

EUSKARA HEDABIDEETAN

Euskarazko hedabideak eta euskararen presentzia hedabideetan

EUSKO JAURLARITZA



GOBIERNO VASCO

KULTURA SAILA
Hizkuntza Politikarako Sailburuordetza

DEPARTAMENTO DE CULTURA
Viceconsejería de Política Lingüística

Argitaraldia: 1.a, 2008ko martxoa

Ale-kopurua: 700 ale

©, txostenena Egile bakoitza

©, argitaraldi honena Euskal Autonomia Erkidegoko Administrazioa
Kultura Saila

Internet: www.euskadi.net

Azala: Antton Olariaga

Diseinua: Junkal Motxaile

Inprimatzailea: Itxaropena, SA, Araba kalea, 45, 20800 Zarautz

AURKIBIDEA

HITZAURREAK

Miren Azkarate Villar, Kultura sailburua	5
Patxi Baztarrika Galparsoro, Hizkuntza Politikarako sailburuordea	7

SINTESI TXOSTENA	II
------------------	----

TXOSTENA EGITEKO AZTERGAIAK	4I
-----------------------------	----

TXOSTENAK

Agirre Goia, Unai	45
Amonarriz Gorria, Kike	57
Arantzabal Arrieta, Iban	77
Arregi Gordoia, Inazio	95
Azurmendi Zabaleta, Nerea	109
Basterretxea Polo, Jose Inazio	121
Beloki Gerra, Julian	141
Boutin, Allande	159
Epaltza Ruiz de Alda, Aingeru	177
Irazusta Iribar, Joxe Mari	189
Irizar Intxausti, Mikel	199
Irizar Segurola, Karmen	215
Kruzeta Olañeta, Odile	233
Otamendi Eiguren, Martxelo	259
Unanue López, Jon	287
Zubizarreta Mujika, Iñaki	311
Zupiria Gorostidi, Bingen	325

HITZAURREA

Miren Azkarate

Eusko Jaurlaritzako Kultura sailburua

NOLA UZTARTU EUSKALDUNON NEURRIA eta XXI. mendea aletzen hasia dagoen informazio eta ezagutzaren gizarteak dakarkigun beharrizanak? Nola uztartu herri aginteen eginkizuna, euskarazko hedabideak eta, oro har, euskararen presentzia hedabideetan sustatzeko eginahalean eta informazioaren munduan aurrera egiteko ezinbestekoa den lehiakortasunarekin? Nola atera etekirik onena informazio eta komunikazioaren sare eta teknologia dinamikoenei? Nola bateratu nahitaezko lehentasun-hierarkia eta sistemaren elementu guztien arteko osagarritasuna?...

Honelako eta bestelako hainbat eta hainbat galdera ateratzen zaigu bidera, etengabe, euskara eta hedabideen arteko lotura aztertzerakoan.

Galdera ugarien artetik bada bat, ordea, gainerako guztiei gailentzen zaiena eta gainerako guztiak baldintzatzen dituena: zer behar du, informazio eta ezagutzaren alorrean, euskaraz ere bizi nahi duen herritarrak, informazioaren ikuspegitik lehen mailako herritarra izateko? Eta, jakina, galdera horretatik nekez bereiz daitekeen beste bat ezpaineratuko zaigu: zer behar du euskarak –hots: zer behar dute alor horretako euskal profesionalak eta enpresek– herritar euskaldunak bere informazio-apetak euskaraz ase ahal izan ditzan?

Euskara Biziberritzeko Plan Nagusiaren ikuspegitik, estrategikoa da, erabat, euskararen presentzia hedabideetan normalizatzeko ahalegina, eta printzipio horren arabera aritu dira lanean Hizkuntza Politikarako Sailburuordetza eta HAKOBA gai horren inguruko gogoeta bideratzerakoan. Estrategikotasun horrek berak eraginda, bestalde, gogoetaren sorburua ez da izan, hainbeste bederen, euskaldunok euskarazko hedabideak eskura izateko

dugun eskubidea. Eskubide ukaezin hori aitopen soil batez onartzen den zerbait izan daiteke, edo konpromiso eraginkorragoetara jauzi egiteko abiapuntua. Eta garbi dago, gure ustez, euskarak –euskaldunok, alegia– behar duena, komunikazio eta informazioaren alorrean ere: egitura sendoetan oinarrituriko eskaintza dinamiko malgua, gaurko gizarte eskaerari erantzuteko ahalmena duena eta, aldi berean eta batez ere, eskaera hori areagotzeko ahaleginarekin praktikan konprometitua.

Horretarako bidean, nahitaezkoa da –eta izango da, prozesua ez baita honenbestez ixten– argitalpen honetan jasotzen diren irizpideak kontuan izatea, sintesiako gorputz teorikoa osatu ahal izateko. Izan ere, euskaldun guztiontzako tokia izan behar duen informazio eta komunikazio sistema batez ari gara. Garai berriok ez baitute besterik ontzat emango. Ezta euskal herritarron gehiengo zabalak ere.

SARRERA

Patxi Baztarrika

Eusko Jaurlaritzako Hizkuntza Politikarako sailburuordea

Gogoeta sakon-zabal baten mugarri izatera heldu den materiala da esku artean duzun argitalpen honek biltzen duena. Izan ere, HAKOBAk,¹ Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzak hala proposatuta, euskara eta hedabideen arteko harremanaz gogoeta egitea erabaki aurretik, “Euskarazko komunikabideak” izeneko azterketa amaitua zuen HPSk, eta urratsean oinak oinari bezain era naturalean jarraitu zion, euskarazko hedabideen kontsumo eta kontsumitzaileriei buruzko azterketa hari, gaurko argitalpen honen muina osatzen duten txostenak eskatu eta aztertzeo erabakia.

Gogoeta honen lehen abiapuntua, berez, 1998an onetsiriko Euskara Biziberritzeko Plan Nagusia da, berebiziko garrantzia ematen baitio Planak hedabideetan euskararen presentzia normaltzeari. Haren ildo beretik, Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzak plazaratutako *Hizkuntza politika aurrera begira. 2005-2009 egitasmoa* agiriak zehazki aipatzen du, legealdirako lan-ildoen artean, euskara eta hedabideen arteko harremanari dagokion lerroa: “hedabideetan euskararen presentzia areagotzea eta euskarazko hedabideak bultzatzea”.

Abiapuntu hartatik aurrera, Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzaren lantaldeak gertutik jarraitu dio, ez soilik HAKOBAren erabakiari, baizik eta, ezinbestez, erabakiaren filosofia nagusiari: parte hartze zabala eta anitza behar zuen –eta behar du– euskara eta hedabideen arteko loturari buruzko

1 HAKOBA (Herri Aginteen Koordinaziorako Batzordea) honako partaideok osatzen dute: Eusko Jaurlaritzako Kultura Saila, Lehendakaritza eta Hezkuntza Saila; Araba, Bizkaia eta Gipuzkoako foru aldundiak; Bilbo, Donostia eta Vitoria-Gasteizko udalak; EUDEL.

gogoetak, euskararen normalkuntzari begira bidera daitekeen ezain hausnarketak halakoxea izan behar baitu: zabala eta anitza.

Bi ezaugarri funtsezko horiei, alabaina, eraginkortasunarena ere erantsi behar zaionez beti, iritzien gehiegizko sakabanatzea saihestearren, 2007ko urtarrilean “Txostena egiteko aztergaiak” izeneko dokumentuan bilduriko hamabost puntuak eskaini zitzaizkien txostengileei, idatzizko gogoetarako galde-tegi edo gidoi gisa.

Aztergai horietan bildu genituen, hain zuzen, gorago aipaturiko azterketatik eta geure hausnarketatik sorturiko kezka eta gogoeta-gai nagusiak: kuantitatiboak, batzuk; hedabideen izaera eta kalitateari buruzkoak, beste batzuk; filosofia orokorrekoak, bestetzuk... Guztien mamian, hala ere, printzipio garbi bat ageri zen, aldez edo moldez, gogoetaren gidari nagusi: garenaren neurria –edo, kasurik onenean, izan gintezkeenaren neurria– kontuan izatea. Euskarak ez baitu, gure ustez, sekula aurrera egingo hedabideen mundu konplexu eta lehiakorrean –ezta beste inongo esparrutan ere– bere parametroen azpitik edo gainetik arituta. Oinaren neurrikoa behar du euskarak zapata, urrats benetan sendoak eman nahi izanez gero bederen.

Hamazazpi izan dira, azkenik, txostengileak. Ezpal oso ezberdinetakoak denak, honelako prozesu batek ezinbestekoa baitu ikuspegi ugaritasun hori, bai sentiberatasun ideologiko-politikoaren aldetik, bai jardun profesionalarenetik ere. Askotarikoa izan da, era berean, gogoetarako proposatutako gidoiari heltzeko era: sistematikoki gertu jarraitu diote batzuek; beste batzuek, aldiz, libreago. Denek erakutsi dute, nolana ere, gaiarekiko sakoneko inplikazio eta azterketarako finezia handia. Eskertzekoak, biak, eskertzekoak direnez. Bihoaz, beraz, hemendik bertatik, gure eskerrik beroenak txostengile guztiei.

Hala ere, ezinbestekoa zen, gogoetari eginiko ekarpenei benetan etekirik egokiena atera ahal izateko, hamazazpi txostenen sintesi lana, eta hori da, besteak beste, gaur aurkezten dugun argitalpen honek dakartzan materialetariko bat: euskarazko hedabideei eta, oro har, euskarak hedabideetan duen eta behar lukeen presentziari buruzko gogoetarako iritzi bilduma sistematizatua.

Sintesi horrez gain, hamazazpi txostengileen lanak ere irakur daitezke, oso-osorik, argitalpen honetan, “Txostena egiteko aztergaiak” izeneko galde-tegi-gidoia aurretik dutela.

Material ugari eta aberatsa, beraz, eskuratu duzuna; zinez nahitaezkoa informazio eta ezagutzaren gizartean euskararentzat toki egokia bilatzeko ahaleaginean. Denok behar gaituen ahalegin hil edo bizikoan alegia.

EUSKARA HEDABIDEETAN

**Euskarazko hedabideak
eta euskararen presentzia hedabideetan**

SINTESI TXOSTENA

SINTESI TXOSTENAREN AURKIBIDEA

1. SARRERA	15
2. HAUSNARKETA ESTRATEGIKOAK: ETORKIZUNERAKO LAN-ILDOAK	18
3. AZTERGAIK	21
3.1. LEHENTASUNAK NON KOKATU	21
3.1.1. Lehenetsi beharreko hedabideak	21
3.1.2. Lehenetsi beharreko kontsumitzaile taldeak	23
3.2. PRENTSA IDATZIA: IKUSPEGI OROKORRA	24
3.2.1. Astuna eta ildo (ia)bakarrekoa?	24
3.2.2. Doakotasuna	26
3.2.3. ...Vs. eleberrigintza	27
3.2.4. Sektore atomizatua	27
3.3. PRENTSA IDATZIA: OSAGAIK	28
3.3.1. Aldizkari espezializatu eta minoritarioak	28
3.3.2. Tokian tokiko prentsa	29
3.4. ARRETA HANDIAGOAREN BEHARRA...	30
3.4.1. ...Interneti	30
3.4.2. ...Ikusentzunezkoiei	31
3.5. EUSKARAZKO HEDABIDEEN MAPA IDEALA	32
3.6. ADMINISTRAZIOAREN LAGUNTZAREN NONDIK NORAKOA	33

3.7. GUTXIENeko IRAKURLE-ikusle KOPURUAK	34
3.8. ZERGA ONURAK PUBLIZITATEARI	35
3.9. ERDARAZKO HEDABIDEETAN EUSKARA BULTZATU	35
4. ONDORIOAK. ADOSTASUN HANDIKO IDEIAK	36

SINTESI TXOSTENA

1. SARRERA

Azken hogei urteotan 200.000 hiztun irabazi ditu euskarak, 200.000 pertsona euskaraz irakurtzeko eta irrati-telebista ikus-entzuteko gai direnak. Aldi berean, hedabideen munduan euskarazko produktu berriak agertu eta garatu dira. Hain zuzen ere, urte gutxitan erruz ugaitu da euskarazko hedabideen eskaintza.

Nolanahi ere, kontsumitzaile kopurua ez da potentzialen neurrian igo, ezta gutxiagorik ere. Zantzu guztien arabera, kontsumitzaile potentzial eta egiazkoen arteko aldea handituz doa.

Bestalde, euskararen erabilera normalizatzeko jardunbide orotan garrantzi handia aitortzen zaie hedabideei. Izan ere, gero eta handiagoa da komunikabideek gutariko bakoitzaren eguneroko bizimoduan duten eragina.

Euskara Biziberritzeko Plan Nagusian (1998an onartua) aparteko pisa ematen zaio hedabideetan euskara normalizatzeari, eta Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzak legealdi honen hasieran ezagutzera emandako “Hizkuntza politika aurrera begira / 2005-2009 egitasmoa” dokumentuan ere “hedabideetan euskararen presentzia areagotzea eta euskarazko hedabideak bultzatzea” aipatzen da legealdirako lan-ildoen artean.

Hori horrela, 2006an “Euskarazko komunikabideak” izeneko azterketa egin zuen Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzak. Azterketa horren bidez jorratu den alderdi nagusia irakurleari eta ikus-entzuleari dagokiona izan da, hots, euskarazko komunikabideak zenbatek kontsumitzen dituzten eta kontsumitzaileen oinarritzko ezaugarriak zeintzuk diren.

Horri loturik, eta Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzak hala proposatuta, HAKOBAk (Herri Aginteen Koordinaziorako Batzordea)¹ gogoeta egitea erabaki du, gogoeta irekia, hainbat eragilek parte hartzeko aukera emango duena.

Honen guztiaren xedea zera da, euskarazko hedabideen eta beren kontsumitzaile potentzialen (irakurle eta ikus-entzule potentzialen) arteko erlazioa aztertzea, euskarazko hedabideek orain arte egin duten bideari eta gaur egun egiten duten eskaintzari kontsumitzailearen ikuspegitik arreta jarriz etorkizuneko perspektiban bide berri eta eraginkorrak irekitze aldera, eta gero eta ugariagoa den hedabideen munduan euskararen presentzia behar bestekoa lortu eta sendotze aldera.

Gauzak horrela, euskarazko hedabideen gainean egindako ikerketa horretatik abiatuz hogeitxosten-idatzitik gora taxutzeko enkargua egin zen, gogoeta eta hausnarketak sortzeko helburuarekin eta ikuspuntuaren ugaritasuna bilatuz.

Komunikazioaren munduaz ezagutza dutenak izan dira ekarpenak egin dituztenak; eta hauetariko batzuk euskarazko hedabideen mundua ezagutzen dutenak. Honatx parte hartzaileen zerrenda:

- Unai Agirre Goia
- Kike Amonarriz Gorria
- Iban Arantzabal Arrieta
- Inazio Arregi Gordoa
- Nerea Azurmendi Zabaleta
- Jose Inazio Basterretxea Polo
- Julian Beloki Gerra
- Allande Boutin

1 Hauexek osatzen dute: Eusko Jaurlaritzako Kultura Saila, Lehendakariordetza eta Hezkuntza Saila; Araba, Bizkaia eta Gipuzkoako foru aldundiak; Bilbo, Donostia eta Gasteizko udalak; EUDEL.

- Aingeru Epaltza Ruiz de Alda
- Joxe Mari Irazusta Iribar
- Mikel Irizar Intxausti
- Karmen Irizar Segurola
- Odile Krutzeta Olañeta
- Martxelo Otamendi Egiguren
- Jon Unanue López
- Iñaki Zubizarreta Mujika
- Bingen Zupiria Gorostidi

Beraz, euskarazko hedabideen eta euskarak hedabideetan duen presentziari buruzko gogoetan, 17 adituk parte hartu du.

Galdetegian, bestalde, zenbait galdera egin dira (hamabost, hain justu)² eta hainbat gai planteatu, aditu gonbidatuek euren gainean dituzten iritziak zein egin nahi dituzten balorazio eta hausnarketak jasotzeko. Honatx gaiok:

- Lehenetsi beharreko hedabideak
- Lehenetsi beharreko kontsumitzaile taldeak
- Aldizkari minoritarioak
- Tokian tokiko prentsa
- Administrazioaren laguntzaren nondik norakoa
- Gutxieneko irakurle-ikusle kopuruak (interes publikoaren ikuspuntutik, behinik behin)
- Arreta berezia Interneti
- Zerga onurak publizitateari
- Euskarazko hedabideen mapa ideala
- Prentsa vs. Eleberrigintza
- Prentsa idatzia; astuna eta (ia) ildo bakarrekoa?
- Euskal prentsaren doakotasuna

2 Sintesi honen ondoren gaineratu dira hamabost galderak.

- Ikus-entzunezkoei arreta handiagoa
- Euskarazko prentsa: sektore atomizatua
- Erdarazko hedabideetan euskara bultzatu

Segidan aurkezturiko orrialdeetan, beraz, HAKOBak planteaturiko gaien inguruan adituek botatako iritziak eta egindako balorazioak landu, laburbildu eta egituratzeko saiakera egin da.

Azken batean, euskara hedabideetan gaitzat hartuta egindako hausnarketa anitzak, ahalik eta erarik neutralenean eta argienean azaltzea izan da xedea. Hau, nolana ere, ez da lan samurra izan, gaiaren konplexutasuna eta iritzien aniztasuna errespetatzeak berak sortzen dituen zailtasunak direla eta. Alabaina, txostenaren dimentsioak exijitutako mugez gaindi, ahalik eta sintesi osoena eta zabalena egitea izan da lan honen asmoa.

Horretarako, adituen diagnosi estrategikoak eta hausnarketa orokorrak azaldu dira lehenik eta behin; galdegaien gainean harilkatutako ideia eta iritziak ondoren; eta azterketa zabal horretatik ondorioztatu daitezkeen ideia nagusiak, azkenik (adostasun handiena lortu duten ideiak, alegia). Amaitzeko, eranskinean HAKOBak txostengileei bidalitako galdetegia erantsi da.

2. HAUSNARKETA ESTRATEGIKOAK: ETORKIZUNERAKO LAN-ILDOAK

Jarraian, txostengileen aldetik botatako ideia estrategiko nagusiak eta etorkizunera begira egindako hausnarketa orokorrak jaso dira. Honela, atal honetan, euskara eta hedabideen gaineko hausnarketaren inguruan testuinguru gisa interes berezia duten ikuspuntu eta proposamenak azalduko dira, horretarako, autoreek egindako azalpenak hitzez-hitz baliatuz (segidan, kakotxa artean eta hizki larriz datozenak).

“Ez dugu nahi euskarazko hedabiderik eskubidea dugulako edo euskarak behar dituelako, euskaldunek eskatzen dituztelako baino. Euskarak behar duena euskaldunek euskarazko hedabideak eskatu, irakurri, entzun eta ikustea da”.

“Helburua, euskarazko hedabideen (hots, euskararen) kontsumoa bizkortzea da. Eta horretarako, bezeroak ongi ezagutu behar dira, eurek nahi duten horretara egokitzeko produktua”.

Asko daude, izan ere, euskarazko hedabideen merkatu eta kontsumitzaileei so jarri behar dugulakoarekin. Hau da, merkatuari erreparatu behar zaio, hartzailerik gabeko komunikazio arrakastatsurik zail baita. Honela, merkatuari begiratu, komunikazio-kontsumitzaileen artean zer dagoen aztertu, eta adin-tarte eta gizatalde estrategikoak zein diren erabaki ostean, apustu sendoak egin beharko lirateke.

“Euskarak entretenimendua behar du. Hemen ekoiztutako entretenimenduko arrakastaren bidean sakondu behar da (Telebistan Goenkale, Jaun eta Jabe, Martin, Txiskola, Wazemank, Mihiluze, Kutsidazu...)”.

Izan ere, zantzu guztien arabera kontsumitzaile potentzial eta egiazkoen tartea handitzen doan tartea da. Eta horretan, entretenimendu eskaintzak izan badu zeresanik, hori baita gero eta gehiago gaur egungo gizartean eskatzen eta kontsumitzen den produktu tipoa.

“Baina, euskarazko hedabideen kontsumo krisi hau ezin da aztertu hizkuntza normalizazio prozesuak euskal gizartean bizi duen moteltze egoeran kokatu gabe”.

Hala, badago geldialdi eta krisi sentsazioa duenik. Horren harian, euskal kulturaren eta hizkuntza normalizazio prozesuaren indarberritze beharra aipatzen da, baita erabileran kontzentratzeko beharra ere. Eta hor, hain zuzen, euskarazko hedabideak pieza garrantzitsuak dira, giltzarri, txostengile zenbaiten esanetan.

Are gehiago, zenbaiten esanetan ez da bere taimainan baloratu euskarazko hedabideek oro har gure hizkuntzaren normalizazio prozesuan izan duten paper zein eragina. Izan ere, komunikatzeko tresna izateaz gain, besteak beste, euskararen garapen eta normalizaziorako tresna ere izan baitira, eta ez da komeni hori ahaztea.

“EITBk hizkuntza normalizaziorako plan integral eta estrategikoa behar du, euskarazko nahiz erdarazko hedabideak barne hartuko dituen”.

Eta horrekin loturik, HPSk EITBrekiko lotura eta harremanak sendotzeko deia egin dute zenbait adituk. HPSk izan beharko luke zeresanik eta

partaidetzarik telebista publikoaren eta honek hizkuntzaren normalizazio prozesuan duen eraginaren gainean.

EITBren gaineko hausnarketek, hain zuzen ere, dezenteko presentzia izan dute txostenetan; bai bere berregituratze beharra azaltzen dutenen aldetik (besteak beste, hizkuntza-ereduak eta programazio banaketa berrikusi behar direla uste dutenak); bai eta HPSrekin duen elkarlan beharra azpimarratzen dutenak, zein gizartean eta hizkuntzan duen eragina baloratu dutenak ere.³

“Euskal Komunitatearen (Tribuaren) biziraupenak behar du euskarazko hedabideak artikulatuko dituen egitura indartsua, Euskarazko Hedabideen Partzuergoa (EHP)”.

Euskarazko hedabideen arteko lankidetzeta eta koordinazioa, izan ere, gogoeta askotan errepikaturiko ideia da. Batetik, sektoreko hausnarketa estrategiko osoa egiteko, eta helburu partekatuak finkatzeko (eragile guztien artean definituriko mapa ideal horren bila). Eta bestetik, euskaraz sorturiko edukiak ahalik eta euskarri gehienetan eta zabalkunde handienarekin erabilizteko; horrela, dauden baliabideak ahalik eta erarik eraginkorrenean erabiliztea xede izanik.

Era berean, aditu baten hitzetan jokabide *ekologikoago* bat bultzatu beharko litzateke euskarazko ekoizpen komunikatiboentzat. Hau da, ekologistek behin eta berriz aipatzen dituzten hiru ildoak jarraitu beharko lirateke gure esparru komunikatiboa kudeatzerakoan; *murriztu, berrerabili era birziklatu*.

Bestalde, gogoeta egiteko gonbita oso positibotzat jo da txostengileen aldetik. Beste era batera esanda, euskara eta hedabideen inguruko hausnarketak azaltzeko eta zabaltzeko ekimena, bai eta administrazio zein eragile askoren arteko gogoeta bultzatzeko saioa ongi etorria eta txalotua izan da. Halaber, etorkizunerako, instituzio eta agenteen arteko elkarlan eta komunikazioan sakontzea ere komenigarri ikusten da, aurrerago aipatu bezala.

“Hedabideen foroa edo plataforma komuna eratzea proposatzen da: malgua, sinergiak sortzen lagunduko duena, eta iraunkorra”.

3 Era berean, estatu mailako hedabide publikoek euskararekiko duten ardura ere adierazi da (RTVE...)

Honela, nolabaiteko estrategia partekatua edota adostua ahalbidetuko litzateke euskarazko hedabideen artean. Berdin, komunitate sentsazioa ere areagotu egingo litzateke.

Azkenik, hedabideen gainean 2006an egindako azterketaren gainean ere egon da zeresanik. Lehenengo eta behin, esan beharra dago interes handia piztu duela euskarazko hedabideen gaineko azterketak.

“Azterketa gehiago behar da hedabideen erabileraren eta erabilitzaileen ezaugarriak ahalik eta sakonen ezagutzeko”.

Honela, etorkizunean era honetako azterketa gehiago egiteko beharra azaldu da, eta zentzu honetan erakunde publikoek duten berebiziko funtzioa azpimarratu. Halaber, eta etorkizunera begira berriz ere, berriki egin azterlanetik eratorritako ondorio nagusiak komentatzeaz gain, azterketa hau gehiago zabaldu eta sakontzeko deia egin da, honela, hurrengo azterketak ahalik eta osoenak eta sakonenak izan daitezen. Ildo horretatik, bereziki beharrezkotzat jo da sektorearen diagnosi objektibo eta osoa egitea.

3. AZTERGAIK

Segidan, Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzatik egindako galderak aztertuko dira. Galdetegian proposaturiko galdera guztiak landu dira ondorengo atalean, baina era berregituratuan azaldu.

Orotara, hamabost galdera egin dira, eta besteak beste, euskarazko prentsaren nondik norakoaren gainean, administrazioetik lehenetsi beharrekoen inguruan eta euskal irakurle-ikusle gehiago biltze aldera egin beharrekoen gainekoak izan dira hizpide nagusiak.

3.1. LEHENTASUNAK NON KOKATU

3.1.1. Lehenetsi beharreko hedabideak

Esan liteke lehentasunezko hedabideen gainean iritzi dibertso xamarrek (bartzutan kontrajarriak ere bai) jaso direla. Zenbaiten ustez, orain artean arreta gehiegirik izan ez duten **ikus-entzunezkoen sektorea** da lehenetsi beharrekoa (telebista, Internet...). Hortik baitoa etorkizuna, eta baita gazteen erabilera

ere; horrexegatik, estrategikotzat jo behar da hedabide hauen garapena etorkizun hurbilean.

Baina, beste batzuen ustetan, horixe bera da lehendik ere lehenesten den sektorea; ETB1 eta Euskadi Irratia/Euskadi Gaztea bikotearen diru sarrearen argitan ikus-entzunekoei eskaintzen baitzaie aspaldi honetan erakundeen aldetik arreta handiena. Gainera, hedabide publikoak ere euskarazko hedabideen mapako parte inportante dira eta sartu behar omen dirateke euskara eta hedabideen gaineko gogoeta orokor honetan.

Azken batean, hedabide batzuk eta besteak, guztiak lehenetsi behar direla diote beste zenbaitzuk, euskara ez baitago nahikoa errotuta oraindik ez hedabide idatzietan ez eta ikus-entzunezkoetan ere. Guztietan ere ibilbide luzea du oraindik inguruko hizkuntzen parean kokatzeko.

Nolanahi ere, **babes publikoa interes publikoaren arabera** esleitu beharko litzateke askoren ustez. Eta zentzu honetan, oraingo hartzaileen eta batik bat etorkizunekoaren kopurua maximotzea izan behar da lehenetsi beharreko hedabideen zeregina.

Honela, **medio generalistak** lirateke euskararen normalkuntzaren ikuspegitik lehenetsi beharrekoak. Beraz, ahalik eta zabalkunde masiboena dutenak, eta ahalik eta pertsona kopuru handienaren eskuetara helduko direnak izan beharko lirateke lehentasunezkoenak; hots, informazio orokorreko prentsa idatzia, zenbaiten ustez.

Halaber, lehentasunezkoena **ugaritasuna** da beste zenbaiten esanetan: euskarazko hedabideak, zenbat eta gehiago, hobe. Horrek aniztasun eta ugaritasunaren aldeko apustua leharke, eta finean, laguntzak ahalik eta hedabide gehienaren existentzia bultzatzeko xedez ematea.

Besteren batek, berriz, lehenetsi beharreko hedabidetzat jo ditu hurbil-hurbileko informazioa ematen dutenak. Izan ere, azken bi hamarkadotan tokian-tokiko prentsa idatziak lortu egin du euskara euskarri horretan lehen aldiz etxe askotan sartzeari, gertuenekoen berri emanez. Bestalde, Internet eta irratiak euskarri merkeak izanik, erruz ugaltu daitezkeela esan duenik badago, eta prentsa idatzian eta telebistan hurbilekoa bultzatu behar dela, hurbilekoaren interesa erabili.

Amaitzeko, formatuaren ikuspegitik, **multiplataforma-estrategia** bultzatu eta suspertu beharko litzatekeela esan duenik ere badago. Hau da, eduki bat lantzen denean, ahalik eta euskarririk gehienetan zabaltzeko ahalegina egin behar da; horrela, ahalik eta publiko gehienetara iristeko.

3.1.2. Lehenetsi beharreko kontsumitzaile taldeak

Nerabeak eta gazteak nagusiki. Horixe baita etorkizuneko euskararen erabiltzaileak biltzen dituen multzoa. Baita euskarazko hiztun dentsitate altuena duen giza multzoa ere.

Ñabardurak daude, ordea. Batzuk, lehenetsi beharreko adin taldeak haurrak eta nerabeak direla diote. Eta horretarako, beraien gustuetara egokitu daitezkeen produktuen ekoizpen eta eskaintza sustatu behar dela, alegia. Beste batzuk ordea, nerabeetatik hasi eta heldu gazteen taldean kontzentratu beharra dagoela diote.

Orokorrean, nolana ere, 16-34 urte arteko tartea hartzen da erreferentziatzat, nahiz eta gazteen multzoa goitik 45 urtera artekoa dela ere azaldu den txostenetan.

Hala ere, baten batek zorigaiztokotzat hartu du belaunaldi galduen politika, aintzat hartuta umeei ikusi egin behar dutela euskarazko hedabidea nagusientzat ere erakargarria dela; horrez gain, haurrak haziz doaz, eta hedabideek euskaraz bizitzeko aukerak bermatu behar dizkiete gerora ere. Horiek horrela, badago 14-45 urte arteko euskaldun kontsumitzaile taldea lehenetsi behar dela esan duenik, eta euren eskakizunei erantzuteko politikak garatu behar direla. 50 urtetik gorakoen kontsumo azturak aldatzea lan nekeza dela ere aipatu dute.

Adina kontuan hartu beharreko faktorea izanda ere, ez da bakarrik bartzuen esanetan, eta dena adinarekin konpondu nahi izatea akats larria dela ere esan du adituren batek.

Bestalde, adin segmentuez haratago, **hiriburuetakoko euskaldunak** ere aipatu ditu bakarren batek lehenetsi beharreko kontsumitzaile talde gisa. Izan ere, adina ez da kontuan hartu beharreko aldagai bakarria eta hiri-giroko euskaldunek euskararen habitat desberdina bizi dute, gustu zein behar desberdinak izateaz gain.

Ideia zehatzen artean, balantze kritikoa egitea proposatu du adituetako batek: *erronka da nola erakarri euskaraz irakurtzen, entzuten eta ikusten duen gehiengo euskalduna*. Ildo horretatik, bereziki landu beharko lirateke euskara ikasia ondo jakin, baina euskarazko produktuak kontsumitzeko ohi-turarik ez daukatena.

3.2. PRENTSA IDATZIA: IKUSPEGI OROKORRA

3.2.1. Astuna eta ildo (ia) bakarrekoa?

ILDO POLITIKO (IA) BAKARREKOA?

Galdera honen aurrean erantzuna zabala izan da. Edozein modutan ere, baieztapen hori erabat baieztatzen dutenak daude; hau da, euskarazko prentsa **ildo politiko jakin** batekin identifikatzen dela aipatu dutenak badaude, eta hori guztiz erabakiorra litzateke beste publiko euskaldun bat hedabide hauen erabilerara ez erakartzerako orduan. Hala, euskarazko hedabideen hazkundean ildo politiko jakin batek ezinbesteko auspo-lana egin izan du baina, aldi berean, oztopo bilaka daiteke euskaldungoaren osotasunera zabaltzeko.

Beraz, zenbaitzuren ustez aldagai hau guztiz kontuan hartzekoa da, ekimenak ildo (ia) bakarretik baitatoz euskarazko hedabideei dagokienean, eta horrek beste ildoetako jendea uxatzen baitu (batik bat hedabideetaz eta informazioaren tratamenduaz ari garela kontuan harturik).

Nolanahi ere, **euskarazko gainerako gehigarri zein egunkariak sortzeko saiakerak** ere izan dira berriki eta hauek, bategatik ala besteagatik, ez dute orain artean arrakastarik izan.⁴ Aditu gehienek iritziz pena da egitasmo hauek porrot egin izana, eta badirudi, euskarak beste publiko baten beharrik asetzeko merkatua ere baduela, edo izan beharko lukeela behinik behin, aniztasunaren garantian.

4 DVren *Zabalik* eta *Aldaketa* 16 egitasmoen porrota askotan aipatua izan da.

Hori horrela, galderan adierazitako ideia-aren aurrean⁵ ikuspegi eta ikusmolde anitz adierazi dira. Hain zuzen ere, ildo politiko (ia) bakar horretatik kanpora ez baita euskarazko sorkuntza ezta kontsumoa ere gehiegi garatu. Baina, zeini dagokio beste ildo politikoei loturiko ekimenak (euskarazkoak) abiatzea? Eta zeini hauek erabiltzea?

Bestalde, inork ez du ukatzen ahalegin handia egin denik prentsa idatzia egituratzen eta estandarizatzen. Eta lan hau derrigorrezkoa zen. Nolanahi, etorkizunera begira, erdarazko produktuekin pasa den antzera, banalizazio-ranzko jauzia egin beharko litzateke batzuen ustez.

ASTUNA?

Oro har, **produktu arinagoak bultzatu** behar ote diren galdetuta, baietz esan dute batzuek. Euskaldun jendeak, beste toki askotako jende gehienak bezalatsu, produktu arinak kontsumitu nahi ditu sarri maiz, eta kirola, prentsa arrosa eta antzerakoen eskaria egon badago euskaldunen artean ere; ez euskaraz ordea, eskaintzarik ez dagoen bitartean behinik behin. Horrela, ideia zehatz bat izan da paperezko komunikazioan erabat bazterrean geratu diren gai-arloak, irakurle potentzialak badituztenak, estrategikotzat jo beharko litzuzkeela Administrazioak, deialdi publikoak eginez ez dauden hedabideak eta produktuak sortzeko.

Beste zenbaiten ustez euskaldungoaren ezaugarriak eta inguruko estatuetako kontsumitzaile potentzial eta errealek oso bestelakoak dira. Gainera, gure **merkatua normalizatzeak** ez du esan nahi ingurukoaren parametro berdinetara errenditu behar dugunik. Azken batean, zalantzan jarri da produktu arin horientzako merkaturik dagoenik (orain artean ez da produktu mota horien aldeko apusturik egin; zeinek egin behar luke?).

Astuna, ordea, **jende askorentzat erabiltzen den euskara bera dela astuna** adierazi da. Horrekin loturik, eta erdal prentsa irakurtzen duen

5 "Prentsa idatziko produktua, edukiari dagokionez, ez ote da astunegi, gai sozial-politiko serioekin eta jarrera politiko ildo (ia)bakarrekoekin identifikatua? Ez ote litzateke oro har produktu arinagoen aldeko apustua egin behar?"

publikora heltzeko xedez, bada hausnarketa bat euskaldunberrientzat prestatzen diren aldizkariari (AIZU edo HABE) prentsako gehigarri formatua eman behar litzaiekela dioena. Honela, astean behin gaztelera prentsarekin batera bana litezke doan euskarazko hedabidetxook.

Dena dela, astuntasunarekin amaitzeko **prentsa astuna ere beharko dela** azpimarratzen dute batzuek. Tokian-tokiko hedabideek arinago izateko egin duten ahalegina goraiatu dute egileetako zenbaitzuk, lortu duten eraginkortasuna azpimarratuz. Prentsa idatziak esparru berriak ere irabazi behar ditu (*arinagoak*), baina ez ditu klasikoak, ohikoak, betikoak zertan abandonatu. Produktu arinekin bakarrik ez dio aurre egingo telebistari eta. Ezta irratitari berari ere. Dibertsifikazioa behar da alegia, hedabide beraren baitan nahiz hedabideen artean.

Azken finean, zenbaiten ustez ez da zilegi euskarazko prentsa seriotasun eta astuntasunarekin parekatzea. Batetik, serio izateak ez du astuntasuna inplikatu beharrik. Eta bestetik, bete gabeko beste behar batzuk egoteak (*arinagoak*) ez du ordezkapena ekarri beharrik. Hau da, hedabide serioak behar dira, behar arinagoak ase behar badira ere.

3.2.2. Doakotasuna

Doakotasunak **ahalik eta pertsona gehienen eskuetara** iristeko helburua du bere baitan. Zenbaiten iritziz, ordea, doakotasunak kalte baizik ez dio egin euskarazko prentsaren, eta orokorrean, **euskararen imajinari**.

Prentsaren irakurleen parte handi batek eskatzen duena eta euskal prentsak eskaintzen duenaren arteko **uztarketa falta** izan daiteke ordaintzeko motibaziorik ez izatearen (eta hortaz, doakotasun beharraren) beste faktore bat, euskaraz irakurtzeko jende askok duen zailtasunarekin batera.

Ebidentzia da, nolana ere, euskaldunak ez duela erdaldunak duen eskaintza oparoa, ez kuantitatiboki eta ezta kualitatiboki ere. Oro har erdarazko hedabideen eskaintza zabalagoa eta erakargarriagoa da. Eta horren aurka egitea, hain zuzen, ez da lan samurra.

Azkenik, zenbaiten ustez ez da egia doakotasuna euskal prentsaren berariazko ezaugarria denik. Izan ere, paperaren kasuan, salbuespen bakarra

tokian tokiko doako prentsa da, beste argitalpen (ia) guztiak ordaindu egiten baitira.

Hala, iritzien artean **doakotasunaren fenomeno**a euskarari bakarrik loturik ez dagoela azpimarratu da, batetik. Honela, mendebaldeko hiriburuetan erruz ari da ugaltzen doako eguneroko prentsa idatzia (gure inguruko *Metro*, etabarrak), eta fenomeno hori, ordainpeko prentsa idatziaren nolabaiteko beherakadarekin batera ari da ematen.

3.2.3. ...Vs. eleberrigintza

Orokorrean ez dago gehiegizko adostasunik euskarazko eleberrigintza gehiago baloratzen delako baieztapenarekin. Eleberrigintzaren inguruan, ordaintzen dela bai, baina hori ere **elite txiki** batek egiten duela azpimarratzen da.

Bestalde, eleberrigintza orijinalak, eta errekonozitutako autore batzuek egindakoak du zehazki prestigioa eta merkatua. Ez euskaraz delako soilik, jenero ona delako baizik, **balio erantsia** duena literatur eta sorkuntzaren ikuspuntutik.

Nolanahi ere, eleberrigintza gure inguruan ere baloratuago dago eguneroko prentsa baino, eleberria produktu pertsonal, landu eta jasoagoa baita, prentsa egunero sortu eta hil egiten den bitartean.

3.2.4. Sektore atomizatua

Honen inguruan, zenbaitetik dio naturala dela euskarazko prentsarena sektore atomizatua izatea, euskara bezalako hizkuntza minorizatuen kasuan ohikoa baita.

Beste batzuek monopolio egoerek dituzten desabantailak azpimarratu dituzte; sektore atomizatua izatearen alternatiba horixe bada, aniztasun eta eragile arteko harremanen balioa goraipatuz. Nahiz eta, jakina den atomizazio horrek berak eragina duela berez eskasak diren **errentagarritasun zein baliabideetan** (sektoreko lan-baldintzak direla etab.).

Horrexegatik, **eskualde mailako akordio eta lankidetzaren** aldeko apustua egin behar litzatekeela adierazi da, eskualdeko hedabide (idatzi zein

ikus-entzunezkoen) arteko **optimizazio eta koordinazioa** bultzatuz, baina eragileen aniztasuna kaltetu gabe.

Hain zuzen ere, eragile desberdinen arteko lankidetzaren beharra askotan goraipatua izan da; beti ere, aniztasuna galdu gabe eta elkarren artean ditugun baliabideei ahalik eta etekin handiena ateratze aldera. Zentzu horretan, aurrerago aipatu bezala, Euskarazko Hedabideen Partzuergoa (EHP) sortzeko ideia ere bota da, euskarazko hedabideak artikulatuko dituen egitura indartsua eratzea proposatuz.

3.3. PRENTSA IDATZIA: OSAGAIK

3.3.1. Aldizkari espezializatu eta minoritarioak

Berez dira elitistak; hau da, **kolektibo zehatz eta mugatuetara** zuzenduko diren informazio espezializatu eskaintzen duten hedabideak.

Nolanahi ere, garrantzitsua da aldizkari espezializatuok euskararen corpusaren garapenari egiten dioten ekarpena. Halaber, garrantzitsua da hedabide hauen papera **hizkuntzaren normalkuntzaren** ikuspegitik eta euskaraz eginiko eskaintzaren aberastasunaren ikuspuntutik.

Babes publikoaren ikuspuntutik, gehiengo baten ustez ez da lehentasunezko zatik behar era honetako hedabideak diruz laguntzea, nahiz eta nolabaiteko babesa eta laguntza behar, betetzen duten funtzioa babesteko.

Bestalde, adituen txostenetan aipatu denez, aldizkari minoritarioen lekua **Interneten** legoke. Hau da, teknologia berriak baliatuta, argitalpen eta paper kontzeptuak gainditu eta beste euskarriei erreparatzen hasi beharra dago. Iritzi honen arabera, euskarazko gai espezializatuak akaso ez dute paperaren derrigorrez egon beharrik, ziber munduan bere toki digitala sortu eta okupatu behar lukete.

Bestalde, aldizkari espezializatu “maioritarioak” euskaraz egon daitezkeen laguntzeko pizgarriak ez da oraindik orain planteatu. Eta ez al dute ba gurean balio hizkuntza normalizatu guztietan gehien irakurri eta kontsumitzen diren kirol-aldizkari zein prentsa arrosako aldizkariak?

Areago, beste bereizketa bat ere egiten dute zenbait adituk **aldizkari espezializatu** (gai bakarrekoak) **eta minoritarioak** lirakeen horien artean.

Lehenengoak guztiz garrantzitsuak lirateke hizkuntzaren ikuspegitik (beti ere maila nazionalekoak badira). Eta bigarrenak, berriz, kolektibo txiki batzuen beharrak betetzen dituztenez, ez lirateke arreta publiko gai izan behar, eta azken hauen leku egokia Internet izango litzateke.

Hainbatetan aipatu den aniztasunaren ikuspuntutik, prentsa espezializatu gehiago beharko genuke. Zaletasun handiko alorrak hautatu beharko lirateke, besteak beste, mendizaletasuna, bidaiak, natura... Aldizkari horiei laguntza emateko orduan, ideia zehatz bat izan da kasuan kasuko sailak ematea dagokion laguntza, egiten den dibulgazio lanaren arabera (eta euskara erantsitako baliotzat hartuta); horrela, edukiari garrantzi handiagoa emango litzaioke, eta ez formari (hizkuntzari).

3.3.2. Tokian tokiko prentsa

Zenbaiten ustez **hurbiltasunaren** sekretua baliatuz, berebiziko garrantzia izan du tokian tokiko prentsa euskaraz sortzeak. Honek, euskararen normal-kuntzaren ikuspuntutik aurrerapen handia ekarri du eta, besteak beste, beste inola nekez erakartzen den euskaldun asko eta asko hurbildu da euskarazko informazioaren irakurketaren mundura. Alde horretatik, gaur egun dauden *Hizta* egunkarientzako dirulaguntzak handitu beharra ikusi du zenbaitek.

Dena dela, tokiko prentsaren nolabaiteko “porrota”ren berri emango duenik ere ez da falta. Interes gutxi sortzen dutela azpimarratu du aditu multzo batek, eta besteak beste, ildo politiko jakin baten “**estigma**” horren testigua ere eurekin daramatela iritzi diote, euskaraz irakurtzeko ohitura ez duten euskaldunen hurbilketaren kaltetan.

Bestalde, tokiko prentsaren aukerak egunkaria ala aldizkaria beharko ote zukeen, **maiztasun eta kalitatearen** arteko erroka dakar tartean. Zenbaitek asteroko produktu garatu, sakonago eta sendoago baten aldeko apustua egin behar dela diote (horrela, banaketan egin beharreko gastua arrazoizkoagoa egingo baita).

Izan ere, irakurle potentzialak gutxi dira tokiko hedabide askoren kasuan (eskualdeko biztanleria eta horren gaineko euskaradunen eta irakurzaileen araberakoa). Beraz, egokiagoa litzateke askoren ustetan maiztasun

apalagoa (astekaria, esaterako) eta kalitate zein trinkotasun handiagoa luke-
ten tokiko hedabideen aldeko apustua egitea.

Beste batzuen aburuz, ordea, maiztasun ahalik eta altuenaren aldeko
apustua egin behar da (egunkaria, alegia), kompetentziak ere hala egiten du eta.

Amaizte aldera, papereko maiztasuna izan liteke astekoa (astean bi
aldiz, esaterako), baina aldi berean, beste ezaugarri osagarriak garatu (In-
terneteko albistegia). Eta denboran aurrera, ez litzateke baztertu behar egu-
neroko tokiko gehigarri bat izatea egunkari orokorre, tokiko kronika, alegia:
“tokian tokiko informazioaren egunerokotasunak bere lekua egunkari oroko-
rrean hartu beharko luke, hor zilegi litzateke tokian tokikoari egunero leku bat
bilatzea”.

3.4. ARRETA HANDIAGOAREN BEHARRA...

3.4.1. ... Interneti

Internet bereziki lagundu behar omen da, horixe diote aditu gehientsuenek.
Batik bat gazteen artean duen erabileragatik. Eta Internet (edo euskara Inter-
neten) bultzatu beharrekoa bada ere, bereziki, **eduki berrien sorkuntza** da
lagundu beharrekoa. Hots, Interneteko euskarazko mundua elikatuko duten
eduki interesgarri eta kalitatezkoak bultzatzea da lehentasunezkoa zenbaiten
ustez.

Hain zuzen ere, etorkizun hurbilean informazio guztia sistema binarioan
landuko da eta hedatu ere bai; prentsa, irratia, telebista, Internet, guztiak sis-
tema digitalean jasoko ditugu. Horrexegatik, berebiziko garrantzia du gazteen-
tzako eta gazteek sorturiko webguneak bultzatzeak, eurei interesatzen zaiz-
kien gaien inguruan (musika, bidaia merkeak, arropa informala, etab.), eta
euskara normaltasunez eta ohikotasunez erabiltzea lortuko dutenak.

Are gehiago, batzuen ustez, Internet euskarazko edukiz elikatzea **es-
trategia nagusi** gisa planteatu beharko litzateke. Hots, edozein proiektu, egi-
tasmu, erakunde nahiz hedabideri eskatu behar zaio bere edukiak Interneten
eskuragarri jartzea. Oinarritzko baldintzetako bat izan beharko litzateke, ale-
gia, edukiak euskaraz sareratzea diru-laguntzak jaso ahal izateko.

Eta gainera, Interneten **berariazko helburuak** finkatu behar dira; bereziki, haur-gazteen euskarazko erabilera bermatzeko baldintzak sortuz (kontsultarako informazioa, aisialdirako eskaintza...). Era berean, Internet oso **bitarteko egokia** izan daiteke, hedabide estandarren bidez zabaldu ezin daitezkeen edukiak zabaltzeko; gai espezializatu eta minoritarioak, eztabaida-fofoak, blog pertsonalak...

Atal honi dagokionez, eta ideia zehatz gisa, proposatu da Jaurlari-tzak zuzenean zabaltzea Internet bidezko hedabideak; horretarako, curriculum egokitu beharko da (hezkuntzako curriculum-edukiak aldatu, eat izen-sintagma eta idazle klasikoekin borrokan ibili beharrean, denbora web-gunez web-gune pasatu, adibidez), edo beste bide informalagoak erabili. Besteak beste, euskarazko messengerra sortzeko aukera egon liteke.

