidatzen zituen bere kanalean elkarrizketa bat izatera eta ni gonbidatu ninduen. Elkarrizketa horren ondorio izan zen saio hau.

Non plazaratu/grabatu zenuten?

I: Bi astean behin, asteazkenetan, gaueko 21:00etan, nire Twitch kanalean (twitch.tv/arkkuso) egiten genuen saioa. Normalean nire zuzenekoak egiteko ordutegi berdina mantentzen genuen baina tarteka eduki berezia eginez, podcasta, alegia.

U: Twitchek erraztu du guztia, hots, bakoitzak bere etxetik egiten genuen. Ni Madrilen bizi naiz eta Euskal Herrira astero joatea ezinezkoa zitzaidan.

LGTB programa dela esanen zenuke, zergatik? Horrela etiketatu zenuten? LGTB gaia "kapitulu" bakoitzean txertatzen duzue?

U: Iruñeren Twitch[47] kanalean egin genuen *Zenbat meloi, hainbat mazedonia* (ZMHM) eta saioa sortu aurretik Iruñek argi zuen bere kanalean ez dela inolako jarrera homofoborik, sexistarik, matxistarik, edota arrazistarik onartuko. Hau kon-

47 Twitch streaming bidezko zerbitzu bat da, jendeari aukera ematen diona beste batzuen aurrean zuzenean haien edukia plazaratzeko, batez ere streamer-ak ikusleen aurrean jokatzen ari diren bideojokoak komentatzeko eta zabaltzeko.

tuan izanik, ZMHM-ren oinarria guk gizartean ikusten ditugun arazo desberdinei buruz solasaldi informal bat izatea izan zen, gure eta txataren artean. Gizartearen esparru guztiek, onerako edo txarretako, gure identitatea aske eta lasai bizitzeko eskubidean eragiten dute, hortaz, atal guztietan LGTBIQ+ ikuspuntua naturalki zegoen presente; biok euskaldunak izanda, euskarak ZMHM-n presentzia nabarmena izan duen bezala.

I: *Zenbat meloi, hainbat mazedonia* saioarekin gure inguruan eta jendartean, oro har, oraindik tabu diren gaien inguruan solastea zen asmoa. Normalean gai hauek oso azaletik jorratzen dira eta kanpoko ikuspuntutik. Unaik eta biok argi genuen gure esperientzietatik abiatuta jorratuko genituela. Niretzat oso garrantzitsua da martxan jartzen ditudan proiektuek Donna Harawayk planteatzen duen <<ezagutza kokatuan>> oinarritzea, izan ere, hori baita guk ezagutzen dugun errealitatea eta ezagutza horrek ere balioa dauka.

Gaiak prestatzerakoan zeri ematen zenioten garrantzia?

U: Puntu nagusiena biontzat kezkagarri edo interesgarriak ziren gaiak erdigunean egon behar zutela zen. Gero, noski, ordu bete inguru solasteko pisua izan behar zuen gai honek. Ez ginen arlo edo esparru bati loturik egon: (1) *Ligoteoa*, (2) *Nerabezaroa*, (3) *Euskalkiak vs euskara batua*, (4) *Kuadrillismoa*, (5) *Sexualitatea*, (6) *Euskal kultura*, (7) *Sare sozialak*, (8) *Sexilioa* eta (9) *Engainatu garete*, atal bakoitzak bere gai nagusia zuen.

I: Egia da ere Unai eta bioi hitz egitea asko gustatzen zaigula eta horrek asko errazten zuela saioaren dinamika. Horretaz gain, hasieran erran dugun bezala, gure bizipenetan oinarrituta ekiten genion gaiari, aurretik prestatutako gidoi oso eskematiko bat lagun genuela (badaezpada ere). Saioa Twitchen zuzenean egitean, Unai eta bion elkarrizketatik harago joatea nahi genuen, jendearen (txataren)



parte hartzea bilatzen genuen, izan ere, azken finean, gauza oso interesgarriak ateratzen ziren, bakoitzaren bizipenak oinarri.

Twitchen egiten zenuten, guk Spotifyn entzun dugu, non gehiago topatzen ahal da? Zuek igo duzue?

U: Horretan Iruñe aritu da buru belarri. Saioa zuzenean Twitchen izan zen baina gero Youtuberako eta podcast plataformetarako egokitzen zuen edukia eta bera arduratzen zen plataforma ezberdinetara igotzeaz. ZMHM Twitch, Youtube, Spotify, Apple podcast, Google podcast eta Ivoox plataformetan dago.

I: Unaik erran duen moduan, podcast formatuan hainbat plataformetan entzungai dago. Horietara Anchor izeneko plataforma batetik igo nituen. Eta, bestela ere, Twitcheko zuzenekoaren zati bat Youtubera igotzen genuen. Zati bat erran dut gauza batzuk audioz sartzen zirelako eta eztabaida asko Twitcheko eduki eksklusiboa zelako, modu horretan, zuzenekoetara jende gehiago hurbiltzeko. Azken finean, gure saioaren xarma zuzeneko elkarreragin hori da.

Norbaiten (erakunde, elkarte, komunikabide, lagun...) laguntzarik izan zenuten?

U: Saioan eginiko guztia autoekoiztua izan zen.

I: Unaik aipatu duen moduan, hasieratik bukaerara autoekoiztutako proiektua izan da ZMHM. Unaik diseinu grafikoarekin zerikusia zuen guztia egin zuen eta ni zuzenekoa ekoiztu eta Youtube eta podcast plataformetara igotzeaz arduratu nintzen. Horretaz gain, biok batera gure sare sozialetan podcasta zabaldu izan dugu.

Bederatzi saio egin zenituzten, zenbat gonbidatu izan zenuten?