3.4.2. ... Ikusentzunezkoei

Atal honetan ez dago erabateko adostasunik. Oro har, prentsa idatzia (egunkari zein aldizkariak), ikus-entzunezkoen aldean jartzean (irradi, telebista...), ikus-entzunezkoei **arreta gehiago** eskaintzea komenigarria dela uste du txostengileen gehiengoak. Batek adierazi duenez, “Euskara ez badago ikus-entzunezkoetan, euskaldunak ez dira sektore horretan egongo”.

Izan ere, prentsa irakurlea adin handiagokoa dela kontuan harturik, eta ikus-entzunezkoek orokorrean gaur egungo gizartean idatziak baino eragin handiagoa duela kontuan hartuta, azken hauei laguntzaren ikuspuntutik gero eta pisu gehiago ematearen aldeko apustua indartu behar dela iritzi diote askok eta askok.

Dena dela, denentzako behar dela eta prentsa idatziak arreta gutxiago merezi ez duela uste duenik ere bada (eskaintza maila oso oinarrizkoa baita euskararen biziraupenaren eta normalizazio prozesuaren ikuspegiari dagokionean). Azkenik, eta lehenago ere aipatua izan den moduan, zenbaiten ustez ikus-entzunezko sektoreak jada badu garrantzi handiena, eragile guztiek hala aitortua. Eta etorkizunean ere hala izaten jarraitu beharko du.

Oro har, dena den, EITBrekiko kezka azaldu dute aditu gehienek. Arreta, beraz, beharko luke, eta gabeziak antzemanaz plan estrategikoa egin beharko litzateke. Hor, HPSek berak zeresana baduela aipatu dute batzuek.

EITBren gabezia horietako batzuk azaldu dira txostenetan, besteak beste: haurrentzako eskaintza ugaltu bai ala ez (batzuek uste dute eskaintza gehiegi bideratu dela adin-tarte horretara, beste batzuen ustez, aldiz, oraindik ere eskaintza hori ugaltu egin beharko litzateke); gaztelaniazko hedabideek zerbait egin behar dute euskara erdal-elebarrarengana iristeko; zinema eta telesailak askoz gehiago bultzatu beharko lituzke; lau kateetatik bi euskara hutsean izan beharko lirateke; bikoizketa zerbitzua bultzatu beharko litzateke, eta bikoizketak bestelako medioen eskura jarri;...

Telebistari lotuta, eta ekoizpenaren arloan, kanal tematikoak abian jartzeko aukera aztertzea ere proposatu da.

Bestalde, baten batek kezka adierazi du zinemari dagokionean. Gabezia ikaragarria sumatu du aditu horrek, eta hiriburu bakoitzak pantaila handiko produktuak euskaraz eskainiko dituen aretoa izatea proposatu du, erreferentzia-leku gisa.

3.5. EUSKARAZKO HEDABIDEEN MAPA IDEALA

Adituek euskarazko hedabideen mapa ideala marraztu beharko balute, osagai hauek erabiliko lituzkete:

- **Dibertsitatea – aniztasuna**
- **Normaltasuna**
- **Entretanimendua**
- **Informazio orokor zein espezializatua emango duten hedabideak**
- **Euskarri guztiak lantzea**
- **Elkarkidetzak (sare horizontalak eta bertikalak) eta lankidetzak**
- ...

Horren arabera, urte batzuetan egunkari bat baino gehiago edukitzea litzateke erronka zenbaiten esanetan. Bai aniztasunaren ikuspuntutik eta baita edukien dibertsitatearen ikuspuntutik ere (batzuk serioak eta besteak arinagoak).

Tokiko telebistaren kasuan, bestalde, abian diren elkarlan eta taldeak oso positibotzat jo dira kostuen murrizketa zein eskaintzaren aberastearen ikuspuntutik.

Tokian tokiko prentsa idealak, berriz, kalitatea, oreka, gertutasuna eta eduki irakurri-entzun-ikusiak ematearekin egon behar luke lotuta. Horrek zera esan nahi luke zenbaiten ustez: lehenengo mailako futbol taldearen berri ematea (tokian tokikoarena); zonaldeko eskelak zentralizatuko dituena; eta gertuko notiziak ondoen emango dituena.

Hori guztia, kalitatez, euskaraz eta euskarri desberdinetan, horixe da bilatu beharrekoa. Eta horretarako, momentuko indarren metaketa bultzatu behar da, izan ere, sortutako eduki eta euskarazko kazetariak euskarri desberdinetan erabiliko liratekeen edukiak sortzea, baliabideak optimizatzeko urratsa litzateke. Eta eskualde bakoitzean dauden agenteak, proiektu hori garatuko dutenak izatea.

Ildo beretik, albisteak euskaraz zabalduko lituzkeen euskal agentzia sortzea ere proposatu da.

3.6. ADMINISTRAZIOAREN LAGUNTZAREN NONDIK NORAKOA

Askoren ustez, laguntzak **emaitzekin** lotu beharko lirateke nolabait. Hau da, egin daitekeena eta egin nahi dena hedabideekin adostu eta administrazioak parte bat ordainduko luke nolabaiteko baldintza edota bi aldeko konpromiso batzuen pean.

Horretarako, batetik, administrazioak **neurtzeko gailu estandarrak** behar ditu. Neurtu egin behar da hedabide zehatz baten arrakasta eta horren arabera, besteak beste, lagundu. Honela, hedabideen kalitatea neurtzeko ahalegin berezia egin behar da; kalitatea, denboran zehar hobea eta arazoizko kostukoa dela ulertuta.

Finean, administrazioak neurgarriak diren **adierazleak** identifikatu eta martxan jarri behar ditu. Izan ere, euskaraz egite soila diruz lagundu beharrekoa izan bada ere, etorkizunera begira euskarazko produktu konpetitibo eta kalitatezkoak bultzatu behar dira administraziotik.

Bestalde, zenbaiten ustez, gastu edo laguntza kontzeptuetatik **inbertsio** kontzeptuetara igaro behar da. Eta hortaz, finantzazioa beste era batera ulertu behar litzateke. Honela, esaterako, merkatu-ikerketek izugarrizko garrantzia dute; baita beste hizkuntza minorizatueta arrakasta duten formatuen inguruko azterlanek, etab.

Hots, **dirulaguntza hutsetatik haratagoko estrategiak** bultzatu behar dira: merkatu ikerketak, I+Grako laguntzak, etabar, eta baita sustapena eta banaketa laguntzeko partidak ere (azken batean, gero eta garrantzi zein pisu handiagoa baitute erdal hedabideetan hauek guztiek ere).

Hori horrela, aipatu da aurrekontuak diseinatu eta dirulaguntzak esleitzerakoan kontuan hartu beharko liratekeela, batetik, langileen egoera ekonomikoa (soldata duinak bermatu; segurtasun eta ongizate ekonomikoa), eta, bestetik, teknologia eta berrikuntza diruz lagundu.

3.7. GUTXIENKO IRAKURLE-IKUSLE KOPURUAK

Gutxieneko irakurle-ikusle kopuruari dagokionean, gehien-gehien ustez ez dago zifra bat jartzerik, baina oro har, **hedabide bakoitzaren izaerarekin** oso loturik dagoen aldagaia da. Oso bestelakoa beharko luke, nolana ere, izaera orokorreko prentsa nazionalaren publiko kopuruak edo aldizkari espezializatu batenak.

Halaber, gune bakoitzeko **egoera soziolinguistikoa** ere aintzat hartu beharko da gutxienekoak finkatzerako orduan. Eta guztion dirua administratu behar duenak emaitzetan ere pentsatu beharra dauka. Beraz, irakurle-ikusle kopuru handienak dituztenak laguntzea izan beharko litzateke batzuen ustez administrazioaren lehentasun (masiboenak alegia), eta ondoren, gainerakoak laguntzea.

Nolana ere, gutxieneko irakurle-ikusle kopuruak finkatzera itzuliz, zenbaiten ustetan, hedabide bakoitzari egokitutako **erantzun adostua** izan behar luke honek. Hedabide bakoitzari egokitua, xede-taldea dimentsionatuta, gertuko erreferentziak aintzat hartuta eta EHko nahiz nazioarteko kontsumo erreferentziak erabiliz. Horrelako prozesu baten ondoren bakarrik markatu ahal izango lirateke helburu zehatzagoak bete beharreko kopuruei dagokienez.

Azkenik, eman da erreferentzia kuantitatibo bat ere gutxienera zenbaki onargarrien inguruan: 5.000 harpidedun edo esparru naturaleko %5 izan litezke zoru moduko zifrak dauden erreferentziak kontuan hartuta.

3.8. ZERGA ONURAK PUBLIZITATEARI

Gai honen gainean ez da adostasun handirik azaldu. Zenbaitek positiboki ikusten du zerga-onuren ezarpena publizitatea jartzen duten entitateen gainean. Horrela, **euskarazko publizitatea sustatu** egingo bailitzateke.

Dena dela, beste hainbaten ustez ez da Jaurilaritzaren egitekoa publizitatearen zerga onuratan sartzea. Hau da, publizitatea, produktuak berak erakarri behar du, produktuaren kalitate, oreka eta gertutasunak alegia. Eta administrazioak, behar bada, tokiko euskarazko prentsa bere iragarki-kanpainetan ere kontuan hartzeari ekin beharko lioke. Honela, agente pasibo baino, **agente aktibo** gisa eraginez.

Beste zenbaiten aburuz, publizitatea euskaraz egiteagatik zerga onurak eskaintzea ekintza bera devaluatzeko modua litzateke. Horren partez, **euskarazko publizitatearen sariak** ezarri behar lirateke, euskaraz ari diren enpresa eta agentziek euren eskapariateak izan ditzaten.

3.9. ERDARAZKO HEDABIDEETAN EUSKARA BULTZATU

Azken atal honetan ere, amaitzeko, ezin esan adostasunik dagoenik. Zenbaiten ustez garrantzitsua litzateke euskara erdarazko hedabideetan present egotea, azken batean ez baita ze hedabide erabiltzen duten, euskaraz ala erdaraz erabiltzen duten baizik. Dena dela, **edukiaren aldetik benetako balioa** duen produktua da erdal komunikabideetan diruz lagundu beharrekoa (funtsezko gaia eta balio erantsia eskaintzen diona irakurle-entzule-ikusleari).

Beste batzuen aburuz, erdara erabiltzen duten hedabide errentagarriak ez lirateke diruz lagundu behar euskara erabiltzeagatik. Nahikoa mozkin dutenen kasuan, behinik behin, euskara erabiltzeko gonbita egin lehenik, eta **bide legislatibo-normatiboa** urratzea litzateke ondoren administrazioak egin beharrekoa (bestela, administrazioak jarritako publizitate zein emaniko diru-laguntzak etenez).

Are gehiago, euskara gehigarrietan lantzeak euskararen presentzia handitzen badu ere, euskararen marginalizazioa eta periferizazioa indartzen du zenbaiten esanetan, eta beraz, ez da euskararen garapenerako jorrazeko bide egokia.

Dena dela, **neurria egindako itunak** askoz ere eraginkorragoak lirateke zentzu honetan, guztientzako balio duten formula estandarrak baino (hedabidearen arabera, irakurle kopurua, euskararen funtzioa...).

4. ONDORIOAK. ADOSTASUN HANDIKO IDEIAK

Ondorioetan, aztertu diren txostenetan bilduriko ideia guztien artean adostasun zabalena duten ideiak azpimarratu dira. Deituriko aditu denak ez dira seguruenik ere segidan aurkezturiko baieztapenekin ados egongo. Baina badute, guztiek ere, nolabaiteko onarpen maila zabal xamarra.

Hauexek dira, bada, hausnarketa zabalduenak edo hedatuenak, eta etorkizunera begira interes berezia izan dezaketanak, horratz:

- **Lehentasunezko taldeak: gazteak** aipatu dituzte askok. Gazteen-tzako eduki eta kanalak bultzatu beharra.
- **Interneten garrantzia**
- **Ikus-entzunezkoei arreta berezia.** Gizarteak bere aisialdiaren atal nagusi baterako hala hobetsi baititu, eta gero eta gehiago. Honekin lotuta, EITBren plan integral eta estrategikoa beharko litzateke.
- **Aniztasunaren beharra.** Zenbat eta gehiago, hobe. Ahalik eta kolore gehien izan behar ditu euskarak. Bigarren egunkari bat bultzatu behar ote litzatekeen aipatu izan da hausnarketarako elementu gisa.
- **Elkarlana eta sareak.** Aniztasuna mantenduz, baina baliabide eta produktuen optimizazio eta koordinazioa bultzatuz.
- **Arintasuna.** Estilo serioak eta arinak euskal hedabideen zabalkunderako konbinatu beharra azpimarratu da.

Eta azkenik, jarduera publikoaren inguruan,

- **Emaitzekin lotu eta neurtu.** Laguntza publikoaren eragina neurtu egin behar da eta horretarako gailu estandarrak behar dira.
- **Hausnarketa eta elkarkidetza sustatu.** Sektoreko agenteekin elkarlan gehiago bultzatu eta hausnarketa zein azterlanak sustatu.

EUSKARA HEDABIDEETAN

**Euskarazko hedabideak
eta euskararen presentzia hedabideetan**

TXOSTENA EGITEKO AZTERGAIAK

1. Garenaren neurria kontuan hartuz, zein eratako hedabideak lehenetsi beharko lirateke? Zein ezaugarritakoak formatuari dagokionez (prentsa idatzia, irratia, telebista, Internet)? Zein ezaugarritakoak formatu bakoitzean hartzaileei dagokienez, enfokeari eta edukiei dagokienez?
2. Lehentasunekin jarraituz, ba al da adinaren edo beste faktoreren baten arabera lehenetsi beharreko kontsumitzaile-talderik?
3. Ezinbestez minoritarioak diren aldizkariak (aldizkari espezializatuek, elitei zuzendurikoek) behar al dute arreta publikorik?
4. Zein da tokian tokiko prentsaren aukerarik egokiena epe erdira begira: egunkaria ala aldizkaria?
5. Zertarako (zein kontzeptutan, alegia) eman beharko lituzke laguntza, bultzada eta babesa administrazioak? Nola uztartu *merkatuan lehiatu beharra* (eta, beraz, lehiatzeko moduko produktua izatea eta lehiatzen jakitea) eta administrazioaren laguntza, laguntza *morrontza bihur* ez dadin? Diru-laguntzak jasotzeko denbora mugatu beharko al litzateke, esaterako ikusi arte kontsumitzaileek onarpena ematen dioten ala ez produktu bati?
6. Zein da gure euskal merkatu txikian gutxieneko gisa onartuko genukeen irakurle kopurua prentsa idatziko (eguneroko nahiz aldizkari) produktu batek eta irrati nahiz telebista batek interes publikoari erantzuten diola esan ahal izateko?
7. Internet arreta berezia eta lehentasuna zor zaizkion medioa al da? Gure artean gazteak eta euskaraz eskolatuak izanik Interneten kontsumitzaileerik

gehienak, gazteei bereziki zuzenduriko eskaintzaren bat bultzatu beharko ote litzateke Interneten? Zein eratakoa?: messenger euskaraz, webgune ludiko interaktiboak, informaziorako webguneak, bestelakoak.

8. Merkatuan lehiatzeak autofinantzaketa berarekin darama, eta autofinantzaketak publikoaren onarpena eskatzen du nahitaez. Onarpen horrekin batera doa, ordea, publizitatea ere. Publizitatea lortzen laguntze aldera herri-aginteeek neurri berezirik hartu beharko ote lukete? Euskararen balioa eta prestigioa aireratzera zuzenduriko ekintzez gain, arlo fiskalean, adibidez, zerga-onurak eskainiz publizitatea sartzen duten entitateei.
9. Egin al daiteke euskarazko hedabideen mapa ideala-edo izango litzatekeena? Zein litzateke mapa hori txostengile bakoitzaren iritzian? Beti ere, jakina, euskal hiztunok *garenaren –eta kasurik onenean izan gintezkeenaren– neurria* kontuan hartuta.
10. Argitaletxe, editore eta idazle sare zabala daukagu euskaraz, oso zabala. Euskaraz irakurtzeko joera asko ugaltu da azken 20 urteotan. Euskaldunaren irakurzaletasuna piztu eta liburuen truke diru bat ordaintzeko prest egotea lortu bada, zergatik ez da lortu gauza bera prentsarekin? Zergatik baloratzen da euskarazko eleberrigintza, baina ez prentsa, ez behintzat neurri berean?
11. Prentsa idatziko produktua, edukiari dagokionez, ez ote da *astunegi*, gai sozialpolitiko *serioekin* eta jarrera politiko ildo (ia) bakarrekoekin identifikatua? Ez ote litzateke oro har produktu *arinagoen* aldeko apustua egin behar?
12. Zergatik ez dio irakurle euskaldunak erdarazko prentsari ematen dion balio bera ematen euskarazkoari, eta jarrerarik naturalena iruditzen zaio euskaraz irakurtzen duguna debaldekoa izan behar duela eta, aldiz, erdarazkoa ordaindua?
13. Euskarazko prentsa indartsuaren aldeko apustua egiterakoan bat datoz eragile guztiak, nahiz pribatuak hala publikoak. Egunkari eta astekariei garrantzi handiena ematen eta, bitartean, telebista, irrati eta Interneti

bigarren mailako garrantzia aitortzen jarraitu behar al dugu? Ikus-entzunezkoei arreta handiagoa eskaintzeko ordua ote?

14. Sektore atomizatua da euskarazko prentsarena: eragile asko eta baldintza ekonomiko eskasak. Nola metatu indarrak, monopolioetan erori gabe eta anizkoiztasuna bermatuz? Birmoldaketa behar duen sektorea al da euskarazko hedabideena? Eragile gutxiago baina indartsuagoak, lanpostu gutxiago baina baldintza hobeetakoak, irakurleen gogoaren araberako produktuak, monopolio arriskuak ekiditen dituen jardunbidea... puntu horiek eta beste zenbaitek (esan zeintzuk) osaturiko hezurduraren araberako gogoeta estrategikoari ekin beharko ote litzaioke?
15. Erdara nagusi duten hedabideetan euskarari sarbidea emateko zein bide urratu beharko litzateke?

UNAI AGIRRE

- **Garenaren neurria kontuan hartuz, zein eratako hedabideak lehenetsi beharko lirateke? Zein ezaugarritakoak formatuari dagokionez (prentsa idatzia, irratia, telebista, Internet)? Zein ezaugarritakoak formatu bakoitzean hartzaileei dagokienez, enfokeari eta edukiei dagokienez?**

Ez dut uste era bat edo besteko hedabideak lehenetsi behar direnik, aukera bakoitzari eraginkortasuna eskatzea da gakoa. Gaur egun errealtate desberdineko komunikabideak daude, eta asko dira eraginkorrak, beren artean oso desberdinak izan arren. Gainera, euskal hedabideetan egiten ari garen akatsetako bat, guztiak batu nahia da, hizkuntza–eredu bat jarri nahia, formatuak bateratu nahia, hartzaile-multzoak neurri berekin neurtu nahia. Baina ezin ditugu Bilboko eta Araiako hartzaileak parekatu, Zegama eta Donostiarako formatu berak planteatu edo adindu eta gazte batentzat hizkuntza-ereduak bateratu. Hori tokian tokiko komunikabideei dagokienez, baina nazio-mailakoetan ere ereduak sortzen direnean jende-multzo handienaren alde egiteko arriskua dago. Hizkuntza-ereduak tarte estuegian finkatu nahi badira, kirola eta politika tonu bereko euskararen eskaini eta jasoko dira, edo haurrentzako eta helduentzako bi programa bereizteko aurkezlearen aurpegia ikusi beharko dugu. Enfokeari eta edukiei dagokienean ere, ezin dugu bat edo beste lehenetsi; esaten den bezala gizartea anitza bada, edukiek anitzak behar dute, ikuspuntuak... euskarazko hedabideek beldur gutxiago behar dute horretan, eta arriskatu eduki eta gai berriak jorratzen eta hizkuntza-ereduak zabaltzen eta sortzen.

Guk, herri-komunikabidea izanik, egunerokoaren aldeko apustua egin genuen, bai paperean eta baita Interneten ere. Bakoitzak berea begi onez ikusten omen du eta gu gustura gaude orain arteko emaitzarekin. Alde horretatik herri-komunikabideetan egunerokoaren apustua eraginkorra dela esan dezakegu, zenbait baldintza betetzen baditu behintzat:

- **Herriak tamaina jakin bat izatea**, alegia, eguneroko informazioa sortzeko adinako tamaina izatea. Hala ere, ez dago hirietara joan beharrik egunkari bat atera ahal izateko. Hernanik 19.000 lagun ditu eta arazorik ez dago egunerokotasunerako, eta herri txikiagoe-tan ere, formula honek balio lezakeela uste dugu. Herri bakarre-rako produktua izanik, oso gertuko informazioa eman liteke, oso informazio praktikoa. Egunerokotasuna behar bat bihurtzen da, ia ezinbesteko tresna.
- **Komunikabideak eguneko ordurik gehienetan lan egiteko aukera izatea**, bai astean zehar, eta bai asteburuetan ere. Egunkariak azpiegitura handia eskatzen du, eta ordutegi zabal batean lan egiteko disposizioa. Erredakzioa nahiko berandu itxi behar da egu-nero, zenbait notiziak freskotasuna izan dezaten. Ezin da egunkari bat aldizkariaren eskemetan egin; zenbait gauza berdinak eta ko-piagarriak izan litezke, baina erritmo azkarragoan egin behar da lan. Alegia, egunerokotasunera joaten denak, egunkari handiagoen lan-erritmoa kopiatu beharra dauka, akatsa oinarrian egingo du bestela.
- **Produktua kaleratzeko aukera izatea**. Normalean inprentek ez dute gauez lanik egiten eta errotatiba da ordutegi aldetik aukera bakarretakoa. Errotatiban botatako produktuak gutxienez A3 tamai-nako eta 8 orrialdekoa izan behar du. Guk erdibideko formula bat erabiltzen dugu: astelehenetik ostiralera A3 tamainako 2 orrialdeko egunkaria kaleratzen dugu, guk erositako multikopista batean, eta larunbat eta igandean errotatiban botatzen dugu 8 orrialde edo ge-hiagoko egunkaria. Horrek aukera ematen digu egunerokotasuna-ri eusteko, eta asteburuetan behar adina leku izateko. Banaketari

dagokionez berriz, herri-komunikabide gehienek posta kutxan sartzen dute beren produktua. Guk gainerako egunkariak banatzen diren puntuetan, nahiz okindegi eta dendetan, jartzen dugu. Doakoa da, eta nahi duenak hartu lezake. Garrantzitsua da gure produktua gainerako egunkarien parean egotea, banaketa-puntuetan presente egotea.

- **Lehentasunekin jarraituz, ba al da adinaren edo beste faktoreren baten arabera lehenetsi beharreko kontsumitzaile-talderik?**

Komunikabide bakoitza aztertu beharko litzateke, baina plan orokor batean ezin da kontsumitzaile-talderik hobetsi. Hala ere, hedabide espezializatuek edo hedabideetako sail jakinek beren kontsumitzaile-taldea zehaztu beharko dute: musika dela, kirolak direla... eta kasu bakoitzean desberdin jokatu. Interesgarria litzateke kontsumitzaile-talde guztientzako euskarazko komunikabide desberdinak izatea, eta hori bultzatu behar dela uste dut, baina hortik oso urruti gaude.

Guk, herri egunkari izanik, herritar guztientzat egiten dugu produktua, edo helburua hori da behintzat, eta ahalegina da guztientzat izatea produktua erabilgarri eta erakargarri. Horretarako lan handia egin behar da jakiteko kontsumitzaile-talde bakoitzari zer informazio zaion interesgarri, zer den berek irakurri nahi dutena eta, ahal dela, zer hizkuntza-mota erabiltzen duten, eta atalak bereizi. Ez da berdina ikasleentzat edo jubilatatu taldeentzat idaztea; bizilagun gehienek euskaraz ez dakiten auzo baterako edo euskal hiztun auzo baterako idaztea... guztiak kontuan hartu, eta bakoitzari dagokion tratamendua ematen asmatuz gero, produktuak arrakasta orokor handiagoa izango du eta kontsumitzaile bakoitzak bere tokia izango du.

- **Ezinbestez minoritarioak diren aldizkariak (aldizkari espezializatuek, eliteei zuzendurikoek) behar al dute arreta publikorik?**

Nire ustez bai, gure komunikabideak oso bestelako ezaugarriak baditu ere. Minoritarioak diren aldizkariak dira askotan gai konkretuei buruz artikulua zehatzenak argitaratzen dituztenak, azterketa eta elkarrizketa sakonenak... hori laguntzea ona iruditzen zait eta ezinbestekoa. Ezinbestekoa diot, aldizkari

horiek lan handia egin behar dutelako gai konkretuetan oinarria jartzen, ereduak sortzen edo jendea hezten.

- **Zein da tokian tokiko prentsaren aukerarik egokiena epe erdira begira: egunkaria ala aldizkaria?**

Egin beharko ez litzatekeen galdera dela uste dut hau, normalean erantzunak oso interesatuak izaten baitira. Esperientziak esaten digu aldizkari nahiz egunkariak izan litezkeela eraginkorrak, ondo eginez gero. Galdera egokiagoa litzateke egunkaria nahiz aldizkaria egin, zer baldintza bete behar dituen eraginkorra izateko, aukera ona izateko.

Gure kasuan egunkaria aukeratzean bete-betean asmatu dugula esan dezakegu, eta horri buruzko iritzia eman nezake. Produktua erakargarria da jendearentzat, eta egunero izateak irriki bat sortzen du irakurlearengan. Egunkari zabal bat planteatzen bada, herriko errealitate guztien ispilu izango dena, oinarrizko funtzioa betetzen du herrian eta denboraren poderioz ezinbesteko produktu bihurtzen da. Eguneko berri garrantzitsuak biltzeaz gain, agenda-funtzioa ere betetzen du herri egunkariak, eta jendeak bertara joko du eguneroko ekitaldien bila. Horrez gain, asteburuetan produktua nahi adina handitu genezake eta erreportaje edo monografiko sakonagoek hor izango dute beren tokia. Gurea handitzen ari den produktu bat da, eta gauza bat du ona: oraindik ibilbide luzea ikusten zaiola aurretik, ez duela inondik ere sabairik jo. Beraz, 20.000 biztanle inguruko herri batean guztiz eraginkorra izan liteke egunkari bat sortzea.

- **Zertarako (zein kontzeptutan, alegia) eman beharko lituzke laguntza, bultzada eta babes administrazioak? Nola uztartu *merkatuan lehiatu beharra* (eta, beraz, lehiatzeko moduko produktua izatea eta lehiatzen jakitea) eta administrazioaren laguntza, laguntza *morrontza bihur ez dadin*? Diru-laguntzak jasotzeko denbora mugatu beharko al litzateke, esaterako ikusi arte kontsumitzaileek onarpena ematen dioten ala ez produktu bati?**

Herri-komunikabideek egiten duten bidea ez da galduko administrazioek laguntza eman edo ez; baina jakitun izan behar dugu, erabateko lehian,

euskarazko produktuek galtzekoak dituztela besteen aurrean. Administrazioek baldintza batzuk jartzea beharrezkoa iruditzen zait, horietako bat kontsumitzaileen onarpena, baina ez dut uste diru-laguntzak eman ala ez, zailtzan jartzeko moduan gaudenik, euskaraz diren produktuak indartzea nahi bada. Askotan iruditzen zait herri-komunikabideei ematen zaien diru-laguntza *limosna* moduan ulertzen dela; baina zein enpresa bizi da gaur egun laguntzarik gabe? Edo administrazioak zein enpresari ez dio onurarik ematen? Diru-laguntzak kenduz gero, beste alorretako enpresa askok ez lituzke ateak itxiko, baina hain lehiakorrak izango al lirateke? Komunikabideen kasuan berdin gertatzen da, euskararen normalizazioan eragingo duten produktuak nahi baditugu, laguntza beharko dute. Hala ere, merkatuan lehiakorrak izatea eskatu egin behar zaie diruz laguntzen diren proiektu horiei; baina horretarako bideak badaude: autofinantzatzeko-mailak eskatzea adibidez.

Kontzeptuari dagokionez, oraingo kontzeptuez gain beste batzuk erabiltzea interesgarria iruditzen zait, euskarazko herri-komunikabide hauei izaera profesionalagoa emateko bidean: langileen lan-baldintzak hobetzeko, inbertsio teknologikoetarako, enpresa-egitura sendotzeko, ikastaroetarako eta abar.

- **Zein da gure euskal merkatu txikian gutxieneko gisa onartuko genukeen irakurle kopurua prentsa idatziko (eguneroko nahiz aldizkari) produktu batek eta irrati nahiz telebista batek interes publikoari erantzuten diola esan ahal izateko?**

Guztientzako formula bakarra jartzea oso zaila da, oso errealitate desberdinak baititugu herri gehienek. Gauza asko dira kontuan hartu beharrekoak, gainera; irakurleak, entzuleak nahiz ikusleak izateko formulak ere kontuan hartu behar baitira: ez da berdina aldizkari espezializatu batek izan lezakeen irakurle-kopurua edo futbol-partidu batek izan lezakeen ikusle-kopurua. Eraginkortasuna da kontuan hartu beharreko faktorea eta horrek ondo erakusten du irakurle, entzule nahiz ikusle kopurua. Hori zehazteko zenbait faktore hartu litezke kontuan: publizitate kopurua, herri-komunikabideen kasuan talde, erakunde, banako eta abarrek komunikabidea zenbat eta zer modutan erabiltzen duten, eskelak... Herri komunikabideek arazo bat dute, beren produktuaren gaineko eta irakurle kopurua zehazteko azterketa sakon bat egin

ezina, oso garestia baita. Neurri batean guk lortu dugu horretarako laguntza (Buruntzaldeko udaletako euskara-batzordeek diruz lagundu dute) eta emaitzek gauza asko erakutsi dizkigute. Horri lotuta esan behar dugu, Eusko Jaurlaritzak egin eta zabaldu berri duen azterketak guk ditugun datuekin zerikusirik ez duela. Interesgarria irudituko litzaiaguke azterketa hau komunikabideek izan genitzakeen azterketekin alderatzea.¹

- **Internet arreta berezia eta lehentasuna zor zaizkion medioa al da? Gure artean gazteak eta euskaraz eskolatuak izanik Interneten kontsumitzailerik gehienak, gazteei bereziki zuzenduriko eskaintza-aren bat bultzatu beharko ote litzateke Interneten? Zein eratakoa?: messenger euskaraz, webgune ludiko interaktiboak, informaziorako webguneak, bestelakoak.**

Arreta berezia bai, baina lehentasuna agian ez. Internetek, gora egin arren, ez dut uste lekua kenduko dienik telebista, irrati, egunkari edo aldizkari; osagarri izatera iritsiko da, gehienez ere. Euskara teknologia berrietan sartzeko, ahalegin berezia egin behar da, baina gainerakoak deskuidatzea akats bat litzateke. Hala ere, ados nago Interneteko produktuak eta ahaleginak laguntzarekin, teknologien errealitatean murgildu eta etorkizun hurbilari aurrea hartzea ezinbestekoa baita. Interneten, egunkariaren kontzeptutik *orainkariaren* kontzeptura salto egitea beharrezkoa da, ahal den neurrian, herri-komunikabideetan ere. Alegia, egunean behin edo bi aldiz eguneratsetik albistea idazten den momentuan eguneratzera pasatzea. Bestalde, Interneten barruan teknologia berriak txertatzeak bultzada handia eman diezaioke formatu honi: ikus-entzunezko dokumentuak eta abar. Horrek, dena dela, lan-bolumena izugarri handitzen du eta pixkanaka egin beharreko inbertsioa da.

1 Azterketa IKERTALDE enpresak egin du, eta bertan azaltzen diren emaitzek ez dute zerikusirik Eusko Jaurlaritzak bidalitako txostenean azaltzen direnekin. Eusko Jaurlaritzako txostenak dio 5.300 lagunek irakurtzen dutela egunean Hernaniko Kronika, eta IKERTALDEren azterketak dio euskaldunen %99k irakurtzen duela kronika egunean. Inkestetarako baliatu duten laginari dagokionez, IKERTALDEk lagin zabalagoa erabili du, Eusko Jaurlaritzak baino. Horrez gain, gaur egun 4.000 aletik gora banatzen ditugu eguneroko Hernanin.

- **Merkatuan lehiatzeak autofinantzaketa berarekin darama, eta autofinantzaketak publikoaren onarpena eskatzen du nahitaez. Onarpen horrekin batera doa, ordea, publizitatea ere. Publizitatea lortzen laguntze aldera herri-aginteek neurri berezirik hartu beharko ote lukete? Euskararen balioa eta prestigioa aineratzera zuzenduriko ekintzez gain, arlo fiskalean, adibidez, zerga-onurak eskainiz publizitatea sartzen duten entitateei.**

Hartzen diren neurri guztiak onuragarriak izango direla ez daukat zalantzarik, eta aldekoa naiz, baina merkatuan lehiatu behar duen produktu batek eraginkorra izan beharra dauka publizitatea lortzeko. Publizitateak eraginkorra izan beharra dauka, ez *karitatezkoa*, eta bezeroak emaitzak behar ditu. Alegia, komunikabide bakoitzaren esku dago, hein handienez, publizitatea lortu edo ez, eta neurriak lagungarri izan litezke. Arlo fiskaleko zerga-onurei dagokienez edo antzekoetan, oso aldekoa naiz, bezeroari eskatzeaz gain, zerbait eskaintzearena, oso garrantzitsua baita, eta kasu honetan bezero handietan izan lezake eragina. Herri-komunikabideen gabeziak bat askotan bezero edo enpresa handietara iristeko zailtasuna da, beren merkatua handiagoa baita eta horiek bai prestigioagatik edo herriaren aurrean azaltzeagatik egiten dutela publizitatea herri-komunikabideetan, nagusiak kanpokoak izan arren, langileak herritarrek izaten baitira askotan... Arlo fiskalean onurak eskaintzeak ate hori zabaldu lezake.

- **Egin al daiteke euskarazko hedabideen mapa ideala-edo izango litzatekeena? Zein litzateke mapa hori txostengile bakoitzaren iritzian? Beti ere, jakina, euskal hiztunok *garenaren* –eta *kasurik onean izan gintezkeenaren*– neurria kontuan hartuta.**

Nire iritzian kopuruak eta aniztasunak dakar kalitatea, eta mapa geroz eta beteagoak hedabide-sare hobea ekarriko du. Aldi berean, norik berea defendatzen du hemen eta berari balio izan dion formula babesten, baina oker dago formula bakarrak denerako balio lezakeela pentsatzen duena. Herri-komunikabideei dagokienez, produktu independenteak, beren artean elkarrekin bai, baina burujabe izango direnak defendatuko ditut nik, egitasmo handi

bateratuetan ez baitira herriz herriko beharrak kontuan hartzen, indarrak gehien duten herriek egiten dute motor lana, edo komunikabide handiek. Beraz, mapa horretan aukera desberdinak izatea aberasgarria dela deritzot, elkarrekin antolakuntza-modu bat izan dezaketenak; edo, noski, beren kabuz bizi ezin direnak elkartzea ere ezinbestekoa izango da. Mapa horretan, gaur egun hutsuneak badira eta izango dira, eta hor eragin lezake administrazioak, udaletako euskara-batzordeen bidez agian. Bidea irekitzen lagundu lezakeen esperientzia ugari da. Gaur egun, euskaldunak diren herrietan euskarazko herri-komunikabideek leku bat badute, esperientziak hala dio, eta ez dagoen lekuetan sortzen saiatzea litzateke logikoena.

Hala ere, kasurik gehienetan hedabide bat ez da sortzen euskarak behar duelako, hedabide baten beharra ikusten delako baizik. Euskaraz izatea erronka bat izango da, baina horrek ezin du justifikatu produktuaren porrota. Administrazioak euskara-normalizazioaren bidetik laguntzak ematea ona eta beharrezkoa da; baina produktuaren helburua komunikatzea behar du, eta hedabide-sareei buruz hitz egiten dugunean ere ezin da hori ahaztu. Beraz, hedabide-sarean euskarazkoak zeintzuk diren ikus dezagun eta ez euskarazko hedabideen sarean gelditu. Askoz panoramika errealagoa ikusiko dugu.

- **Argitaletxe, editore eta idazle sare zabala daukagu euskaraz, oso zabalak. Euskaraz irakurtzeko joera asko ugalduta azken 20 urteotan. Euskaldunaren irakurzaletasuna piztu eta liburuaren truke diru bat ordaintzeko prest egotea lortu bada, zergatik ez da lortu gauza bera prentsa-arekin? Zergatik baloratzen da euskarazko eleberrigintza, baina ez prentsa, ez behintzat neurri berean?**

Agian euskaraz eta gaztelaraz irakurtzen den eleberririk kopurua neurtu eta euskaraz eta gaztelaraz irakurtzen den prentsa-kopurua neurtuta, aldea ez da hainbestekoa izango. Ordaintzeari dagokionean, bi multzo bereiziko nituzke hor:

- **Batetik nazio-mailako prentsa.** Konpetentzia izugarria da eta Euskal Herrirako gaztelera edo frantsesetik egiten den produktu ugari dago. Hor lehiakorra izatea ez da samurra, besteak eskaintzen ez

duten zerbait eskaini behar baita, eta ez euskara bakarrik. Askotan, irakurle jakin batentzako produktua egiten dela pentsatzen dut, prototipo batean itsutzen garela, gure irakurle-multzo handiena delako edo, eta horrek zenbait ate ixten ditu. Agian egitasmo ausartagoek emaitzak emango lituzkete: herriz herriko kronikek, eskualdeetako notizia landuagoek, sorkuntza propioko berriek...

- **Herriz-herriko prentsa:** Herriz herriko prentsa da guri dagokiguna eta ezin dugu esan egiten dena jendeak baloratzen ez duenik. Baloratzeari prezio bat jarri behar bazaio agian bai, baina joera nagusiak ikusita, hemendik kanpora ere tokiko hedabideek doako izateko joera dute. Produktu eraginkorrak egiten diren neurrian, alegia jendeak irakurtzen dituen neurrian, diru-iturriak izango ditu. Eta nik uste dut, instituzioen diru-laguntzak ere ezinbestekoak direla, euskarazko produktuak sustatzea helburu duten neurrian.
- **Prentsa idatziko produktua, edukiari dagokionez, ez ote da astunegi, gai sozialpolitiko serioekin eta jarrera politiko ildo (ia) bakarrekoe-kin identifikatua? Ez ote litzateke oro har produktu arinagoen aldeko apustua egin behar?**

Uste dut aztertzeko modukoa dela egiten den prentsa idatziaren kalitatea, baina horrek astun eta arinarekin zerikusirik ez du nire iritzian. Euskal prentsak gainerako prentsak baino arinagoa behar duela pentsatzeak, euskarari ematen zaizkion funtzioekin zerikusi zuzena du. Adibide garbitzat ETB daukat nik: ETB1 programazioan arinagoa da ETB2 baino; kalitatez ETB2 telebista hobea da ETB1 baino. Jarrera politiko bakarrari dagokionean, euskal prentsa ildo batekin lotu liteke agian. Begiratu dezagun gaztelera-ko prentsa eta ildoak oraindik markatuagoak direla esango nuke, edo gutxienez ere gurean bezain markatuak. Produktu bat euskaraz delako ez da oinarrian desberdina izango: gizartea bera dago ildo bat edo bestearekin lotua. Horrez gain, geroz eta produktu gehiago izan, aniztasun handiagoa izango dugu, eta euskal prentsa urria da oraindik. Nik uste dut orokorrean aztertu litekeela zergatik

den prentsa hain astuna eta markatua, eta hor euskal prentsak zer toki duen aztertu liteke, non kokatzen den.

Azterketak orokorrago egin behar dira nire iritzian, eta hor euskal prentsak zer kalitate ematen duen ikusi: Besteak baino txarragoa da? zabalagoa? markatuagoa? arinagoa? astunagoa? Zertan?

Herri-komunikabideei dagokienean, agian zenbait atal eta berrietara iristeko zailtasun nabarmenak badira: enpresa eta lan mundua dela, herriari eragin liezaioketen gai politikak direla (Udaletik gaindikoak adibidez)... Eta alor horietan interes handiko berriak daude, jendearen eguneroko bizitzan eragin handia izan lezaketenak. Ahalegin berezia egin behar dugu herri-komunikabideek horietan sakontzen eta iturriak bilatzen.

- **Zergatik ez dio irakurle euskaldunak erdarazko prentsari ematen dion balio bera ematen euskarazkoari, eta jarrerarik naturalena iruditzen zaio euskaraz irakurtzen duguna debaldekoa izan behar duela eta, aldiz, erdarazkoa ordaindua?**

Debaldeko prentsari buruz ari garenean, pentsatzen dut tokiko prentsari buruz ari garela eta tokiko prentsa ia guztia da debaldekoa, bai euskarazkoa eta baita gaztelerazkoa edo frantsesezkoa ere. Eta ez Euskal Herrian bakarrik, Euskal Herritik kanpora ere tendentzia hori da, hori ez dugu aldatuko. Interesgarriagoa da aztertzea debaldeko prentsa ondo nola gestionatu eta errentagarri nola egin. Jende askorengana iristen bada, eta irakurtzen bada, errentagarria izango da. Garrantzia ez da ordaintzen denaren arabera zehazten, irakurtzen denaren arabera baizik. Tokiko prentsa jende askok irakurtzea lortzen badugu, errentagarri izateko bideak agertuko dira.

- **Sektore atomizatua da euskarazko prentsarena: eragile asko eta baldintza ekonomiko eskasak. Nola metatu indarrak, monopolioetan erori gabe eta anizkoiztasuna bermatuz? Birmoldaketa behar duen sektorea al da euskarazko hedabideena? Eragile gutxiago baina indartsuagoak, lanpostu gutxiago baina baldintza hobeetakoak, irakurleen gogoaren araberako produktuak, monopolio arriskuak ekiditen dituen jardunbidea... puntu horiek eta beste zenbaitek (esan**

zeintzuk) osaturiko hezurduraren araberako gogoeta estrategikoari ekin beharko ote litzaioke?

Tokiko euskal prentsak bide bat egin du Euskal Herrian, eta bide horretan lehen urratsak helburu eta abiapuntu batekin egin dira kasurik gehienetan: *“gure herri edo eskualdeko euskara-normalizazioari bultzada handia emango lioke euskarazko prentsa izateak”*. Kasurik gehienetan Euskara Elkarte eta beste-lako elkarteak izan dira proiektu hauek indarrean jarri dituztenak, eta kasurik gehienetan oso egitura indartsurik ez duten elkarteak dira. Nire ustez, orain eskatzen den birmoldaketa profesionalizatzearen bidetik doa; zenbait kasutan, handi egin diren enpresa horiek egitura profesionalagoa behar dute, baldintza eta helburu profesionalagoak: adibide bat jartze aldera, euskara-normalizazioa ezin da helburu nagusi bakarra izan, komunikazioak bere parean edo gorago behar du helburuetan. Baina, horretarako bidea ez dut uste eragileak gutxitzea denik, eta kasuak ondo aztertu beharko lirateke: gure kasuan, Hernanirako egiten dugu produktua. Egitura txikia dugu, baina geroz eta sendoagoa, eta herrian proiektua erabat txertatua dago, eta urtez urte emaitza hobekiak lortzen ari gara. Zenbait lekutan herri-komunikabideek eskualdetan elkartzeko pausoa eman dute: indartu diren kasuak badira, baina baita proiektuek huts egin duten lekuak ere. Komunikabide bakoitzak aztertu beharko du bere egoera eta aukerarik onenaren alde egin; argi daukat puntu honetan ezin dugula politika bakar bat bultzatu, errealitate bakar bat marraztu.

Gogoeta estrategikoa bultzatzearen alde egon ninteke, baina ez helburua produktu eta estrategia bakar bat markatzea bada. Ateak irekita utzi behar dizkiegu estrategia eta bide desberdinei, eta horietako bakoitza zehazten saiatu: eskualdeko komunikabideek zer egitura behar duten, zer kopuru, banaketa-sistema eta abar; herri-mailako komunikabideek zer egitura behar duten... Joera izugarria dago produktu bakar bat zehazten saiatzeko, onena zerk behar duen izendatzeko... baina komunikabide desberdin asko dago, eta bakoitzean beharrek eta bideek desberdinak behar dute. Gogoeta estrategikorako oinarrietako batzuk hauek beharko lukete (tokiko prentsaren kasuan):

- Zer pauso eman litezke profesionalizatzeko bidean?

- Zeintzuk dira eskatu behar diren langileen baldintza gutxiene-koak?
- Komunikabideek egitura nahiko sendorik ba al dute funtziona-
mendu egokirako?
- Teknologiarri dagokionez, zer baldintzatan gaude?
- Banaketa-sistema egokia al dugu?
- Banatu eta irakurtzen denaren artean harreman zuzena al
dago?
- Publizitate nahikorik bada, zergatik? Zer pauso eman behar
dira?
- Komunikabide bakoitzak zer zerbitzu eskaintzen du herrian?
Herritarrak gustura daude orokorrean, edo beste zerbait es-
katzen dute?
- Komunikabide eta instituzioen arteko harremana eta iritzia.
- Produktuen euskara maila eta eredia egokiak dira argitara-
tzen den inguru eta publikorako?
- Edukiei dagokienez, non daude hutsuneak, gabeziak, komu-
nikatzeko zailtasunak?
- ...

KIKE AMONARRIZ

SARRERA

a) Euskarazko hedabideen inguruko hausnarketa ezin da egin, hizkuntza-normalizazio prozesuaren testuinguruan kokatu gabe.

Euskarazko hedabideen kontsumoa, euskararen hizkuntza-normalizazio prozesuaren aspektu garrantzitsuetako bat da. Txosten hau lantzeko bidali diguzuen proposamenean aipatzen den legez, “Kontsumitzaile potentzial eta egiazkoen tartea handituz doan tartea dela diote zantzu guztiek. (...) Helburua, beraz, kontsumoa handitzea da”.

Baina euskarazko hedabideen kontsumo-krisi hau ezin daiteke ez aztertu, ez ulertu, hizkuntza-normalizazio prozesuak euskal gizartean bizi duen moteltze-egoeran kokatu gabe (Ikus, Euskararen Aholku Batzordearen eskariz, Joxerra Garziarekin eta Andoni Egañarekin landuriko “Euskararen kalitatea” txostenean agertzen den diagnostikoa). Euskarazko kultur ekoizpenerako azpiegiturak ugaltu eta sendotu diren arren, eta euskal kulturaren hainbat esparrutan azken urteak oparagoak izan badira ere, oro har, esan genezake, “geldialdi” edo “krisi” sentsazioa (subjektiboa) nahikoa orokorra dela. Adibideak eta datuak ugariak dira: ETB1en ikusle-galera (edo gorakada eza), eskola-kontsumotik kanpoko liburu-salmenta kopuruak, diskoak... Eta horrekin batera euskararen erabileraren inguruko datuak, hizkuntzarekiko motibazio falta...

Euskal kulturak eta hizkuntza-normalizazio prozesuak, indarberritze sakona behar dute. Euskal gizartean hizkuntzarekiko atxikimenduan sakondu eta, erabilerari dagokionez, aurrerapauso kualitatiboak emateko garaia da.

Euskarazko hedabideak (EITB barne) pieza garrantzitsuak dira, giltzariak esango nuke, norabide horretan:

- Kalitatezko eskaintza anitz eta erakargarriaren bidez, euskarazko kultur kontsumoa handi dezakete, erabilera handituz eta merkatua zabalduz.
- Euskarazko kontsumorako joerak susta ditzakete, euskarazko esparru komunikatiboan, euskalgintzan eta kulturgintzan, sinergiak eraginez.

b) Ezin daiteke hizkuntza politika eraginkorrik garatu, hedabideetatik kanpo

Gaur egungo gizartean, ez dauka zentzurik hizkuntza-politikak hedabideetatik kanpo garatzea. Are gehiago, hizkuntza-politikaren arrakastaren gako nagusietako bat hizkuntza-normalizazioaren helburua komunikazio-politiketan txertatzean datza (Moragas eta Griffeu katalanek azken urteotan garatu duten teorizazioa oso argigarria da zentzu honetan). Eta baieztapen hau hizkuntza-politikaren atal guztietan da baliagarria.

Hizkuntza politikak arrakasta izango badu “balio erantsia” sortu behar du, eta komunikazioaren eta teknologiaren gizartean euskarak “balio erantsi” hori hiru aspektutan lortu du edo/eta lortu beharko du, batez ere:

- Motibazio eta jarrerari dagokienez, euskara, gizabanako eta talde-nortasunaren osagai ezinbesteko eta oinarrizko gisa barneratu behar du gizarteak. Gaur egun, askoz ere eraginkorragoak suertatzen dira hedabideen bitartez sortzen diren motibazio sozialak (telebista, zinema edo Internet, esate baterako), kanpaina publizitario soilekin lortzen diren emaitzak baino. Kanpaina solteen garaia igaro da.
- Erabilerari dagokionez, euskarak aldagai diskriminatzaile bihurtu behar du esparru produktiboan eta administrazioan, alegia, euskararen erabilera eta beharra zabaldu egin behar dira.
- Zerbitzu eta produktuetan –eta guri dagokigunez, hedabideetan eta Interneten–, euskarak eskuragarri egon behar du eta erakargarria izan, eta balio berezko eta bereziak eskaini.

Hedabideen inguruko hausnarketa eta hedabideen alorrean erabili beharreko irizpideen inguruko eztabaida, beraz, hedabideetatik haratago doa eta hizkuntza-normalizazio politikaren barnean kokatu behar da.

Alde honetatik, oso faltan sumatzen dut, hedabideek oro har, eta medio publikoek (EITBk, batez ere) hizkuntza-normalizazio prozesuan betetzen duten funtzioaren inguruko hausnarketa eta eztabaida. Ikuspegi hori ez da lantzen, horretaz ez da hitz egiten eta, salbuespenak salbuespen, ez dago barneratuta (ez behintzat EITBn edo EITBrentzat lan egiten duten profesionalen artean). Berriki, Euskadi Gaztea-ko arduradunen eskariz, Joxerra Garzia eta bion artean landuriko hizkuntza-proiektuaren alderdirik garrantzitsuena, seguruenik, horixe izan da; irrati honen funtzio eta helburu soziolinguistikoak eztabaidatu eta barneratzen ahalegintzea: Euskadi Gazteak, “gazteen hizkera” sortu eta osatzeari begira jokatzeko duen paper erreferentziala, gaztelaniaren presentzia mugatzearen arrazoiak, etab...

c) Koordinazioa areagotu egin behar da

Euskararen inguruko komunikazioan, zabaldu beharreko mezuetan eta hedabideei begira jorratu beharreko hizkuntza-politikan, dagoen koordinazio-maila sendotuz gero, aurrera eramandako politikak ere eraginkorrakoak izango lirateke. Horrekin batera, jorratu beharreko beste lan-ildo bat, administrazio-maila desberdinen inplikazioa bermatzea eta areagotzea izango litzateke.

Koordinazio hori batez ere 3 mailatan hobe daiteke:

- Administrazio-maila desberdinen artean (Jaurlaritza, EEP, Nafar Gobernuaren –aldaketarik gertatzen bada behintzat–, aldundiak eta udalak).
- Euskarazko hedabideen sustapenarekin zerikusia izan dezaketen erakundeen artean (adibidez: HPS, EITB, Industria Saila, Hezkuntza Saila...)
- Administrazioaren eta eragile sozialen artean (administrazio-maila bakoitzean).

HAKOBAK hartu duen bidea, beraz, egokia da, eta ezinbestekoa izango da bide horretan sakontzea, sinergiak areagotzeko.

d) Galdetegiaren egitura gehiegi lerratzen da prentsa idatzia- ren sektorerara

Ikerketa eta hausnarketa gaiak “Euskarazko hedabideak” izan arren, galdetegian agertzen diren galderak nabarmenegi lerratzen dira prentsa idatzia-
ren sektorerara:

- 6. galderan “gutxieneko gisa onartuko genukeen irakurle-kopurua” aipatzen da, nahiz eta gero irratiaz edo telebistaz galdetu.
- 14.ean “sektore atomizatua da euskarazko prentsaarena” esalditik abiatzen da galdera, ondoren, “birmoldaketa behar duen sektorea al da euskarazko hedabideena?” galdetzeko.
- Bi galdera orokorren ondoren harrigarria egiten da 3. galde-
ra “aldizkari minoritario”ei buruzkoa izatea eta 4.a tokian tokiko
prentsari buruzkoa, telebistari buruzko berariazko galderarik ez da-
goenean...

Galdetegia lerratuegia iruditu zait, alde horretatik. Eta, nire ustez, ondo bereiztu beharrekoak dira euskarazko hedabideei buruzko hausnarketa orokorra eta HPStik bideratzen diren diru-laguntzen inguruko politika. Bata bestearen barnean kokatzen da, baina maila diferenteko eztabaidak dira.

Bestalde, galdetegian agertzen diren baieztapen batzuk oso zalantzaz-
koak iruditu zaizkit (10, 12 eta 13. galderak) eta, kasuren batean, gaizki uler-
tuak eta haserreak eragiteko modukoak.

Azkenik, esan dezagun 613.000 pertsona jotzen diren arren euskaraz irakurtzeko gai, kopuru hori guztiz orokorra dela eta ezin pentsa daitekeela, horiek guztiak edozer gauza euskaraz irakurtzeko gai direnik, ezta gutxia-
gorik ere.

e) EITBren inguruko proposamenak

Sarrera honekin amaitzeko, proposamen labur batzuk EITBren inguruan.

e.1) EITB eta HPSren arteko loturak eta harremanak sendotzea

ETB1, Euskadi Irratia edo Euskadi Gaztearen programazioa lantzerakoan, ezinbestekoa da hizkuntza-politika orokorrak dituen helburuak eta estrategiak aintzat hartzea, eta alderantziz.

Bestalde, HPSk azken urteotan azaldu duen kezka nagusietako bat euskara erdaldungoari hurbiltzea izanik, ezinbestekoa da estrategia bat planteatzea erdarazko hedabideekiko, eta bereziki, erdarazko hedabide publikoekiko: ETB2, Radio Vitoria edo Radio Euskadi.

EITBk, hizkuntza-normalizaziorako plan integral eta estrategikoa behar du, euskarazko nahiz erdarazko hedabideak barne hartuko dituena. Eta hura bideratzeko egitura teknikoa, gaur egungo Euskara Zerbitzuaren funtzioak zabalduz.

e.2) EITBren hizkuntza-eredua berraztertzea

- ◇ Errealitate soziolinguistikoak izan duen bilakaera izan eta gero, EITB barruko hedabideen hizkuntzen banaketari eta funtzio soziolinguistikoari buruzko hausnarketa abiarazi beharko litzatekeela iruditzen zait. Arrazoiaren artean, hona batzuk:
- ◇ Adin jakin batetik beherakoen artean ez dago, ia, euskaraz ulertzen ez duenik; eta helduen artean ere euskararen oinarritzko ezagupena handitu egin da.
 - Euskarazko eskaintza mugatuaren aldean, erdarazkoa askoz ere gehiago handitu da, batez ere ikus-entzunezkoetan.
 - Digitalizazioak, telebista-eredu berriek, kateen ugaltzeak, EITBren barruko eskaintza berriek (ETB sat, Canal Vasco, EITB Irratia, proiektuan dauden ETB3 edo ETB4...) aldaketa teknologikoek, Tokiko Telebista Digitalaren inguruko legeak, egituren aldaketak, etab., egoera berri baten aurrean kokatu gaituzte.
 - Euskarazko medioen kontsumoak ez du aurrerapen nabarmenik izan.

- EITB barruko gaztelaniazko hedabideen indarrak ito egiten du euskarazko hedabideen garapena (adibide gisa, informatiboen kontsumo-datuak).
 - Euskarazko esparru komunikatiboan gerta daitezkeen aldaketek eragin zuzena izango dute EITBren eskaintzan eta kontsumoan.
- ◇ Irakaskuntzan, ereduaren inguruko eztabaida, azkenean, helburuen inguruan finkatu den bezala, uste dut, EITBren kasuan ere, eztabaida hori berriro ere mahai gainean jarri behar dela: EITBk lortu al ditu, hizkuntza-normalizazioaren ikuspegitik duela 25 urte jarri zitzaizkion helburuak? Zein izan da EITBren eragina (ez euskarazko hedabideena bakarrik) hizkuntza-normalizazio prozesuan?
 - ◇ Kulturaren Euskal Planaren 7. ardatz estrategikoaren (“Kulturgintza euskararen erabilera indartzea”) 5. puntuari dagokionez, garatu beharreko proposamenak, nahiz 8. ardatz estrategikoaren 3. puntuan aipatzen direnak oso aintzat hartu beharrekoak diren.
 - ◇ Azkenik, nabarmendu nahi nuke hausnarketa honetan euskal hizkuntza-komunitate osoa hartu behar dela aintzat, arreta berezia eskainiz Iparraldeari. Hedabideek (EITBk bereziki) asko egin dezakete hizkuntza-komunitatea trinkotze eta bertako galera etengabea galgatze aldera, Iparraldeko profesionalen eta biztanleen presentzia sustatuz eta normalizatuz.

e.3) Egitura eta kudeaketa ereduaren aldaketa

- ◇ ETB1ek –euskarazko beste hedabideek bezala– estrategia propioa behar du. Medio “elebidunetan” badakigu balantza beti erdarara makurtzen dela (audientzien eta publizitatearen indarrak horretara eramango gaitu beti; baita oihartzun sozialak, etab.), arduradunak euskaltzalerik euskaltzaleenak izanda ere.
- ◇ Nire ustez, ETB1ek planifikazio, programazio, komunikazio-plangintza eta marka-irudi propioak behar ditu. ETBrentzat orokorrak diren planifikazioek, programazioek, kanpainak eta komunikazio-plangintzek, azkenean,

aurretik ere indartsuagoa zena –ETB2– gehiago indartzen baitute. Lege fisiko hutsa da. Euskarazko medioen promozioa erdarazko medioetan ezin daiteke, gainera, itzulpen soila izan. Alegia, pentsatu egin behar dugu euskarazko medioak nola promozionatu euskaraz –euskarazko nahiz erdarazko medioetan– eta nola promozionatu gaztelaniaz (euskararen ezagupen-maila desberdinak izan ditzaketen ikusle edo entzule erdaldun eta ia-euskaldunak irabazteko).

- ◇ Horregatik, ETB1ek bere zuzendaritza eta kudeaketa talde propioak izan beharko lituzkeela iruditzen zait; EITB taldearen barruan, behar diren koordinazio-organo guztiekin.

GALDETEGIAREN ERANTZUNA

- **Garenaren neurria kontuan hartuz, zein eratako hedabideak lehenetsi beharko liriateke? Zein eratakoak formatuari dagokionez? Zein ezaugarritakoak formatuaren hartzaileri dagokienez, enfokeari eta edukiei dagokienez?**
 - ◇ Nire ustez, orokorrean ezin liteke planteatu hedabide batzuk ala besteak lehenetsi behar direnik. Izan ere, helburuak eta lehentasunak euskarazko esparru komunikatibo zabal eta anitza osatu eta indartzea izan beharko lukete.
 - ◇ Nago planteamenduak alderantzizkoa beharko lukeela, alegia, hedabide-mota bakoitzean landu beharreko estrategia zein den aztertzea.
 - ◇ Lehentasuna, beraz, euskarri eta formatu desberdinak hartuko dituen hedabide-sarea antolatzea da, elkar elikatu, eta sinergiak landuz, elkar indartuko duena. Esate baterako, ikuspegi multimedia garatzen jarraitu behar da. Hedabide bakoitzak Interneteko eskaintza multimedia indartu egin behar du, sarean euskarazko edukiak ugalduz.

- **Ba al da lehenetsi beharreko kontsumitzaile-talderik?**

◇ Kasu honetan ere, planteamenduak alderantzizkoa behar duela iruditzen zait. Zer da kontsumitzaile-talde edo xede-talde desberdinak aintzat harturik markatu beharreko estrategia?

- Kontsumitzaile-taldeak banatzerakoan, hizkuntza-politikaren ikuspegitik honako hauek dira, nire ustez, faktorerik garrantzitsuenak:
- Adin-multzoak. Faktore demografikoak oso aintzat hartu behar dira:
 - * Haur/gazteak dira euskaldunenak baina hedabideei dagokienez kontsumo txikiagoa egiten dute:
 - Telebistan euskarazko emisioek liderrak izan behar dute haurren adin-multzoan.
 - Gazteei-zuzenduriko eskaintza espezifikoa jorratu behar da, irrati, telebista nahiz prentsan.
 - Interneten inguruko estrategiek bereziki landu behar dituzte xede-talde hauek.
 - * Gazte-helduen multzoa zentrala da kontsumoari dagokionez; erosketa-ahalmen handiena eta kontsumo-kopururik esanguratsuena du:
 - Prentsa idatziak (orokorra eta lokala), batez ere, adin-multzo honi zuzendua behar du.
 - Irrati eta telebista kontsumoaren zati handiena multzo honi zuzendua izango da.
 - * Zaharrenen multzoa da, TB eta irratiari dagokienez, multzorik fidelena. Eskaintza orokorrekin aintzat hartu beharko dute datu hau, baina ez dut uste eskaintza berezi eta espezifikorik behar dutenik, salbuespen batzuetatik aparte. Adin-multzo honi zuzenduriko eskaintza gehienak kontsumo familiarren eremuan sartuko genituzke.
- Faktore geografikoa da bigarren faktorerik garrantzitsuenak:

- * Euskal Herriko antolamendu instituzional eta soziala aintzat harturik, faktore honek berebiziko garrantzia hartzen du.
- * Udalerri edo/eta eskualde mailako normalizazio-estrategietarako ezinbestekoa izango da euskarri komunikatibo zabala eta anitza, nahiz eta, kontsumo-kopuruak aztertuta, irratien eragin-ahalmena oso murrizta dela dirudien.

- **Ezinbestez minoritarioak diren aldizkariak behar al dute arreta publikorik?**

- ◇ Ez bakarrik aldizkariak, baita irradi eta telebista saioek ere (ikus “Euskara Biziberritzeko Plan Nagusia” eta “Kulturaren Euskal Plana”).
- ◇ Euskarazko kulturaren garapenerako ezinbestekoa da aldizkari eta programa espezializatuak jorratzea; baita hartzaile-kopuru mugatuak izan ditzaketen esparruetarako produktuak zaintzea ere.
- ◇ Produktu horien bideragarritasunak eta merkatu potentzialak erakutsiko dute erabili beharreko formatua zein den (papera edo digitala, era bateko ala besteko programa). Argitalpen idatzien kasuan, oso ondo aztertu behar da, edozein erabaki hartu baino lehen, paperak publizitatea erakartzeko eskaintzen duen aukeraren eta produkzio-gastuen arteko oreka.
- ◇ Kasu horietan, helburuak eta xede-taldeak finkatu ondoren, eskaintzaren egokitasuna eta bideragarritasuna aztertu behar dira, lortutako emaitzen arabera.

- **Zein da tokiko prentsaren aukerarik egokiena epe erdira begira?**

- ◇ Bada galdera horren aurretik egin beharreko beste bat: zein da tokiko prentsaren helburua hizkuntza-normalizazio prozesuan? Nire ustez, bi helburu nagusi ditu:
 - Etxe euskaldun guztietan euskarazko prentsaren presentzia bermatzea.
 - Informazio lokala eskainiz, herri eta eskualdeetako hizkuntza-normalizazio prozesuak indartzea.

- ◇ Helburu horiek direla medio da zilegi doakotasuna planteatzea. Baina orduan, eta batez ere finantziario publikoaz elikatzen den tokian-tokiko prentsari dagokionez, aztertu beharko dena helburu horren betetze-maila izango da: zenbateko banaketa duten, zenbateko irakurketa-maila... Banaketa edo/eta harrera eskaseko herri-prentsak, ikuspegi honetatik, zentzu gutxi du. Doako tokiko prentsak ahalik eta zabalkunderik handiena lortu behar du.
- ◇ Helburuak horiek izanik, eragin sozial handieneko aukera da egokiena, nire ustez (ahalik eta inpaktu gehien, ahalik eta etxe gehienetan). Bideragarritasunak markatuko du astean behin, bitan edo egunero bana daitezkeen produktuak egiteko modua dagoen; beti ere, produktu horien kalitatea eta erakargarritasuna bermatuz.
- ◇ Dugun eskarmentuak garbi erakutsi digu, tokiko hedabideek sendotu egin dutela euskarazko kultur kontsumoa, baina bide hori, oraindik ere, asko indartu daitekeela. Errentagarritasuna lortu beharrak, ordea, esparru geografiko zabalegiak hartzera bultzatzen dezake, eta eraginkortasun lokala galtzera.
- **Zertarako eman beharko lituzke laguntza eta babes administrazioak? Nola uztartu merkaturaren lehiatu beharra eta administrazioaren laguntza, laguntza morrontza bihurtu ez dadin?**
- ◇ Laguntza publikoa, morrontza baino, biziraupenerako ezinbesteko baldintza da oraindik, euskal hedabide gehienentzat. Ezinbestekoa baina ez nahikoa, kontsumitzaileek onartzen ez dituzten produktuak pikutara baintoaz gurean ere (dirulaguntzak izan arren).
- ◇ Gure egoeran, diskriminazio positiboa, oraindik orain, ezinbestekoa da (sexuen arteko berdintasunaren aldeko diskurtsoetik eta komunikazio-estrategietatik asko dago ikasteko eta egokitzeko). Dirulaguntzak beharrezkoak dira hedabideen eta produktuen biziraupenerako eta garapenerako.
- ◇ Euskal kulturak, etorkizunik izango badu, merkatu librean izango du. Dirulaguntzek hizkuntzen arteko desberdintasuna orekatzeko balio beharko

lukete, baina aurrera egingo badugu, kultura “subentzionatuaren” mugak gainditu beharko dira, merkatua zabalduz eta fidelizatuz.

- ◇ Hala ere, administrazioak, produkzioa laguntzetik aparte, sustapena eta banaketa ere lagundu beharko lituzke, etorkizunean, lehentasuna aspektu hauetan jartzera jo beharko litzatekeelarik.
- ◇ Dirulaguntza hutsetatik haragoko estrategiak bultzatu behar dira:
 - Euskarazko eskaintzaren sustapena indartzea. Gaur egun, oso zaila da euskarazko hedabideen muga gainditzea.
 - Banaketa-sareetan euskarazko eskaintza indartzera zuzenduriko ildoak bultzatzea: kioskoak, ordaindutako TB zerbitzuak, azalera handiak...
 - Merkatu-ikerketak.
 - Garapen-proiektuak, azpiegiturak, etab.
 - I+Grako laguntzak.
 - Lankidetzaproiektuak sustatzea.
- ◇ Euskarazko hedabideetarako diru-ekarpenak bi eratara bideratu ohi dira administrazioetik (salbuespenak albuespen):
 - Hedabide publikoen kasuan, finantziario publikoa da (eta espero dezagun hala jarraitzea) finantziario-iturri nagusia.
 - Hedabide pribatuetan, dirulaguntzen bidez.
- ◇ “Gastu” edo “laguntza” kontzeptuetatik “inbertsio” kontzeptuetara igarotzeko garaia dela esango nuke, ordea. Eta, ahal balitz, finantziarioaren zati garrantzitsu batek Industria Saitetik etorri beharko lukeela, eta ez Kultura Saitetik.
- ◇ Merkatu-ikerketek izugarritzko garrantzia dute (eta garestiegiak dira hedabide bakar batek egiteko). Produktu berriak nahi baditugu eta ditugunak sendotu, marketing hausnarketa ezinbestekoa izango da. Hedabideak, kioskoa... “ilusioa” dira. Jendea telebistara, irratira edo kioskora

hurbiltzen da tarte atsegin edota interesgarri baten bila: informazioa edo/ eta entretenimendua. Prozesu zientifikoak erabili behar ditugu, jendea-ri zerk eragiten dion ilusioa eta zer zaion interesgarri jakin ahal izateko. Merkatua asko ari da aldatzen, eta aldaketa horiek jarraitzeko, eta proiektu berriei ekiteko, ondo ezagutu behar dugu gure merkatua –errealia eta potentziala–. Horrekin batera, kontsumo-joeren bilakaerari buruzko informazioa eta euskarazko hedabideen sektoreari dagokiona osatu behar dira (audientziak eta kontsumoak, fakturazioak, publizitate-sarrerak, langile-kopurua, etab.).

- ◇ Interesgarria litzateke, sistematikoki, hizkuntza minoritario nahiz minorizatueta arrakasta duten formatuen inguruko informazioa jasotzea eta profesional, lan-talde nahiz produktoreei ezagutaraztea. Aliantzak sortzeko bideak zabaldu behar dira, deialdietan ere faktore hau baloratuz.
 - ◇ Sustapenari dagokionez, Catalunyan esperientzia interesgarriak daude, bai administrazioak (bikoizketaren inguruko azken planteamenduak,...) eta beste batzuek, APPEC (Associació de Publicacions Periòdiques En Català) bezalako erakundeek, bultzatuak (“El Supermercat de les revistes” kanpaina, zinemarako spotak, kioskoetan katalanezko prentsa nabarmentzeko kanpainak, unibertsitate-aldizkarietako kanpainak...). Prentsa-aren kasuan, eredu interesgarria da Kataluniako APPEC-ena. Aldizkari bakoitzak bere identitateari eutsi arren, sektorea koordinatu egiten du eta oinarri bat ezartzen du, egitasmo komunetarako.
- **Zein da gure euskal merkatu txikian gutxieneko gisa onartuko genukeen irakurle-kopurua produktu batek interes publikoari erantzuten diola esan ahal izateko?**
- ◇ Hasteko, esango nuke gutxieneko hori produktu-motak eta merkatuak berak finkatzen dutela. Denak komikiak izanik, *Ipurbeltz*, *Napartheid*, *Habe-ko Mik* edo *Xabiroi*-k produkzio-modu, xede-talde eta banaketa-sistema oso desberdinak dituzte/zituzten, eta beraz, biziraupenerako baldintzak ere arrunt diferenteak. Nekez ezarri ahal izango diegu denei gutxieneko kopuru bera.

- ◇ Uste dut galdera honen erantzuna adostua izan behar dela. Alegia, proiektu, hedabide eta programa bakoitzarekin markatu eta adostu behar direla helburuak. Eta helburu horiek nola jarri? Xede-taldea dimentsionatuta, gertuko erreferentziak aintzat hartuta eta EHko nahiz nazioarteko kontsumo-erreferentziak erabiliz. Horrelako prozesu baten ondoren bakarrik markatu ahal izango lirateke helburu zehatzagoak.
- ◇ Eta helburu horiek, gainera, ezingo dira normalean erabat orokortu; kasu bakoitzean finkatu beharko dira: Zenbateko audientzia lortu behar dute *Teknopolis*-ek edo *Sautrela*-k, eta zenbatekoa informatiboek edo *Mihiluzek*-k edo *Goenkale*-k? Zenbat irakurle lortu beharko lituzke *Zabalikek* eta zenbat *Aldaketa 16k* edo *Argiak*?
- **Internet, arreta eta lehentasuna zor zaion medioa al da? Gazteei bereziki zuzenduriko eskaintzaren bat bultzatu beharko ote litzateke Interneten?**
- ◇ Nire ustez galdera hau lekuz kanpo dago. Galderak oso bestelakoa izan beharko luke; izan ere, edozein hizkuntza-politikaren barruan, Internet lehentasunezko medio bat dela eztabaidatik kanpo dagoen zerbait da.
- ◇ Estrategia nagusiak Internet euskarazko edukiz elikatzea izan behar du. Eta horrek esan nahi du edozein proiektu, egitasmo, erakunde nahiz hedabideri, bere edukiak Interneten eskuragarri jartzea eskatu behar zaiola. Edozein hizkuntza-normalizazio egitasmok (administrazioan, lan-munduan, hezkuntzan, kultura-arloan, laguntza publikoren bat jasotzen duen edozein enpresa edo erakundetan...) gaur egun duen oinarritzko aldagaietako bat hori da; eta hedabideen kasuan ere, oinarritzko baldintzetako bat izan beharko luke edukiak euskaraz sareratzea, dirulaguntzak jaso ahal izateko.
- ◇ Hori esan eta gero, erantsiko nuke Interneten berriazko helburuak finkatu behar direla, eta bereziki haur-gazteen euskarazko erabilera bermatzeko baldintzak sortu behar direla:

- Kontsultarako oinarrizko informazioa osatuz.
 - Internet euskaraz erabili ahal izateko eskaintza zabalduz: programak, hiztegiak, itzultzaile automatikoa...
 - Aisialdirako euskarazko eskaintza osatuz: *messenger*, jolasak, harremanetarako guneak..
- ◇ Horrez gain, Internet oso bitarteko egokia izan daiteke, hedabide estandarren bidez zabaldu ezin daitezkeen edukiak zabaltzeko; gai espezializatu eta minoritarioak, eztabaida-foroak, blog pertsonalak...
- **Publizitatea lortzen laguntze aldera herri-aginteez neurri berezirik hartu beharko ote lukete? Arlo fiskalean, adibidez?**
- ◇ Batetik, Administrazioaren beraren publizitatearen kontua dago. Administrazio guztiek beren publizitatea euskarazko medioetan egitea lortu behar da, eta publizitate horren banaketan, euskarazko hedabide guztiak onuradun izatea (bete beharreko baldintzak bete eta gero):
- Komunikazio-kabineteen irizpideetan txertatu behar da hizkuntza-irizpidea.
 - Diskriminazio positiboaren irizpidea aplikatu egin behar da, hizkuntzaren kasuan (beste aspektu batzuetan beste aldagai batzuekin egin den bezala).
- ◇ EHTik kanpoko eta marka handien publizitatea lortzeko bideak zabaltzen lagundu dezake administrazioak.
- ◇ Publizitatea euskarazko hedabideetan egiteagatik onura fiskalen gaia, oso interesgarria da.
- **Egin al daiteke euskarazko hedabideen mapa ideala-edo?**
- ◇ Erreferente gisa eta lagungarri gerta daitekeenez, ez legoke gaizki ariketa hori burutzea.
- ◇ Erreferentziak bi lekutan bilatuko nituzke:

- Batetik, gure tamainako edo antzeko hizkuntza-komunitateak har daitezke (Islandia, Eslovenia, Flandria, Katalunia, Cymru...), eta dauzkaten hedabide-sarea eta kontsumo-mailak nolakoak diren aztertu.
 - Bestetik, frantsesez nahiz gaztelaniaz egiten den ohiko kontsumoaren parametroak aztertu beharko lirateke, eskaintza horretatik, duguna eta falta zaiguna identifikatuz.
- ◇ Azkenik, erreferente horiek gure errealitate soziolinguistikotik interpretatu beharko genituzke eta merkatu-azterketen laguntzaz, gure esparru komunikatiboan dauden lehentasunezko hutsuneak identifikatu, eta horiei erantzuna emateko estrategiak definitu (kirola, bidaiak, moda, motorra, informatika, bihotzeko kontuak...).
- **Zergatik baloratzen da euskarazko eleberrigintza, baina ez prentsa, ez behintzat neurri berean?**
- ◇ Ez nago ados baieztapenarekin:
- Eskola-eremutik kanpoko liburuen salmentak zenbateko gehikuntza izan du azken urteotan? Gehikuntza hori euskarazko prentsak izan duena baino handiagoa izan al da? Argialetxe, idazle eta editoretan daukagun sarea hedabideetan daukaguna baino zabalagoa al da?
 - Kuantitatiboki ez dut uste horrela denik. Kualitatiboki, berriz, oso balorazio subjektiboetan erortzeko arriskua dugu.
 - Liburuen truke diru bat ordaintzea lortu den neurri berean lortu da euskarazko prentsa diru truke ordaintzea. Paperaren kasuan, salbuespen bakarra tokian tokiko doako prentsa da, beste argitalpen (ia) guztiak ordaindu egiten baitira.
- **Prentsa idatzizko produktua ez ote da astunegi? Ez ote litzateke produktu arinagoen aldeko apustua egin behar?**
- ◇ Galdera hau irakurri, eta lehen inpresioa izan da aspaldiko eztabaidekin ari garela oraindik. Batetik, definitu beharko genuke zer den astuna

eta zer den arina: gaia, formatua... Astun-fama prentsa idatziak bakarrik dauka? Guztiak?

- ◇ Bestalde, badakigu euskaldungoaren ezaugarriak eta inguruko estatu-tako kontsumitzaile potentzial eta errealean oso bestelakoak direla (musika-ekoizpenean eta kontsumoan garbi asko ikus daiteke, bertsolaritza... edo baita, asoziazionismoan edo mapa politikoaren banaketan ere). Egiturak oso desberdinak dira. Gogora dezagun “Radio Euskadi/Euskadi Irratia” zirela-eta sortu zen eztabaida. Kasu hartan, Radio Euskadiren aldean, orduko “Euskadi Irratiaren” arintasuna zen gehien kritikatzeko zen aspektuetako bat.
 - ◇ Gure merkatua ez da merkatu normalizatua; eta bestetik, normalizatzeak ez du esan nahi inguruko parametro berdinetara errenditu behar dugunik.
 - ◇ Errealitatea uste dut oso bestelakoa dela. Batetik, euskaraz sortu eta iraun duten produktuak direnak dira, eta horiek frogatu dute badutela merkatua eta bideragarriak direla (dirulaguntzekin bada ere). Besteen kasuan, ordea, galdera bat nagusitzen da; ba al dago merkatutik produktu “arina-go” horientzat? Izan ere, prentsa idatziari dagokionez —eta baita, neurri batean, irratiaren eta telebista ere—, gaztelaniaren esparruan “arintzat” jotzen diren produktu horiek ez dute euskaraz arrakasta handirik izan... Eta, gainera, galdera berehala dator: zergatik ez du orain arte inork produktu-mota horien aldeko apusturik egin? Nork egin behar du?
 - ◇ Eta astuntasunari buruz hitz egiten hasita... Jende askorentzat zer da astuna, produktuak ala euskara bera? “Hizkuntza-kalitatea”ri buruzko txostenean jorratu genuen gai hau. Nire ustez, hainbat jenderentzat euskara da “astuna”; berdin zaio telebista, irratia, aldizkariak edo musika izan. Eta hori bai da aztertu eta gainditu beharreko koska. Jarrera horiek aldatzen ditugun neurrian sortuko baitira produktu berrietarako aukerak.
- **Euskaraz irakurtzen dugunak debaldekoa izan behar du eta erdarazkoak ordainduta?**

- ◇ Ez dut uste, oro har, errealitatea horrelakoa denik. Salbuespen bakarrak tokiko hedabide batzuk dira (ez denak). Bestalde, erdaraz ere badago doan banatzen den prentsa (gero eta gehiago gainera).
- ◇ Tokiko euskarazko doako prentsak bete beharko lituzkeen helburuez hitz egin dugu lehen. Nolanahi ere, helburu horiek dinamikoak behar dute izan (ez daukate zertan betikotu). Bestalde, bideragarriak ez diren neurrian, produktuek ezin dute doakoak izan, helburu jakinik gabe.
- **Telebista, irrati eta Interneti bigarren mailako garrantzia aitortzen jarraitu behar dugu?**
 - ◇ Ez nago ados. Ekoizpenaren tamaina, aurrekontuak, inbertsioak, azpiegitura industrial-profesionala, kontsumoa... Zalantzarik gabe, ikus-entzuzko sektoreak du une honetan garrantzirik handiena, eta hala aitortzen diote –zuzenki ala zeharka– eragile guztiek. Eta etorkizunean ere hala izan beharko du.
- **Nola metatu indarrak euskarazko prentsan, monopolioetan erori gabe eta aniztasuna bermatuz? Birmoldaketa behar al du euskarazko hedabideen sektoreak?**
 - ◇ Gizarte plural batek hedabide-sare plurala behar du. Eta gizarte demokratiko batek hedabide publiko “neutralak” behar ditu, eta hedabide pribatuen independentzia informatiboa errespetatuko duten botereguneak. Gurean, seguruenik, euskarazko prentsa gehiago makurtzen da gure espektro politikoaren alde batera eta telebista berriz, beste batera, esate baterako.
 - ◇ Eskaintzaren aniztasuna bermatzeko, berriz, bide hauek jorratu daitezke:
 - Hedabide publikoen jarraipen-kontseiluak eratuz (Ramon Zallok behin baino gehiagotan aipatu du gai hau bere lanetan).
 - Hedabide pribatuen kasuan, gizartearen aniztasunari erantzungo dion eskaintza bultzatuz. Egoera ideala euskarazko irrati, telebista eta egunkari bat baino gehiago izatea litzateke, noski.

- ◇ Kasu honetan, eta gure errealitate sozio-politikoaren ezagututa, beti kezka-garria iruditu zait bere burua euskalduntzat jotzen duen sektore zabal bat euskarazko produktuen kontsumotik atikustea; eta, bestetik, sektore politiko-sozial zabal batetik euskarazko hedabide-proiektu pribaturik ez sortu izana, apenas.
- ◇ Aliantzak lotzea estrategikoa izango da (Euskal Herrian nahiz Euskal Herriko kanpo). Horretarako bideak jarri beharko dira eta bereziki bultzatu.
- **Erdara nagusi duten hedabideetan euskarari sarbidea emateko zein bide urratu beharko litzateke?**
- ◇ Nire ustez, beste sektoreetan egiten den bezala, Euskara Plan orokor, mailakatuak, epekatuak eta egituratuak jarri behar dira abian:
 - Hedabide horietako euskararen erabilaren gehikuntzaren irizpideak markatuz: erritmoak, eduki-motak, etab.
 - Profesionalen euskalduntze-planak antolatuz eta kontratazio-politiketan hizkuntza-irizpideak ezarriz.
 - Web-orrietan, publizitatean, etab. euskararen erabilera bermatuko duten neurriak hartuz.
 - Erdarazko orrietan euskal kulturaren presentzia bermatuz, gaur egun, euskarazko ekoizpenen inguruan dagoen ia erabateko “omertá” hautsiz (ETB1-i buruzko kritika eta albisteen proportzioa ikusi besterik ez dago hainbat hedabideetan).
- ◇ Alde honetatik ez zait egokia iruditu erdal hedabideetan euskarazko gehigarriak sustatzea. Modu horretan, nire ustez, oraingo “statu quo”a bere horretan mantentzen da, eta euskara orri edo gehigarri “bereziatar” bidaltzen da. Estrategia horiek (ez badira aurretik aipatu ditugun puntu horien osagarri), euskararen presentzia handitu arren, hizkuntzaren marginalizazioa eta periferizazioa indartzen dute. Dirulaguntzak desagertzean, “orri komantxeak” eta “gehigarriak” desagertu egiten dira, eta kito. Har daitezkeen bideen artean 3 nabarmenduko ditut:

- Euskararen presentzia orekatua bermatzea erdal egunkarien atal guztietan.
 - Gehigarriak baino, ohiko edizioaren bertsio laburrak kaleratzea (Europar zabaltzen ari den eredua jarraituz).
 - Edizio elebidunak kaleratzea.
- ◇ Euskal Herrian, hizkuntza-normalizazioaren lehentasunetako bat da euskal kultura erdaldunengana hurbiltzea; eta horretarako, erdaraz egin arren, euskaraz dakiten eta euskal kultura gertutik bizi duten ahotsak eta profesionalak behar dira.
- ◇ Oraindik ere, eta salbuespenak salbuespen, euskal mundutik urrunegi sumatzen ditugu euskaraz ari ez diren hedabide eta profesional gehienak. Alde horretatik, uste dut, euskarazko edukiak sartzearekin batera, bermatu egin behar dela erdaldunen euskararekiko motibazioa lantzea eta euskal munduaren ezagupena zabaltzea. Profesional euskaldunek (batez ere ikus-entzunezkoetan) ezin dute jardun euskararik ez balekitez bezala (zer balio eta portaera-eredu ari gara transmititzen gizartean?); eta euskararik ez dakitenek ezin dute jardun herri honetan euskararik ez balego bezala. Gauza bera fikzioan.
- ◇ Eta TVEk eta RNEk? Eta beste hedabideek? Ez al dute euskaraz ezer emititu behar? TVEri eta RNEri exijitu behar zaie, ordenamendu juridikoak eta Europako Hizkuntza Gutxituen Kartak adierazten dutena; alegia, euskaraz ere erabili egin behar dutela.

IBAN ARANTZABAL ARRIETA

- **Garenaren neurria kontuan hartuz, zein eratako hedabideak lehenetsi beharko lirateke? Zein ezaugarritakoak formatuari dagokionez (prentsa idatzia, irratia, telebista, Internet)? Zein ezaugarritakoak formatu bakoitzean hartzaileei dagokienez, enfokeari eta edukiei dagokienez?**

Masiboenak batetik; bestetik, apustua egin etorkizunekoekin.

Oraindik papereko prentsa da dagoen masiboena: Jende gehienarengana heltzeko aukera ematen du eta ez da irratia edo telebistaren moduan, ordu jakin batean kontsumitzekoa.

Norberak gura duenean eta gura duen atala kontsumitzeak (Internetek ere badu hemendik) dakar kontsumitzeko errazagoa den medioa izatea.

Irudikatzen dut ahalik eta euskarri gehien dituen komunikabideak izango direla eraginkorrenak. Beraz, beti ere masibotasunak eskatuta, kontsumitzeko zailtasun handirik behar ez duten edukiak, gai sozialak barra-barra, gaurkotasuna zainduz ematen direnak, ahalik eta gertukoenak, ahalik eta euskara gardenenean emanak... dira lehenetsi behar direnak. Beraz, lehenetsi-lehenetsi, edukia egin behar da hedabidearen aurretik.

Edukiari dagokionez, errazegi egiten dugu ustezko eduki serioetara, serioa = irakurria eta serioa = ekonomia-politika-literatura izango balitz moduan.

Uste dut politika, ekonomia edo literatura bezain serio izan daitezkeela norbere esparru komunikatiboko futbol-taldea, rock-lehiaketa edo etxebizitzazozketak.

Badirudi jendea aspertuago dagoela gai handizat hartzen ditugun “serioekin”. Gaiok, askotan, errepikakorrak dira, sarri azalekoak eta oso diskurtso antzerakodunak. Horiek ere ematen jakin behar dugu, baina edukiok erakargarri egiten jakinda. Hemen, klabea, gertutasuna da. Norberari zuzenean eragiten dien gaiak dira hedabideek mimo bereziz zaindu beharrekoak. Hartzailea da gure bezeroa, eta hartzaileak ez dauka derrigor hamaika gaitan jantzita egon behar, EGA-duna izan... gure medioen hartzaileen ehuneko handia dago lehen mailako ikasketak dituen.

“Euskarazko hedabideak” txostenetik ateratako ikasketa-maila datuak, esaterako:

	Lehen maila	Erdi maila	Goi maila
Berria	%20	%37	%43
Goienkaria	%36	%41	%23
Goierriarra	%42	%31	%27
Aiurri	%25	%50	%25
Euskadi Irratia	%36	%32	%31
Arrate irratia	%77	%17	%7
Herri irratia	%53	%26	%21
Segura	%77	%18	%5
ETB	%34	%40	%26
Goitb	%20	%56	%24
Guztira	%420	%353	%216

* Internet ez da aintzat hartzen ikerketan eta badirudi goi mailakoak dezente gehiago izango liratekeela.

Nori zuzendutako hedabideak behar ditugu? Ba nik uste dut lehenengo maila eta erdi mailako ikasketak dituztenekin pentsatuta produzitu behar dela. Kontsumituko duen gehiengo era horretakoa dela esaten dute datuek.

Ondorioetatik beste datu batzuk (“Euskarazko hedabideak”: 65. or.):

- Euskarazko hedabideen kontsumitzaileak euskara etxetik dakar eta, beraz, euskara-maila ez akademikoa da.
- Euskarazko hedabideak irakurtzeko zailtasun handia dute euskaldun askok. Nahiko handia da oraindik alfabetatu gabeen edo erdi alfabetatutakoen euskaldun-kopurua.

- Gure irakurleek, oro har, erraztasun handiagoa dute gazteleraz irakurtzeko, nahiz eta errazago hitz egiten duten euskaraz.

Gure hedabideak arrakastatsu izan daitezzen datuok kontuan hartze-koak dira.

- **Lehentasunekin jarraituz, ba al da adinaren edo beste faktoreren baten arabera lehenetsi beharreko kontsumitzaile-talderik?**

Seguruenik denok esango dugu lehen adin-tartea dela gehien mimatu beharrekoa, 16-34 tartea duena. “Euskarazko hedabideak” txostenean ere adin-tarte horretatik aurrera egin da azterketa. Badirudi, adin honetan lortuta irakurle-entzule-ikusleak, geroa ere aseguratuagoa dagoela. Badirudi diot, hori ustea baino ez delako.

Adin-tarte bakoitzak behar du bere produktua, bere programa edo bere orriak. Horregatik da garrantzitsua medio generalistak izatea; horiek behar dute lehentasuna. Medio masiboak bakarrik dira 12 urteko batek zein 68 urteko batek irakur ditzaketenak. Biek tartea bera irakurtzea ere posible da, eta hori egin ahal izateko giltza gertutasuna da. 12 urtekoak gertu sentitzen badu argazkikoa, irakurri egingo du; eta 68 urtekoak bere seme-alabaren bat ikusten badu telebistako elkarriketan, ikus-entzule fidela izango dugu.

Datuak ere horixe diote. Irakurleen datuak:

	Berria	Goienkaria	Argia	Berria on-line
16-34	%40	%39	%36	%67
35-49	%33	%25	%34	%25
50-	%27	%37	%30	%7

Hau da, gertuko sentitzen ez diren medioetan nekeza da 50 urtetik gorako adin-tartean ehuneko kopuru altu batera heltzea. Izango du zeresana euskaraz izatea produktuak, eta badu zeresana gertutasunak ere bereizle garrantzitsu moduan. Nabarmenagoa da papereko euskarrian gainontzekoetan baino. Interneten gertutasunaz gain erabiltzeko gaitasuna dago aldagai garrantzitsu moduan. Telebistetan lausoagoa da zifra-dantzatik atera daitekeen ondorioa. Beraz, lehentasuna gertuko jendea eta gertuko gertaerak gai

moduan dituzten medioetan jarri behar da. Horrek dakar berekin adin-tarte zabal batek kontsumituak izatea.

Hori bai, badira produktu batzuk batari zein besteari egokituagoak behar luketenak. Lehenasuna horietan jartzea ondo dago, baina ez horrenbeste baliabide aldetik eta laguntza aldetik. Hedabideok izan behar dugu gazteeni, umeei eta adin nagusikoei zuzendutako tarte bereziturik, baina pentsatu beharra dago bakoitzari dagokiona. Adibide batekin adieraziko dut: *Goiena* komunikazio-enpresak gazteeni zuzendutako webgune bat egin du. Musika-lehiaketa baten laguntza den webgunea da, batetik; bestetik, Debagoiene-ko taldeek bere sentitzen duten webgune bat. Danbaka.com deitzen da eta taldeek beren blogak dituzte bertan. Inbertsioa ez da paperean, banaketan eta kazetaritan behar. Ez da telebista-saio batek eskatzen duen pertsonal, denbora eta material gasturik. Gainera, ulertzen dugu web kontsumitzaile gehienak gazte diren tarte horretan daudela, inkestek esaten duten moduan.

Hedabide guztiok kale egiten dugu biztanleen gehiengoa osatzen duen taldearekin. 65 urtetik gorako biztanle kopurua handiagoa da dagoeneko Gipuzkoan 20 urtetik beherakoena baino. Zer esanik ez 50 urtetik gorakoena...

Lehenasunak aldatuz joan behar direla uste dut. Bereziki mimatu beharreko tarte bat da adin nagusia dutenena. Horrek eskatuko du inbertsiorik aurrerantzean.

- **Ezinbestez minoritarioak diren aldizkariak (aldizkari espezializatuek, eliteei zuzendurikoek) behar al dute arreta publikorik?**

Ez. Edo, behintzat, ez beste batzuegan eragina izango badu.

Badirudi bizi garela papera jaun eta jabe zeneko egoera bertsuan, baina ez: teknologia berriek aurrera egin dute.

Beldurgarria da UEUko zuzendariari entzutea apaletarako bakarrik baliokidun hamaika liburu argitaratzen dituela. Euskaraz izatea nahikoa balitz moduan edozein gai minoritario liburuan ateratzeko. Minoritarioak diren aldizkariak behar dute laguntza, baina behar dute 2007ra egokitze laguntza.

Internet da aldizkari berezituendako lekua. "Gai bat blog bat" formula gustatzen zait. Ez da berria ikasgai asko blogen bidez ematea. Zer behar

dugu: xakeaz jardungo duen papereko agerkari bat, edo blog bat xakea txukun eta euskaraz landuko duena? Nik ez daukat dudarik.

Baina, lan sakon eta osatuak Interneten kokatzea? Ba, bai, dudarik gabe. Internet da erakusleiorik egokiena. Behin gaiak landuta, behin *Google*-k gai horiek errekonozituta eta balioa emanda... paperean irakurri gura duenak inprimatzea besterik ez dauka.

“Argitalpena” berba bera paperarekin identifikatzen dugu maiz, eta hori gaur egun errorea da. Eusko Jaurlaritzak hainbat ale erosten ditu liburu formatuan egote hutsagatik, eta politika hori ez zait oso serioa iruditzen. Pentsamendu-aldizkari bat diruz laguntzera heltzen gara, eta ez dugu kirol-aldizkari bat laguntzeko pizgarririk planteatzen. Inoiz ez dugu izango kirol-aldizkari bat euskaraz? Inoiz ez dugu izango prentsa arrosa luze landuko duen aldizkari-rik? Hizkuntza normalizatu guztietan gehien irakurri eta enpresa-ikuspuntuz jokatzten duten aldizkari-rik ez ote dute balio Euskal Herrian?

Laburtuz: agerkari espezializatuak lagundu behar dira, baina neurrian asmatu beharra dago. Euskarrietan jarri behar da arreta.

- **Zein da tokian tokiko prentsaren aukerarik egokiena epe erdira begira: egunkaria ala aldizkaria?**

Masibo izan nahi dugu? euskara etxe guztietara helarazi? produktu konpetitibo bat egin? Pisua duen eta orrialde kopuru normaldua duen produktuak gura ditugu? Maiztasuna da garrantzitsua, edo orri-kopuru normaldua duen aldizkaria?

Maiztasunean baino, kalitatean dago erronka. Ezin dugu maiztasunaren morroi bihurtu eta etxeetara 8 edo 16 orriko agerkari txiki-egi bat banatzen egon. Euskarazko prentsa postontzietara eramaten da askotan (izan daiteke izen-abizenekin doan pegatinaz, edo masiboagoa den banaketarekin). Kioskoetan galduta geratzen da eta erdarazkoek janda dagoela dirudi. Hori horrela, harpidetza da modurik egokiena euskal irakurlea fidelizatzeko. Eta bidea harpidetza denez, berekin dakar banaketa egitea.

Banaketa-kostuak oso handiak izaten dira normalean. Gehiago, banaketa hori profesionala bada (eta hori izan behar da joera, ordainpeko

profesionalak izatea banatzaileak). Biderkatu horri maiztasuna, eta emaitza: oso produktu garestia.

Aukeratu egin behar da:

1) **Egunero**: orri gutxi, produktu ez konpetitiboa, publizitaterako ez erakargarria (publizitate gutxiren sentsazioa beti), sakontasun gutxiko gaiak bakarrik dituena, iritzirako leku askorik ez, gehigarririk sartu ezin zaiona (bestela produktua bera baino luzeagoa); oreka editoriala mantentzea zailagoa da 8 orrikoan (zenbaki berean sentsibilitate gutxiago agertzen dira); banaketa-kostuetan, 8 orrikoak 6 egunetan banatzea oso garestia da.