I: Erran dugun moduan, Zenbait meloi, hainbat mazedonia saioa eztabaida saio bat zen, Unai eta bion esperientzietatik abiatu genuena. Twitchek badu gauza magiko bat: zuzeneko interakzioa. Eurak, parte-hartzaileak, Unai eta biokin batera saioaren parte dira.

U: Txatean zeuden guztiak... broma da. Iruñe eta biok ginen saioaren gidari, ez genuen gonbidaturik izan. Txatean parte-hartzeko aukera zegoen idatziz eta nahi zuenak zuzenean Discord[48] bidez parte-hartzeko aukera ere bazegoen.

Jendeak parte hartzen zuen hizketan ari zineten bitartean, nola lortu zenuten lotura hori? Badakizue zenbat lagun elkartu ziren zuen zuzenekora?

U: Txateko jendeak parte-hartze handia izan zuen, eta eskertzekoa izan zen egia esan. Zenbakiei buruz Iruñek daki gehiago.

48 Discord berehalako mezuen aplikazio bat da, jokalarien arteko komunikazioa ahalbidetzen duena.

I: Erran dudan moduan, Twitchetik gehien gustatzen zaidana da hor dagoen zuzeneko interakzioa. Zu kamera aurrean zara baina ez zaude bakarrik. Nire kasuan, *just chating* kategorian sortzen dut eduki gehien, hitz egitea gustuko dut eta horretan oinarritzen da nire edukia plataforma honetan, hori dela eta beti daukat norekin zuzenean solastu, besteak txatetik erantzuten baitu.

Bideo-jokoetara jokatzeaz harago askotako edukia sortzen dut, horien artean elkarrizketa edo eztabaida espazioak sortzea dago. Gure kanaleko komunitateak ere gustuko ditu espazio ezberdin horiek horregatik asko gerturatu izan dira eta harremanetan jarri dira zuzenean geundenean. Erranen nuke 15-20 ikusleko batez-bestekoa genuela Twitchen streaming bidez emititzen genuenean eta gehienek parte hartzen zuten txatean. Hori oso zaila dela diote, baina nik uste dut espazio eroso eta seguru bat sortu dugula denon artean nire zuzenekoetan eta Unairekin egindako saioetan ere horrelako espazioa eratu zen. Horrek asko pozten nau adin ezberdinetako pertsonak batu direlako beren esperientziak partekatzeko.

Zergatik utzi zenioten ekoizteari?

I: Proiektu honi esperimentu bat bezala ekin genion. Ez genekien horrelako eduki batek Twitchen eta euskaraz tokirik izango lukeen ala ez eta gerora podcast plataformetan nolako harrera izango lukeen. Azken finean, streaming bidez zuzenean grabatzeak interakzio hori ere barneratzea dakar, agian, podcast arruntak entzutera ohituak daudenak deskolokatu ahal dituena. Alde horretatik, oso pozik gaude bai saioa egin bitartean eta baita ere gerora jaso ditugun iruzkinengatik. Urte konplikatua izan da Unai eta biontzat eta bakoitzak bere gauzetan zentratzea hobetsi genuen.

Horretaz gain, uste dut aukera handiak daudela bueltatzeko, baina gustatuko litzaiguke modu ez hain prekarioan egitea eta eduki landuagoa sortzea, soilik grabatutakoa plazaratzeaz gain beste sare sozialetan eduki hori ere partekatu ahal izateko. Horretarako, baliabideak eta denbora behar da. Bueltatuko gara, ni ziur nago, noiz, ordea... hori ikusiko dugu!

U: Niri, behintzat, esfortzu dezente eskatzen zidan. Nire lanak eguneko bederatzi ordu kentzen dizkit (ordenagailu aurrean), arratsalde libretan, saiorako pantailak diseinatu eta prestatzen nituen, trantsizioak prestatu, saioa hasi aurretik gai nagusiak prestatuak genituen, baina gero astero bildu beharra genuen gai hauek nola landuko genituen adosteko. Honi guztiari bizitza pertsonala gehituta azken saiorako nekea nabari nuen. Hortaz, ZMHM bederatzi saiotan utzi genuen eta nahiz eta beste denboraldi baterako ateak zabalik egon, momentu honetan, ez nago beste erantzukizun bat gehiago nire gainean hartzeko.

Beste proiekturik buruan?

I: Eduki ezberdina sortu, esperimentatu eta jolastea gustuko dut eta nire lagunek erraten duten moduan, ezin naiz geldirik geratu. Beraz, beti dauzkat proiektuak buruan. 2023 honetan, eduki sorkuntzari tarte handiagoa eskaini nahiko nioke. Ni

ez naiz honetaz bizi. Kazetaria naiz eta hainbat hedabideetan kolaborazioak egiteaz gain, egun, irakasle bezala ere lan egiten dut.

Twitcheko zuzenekoez gain, nire Youtubeko kanalera (@arkkuso) jarraikortasun handiagoaz bideoak igotzeko erronka jarri diot neure buruari. Horretaz gain, idaztea gustuko dudanez eta blogen magian sinesten jarraitzen dudanez, *Udaroko gau luzeak* izeneko blogean astero post bat argitaratzen hasi nahiko nuke. Eta nork daki, akaso lan honek bestelako lan batzuen ateak, leihoak eta dena delakoak irekiko dizkidate.

U: Oraingoz, biok batera, ez. Bigarren denboraldi bat zabalik dago, biok indarrez gaudenean nork daki, agian bueltatuko gara.

EUSKAL HEDABIDEEN
URTEKARIA



Leioan, 2023ko otsailaren 20an
(Euskaldunon Egunkariaren bortxazko itxieraren 20. urteurrenean)