2) **Astero**: Orri dezenteko produktua, produktu konpetitiboa, publizitaterako erakargarria tarte eta prezio ezberdinak egin daitezkeelako, sakontasun handiagoko gaiak arinagoekin tartekatzen dituena, iritzirako eta iritzi ezberdinetarako nahikoa leku duena, kolorea eta zuri-beltza tartekatzeko aukera ematen duena, gehigarri sendoak (ezkontzak, motorra, heziketa...) tartean sartzeko aukera duena, orekatzea errazago duena (7. orrian kolore bateko iritzia, 24.orrian erreportaje bat beste kolore bateko jendeari egina, 36.ean prentsaurreko bat beste kolore bateko talde bati...); banaketa-kostuetan, 48 orri batera banatzea merkeagoa da 8 orrikoa 6 egunetan banatzea baino.

Aukera bi baino gehiago daude, eta baliteke tarteko bidea izatea egokiena. Uste dut astean behin bada ere masibo izatean dagoela gakoa, eta zer esanik ez hizkuntzaren ikuspuntutik. Handia da 48 orriko aldizkari batekin normalean erosiko ez lukeen familien etxeetara heltzea; 48 orrikoa, astebetean pasatzen den guztia eta pasako dena produktu bakarrean bilduta... 16 orriko produktu arin bat baino interesgarriagoa dirudi.

Irakurle ez-fidelentzat interesgarriagoa dirudi asterokoa eta ez egunerokoa. Garrantzitsua eta estrategikoa izan daiteke jende horrengana ere heltzea.

Noski, hemen doako-ordaindu aukerak ere nahastu ditut... Uste dut bi aukerekin jokatu beharko genukeela. Produktu ordaindua eta ez-ordaindua izatea posible da. Bata etxe guztietara helduko dena; bestea, gutxiagotara, harpidetza ordainduen bitartez, eta ahalik eta autofinantzatuen. Mantxeta

beraren azpian joan beharko lukete ordainduak eta doakoek. Zergatik ez biekin proba egin?

- **Zertarako (zein kontzeptutan, alegia) eman beharko lituzke laguntza, bultzada eta babes administrazioak? Nola uztartu *merkatuan lehiatu beharra* (eta, beraz, lehiatzeko moduko produktua izatea eta lehiatzen jakitea) eta administrazioaren laguntza, laguntza *morrontza bihur ez dadin*? Diru-laguntzak jasotzeko denbora mugatu beharko al litzateke, esaterako ikusi arte kontsumitzaileek onarpena ematen dioten ala ez produktu bati?**

Administrazioak neurtzeko gailu estandarrak garatu edo erabili behar ditu. Bi aukera daude:

- Funtzionatzen duten enpresen bidez: CIES, OJD... Irratia, te-
lebista eta paperaren kasuetarako balio dute hauek. Derrigorra
behar luke administrazioak laguntzen duena neurgarri izatea.
Interneten lotsagarri jokatzen dihardute administrazio guz-
tiek. Kasu honetan jakin daiteke zehatz zenbat erabiltzaile,
nolakoak, zein ordutan... Nahikoa da denek *Google analytics*
moduko erreminta bat jarri eta Jaurlaritzari sarbidea eskain-
tzea. Hori bai, denok erreminta bera, datuak konparagarri iza-
teko.
- Jaurlaritzak neurtzeko sistemak garatu: Jaurlaritzak sortua eta
denentzat bera izango dena. Merezki duen edo ez pentsatu be-
harko du Jaurlaritzak.

Denon dirua kudeatzen duen administrazioaren ardura da dirua bana-
tzerakoan arrakasta aintzat hartzea. Ez hori bakarrik, baina arrakasta dirua
emateko formula horren aldagai garrantzitsu eta erraz neurtzekoa izan be-
harko litzateke.

Urtetako datuak izanda, administrazioa ezin da mugatu urtero diru bat
eman eta konparaketarik ez egitera. Behar du jakin urtetan publikatzen eta
albisteak ematen ari den enpresaren ibilbidea. Jakin behar da gehiago eta

hobeto egiten duen, eta egiten duen hori gero eta autofinantzatuagoa dagoen, esaterako.

Autofinantzazioa lagundu egin behako luke administrazioak. Akaso laguntza-eran baino publizitatea sartuta etab.

Kalitatea neurtu behar da, baina ez bakarrik urte solteetan. Kalitatea ulertzen dut dela: hobea eta kostu kontrolatuagoarekin. Hau da, orriak gehitu edo murriztu egin dira? Produktu gehiago ateratzen du enpresak? Autofinantzatuago dago aurten iaz baino? Hazi egin da enpresa? Diru-mugimendu handiagoa du aurten duela hiru urte baino? eta duela bi baino? eta iaz baino? Egin du hobekuntzarik diseinuan, koloreetan, seinale-hedapenetan, ikus-entzule kopuruetan... Zertan da hobea enpresa komunikatiboa aurten? Neurgarriak diren adierazleak identifikatu eta jarri behar ditu martxan Jaurlaritzak. Susmoa baino ez da, baina badirudi egiteagatik bakarrik ematen direla laguntzen ehuneko handia, eta ez egiten den moduagatik. Egitea bakarrik baliteke garai batean lagundu beharrekoa izatea; gaur egun, konpetitibo izango direnak lagundu behar ditu administrazioak. Urteetan hobera egin ez duena eustea baino garrantzitsuagoa dirudi aurrera doana laguntzea. Noski, hau ez da planteatzen “dena edo ezer ez” terminotan. Ahulenak ere lagundu behar direla ez dut zalantza egiten.

Neurria da kontua.

- **Zein da gure euskal merkatu txikian gutxieneko gisa onartuko genukeen irakurle kopurua prentsa idatziko (eguneroko nahiz aldizkari) produktu batek eta irrati nahiz telebista batek interes publikoari erantzuten diola esan ahal izateko?**

Ez dago zifra bat ematerik. Aldagai batzuekin jokatu beharko litzateke eta gune bakoitzeko egoera soziolinguistikoa aintzat hartzea garrantzitsuena dela uste dut. Euskara normalduago dagoen lekuan kopuru handiagoak aterako dira eta euskara normaltzea egiteko bat den lekuetan kopuru txikiagoak. Bata edo bestea lagundu behar ote den? Momentuko helburuen arabera.

Lehen esan bezala, masibo izateari berebiziko garrantzia ematen diot eta, erabilera bada mimatu beharrekoa, ez dago dudarik.

Esparru ez hain euskaldunetan ezagutzara bideratu beharko ditu administrazioak indarrak, eta erabilerara behin ezagutza lagundu eta gero.

“Gutxien duenari laguntzea” bizi filosofia ere badut, baina denon dirua administratu behar duenak emaitzetan ere pentsatu beharra du. Politika eraginkorrek behar dira eta euskarazko produktuak euskaldun eta ia euskaldunek kontsumitzen duten lekuetan dira garrantzitsuago. Ezagutza laguntzeko bestelako bideak landu behar...

- **Internet arreta berezia eta lehenetsua zor zaizkion medioa al da? Gure artean gazteak eta euskaraz eskolatuak izanik Interneten kontsumitzaile gehienak, gazteei bereziki zuzenduriko eskaintza-aren bat bultzatu beharko ote litzateke Interneten? Zein eratakoa?: messenger euskaraz, webgune ludiko interaktiboak, informaziorako webguneak, bestelakoak.**

Bai. Ditugun hedabideetan merkeena dela esaten betetzen zaigu ahoa sarri. Hala ere, gutxieneko batzuk behar dira Internet ere serioa, sinesgarria eta aintzat hartua izan dadin. Hasierako inbertsioak dirudi gastu handiena, baina gero medio horretara dedikatuta dagoen jende-kopurua ere aintzat hartu beharko litzateke.

Interneten ere berdin, behin produktu bat kaleratu eta hobekuntzarik ez, aldaketarik ez, betelana egiteko bakarrik dagoen erakusleihu hutsa bada... Begiratu behar da webgune batek duen ibilbidea. Egokitzen da webgunea erreminta berrietara? Dinamikoa da? Egunero-egunero aldatzen da zerbait? Irisgarriagoa da? Erabilgarriagoa? Kasu honetan banaketa-gasturik ez, paper-gasturik ez, telebistetan baino lan-talde txikiagoa behar da...

Internet lagundu egin behar da, baina lagundu behar da bereziki eduki berrien sorkuntza. Komunikazio-bide berri hau oso erabilia da, batez ere gazteen artean, eta kontuan izan behar dugu gazteenek ez dutela medio tradizionalan gehiegi sinesten. Adibide bat: HUHEZI fakultatean ikus-entzunezkoen karrera egiten diharduten lehenengo mailako batek ere ez du egunkaririk ez erosi ez irakurtzen. Baina ezer ere ez dute irakurtzen? Ez da egia. Internet da informazioa lortzeko duten biderik gertukoena. Doan da eta eskura dute. Gero eta jende gehiago da *feed*-irakurgailuen bitartez

informazioa jasotzen duena. Informazioa gero eta berezituagoa, lastoa kenduta, interesatzen dena bakarrik... eta hau ez doa hizkuntzarekin lotuta. Edukia ona bada, gazteenek kontsumitu egingo dute. Berdin da gaztelera, ingelesez edo euskaraz egon.

Administrazioaren erronka euskarazko eduki erakargarriak laguntzea izan behar dela uste dut, kalitatea ematen duten webguneetarako edukiak laguntzea.

Eta erremintak? Ba, bai, baina lehenengo inbertsioari edo teknikoak diren hobekuntzei begira. Euskaraz behar ditugu blog-erremintak, euskaraz behar dugu *Bloglines*, euskaraz behar dugu *Twitter*, behar ditugu hainbat erreminta. Erreminta horiek izan behar dira unibertsalak, software librean eta edozeinen eskura. Eta baldintza horiek betetzen dituztenak bakarrik lagundu beharko lirateke. Administrazioak ezin du lagundu gero salmentatik dirua egiteko sortu den aplikaziorik. Lotsatzeko adibideak ere badira, non garapen osoa ordaindu den eta gero kodigo horiek bahituak izan diren. Denon dirutik ordaindutako aplikazioak denok bigarren aldiz ordaindu beharra...

Behin softwarea lagunduta edukia geratzen da laguntzeko. Badira gazteen atentzioa lortzeko garatu diren proiektuak. Hor dago "matraka on-line", "xirika", edo "danbaka.com".

Internet gaztea lagundu egin behar da, eta laguntzak erabakitzeko formulari sartuko nuke: zenbat kontsumitzen den, zenbatek idazten duten bertan, zenbateraino den parte-hartzailea, eta eduki-sortzaile propiorik duen, webgunea dinamizatzeke. Euskara-maila neurtzea ere interesgarria da. Gaztea bai, baina kalitatezkoa.

- **Merkatuan lehiatzeak autofinantzaketa berarekin darama, eta autofinantzaketak publikoaren onarpena eskatzen du nahitaez. Onarpen horrekin batera doa, ordea, publizitatea ere. Publizitatea lortzen laguntze aldera herri-aginteei neurri berezirik hartu beharko ote lukete? Euskararen balioa eta prestigioa aineratzera zuzenduriko ekintzez gain, arlo fiskalean, adibidez, zerga-onurak eskainiz publizitatea sartzeko duten entitateei.**

Ez dut uste administrazioaren eginbearra denik publizitatearekiko neurri be-
reziak hartzea. Produktua bera izan behar da horretarako gai; eta ez bada, zer-
gatik ez den planteatu beharko da. Uneoro aipatzen dihardudan masibotasuna-
rekin du lotura, ale gutxi banatzearekin, aleak kalitatez onak ez izatearekin, ez
orekatuak izatearekin... Eta masibotasunak hiru aldagai ditu, nire ustez:

- **Kalitatea:** Inork baino lehenago, osatuago eta bezeroa aintzat hartuta beti.
- **Oreka:** Ez idatzi edo telebista erreportajerik egin alde bateko edo besteko pentsamoldea dutenendako. Abaniko zabala.
- **Gertutasuna:** Beti saiatu albistea gertuko egiten, herritarren iritziak jasotzen, notiziaren parte egiten irakurlea.

Administrazioak ez du sinesten euskarazko hedabideetan egin ditza-
keen iragarkietan. Administrazioaren lana da *Deiari* edo *El Diario Vasconi*, edo
Euskal Telebistari edo Euskadi Irratiari sartzen zaion publizitate-kopuru bera
edo aipatutako batzuei baino gehiago sartzea. Ez militantziaz eta euskararen
alde egiten dela pentsatuta, bai konbentzimenduz. Tokiko prentsa eraginkorra
da eta (telebista, Internet, irratia eta papera) ez da aintzat hartzen Jaurilaritza
eta Aldundien kanpaina askotan. Hori konpontzetik hastea txarto ez.

- **Egin al daiteke euskarazko hedabideen mapa ideala-edo izango litzatekeena? Zein litzateke mapa hori txostengile bakoitzaren iritzian? Beti ere, jakina, euskal hiztunok *garenaren –eta kasurik one-
nean izan gintezkeenaren– neurria kontuan hartuta.***

Lotua dago kalitatea, oreka, gertutasuna eta eduki irakurri-entzun-
-ikusiak ematearekin.

Edukiei dagokienez:

- Lehenengo mailako futbol taldearen berri (leku batzuetan Rea-
la, besteetan Alaves...)
- Eskelak (zonaldekoak) zentralizatuko dituen
- Gertuko notiziak ondoen emango dituen

Eduki horiek orekatuta eta gertuko eginda... Baldintza horiek betetzen dituzten medioekin amesten dut. Hori dena kalitatez, euskaraz eta euskarri ezberdinetan.

Beraz, telebisten legeak ezarri dituen barrutiek lotua ikusten dut etorkizuna. Eskualde bakoitzean dagoena onartzetik hasita, eskualde bakoitzeko komunikazio-proiektu bat egin beharko litzateke. Eta horrela leudeke 15 eskualde-proiektu, eskualde horri dagokion adinako indarra eta zabalkundea izango luketenak. Akaso batzuetan Internet, papera eta telebista egongo dira, eta ez irratia. Beste batzuetan irratia bai baina ez papereko proiekturik... Hori bai, helburuak izan behar du eduki bakoitzerako kazetari bat, eta kazetari horrek informazioa euskarri ezberdinetara bideratzea. Medio bakoitzari dagokion "hizkuntzan", noski. Momentuan indar asko galtzen ari gara:

- Kazetari ezberdinak telebista eta papererako, irratia eta sare-rako...
- Herrikako proiektuak, txikiegiak eta mugatuak profesional iza-teari begira.
- Ez da optimizatzen lortutako edukia. Edukia lortzen pertsona bat eta medio bakarrerako?
- Ez ditugu kazetariak multimedia-izaerarekin hezten. Internet dagoenetik derrigorra da euskarri ezberdinetako kontzeptu baskoien jabe den kazetariekin kontaktzea.
- Nazio-mailako proiektuak, baina kale eginez albiste preziatue-nei (gertuko: kirol-tarte, eskela, sailkatu, argazki...)
- Asmatuta dauden formulak berriz asmatzen egoteak denbora eta dirua galarazten digute.

Bestetik, argi ikusten dut: ez dut sinesten monopolioetan, eta euskararendako ere txarra litzateke euskal-Vocento edo antzerakoren bat izatea. Hori horrela ez gertatzeko, berebiziko garrantzia du eskualde bakoitzean dauden eragileak izatea proiektuok garatuko dituztenak. Eskualdean daudenek bada-kite nolako joeradun, itxuradun, trazako proiektua den eskualdeari dagokiona. Gustuko ditut eragile ezberdinak batzen dituzten enpresa-ereduak. Zaila da kudeaketarako, baina emaitzek adierazten dute posible dela, errentagarriago

eta eraginkorrago. Eragileak diodanean izan daitezke euskara-elkarteak, udalak, aldundiak, Jaurlaritza, kultura-elkarteak, enpresak... ahalik eta gehien eta batera, norabide berean, barku berean.

- **Argitaletxe, editore eta idazle sare zabala daukagu euskaraz, oso zabala. Euskaraz irakurtzeko joera asko ugaldtu da azken 20 urteotan. Euskaldunaren irakurzaletasuna piztu eta liburuaren truke diru bat ordaintzeko prest egotea lortu bada, zergatik ez da lortu gauza bera prentsarekin? Zergatik baloratzen da euskarazko eleberrigintza, baina ez prentsa, ez behintzat neurri berean?**

Zer da baloratzea? Irakurtzea bada baloratzea, irakurtzen delakoan nago.

Ordaintzea bada baloratzea, munduan dagoen joerari baino ez dio erantzuten erosle-jaitzierak (jaitziera egon den lekuetan).

Baina dena ez dago joera baten arrazonomenduarekin estaltzerik. Sinesgarri izatearekin badu lotura, eta baita orekatu eta gertuko izatearekin. Kalitatean gora egingo bagenu eutsi egingo genioke jaitzietari. Hori lortu daiteke eta lortu beharko da.

Dena den, edozein hizkuntzatan publikatzen diren agerkariak izanda ere, promozio bereziekin, erosketa-eskaintza bereziekin... osatzen da papezko prentsaren eskaintza. *El Diario Vasco*, *Noticias de Gipuzkoa*, *Berria*, *Gara*... Denak dabilta eskaintzaren batekin: Errealaren motxila, toailak, liburuak, mahai-tresna jokoak, CD-ak, eskuko telefonoak, DVD-ak... Euskarazko prentsan gutxitxo jokatzeko dugu aukera horiekin. Badirudi paperaren erosketak baloratzen laguntzen dutela eskaintzok. Prentsa idatziaren zama handiena, hala ere, lerrotatuegi egotearena da.

- **Prentsa idatziko produktua, edukiari dagokionez, ez ote da astunegi, gai sozialpolitiko serioekin eta jarrera politiko ildo (ia) bakarrekoe-kin identifikatua? Ez ote litzateke oro har produktu arinagoen aldeko apustua egin behar?**

Txostenetik aterata euskaraz irakurtzeko gaitasunaren gainean. Bi medioren adibidea:

	errazago euskaraz	bietan antzera	gaztelaniaz errazago
Berria	%23	%31	%46
Goienkaria	%18	%14	%68

Goienkaria nahiz *Berria* izan, gaztelaniaz errazago irakurtzen dutenen ehuneko oso handia da. Ez da txarra eleberri-irakurleei zuzendutako agerkariak izatea, baina apustuak “arinagoak” diren gaiekin zerikusi handiagoa du, dudarik gabe. Irakurtzeko gaitasun hori duen multzoa dagoela jakinda, apalago jokatu beharra dago ez bakarrik gaietan, baizik eta idazteko moduan ere. 50 urtetik gorako jende gehiena ez dago euskaraz alfabetatua, eta biztanleriaren erdia baino gehiago da jende multzo hori. Eta horiek zer irakurriko dute, literatur kritikaren gainean egindako artikulua? Anjel Lertxundiren eguneroko zutabetxoa?

Errore handia egiten ari gara masiboa ez den edukiarekin irakurle-kopurua asko igo guran. Behar bat da bestelako edukiak gehiago landuko dituen agerkari-estiloa. Horregatik dira hain garrantzitsuak tokiko hedabideak. Irakurle-tipo horretatik helduko gara “eduki intelektualagoak” duten agerkariak irakurtzera.

Euskararen ikuspuntutik ere ez dago dudarik zein tipotako hedabidek bultzatzen duen jendea euskaraz irakurtzera. Gaztelaniaz errazago irakurriko lukeen jendeak ez du erraz emango *Berria* irakurtzerako pausoa, bai *Goienkaria* irakurtzerakoa. Eta hortik pasa beharko da *Berria* irakurtzera. Euskaraz titili-totolo dabilena Markos Zapiainen testu bat irakurtzera? Badago erdibideko irakurketa erakargarriagorik (filosofoari ezer kentzeke, noski).

Irakurle-kopuruak inkestaren arabera:

	medioa irakurri	sarritan irakurri	azken zenbakia irakurri
Berria	161.800	100.400	46.800
Hitza	116.100	93.900	49.100
Goienkaria	28.800	26.500	16.600

Gertuko informazioa lantzen duten aldizkarietan (*Hitza*) agertzen da azken alea irakurri dutenen kopuru handiena, *Berrian* baino handiagoa.

Bestetik, hedabide hori irakurtzen dutenen kopurua eta azken zenbakia irakurtzen dutenena alderatuta, ehuneko-kopuru ezberdinak ateratzen dira hiru kasuetan.

Medioa irakurri dutenen % zenbatekoak irakurri du azken alea?

<i>Berria:</i>	%28,9
<i>Hitza:</i>	%42,2
<i>Goienkaria:</i>	%57,6

Uste dut kontuan hartzekoa dela. Garrantzitsua da zein irakurle-perfili gagozkion; eta, masibo izan behar badugu eta irakurle kopurua bada helburua, argi dago lagundu beharreko eredia zein den eta noski, nolako edukia izan behar duen, azken zenbakia irakurri dutenen kopurua handitzea nahi badugu behintzat.

- **Zergatik ez dio irakurle euskaldunak erdarazko prentsari ematen dion balio bera ematen euskarazkoari, eta jarrerarik naturalena iruditzen zaio euskaraz irakurtzen duguna debaldekoa izan behar duela eta, aldiz, erdarazkoa ordaindua?**

Euskarazko prentsa ez da heltzen erdarazko prentsa heltzen den kalitatera. *El Diario Vasco*k dituen informazioa, orri-kopurua, kolorea, eduki-estiloa... ez ditu euskarazko prentsak. Ez da horrenbeste hizkuntza kontua. Ez da euskaraz dagoelako doan izan behar dela. Euskaraz balego *El Diario Vasco*ren adinako egunkari bat, egunkari hori erosi egingo litzateke, orain dugun eguneroko bakarra baino dezente gehiago.

Nahasten gabilta hizkuntza-kontua baino ez dela uste badugu. Bada-go hortik, eta jakina da euskara ez dagoela gazteleraren egoera berean. Hala ere, kalitatean hobetuta irakurle-ikusle-entzule-erabiltzaile kopuruan gora egingo dugu. Bezeroak eskatzen duen informazioa badakigu zein den, baina ez dugu ematen asmatzen. Gakoa, berriz ere, edukian.

- **Euskarazko prentsa indartsuaren aldeko apustua egiterakoan bat datoz eragile guztiak, nahiz pribatuak hala publikoak. Egunkari eta**

astekariei garrantzi handiena ematen eta, bitartean, telebista, irrati eta Interneti bigarren mailako garrantzia aitortzen jarraitu behar al dugu? Ikus-entzunezkoei arreta handiagoa eskaintzeko ordua ote?

Horrela pentsatzen duena paperetik datorren kazetaria, paperetik datorren administraria edo dena delakoa da. Paperean eroso dagoena, paperetik sosa ateratzen dituen, paperean baino moldatzen ez dakiena, paperetik eta papererako pentsatzen duena. Papera garrantzitsua da, baina dudarik ez dago gainontzeko hedabideak ez doazela beherantz eta bai ordea papera. Hala ere, lagundu beharrekoa zer den eztabaidatu beharko litzatekeela dirudi: euskarriak edo informazioa? Edo biak, baina informazioa zabaltzeko baliabideen arabera? Ez al zaio eduki-sorkuntzari lehenengo mailako garrantzia aitortu behar? Eta gero hori zenbat mediotan erabilgarri den neur-tzeak dirudi garrantzitsuago. Hainbat aldiz biderkatzen da eragina edukia bada garrantzia hartzen duena (eta, beraz, laguntzen dena). Biderketa egin daiteke hedabide-kopuruaren arabera, eta hedabide horren oihartzun eta eragina jakinda, noski.

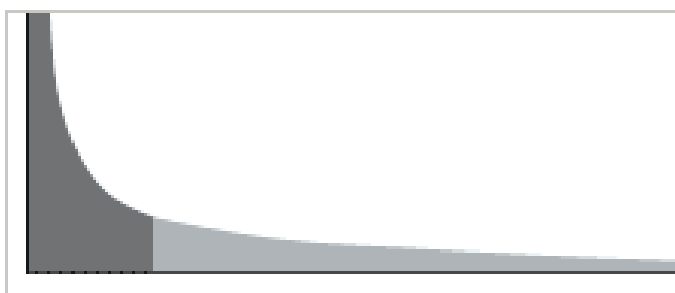
- **Sektore atomizatua da euskarazko prentsarena: eragile asko eta baldintza ekonomiko eskasak. Nola metatu indarrak, monopolioetan erori gabe eta anizkoitzasuna bermatuz? Birmoldaketa behar duen sektorea al da euskarazko hedabideena? Eragile gutxiago baina indartsuagoak, lanpostu gutxiago baina baldintza hobeetakoak, irakurleen gogoaren araberako produktuak, monopolio arriskuak ekiditen dituen jardunbidea... puntu horiek eta beste zenbaitek (esan zeintzuk) osaturiko hezurduraren araberako gogoeta estrategikoari ekin beharko ote litzaioke?**

Sektore atomizatua izatea ez dakit txarra ote den. Kontua da euskaldun-kopurua mugatua dela, eta atomizatua izateak honakoa dakarrela: kazetarien egoera laboral eskasak, produktuetan kalitate-jaitsierak, emisio-ordu gutxiago, hobekuntzarako inbertsio eskasak, lan-ordu ordaindu gabeak... Hala ere, atomizazioa gainditu guran monopoliora jo behar bada, geratzen naiz bakoitzak ahal duena egiteko aukerarekin. Monopolioei galga jarri behar

genieke eta sektore indartsuaren izenean sektore kolorebakarra defendatzen dutenei beste aukera batzuk daudela erakutsi. Klabea eskualdekako mapetan dagoela iruditzen zait.

Azalduko dut eskema batekin. “Long tail” edo buztan luzearen teoria aplikatuta.

Kontsumitzaile-
-kopurua



Hedabide dominantek

Tokiko hedabideak

Buztanaren alde beltza	Buztanaren alde grisa
Eremu handiko medioak (nazionalak...)	Tokiko medioak (eskualdekoak...)
Editorial jakinekoagoa duten hedabideak	Editorial orekatuagoa duten hedabideak
Enpresa handiagoak atzetik	Enpresa txikiagoak, elkarteak...
Indar politikoak atzean egotea errazago	Indar politikoak atzean egotea zailago
Irakurle gehiago, medioko	Irakurle gutxiago, medioko
Irakurle gutxiago, medio guztiak batuta	Irakurle gehiago, medio guztiak batuta
Medio gutxiago alde beltzean	Medio gehiago alde grisean
Monopoliorako joera handiagoa	Monopoliorako joera txikiagoa
Ideologia: kolore oreka txikia	Ideologia: kolore oreka handiagoa
Maila nazionalako edukiak	Gertuko edukiak, herri, eskualde...
Euskara batuan, maila altu egokian	Tokiko euskaran, maila apal egokian
Beregaina, inplikazio gutxiduna	Gizarte eragileekin inplikatua
Erabakiguneetan jende gutxi	Erabakiguneetan jende gehiago
...	...

- Eta teoria honetan zein enpresa-izen jarri behar diren alde beltzean eta zein grisean irakurleari dagokion ariketa da.

- Badira gaiak (baldintza ekonomikoak, enpresa-ereduak...) batean zein bestean koka daitezkeenak, alde beltz eta grisari dagozkionak.
- Hedabideen mapa egiterakoan, plan estrategikoa lantzerakoan, argi ikusten dut irakurle-entzule-ikusle-erabiltzaile gehiago lortu ditzakegula buztanaren alde grisean inbertsioa eginez.
- Teoriak argi erakusten duen moduan, gero eta enpresa-eredu gehiago egon alde grisean, orduan eta handiagoa izango da eraginkortasuna. Txikitasuna handi bihurtzen da eta kontsumitzaileak gehiago dira txikien batura eginda.
- Teoriak balio du bakarrik euskarazko hedabideez jarduten dugunerako, baita *El Diario Vasco*, Tele5, etab.-ekin konparazioa egiteko ere.

INAZIO ARREGI

- **Garenaren neurria kontuan hartuz, zein eratako hedabideak lehenetsi beharko lirateke? Zein ezaugarritakoak formatuari dagokionez (prentsa idatzia, irratia, telebista, Internet)? Zein ezaugarritakoak formatu bakoitzean hartzaileei dagokienez, enfokeari eta edukiei dagokienez?**

Nik uste hemen dagoela kakoa. Orain artekoak ez du planifikaziorik ezagutu. Borondate onenarekin egin da, baina baliabideak zertan erabili aurrez aztertu barik. Paperean, prentsan, jarri dugu gure ahalegina. Herri-aldizkariak martxan jarri zirenean helburu garrantzitsu bat zuten: alfabetizazioa. Bereziki helduen alfabetizazioa. Pertsona helduak ez zeuden ohituta euskaraz irakurtzen, eta tresnak jarri nahi izan ziren. Inertziaz edo horrela jarraitu izan dugu, informazioa kontsumitzeko ohiturak aldatuaz joan direla kontuan hartu gabe.

Gaur egungo egoeran ez da nahikoa arrazoi bide horretatik jarraitzeko.

CIESek dioenez, 2006. urtean telebistaren kontsumoa prentsakoaren bikoitza zen, pertsona-kopurutan neurtuta. Interneteko sarrera zuen biztanleen kopurua ere, ia prentsako irakurleena bestekoa zen. Seguruenez, gaur handiagoa izango da.

Telebistako ikusle-kopurua berriz prentsako irakurleenen bikoitza da. Telebista piztuta edukitzen dugun denbora berriz, prentsa irakurtzen ematen duguna baino askoz handiagoa.

Intenera sarrera	914.000
Egunkari-irakurleak	939.000
Irrati-entzuleak	1.086.000
Telebista-ikusleak	1.601.000

Kontuan hartu beharreko beste faktore bat ere badago. Prentsa norberak irakurtzen du. Erabaki eta jarduera indibiduala da nagusiki. Telebista ikusi edo irratia entzutea berriz, ekintza kolektiboak dira gehiagotan. Honela, telebista eta irratia gure paisaiaren zati garrantzitsu bat dira. Etxean edo lokal publikoetan piztuta egon daitezke hainbat orduz. Lokal publiko batean telebista edo irratia euskaraz piztuta daudenean, paisaia desberdin batean murgiltzen gara. Euskarazko aldizkariak ere egon daitezke, baina ikus-entzunezkoen eragina askoz handiagoa da ingurunea euskalduntzeko orduan..

Beste faktore bat ere badago. Gaur egungo prentsako irakurle gehienak erdaraz hazitakoak dira. Ahalegin ikaragarriak egin dira sektore horretara iristeko: alfabetizazio-kanpainen bidez, tokiko aldizkarien bidez, egunkarien bidez... Politika horrek hezkuntza bidez belaunaldi gazteagoetan ezarritakoa osatu nahi izan du. Gaur erabat aldatu beharko litzateke politika hau. Berrogeita hamar urtetik gorakoek nekez ikasiko dute hizkuntza berri bat, nekez alfabetatuko dira berean edo nekez aldatuko dituzte kontsumo-azturak. Inberti dezagun 45 urtetik beherako jendea kontuan izanik.

Aurreko guztiagatik uste dut diru-laguntzen politikak beste norabide batzuk jarraitu beharko litzukeela. Ikus-entzunezkoetara eta teknologia berrietara diru gehiago zuzendu beharko litzateke, eta prentsakoa hobeto kontrolatu: produktuak berraztertu irakurle-mota kontuan izanik...

- **Lehentasunei jarraituz, ba al da adinaren edo beste faktoreren baten arabera lehenetsi beharreko kontsumitzaile-talderik?**

Nik uste gazte jendea izan beharko genukeela kontuan. Gazteez hitz egiten ari naizenean ez naiz hamabost edo hogeitaz urtekoen ari. Gure belaunaldi kultuenak berrogeita hamabost urtetik beherakoak dira. Zaharragoetan ikasketadunen portzentajeak txikiagoak dira. Nik 55 urte ditut eta gogoan dut gure sasoiari gutxi zirela herrian batxilerra egiten zutenak. Askozaz normalagoa zen 14 urterekin alpargatak janzteia tailerrera lanera jaisteko. Belaunaldi horietan zaila bada ikasketak egindako jendea aurkitzea, are zailagoa irakurtzeko ohitura edo eta ikus-entzunezkoen mundua ezagutzen duen jende multzo handiak aurkitzea.

Gazteak berriz, informazioa kontsumitzeko ohitura desberdinak ditu. Informazioa irratiz, telebistaz edo Internetez jasotzen du nagusiki. Ikus bestela goian emandako datuak. Gero, prentsara jo dezake pittin bat gehiago sakontzera, edota eduki kultuago edo espezializatuagoen bila, ikus-entzunezkoena testigantza moduko bat izaki, laburra eta intentsoa izaten delako. Telebista edo Internetek gertaeren aurrean jartzen gaituzte. Pentsak informazio sako-nagoa eskaintzen digu. Hala ere, prentsak eman dezakeen gehigarria Internetek ere eman ahal izango du etorkizunean.

Nik 14-45 urte arteko euskaldun (euskaradun) kontsumitzaile-taldea lehenetsiko nuke eta haien eskakizunei erantzuteko politikak garatuko nituzke. Haien kontsumo-azturak eta eskaerak ezagutu eta erantzuten saiatu. Horretan, eta hedabideen eta populazio geruza horren arteko garapen paraleloan dago etorkizuna.

- **Ezinbestez minoritarioak diren aldizkariak (aldizkari espezializatuek, eliteei zuzendurikoeak) behar al dute arreta publikorik?**

Aldizkari espezializatuak (ez minoritarioek) arreta publikoa behar dute beste edozein aldizkari bezala. Aldizkari espezializatuak eta minoritarioak bereizten ditut, lehenak gaiak berak mugatzen dituelako: zientzia, ekonomia, erlijioa, hezkuntza, musika, literatura, kirola... gai bakarra lantzen duten aldizkariak espezializatuak izan daitezke.

Sekta batekoa, saskibaloikoa, poesiakoa berriz, aldizkari minoritarioa litzateke.

Euskarak lehenengo pasartekoak derrigor behar ditu. Bigarrenekoak, pertsona multzo txikien beharrei erantzuten diete. Horiek ez lukete arreta publikorik behar.

Hala ere, lehenengo multzokoak beharrezkoak izanik, baldintza batzuk jarri beharko litzaizkieke, dimentsioarekin lotutakoak: nazio-mailako aldizkariak izatea; maiztasuna irakurleen beharrei eta gaiak pizten duen interesari lotzea, astekari edo hileroko izan behar duten ondo aztertuta, gutxieneko irakurle-kopuru bati baldintzatuta...

- **Zein da tokian tokiko prentsaren aukerarik egokiena epe erdira begira: egunkaria ala aldizkaria?**

Nik uste gertuago dagoela astekaritik egunkaririk baino. Berez, erdal hizkuntzetan, guk baino irakurle gehiago dituzten hizkuntzetan, existitzen ez den fenomeno bat da. Ez behintzat gurenen mailan. 40.000 lagun en 60.000 lagun en populazio batentzat ez da normala egunkariak merkaturatzea. Gurean gainera, 40.000 edo 60.000 lagun horietatik %60 izango da asko jota euskaraz irakurtzeko gaitasuna duena, eta irakurzalea askoz gutxiago. Zenbat jenderentzat dira egunkari horiek? Ze etorkizun dute diru-laguntza publikorik gabe?

Esan genezake gaur egun astekariak ere diru-laguntza garrantzitsuak dituztela. Hala ere, dimentsio egokiago bat lor dezaketen hedabideak dira, eta denborarekin bere burua ordain dezaketenak, edo ordaintzetik gertu ibili daitezkeenak. Espainian barrena hainbat eskualdetan ikus daitezke doaneko hilerokoak eta asterokoak. Hiriburuetan egunkariak ere bai, baina irakurle potentzialak euskarazkoak baino askozaz gehiago dira.

Goienak behin baino gehiagotan galdetu izan die beren irakurle eta harpidedunei aldizkariaren maiztasun egokienaz. Gehiengo egunerokoaren aurka azaldu da, eta ostiraletan eta astelehenetan argitaratzea egokitzen jutzen dute.

*Asteleheneko Goienkariko harpidedunen unibertsoetik (4.500 lagun) hartutako lagin bati 2004an egindako galdeketa onorio hau atera genuen. **Goienkaria egunkari bihurtuz gero % 43a harpidedun egingo litzateke. Hau da, 1.935 pertsona, baina Goienkariak beharko lukeen maiztasuna galdetzen denean, % 15ak bakarrik ihardesten du egunerokoa beharko lukeela. Ondorioz, erantzun honek % 43 hori zalantzan jartzen du.***

% 62ak Goienkariaren maiztasun egokiena, ostiral eta astelehenerokoa dela uste du. % 17ari ostiralekoa nahikoa dela iruditzen zaio. Askok dio ostiralekoa asteburuan irakurtzeko hartzen duela, eta astelehenekoa ongi datorkiola astean zehar irakurtzeko. Eguneroko argitaratuko balira ez lukete irakurtzeko astirik izango. Hori Goienkariaren irakurleek diotena.

Eskualdeko astekaria da nire iritziz tokiko prentsaren aukerarik egokiena epe erdira.

- **Zertarako (zein kontzeptutan, alegia) eman beharko lituzke laguntza, bultzada eta babes administrazioak? Nola uztartu *merkatuan lehiatu beharra* (eta, beraz, lehiatzeko moduko produktua izatea eta lehiatzen jakitea) eta administrazioaren laguntza, laguntza *morrontza bihur ez dadin*? Diru-laguntzak jasotzeko denbora mugatu beharko al litzateke, esaterako ikusi arte kontsumitzaileek onarpena ematen dioten ala ez produktu bati?**

Ez dakit zein den irtenbidea. Garbi dagoena da laguntzak emaitzekin lotu beharko liratekeela. Gutxieneko irakurle-kopuru bat ezarri. Jakina, horrek beste ikuspegi bat ere emango lieke herri aldizkariari. Gutxieneko irakurle-kopuru bat beharko balitz, beste era batera antolatuko litzateke sektorea. Nik uste dut herri-aldizkari eta -telebisten ordezkari eskualdeko aldizkari eta telebistak behar ditugula. Irakurle kopuru eta ikusle kopuru nahikoa behar ditugu proiektuei gutxieneko bideragarritasun ekonomiko eta soziala emateko. Hala ere, bidea luzea izango da, baina 500 edo 1.500 irakurle dituzten 10 aldizkari diruz laguntzea baino, uste dut hobe dela 5.000 edo 15.000 izango dituen bakarra laguntzea.

Kontratu-programak izenpetzea izan daiteke irtenbide bat. Ez dakit posible ote den zuzenbide pribatuko erakundeekin. Hainbat urtetan, gutxieneko irakurle-kopuru bat exijitu beharko litzateke, eta kontratu programaren bidez aldeek hainbat konpromiso onartu beharko lituzkete. Beti ere, eskatuko direnak arrazoizkoak direla kontuan izanik. Kontratu-programak gastu eta sarren markoa definitzen lagunduko liguke. Horrek aurrez egindako lan bat eskatzen du noski. Sektorearen azterketa eta adostutako helburuak.

Urte hauetan, administrazioak gastuaren osagai bat ordainduko luke modulu batzuk erabiliaz: adibidez, inprenta-gastuak. Hortik aurrerakoak norberak konpondu beharko lituzke. Banaketa doan egin nahi dela? Orrialde gehiago nahi direla? Norberak azter beza nola finantzatu hori guztia.

- **Zein da gure merkatu txikian gutxieneko gisa onartuko genukeen irakurle-kopurua prentsa idatziko (eguneroko nahiz aldizkari) produktu batek eta irrati nahiz telebista batek interes publikoari erantzuten diola esan ahal izateko?**

Eskualdeko euskaldun + ia euskaldunen baturaren portzentaje bat izan beharko luke. Ez da erraza zehaztea, eta gainera, prentsaren kasuan, bereiztu egin beharko genuke ze tipotako aldizkariz hitz egiten ari garen: doanekoa ala ordaintzen dena. Eskualdekoa ala nazio mailakoa.

Telebistaz, Internetez edo irratiaz ari bagara, guztiak doanekoak izanik, errazagoa da gutxieneko batzuk jartzea. Ez dakit zenbatekoak izan beharko lirakeen, baina shareak ezin dira berdinak izan Errioxan eta Urola-Kostan. Printzipio hau onartuz gero, nik uste dut onartu eta ezarritako gutxienekoek posibleak baina exijenteak beharko luketela izan. Baita proportzionalak ere. Diru-laguntzen banaketak berriz, gutxienekoak betetzea exijitzeaz aparte, hortik gorako lorpenak saritu beharko lituzke, batez bestearekiko (mediarekiko) diferentzial positiboak errekonozituaz eta negatiboak zigortuz.

- **Internet arreta berezia eta lehentasuna zor zaizkion medioa al da? Gure artean gazteak eta euskaraz eskolatuak izanik Internet kontsumitzailerik gehienak, gazteei bereziki zuzenduriko eskaintzaren bat bultzatu beharko ote litzateke Interneten? Zein eratakoa?: messenger euskaraz, webgune ludiko interaktiboak, informaziorako webguneak, bestelakoak.**

Internetek arreta berezia merezi du. Ez bakarrik gaztea eta etorkizun handikoa delako, baita ere bera izango delako etorkizuneko multimedien erdigunea. Denbora gutxi barru informazio guztia sistema binarioan landuko da eta hedatu ere bai. Prentsa, irratia, telebista, Internet, guztiak sistema digitalean jasoko ditugu

Irratia Internetez entzun ahal izango dugu. Telebista ere, Internetez edo sakelako telefonoan ikusi ahal izango da. Gauza bera gertatuko da egunkariek. Sakelako telefonotik Internetera konektatuko gara. Guztia gauza bat bera izango da sistema binarioa oinarri. Telebistek aplikazio digitalak ezagutuko dituzte. Gaur egun Interneten dauden berberak.

Garrantzitsua da gazteei zuzendutako webguneak egitea. Haiek ku-deatutakoak. Gazte kutsuko edukiekin. Musika: rock, pop eta gazteen gus-tuko guztia. Bidaiatzeko aukera merkeak eskainiko dituen. Arropa informala (kamiseta, sudadera...).

Euskara normaltasunez eta ohikotasunez erabiltzea lortu behar dugu, eta horretarako erabiltzaileen gustuko edukiak behar dira. Bezeroaren tirania onartu beharra daukagu, bai arlo honetan eta baita beste batzuetan.

- **Merkatuan lehiatzeak autofinantzaketa berarekin darama, eta autofinantzaketak publikoaren onarpena eskatzen du nahitaez. Onarpen horrekin batera doa, ordea, publizitatea ere. Publizitatea lortzen laguntze aldera herri-aginteez neurri berezirik hartu beharko ote luke? Euskararen balioa eta prestigioa aireratzera zuzenduriko ekintzez gain, arlo fiskalean, adibidez, zerga-onurak eskainiz publizitatea sartzen duten entitateei.**

Euskaraz publizitatea egiteko ekintza bera saritu beharko litzateke. Ez dut uste zerga-onurak eskaintzea ona izango litzatekeenik. Ekintza bera debalutzen arituko ginateke, publizitatea euskaraz egitea ez dela errentagarria onartzen delako zerga-onurak ezarriaz.

Uste dut, lehenik, euskarazko publizitatearen sariak ezarri beharko genituzkeela. Urtean publizitate gehien, orijinalen edota eraginkorrena euskaraz egiten duena sarituaz. Urtero, publizitate eta komunikazioaz jardunaldi batzuk antolatuz, euskaraz ari diren enpresa eta agentziek beren erakuslehoak izan ditzaten.

- **Egin al daiteke euskarazko hedabideen mapa ideala-edo izango litzatekeena? Zein litzateke mapa hori txostengile bakoitzaren iritzian? Beti ere, jakina, euskal hiztunok *garenaren* –eta *kasurik onenean izan gintezkeenaren*– neurria kontuan hartuta.**

Prentsari dagokionez, uste dut ezinbestekoa dela pare bat egunkari edukitzea, baina zaila ikusten dut gaur egun horrelakorik lortzea. Hogei urteko epean berri, posible izan beharko litzateke. Ona da helburuak jartzea. Zailagoa izaten da bidea asmatzea. Hala ere, uste dut **2027**rako posible izan beharko litzatekeela horrelako egoera bat: Gaur egun, *Hitzak* eta *Berria* ditugu. Baliabideen ikuspegitik bi egunkari edukitzeko adina. Beste kontu bat da biak enpresa batenak direla neurri handi batean, eta horrek dakarren guztia. Horregatik, ez dirudi hain zaila 20 urteko epean bi egunkari edukitzeko aukera hori. Hori bai,

desberdinak. Batek eduki sakonak, munduko politika modu sakonean, kultur gaiak eta era horretako edukiak landuko lituzke; bestea arinagoa izan beharko litzateke, Europako prentsa arinetik ez oso urrun: hiritarren eguneroko arazoak, udal gobernua, auzoak, kirolak, ikuskizunak...

Aurrekoa, eskualdetako astekari edo hamabosterokoekin osatuko nuke; doanekoak edo harpidetzaz jasotakoak. Edozein kasutan, epe ertainera ordainekoak bihurtzeko konpromisoarekin.

Telebistari dagokionez, eskaintza publikoaz gain, Tokiko eta Hamaikaren artean egin nahi dena da eredia. Eskualdeko bat, guztiak elkarlanean. Kostuak murriztu eta eskaintza aberastu. Ikusiko dugu zer ematen duen aurtengo deialdiak, baina sare garrantzitsu bat lortuko balitz, euskarazko telebista publiko horren osagarri izan beharko luke. Lehiakide, baina lagun.

Ekoizpena ezin albora utzi, eta teorikoki behintzat, orain artekoa baino handiagoa izango denez, kanal tematikoak abian jartzeko aukera aztertu beharko litzateke. Kanal tematiko horiek, EITBk dituen kanalak erabiliaz, Interneten bidez, eta Euskaltel edo beste operadore baten bidez bana daitezke. Lanerako aukera garrantzitsuak daudela uste dut.

Gainera, telebisten digitalizazioarekin aukera berriak zabaltzen dira euskaldunak bere harremanak euskaraz landu ditzan: administrazioarekin, instituzioekin, informazio bila ari denean... Aukera asko zabaltzen dizkigu telebistak. Telebista eta mugikorraren arteko harremana asko estutuko da. Gaur egun posible da 3G mobilekin telebista erabiliaz eduki konkretu batzuk ikusi ahal izatea.

Irratiaren kasuan, baina, legediak ezarritako baldintzek asko mugatzen dute. Udal irratien esparrua oso mugatua da. Internetez ordea, nahi beste emititu daiteke.

- **Argitaletxe, editore eta idazle sare zabala daukagu euskaraz, oso zabala. Euskaraz irakurtzeko joera asko ugalduta azken 20 urteotan. Euskaldunaren irakurzaletasuna piztu eta liburuaren truke diru bat ordaintzeko prest egotea lortu bada, zergatik ez da lortu gauza bera prentsaarekin? Zergatik baloratzen da euskarazko eleberrigintza, baina ez prentsa, ez behintzat neurri berean?**

Eleberrigintza orijinala da normalean. Gure autoreek euskaraz idazten dutena batzuetan erdaraz irakurri ahal izango da, baina kasurik onenean euskarazkoa irakurtzen duenak “abantaila” hori izango du. Lehenago irakurri ahal izango da, eta geroago irakurriko duenarekin konparatuta abantaila hori izango du. Ez da txikia Atxagaren nobela batez ari bagara. Inork ez du geratu nahi azken nobela irakurri gabe, eta besteak baino lehenago irakurri nahi izaten dugu iritzi sendo bat eduki ahal izateko.

Alde horri, literaturaren kalitateak laguntzen dio. Lertxundi, Saizarbitoria, Atxaga, Izagirre eta beste hainbat idazle “profesional” kontrastatuak ditugu gure literaturan. Beren kalitateagatik errekonozituak, gurean eta guretik kanpo.

Jasotako sariez gain, makina bat itzulpen ezagutu dituzten liburuen egileak. Merezki du ordaintzea. Jenero ona da eta prestigioa ematen du irakurri izanak.

Euskarazko prentsak, berriz, zertan irabazten dio erdarazkoari? Ze babilio erantsi eskaintzen dio irakurleari? Prentsa informazioa jasotzeko erabiltzen dugu: gertukoa ala urrutikoa; nor hil den, ondoko edo gure herrian zer gertatu den, edota gure kirol-taldeari buruzko informazioa jaso nahi izaten dugu. Euskarazkoa erostekotan, hizkuntzaz aparte zerbait gehiago eskatzen badiogu, beldur naiz nekez aseko gaituela.

Gaur egun, prentsako irakurlea pertsona heldua da. Ikasketak erdaraz egindakoa; gazteleraz nagusiki. % 50ak 46 urtetik gora dauka. Kontuan hartzen badugu euskaraz ikasteko bidea urratu zuten ikastolak 68-70 urteen inguruan zabaldu zirela, lehen ikasleak 40 urte inguru dituztela ondoriozta daiteke, eta euskaraz hazitako gehiengoa 35 urtetik beherako tartean dago.

Beheko laukiari begiratzen badiogu (CIESeko datuekin landutakoa) gutxi gorabehera, euskarazko prentsako irakurleen % 70,59a erdaraz hazitakoa da.

adina	%	% metatua
> 65	17,19	17,19
56-65	14,01	31,20
46-55	18,96	50,16
36-45	20,43	70,59
26-35	19,20	89,79
21-25	6,25	96,04
14-20	3,97	100,01

Zer balio erantsi eskaintzen die gure prentsak gaztelera ikasi duten generazio horiei guztiei?

Bestalde, edukiगतik balio erantsia izan dezakeen tokiko prentsa doan banatzen ari gara zenbaitetan, banaketarik ere kobratu gabe. Ez ote ditugu gaizki ohitu belaunaldi gazteagoak?

- **Prentsa idatzizko produktua, edukiari dagokionez, ez ote da astunegi, gai sozial-politiko serioekin eta jarrera politiko ildo (ia)bakarrekoekin identifikatua? Ez ote litzateke oro har produktu arinagoen aldeko apustua egin behar?**

Ni horretan nago. Egia da ahalegin handiak egin direla prentsa idatzia egituratzen eta estandarizatzen, eta egia da lan hau derrigorrezkoa zela. Hala ere, iruditzen zait erdarazko produktuekin alderatuta, askotan serioegia eta astunegia dela gure prentsa nazionala. Beharbada oraindik ez dugu barnerratu banalizaziorantz eman beharreko jauzia. Gogoan dut, Topaguneak *Asteon* izeneko aldizkaria abian jartzeko ahalegina egin zuenean, entzuten ziren kritika handienak, edukien “arintasunari” buruzkoak zirela; euskaraz idatzitakoa, derrigor, erdarazkoa baino transzendentetagoa eta serioagoa izan beharko balu bezala.

Aurreko galderaren erantzunean ikusi dugu prentsako irakurleen artean erdiak 46 urte baino gehiago dituela. Askok beraz, lehen mailako ikasketak eta erdaraz egindakoak dira. Ba al dakigu zer irakurtzen duen jende honek? Ze euskara-mota behar du? Eduki serioa teknikoki landua ala A. Zabala, Baserrri edo R. Iraolaren prosatik gertuago dagoen eredu bat?

Nik uste eduki arinagoi eta banalagoi leku garrantzitsua utzi behar zaiela. Gure gaurko gizartea ez dago prestatuta *El País* euskaraz irensteko.

- **Zergatik ez dio irakurle euskaldunak erdarazko prentsari ematen dion balio bera ematen euskarazkoari, eta jarrerarik naturalena iruditzen zaio euskaraz irakurtzen duguna debaldeko izan behar duela eta, aldiz, erdarazkoa ordaindua?**

Nik uste, aurreko pasarteetan erantzunda geratu da galdera hau.

Batetik, irakurlearen eta produktuaren uztarketa desegokia da. Ordaintzen den produktua, maila goreneko ikasketak dituen pertsonari zuzentzen zaizkio. Gainera, euskara ondo menderatu behar du. Uztarketa-falta honek ez du batere laguntzen.

Orokorrean prentsako irakurleak eskatzen dituen edukiak eta euskarazko prentsak eskaintzen dizkionak ez datoz bat.

El Correo eta *DV*-ko irakurleek eskatzen dutena atera dugu CIESeko datuetatik. Zenbakiak milakotan dira.

Gaia	Kopurua
Tokikoa	562
Espainiakoa	345
Kirolak	336
Euskadi	324
Nazioartekoa	265
Gertakizunak	263
Kultura	178
Iritziak	176
Ekonomia eta lana	168
Iragarkiak	68

Nik uste, irakurleen gehiengoak eskatzen duena eta euskarazko prentsak eskaintzen diona ez datoz bat.

Horrez gain, lehen aipatu ditugun puntuak azpimarratuko nituzke. Jende askok gaur egun prentsan erabiltzen den euskara ulertzeko duen zailtasuna; eta tokikoko informazioa, euskaraz, debalde jasotzen duela. Beraz, zergatik ordaindu bere eskakizunetara egokitzen ez den aldizkaria, gainera irakurgaitza gertatzen bazaio eta berak behar duen tokiko informazio hori doan jaso badu?

- **Euskarazko prentsa indartsuaren aldeko apustua egiterakoan bat datoz eragile guztiak, nahiz pribatuak hala publikoak. Egunkari eta astekariei garrantzi handiena ematen eta, bitartean, telebista, irrati eta Interneti bigarren mailako garrantzia aitortzen jarraitu behar al dugu? Ikus-entzunezkoei arreta handiagoa eskaintzeko ordua ote?**

Nik uste, ikus-entzunezkoei ez diegu behar beste kasu egin. Gaur egun gehien kontsumitzen diren hedabideak dira, eta bide horretatik jarraituko dute gure azturek. Uste dut, gainera, joera hori areagotu egingo dela.

Munduan –urruti ala bertan– gertatzen ari dena, ordu gutxira edo mementoan bertan jakin genezake hurrengo egunera arte zain egon gabe. Hedabideen indar erlatiboa eta haiekin dugun erlazioa aldatzen ari da. Geroz eta presa gehiagorekin ari gara, eta kontsumo-ohiturak erabat aldatuko dira epe motzera.

Gehien kontsumitzen direnei laguntza gutxiago ematea ez dirudi oso egokia. Dudarik gabe ikus-entzunezkoek arreta handiagoa behar dute informazio iturri garrantzitsuena direlako gaur egun. Beste kontu bat da guri gustatu ala ez, baina beti diot X. Leteren gizon okupatuak irratia entzuten hasten duela eguna ohetik jaikitzerakoan, edo autoan lanera doanean, lanean Internetekin konektatu eta beti ere eskapadaxoren bat egiten duela, etxera itzultakoan telebistan albistegiak ikusi, eta afalondoan aldizkaria hartzen duela. Hori astegunetan. Larunbat eta igandeetan prentsako kontsumoa handiagoa izaten da. Badakit aurrekoa ez dela zientifikoa, eta iritzien mailan geratzen dela, baina tira, hartakorik ere sartu beharko dugu.

- **Sektore atomizatua da euskarazko prentsarena: eragile asko eta baldintza ekonomiko eskasak. Nola metatu indarrak, monopolioetan erori gabe eta anizkoitzasuna bermatuz? Birmoldaketa behar duen sektorea al da euskarazko hedabideena? Eragile gutxiago baina indartsuagoak, lanpostu gutxiago baina baldintza hobeetakoak, irakurleen gogoaren arabera produktuak, monopolio arriskuak ekiditen dituen jardunbidea... puntu horiek eta beste zenbaitek (esan zeintzuk) osaturiko hezurduraren arabera gogoeta estrategikoari ekin beharko ote litzaioke?**

Hamar edo hogeituroko horizontearekin lan egin beharko genuke. Horrela egiten badugu, beste egoera bat marraztuko dugu. Euskaldun irakurle eta ikusleen kopuruak gora egin beharko luke, eta euskara ohiko komunikazio tresna izatea lortu beharko genuke. Enpresa gutxi batzuk –baina gaurkoak baino indartsuagoak– beharko genituzke sektorearen egonkortasuna ziurtatzeko.

Erdarazko sektorearen tankerakoa. Enpresa gutxi, dirua irabazteko gai direnak, eta tamaina interesgarria dutenak, multimedia-proiektu globalak garatu ahal izateko.

Zein da bidea? Nola iritsi horra?

Ahulenei iraungitze-data jarriaz, eta handienei mugak jarriaz diru-laguntzen kopuruan. Handienei diogunean, handiez eta partizipatutako enpresa guztiez ari naiz.

Bi norabideak lotuko dituen politika bat beharko genuke. Lehena aurre-ra egiteko asmorik ez dutenak, hazi nahi ez dutenak, ezabatzeko; eta bigarrena, kazetaritzako monopolioak desagerrarazteko. Informazioaren monopolioa oso da arriskutsua.

Salbuespenak definitu beharko genituzke, eta irtenbideak bilatu dauden kasutarako. Errioxako biztanle euskaldunei erantzun behar dien hedabidea oso nekez haziko da, baina zergatik ez Araba guztirako enpresa bat?

Planifikazioa oinarri hauetan ezarriaz gero, “merkatuak” edo “merkatuaren” nolabaiteko lege edo arau propioek sare berria bultzatuko lukete.

- **Erdara nagusi duten hedabideetan euskarari sarbidea emateko zein bide urratu beharko litzateke?**

Zergatik ez? litzateke lehenengo erantzuna. Pittin bat gehiago sakonduz gero zalantzak sortzen zaizkigu hainbat kasutan. Hedabide garrantzitsuenak, gehienbat nagusiak Madrilen dituztenak ez diote normalean kasu handirik egin izan euskarari, beren helburuetariko bat irabaziak maximizatzea delako. Urtean milaka milioi irabazten ari den enpresa bati ze kontzeptutan ordaindu behar zaio orri batzuk euskaraz argitaratzeagatik? Garbi dago euskara hutsean ari direnei gaur-gaurkoz galerarik ez izaten laguntzen diela administrazioak. Nola justifikatzen da erdarazkoen kasuan? Euskaraz egiteak sor diezaikeen galerengatik?

Nik uste, sakon aztertu beharreko gaia da. Ez nago printzipioz politika honen aurka. Beharbada lagun dakieke gehigarri batzuk egitearren, baina uste dut diru-laguntzak ezin daitezkeela berdinak izan euskaraz lan egiteko hautua egin, edo erdaraz egiteko hautua egin dutenentzat. Hala ere, begibistakoa da aldizkari horietan euskaraz argitaratutakoak eragin positiboa izan

duela euskaraz irakurtzeko ohituretan. Handia ala txikia? Ez dakit. Nola neur daitekeen ere ez.

Ekarpenak egiten saiatu naiz. Espero dut zerbaitetarako balio izatea. Orduak kentzen dituen lana izan arren, gustura egin dut administrazioan gogoetarako gogoia ikusten dudalako. Herri honetan errazagoa da politika kontinuitetekin jarraitzea. Aldatu nahia eskertzekoa da.

Asma dezagula denon artean.

NEREA AZURMENDI

- **Garenaren neurria kontuan hartuz, zein eratako hedabideak lehenetsi beharko lirateke? Zein ezaugarritakoak formatuari dagokionez (prentsa idatzia, irratia, telebista, Internet)? Zein ezaugarritakoak formatu bakoitzean hartzaileei dagokienez, enfokeari eta edukiei dagokienez? Lehenetasunekin jarraituz, ba al da adinaren edo beste faktoreren baten arabera lehenetsi beharreko kontsumitzaile-talderik?**

Lehenetasunak finkatzen hasi aurretik, askoz ere **informazio gehiago (eta hobe) beharko genuke euskarazko hedabideen eta horien merkatu erreal eta potentzialaren egoerari buruz** (*Euskarazko Hedabideak* 2006ko maiatzeko txostena abiapuntua izan daiteke, baina, informazio kuantitatibo interesgarria eskaintzen badu ere, harago joan beharko litzateke erabateko diagnosia egiteko...), **eta, batez ere, askoz ere argiago izan beharko genituzke**, oro har, **helburuak** eta **erantzukizunak** (zein diren eragile nagusiak eta nolakoak/norainokoak bakoitzaren funtzio eta erantzukizunak). Nire ustez, arinki ez jokatzeko, zutabe horietan oinarritutako **estrategia orokor** bat zehaztu beharko litzateke, zer lehenetsi eta zer gutxietsi erabaki aurretik.

Hartzaileei dagokienez, dena den, badut erreparazio metodologiko guztiei gaina hartzen dien irudipen bat, galdetegiaren bigarren galderari lotua: **haur eta gaztetxoak lehenetsi behar dira**, nire ustez, arrazoi ugari tarteko. Alor honetan asko-asko-asko dago nire ustez egiteko, eta lehenetasunezkoa izan beharko litzateke dudarik gabe ikuspuntu guztietatik.

- **Ezinbestez minoritarioak diren aldizkariak (aldizkari espezializatuak, eliteei zuzendurikoak) behar al dute arreta publikorik?**

Inongo zalantzarik gabe, **BAI**. Esan nahi nuke, bide batez, galdetegian barrena maiz sumatu dudala “kopuruaren” edo “neurriaren” inguruko kezka. Kezkatu egin nau. Euskaldunok osatzen dugun kolektibo txikia da, jakina, beste batzuekin alderatuta. Baina, horrez gain, desorekatua ere badela esango nuke; euskarak ez du presentzia orekatua gizartea osatzen duten talde guztietan, egoera guztiz normalean dauden hizkuntzekin gertatzen den moduan. “Segmentazio desorekatu” hori oso kontuan hartu beharko litzateke euskararen inguruko edozein gogoetari ekiterakoan, baita hedabideen ingurukoan ere. Hizkuntza normalizatu bati ez dio agian kalte handirik egingo “segmentu” bat edo horren zatiak galtzeak edo ardurarik gabe tratatzeak. Euskarak, aldiz, bereziki landu behar ditu, ale bakar bat galdu gabe, indargune nabarmenak dituen “segmentu” horiek, oso espezializatuak eta jasoak badira ere.

Idatzizko hedabideen kontsumoak eskatzen duen erabilera eta erabil-tzaile mailan bederen, mini-minorien hizkuntza da euskara; “eliteena”, nahi bada, nahiz eta ez dudan gogoko hitza. “Elite” horiek hizkuntzaren beraren aurrerabidean eta beste zenbait alorretan (prestigio soziala, estrategikoak izan daitezkeen eremuetara zabaltzea, euskararen erabilgarritasuna areago-tzea...) duten eragina bereziki garrantzitsu eta ezinbestekoa da. Orain arte hala-moduzko emaitzak izan dituen obsesio kuantitatiboa alor horretara eramatea larria irudituko litzaidake.

- **Zein da tokian tokiko prentsaren aukerarik egokiena epe erdira begi-
ra: egunkaria ala aldizkaria?**

Tokian tokiko ezaugarrien arabera egin beharko litzateke baten edo bestea-
ren aldeko apustua. Oso desberdinak dira merkatua eta bezeroak, esate ba-
terako, Oarsoaldean edo Tolosaldean. Ingurunearen, eskaintzaren eta beste
zenbait faktoreren arabera, baliteke toki batzuetan aldizkaria egokiagoa iza-
tea eta beste toki batzuetan, berriz, egunkaria.

Gai honetan ere kontuan hartu beharko litzateke arestian segmenta-
zioari eta desorekari buruz esandakoa, erremedio unibertsalek ez baitute ba-
lio berezitasunak eta ñabardurak horrenbesteko garrantzia duten eremuetan.
Bada teknika bat gaztelaniaz “marketing de nicho” deitzen dena. Nire ustez,

horren funtsezko ezaugarriak baliatzen ikasi beharko genuke euskararen inguruko gogoeta eta politiketan...

- **Zertarako (zein kontzeptutan, alegia) eman beharko lituzke laguntza, bultzada eta babesa administrazioak? Nola uztartu *merkatuan lehiatu beharra* (eta, beraz, lehiatzeko moduko produktua izatea eta lehiatzen jakitea) eta administrazioaren laguntza, laguntza *morrontza bihur ez dadin*? Diru-laguntzak jasotzeko denbora mugatu beharko al litzateke, esaterako ikusi arte kontsumitzaileek onarpena ematen dioten ala ez produktu bati?**

Bere horretan, eraginkortasunak irizpide garrantzitsua izan beharko luke laguntzak emateko orduan: irizpide objektiboak zehaztu, helburuak eta epeak finkatu eta horren arabera eman (edo kendu) dirulaguntzak. Laguntza horiek, ordea, eskubideak izango balira bezala interpretatzen dira hasiera-hasieratik, klabe politikoan maiz. Ikusi besterik ez dago laguntzak murrizten edo aldatzen direnean pizten diren erreakzioak zein terminotan planteatzen diren. Teorian, egokia iruditzen zait laguntzak eraginkortasunaren arabera ematea. Praktikan, ez dut uste erraza izango denik norabidea aldatzea jatorrizko bizioak (edo ezaugarriak) dituen sistema batean.

Uste dut, bestalde, **sektoreak esku-hartze zuzenagoa izan beharko lukeela laguntzen zehaztapenean eta banaketan**. Ez dakit zein izan daitekeen formula, baina diru-banaketaren erantzukizuna banatzailearen eta hartzaileen artean partekatzea osasungarria izango litzateke.

- **Zein da gure euskal merkatu txikian gutxieneko gisa onartuko genukeen irakurle kopurua prentsa idatziko (eguneroko nahiz aldizkari) produktu batek eta irrati nahiz telebista batek interes publikoari erantzuten diola esan ahal izateko?**

Askoz ere azterketa sakonagoa beharko litzateke galdera horri erantzuteko, eta hemen ere ez litzateke erantzun unibertsalik egongo, eskualdearen, hedabide-motaren, lehentasun-mailaren eta beste irizpide askoren argitan hartu beharko litzateke-eta erabakia.

- **Internet arreta berezia eta lehentasuna zor zaizkion medioa al da? Gure artean gazteak eta euskaraz eskolatuak izanik Interneten kontsumitzaileak gehienak, gazteei bereziki zuzenduriko eskaintzaren bat bultzatu beharko ote litzateke Interneten? Zein eratakoa?: messenger euskaraz, webgune ludiko interaktiboak, informaziorako webguneak, bestelakoak.**

Dudarik gabe, **BAI**. Hala ere, uste dut ondo bereizi behar direla hedabideak eta Internet, eta lehenbailehen argitu behar direla kontzeptuak orain arteko nahastea ez betikotzeko. Galderak egiten duen proposamenetako bat berreskuratuz, uste dut oso garrantzitsua dela Interneten “gazteei bereziki zuzendutako eskaintzaren bat” bultzatzea, baina eskaintzak ez du zertan mugatu hedabideetara. Are gehiago, esango nuke, egungo haur eta gazteen ohiturak kontuan harturik, lehentasunak beste nonbait daudela. Interesgarria izan liteke Interneten eta teknologia berrien inguruko politika publiko guztiak barne hartuko litzuzkeen egitasmo orokor bat abiaraztea, eremu berri horietan euskarak duen presentzia irizpide berrien eta ez mimetikoen arabera sustatu ahal izateko. Zeharkako politikak inon behar badira, euskararen alorrean behar dira nire ustez, eta berez zeharkakoak diren teknologia berrien eremuan.

Ohar hori eginda, Internet bidezko hedabideak eta produktu asimilagarriak bereziki bultzatu eta sendotu behar dira, argi baino argiago daukat hori. Produkzio-kostuak hedabide konbentzionalek baino txikiagoak dituzte, eta irismen-gaitasun handia izan dezakete. Hortaz, oso errentagarria izan daiteke eremu hori sustatzea. Kontsumitzailearen ikuspegitik esango nuke, gainera, inon baino gehiago eta inon baino hobeto egin duela aurrera euskarak Interneten azken urteetan, horretarako laguntzak gainerako esparruetara bideratzen direnak baino txikiagoak izan arren.

- **Merkatuan lehiatzeak autofinantzaketa berarekin darama, eta autofinantzaketak publikoaren onarpena eskatzen du nahitaez. Onarpen horrekin batera doa, ordea, publizitatea ere. Publizitatea lortzen laguntze aldera herri-aginteei neurri berezirik hartu beharko ote lukete? Euskararen balioa eta prestigioa aireratzera zuzenduriko**

ekintzez gain, arlo fiskalean, adibidez, zerga-onurak eskainiz publizitate sartzan duten entitateei.

Dudarik gabe, **BAI**. Gaztelaniazko medio handiek ere har lezakete parte honelako ekimenetan euskarazko publizitatea bonifikatuz (beren kabuz edo horretarako laguntzen bitartez), publizitatea egiten duten enpresen artean ohi-tura sortze aldera...

- **Egin al daiteke euskarazko hedabideen mapa ideala-edo izango litzatekeena? Zein litzateke mapa hori txostengile bakoitzaren iritzian? Beti ere, jakina, euskal hiztunok *garenaren –eta kasurik onean izan gintezkeenaren– neurria* kontuan hartuta.**

“Mapa ideala” delako hori sektoreak eta herri-aginteeek adostutako estrategia-ren emaitza baldin bada, bai. Bestela ere egin daitezke noski nahi ahala mapa ideal, baina ez dut uste askorako balio dutenik. Balio duena egiazko mapa da, eta hori merkatuak finkatzen du. Kontuan izan behar da, alegia, hedabideen alorra alor ekonomikoa dela nagusiki, nahiz eta beste fiabardura batzuk izan, eta praktikarekin teoriarekin baino lotura estuagoak dituela azkenean.

- **Argitaletxe, editore eta idazle sare zabala daukagu euskaraz, oso zabala. Euskaraz irakurtzeko joera asko ugalduta azken 20 urteotan. Euskaldunaren irakurzaletasuna piztu eta liburuaren truke diru bat ordaintzeko prest egotea lortu bada, zergatik ez da lortu gauza bera prentsarekin? Zergatik baloratzen da euskarazko eleberrigintza, baina ez prentsa, ez behintzat neurri berean?**

Lehenik eta behin, ez nator bat galderak proposatzen duen eszenatokiarekin. *Euskarazko Hedabideak* txostenak eskaintzen dituen datuek ere indargabetu egiten dute, nire ustez, galdera bera. Baliteke kontuak gaizki egin izana, baina ez zaizkit galderaren zentzu berean ateratzen.

Demagun, izugarri baikorrak iruditzen zaizkidan arren, ontzat ematen ditugula *Euskarazko Hedabideak* txostenean azaltzen diren datuak eta eguneroko 236.700 pertsonak irakurtzen dutela euskarazko egunkariaren bat (euskarazko hedabideen kontsumoari buruzko gainerako datuak ez ditut aipatuko,

baina bistan da kopurua handituko luketela). Iaz argitaratu ziren eleberriak (27)¹ eta horien batez besteko tirada kontuan hartuta (1.841 alekoa helduen literaturan, Kulturaren Euskararen Planerako liburugintzaz egindako txostenaren arabera), 50.000 bat alekoa izango litzateke eskaintza. Horri, gainera, saldu gabe² gelditzen diren aleak kendu behar zaizkio (batez beste, eta liburugintza bere osotasunean kontuan harturik): heren bat.

Datu horien arabera, esan al liteke euskarazko eleberrigintza prentsa baino gehiago baloratzen dela? Ez dut uste.

Galdera, nire uste kezkatuan, aurreiritzietan oinarritzen da datuetan baino areago, eta beste galdera batzuetan ere sumatu dut joera hori. Tamalgarría izango litzateke aurrera begirako ildoak aurreiritzietan eta topikoetan oinarritzea. Horregatik deritzot bereziki beharrezkoa, hasieran esan bezala, sektorearen diagnosi objektibo eta osoa egiteari.

- **Prentsa idatziko produktua, edukiari dagokionez, ez ote da astunegi, gai sozialpolitiko serioekin eta jarrera politiko ildo (ia) bakarrekoe-kin identifikatua? Ez ote litzateke oro har produktu arinagoen aldeko apustua egin behar?**

Zergatik egin behar da serioaren eta arinaren arteko aukera? Desegokia ez ezik, zaharkitua eta arriskutsua iruditzen zait planteamendua, eta uste dut gainera ez datorrela bat egoerarekin.

Gizarte, hizkuntza eta kultura guztiek behar dituzte hedabide “serioak” (“serioa” eta “astuna” identifikatzea, bide batez, ez zait zuzena iruditzen); gizarte eta hizkuntza “serio” guztiek dituzte erreferentziazko hedabide “serioak”, hizkuntza eta gizarte horien ikur ere badirenak. Euskarak eta euskal gizarteak ere behar ditu, zalantzarik gabe. Beste batzuek baino gehiago, agian.

Euskarazko hedabideen egungo eskaintza aztertzen badugu, gainera, funtzio jakin bat betetzen duten aldizkari espezializatu gutxi batzuk kenduta, ez dut nik produktu astun askorik ikusten. Serioa denik ez dut ukatuko baina,

1 Iturria: <http://www.bazka.info/?p=163>.

2 Iturria: <http://www.deia.com/es/impresa/2007/05/31/bizkaia/kultura/369600.php>.

esan al liteke, adibidez, *Berria* astuna dela? Arinak baino arinagoak dira, bestalde, *Hitzak* edota tokian tokiko aldizkariak...

Beste kontu bat da egun merkatuan dauden hutsuneak identifikatzea eta horiek betetzen saiatzea, produktu arinagoak behar badira horiek sortuz, eta batere funtziorik betetzen ez dutenak babesteari utziz.

- **Zergatik ez dio irakurle euskaldunak erdarazko prentsari ematen dion balio bera ematen euskarazkoari, eta jarrerarik naturalena iruditzen zaio euskaraz irakurtzen duguna debaldekoa izan behar duela eta, aldiz, erdarazkoa ordaindua?**

Besteak beste, eta bistakoa denez, ohiturak indar handia duelako eta erdarazko hedabideak euskarazkoak baino askoz ere indartsuagoak direlako. Gure etxeetan “betikoak” dira erdarazko hedabideak, belaunaldiz belaunaldi ohitu gara horietara, eta gure bizitzetako zati bilakatu dira. Euskarazko hedabideak berriak dira, ahulak erdarazkoen aldean eta eskaintza ere, kasu askotan, ez da konpetitiboa. Euskarazko hedabide gehienen balio nagusia euskara bera da, eta hori estimatzeko irakurle konprometitua behar da (hots, minoritarioa). Gainerako irakurleek beharrak ondoen asetzen dizkieten edo betikoak dituzten hedabideetara joko dute, askotan oztopo ere gertatzen zaien hizkuntzari erreparatu gabe.

Euskarazko hedabideez ari garenean gutxiegitan aipatzen den parametro bati kasu gehiago egin beharko genioke: kalitateari eta irakurlegaien beharrak asetzeko duen gaitasunari.

Debaldekotasuna ere ohitura-kontua da; ohitura nahiko berria, kasu honetan. Azken urteotan gureak eta bi entzun ditugu aldizkariak-eta debalde ematea okerreko apustua zela esan dugunok, bai prestigioaren eta irudiarren aldetik, baita ikuspegi ekonomikotik ere. Irakurleari naturala iruditzen zaio euskarazko hedabideak debalde jasotzea, naturala horixe izan delako. Eta oso zaila da debalde eman dena kobratzen hastea...

Galdera hau aprobeztatu nahiko nuke, dena den, gainerakoetan koka-penik ez duten bi gogoeta azaltzeko:

- **Kontsumitzaile potentzialak:** Zokoan utzi izan den eragile garrantzitsua. Premiazkoa da kontsumitzaileek, batez ere

potentzialek, zer nahi duten jakitea. Bistakoa da euskararen aldeko politiketik, hedabideen ingurukoek barne, ezin dutela erreaktiboak izan; baina, helburua errealitatea aldatzea izanik ere, ezin dira errealitatearekiko loturarik gabe garatu. Euskarazko hedabideen kasuan gauza bitxi bat gertatzen da: protagonista eragilea da, ez produktua, ezta horren hartzailea ere, eta hori aldatzen joan beharko litzateke, hartzaileari duen garrantzia aitortuz.

- **Kontsumitzaileak:** Zenbat lagunekoa da euskarazko hedabideen eta produktuen kontsumitzaileen *nukleo gogorra*, dirulaguntzekin batera sistemari eusten diona? Egunkari eta aldizkariak kioskoan edo liburutegian erosten dituenari edota harpidedun denari buruz ari naiz, ez harpidetza instituzionalez eta doan bidaltzen diren aleez baliatzen den “sasi-kontsumitzaileaz” (hori ere kontuan hartzeko moduko faktorea iruditzen zait, hemen zehaztuko ez ditudan arrazoiak tarteko...). Demagun euskarazko hedabideen kontsumitzaile eredugarri batek egunkaria, informazio orokorreko aldizkari bat eta bi aldizkari espezializatu irakurtzen dituela. Horrelako milaka batzuekin oinarri sendo bat edukiko luke euskarazko idatzizko hedabideen sistemak. Horrelakoa izateko, ordea, 700 bat euro gastatu behar dira urtean, eta hori ahalegin ekonomiko handia da gehiengoarentzat, ezinezkoa askorentzat. Zergatik ez da bideratzen laguntzen zati bat kontsumitzailearen zama arintzera? Erakundeen arteko koordinazioaren emaitzetako bat laguntzen dibertsifikazioa izan liteke, eta agian egongo litzateke hor honelako proposamenen bat kokatzeko modurik. Kontsumitzaileak mimatu egin beharko lukete enpresek (batzuek egiten dute, aitortu behar zaie hori, baina beste batzuek zerbitzu trakets askoa eskaintzen diete, euskararen izenean dena onargarri delakoan) eta herri-aginteeek, baina ahaztuta dago.

- **Euskarazko hedabideen irudia eta promozioa:** Gainditu beharreko beste ikasgai bat. Euskarazko hedabideek, berez, ez dute eurena ez den beste esparru zabalago batera irten eta produktuak aurkezteko gaitasunik. Horrez gain, bakoitzak bere aldetik egiten du tiraka, estalki zabalago batek eman diezaiekeen indarra baliatu gabe. Oro har, euskararen aldeko politika eta ekimen gehientsuenak oso atzeratuta dabilta alor honetan, noizean behin kanpaina isolatu txukunen bat egiten badute ere.
- **Euskarazko prentsa indartsuaren aldeko apustua egiterakoan bat datoz eragile guztiak, nahiz pribatuak hala publikoak. Egunkari eta astekariei garrantzi handiena ematen eta, bitartean, telebista, irrati eta Interneti bigarren mailako garrantzia aitortzen jarraitu behar al dugu? Ikus-entzunezkoei arreta handiagoa eskaintzeko ordua ote?**

Galdera planteatu duenak euskarazko hedabideen panoraman berebiziko garrantzia duten edo izan beharko luketen ETB1 eta Euskadi Irratia/Euskadi Gaztea bikotea ahaztu ditu dirudienez... Euskara sustatzeko sortu ziren hedabide publiko horietara urtero bideratzen diren milioika euroak "arreta" ez badira, zer da ba "arreta"? Galderak proposatzen duenaren kontrakoa esango nuke nik: alde guztietatik begiratuta ikus-entzunezkoei eskaintzen zaiela aspaldi honetan arreta handiena erakundeen aldetik...

Baliteke lapsus bat izatea, baina edonola ere oso deigarria iruditzen zait galdera horrela planteatzea, batez ere sintomatikoa delako. Euskarazko hedabideen inguruko eztabaida eta gogoetatik kanpo geratu ohi dira hedabide publikoak, eta horrek gogoeta hankamotz uzten du erabat. Euskarazko hedabideen inguruko gogoeta egiazkoa eta aberasgarria nahi bada, ezinbestekoa da horrenbeste diru publiko hartzen duten hedabide publikoek egin duten, egiten duten eta egin dezaketen ekarpena aztertzea eta konplexurik eta beldurrik gabe kritikatzeko.

Telebisten kasuan, gainera, ikusteko dago zer emango duen telebista digitalen esleipenak. Horren emaitzen arabera asko argituko da euskarazko

ikus-entzunezko hedabideen mapa, eta beste horrenbeste esan liteke –oso oker ez banago– bidean den FM-ko lizentzien banaketari dagokionez.

Bestalde, uste dut ezin direla besterik gabe nahastu telebistak, irratiak eta Internet. Dinamika eta izaera oso desberdinak dituzte, eta trataera ere desberdina behar dute.

- **Sektore atomizatua da euskarazko prentsarena: eragile asko eta baldintza ekonomiko eskasak. Nola metatu indarrak, monopolioetan erori gabe eta anizkoiztasuna bermatuz? Birmoldaketa behar duen sektorea al da euskarazko hedabideena? Eragile gutxiago baina indartsuagoak, lanpostu gutxiago baina baldintza hobeetakoak, irakurleen gogoaren araberako produktuak, monopolio arriskuak ekiditen dituen jardunbidea... puntu horiek eta beste zenbaitek (esan zeintzuk) osaturiko hezurduraren araberako gogoeta estrategikoari ekin beharko ote litzaioke?**

Galdera honen harira, beste bat sortu zait: noren ardura da sektorea egituratzea, sektorearena edo herri-aginteena? Nire ustez, sektorearena da bete-betean, eta herri-aginteei interes orokorra bermatzea eta horrentzat mesedegarri izan daitezkeen dinamikak babestea dagokie batik bat, gehiegizko esku-hartzerik gabe.

Egungo egoeraren erantzukizuna ere, neurri handi batean, sektoreak berak hartutako erabakien ondorio da. Baliteke sektorea atomizatuta egotea, baina beraxek atomizatu du neurri handi batean bere burua. Alderantzizko bidean, berauxe (edo eragileren batzuk), ari da azken urteotan kontzentrazioa jotzen (galderan erabiltzen den “monopolio” hitza errealitate nahiko urrun dagoela iruditzen zait).

Nik uste dut gaur egungo egoera bi joera eta bi errealitate desberdin eremu berean eta batera aritzearen ondorio dela. Batetik, enpresa-ikuspegiz jokatzan duten eragileak daude; bestetik, kulturaren edo euskararen normalizazioaren eremu zabal eta apenas profesionalizatuan dihardutenak. Bereizketa honek ez du esan nahi aurrenekoen helburu nagusia ez denik euskara sustatzea, ezta bigarrenek kudeaketa profesionalari uko egin diotenik ere; baina, sektorea aztertuz gero, alde nabarmenak antzematen dira eragile

batzuen eta besteen artean. Azken urteetan izan dituzten harremanak arretaz eta behar bezainbesteko distantziaz aztertzea ere guztiz lagungarria izan liteke gaur egungo panorama eta horretara eraman gaituzten dinamikak ulertzeko. Sektoreari daukan heldutasuna onartu behar zaio, eta hartu dituen erabakiak kontzientzia osoz eta ondorioen jakitun hartu dituela aitortu.

Sektoreak, behar duenean, ondotxo daki bere burua bere kabuz antolatzen. *Hamaika* telebista hedatzeko taldearen ibilbidea oso interesgarria da alde horretatik... Hartara, euskarazko hedabideen sektoreak birmoldaketa behar duen edo ez sektoreak berak erabaki beharko luke, nire ustez; eta, euskarazko hedabideen finantziazioaren zati handi bat herri-aginteengandik datorrenez, horiek ere izan beharko lukete iritzi emateko aukerarik, espresuki edota eskura dituzten baliabide faktiko ugarien bitartez.

Gogoeta estrategikoa, bestalde, oso komenigarria iruditzen zait, horretarako marko egokia aurkitzen bada eta prozesua ez bada sektorea atzuten duen goitik beherako gogoeta instituzional/formalera mugatzen. Lehen urrats bat sektoreko ordezkari guztiak bildu eta aurrez aurre jarriko litzukeen egitura halako bat sortzea izan liteke –*cluster* modukoa edo...– eta gogoeta hor (ere) kokatzea. Oso esanguratsua iruditzen zait, beste sektore batzuetan ez bezala, orain arte horrelakorik ez egotea.

- **Erdara nagusi duten hedabideetan euskarari sarbidea emateko zein bide urratu beharko litzateke?**

Erdara nagusi duten hedabideen tipologia bakar bat ezin da finkatu. Telebisitak, irratiak, idatzizko hedabideak, hedabide digitalak eta informazio agenziak ezin dira zaku berean sartu. Badago, gero, beste aldagai garrantzitsu bat: hedabidearen euskararekiko atxikimendua eta jarrera. Idatzizko hedabideen kasuan, hirugarren faktore garrantzitsu bat ere bada: tirada. Eta irakurleen ezaugarriak, eta zein ingurutan dauden, eta zein diren inguru horretan eskaintza informatiboaren gainerako osagaiak...

Eta horien guztien gaineratik, erantzun argirik gabeko galderak: zein funtzio du euskarak gaztelania nagusi duen hedabide batean? zein funtzio dute edo izan dezakete gaztelania nagusi duten hedabideek euskararen normalizazioan?

Galdera potolo horiek alde batera utzita (erantzunak ere desberdinak izan daitezke hedabidearen arabera), oso zaila iruditzen zait une honetan Autonomia Erkidegoan argitaratzen diren hedabideak (idatziak izango ditut hizpide, horiexek direlako ondoen ezagutzen ditudanak) irizpide objektiboen arabera sailkatzea eta sailkapen horren emaitza adierazgarria izatea. Seguruenik, ale bakaneko edo pare bat aleko multzoak aterako lirateke gehienez ere, sailkapenerako aldagaiak behar bezain zehatzak izan daitezen nahi badugu bederen.

Hori dela eta, denentzat balio duten formulak ez zaizkit egokiak iruditzen. Orain arte egin diren saio desberdin eta ugarien emaitzak ikustea besterik ez dago horien egokitasuna eta inbertitu den diruaren errentagarritasuna zalantzan jartzeko. **Neurrira egindako itunak** askoz ere eraginkorragoak iruditzen zaizkit alde guztietatik.

Honelako formulak erabilia, hedabide bakoitzak bere indarguneak baliatu ahal izango ditu, eta dirua ez da ahulguneetan barrena galduko. Besteak beste, konpromiso zehatzak hartuko ditu hedabideak (eta hori oso garrantzitsua da paperean ez ezik adimenean eta enpresa-kulturan ere gaztelania nagusi duten hedabideen kasuan) eta euskarari ekar dakiokkeen errazago zehaztu, ustiatu eta baloratuko da formula estandarrak erabilia baino.

Hitzarmen pertsonalizatuak bideratzeak ez dakar ezinbestean anabasa, eta ez ditu derrigorrez ezabatzen laguntzak emateko orduan eta horien emaitzak baloratzerakoan lehenetsi behar diren irizpide objektiboak. Inbertsioen errentagarritasun ekonomiko eta komunikatiboa neurtzeko teknikak aspalditik ditu garatuak, besteak beste, publizitateak...

JOSE INAZIO BASTERRETxea POLO

Euskaraz bizi den eta hala bizi nahi duen hizkuntza-komunitateari erantzun nahi dion komunikazio-sektore osasuntsua eta normalizatua nahi badugu, modu orekaturen bat aurkitu beharko da hedabide-mota guztiak uzartzeko eta egungo produktuei etekin ekonomiko, sozial eta kultural handiagoa ateratzeko.

Bidelagunak behar ditu euskarazko hedabideen sektoreak, eta ez zangoztrabarik. Horretan, bat etorri behar dute hedabideek, administrazioek, gizarteak eta eragileek.

SEKTOREA, SINERGIA ARGIAREN ESPEROAN

Euskaren etorkizunaz arduraturik dagoen Administrazio batek ehuntzen lagundu behar du **euskarazko hedabideen sare beregain** bat. Zeregin garrantzitsuena da hori, estrategikoa. Sare horretan, bat egingo lukete hedabideek, kontsumitzaileek eta administrazioek.

[Sare beregaina](#)

Bere irizpideen eta beharren arabera funtzionatzen dakiena da sare beregaina, Euskal Herriko erdal/elebidun diren hedabideen imanetik aske ibiltzeko gauza dena. Ahal den neurrian aske, askeen; edozelan ere, gaur baino libreago.

Egun, euskarazko sare beregaina izan daitekeena, zirkuitulaburrez beteta dago: etenak han eta hemen susmatzen baitira. Egoera ezkor hori gainditzen lagundu beharra dago, nork bere indarrekin. Administrazioak bere egin behar du erronka hori, eta **aitzindari** papera jokatu amaraun horren ehuntze-lanetan.

Sektorea, sektoretzat eta aintzakotzat hartzea da lehen urratsa. Gizarteak hartu behar du aintzakotzat sektorea. Administrazioak hartu behar du aintzakotzat. Baita berak ere, sektoreak berak hartu behar du aintzakotzat bere burua. Eta horretarako, politika adostuak sustatu behar dira eragile guztien artean.

Bide bat izan daiteke **euskarazko hedabideen foroa**, kontseilua edo plataforma komuna eratzea: malgua, sinergiak sortzen lagunduko duena; eta iraunkorra. Hedabideen eta beren ekoizpenen indar zentripetua eta zentrifugoa ekoizten eta kudeatzen lagunduko duen erreminta bizi bat izan behar du egitura horrek, gurdi moduko horrek.

Indar zentripetua

Lehenik, euskarari eta euskaldunari begiratu behar diete euskarazko hedabideek, bai eta beren buruari ere, euskarazko *gainerako* hedabideei ere. Beregaintasun osoan funtzionatu behar dute hedabideek esparru horretan; zentratu egin behar du sektoreak bere ingurune naturalean. Sektorearentzako indarra eta blindajeak hortik etorriko dira gehienbat. Kompetentziak kompetentzia, kala berean egin behar dute hedabide denek arrantza.

Indar zentripetua areagotzeko, euskarazko hedabideen artean sustatu beharko litzateke euskarri-askotarikotasunean aritzeko izpiritua, horrek laguntzen baitu eduki berarekin, era-askotariko transformazioei esker, kontsumitzaile gehiagorengana heltzea.

Gure langaiak transformazio bat baino gehiago onartzen du. Kazetaritza-generoena izan daiteke lehen transformazioa: informazio-*item* bera albiste moduan plazara daiteke, edo elkarrizketa moduan, edo erreportaje moduan... Eta, lehen transformazio horri, medioen araberako transformazioa gehi dakioke: medio idatzietan, modu batez landu daiteke *itema*; ikus-entzunezkoetan, bestela.

Balio erantsi ekonomiko eta soziala pizten du informazio-*item* delakoaren transformazio bikoitz horrek. **Komunitate-sentsazioa** ere areagotzen du gai bertsua han eta hemen, honela eta horrela garatzeak. Bestelako edukiekin (kazetaritzarekin lotutakoak baino, fikziozkoak eta abar) antzera funtziona daiteke, zailago izango bada ere, behar bada.

Indar zentrifugoa

Beste urrats batean, erreferentziazkoak izan daitezkeen edukiak sortu ondoren, erdaldunari agertu behar zaio *euskararen ekoizpena*. Euskaldunarentzat erakargarria den eduki informatibo nahiz kultural arrakastatsua, erdaldunari eskaini behar zaio gero, hark ere aintzakotzat eta kompetentzetat har dezan euskarazko zirkuitua eta haren ekoizpena. Itzulpen-agentzia edo zerbitzu moduko bat litzateke hori.

Hedabideen foro, sare, amaraun, gurdi edo plataforma komun batek sustatu behar dituen indarrak dira bi horiek.

Era berean, hori guztia garatzeko, elkarlana eta kalitatezko ekoizpena eskatu behar da, eskatu behar die Administrazioak hedabideei. Militantzia babestutako kontsumoaren garaiak gero eta atzerago geratzen ari direla eta, argi dago kalitatezko edukietan eta horien lanketan datzala erronka nagusia euskarazko hedabideetan.

Gure tamaina propioak bultzatuta, ebidentzia gardena da gure unibertsoa mugatua dela, kontsumitzaileen partetik nahiz sortzaileen partetik. Hori muga kuantitatiboa da, printzipioz; espero dezagun kualitatiboa ez izatea.

Blindaje ekonomikoa eta teknologikoa

Hedabideen sektoreaz hitz egitean, hedabideen biziraupenaz hitz egitean, gehienetan hedabidearen beraren produktuaren bizitza-aukeraz egiten da hitz. Alegia, halako aldizkaria edo halako irratia bizirik mantentzeko aukeraz eta beharraz. Historiak erakutsi digu zenbat talde eta emaitza geratu den bidean, inanzioak lurperatuta.

Hori alboratu gabe, hortik at, nahikoa paralelo nahi bada, bada gai garrantzitsu bat. Euskarazko hedabideak sustatu eta produktuak merkatuan ditzuten taldeetan, bada egiturazko arazo ekonomiko bat, adar bikoitza duena. Batzuetan larriago eta besteetan xeheago biziko da hori. Baina, egon, hortxe dago arazoa.

Langileen eta kolaboratzaileen egoera ekonomikoaz ari naiz, alde bategatik. Talde batek bere hedabidearen autofinantzaketa eta dirulaguntzak proiektatzen dituenenean, argi eduki beharko luke soldata duinak izateko eskubidea

eta beharra ere badutela langileek. Langile/sortzaileen segurtasun eta ongizate ekonomikoak ez diola kalterik ekarriko ez enpresari, ez produktuari, ez kontsumitzaileari. Kontrara baizik: *staff*-a indartzeak produktua hobetzea ekarriko du. Dirulaguntzak ematean, Administrazioek kontuan izan beharko luke te hori.

Eta, bestetik, teknologiez ari naiz. Kontuan hartu beharreko alorra da hori. Hedabideen mundu berezi honetan, oso da beharrezkoa berriztapen teknologikoak etengabekoa izatea. Euskarri askotarikoetara jauzi egiteko, teknologiak behar ditu edozein taldek. Eta, euskarri bakarrean irauteko ere, berdin. Berrikuntza teknologikorik gabe, atzera egin zuten gure artean sektore ekonomiko batek baino gehiagok. Ez genuke argi gorri hori ahaztu behar.

Aurrekontuak diseinatzerakoan, ahaztu ezin diren alorrak dira horiek. Eta, baita dirulaguntzak esleitzerakoan ere.

Arreta esparru bi horietan jartzeak asko lagundu dezake proiektuak epe ertain-luze batean blindatzen. Ez bakarrik hedabidearen beraren edo haren produktuaren gizarte arrakastaren edo arrakastarik ezaren azterketak.

- **Garenaren neurria kontuan hartuz, zein eratako hedabideak lehenetsi beharko lirateke? Zein ezaugarritakoak formatuari dagokionez (prentsa idatzia, irratia, telebista, Internet)? Zein ezaugarritakoak formatu bakoitzean hartzaileei dagokienez, enfokeari eta edukiei dagokienez?**

A. Paperezko formatua

A.1. Lehendabizikoz, euskaraz bizi diren paperezkoak lehenetsi behar ditu euskara hedabide idatzietan sustatu gura lukeen plangintza batek. Erren-tagarrtasun linguistikoa hortik dator gehienbat. Euskararekin da indartsuen euskara. Espiral beregainean, euskarak ez du bere eraginkortasun soziolinguistikoa ahulduko duen kontra-zurrumbilrik. Alegia, dena euskaraz denean, albiste/iritzi garrantzitsuenak berak ere euskaraz dira.

Aldiz, hautu elebiduna egiten denean, beti dago zerbait euskaraz emango dena eta beste zerbait erdaraz eman beharra. Eta, erdaraz eman dena,

ez da beti euskaraz emango –kontrakoa gerta daitekeen arren–. Buletinak dirateke (*ofizialak* nahiz *bestelakoak*) dena batera eta bestera ematen duten bakarrak, baina horiek ez dira *hedabide*.

Barne-zirkuitu osoa euskalduna izateak dakartza kalitatea eta indarra.

A.2. Behin eta berriz aipatzen da hor eta hemen, bizi behar baldin badu, *ideologia monolitiko* gutxiago behar duela euskarak, edo *ideologia konpartitua* goak eta *irekiagoak* behar dituela, nahi den bezala esan. Baina, batez ere, joera sektariorzat har litezkeenetatik apartatu behar duela euskarak.

Autonomia-aroa indarrean jarri zenez gero, ideologia abertzalea izan da gehienbat euskararekin nolabait (*nolabait*) konprometitu den bakarra. Eta, abertzaleen artean, espektro jakin batekoak gehienbat. Besteak, ez dira hainbeste konprometitu. Salbuespen dira *beste horiek*; aniztasunean sinestuen duenarentzat, eskertzekoak, dudarik gabe.

Edozelan ere, gutxi gehiago eska dakioke elkarbizitza linguistikoaren izenean euskararekin engaiatu diren abertzale edo salbuespen diren *beste horiei*. Askok eman dute eta ematen ari dira, arazoak arazo, sektarismoak sektarismo.

Unea da *gainerakoei* eskatzeko, ustez hainbeste-edo arduratu edo mugitu ez direnei. Eta *gainerako* horiek ematen duten heinean galduko du euskarak ideologia sektarioa, hala badu. Ez dago beste modurik.

Ideologiaren gainetik behar dugu euskara, eta ez haien zerbitzutan eta pentzutan.

Baina, duguna dugu, eta horrek zerbait esan nahi du. Hots, ahal zena egin da; egin dena egin da. Halere, **bidea ez da amaitu**. Batzuk ez dira ezta abiatu ere. Horien mugimenduak sustatu beharko lirateke, euskararen *corpus mediaticoa* osoagoa izan dadin.

A.3. Eguneroko idatzien munduan, kontu garrantzitsua da aztertzea egungo euskara hutsezko egunkari *nazionala* ote den gure herriak behar duen bakarra. Garrantzi handia du egunkari *nazionalak*, askoren bidea iradokitzen duen barkua baita.

Azkenaldi honetan, diaspora moduko bat ari da sortzen bere irakurleen artean egunkari *nazionala* delakoaren lerrokatze ideologiko jakina. Alderdi horretatik ikusita, euskara lerrokatze jakin hori neutralizatuko dituzten beste produktu batzuk kaleratzea oso da beharrezkoa; euskararen normaltasunaren izenean.

Egungo egunkari *nazional* horren ispiluan beren burua ikusten ez duten sektore horiek (abertzale izan nahiz ez izan) produktu mediatiko propiorik ez duten bitartean, halako engaiamendu argirik ez duten bitartean euskara idatziarekin, faktore biderkatzaile esanguratsu bat ari gara galtzen denok euskararen garapenean. Gizarte euskaldun eta linguistikoki normala eraikitzeko, traba hori kendu behar da bidetik.

Gero eta azal *ideologiagabetuagoa* duen gizarte batean, ortzi-muga esigmatizatua dute produktu politiko nabarmen markatuek, *besteen* artean. Eta, **euskarazko produktu izar batzuei leporatu zaie gaixo horretatik nahikoa.**

Beste egunkari *nazional* bat sortuz gero, sektore batzuetan “konpetentzia” salatuko da, agian. Baina oraingo arazoa da, dugun bakarrak toki batzuetara heltzeko “inkonpetentziazko” mugarri nabarmena duela.

Halere, badenari zaila da gehiago eskatzea.

Ez denari baina izan litekeenari hasi beharko zaio eskatzen. Exijitzen. Ipurmasail berak ezin ditu eserleku guztiak batera epeldu.

A.4. Ideologia-kontuak alde batera utzita, maiztasunari berari dagokionez, euskarazko eguneroko **prentsan hutsune nabarmen bat bada**: astelehene-tan ez dago egunkari *nazionalik*. Nabarmena da hutsunea, euskaraz bizi nahi duen komunitatearentzat.

Zahartzen goazenok gogoan izango dugu *Astleheneko orrialdea* zen hura. Zer moduz halakoren bat bultzatzea medio batzuen artean, zuzendari-tza adostu eta hitzartu baten aginduetara? Epe labur-ertain baterako irtenbide gisa, jorrazteko moduko bide bat izan daiteke.

A.5. Bestalde, egunerokotik harago, paperezko komunikazioan, badira **zenbait gai-arlo erabat bazterrean** daudenak, eta irakurlego potentziala badute-nak eduki: kirol-, txutxu-mutxu- nahiz telebista-prentsa. Sektoreak ez du bide

horretatik aurrera egiten eta, akaso, norbaitek sustatu beharko luke haizearen norabide-aldaketa.

Askotariko bideak daude zulo jakin horiek estaltzeko.

Bat: euskaraz bizi diren hedabideei ardura berriak hartzeko eskatzea eta laguntzea.

Bi: gaur euskaraz bizi ez diren hedabideei eskatzea eta laguntzea produktu horiek egiten.

Deialdi publikoak egin ditzake Administrazioak estrategikotzat jo eta egon ez dauden hedabideak edo produktuak sortzeko, baldintza hitzartu bazuen arabera, esate baterako.

B. *Formatu modernoagoak*

Neroni ere ez zait asko gustatzen *moderno* hitza. Baina, esanguratsua da, denok ulertzen dugu zertaz ari garen: letra gutxi eta bestelako zeinu komunikatzaile asko.

Gaur, irratia eta telebista dira komunikazioaren izarrak. Eta Internet. *Modernoak*, horiek hirurak.

Irratiak sortu, eraiki egin behar dira. Bai eta telebistak ere. Dirutzak behar izaten dira horiek abiarazteko. Irratian eta telebistan euskara egon dadin, emisore euskaldunak sortzen lagundu behar du hizkuntza-politika egoki batek.

B.1. Indarrean dauden telebistak sortzeko deialdietan (tokian tokikoak ditut gogoan) zerbait asmatu beharko luke Administrazio publikoak herririk ez uzteko formatu txikiko telebista euskaldunik gabe. **Helburu estrategikotzat hartu behar da hori.** Barkaezina da barku hori ez ainguratzea.

Marea berria eskertuko luke euskararen familiak biziki.

ETB hor dago euskaraz, baina ume bakarra da euskararen unibertso nazionalen. Egunkariarekin gertatzen den moduan. Eta, barkatu atrebentzia, baina, konpetentziarik ezean, ume bakarrak ezin izaten dute beti oso-osoak izan. Hartara, txikitasunetik, *normaltasun-puntu* bat ekar diezaioke bigarrenko umeak ETB seme/alaba zaharrari. ETB bera indartu daiteke, tokian tokikoei esker. Ez da kimera.

Eta, telebista-alor berriak irabazte aldera, besteak beste, hezkuntza, hizkuntza, zientzia eta teknologiar buruzko telebista-kate tematikoa ez al du merezi herri honek?

B.2. Irratien alorrean, inbertsioak nabarmen txikiagoak dira. Halere, badira hainbat esparru garatu gabe daudenak. Euskaraz badihardute irratiek. Konpetentzia handiagoa da irratietan, telebistan baino. Argia da desberdintasuna. Ez gara ari ume bakarraz.

Gauzak osatze eta aberaste aldera, batetik eskualde-irratia sortu litezke, eta, bestetik, irradi tematikoak.

Irratien mapa behar da, eta puzzlea osatuz joan, euskararen munduari erakusteko munduak badakiela euskaraz: hondartzan nahiz mendian.

B.3. Interneten beharrianak *bestelakoak* dira. Sortua da oinarri nagusia. Beharrianak, desberdinak dira. Interneten kasuan, orrialdeak (web-guneak, blogak...) sortzeko lantresnak eskaini behar dira. **Motorrak eskaini behar dira, ez hainbeste txasiak**. Irratian eta telebistan dira garrantzitsuak txasi horiek; sarean, ez hainbeste.

Oso da dinamikoa sareko mundu hori, orrialdeak agertu eta desagertu egiten dira, haiek elikatzen dituzten kolektiboak hil eta piztu ahala. Hori kontuan izanda, "leku" batzuk babestu baino, hobe da oro har "sortzen" irakastea eta laguntzea.

Sortzen laguntzeaz batera, mapa diseinatzen joan behar da. Hedabide tradizionalekin atera zaigun gazta zulatua ez errepikatzeke.

B.4. Zinema. Ez da normalean hedabide-motatzat hartzen. Baina, badu hedabideen produktu askorekin antza. Ez bakarrik antza eduki, produktu askoren guraso izan baitira hainbat alditan filmak.

Zinema-industria berezkorik ez du euskarak. Ez gaur. Gabezia handia da. Zulo itzela.

Eta eduki, ez dauka ezta distribuzio-sare bereziturik ere. Noizean behin (!) agertzen dira filmak euskaraz. Desagertu egiten dira segituan.

Hiriburu bakoitzak eduki beharko luke areto bat pantaila handiko produktuak euskaraz eskaintzeko. Euskarazkoak soilik; ez euskarazkoak eta erdarazkoak. Erreferentzia-leku bat izango litzateke proiektzio-areto hori.

- **Lehentasunekin jarraituz, ba al da adinaren edo beste faktoreren baten arabera lehenetsi beharreko kontsumitzaile-talderik?**

Bai, jakina.

Batez ere, atsegingarritasun-izpiritu batek gidatzen du komunikazioaren kontsumoa. Alegia, jendeak hau, hura ala bestea irakurri, entzun edo ikusten du jarduera horrek “plazer” bat eragiten diolako.

Hartara, **asko dira kontuan izateko faktoreak**.

Adina bada bat, baina ez bakarra. Argi dago belaunaldi berriengan sortu eta piztu behar dela euskarazko hedabideen kontsumorako aztura.

Baina ezin dugu beste ezer ahaztu, *normaltasuna* nahi badugu.

Adina. Arlo profesionalak. Hobby-zaletasunak...

Aisialdian kontsumitzen da batez ere komunikazioa.

Kontsumo-aztura desberdinak daude adinaren arabera, jakina da hori.

Era berean, ez litzateke ahaztu beharko ezen, besteak beste, gizarte-egoerak, maila kulturalak, eta egoera psikologikoak ere badaudela kontsumoa gidatzen duten parametroen oinarrian. Horiek guztiek behar dute erantzuna.

Errore bat da adinarekin dena konpondu nahia.

Zorigaiztokoa da euskalgintzaren sektorearen batean erabili izan den *belaunaldi galduen* politika. Ez dezagun errepikatu kolpe-hutsa. Ikusi eta ikasi behar dute umek nagusientzat ere badela erakargarria euskarazko hedabidea.

- **Ezinbestez minoritarioak diren aldizkariak (aldizkari espezializatuak, eliteei zuzendurikoak) behar al dute arreta publikorik?**

Bai, baina zehar bide batez: **enpresa pribatuen kolaborazioa sustatuta**. Enpresa pribatua erakarri behar da euskalgintzara.

Hedabide espezializatu horien jomuga diren kolektiboekin harreman zuzena duten enpresen kolaborazioa sustatzeko, administrazio publikoek politika jakinak aktibatu ditzakete.

Mezenasgo kulturala hor dago. Zergen murriztapenak hor daude. Ideologiak ezin dezakeena, agian, patrikak ahal du.

Sektore produktiboetako enpresa gehienak pribatuak dira, eta haien gaineko kontrol soziala ez da erraza Administrazioaren partetik. Baina arlo ekonomikorako Administrazioak sortu ditu tresnak enpresa pribatuen jarduera kontrolatzeko eta sustatzeko. Beraz, Administrazioak badu egitekorik enpresa pribatuari sarbidea errazteko hedabideen mundura, haien parte-hartzea sustatzeko eta, beharrezkoa denean, konpromisoetan derrigortzeko.

Euskararen aldeko ekimen pribatua indartzea helburu handia eta estrategikoa da. Minoritarioak diren hedabideek hor aurkitu dezakete administrazio publikoan zail xamar duten iturri txikiko urak osatzeko eta aberasteko aukera. Baina administrazioa da ate hori zabaltzeko giltza nagusia eskuetan duena.

- **Zein da tokian tokiko prentsaren aukerarik egokiena epe erdira begira: egunkaria ala aldizkaria?**

Honela hitz egiterik bada: batez beste, **astekaria**. Astekaria behar du azpi-sektore honen garapen estentsiboak eta iraunkorrak. Halere, kasu guztiak ez dira berdinak (tokian tokikoak ireki duen lerroa hor dago, historia hor dago; ez da zertan hori bazterrean utzi). Baina ez dago zertan diru publikoarekin elikatu bulimiaz loditzen hasitako gantzak, anorexiko huts direnean sektorearen bazter batzuk. Batez besteko *ekologiko* bat behar dugu.

Inbertsio irekiagoak behar ditu sektoreak, formatuetan eta edukietan. Tokian tokiko egunkari bana izateko joerak **kolapsora** eraman dezake sektorea.

Gainera, guda-oin erabakigarri batzuetan, hiriburu eta hiri handienetan, ez da oro har urratsetan asmatu orain arte. Hor lehia litzateke: erdarak zer (egunkari/astekari), euskarak huraxe.

- **Zertarako (zein kontzeptutan, alegia) eman beharko lituzke laguntza, bultzada eta babesa administrazioak? Nola uztartu *merkatuan lehiatu beharra* (eta, beraz, lehiatzeko moduko produktua izatea eta lehiatzen jakitea) eta administrazioaren laguntza, laguntza *morrontza bihur* ez dadin? Diru-laguntzak jasotzeko denbora mugatu beharko al litzateke, esaterako ikusi arte kontsumitzaileek onarpena ematen dioten ala ez produktu bati?**

A. Gehienetan, ibilbide nahikoa luzea behar izaten du hedabide batek, edozeinek, publikoak aintzakotzat hartzeko. Errentagarritasun sozial eta kulturalari begira, denborazko mugak ezartzea ez da erraza, kasuistika zabala dago hor.

Eta, gainera, zerbait falta zaigunean, orduan hasten gara haren faltaren mina sentitzen. Eguraldiarekin bezala portatzen gara hedabideekin: bero errean, euritakoarekin akordatu; eta euri-langarreko egunetan, bainujantziarekin.

B. Zein kontzeptutan eman behar da dirulaguntza publikoa?

Seguru asko, kontzeptu ugari aurki litezke alfonbrari astinaldi txiki bat eraginez gero. Baina, besteak beste, soldatei buruz hitz egin behar da argi eta garbi. Dirulaguntzak esleitzean, **denbora-mugaren kontzeptua kontratazio-lerroetara eramatea** ez legoke soberan.

Militantziatik asko du euskarazko hedabideen sektoreak (eta, agian, hala behar du); baina, era berean, miseriatik ere badu dezente. Enpresa publiko apurretatik at, miserableak dira hainbat jornal. Halaxe da kasu askotan eta askotan.

Langile eta kolaboratzaileentzako diruarenak (dirurik ezarenak) ekartzten dit gogora behinolako gaueskolen kasua. Gerora etorri ziren euskaltegiak, profesioa eta jarduna duintzera (arazo bat baino gehiago tartean). Baina, modu batean behintzat, duindu eta egonkortu zen sektore arantzatsu hura.

Urrun den zero bat da hori euskarazko hedabideen sektorean, gaur-gaurkoz. Oro har, sektorean diharduten enpresek eta elkarteek ez dute aterki ekonomiko egokiarekin asmatu beren *staff*ak diruz indartzeko eta egonkortzeko.

Lana ganoraz egiteko, patxada behar da. Jornal duinak lekarke hori. Ez horrek bakarrik, jakina. Baina, eztaba daezina den ebidentzia da soldata duinak zenbat duintzen duen jarduna.

Dirulaguntzek, publikoek batez ere, hori (ere) hartu beharko lukete kontuan.

- **Zein da gure euskal merkatu txikian gutxieneko gisa onartuko genukeen irakurle kopurua prentsa idatziko (eguneroko nahiz aldizkari)**

produktu batek eta irrati nahiz telebista batek interes publikoari erantzuten diola esan ahal izateko?

Arrisku latza dagoke hor.

Zientziaren munduak berak ere ez du erabateko hautua egiten ikerketa kuantitatibo hutsaren alde. Hor egon dira beti ikerkuntza-lerro kualitatiboak, eta hala daude baita gaur egun ere.

Kuantitatiboak eta kualitatiboak, elkarren osagarri direlakoan gaude asko eta asko.

Ogia egiteko, beharrezkoa dira irina eta legamia, eta gatza nahiz ura. Kopuruari erreparatuz gero, irina da nagusi; baina taloa aterako da legamiarik gabe.

Dena zenbakitan neurtu eta arrakastatsuenekin liluratzea da trenbideari trabesa bietatik bat kentzea bezalakoa. Itxuraz, trenbidea berbera da. Trabesa gutxiagorekin, itxuraz, joan doa trena, ondo eta merkeago. Baina, eurite, haizete eta uholde txikienak dantzan jar ditzake nola bidea hala konboia.

Inkesten laudorioa, bandoa jo lezake inork. Kontuz. Denok irakurri dugu B. Croccek dioena galderei buruz, hots, galderak beti iradokitzen duela erantzunaren ezpal nagusia. Beharrezkoa da berrogeialdia, inkesta ororekin, batez ere kuantitatiboekin.

Dirulaguntzak ematerakoan zertan pentsatu beharko luke, beraz, administrazio publikoak?

Oinarri-oinarrian, pentsatu beharko luke euskaldunon eskubideetan. Erdaldunen eskubide linguistiko/soziolinguistiko berberak ditugu euskaldunok, ez dago hori zertan ahaztu, beraz, hori laguntzera jo beharko luke. Hala ere, azkenaldian, hoditeria herdoil xamar baten barrenetik eraman da euskaldunon eskubideen diskurtsoa.

Baina, erabateko egia da erdarak duen babes sozial, ekonomiko eta politikorik ez duela euskarak. Hartara, ahulenaren mesedetan jarri beharko litzuzke administrazioak dirulaguntzak. Batez ere, **politika positiboak sustatuz euskara hutsezko produktuen alde.**

Euskal Herriko Erakunde Publikoek konpromiso historiko, kultural eta morala dute euskararekin; norbanakoek bezala. Administrazio publikoak, euskaldunon administrazioa ere baden neurrian, euskarak biziraun dezan neurriak asmatu behar ditu; neurri ekonomikoak (dirulaguntzak horien artean), baina baita politikoak eta sozialak ere.

Legea eta neurria ez dira nahikoa izango, jakina. Baina, aldeko legerik gabe, zailago ohi zaio ahulari aurrera egitea.

Noiz jarri dira autobusetan gurgildun gurditxoak sartzeko arrapalak? Elbarriek behar izan dituztenean, ala Administrazioak eraman duenean gaia agenda publikora?

Errentagarritasun numerikoa ez da aski. Kosta ahala kosta, itxi eta bete egin behar da euskarazko hedabideen zirkuitua. Kualitatiboa ere bada arazoa, ez bakarrik kuantitatiboa.

- **Internet arreta berezia eta lehentasuna zor zaizkion medioa al da? Gure artean gazteak eta euskaraz eskolatuak izanik Interneten kontsumitzaileak gehienak, gazteei bereziki zuzenduriko eskaintza-aren bat bultzatu beharko ote litzateke Interneten? Zein eratakoa?: messenger euskaraz, webgune ludiko interaktiboak, informaziorako webguneak, bestelakoak.**

Bai. Galderak berak iradokitzen du erantzuna.

- **Egin al daiteke euskarazko hedabideen mapa ideala-edo izango litzatekeena? Zein litzateke mapa hori txostengile bakoitzaren iritzian? Beti ere, jakina, euskal hiztunok *garenaren* –eta *kasurik onean izan gintezkeenaren*– neurria kontuan hartuta.**

Bai. Beharrezkoa da mapa; eta, are gehiago: hori gabe ez goaz inora. Mapa guztiekin gertatzen den bezala, hemen ere, hitzartu egin beharko dira mugak.

(Bir)moldaketaren beharra du sektoreak. Handia. (Bir)moldaketa hori definitzen eta zehazten dugun heinean, maparen erliebea ari gara ezaugarritzen.

Badakigu mingarriak izaten direla (bir)moldaketa-ereduetan baten batzuk. Baina, era berean, ondotxo dakigu, jakin, parazetamolik gabe zail dela

burukomina uxatzea. Eta zauriak garbitu eta desinfektatu ezik, larru-azalaren ezpain ubelduak egiten dituela zorneak bere.

Krisiak krisi, ahuleziak ahulezia, hazkunde-prozesu batean sartuta dago euskarazko komunikazio-sektorea. Eta hala segitu behar du oraindik. Baina, **arlotzat, elefantiasi nabarmenera heltzeko arriskua du sektoreak. Eta nanotasunean geratzekoa, beste arlotzat.**

Indarrak eta ahalmenak kudeatzen lagundu dezake mapak. Sinergiak bilatzen eta bideratzen.

Alde horretatik da batez ere beharrezkoa mapa. Jakina, mapak islatzen du nola badagoena, hala amesten dena eta badagokeena. Hor dago bere ekarpena.

Euskarazko hedabideen sektoreak diseinatu egin behar du hamar-hogei urte barru zer izango den sektorea, zer izan nahi duen sektore horrek. Horretan, asko lagundu dezake mapak.

- **Argitaletxe, editore eta idazle sare zabala daukagu euskaraz, oso zabala. Euskaraz irakurtzeko joera asko ugalduta da azken 20 urteotan. Euskaldunaren irakurzaletasuna piztu eta liburuaren truke diru bat ordaintzeko prest egotea lortu bada, zergatik ez da lortu gauza bera prentsarekin? Zergatik baloratzen da euskarazko eleberrigintza, baina ez prentsa, ez behintzat neurri berean?**

Oro har, prentsa idatzi klasikoa ez dago bere momenturik onenean. Nabarmena da ohiko paperezko hedabideen krisia gure artean nahiz Europa osoan. Erreka horrek berak daramatza baita gure ur-apurrak ere.

Gaur egun, begietatik edo belarrietatik (telebistatik nahiz irratitik) jasotzen ditugu berri arruntak. Gero eta kasu gehiagotan, sareak ere badakartza albisteak.

Komunikazioaren esparruan, irudiaren lilura bat nozitzen dugu denok: zahar nahiz gazte izan. Batetik, irudiaren lilura horri eusten diogu denok, us-tez ezen begiari ezin zaiola gezurrik esan. Eta, bestetik, edukien deskodifikazio errazena eta naturalena planteatzen duelako (omen).

Or har, munduaren bereganatze intelektualerako, telebistak nahiz irratiak informazio-jario mastekatuagoak eskaintzen ditu prentsak baino. Kabiara

itzultzen den ugatza da ikus-entzunezkoa, txitoei elikadura dakarkiena. Eta hori gustatzen gaur.

Baina, hori guztia balizkoa baino ez da. Zeren, analfabetismo ikaragarria baitago gure artean irudiak deskodetzean. Batez ere, beren balio metaforikoak baloratzean. Ez dakit ba ote dakigun norainokoa den irudiak errealaren irakurketan ezartzen duen metonimiaren indarra. Dirudiena baino gehiago ere bada-eta irudia. Baina, irudia gustatzen denei. Hor dago arrakasta. Ez dakit horrekin konformatu behar dugun. Ezezkotan nago.

Bestalde, papera zaharkiturik gelditzen deneko ideia ere badugu, eduki. Hots, gaur irakurtzen duguna, atzo entzun genuen irratan, edo telebistan ikusi. Ideia hori dugu. Nahiz eta ez den horrela. Maltzurra da lilura. Zeren paperak, gai konkretuan, informazio-*item* gehiago eskaintzen baitu oro har ikus-entzunezkoak baino. Baina titularrak bezperan entzun/ikusitakoa ekartzan badu gogora, bada pentsatzen dugu letra horien artean ezer berririk ez dela agertuko. Hortik dator ilusio maltzur hori.

Papera duindu behar du profesioak. Paperaren beharra erakutsi behar du profesioak. Profesionalak duindu behar du papera, beste hedabide-motekin lehiatu gura badu. Jendeari erakutsi behar dio profesionalak merezi duela gai jakin batean sakontzea, eta ez dela nahikoa titularrarekin edo telebistako albistegien hogeita hamar segundoekin asebetetzea. Hori, albistearekiko lehen harremana baizik ez dela. Zorionez, albisteak tripa gehiago duela bere baitan.

- **Prentsa idatziko produktua, edukiari dagokionez, ez ote da astunegi, gai sozialpolitiko serioekin eta jarrera politiko ildo (ia) bakarrekoe-kin identifikatua? Ez ote litzateke oro har produktu arinagoen aldeko apustua egin behar?**

Bestela planteatuko nuke, **astun eta arin**. Arestikoarekin lotuta, hain zuzen ere.

Alegia, gero eta gehiago entzuten ari gara prentsa idatziak produktu arinagoak eskaini behar dituela. Erabat ados.

Baina, zer litzateke prentsa idatzia, analisi barik?

Analisia eta erkaketa zer diren ez dakien herririk ez dugu nahi, ezta? Pentsatzen ez dakien eta pentsatzeko lan-tresnarik ez duen herritarrik ez dugu nahi, ezta? Bada, prentsa *astuna* ere beharko da.

Prentsa idatziak esparru berriak irabazi behar ditu, baina ez ditu klasikoak, ohikoak, betikoak zertan abandonatu. Produktu arinekin bakarrik ez dio aurre egingo telebistari. Ezta irratitari berari ere.

Dibertsifikazioa da hitza. Esparru berriak irabazi, tradiziozkoak galdu barik. Gerra moduan planteatuta, ezin da fronte berririk ireki, baldin eta erretagoardiak erantzungo ez badu. Edukien arteko oreka berriak behar dira planteatu, hedabidearen beraren baitan nahiz hedabideen artean.

- **Zergatik ez dio irakurle euskaldunak erdarazko prentsari ematen dion balio bera ematen euskarazkoari, eta jarrerarik naturalena iruditzen zaio euskaraz irakurtzen duguna debaldekoa izan behar duela eta, aldiz, erdarazkoa ordaindua?**

Arazo ugari gordetzen dituen maratila da hori.

A. Adibidez, erdarazko dohaineko prentsa barra-barra ari da posizioak irabazten hiri handietan. Zona tradizionalagoetan ainguratu du euskarazko dohainekoak bere indarra. Bilbok ez du metroan dohaineko euskarazko egunkaririk. Militantzia handia behar da erdarazko dohaineko horiei uko egiteko; batez ere, ordezkorik ez duzunean, edo, ordezkoa duzunean, ordaintzekoa denean hura.

B. Ebidentzia argia da euskaldunak ez duela erdaldunak duen eskaintza oparoa begien bistan; ez kuantitatiboki eta ezta kualitatiboki ere. Oro har, erdarazko hedabideen eskaintza zabalagoa eta erakargarriagoa da. Tanta bat da euskara, erdararen uholdearen baitan, kioskoan. Atzera eragiten du zirkuitu-labur horrek: inork ez du behor herrenik nahi lasterketaren abiapuntuan. Ezta euskaldunak ere.

C. Eta horrekin lotuta: **euskarazko prentsa bada, baina ez dago (!).**

Euskarazko prentsa bada, izan; baina, egon, ez dago; ez baita kioskoan ikusten. Alegia, kasu asko eta askotan, ekonomiak hala aginduta, etxera

bidaltzen da euskarazko papera. Hautu bat da hori. Baina, bista kolektibotik bahitzen da hedabidea, kaletik atera eta postariaren laguntzarekin etxerutzen denean.

Ez dago kalean, bada, nork ezagutzen du? Ba al da? Ez baitago!

Ematen du, inizatuentzako prentsa dela euskarazkoa. Inizatuentzat bakarrik.

Hori saihestuko duen politika bat behar dugu.

D. Euskaraz irakurtzeko eta ulertzeko gaitasuna ez da erdarazkoaren parera iristen. Orain arteko euskalduntze- eta alfabetatze-politikek ez dute euskaldungo linguistikoki beregaina sortu. Porrota ez da bakarrik prentsarena, gizartearen prestakuntza ezak ere badu zerikusia hor.

E. Eta zein egoki moldatzen diren hedabideetako protagonistak berak erdaraz! **Jatorrizko bertsioa kontsumitu ahal bada erdaraz telebistan, zertarako kontsumitu bikoizketa idatzia paperean?**

Erdaraz ekoizten dute gizarte-eragile nagusiek beren diskurtso publikoa. Eta, bakar batzuek euskaraz nahiz erdaraz. Bigarren mailako bihurtzen du horrek euskarazko diskurtsoa.

Administrazio publikoek analizatu egin behar dute beren diskurtso publiko ezinbestean elebidun horrek ze kalte eragiten dion euskara mediatuaren sinesgarritasunari. Eta nola bultzatzen duen horrek euskalduna erdaraz kontsumitzera.

F. Inork ez du sinesten euskaraz, euskarazko bertsioan. Erdarazkoa baita ofiziala, ofizialago. Baita agerkari ofizialetan ere. Elbarritasun nabarmena da/du euskara/k.

- **Euskarazko prentsa indartsuaren aldeko apustua egiterakoan bat datoz eragile guztiak, nahiz pribatuak hala publikoak. Egunkari eta astekariei garrantzi handiena ematen eta, bitartean, telebista, irrati eta Interneti bigarren mailako garrantzia aitortzen jarraitu behar al dugu? Ikus-entzunezkoei arreta handiagoa eskaintzeko ordua ote?**

Zentzugabekeria litzateke bestela jardutea; etxeko inork tentsio altua due-lako, sukaldean gatza bahitzea legez.

Ikus-entzunezkoak hobetsi ditu gizarteak bere aisialdiaren atal nagusi baterako, horietan dago gustura, bitsetan. Batez ere denbora-pasarekin identifikatzen da gaur egun komunikazioa, alegia lanetik edo eskolatik atera ondoren burutu daitekeen kontsumo-ekintza moduan.

Euskara ez badago ikus-entzunezkoetan, euskaldunak ez dira sektorean egongo.

Garaia heldu da ikus-entzunezkoen proiektuak gehiago lantzeko.

Hor euskarak aurrera egiten ez duen heinean, erdarak egingo (egiten) du.

- **Sektore atomizatua da euskarazko prentsarena: eragile asko eta baldintza ekonomiko eskasak. Nola metatu indarrak, monopolioetan erori gabe eta anizkoitzasuna bermatuz? Birmoldaketa behar duen sektorea al da euskarazko hedabideena? Eragile gutxiago baina indartsuagoak, lanpostu gutxiago baina baldintza hobeetakoak, irakurleen gogoaren araberako produktuak, monopolio arriskuak ekiditen dituen jardunbidea... puntu horiek eta beste zenbaitek (esan zeintzuk) osaturiko hezurduraren araberako gogoeta estrategikoari ekin beharko ote litzaioke?**

(Bir)moldaketa du, zerbait baldin badu, prentsa idatziaren sektoreak behar-beharrezko. Sektorearen maparekin batera diseinatu behar da berrantolaketa hori.

Administrazioak gidatu behar du prozesu hori, monopolioen afrontua saihesteko. Kasuren bat edo beste kenduta, minifundioetara ohitutako sektorea da euskarazko prentsa idatziarena. Kasu batzuetan, endogamiara heldu dela ematen du.

Errentagarritasunaren izenean, ez da hemen egingo ez latifundioen ez transgenikoen apologiarik, baina minifundio horiek luberri zabalagoak irabazi behar dituzte, eta goldatu.

Ohiko nanotasun horretan zail dute hedabideek aurrera egitea, enpresa edo elkarteak kapitalizatzea, langileak diru-soldataren bidetik duintzea eta etorkizunerako plangintza berriak diseinatzea.

Beraz, sinergiak bilduko dituen programak jarri behar dira abian. Administrazioak sustatu beharko du hori, nahiz eta lan horien zuzendaritza zuzena ez zaion onartuko sektorearen partetik, agian.

Eragile adostuak eta hitzartuak beharko dira langintza zail horretan.

- **Erdara nagusi duten hedabideetan euskarari sarbidea emateko zein bide urratu beharko litzateke?**

Bai, jakina. Baina ez *edozer* arako diru publikoarekin.

Hogeita hamar urte egin behar ditu Autonomi Estatutuak segituan, eta oraindik orain, badira hedabideak euskarari batere lekurik egin ez dietenak beren produktuetan. Zeren zain daude? Larrua behar du.

Ez da zilegi subentziora erregutzea euskararen alde *hasteko*; normaltasun eta berdintasun soziolinguistikoan sinesten ez dela aski asko demostratu denean gainera.

Zerbait asmatu behar dute administrazio publikoek euskarari sarbidea egiteko erdaldunen artean. Baina ez zerga publikoen bidez bildutako diruaren pentzura *edozer* egiteko. Euskarazko produktu gehienak diru pribatuak jarri ditu abian, eta bizi, bizi dira beren lanari esker eta dirulaguntzei esker.

Desarrazoi itsu bat da orain arte euskarari leihorik ireki ez, eta gainera subentzio publikoekin amestea.

Bestelako bideak behar dira. Agian, bat izan daiteke zergak gehitzea euskararen duintasunean sinesten ez dutenei. Baina, inola ere ez dirulaguntzarik; ez behintzat lehen urratsa egiteko. Ez euskara erdararen baitan *halamoduz* txertatzeko. **Baizik eta euskaraz beregain diren produktuak merkaturatzeko.**

Legeak errazten al dio dirulaguntza emakume langileari ohiko soldataz azpikoa propio ordaintzen dion enpresariari? Edo Saharaz azpiko beltzari kontratu basatia egiten dionari? Edo umeen esplotazioa dela medio aberastuten denari? Edo ibaiak kutsatzen dituenari?... Zergatik bestela jardun euskararen kasuan?

JULIAN BELOKI

SARRERAKOA

Komunikabide guztiei mihura edo goroldio berri eta indartsuak itsatsi zaizkigu enbor eta adarretan. Nagusienak, indartsuen, eskuko telefonoa, bideo-jokoak eta Internet. Sakonean iraultza bat bera: soinu eta irudizko edukiak sortu, gorde eta kudeatzeko kode numerikoez, digitalez baliatzea. XX. mendeko lorpen eta garapen tekniko-zientifiko iraultzaileetako bat. Horregatik, etxeratu zaizkigun berrikuntzok, izaeraz dira zein baino zein oparago, biziago eta erabilerrazago eduki berriak sortu eta zabaltzeko orduan. Irratiari, adibidez, ia hirurogei urte joan zitzaizkion sukalde gehienetara iristerako eta, beste hamarren bat bai, norbera bere transistorearen jabe eta erabiltzaile egin ginenerako. “Etorkin” berriok ordea, deabruaren abiada daramate: dozena bat urte aski izan dituzte gure eguneroko bizimoduan erroak bota eta norberaren nahiz gizartearen komunikazio-sareak sakonetik eraldatzeko.

EAEko familien artean hamarretik ia 9k daukate sakelako telefonoa eta laster izango gara 700.000 hiritar halako baten jabe eta erabiltzaile. 13 urteko gazteen artean, 10etik 7 dira eskuko telefono baten jabe eta erabiltzaile.¹ Edozertarako erabili ere: elkarri telefonoz deitu, nola-hala idatzitako mezuak bidali, berriak jaso, musika entzun, bideoklipak trukatu... Gero eta

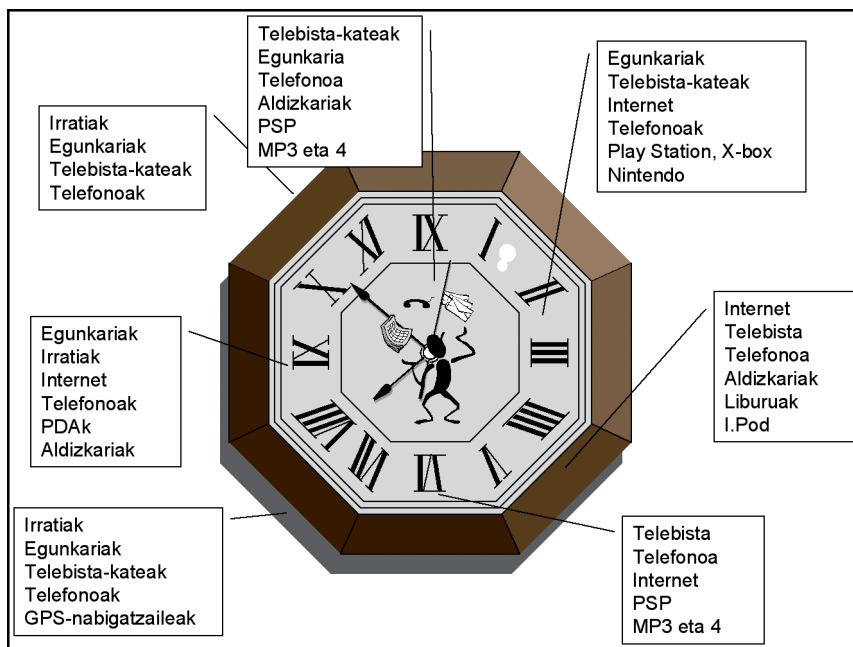
1 Estatuko datua da; baina hor nonbait gurea ere. Aspalditxoko datuak, bestalde: AIMC – 2004 – Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación.

komunikazio-ekimen gehiago zorioneko telefonoaren bitartez, sosik erabilgarririk badagoen arte behintzat.

Euskadiko Autonomia Erkidegoko etxeetan, 10etik 5 dira ordenagailu baten jabe eta ia denak lotu dira Internetera.² Beraz, gero eta maizago ibiltzen da jendea Interneten era askotako komunikazio-ekimen eta ekintzetan. Elkarri mezuak igorri, aurrezki-kutxa edo banketxeko diru-kontuak kudeatu, Administrazioeko zerbitzuak erabili, albisteak irakurri, mila modutako irudiak ikusi, harreman pertsonal berriak bilatu... Berrogeita hamar urtetik behar-rakoen artean, gero eta erabiliagoa da Internet, denbora-pasarako, dibertimendurako, erosketak egiteko, informazioa jasotzeko eta auskalo, honezkerro, beste zenbait gauzatarako. AIMC-k 2006ko azaroan aditzera emandako datuen arabera, Interneteko nabigatzaileen kopurua, Espainian, biztanleriaren %22,2koa da. 9 urteren buruan egin du gorakada hori [1997 - %0,9 / 2006 - %22,2]

Komunikabideen gailurra igo egin da eta herritarrok eskura dauzkagun informazio-aukeren piramidea handitu. Gauza bera komunikazio-enpresetan inbertitu nahi dutenentzat eta anuntziantentzat ere bai. Oraindik ere gailur-gailurrean dagoen lurreko telebista analogiko irekitik, norberak abiarazi dezakeen komunikazio-isuriraino oparoa da dauzkagun komunikazio-aukeren eskaintza: korreo elektronikoa, Messenger-a, blog-ak, enpresa barruko Intranetak, norberak aukeratutako web orrien harpidetza eta abar luzea. Orain albiste baten berri jaso eta ordu batzuetara norbaitek albistearen iturriaz galdegiten digunean, oroitzapenen errotarriari eragin behar izaten diogu: telebistan bai, baina zein telebistatan? Paperezko egunkariren batean edo Interneteko web orriren batean, non irakurri dugu albistea? Igual eskuko telefonoa izan da, geuk aukeratutako txirrin-hots batez albistearen lehen ekarpena egin diguna; edota norbaiten telefono-deiren bat... Egune-ko 24 orduen gurpilean esan ezin ahaleko aukera-baliagarritasuna daukagu, edozein ordutan eta nonahi:

2 EUSTAT-en datua.



Kontuak horrela, komunikazioaren sagarrondo zaharrok [prentsa idatzia, irratia eta telebista], itsatsi zaizkigun goroldio edo mihuraren hazkunde azkarraren aurrean, sentipen kilikagarri nahasiek eraginda bizi gara gaur egun. Ezinbestean, gertatzen ari diren aldaketei so eta etorkizuna nola kudeatu asmatu beharrez, elkarren peskizan bizi dugu egunerokotasuna. Bizitzan aurrera egiteko ezinbestekoa den konformidadea zertan jarri ez dakigula.

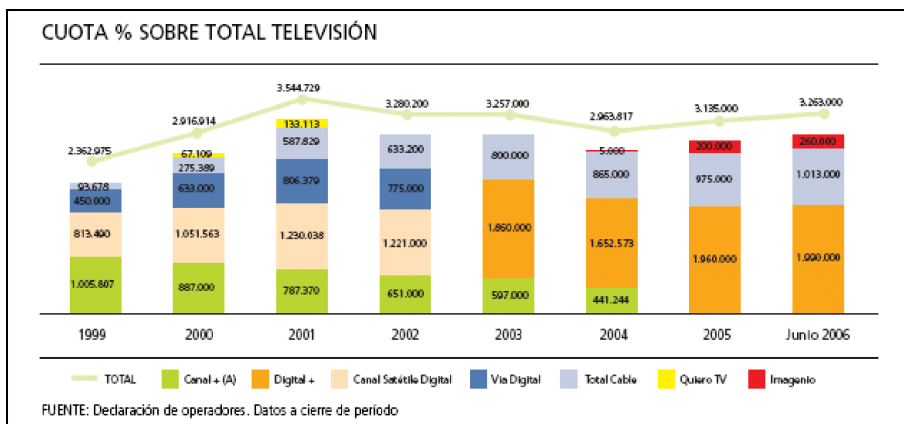
Hizkuntzaren normalizazioaren ikuspegitik ere, egoera berrion ezaugarri eta aldagarrien eragina da, gehiengoaren ezaupide zuzenik eta hurbileko kezkarik gabe bestalde, ia menderakaitza egiten zaiguna. Besteak beste, hizkuntzaren berritze, finkatze, gaurkotze eta garapenean hain eraginkor izan litezkeen tresna eta bitarteko berritzaile horietan guztietan garaiz eta erne egotea berez desiragarri izan litekeen arren, ia ezinezkotzat juzgatzen baitugu eginkizunaren neurrigabetasunagatik. Eta horretan ere ez da erraza zehazten, eta gero finkatzen, konformidadearen neurriak zertan leudekeen. Lehetasunen eta bitartekoen ezinbesteko oreka, alegia.

NON GAUDE ETA ZERTAN GABILTZA

Hona adierazle batzuk:

- ◇ Euskaldun jendea bizi garen parajeotan, ia ez dago etxerik telebistarik gabe. Azkeneko Gabon Jaietan nabarmendu zen bezala, oraintxe hasi gara denak telebista berriak erosten. Pantaila xapalekoak. Ikusgarriago, inondik ere. Bakarra egotetik bigarren bat izateko jauzia ere etxe askotan egin dute azkeneko urteetan. Hasieran, zaharra kendu gabe berria ekarriz, gero bigarren bat erosiz zaharra berritzeko. Ez da ia aitzakia handirik behar etxe askotan bigarren edo hirugarren telebista bati lekua egiteko. Etxe askotan, haurrak izan dira eragile, telebista ikuste soila ez den beste erabilpen batzuetarako behar izaten dutelako [bideo erreprodukziorako eta joko interaktiboetarako: Play Station, X-Box, Nintendo...]. Beste batzuetan teilatupe berean bizi direnen telebista-zaletasun ezberdinen arteko bakeak egiteko.
- ◇ Gutxien dagoen etxeetan ere, 6 edo 7 kate ezberdin ikusten dira. Gero eta gehiagotan, ia konta ezin ahala: lurreko analogikoak, satellite bidezko digitalak, lurreko digitalak [TDT], kable bidezkoak, ordainsariz baino ikusten ez direnak eta, ezarian-ezarian, Internet bidezkoak ere bai. Irekian ikusten diren telebisten ondoan tematikoen presentzia ere asko nabarmendu da dagoeneko.³

3 Datuok AIMCren "El libro verde de los canales temáticos" argitapenetik jaso ditut.



- ◇ Adibide bat jartzearren, Euskaltelek berak bakarrik eskaintzen ditu, kable bidez, irudizko 30 kanal. Musika hutsezkoak aparte.
- ◇ Gutxi batzuek izan dugu dagoeneko hainbat telebista-kate eskuko telefono baten pantaila txikian ikusteko aukera ere [DVB-H sistema erabiliz igorrita]. Nahikoa ongi ikusten da. Telefono-fabrikatzaileak eta sare-operadoreak adi-adi dabilta soinuaren eta irudien kodifikaziorako algoritmo berrien merkaturatze praktikoak arlo honetan sor litzakeen berrikuntzen negozio-aukerak nola kudeatuko aztertzen. Etxeko sofán erdi-etzanda ez ezik, batetik bestera gabiltzanean ere telebista ikusteko aukerak, gustuko programa norberak irizten dionean ikusi ahal izateak, Internet ere telebista eta irudi zabaltzaile bilakatzeak..., honek guztiak aldaketa handiak ekarriko ditu telebista kontsumoan eta telebista-kanalen kudeaketan.
- ◇ Musikaren kontsumoarena, berriz, gaur-gaurkoz neurtzen zail den parametrotan mugitzen da: Internetera konektatutako PSP batek, adibidez, istant batean aukeratzen dizkizu nahi adina irrati musikal. Eta zeure PSPra irauli ditzakezu irrati horietako musika-grabaketak, gero denbora-pasa edo etxeko lanak egiten ari zaren bitartean entzuteko. Bideoekin, filmekin eta argazkiekin ere egin ditzakezu aukera horiek. Marka jakin bateko eskuko hardware-a jarri dut adibidetzat, bakarra balitz! Izan ere, bada beste iturri oparo bat musika entzuteko gero eta gehiago erabiltzen dena: eskuko telefona. Eta, lehen esan dugun bezala, 13 urtez gorako

neska-mutikoen artean, nork ez dauka horrelako bat? Garai batean 'top-manta' generalizatu baten itxurak hartzen joan zenak [CD-ak grabatu, banatu eta saldu] orain bide berri eta xamurragoak topatu ditu, sos gutxi batzuk ordainduz batzuetan, elkarrekiko mesede modura emanak beste askotan. MP3, MP4, iPos, PDA interaktiboak... euskarri berri asko dago merkatuan soinu eta irudizko edukien kontsumo erraz eta zabalagoak bideratzen dituztenak.

- ◇ Hamarretik 8k ikusten du egunero telebista. Zerbait behera egin du adierazle honek azkeneko urteotan: Espainiako biztanleen artean egindako azterketak dionez, 2003an %90,7koa zen egunero telebista ikusten zutenen batez bestekoa; orain, antza denez, %88,6koa da. Gazteak dira gutxiago ikusten hasi direnak. Egonaldi laburragoak telebistaren aurrean eta eguneko minutu gutxiago gutzira. Izan ere, ba al daukate ba astirik! Joera honek luzarora herritar-kopuru zabalagoak hartuko ditu, geu barne, telebista-ikusle izateari uko egin gabe ere, ikus-entzunezko produktuen beste kontsumo- modu batzuetan ohituago izango garenak.
- ◇ Gaur gaurkoz, nolana ere, telebista telebista da. 2006ko datuak dira: 14 urtez gorako biztanleen artean, %85ak ikusten du egunero, 1.601.000 begi pare gutzira, EAEn. 571.000 euskaldun eta beste 311.000 euskara ulertzen omen dutenak.⁴ 2007ko apirilaren 16an, adibidez, 156.000 euskaldunek ikusi zuten *Goenkale*. Eta apirilaren 22ko *Kutsidazu*, *Ixabel* berriz 168.000 ikusle euskaldunek.⁵ Adin guztietakoak ikusle, gazteak ere bai.
- ◇ Irratiak berak ere aspaldi irabazi zuen sukaldea, eta ez zaio sumatzen, gaur-gaurkoz, bereak dituen esparru horiek galtzeko arriskurik. Badira etxeak 7 eta 8 irrati-entzungailu dauzkatena. Norberak berea askotan eta bi edo hiru ale igual, nahiz eta denak erabili ez. Kotxeaz ere erabat jabetu zen eta hor segitzen du milaka gidariren bidelagun. 10etik 6k egunero entzuten du irratia, ordu-erdiz gutxienez. Batez besteko honek ez du

4 CIES – Acumulado 2006.

5 Telebistako datuok SOFRESeK egunero argitaratzen duen editing-etik jasoak dira.

- ia aldaketarik izan 1997. urtetik gaurdaino. Izatekotan ere zertxobait igo [%55 1997an / % 56,1 2006an].⁶
- ◇ Horrela, 2006an, EAEn, 14 urtez gorako herritarren artean, irratia egunero entzuten zutela aitortzen zuten 1.086.000 herritarretatik 637.000 ziren euskaldunak [214.000k ulertzen dutela diotenak, besteak euskaldun peto-petoak].⁷ Erdaldungoan baino irratizale gehiago dago euskaldunen artean, 14 urtez gorakoan artean irradi-entzuleen batez bestekoa 57,7koa izan baitzen 2006n EAEn.
 - ◇ Euskadi Irratia, Euskadi Gaztea, Bizkaia Irratia, Arrate Irratia, Segura Irratia... eta beste irradi euskaldun [nagusiki euskaldun] batzuen entzuleak elkartuz gero 170.000 irradi-entzule egunero [astelehenetik iganderako batez bestekoan].
 - ◇ Aldi bereko irradi-entzule euskaldunen kopuruari erreparatuz gero, goizeko 9etatik 10ak artekoa izan liteke ordurik oparoena eta hor, 60.000 euskaldun daude aldi berean euskarazko emanaldiren bat entzuten. Euskaldungoaren %10a. Kontuan hartzeko kopuruak dira.
 - ◇ Idatzizkoan, berriz, *Berria*-k 22.000 aleko tirada eta 161.800 irakurtzen dutela aitortzen dutenak, egunero izango ez bada ere, tarteka edo noizean behin. Kopuru hori zerbait zabaldu egiten da gainera tokian tokiko egunkari eta aldizkarien irakurlegoa kontuan hartzerakoan.⁸

ADIERAZLEEN ONDORIO BATZUK. GOGOETA

- ◇ Norbera beti da, komunikazioaren soka-saltoan, batzuetan sokari eragiten diona eta besteetan soka-saltoan dabilena. Eta jolas horretan, hartzaile eta emaille, euskarazko hedabideen soka-saltoan leial xamar bizi garen

6 AIMC – EGM iturria. Estatuko osorako batez bestekoak.

7 Irrati-entzulegoari buruzkoak CIES-2006ko azterketatik hartu ditut.

8 Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzak 2006ko maiatzean egindako azterketa.

euskaldunon kopurua, hor nonbait dabil beti, izan telebista, izan irratia ala prentsa, 170.000ren inguruan.

- ◇ Nolanahi ere, ez beti denak eroso-eroso. *Berria* eta *Hitza* aldizkarien irakurlegoarena da nabarmenena: *Berria*-ren irakurleen %46ak dio erraztasun handiagoa duela gazteleraz irakurtzeko. *Hitza*-ren irakurleen %55ak dio gauza bera. *Argia* eta beste aldizkari espezializatuen kasua kenduz gero, euskaldun askok egiten du aitormen hori: euskaraz baino erosoago irakurtzen duela gazteleraz. Zer izango ote litzake EAEko buletin ofizialaren irakurketaz galdegingo bagenu?
- ◇ Eta zer iruditzen zaizue erantzungo nukeela nik neuk ere nire seme-alaben eskola-liburu zenbaiten irakurterraztasunaz galdeginda? Zenbait testu euskaraz irakurri beharra, oraindik ere, zailtasunarekin, nekearekin, gehiegizko ahaleginarekin lotzen dugu. Ahal den guztietan ihes egiten dugun seinale.
- ◇ Arazo hori, mezuaren ulergarritasunarena alegia, ez da prentsa idatzian bakarrik gertatzen. Telebistaz dihardugula ere, maiz entzun izan dugu aitzakia, zera, aldapa gora egiten zaigula euskaldun askori ohiko filmak euskaraz ikustea. Aukeran jarrita, gainera, gaztelerazko emanaldiari lotzen gatzaizkio erosoago.
- ◇ Irrati-entzuleen artean ere egin daiteke antzerako irakurketarik: SER konbentzionala eta RADIO ESUKADI dira irrati-entzule euskaldun gehien dituzten irratiak. Hizkera informatiboa, entretenimenduzkoa eta abar, aurrerapen handiak egin ditugun arren, ez al zaio oraindik ere gaztelerazkoa baino urrunagoko egiten hainbat entzule euskalduni?
- ◇ Eta gazteagoek entzuten dituzten musika-kate berezietan ere, ez al zaio «elebidun aktibotzat» daukagun askori hurbilagoko eta erosoago egiten gaztelerazko hizkera? Gazte euskaldunen gehiengoak 40 PRINCIPALES entzuten du, Euskadi Gaztearen arrakastak arrakasta. Kezkarako zantzuak badaudela iruditzen zait. Gazteleraren alderako ixuria maiz sumatzen da behintzat gazteen artean; norberaren etxeko gaztetxoan lagunarte-girotik hasita.

- ◇ Oro har, beraz, badabil hor inkesta-datuen atzealdean erdi-ezkutuka (edo nabarmen agerian, nire irakurketok aldrebesegiak ez badira behintzat) “ulergarritasunaren” kontua. Bestelako kontuak ere izango dira, baina, behar adina alfabetatu gabeko (hedabideetako euskara batu estandarizaturako bidea egin gabeko) belaunaldiak ez dira eroso sentitzen beti hedabideotako hizkera-klase batzuen ulermen-mailan. Komunikazioaren etsai.
- ◇ Nolanahi ere, euskarazko, idatzizko nahiz ikus-entzunezko hedabide ezberdinen merkatuan, egunero, 170.000 arima leial jira-biran dabilzkgula ziurtatzea, neuri behintzat oso ganorazkoa eta kontuan hartzekoa iruditzen zait. Kontuak egiten hasita: astegun goiz bateko 10:00ak inguruan 60.000ren bat entzule biltzen dituzte euskarazko irratiek [Euskadi Irratia, Euskadi Gaztea, Bizkaia Irratia, Arrate Irratia...], beste 18.000/20.000 inguru ETB1 ikusten dutenak..., aldi berean ikastetxe-maila ezberdinetan euskaraz ikasten ari direnak [haur, gazte eta heldu] 200.000tik gora direnean. Inoiz ez bezalako komunikazio-esparru zabalak.
- ◇ Aintzakotzat hartu beharrekoa iruditzen zait, bestalde, Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzak 4.000 hiritar euskaldunen artean egindako galdeketa horretatik, euskarazko hedabide nagusiek (ETB1, Euskadi Irratia eta Euskadi Gaztea, *Berria*, *Hitza*, *Argia* eta tokian tokiko hainbat aldizkarik) bakoitzak bere zabalkunde-esparruan daukaten sona. Ohiko kontsumitzaile leial direnak [atzo ikusi, entzun edo irakurri nuen erantzuten dutenak] baino halako bi edo hiru gehiago dira hedabideon berri badutenak eta, aldika-aldika bada ere, ikusten, entzuten edo irakurtzen dituztenak. Garrantzizkoa da hori ere.

PROPOSAMEN ZEHATZIK?

Oinetakoak galtzeko zorian, paraje zingiratsuan oinez zabiltzanean adinako ziurtasun-eza sortzen dit proposamenen zelaira irten beharrak. Horregatik, gehienetan, konpartitu beharreko gogoeta sinpleak [sinpleegiak] baino ez dira.

- ◇ Gazteekiko erronka handia daukagu. Hizkuntzak etxeko, kaleko, auzoko, herriko eta hiriko bizikerak egin behar ditu bere, eskolako ahalegina hutsala gerta ez dadin. Pelikula zenbaiten bikoizketa, adibidez, ezarian-
ezarian, aleka-aleka, baina atsedetik hartu gabe egiten joan beharreko zerbait iruditzen zait. Areto komertzialetan emateko adina, edo gehiago, ikastetxetako plangintza pedagogikoetan txertatzeko. Ahal den neurrian telebistaz emateko ere bai, noski. Baina lehentasunezkoa iruditzen zait ikastetxetarako ekimen gisa. Gaiaren aldetik, beraz, hizkuntzaren aldetik izan behar dute erakargarri eta bide-erakusle. Gutxitan lotu ahal izango ditugu zine-areto + telebista + bideo-alokairu edo salmenta + ikastetxetako emanaldien kate-begiak. Eskubide, zabaldunde eta emanaldi-kopuruen arazoak hor egongo dira beti. Nolanahi ere, ikastetxeetakoari emango nioke lehentasun-izar bat. Komunikaziorako ereduaren eskaparate indartsua da fikziozko zinemagintza; eskolako ekimenen plangintzan txertatu beharrekoa. Telebistako zenbait produkturen erabilpena ere gomen-dagarria iruditzen zait eginkizun horretarako.
- ◇ Darabilgun hizkeraren ulergarritasuna eta irakurzaletasuna bizkortu beharra dira lehentasunezkoak iruditzen zaizkidan beste esparru zabalak. Batetik, alfabetatu gabeko euskaldunen mundua urrun ez dakigun eta, aldi berean, euskaldun berriei ere euskaldunon arteko komunikaziorako ateak erosoago ireki diezazkigun. Hedabideok zeregin ardatza daukagu horretan. Ulergarritasunari eman behar diogu lehentasuna, orain egiten dugun heinean eta areago. Idatzizko ulergarritasunaren kontua gaur egun irudi eta grafikoen erabilpen eraginkor bati lotua doa neurri handi batean. Ikus-entzunezkoetan zeresanik ez. Eta ahozkoetan, berriz, hizkuntza-
-erregistroen, prosodiaren eta oratoria-tekniken erabilpen gaurkotuari.
- ◇ Inoiz ez bezalako neurrikoak dira gaurko gizartean hizkuntzaren erabilpen-
-moduak eta sorkuntza nahiz informazio-iturrien jarioak. Asko dira [gara] horrek guztiak daraman abiada jarraitu nahi eta ezinean d[ga]biltzanak. Pedagogikotasunaren eta didaktikotasunaren makuluak egokitu beharko ditugu beraz etengabe. Lan-munduan, eta akademikoan berdin, etengabe hobekuntzaren kultura eta norberaren garapen profesionalarekiko

ezinbesteko ardura hitzetik hortzera erabili ohi ditugun kontzeptuak dira, baina, maiz kontzeptu horiek garatzeko ezinbesteko dugun hizkuntzaren erabilpen egokiarekiko ardura ahazten dugu. Ez da euskararen gorabehera bakarrik, baina euskararena ere bai: euskara zein esparrutan erabili behar dugun erabaki eta egokitasunaren eta kalitatearen irizpideetan erabili.

- ◇ Bide horretan irakurzaletasuna bizkortu eta ulergarritasuna erraztu, bi alderdi horiek uztartu beharko genituzke ekimen askotan. Ia-ia hizkuntzaren erabilpen publikoa egiten dugun bakoitzean; beti, egia esan.
- ◇ Hizkuntzak gizartean sortu behar duen paisaiari arretaz erreparatu beharko genioke. Hizkuntzaren erabilpen psiko-geografikoa landu. Futbol-zelaietan, elizetan, pilotalekuetan, antzokietan, garraiobide publikoetan, eta abarretan, herritar guztien hizkuntza-eskubideekiko errespetu osoz, hori bai, baina euskararen erabilerak eredugarri, deigarri eta erakargarri izan beharko luke. Kortesiaren erresuma eta hizkuntzarekiko begirunea irabazi behar ditugu euskaldunok, euskaldunekiko noski, baina berdin gainerako herritar guztiekiko ere. Hau ez da erakunde, elkarte edo talde bakoitzak bere aldetik bakarka era arrakastatsu-eraginkorrean egin lezakeen zerbait. Hizkuntzaren prestigioa dago hor jokoan.
- ◇ Behar bada norberaren esperientziei gehiegizko garrantzia ematea izango da, baina, maiz sentitzen dut nik neuk ere euskaraz burutu beharreko harremanen sarean sentsazio kilikagarri hau: ez ongi ulertua izatearena euskaraz ari naizela, behar adinako zehaztasun eta argitasunez ari ote naizen eta hala ulertua izango ote naizen. Ondorena da maiz kaltegarri: gazte-larara jo. Maiz gertatzen da hau ni mugitzen naizen esparru euskaldunetan: nola lanean, hala lagunartean eta sendikoen artean ere. Eta zer esanik ez, oso gertuko edo ezagun ez zaizkigun hainbat hizketa-lagunen aurrean: erosketak egiterakoan, dendarik denda gabiltzanean eta abar. Hor kokatu behar dugu kortesiaren eta portaera egokien aldeko gizarte-kultura.
- ◇ Alde horretatik, Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzatik ere, ahalegin berezi horren gidaritzan-modu bat bideratu beharko litzatekeela iruditzen zait, hizkuntza-paisaia, euskararen psikogeografia deituko nukeen hori

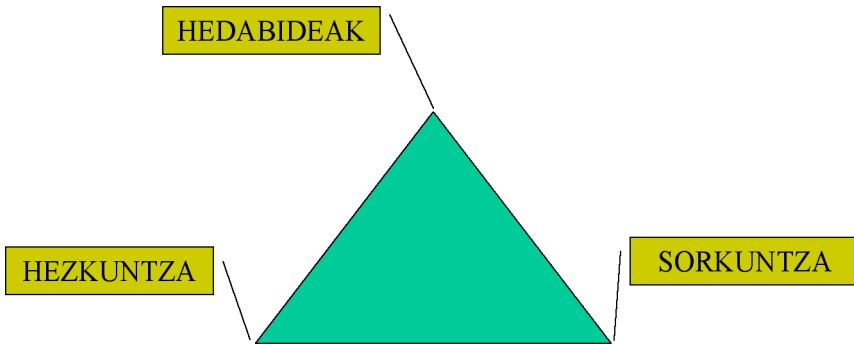
gizarteratzen, norbanakoen kontzientzia kolektiboaren osagarri bihurrazten. Nola? HAKOBA, ELEBIDE [Hizkuntza Eskubideak bermatzeko zerbitzua] eta LANHITZ [Lan arloan euskararen erabilera areagotzeko ekimena] bezalako ekimenak plangintzarako eta kudeaketarako erreminta egokiak izan litezkeela iruditzen zait. Eraginkortasunaren adierazleak zedarritu, kudeaketa-sistemak finkatu eta lorpenaren kultura eredugarri bihurtu eta saritu.

- ◇ Interneti buruz hitz egiterakoan modan jarri da hor sortzen ditugun errealitate birtualak definitzen laguntzen digun kontzeptu hau: SECOND LIFE. Hau da, Internet, neurri handi batean, oinezkoon eguneroko bizitza kaleidoskopikoaren errainu bihurtzen ari da. Ukimena, dastamena eta usaimena dira atzenduxeak dabiltzan zentzumenak, gainerako emozio guztiak hor daude dagoeneko Interneteko sare eta zirrikituetan sortzen ditugun harreman-bide eta moduetan. Eta bizitza errealean gertatzen ari den bezala, eta areago, hor ez dago ja hizkuntza bakarreko mundurik. Euskaldunontzat ere ez. Oso urte gutxiren buruan asko nabarmenduko da gainera kontu hau. Gaurko gure neska-mutikoen gehiengoak euskararik gabe sortu ahal izango du SECOND LIFE delako hori. Baita gutako askok ere, dagoeneko egiten ari ez bagara gainera. Gehiegizkoa izango da agian hain gordin esan behar hau. Baina modua egin beharko dugu euskaldunon sorkuntza oro bigarren bizimolde eta geografia berri horretan beti ageri-agerian egon dadin. Euskarazko sorkuntza eta produkzio guztia, salbuespenik gabe. Eta kontua ez da Interneten jartzea edo uztea bakarrik, agertokiak egokitu behar dira, supermerkatu handietan bezala, euskararen aukera egin nahi duenak esku-eskura izan dezan, bila ibili beharraren neke edo zama astunik gabe. Honek ere heziketa eta ohartarazte ekimenak eskatzen ditu, irakaskuntzan eta hedabideetan, nola sortzaile eta ekoizleentzat, hala erabiltzaileentzat. Izan ere, SECOND LIFE delakoa ez baita norbanakoaren giza-harremanen esparru pertsonal-pertsonalean bakarrik sortuko, eguneroko bizimoduak bere dituen ekintza-esparru askotan baizik: informazioa, erosketak, ikasketak, irakurketak, eztabaidak, bideoak, pelikulak, entretenimendu eta denbora-pasakoak, elkartasun-bideak, administrazioarekiko

harremanak, banketxeko kontuak, mediku-aholkuak, osasun-diagnosiak eta tratamenduak... Ezingo ditugu sare-begi guztiak euskaraz josi baina ahal diren guztiak hala izatea geure esku dago. Euskararen supermerkatu hori euskaldun guztiei bistartzeko modua eraikitzen joan behar dugu. Nolanahi ere, software-programak euskaratzen edo euskaraz sortzen jardutea baino eginkizun premiazkoagoa iruditzen zait euskaraz sortutako edukien erabiltzaile izan gintezkeen guztien arteko lotura-sareak nola indartu eta sendotu ikertzen eta ekinean egiten ahalegintzea. Honenbestez, gainera, adin-talde guztietakoekin dauka honek zerikusia; gazteak noski, baina gu geu ere bai. Honezkerok, Internet, berehala edo urte gutxiren buruan hirugarren adinera iritsiko direnen [garenon] eguneroko paisaian egongo da.

- ◇ Telebistaren esparruan aukera berriak sortuko dira. Orain berehala bi: TDT – Lurreko Telebista Digitalaren bidetik kanal berriak sortzeko aukera eta, aldi berean, tokian tokiko telebistak sortzekoa. EITBko Zuzendaritza Nagusitik egindako proposamena egokia iruditzen zait, erakunde horrek kudeatu beharreko multiplexean kanal berrietako bat euskarazkoa izan dadin: ETB3 berria euskaraz, ETB1ekiko osagarri izateko helburuarekin. Osagarritasun horren kudeaketa dinamikoak entzule-kopuru zabalagoetara iristeko aukera emango baitu.
- ◇ Lekuan lekuko telebistei dagokionean aldiz, ez daukat iritzi argirik. Oinarritzko ikuspuntu bat bai, ordea: erakundeen arteko lankidetzak osagarria herrigintzako ekimen askotarako ezinbestekoa den bezala, komunikabideen kudeaketa eta garapenean ere hala izan beharko luke, elkarren osagarri, euskarazko telebista-ekoizpenaren eramangarritasuna eta zerbitzu publikoaren efikazia lortze aldera.
- ◇ Euskarazko komunikaziorik gabeko eraginkortasunari begira, bururatu zaidan lan-ildo askoren oinarrian dago hiru arlo hauen arteko lankidetzak ezinbestekoa, euskaraz gurean eta ondorengo belaunaldien bizitzan berezko betekizun eraginkorra izan dezan: HEZKUNTZA-SORKUNTZA-HEDABIDEAK. Eta azpimarratu egin nahi nuke. Zenbat eta landuago hiruren arteko sinergia, orduan eta eraginkorrago edozein komunikazio-ahalegin. Zehaztasun eta sakontasun gehiago beharko luke iritzi honek,

baina ez naiz orain gauza. Izan ere, hiru esparruotan gaur egun erabiltzen ari garen giza eta diru-baliabideei buruzko datu zehatzak gainbegirada bakarrean aztertu eta xehetasun osoz zehar-gurutzatzea eskatuko baiduke. Gera bedi aipamen soilean.

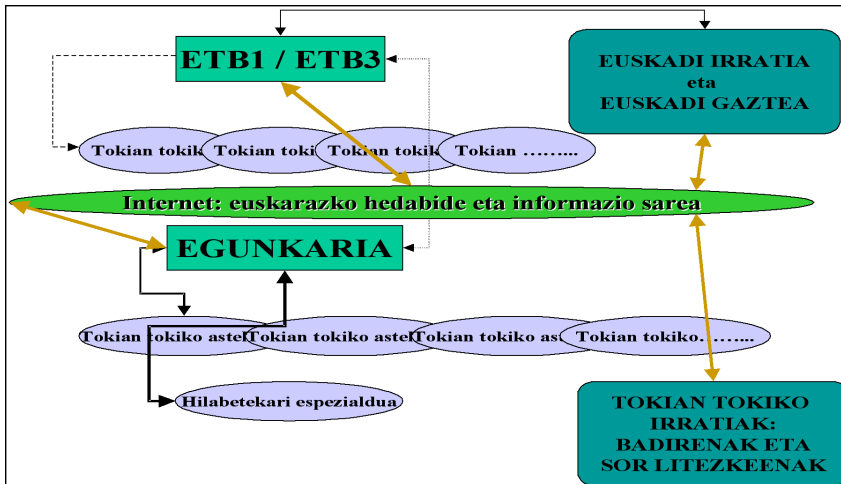


EUSKARAZKO HEDABIDEEN UNIBERTSOA [Ametsen mundua edo...]

◇ Telebista, idatzizkoak, irratia eta Internet. Oro har ez zait iruditzen eskaintzaren egitura asko zabaltzeko kontua denik. Ondoko grafikoan azpimarratu nahi nukeena:

- ETB1en osagarri ETB3 berria sortzea.
- ETB eta tokian tokiko telebisten arteko oreka eta osagarritasuna eginkizun izatea.
- Irratien arloan, Euskadi Irratiaren eta Euskadi Gaztearen aldeko apustuari indar berriz heltzea. Tokian tokiko irratiekiko lankidetzak moduak urratzea.
- Egunkari bakarra, tokian tokiko astekariak eta hilabetekari espezializatu bat kudeatuko dituenak.
- Hedabideon eskaintzaren osotasuna eta osagarritasuna Administrazioak eta herritarrek beti begien bistan izateko moduak eragitea.

- Hedabideen sorkuntza-lan guztia Interneteko zabalkunde eta erabilpen-modu berrietara egokitzea. Hedabideak Internetera biltzen den euskarazko sorkuntza eta ekoizpen-mundu horren oihartzun izatea.



◇ Prentsa idatzia dela-eta, orain arte komunikabideez oro har esan eta aplikagarri zaizkionak kontuan hartuz, proposamen grafiko bat landu dut.⁹ Ildo nagusi-nagusiak baino ez ditut marraztu. Letra lodiegia, badakit. Eta daukagun egoeraren errealitateari ihes egiten diona, hori ere bai. Nola-tukoa izan beharko lukeen euskal prentsak, Administrazioaren aldetiko bultzada jaso beharko lukeenak. Hona azal-azaleko zertzelada batzuk:

- Orrialde gehiegirik gabea, alderdi grafikoa asko landuz, euskara batu eta errazean idatzia. Gaien aldetik, informazioa eta bizipoza, urak bi isurietara banatuko dituena.
- Egunerokoa, baina bere babesean tokian tokiko asteroko edizioak kudeatuko lituzkeena, horietan euskalkiei eta hurbileko beste herri-hizkera batzuei leku gehiago eginez.

⁹ Ikus idatziaren amaierako grafikoa. Ia-ia jolas bat baino ez da, iritzi nagusi batzuk azpimarratzeko modu bat, inondik ere metodologia sendoago bat beharko lukeena proposamen-proiektu izatera iritsi beharko balu.

- Halaber, ongi aukeratutako gai espezializatuagoi leku eginez argitaratuko litzakeen hilabetekari bat ere bere egingo lukeena. Hizkuntzaren trataera jasoago batez.
 - Familia euskaldun guztietara helarazteko bideak urratuko litzakeena: harpidetza eta etxez etxeko banaketa ongi kudeatzeko modua bilatuz. Telebista eta irrati publikoak bezala, familia euskaldun guztietan egon beharko lukete produktu hauek.
 - Ordainketa eta publizitate bidez %60ean autofinantzatua.
 - %40an subentzionatua.
 - Entzule-kopuru gutxienerako bat ziurtatuz beti ere.
 - Beti ere negozio-plangintza zehatz batean oinarrituta eta hizkuntzarekiko atxikimendu enpatikoa gizarteratzeko helburu estrategikoarekin.
- ◇ Esanak esanda, erakunde, enpresa, unibertsitate, elkarte eta abarren ekimenez sortutako argitarapen espezialduak merkatuaren legera eramango nituzke nik. Beren eraginkortasuna eta bideragarritasuna kudeatzeko plangintzetara, baina norberari dagokion erantzukizunetik. Eta euskaldun jendearekiko komunikaziogintzan egiten duten ahaleginari abantaila fiskalen bidezko laguntza emanez, ekarpenaren eragin errealaren arabera.
- Telebista ekoizpenez kanpoko bideogintza, zinemagintza eta era honetako produktuen ekoizpenean eta bikoizketan, lehen ere aipatu dudana bezala, hezkuntza munduarekiko lotura lehenetsiko nuke, merkatuko salmenta edo zine-aretoetako kontsumoari begirakoa bezainbat edo areago.

EUSKARAZKO EGUNKARIA				
Orrialde-kopurua	0 - 6	6 - 12	12 - 24	24 <
Osagarri grafikoak	% 15	%25	%50	%70
Alderdi idatzia	% 15	%25	%50	%70
Batua - euskalkiak	% 100	% 75	%50	%25
Hizkuntza erraza	Oso erraza	Erraza	Standarra	Espezialdua
Orokortasuna	Batez	Zerbait	Oso	Erabat
Maiztasuna	Egunerokoa	Astekaria	Hilabetekaria	Aldiakoa
Tokian tokiko edizioak	Astekaria	Hilerokoa	Hiruhilekoa	Noizean behin
Batua - euskalkiak (Tokiko)	% 100	% 75	%50	%25
Hizkuntza erraza (Tokiko)	Oso erraza	Erraza	Standarra	Espezialdua
Gehigarri espezialduak	Astekaria	Hilerokoa	Hiruhilekoa	Noizean behin
Adin-targeta	14 - 25	26 - 50	50 - 65	65 <
Espezializazioa	Batez	Zerbait	Oso	Erabat
Espezializazioa (Gehigarria)	Batez	Zerbait	Oso	Erabat
Irakurle-kopurua	%10 >	%15	%20	%30
Dohantasuna	Erabat	Laurdena	Erdia	Hiru heren
Publizitatea	%10 >	%15	%30	%50
Subentzioa irakurleko	%70	%50	% 30	%10
Banaketa	Etxez-etxe	Kioskoa	Harpidetza	Ikastetxeak

ALLANDE BOUTIN

- **Garenaren neurria kontuan hartuz, zein eratako hedabideak lehenetsi beharko lirateke? Zein ezaugarritakoak formatuari dagokionez (prentsa idatzia, irratia, telebista, Internet)? Zein ezaugarritakoak formatu bakoitzean hartzaileei dagokienez, enfokeari eta edukiei dagokienez?**

Dauzkagun datu guztiak kontuan harturik ez nuke baztertuko hedabide bakar bat. Uste baitut denak beharrezkoak direla eta oraindik ere balio dutela, nahiz askotan iragarria den biharko mediai Internet dela. Baina irratia sortu zenean ere berripaperak desagertuko zirela esaten zen, eta telebistaren sorrerak prentsa idatzia eta irratia ezabatuko zituela. Gaur egun gauza bera komentatzen da Internet dela eta. Halere liburuek eta egunkariak iraunen dute oraindik ere, zeren une berri bakoitzari egokitzen baitzaizkio hedabide hauek eta beren publikoa aurkitzen baitute. Informazioa eta kultura zabaltzeko euskarriak azkenean metatzen direla konturatzen gara. Ikus Munduko Egunkarien Elkartearen aurtengo txostena: %2z (eta dohainik banatzen diren egunkariak kontutan hartuta %4,3z) emendatu da egunkarien banaketa 2006an!

Hau adierazirik, desberdinduko nituzke ikus-entzun alorreko eta idatzizko hedabideak. Baita ere tokiko eta Euskal herri osoko hedabideak. Eta publikoak eta pribatuak noski.

Azken puntuaz ohar bat: euskal publikazio gehienak, denak ez badira, publiko edo erdi publikoak dira. Merkatuko legeek soilik ez lukete permitituko euskarazko prentsa. Publizitate eta erosle/kontsumitzaileak falta baitira. 'De facto', euskarazko hedabideak publikoak dira, ala neurri handi batean

guttienez. Hau adierazi behar da, gauzak beraien tokian emateko nolabait (eta hau ez da kritika bat, egiaztatzea baizik). Orain arte botere publikoei esker bizi da euskal prentsa. Eremu berezia da, babestua, lagundua, kasik “perfusio pekoa”. Laguntza publikorik gabe ez genituzke izango eskuen artean gaur egun dauzkagun titulu guztiak.

Guztiz publikoak diren medioak, zerbitzu publikoko irrati-telebistak ditugu jende gehien biltzen dutenak gainera. Pentsatzekoa da neurri batean ikusentzuleen beharrak asetzen dituztela, beraz, nahiz hedabide hauek maiz kritikatuak diren. Hala da, edonon. Mendebalde osoan egiten den moduan, diru publikoz eta publizitatez finantzatuak dira. Hala izan da transizio demokratikotik gaur arte, eta Gernikako estatutua indarrean dagoenetik. Geroa segurtatua dute horrelako kultura-politika eramango deno behintzat.

Zerbitzu publikoa ez diren irrati-telebistek ere diru publikoa eta laguntzak behar dituzte. Publizitatez bakarrik ezin baitute iraun, eta are guttiago beren proiektua garatu. Baina gehienak tokiko proiektuak izanda, “subsidiaritate-printzipioa” aplikatzeko aukera aztertuko nuke. Hau da: hiri-hedabideak badira, hiriari edo hiriarteko elkargoari tokatuko litzaieke euskarazko hedabideak laguntzea.

Bailarakoak izanik, bailarari. Probintziakoak izanik, probintziari. Estructura politiko bakoitzak kulturaren arloan gaitasuna daukanez. Noski, “perekuaizio-sistema” pentsatu beharko da, tokiz tokiko desoreken zuzentzeko nolabait (izan daiteken euskararekiko ardura-eza konpentsatzeko, esaterako).

Gauza bera aplikatzen ahalko litzaioke prentsa idatziari. Interes orokorreko hedabideak (Euskal Herri mailakoak, alegia) diruz laguntzeko maila Eusko Jaurlaritzarena izan genezake. Nafarroako gobernu eta Iparraldeko euskararen aldeko hiriarteko elkargo zein Euskal Erakunde publikoaren laguntzarekin euskal erkidegoaz gainezko herrialdeei dagokienaz. Bertako edo tokiko interesduneko hedabideak laguntzeko, foru aldundi ala hiriak genituzke. Aiseago defini litezke lehentasunak, tokiko “kontsumitzaileen” ezauzgarriak kontutan harturik (adina, euskararen egoera, erabilpena ...). Horrek errestuko luke ere bai formatu, enfoke edo edukiren definizioen desinatzea. Ez bait da on “zentralismoz” eta aurre iritiz erabakitzea bertako irakurle eta ikusentzuleentzat zer egin behar den. Halere tokiko prentsa bultzatzaileek

ulertu beharko lukete bertakotasunari lehentasuna emanda, bertakoek beren gain hartu beharko lituzketela proiektuok. Koherente izan behar da. Benetan hain herri txiki den gurean, euskaradunen indarra kontuan harturik ene iritziz, luxuzkoa da bertako aldizkariak biderkatzea. Gainera, euskalkiei lekua eman behar zaielarik. Dagoeneko garesti ateratzen da euskarazko produkzioa. Oraindik ere garestiagoa euskalki batean zerbait argitaratu behar denean (hau esanda euskalkiak mesprexatu eta baztertu gabe).

Alabaina bertako izateko nahikundeak badu beste arriskurik: dagoeneko hain 'tribu' ezberdinez zatikaturik/osaturik (?) dagoen Euskal Herria, oraino zatikatuagoa eta txikiagoa bilakatzea, edo mantentzea behintzat. Lokala eta lokalista izateak ze ekartzen dio euskarari? Euskalkien izenean eta "bertako –egiazko (?!)– euskarak dakizkitenen betiko euskaldunen izenean" barreiu ibiltzeko kondenatuak ote gara, baita gure xokoan gertatzen denaren berri baizik ez izatea? Nora eramaten gaitu bertakozaletasun horrek? Ulergarria izan daiteke bertako jendeari bertako euskaraz idatziriko artikulua irakurterrezagoa izatea. Baina hori perbertsoa edo zitala izan daiteke: funtsean adieraz baitezake tokiko gaia tokiko euskaraz tokiko hedabide batean tratatzea guztiz normala dela. Eta munduko gaiak erdaraz eta nolaz ez, eremu zabalagoko hedabide batean baizik ez direla tratatzen ahal edo behar... Halakorik gertatzen da *El Diario Vasco* bezalako egunkarian: gero eta euskarazko artikulua gehiago badira (pozgarria, noski), baina beti bertako zerbaiti buruz. Politika "P" maiuzkulazko letraz idatzia, erdaraz. Ekonomia, kirol, gizarte alorreko gaiekin berdin. Salbuespenak: euskarazko zutabeak, euskal kultura eta iritzia. Euskarari bertakoa, eta erdarari mundu zabalekoa. Horrela, *El País*, *El Mundo*, *El Correo*, *Sud Ouest*, *Libération* eta abarrek gero oparoa dute gurean.

Berria eta *Argia* ditugu orokorrak eta Euskal Herri osora zabaltzen diren egunkari eta aldizkari bakarrak. Bakoitza bere arloan, monopolioa. On ote da? Astekariei dagokienez beste bi proiektu izan ditugu: *Aldaketa 16*, oso ale gutti saltzen duena. Eta *Zabalik*, DV-ko euskarazko gehigarria zena. Pena da aniztasunari begira haien arrakasta-eza. Dirua izan arren (*El Diario Vasco* eta *Cambio 16* talde sendoak eta ahaltsuak baitira), bi aldizkariak irakurleko nahikorik ez dute aurkitu/tzen. Hor ikusten da dirulaguntzek ez dutela "dena" segurtatzen. Aisegi zatekeen bestela...

Argiak azken urteotan indar izugarriak egin ditu panorama berriari egokitzeke: egunkari bat euskaraz sortuz gero, eta egunero, telebista-irradi euskarazko oferta sendoa izanik, astekariaren funtzioa/papela ezin zen aintzinako denboretakoa izan. Maketazioa baina batez ere edukia berpentsatu behar ziren eta astekaria izanik, berriak, informeak eta gertakariak benetan perspektibatzen eman behar ziren eguneroko euskarazko informazioa, beste iturriek ematen zuten bezala. Konpetentzia apur bat daukan espazio batean aurkitu zen *Argia*. Apustua zaila baina ederra zen. Eta asmatu dute *Argiako* erredakzioak. Nahiz sentsibilitate politikoa izan, idekia den astekaria egiten dute. Borondate oneko inork ezin du bere burua baztertuta senditu astekaria irakurririk. Euskal Herriko aniztasuna erabat kontuan hartuta dago. Euskal denarekiko maizegi faltatzen den autokritika-izpia badauka ere. E-prentsaren arloa ere ederki inbertitu du, arrakastaz dirudien bezala. Astekariaren nolabaiteko sendotasuna llaburki aipatutakoari esker erdietsi da.

Berria dela eta, inork ez lezake uka kazetaritzan, euskaraz lortu den maila. *Berria* neurri haundiz eredugarria da. Halere, deigarriak dira irakurlegoari eta batez ere ale-salmentari buruzko datuak. Irakurlegoa ahula dela azpimarragarria eta kezkarria da euskaldunen portzentaia gogoan izanik. Zergatik ote? Euskara zailegi delako? Gaitz delako eguneroko notiziak euskaraz irakurtzea? Ez delako “etxeko” euskara? Hots, bizi pribatuarena? Ala beste zerbaitengatik da? Euskaldunen parte bat ez dela indentifikatzen norabide politikoarekin? Geroari begira, *Berria* beti ere diruz laguntzen segituz, garaian aipatu zen “Eguna” bezalako proiektua berpiztu beharko ote da? Aniztasunari dagokionaz mesedagarria litzateke. Eta hau ez da politikoki *Berriaren* aurka aritzea, baizik eta irakurlego berri bat biltzeko eta bilatzeko. Erronka da euskaraz batere irakurtzen duten 364.300 lagunengana iristen entseatzea (edo parte batetara bederen). Hau da lehia, eta ez noski *Berriaren* edo kontrako konpetentzia sortzea. Horren egitea guztiz antzu eta desegokia izango bailitzateke.

Deigarria da, bestalde, txostenean adierazi bezala, esaterako, Araban irakurlego oso eskasa izatea. Alta, territorialki literatur irakurlegoa orekatua da. Euskarazko liburuen irakurleen % 25,7 Arabarrak ziren 2002an “Euskaldunen Egunkariaren” estudio baten arabera (*Argiak* Durangoko azokaren

karietara argitutako dossierrean dago bildurik datu hori). Zer esan nahi du *Berriaren* irakurleen % 7a arabarrak izatea? Pentsatu beharko dea probintziaka, edizio berezirik egitea, *Diario de Noticias* edo *Correo*-ko taldeek zein *Hitza*-k egiten duten bezala? Baina tokikeriarekin arriskua dugu berriz.

- **Lehentasunekin jarraituz, ba al da adinaren edo beste faktoreren baten arabera lehenetsi beharreko kontsumitzaile-talderik?**

Gure alboan dagoen Frantzia, arrakastatsuak diren hedabideak, “espezializatuak” dira. “Prensa magazine” deitzen den alorretakoak. Baita ere, adin zehatzei zuzentzen zaien prentsa idatzia: hirugarren adinakoei, gazteei, nerabeei, haurrei. Emazteei eta berrikiago baina sendoki gizonezkoei zuzentzen zaizkien aldizkariak (moda, osasuna, psikologia, haurren heziketa eta horrelako gaiak tratatzen dituzten aldizkariak, emakumezkoenak bezala). Euskarazko hedabideei dagokienez euskararen egoera kontuan harturik, irakurleko potentziala bada adin handikoei eta ttikiei begira, adinka euskaldunen kopuru handienak direnez. Haur aldizkariak baita egunkariak indartu behar lirateke. *Ipurbeltz* edo Ikastolen Federakuntzak argitaratzen duen komikia bezalako eskaintzak, Iparraldeko *Nanai* (Lehen *Txirrista* zena) eta *Pika* kontuan hartzeko esperientziak dira. Frantzia bada *Mon petit quotidien*, ene egunkari txikia alegia, eskoletan banatzen zein harpidetzaz zabaltzen den berripapera. Xedea da gazteengan irakurzaletasuna eta informazioaz interesa piztea. Edozein gai eta dossier politiko, ekonomiko eta kultural jorratzen dira gazteei moldaturik, eta funtzionatzen du. *Berriak* eskaintzen duen *Mantangorri* antzeko produktua da, baina egiazko egunkaritxo bezala pentsatua. Bestalde, jubilatuei begira aldizkari espezializatua asma liteke, betiere belaunaldien arteko loturak indartuz eta erraztuz, hots, adin ederra deiturikoa ghetto batean eman gabe.

Normalizazio-bidean *Entzun* musika-aldizkaria eredugarria da. Eredugarria, zeren euskarazko aldizkari hau irakurririk, ez baita erdal iturrietara jo behar musikaren aktualitatea jakiteko (klasikoarena salbu, baina hau ez da *Entzun*-en esparrua). Espezializatua den aldizkaria dugu, musikazaleei zuzendua, eta neurri handi batez gazteei ere bai, baina ez bakarrik, ez baitu sasi mugarik eraikitzen belaunaldien artean. Zabala da: jazz, folk, rock, musika

elektronikoa aipatzen direnez. Diskografia eta musikarien berri ematen da oso-osoki. Frantziako *Les inrockuptibles*-en antzekoa da.

Maiz entzun dugu euskara “salbatua” izango dela futbolaz zein autoez aldizkari edo egunkari deportiboak euskara hutsez izango ditugunean. Beneran aurrerapausurik izanen ote da hau? Besteak bezalakoak izan behar ote gara? Zergatik orduan beti aipa gure “ezberdintasuna”? Halako euskarazko produkturik egitekotan –eta, zergatik ez azken finean, kirolean espezializatu–, aldizkari edo egunkari ezberdin bat asmatu beharko zen (deporte ahal bezain ezberdinak aipatu beharko lirateke, eta ez betiko diru erregearen menpe daudenak; giza baloreak defendatuz, hots “kirola bizi eskola” –renak!). Oferta zabalagoa eta ezberdina izango genuke euskaraz, baita euskal senaz egina. Hots erdarazkoaren itzulpena izango ez zena.

Orain zerbait lehenesterakoan, dudarik gabe gazteei buruzko aldizkariak eta egunkariak hautatuko nituzke. Alfabetizatuak direnez, euskara batua onartzen dute: euskalkien “auzia” konpondua daukate. Eta beren bertako informazioen gosea, gaurko helduen antzekoa ez delakoan nago: mundializazio-kumeak dira. Sustrai sendoak izanik, Euskal Herria bere osotasunean dakusate, eta munduari so egiten diote. Espero daiteke “hiper” tokian tokiko hedabideen beharrik ez dutela izango. Horrela gainera, dirulaguntzak Euskal Herri mailan ematen ahalko lirateke nagusiki.

- **Ezinbestez minoritarioak diren aldizkariak (aldizkari espezializatuak, eliteei zuzendurikoak) behar al dute arreta publikorik?**

Aldizkari espezializatuak direla eta, eliteei zuzendarikoak ezinbestekoak dira, dudarik ez. Euskarari “nobleziazko letrak” ematen dizkiote. Literatura nola zientzia alorrean. Azterketak eta ikerketak ere euskaraz izan behar dira. Eta dibulgazioa euskaraz segurtatu behar da. Nahiz irakurleko gutti izan (baina gauza bera gertatzen da erdaraz), lagundu behar da prentsa hori. Ekonomikoki errentagarria ezin du izan. Bere interesa ezin da kuantatiboki neurtu. *Elhuyar*, *Egan*, *Jakin*, *Bertsozale*, *Hik Hasi* edo Ikastoleen federakuntzak argitaratzen duen *Ikastola* aldizkaria ditugu nagusiki sail honetan sartzen diren aldizkariak. Zer esanik ez *Habe* eta *Aizu*-ri buruz! Baina ez al da kezkarria ere bai, hainbeste jende euskara ikasten ari delarik, hizkuntza ikasten oso

modu erakargarritz laguntzen duten aldizkarien ale gutti saltzea? Penagarria da benetan, eta berriz ere gure inkoherentziaren seinalea delakoan nago. Arras paradajikoa da, oro har, gure egoera. Orduan bai, ezinbestez, arreta publikoa behar dute hedabide hauek. Eta boterebotere publikoen ohorerako da ere.

- **Zein da tokian tokiko prentsaren aukerarik egokiena epe erdira begira: egunkaria ala aldizkaria?**

Tokian tokiko prentsaren aukera egokiena aldizkariarena da; astekariarena alegia, irakurlegoa fidelizatzeko hilabetekoa baino egokiagoa baita. Egunkaria egiteko, mamia behar da, eta tokian tokiko notiziez eginiko eguneroko berripapera zail ikusten dut. Hurbiltasunaren beharra ulertzekoa da, baina berez “mugatua” da. Bada hiperlokalismoan ixteko arriskua. Horrek ez du esan nahi toki batean gertatzen denak auzokoak interesa ez ditzakeenik; eredugarria izan daiteke toki batean garatzen den proiektu bat. Eremu zabalagoko hedabideek asmatu behar dute halako berririk nola tratatu bertakoei nolaz “besteet” interesgarria izan dakien. Bertakoek nolaz “besteek” bere egin dezaten notizia, eta norberak bere burua ezagut dezan emaniko notizian. Azken finean, kazetariei tokatzen zaie ere hiperlokalismoari alternatiba ematea.

- **Zertarako (zein kontzeptutan, alegia) eman beharko lituzke laguntza, bultzada eta babesa administrazioak? Nola uztartu *merkatuan lehiatu beharra* (eta, beraz, lehiatzeko moduko produktua izatea eta lehiatzen jakitea) eta administrazioaren laguntza, laguntza *morrontza bihur* ez dadin? Diru-laguntzak jasotzeko denbora mugatu beharko al litzateke, esaterako ikusi arte kontsumitzaileek onarpena ematen dioten ala ez produktu bati?**

Berpizten ari den hizkuntzaren izenean administrazioak bultzada eta babesa eman behar du. Hebreeraz Israeldarrek egin duten moduan edo Quebetarrek frantsesaz. Hautu politiko bat da, eta jendeari ordaintzen diren zergen parte bat zertarako eta nola erabilia den ongi esplikaturik, herriak politika hau uler eta sustenga dezake. Baldin eta euskararen berreskurapena lehentasunetako bat bazaio (Irlandan ez da sekulan izan).

Bestalde, dirulaguntza publikoak ez du morrontza bihurtzen, baldin eta gauzak argi badira: botere publikoa ez bada inolaz ere sartzen erredakzio-politikaren proiektuaren definizioan, eta ez badu edukiaren kontrolik egiten (salbu eta ohiko arauak errespetazen ez badira: arrazakeria, indarkeria, edo erailtzeko deien kasuan esaterako). Baina dirulaguntza publikoek ez dute inoiz suposatu eta eragin behar inolako kontrol politikorik. Definizioz eta izatez, publikoak baitira. Denentzako izan behar dira. Aurreiritzirik gabe banatu behar dira.

Halere, diru publikoa ez baita edonolaz xahutu behar, proiektuen serio-tasuna azter daiteke beti ere. Horrek suposatzen ote du proiektu editorial bati epe bat eman behar zaiola bere publikoa atxeman arte? Bai, dudarik gabe, baina epe luzea, zeren dakigunez denbora behar du hedabide berri batek bere “merkatua” finkatzeko. Segurtatu beharko litzaioke publizitate-kanpaina bat baino gehiago, eta esan bezala astia eman, hedabidearen maiztasunaren zein edukiaren arabera. Eta, ezer hasi baino lehen, hedabidearen oihartzun potentziala azter liteke hain segur. Benetan existitzen den edo sor daiteken behar bati eskaintza berriak erantzunen ote liokeen adieraz lezakete inkestek eta azterketek.

Bestalde euskarazko hedabide bat merkatuan lehiatzea oso zaila dakusat oraindik ere. Goizegi da erdarazkoekin lehiatzeko. Eta euskarazkoen arteko konpetentzia momentoko ez da. Sor daitekea? Beharrezkoa litzateke, baina ikusi dugu jadanik nolaz “abertzale” ez den kulturatik datorren *Aldaketa 16* deitu proiektua ez den guztiz arrakastatsua izan. Benetan errealitatea bes-telakoa ote da? Egiaztatzea besterik ez da.

- **Zein da gure euskal merkatu txikian gutxieneko gisa onartuko genukeen irakurle kopurua prentsa idatziko (eguneroko nahiz aldizkari) produktu batek eta irrati nahiz telebista batek interes publikoari erantzuten diola esan ahal izateko?**

Ez dut uste interes publikoa neur daitekeenik kopurua soilik kontuan izanik. Esaterako, musika edo kultura irrati publiko batek, Espainian zein Frantzian, ez du audientzia handirik lortzen. RNE klasikoa zein France Culture edo France Musique publiko zabaleko hedabideak ez dira. Hala ere zentzua du

halako irratien egiteak. Arazoa da, lehen aipatu bezala, halako proiektu bati hurbiltzeko jendeari giltza ematen ote zaion. Museoetako ateen irekitzearena bezalako da hedabide hauen “arazoa”: elite bakar bati erreserbatu ahal zaizkio erakustokiak zein Kultura “K” handiz emanda? Denonak direlako apustua egiten ote da? Leku hauek zein emisore kulturalak erakargarri bihurtuz, bulgarizazio-lan bikaina egin daiteke. Gainera, euskarak halakorik behar du (Guggenheim, Chillida-Leku, horren lekukoak dira, kulturari dagokionez).

- **Internet arreta berezia eta lehentasuna zor zaizkion medioa al da? Gure artean gazteak eta euskaraz eskolatuak izanik Interneten kontsumitzailerik gehienak, gazteei bereziki zuzenduriko eskaintza-aren bat bultzatu beharko ote litzateke Interneten? Zein eratakoa?: messenger euskaraz, webgune ludiko interaktiboak, informaziorako webguneak, bestelakoak.**

Internet, noski, kontuan hartu behar da, eta garatu! Euskarak ezin du iraultza tekniko-ekonomiko-kultural hau huts egin. Eta, dagoeneko, ez du trenan pasatzen utzi. Euskarazko hedabideek eskaintza zabal eta ona proposatzen dute sarean: *Berria*, *Hitza*, *Argia*, *EITB*, besteak beste, horren lekuko dira ...

Eta 2. puntuan aipaturiko haur eta gazteentzako hedabideek sarean sartu behar lukete, hau baita, dirudienez, gazteei gehien gustatzen zaien euskarria. Halere, eskoletan ere berripaper, irrati nolaz telebista erabiltzen irakatsi beharko litzateke gazteei. Ikuspuntu kritiko batetik noski, Internetekin bezala ... Irakurzaletasuna piztu beharko litzake; liburu edo egunkari bat eskutan izateko plazera; horren usaina eta ukitzeko sentsazioa. Pausatu/utzi daitekela eta berriz hartu. Atzera joan, zerbait berriz irakurtzeko beharra bada. Eta zerbait inportantea azpimarratzeko aukera badela, pasartea azpimarratuz. Idatzizkoa norbereagoa dela. Eta hori Internet batera baztertu gabe, garaikidea izateko.

Gazteei (eta heldu batzuei) ulertarazi beharko genieke aurreko euskarriek balio dutela oraindik ere. Jakitate bezala, euskarriak metatu behar direla. Eta prezio/balio dutela hedabideek. Lan asko dagoela entzuten, irakurtzen edo ikusten denaren atzean.

- **Merkatuan lehiatzeak autofinantzaketa berarekin darama, eta autofinantzaketak publikoaren onarpena eskatzen du nahitaez. Onarpen horrekin batera doa, ordea, publizitatea ere. Publizitatea lortzen laguntze aldera herri-aginteez neurri berezirik hartu beharko ote lukete? Euskararen balioa eta prestigioa aireratzera zuzenduriko ekintzez gain, arlo fiskalean, adibidez, zerga-onurak eskainiz publizitatea sartzen duten entitateei.**

Publizitateari dagokionez, euskararen balioa eta prestigioa aireratzea ongi iduritzen zait. Hala ere gaur egun, "saltzaileek" euskararena ez badute ulertu, orduan arazo larria daukagu. Transizio-garaian Coca Colak dagoeneko euskaraz ipini zituen "Coca edan!" ostatu-ate gaineko iragarkiak edo kartelak. 30 urte ondotik, publizitate-munduan aurrerapausu esanguratsua emanak ez badira, daukagun pisu eskasa dela kausa besterik ez da. Ez dut uste beraz, botere publikoen errua denik. Euskal erosleen ezaxolakeriaren ondorioa besterik ez da. Bankoek esaterako beren serbitzuak eta iragarkiak euskaratzen jakin izan dute, bezeroak atxikitzeko ... Noski erakunde politikoek laguntza tekniko eman lezakete, baina nire aburuz, inolaz ere arlo fiskalean zerga-onurak eskainiz. Iragarkien euskaratze-prozesua diru publikoz laguntzea ilauna bezain gaitzikor iduritzen zait. Dirua dagitenez ez dute sos laguntzaren beharrik. Alderantziz egingo nuke, legalki posible balitz, Quebecen bezala, euskaraz iragarkiak nola komunikazio guztia euskaraz egitea behartzea edo "gomitatzea". Bestalde, berriz diot euskaldunen esku dagoela aldekoa izan daitekeen indar-erlazioa sortzea. Enpresak eta dendak euskaraz egitera "behartuak" sendi daitezten.

Hobe da, dudarik gabe, publiko zabal bat nekez bilduko duen literatur zein zientzia aldizkari bati dirulaguntzak zuzentzea esaterako, publizitate pribatua euskaratzen laguntzea baino.

Azkenez, botere publikoek euskal hedabideak beste modu batez lagun litzakete. Hau da: inkestak eta galdeketak eginik, jendeak ezagutzeko gura lukeen egunkari edo aldizkari bati buruz. "Deskubritze" sistema bat asma leike, harpidetza "lagundua" eskainiz, epe labur zein ertain batez. Hain zuzen ere, zaletasuna pizteko.

- **Egin al daiteke euskarazko hedabideen mapa ideala-edo izango litzatekeena? Zein litzateke mapa hori txostengile bakoitzaren iritzian? Beti ere, jakina, euskal hiztunok garenaren –eta kasurik onean izan gintezkeenaren– neurria kontuan hartuta.**

Mapa ideala aniztasunarena litzateke. Zeinean, Euskal Herria gaur arte bezala euskaldunduz joan ahala, ideologi edo sensibilitate ezberdindun hedabideak sortuko bailirateke. Eta benetan ez dut ulertzen nolaz ez den erdiesten hasia. Mapa ideala euskaldunen esku dago, eta ez horrenbeste botere publikoen esku. Baietz ulergai dira *Berría*, *Argia*, irrati-telebistak eta aldizkariak. Batez ere alfabetaturik eskola-mota guztietarik atera diren euskaldunentzat. Baina hauek erdarazko hedabideak nahiago badituzte, orduan euskarazko hedabideak egiten dituztenek badute zer pentsa eta zer aztertu.

- **Argitaletxe, editore eta idazle sare zabala daukagu euskaraz, oso zabala. Euskaraz irakurtzeko joera asko ugaldtu da azken 20 urteotan. Euskaldunaren irakurzaletasuna piztu eta liburuaren truke diru bat ordaintzeko prest egotea lortu bada, zergatik ez da lortu gauza bera prentsarekin? Zergatik baloratzen da euskarazko eleberrigintza, baina ez prentsa, ez behintzat neurri berean?**

Erantzunik gabe gelditzen naiz... Puntutxo bat halere: aipatzen den bitxikeria hori ez ote datza azkenean euskarazko kazetaritzan dagoen konfidantza ezean? Batere justifikatua ez dena, baina ... Batek baino gehiagok pentsatzen du euskal prentsan ez dagoela erdal hedabide “handietan” bezala, Espainiako, Frantziako zein mundu zabaleko notizien ongi segitzeko sare finkorik. Alta, “frentera” bidaltzen dira euskal kazetariak (baina ez aski). Eta ondo egiten dute lana. Gaiak euskal ikuspuntu batetik trataturik gainera. Esan nahi baita, euskal sensibilitate batez. Eta bada, bai, euskal sensibilitate bat.

Mundu zabaleko albisteak aipatzen direnean, maizegi erdaraz idatziriko notizia euskaratuak argitaratzen dira. Hau ez da nahiko. Horretan esfortzu gehiago egin behar da. Munduko herri batean zerbait gertatzen denean, bertan korrespondentzialak ez daudenean, kazetarien bidaltzeko politika lagundu beharko litzateke. Aipa daiteke, halaber, euskal agentzia baten sorreraren

beharra. Euskaraz notiziak argitaratuko lituzkeena. Hots, Euskal Herriko mailan Efe edo Afp agentzia bat. Askotan euskal kazetariak zerbitzu horren falta senditu dute. Beren lana ez baita itzultzaile batena.

Bestelan, berriz ere diot, hedabideak egiten dituztenei galdetu behar zaie nola esplika daitekeen liburugintza eta prentsa idatziaren arteko alde handi eta kezagarria. Zeren ez baitzait oso normala iduritzen hainbeste jende kalean izatea (guztiak euskaldun ez zirela kontuan harturik noski!), *Euskaldunon Egunkaria* itxi zenean, eta gaur egun 22.000 aleko tirada izatea. Hor gaizki doan zerbait bada. Irakurlego potentziala bada, eta ez da erakartzen. Zergatik? Euskararekin loturik dagoen zerbait ote da? Psikoanalizatu beharrekoa? Ala edukia dea problema, ala doinua, ala ideologia?

- **Prentsa idatziko produktua, edukiari dagokionez, ez ote da astunegi, gai sozialpolitiko serioekin eta jarrera politiko ildo (ia) bakarrekoe-kin identifikatua? Ez ote litzateke oro har produktu arinagoen aldeko apustua egin behar?**

Jadanik gainontzeko hainbat puntutan adierazi dudana ez dut errepikatuko. Baina bai badut uste arazoren bat dagoela analisi politikoekin eta politika editorialarekin. Hots, mihian bilorik gabe mintzo bagara, PP zein PSE-ko euskaradun batek oro har ez du irakurtzen gaur egun euskarazko prentsa; “euskal munduak” nagusiki erreinbidikatzen dituen proiektu politikoarekin nekez bat egin bailezake. Egiaztatze horrek noski ez die hedabideei zilegitasunik kentzen, baina errealitatea hala da. Orduan nola euskal prentsarenganatu jende hori? Hau da, nire aburuz, galdera. Heldutasun eza ala normalizazio eza ote da? Noski, historikoki esplika daitekeen egoera da; baina bada garaia horren aldatzeko. Espainera nolaz frantsesera denonagoa da euskara baino. Hor paradojiko da berriz ere aipa dezakegun *Aldaketa 16* astekariarena. Ez da hedabide abertzalea, bai ordea euskarazkoa (baina euskalduna ote, ala neurri handiegiz euskaratua?). Dena den, ez du bere publikoa aurkitzen. Eta hau desesperante samarra da: alde batetik, batzuek euskal prentsa kritikatzeko baitute abertzaleegia delako; eta, bestetik, ez baitute irakurtzen kultura politiko hori ez daukan aipatu astekaria.

Azkenez, “gai astunegiarena” ez dut uste dagoenik. Erdaraz halakorik aipatzen denean, “intelektuala” den oro baztertzeko erabiltzen da. Jendea heldua da eta “gai serioak” irakur ditzake. Beti ere anitza eta modu atseginenez idatziak eta aurkeztuak baldin badira. Alabaina, euskaraz prentsa idatzi irakurterraza egiterakoan, dohainik edo urririk banatzen den *20 minutu* edo *Metro-ren* antzeko proiektua gara liteke. *Hitza* bezalakoa. Nola finantzatu? Gakoa, berriro, publizitatea; baina euskal prentsaren alorrean lortzeko zaila. Tokiko egunkari dohainak egin daitezke. Zaila izango da nahiko iragarki atxematea Euskal Herri mailako produktu bat sortzeko eta biziartzeko. Botere publikoen laguntza ezinbestekoa izango da berriro.

- **Zergatik ez dio irakurle euskaldunak erdarazko prentsari ematen balio bera ematen euskarazkoari, eta jarrerarik naturalena iruditzen zaio euskaraz irakurtzen duguna debaldekoa izan behar duela eta, aldiz, erdarazkoa ordaindua?**

(Ikus aurreko erantzuna)

- **Euskarazko prentsa indartsuaren aldeko apustua egiterakoan bat datoz eragile guztiak, nahiz pribatuak hala publikoak. Egunkari eta astekariei garrantzi handiena ematen eta, bitartean, telebista, irrati eta Interneti bigarren mailako garrantzia aitortzen jarraitu behar al dugu? Ikus-entzunezkoei arreta handiagoa eskaintzeko ordua ote?**

Arazoa da telebista oso hedabide garestia dela. Zerbait duin egin nahi bada bederen eta ez irrati telebisuala. Hots, irudi gutxi eta estudioetan eginiko berritiko emankizun “merkeak” proposatzen dituen telebista egin nahi ez bada. Eta, nahiz euskaraz pentsaturik, hiper tokian tokiko telebista edo irratiak biderkatzearen abantaila ez dut oso argi ikusten. Euskarak “airea” behar baitu nire ustez. Erroak edo sustraiak gehiegi aipatzen dira. Sustrai sendoak izan ki, enborrak gora joan behar du eta adarrak zabaldu. Lau haizeetara. Hats hartzeko, bestelan itoko da euskara. Zabaltasuna eta aniztasuna behar dira. Berriz ere diot munduan gaindi ibil daitezela euskal kazetariok, irrati, telebista eta prentsa idatzirako. Noski dagoeneko egiten da neurri batean, baina

gehiago behar da. Kostua dauka horrek. Zergatik ez lagundu beraz, jadanik aipatu bezala?

Bateratzea dela eta, Iparraldeko egoerari begira diezaiogun: lau irratia libre euskaldunek bat egin dute hasierako denboretako eskaintza zabala goa izan dadin. Aurrerapauso garrantzitsua, zeren 14.000 bizilagun baizik ez dauzkan Xiberoan, benetan nola egin egun osoan emititzen den irratia interesgarri bat? Hatsu eta freskura galtzen ez dituen irratia? Denboran urrezko pipitak eman zituen jadanik. Baina gaur egun askoz aiseago zaio gai eta eman-kizun landuagoak egitea, Nafarroa Behereko Irulegiko irratia eta Lapurdiko Gure Irratia zein Bidasoako Antxeta irratiekin bat egin eta gero. Bakoitzak atxikitzen ditu bere nortasuna, estiloa eta euskalkiaren zaporea eta lurrina baina, federazio gisa ibilki, indartsuagoak dira. Gainera on da euskararentzat, zeren euskalkiak horrela nahasten baitira eta entzuleak alboko hizkerarekin ohitutzen baitira. Lehenengo mintzairen arteko mugak hausten dira. Aberasgarria da zentzu guztietan. Eta “bertakeriaren” arriskua ekiditen da.

Dirulaguntza-politika batek batzera edo behintzat lan amankomunetara eraman behar lituzke bertako hedabideak. Ikus-entzunezkoei arreta handiago emateko modu bat liteke.

Interneti dagokionez, erredakzio eta programazio proiektuak lagundu beharko liriateke. Zeren, azkenean, Internet, berez, euskarria da. Besterik ez. Edukiak du inportantzia. Lekuineko herrian kokaturik dagoen Radio Kultura eredugarria zait alde horretatik: musika, antzerkia, literatura eta gizarte-gaiak lantzen dituen web-irratia dugu hau. Oso ahalmen ekonomiko urriekin lan duina dagite, erakargarria. Guttirekin gauza handiak egiten dituzte. Horrelako proiektuak garatu beharko liriateke. Baina, berriz ere diot, edukia da gakoa edo giltza.

Orain ez dakit prentsa idatziari kasu gehiegirik egiten ote zaion ala ez. Egia esan, idazkia oinarria da; horregatik lagundu behar da. Bestalde, kontua da zer eskaintzen den.

- **Sektore atomizatua da euskarazko prentsarena: eragile asko eta baldintza ekonomiko eskasak. Nola metatu indarrak, monopolioetan erori gabe eta anizkoiztasuna bermatuz? Birmoldaketa behar**

duen sektorea al da euskarazko hedabideena? Eragile gutxiago baina indartsuagoak, lanpostu gutxiago baina baldintza hobeetakoak, irakurleen gogoaren arabera produktua, monopolio arriskuak ekiditen dituen jardunbidea... puntu horiek eta beste zenbaitek (esan zeintzuk) osaturiko hezurduraren arabera gogoeta estrategikoari ekin beharko ote litzaike?

Dagoeneko bada monopolioa. Informazio orokor alorreko egunkari eta astekariei dagokienez behintzat. Azken finean, egoera ez ote da eroso? Tentazioa izan daiteke, bakarra izanik, euskal prentsaren mundutxoko zentroa bilakatzea eta horrela iraun nahi izatea. Euskararen demokraziarentzat ez dakit on ote den.

Kontestu honetan, eskerrak *Berriak* aldatzen, egokitzen eta moldatzen jakin izan duela. Gehigarri ekonomiko aspaldidanik proposatzen du, baita web-era ederki pasatu da, *Hitza*-ren eskaintza ahaztu gabe. Oso eskergarria den garapen-politika daramate. Eta maila ona dauka *Berriak*. *Argiak* egiten jakin izan duena ere bai. Sektore hau da, beraz, laguntza gehien biltzen duena. Ulergarria da, salmentak eta pisu ekonomiko soziala kontuan harturik. Eta, ikusi dugunez, zaila da beste proiekturik sortzea.

Atomizatuagoa dago, berriz, bertako hedabideen sektorea. Eta, berez, hala izatea nahi izan dute horren bultzazailerek. Indar-metatzea zaila ikusten dut orduan, baldin eta lehenasuna bertakoa izatea bada... Ala hautatzen da aurreko puntuan aipaturiko Iparralde eta Bidasoa aldeko euskal irratiek hartutako bidea.

Ulergarria date gogoeta estratejiko egitea. Baina, ene iduriko, hedabideetarik abiatu behar da. Bestelan botere publikoen kontrolatze-nahiaren susmoa hedatuko delakoan nago. Horrelako egonezinaren beharrik ez dago. Demagun Bizkaian, euskarazko irratiek ez badute senditzen elkartzeko beharra, zer?

Euskarazko prentsako arduradun eta aktore guztiekin ze panorama diseinatzen ahal den aztertzeko biltzarra antolatu beharra dago. Eta, hori egin baino lehen, dagoenaren balantze kritikoa egin behar da. Hau ez da izango dagoenaren epaia. Antzu izango litzateke hori. Erronka da, zinez, nola erakarri

euskaraz irakurtzen, entzuten eta ikusten ez duen gehiengo euskalduna: zeren beha dago? Aniztasun politiko kulturalaren arabera, zer espero du? Eta zergatik ez du bat egiten orain arte proposatzen denarekin?

Hau da aztertu, ikertu eta ulertu behar dena. Komunikabide bakar baten pentsa ez beza bere aurkako estrategia dagoenik! Bizi dugunarekin konformatu ote gaitzkeen galdetzea besterik ez da. Ainitz diru publiko euskal prentsan inbertitzen da. Eta dirulaguntza publikoak ezin dira putzupekorikoak izan. Nora goazen eta zergatik horrela goazen benetan aztertu behar dugu. Erantzunak euskal eta euskararen demokrazia zer izan daitekeen eta zer nolakoa nahi dugun adieraziko du.

- **Erdara nagusi duten hedabideetan euskarari sarbidea emateko zein bide urratu beharko litzateke?**

El Diario Vasco-k aintzinako *Zabalik* zein *Gara*-k *Gaur* 8-rekin egin hautua interesgarria da zeren euskarari egiazko lekua eskaintzen baitzaio. Hots, zerbait ezberdin, eta benetan gehigarria dena. Pena da *Zabalik*-en kasua, historia bukatua baita, baina behar bada, gaiak ez baitziren *Gaur* 8-n bezalakoa. Esan nahi baita, notiziak edo aktualitateari nolabait lotuak. Berdin sobera ziren “magazine” antzeko artikulak, eta hortarako hilabetekaria da euskarri egokia, baldin eta horrelako gaiak ez bada osatzen aldizkaria edo gehigarria. *Gaur* 8, produktu “autonomoagoa” da. Esan nahi baita, berez, osoa eta osatua dela. Denetarik bada. Eta ez bakarrik aintzinako ohiturez edo bertsoez eta literaturaz aduratzen dena. Berriki, esaterako, Frantziako hauteskunde presidentzialei buruz oso artikulua landua zekarren *Gaur* 8-k.

Erdara nagusi duten hedabideetan, zerbait euskaraz egin orduko, benetan balio izan behar du kronikak; edukiaren aldetik diot. Funtsezko gaia izan behar du. Eta ez bakarrik euskal kulturari buruzkoa edo herri kirolez. Bestela, euskara gehiegi folklorizatzen da, eta hizkuntzak ez du horren beharrik.... Euskaraz tratatzen denak ez du erdarazko edukiaren ilaburpena izan behar. Horrek ez du funtzionatzen. Egiazko notizia izan behar du, erdarazkoen artean, euskarazko gehigarri oso bat egiten ez bada. Nahiz erdal hedabidean leku txikia izan, euskarazko artikulua, kronika edo erreportajeak –telebistan, irratan zein prentsa idatzian– euskal unibertso txikia sortu behar du. “Plus”

edo "gehi" bat izan behar baitu. Zerbait berezi eta esanguratsua eskaini behar dio irakurle, entzule edo ikusleari. Bestela ez du balio.

Baina horren egitea hedabideari tokatzen zaio. Nagusiki erdaraz kale-ratzen bada, euskaraz zerbait egiteagatik diruz lagundu behar ote da? Berdin bai, baina baldin eta gehigarri oso baten kasua bada. Berriz ere diot, *Zabalik* edo *Gaur 8* bezalako proiektuak. Lehentasuna, bestela, euskara hutsezko hedabideek.

AINGERU EPALTZA

Ez da nolana hikoia 1975etik hona euskal hedabideek urratu duten bidea. Gure oraingo egoera askiesten ez dugunok oroimena lanean abiatzeko ahalegina egin behar genuke noizean behin, eta nondik heldu garen gogora ekarri. Ez dugu oihan joria ikuspegian, baina gu, inondik etortzekotan, basamortutik gator. Ikusmolde motza erakutsiko luke azken hiru hamarkadetan irabazitakoa gutxiesteak. Anitz egin da eta, egin direnetarik, ez gutxi, ongi.

Txanponaren ifrentzuari ere begiratu behar zaio, dena dela. Hedabideak ezinbertzeko tresna ditugu hizkuntza-komunitatea trinkotzeko. Hiztunak elikatzen dituzte eta hiztunen arteko harremana sortzen. Edozein hizkuntzaren osasuna –den gutxituena izanik ere– loturik dago hizkuntza horretan berean ekoizten diren hedabideen osasunari. Tamalez, alde horretatik ez gaude errepikan hasteko maneran. Gure hedabideen kontsumo-maila aski urruti dago hizkuntzaren iraupena segurtatzeko erabakigarriak izatetik. Izan, badira, baina haien eragina urria da zorioneko euskal komunitatean. Ahul eta abantzu ikusezin dira erdal itsaso gero eta zabalagoaren erdian.

Oker horrek nekez izanen du zuzenbidea, zergatietan sakontzen ez badugu.

Ez da gustuko gaia gure artean. *Euskaldunon Egunkaria*-ren eta *Egin Irratia*-ren itxierak gertatu dira. Nafarroako Gobernuak *Euskalerria Irratia* legezatu gabe du beti, eta azpijokoan ari da Mendialdean tokiko euskarazko telebistatik izan ez dadin. Inolako laguntzarik ez du ematen, gainera, Mendebaldeko hedabideak gure etxeetara normaltasunez ailega daitezen. EAEn, berriz, sektorekoak kexu agertu ohi dira, Jaurilaritza ez delako, itxura denez, behar bezain eskuzabala bere diru-laguntzetan. Mila traba, oztopo

eta katramila aipa daitezke, erro eta etorki ezberdinetakoak, batzuk bertze batzuk baino larriagoak. Haatik, horiek guztiek ez dute errealitatea ezkutatze bezain pisu handia: hedabide bat kontsumitzea ekintza libre izan ohi da. Orokorrean, erran dezakegu orain eta hemen inork ez gaituela behartzen halako irrati bat (ez) entzutera, halako telebista bat (ez) ikustera edo halako egunkari edo astekari bat (ez) irakurtzera. Alabaina euskaldunek, nagusi-nagusiki erdal hedabideak hobesten. Ez inork behartzen gaituelako, horrela nahi dugulako baizik. Gure hedabideek ez baldin badute behar luke ten segimendua, hortaz, errua ez da euskararen kontrako konspirazio kosmikoarena. Horretan ere, *euskaldunek berek dute falta*. Edo/eta euskarazko hedabideek berek.

Eusko Jaurlaritzako Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzak gai honen gainean gogoeta egiteko gonbit egin digu. Estimatu dago konfiantza. Horren ondotik heldu da honen emaitza. Poztuko ninduke zerbaitetan baliagarria izateak.

INKESTA, HANKAMOTZ

Gure gogoeta nola edo hala abia dezagun, Jaurlaritzak 2006ko maiatzean egin dako inkesta igorri digu. Euskarazko hedabideen egoeraren nolabaiteko argazkia eskaintzen digu lan horrek. Nolabaitekoa diot, nabarmen baititu gabeziak.

Lehen-lehenik, inkesta ez da Euskal Herri osoan egin, EAEn bakarrik baizik. Horrek galarazi digu jakitea norainoko eragina duten hainbat hedabidek (*Ttipi Ttapa* eta *Herria* astekariak, *Gure Irratia*, *Irulegi Irratia*, *Xiberoko Boza* edo *Euskal Herria Irratia*, etab.) ez bakarrik beren etorkiko eremuan, EAEn ere baizik (Ttipi-Ttapak, adibidez, harpidedun franko ditu Bidasoaldeko zati gipuzkoarrean nahiz lapurtarrean, Irunen bereziki. *Herriak* Hegoaldean ditu 5 harpidedunetarik 1). Orobat, EAEn argitaratzen edo EAEtik emititzen duten hedabideek Nafarroan eta Iparraldean duten itzala jakin gabe gelditu gara “ahantzura” horren erruz. Sektore honetan ere mendebaldeko hiru probintzien nagusitasuna ezin ukatuzkoa da. Hala ere, euskararen herria oso-osorik harrapatzen du euskarazko hedabideen sistemak. Herrenka ibiliko da hori kontuan hartzen ez duen edozein ekimen.

Horri loturik, bada bertze kontsumitzaile bat azterketan agertzen ez dena: Euskal Herritik kanpora bizi den euskalduna. Harendako, sarea da hemengo hedabideekin lotzeko zubia. Atxagak Euskal Herriko 8. probintzia izendatu berri du Internet, baita zuzen izendatu ere. Lurraldetasuna hitzetik hortzera erabiltzen dute gure politikoek, zerbait lortu gabea balitz bezala. Lurraldetasuna erdietsia dugu, birtuala bada ere.

Euskarazko hedabideen kontsumitzaileen soslaia marrazten saiatu da, bertzalde, delako azterketa. Hartara, adina, sexua, lurraldea, ikasketak eta hizkuntzarekiko harremanaren inguruko datuak eskaintzen zaizkigu. Ez dago gaizki. Nolanahi ere, deigarria iruditu zait atxikimendu politikoaren inguruko daturik ez ikustea, ez dakit inkestan halakorik aztertu ez delako, edo gure eskuetan utzi den argitalpenean halakorik gehitu ez delako. Funtsezkoa iruditzen zait datu hori jakitea, kontsumitzaile berrien arrantzan noizbait hasi aitzin halako galdera egin beharko baitiogu geure buruari: nolakoa da euskarazko hedabideen kontsumitzailea EZ den euskalduna?

Ilido beretik doa gabetsi dudan hirugarren kontu bat: inkestaren datuak datu orokorragoekin gurutzatzea. Jakingarri polita da EAEko euskarazko hedabideen EAEko kontsumitzailea nolakoa den. Baliagarriena, berriz, litzateke jakitea gizon edo emakume hori zertan bereizten eta zertan kidetzen den, lehen-lehenik, (erdal) hedabideen hartzaileekin; eta bigarrenik, kontsumitzaile ez diren gainerako euskaldunekin.

Hori jakitea abiapuntu egokiagoa izan liteke afera honen funtsari lotzeko. Eta afera honen funtsa honako galdera honetan laburbil daiteke: zergatik dago hainbertze euskaldun euskarazko hedabideei gorotzari bezala ihes egiten diena?

HIRU ARRAZOI

Zorioneko galderak ez du erantzun bakarra. Baliteke, gainera, zergati bat baino gehiago biltzea pertsona bakarraren baitan. Niri, nagusiki, hiru arrazoi etortzen zaizkit gogora: batzuei halako hedabideak –oro har– interesatzen ez

zaizkielako; bertze batzuek haietara iristeko gaitasunik ez dutelako; eta azken multzo batek, bertzerik gabe, haien edukiak gogoko ez dituztelako.

Azter ditzagun banan-banan.

1) Interesik ez

Pellokeria ematen du, baina batzuetan oroitarazi beharra dago: mundu guzti-guztia ez da prentsazalea ez irratizalea ezta –ezinezkoa dirudien arren–telebistazalea ere. Egitate horrek berehalako ondorioak dakartza. Konparaziorako, inongo hizkuntzatan inolako irakurtzaletasunik ez duena nekez bilakatuko da euskal prentsaren bezero. Eta ederki dakigunez, irakurtzaletasunak, orokorrean, ez du bere unerik goxoena bizi.

Ikusentzunezko hedabideekin kontrara gertatzen da. Haizea alde dute. Gero eta beteagoa dago diala. Gero eta aukera gehiago dago nonahitik edozein telebista kateren irudiak etxera ekartzeko. Zabaltzen eta zabaltzen ari den unibertso horretan, ordea, gure planeta ttarrak gero eta ñimiñoagoak agertzen zaizkigu. Hain ñimiñoak, non ikusezintasunak jota gertatzen hasi baitira. Gure egunkari eta astekari “nazional” bakarrak halaxe egoten dira gure hiriburuetakotako etorbide nagusietako kiosko beteetan: meteorito ilunen gisara konstelazio argitsuz gainezka egiten duen esnebidean barrena.

Fermin Etxegoienek definitu du arazoaren mamia: dentsitatea. Euskara kasik lurrin bilakatzen da erdaren dentsitate trinko-trinkoaren aldean (horregatik, adibidez, posible de Beizama, Atxondo edo Goizuetako nerabea, etxean zein eskolan euskara baizik entzun ez duena, erdaraz bere ama hizkuntzan bezain aise ibiltzea; aiseago, hedabideekikoez den bezainbatean).

Eskaintza ugaritu gabe nekez eginen zaio aurre gure gaitzari. Internet bidezko hedabideen kasuan are premiazkoagoa da hori, etorkizuna alde baitute, euskaldunen artean haien eragina oraino tikia izanagatik ere, inkestari kasu egitera.

2) Gaitasunik ez

Euskarazko irakaskuntzaren hedapenak irakurle, entzule eta ikusle tropa amaiezinak ekarriko zizkigula uste genuen. Ez da hala izan, eta hala izan

ez delako ari gara orain honekin lanpeturik. Inkestaren datuei begiratuta, eta bertze aldagai gehiagorik jakin ezean, asmatu baizik ez dezakegu gaur egungo euskal hedabideen bezeroetarik zenbat diren euskarazko irakaskuntza sistemaren kume eta zenbat ez.

Aspaldi handitik dabil hotsa gurean: eskolak erdizka edo halako baldintza egoki batzuetan baizik ez du euskalduntzen. Batzuk 13 urtez D ereduan ibili ondoan euskaraz lau esaldi segiturik ezpaineratzeko gauza ez bada, ez dugu zertan harritu euskal hedabideez egiten duten axola eskasaz. Txundigarria, alderantzizkoa litzateke. Hala ere, horiek guztiak euskaldunen multzoan sartzen ditugu geure kontadurietan. Egiazki, urrun daude gutxieneko hizkuntza-gaitasunetik. Gure hedabideez baliatzeak on eginen lieke; inork ez du ukatzen. Gure hedabideetara hurbiltzeko, ordea, gutxieneko erosotasun bat sentitu behar lukete, eta garbi dago ez direla eroso sentitzen euskaraz irratsaio bat aditu, albistegi bat ikusi edo, are gutxiago, futbol-kronika bat irakurtzeko bezainbat.

Gauza bera erran dezakegu, ikasketak erdaraz eginda, hizkuntza familia bidez jaso duten hainbertze eta hainbertze euskaldunez. Haietariko anitz, euskaraz gutxi aski jakin arren, erdaraz erosoago sentitzen dira, eta ez daude prest euskarak eskatzen dien ahalegin gehigarria egiteko, albiste bat irakurri, ikusi edo entzuteagatik ere. Hauekin alferrik dira kanpainak eta gainerako liturgiak. Ez du ematen, gainera, giza multzo hau gutxitzen ari denik.

Euskarazko irakaskuntza sistema hobetu ahalean arazo hori ere ezitzen joanen da? Hala behar luke. Ez naiz, dena dela, eredu desagertzeaz ari, baizik eta Hezkuntzako curriculum-en edukiak goitik behera aldatzeaz. Argi eta garbi erratera, gure nerabeek Euskal Hizkuntza eta Literatura klasean Izen Sintagmarekin eta idazle klasikoekin borrokan egin beharrean, denbora webgunez webgune pasatuko balute (Euskadi Gaztea, Sustatu, rock taldeak, *Berria*, ETB, Literaturaren Zubitegia...), guztiz bertzelako emaitzak izan genitzake epe ez luzeegian. Nonbait hori eztaba daezina da, haatik. Gaztelaniak irakaskuntzan egiten dituen ergelkeria berak egin behar ditugu guk ere, gure egoera parekoa balitz bezala.

3) Edukiak gogoko ez

Euskaldun bat baino gehiago ezagutzen dugu zaletasuna eta gaitasuna izan arren, euskarazko hedabideen kontsumitzaile ez dena. Paradoxa ematen du, baina ez da paradoxa. Eduki kilikigarriak aurkitzen dituenak aiseago egiten du arestian aipatu dudan ahalegin gehigarria. Zer egin behar du deus gustukorik kausitzen ez duenak? Zer egin behar du eduki batzuekin etengabe beheraturik, iraindurik edo erasoturik sentitzen denak?

Inkestan berean hauteman daitezke, kasu batzuetan, euskarazko egungo hedabideek euskaldunen oniritzi zabala lortzeko dituzten mugak. Euskal Telebistak 35-49 urte bitarteko jendeen artean egiten du herren; deus harrizkorik ez, programazio heldua (telesailak, filmak, etab.) da-eta haren gabezia nagusia. *Argia* astekariak Unibertsitateko lizentziadunendako egina ematen du. Euskadi Irratiak ezagun du kutsu gipuzkoarra, eta hala salatzen du haren audientziak ere. Aje bera nabari zaio, bertzeak bertze, *Berria*-ren irakurleari, baina ez da hori noski euskal prentsak duen gaitzik larriena. Kontsumitzaile tradizionalaren beherakada ere suma daiteke hango eta hemengo datuetan (adierazgarriak dira irrati pribatuen entzuleei buruzkoak, baita zenbait aldizkariren gaineko berri eza ere), baita –kontrako muturrean– euskaldun hiritar-hiritarraren gogo makala, gure hedabideekin bat egiteko.

Inkestako datuak erabilia, eta gaztainak eta intxaurrak zaku berean nahasteko arriskua geure gain harturik, euskarazko hedabideen ereduko kontsumitzailearen irudia marrazteko maneran geundeke: gizonezkoa, 30tik 40 urte bitartekoa, Gipuzkoako hiri tiki edo herri kozkor bateko bizilaguna, ikasketaduna (ertainak edo hortik goitikoak), euskaldun zaharra eta harremnak nagusiki euskaraz dituenak. Datu horiek inkestan ageri dira. Inkestan ageri ez direnak ere erants litezke, oker egiteko beldur handirik gabe. Idatzizkoetan bereziki, hizkuntzaren militantea eta ezker abertzalearen ingurukoa dugu gure sujeta.

Ez da karikatura. Tragedia tiki batek bizi ditu euskarazko hedabideak eta euskal kultura oro har. Alor honetan, proiektuak jende-mota jakin batek mamitzen eta abiarazten ditu. Jende eskuzabala da, militantea, aise etsitzen ez duena. Jende hura gabe, asmo huts lirateke gaur egungo errealitate anitz.

Jende horrek, alabaina, bere irudira moldatzen ditu bere kumeak, eta horrek mugatzen eta maingutzen kume horien garapena.

Sorgin-gurpil hau geldiarazteko manerarik bai?

BI HITZ “NORMALTASUNAREN” ALDE

Berriki arte, euskaldun-mota bakarra zebilen munduan. Simaur-usaina zerion, Borgesen estereotipoan bezala. Edo horrela sinetsita geunden, baita horrelakoak ez ginenak ere. Igandero elizara joan, sagardoa edan, bertsozalea izan eta herri kirolak edo pilota maite behar zituen euskaldun zenak. Erran gabe doa, pertsonaia hura agrafoa zen, eta munduaren gainean zeukan eza-gutzak ez zuen bere ibarra inguratzen zuten mendi lepoaz harata egiten. Estereotipo horren haragitze bete-betea haurra zen –oraino heldu ez dena– edo atso-agurea –ihartze edo galtze bidean dagoena–. Horrek guztiak, jakina, oso atsegina egiten zuen tipo hori lehenagoko kanon sozialetan. Trukean, bazterreko leku bat, marginala, baizik ez zion segurtatzen gizartean.

Azken 40 urte honetan, gure herria –eta gure iruditeria– azpikoz goiti irauli duen aldaketak desegin du eredu hori. Salbuespenak salbuespen, gaur egungo euskalduna ez da baserrian bizi, ezta herri tiki batean ere. Ez da bereziki eliza zalea, ez bederen aldameneko erdalduna baino gehiago. Sagardoa, bertsoa eta kirol jatorrez aparte, edo haien ordeztu, milaka ditu zaletasunak, nork bereak. Letretara emanagoa da –ez, tamalez, aise ere emanagoa– eta badaki munduaren berri. Jainkoari edo deabruari esker, euskaldun-mota batek baino gehiagok zanpatzen du egun lur-azala (lehenago ere hala izanen zen, gure oharkabean). Hori hala bada, zergatik segitzen dute jokatzeko hedabide batzuek –ETBk, nagusiki– jende eredu *kitch* arraziala oraindik nagusi balitz bezala?

Zoritxar hori aski ez eta bertze estereotipo bat nagusitu zaigu gure egunetan: hizkuntzaren militantearena, ezker abertzalekoa (ia) beti, “Ama Lurraz” arren guratua, xilborzalea Espainia eta Frantziarekikoetan eta internazionalista herri urrunekikoetan, “zapaldu” guztien biolentziarekiko ulerbera, altermundialista, antikontsumista, leninista berantiarra. Modu jakin eta betiberdin batean janzten, mintzatzen eta elikatzen da. Eredu honen haragitzea, beti gazte

piterpanikoaren euskal bertsio *borroka* dugu, ezin helduz zahartzen dena. Behialako estereotipo hura bezain marginala da jende klase hau, ezberdintasun bat tarteko: ez da hagitz atsegina egiten euskaldungotik kanpora. Halakoak erreferentetzat hartuta egina dago, nagusiki, euskarazko egungo hedabide idatzi gehienen tonua.

Arestian euskal hedabideek erakargarritasunaren aldetik duten arazoaz ari nintzelarik, halako estereotipoak nituen gogoan. Euskaldun jende gehiena, ordea, askoz ere “normalagoak” gara, askoz ere parekagarriagoak inguratzen gaituzten gizon-emakumeekin, gure hedabideek islatzen dutena baino. “Normaltasun” hori gure hedabideetara eramatea izan behar luke noski euskal kulturaren gidaritza eraman nahi dutenen xedeetariko bat. Euskararen eta euskaldunen onerako, euskal gizartearen onerako eta euskal hedabideen onerako. Normaltasunaren kontzeptua arrunt labainkorra da, badakit, baina uste dut ulertzen ari zaidala.

Laburbilduz, gehiago behar dugu, hobe eta kolore gehiagokoa. Premia horietariko batzuk hurrengo atalean heldu dira. Denak ez dira maila berean egingarriak epe motzean. Horietara jo behar genuke, hala ere, gaurko panorama egiazki aldatuko badugu.

ZENBAIT PROPOSAMEN

1) Egunkari gehiago

Badugu egunkari bat, erreferentea, traba guztien gainetik bere bidea urratzen ari dena. Egunkari bakarreko informazio-sistema, ordea, ez da inola ere sistema osasuntsua, ezta lehiakiderik ez duen egunkarirako ere. Batzuek amesten dugun Euskal Herri euskalduneari hiru, lau, bortz edo sei egunkarirendako lekua egon behar luke.

Ezker abertzaletik kanpo euskarazko hedabide idatzien munduan murtarra sartzeko egin diren saioak etsipengarriak izan dira. *Zabalik* itxia dugu jadanik, *El Diario Vasco*-ren itzal guztia bizkarrean izan arren. *Aldaketa 16* hor dabil oraino, gure merkatu kaskarrean zoko bat bere egin ezinik. Zerk egin die

huts? Auskalo. Kontu horrek mereziko luke, nik uste, azterketa monografiko bat. Akaso, euskaldunen banaz bertze ideologikotik hurbilago egonez gero, bide samurragoa izanen zuketen.

Sinetsi nahi dut masa kritikoa dagoela euskarazko egunkari gehiagotarako. Edo une hauetan oraino ez badago ere, egon daitekeela sobera luze gabe. Nolako egunkariak? Oraingoak bere egiten ez duen esparru ideologikoko irakurleak bereganatuko lituzketenak. Zentratuagoak? Zabalagoak? Abertzaleak baino areago euskaltzaleak? Aurrerazaleak baina ez bazterrekoak? Formulazio posible batzuk dira, baina gehiago izan daitezke, sustatzaileak nor eta horrela. Pribatuak izan behar luketela, ez da duda handirik, horrelakoa baita prentsa gure Mendebaldean.

Euskaldunon Egunkaria plazaratzeko bezperan, Jaurilaritzak esku artean erabili zuen bertze eguneroko bat –berea– ateratzeko asmoa. Oroi-menak huts egiten ez badit, EITBren egitura probestu nahi zen horretarako. Haren edukiak, bertzalde, arestian aipatu estereotipo “tradizional” eremukoe-tara hurbiltzen ziren, gehienbat. Ez zuen, egia erran, gaur egungo prentsako produktu estandarren traza handirik. Delako proiektua bazter utzita asmatu zuen noski Jaurilaritzak.

Ez dut uste, beraz, hildako hura berpiztu behar lukeenik Euskadiko Gobernua. Baina bai gure prentsa merkatuaren zabalkuntzan nolabaiteko eragile edo haize-emaila izan, interesa izan lezaketen prentsa-taldeekin. Erran gabe doa, ildo horretatik zerbait mamituz gero, haren tratamendua (diru-laguntzak, etab.) *Berria-k* gaur egun EAEko erakundeetatik hartzen duen bera behar lukeela.

2) Prentsa espezializatu gehiago

Bultzada-lan bertsua iruditzen zait egin behar litzatekeela bertzelako prentsaren sustapenean. Prentsa nola edo hala espezializatuaren bidea doi-doi lantzen hasitako eremua dugu. Ez da harrizkoa. Iduri du euskaraz edo euskal kulturaz aparte deus gutxi interesatzen zaigula gure hizkuntzan.

Nonbait eragiten hastekotan, zaletasun handiko alorrak hautatu behar lirateke. Niri, boteprontoan, bat etortzen zait gogora: mendizaletasuna, bi-daiak, natura. Konparaziorako, *Euskal Herria* eta *Pirineos* aldizkari dotoreak

ateratzen dituen argialetxeak hirugarren produktu bat –hibridoa edo dena delakoa– euskaraz nola ez duen ateratzen harrিতua nago ni. Erakunderen batetik nork bultzatua falta izan dute, akaso.

3) Internet bidezko hedabideen kopurua eta ezagutza handitzea

Hainbat aditu azken urteetan behin eta berriz aipatzen ari direnez, informazioaren mundu berria da euskarak galdu behar ez duen tren. Ildo horretatik, gogoia eta ahalegina sumatzen dira bazterretan, sarea euskarazko edukiz elikatzeko. Arestian aipatu dugunez, ordea, euskarazko edukien dentsitatea urria da eta, beraz, “ikusezin” bilakatzen dira, erdal itsaso batek estaliak. Gazteek, oro har, ez dituzte baliatzen, ez baitute haien berririk. Haien irakasleek ere ez, salbuespenak salbuespen. Bertzalde, beldur naiz eduki horiek euskararen eta euskal kulturaren sobera mugatuak ez ote dauden.

Horrenbertzez, bada lan bat zuzenean Jaurilaritzak egin lezakeena: Internet bidezko hedabideen zabalkundea. Horretarako curriculum-a egokituta, arestian aipatu dugun gisara, edo bertze bide informalago bat erabiliz.

Horrez gain, sustatu behar luke nola edo hala, eduki horien kopurua handitzea, batez ere eduki informatiboak badira. Ez ahantz, proposatu dudan bigarren egunkari horren lehen urratsak digitalak izan litezkeela.

4) Irrati gehiago eta hedatuago

Ba ote da irrati publiko bat gehiagorendako tokirik? Aurrekontu arazoez aparte, nik uste dut baietz. Euskaldunoi eskergarria litzaziguke, guztiz. Amets egi-ten hasita, Radio 3 espainiarraren gisako zerbait dut nik amets. Badakizue, eskatzea libre da.

Artetik errateko, Euskadi Gaztea Iruñerrian (ongi) entzun ahal izateko bitartekoak jarriz gero, mesedegarria izanen litzateke bai Euskadi Gaztearen dako bai Iruñerriko gazte (eta ez hain gazte) euskaldunendako. Gauza bera erran genezake Ipar Euskal Herriaz.

5) Telebista gehiago, eta hobea

Honetan, bederen, ez dirudi ezinezkorik eskatzen ari naizenik. Espezializazioa Euskal Telebistara etorriko dela irakurri dut berrikitan. 3 eta 4. kanalak

heldu zaizkigu, nonbait, eta horietariko bat haurrentako izanen da. Bertzea kirolen hondakindegia bilakatuko bagenu eta gure oraingo 1-a produktu normalizatu eta helduz beteko bagenu, epe ertainean ikuspegia ikaragarri hobetua izanen genuke telebistaren alorrean. Bide horretatik baldin badator euskal kate bakarrarendako duintasuna eta edukien aldetik heltzea, ongi etorriak izan bitez bi kate berriak. Aldiz, gaztelaniaren edo kirol-zaborraren eskaintza handitzeko bada, edo berrikuntza horiek euskararen herri osora zabaltzerik ez badago, asmo hutsetan gelditzea hobe.

Ikusiko.

JOXE MARI IRAZUSTA

Eusko Jaurlaritzaren Kultura Sailaren eskaerak argi uzten du zein den lan honen helburua: “Euskarazko hedabideen eta beren kontsumitzaile potentzialen arteko erlazioa aztertzea, euskarazko hedabideek orain arte egin duten bideari eta gaur egun egiten duten eskaintzari kontsumitzailearen ikuspegitik arreta jarriz etorkizuneko perspektiban bide berri eta eraginkorrak irekitze aldera, eta gero eta ugariagoa den hedabideen munduan euskararen presentzia behar bestekoa lortu eta sendotze aldera”. Edo ondorio gisa, helburua hala ere planteatzen da: “Helburua, beraz, kontsumoa handitzea da, euskarazko kontsumoa handitzea, euskarazko hedabideen kontsumoa indartzea eta hedabideetan oro har euskarazko eskaintza zabaltzea”.

Helburuaren enuntziatuan bi alde aipatzen dira etengabe: batetik, euskarazko hedabideak, bestetik kontsumitzaileak. Iruditzen zaigu alde biak sakon aztertu beharko liratekeela, aipatzen diren helburuei egoki erantzun ahal izateko.

Aldi berean, batetik euskaraz ari gara, hizkuntza gutxitu eta ez normalizatuaz; eta bestetik merkatuaz, eta gure gizartean merkatuak bere indar arauak ditu. **Garbi dago egungo Euskal Herrian euskara ezin dela lehiatu gainerako hizkuntza nagusiekin baldintza berdinetan inongo laguntza barik. Diskriminazio positiboa, beraz, erabat beharrezkoa zaio gaur egun ere.** Luze eta zabal hitz egin liteke laguntza eta neurri desberdinez, eta izango da honetaz sakon jarduteko aukerarik, baina beti ikuspegi hori galdu barik.

Hau da, **instituzioetatik euskarazko komunikabideei eman nahi zaien bultzada, gainerako esparru guztietan bezala, borondate politikoaren**

arabera dago: non eta nola nahi dugun euskara, halako ahalegin politikoa egin beharko dugu.

Komunikazioaren aroan, garapenean dagoen hizkuntza batek behar-beharrezkoa du komunikabide sare indartsua. Azken finean, hori bera aitortzen zuen Euskara Biziberritzeko Plan Nagusiak eta horregatik jotzen zuen estrategikotzat euskarazko komunikazio-esparrua.

Parte-hartzea eta elkarlana

Berrikuntzaren gizarte eta ekonomian bizi gara, eta gure sektoreak alor askotan egin du bat gizarte honek eskatzen dituen ezaugarri horiekin. Ekonomiaren adituek argi ikusten dute parte-hartzea eta komunikazioa giltzarri direla edozein alorretan aurrera egiteko. Baina adituek bakarrik ez, gaur egun mundu-mailako enpresa aurreratuenetan balore hauek indarrean daude lan-harremanen arloan, eta lehen mailakoak dira.

Euskarazko komunikazio sektorearekiko elkarlana adierazi zaigu Kultura Saitetik lan hau proposatuz, eta abiapuntu interesgarria da, baina gaur gaurkoz guk nahiko modu lausoan ikusten dugu ekimen hau. **Azterketa hau molde zabalago baten barruan egin beharko litzatekeela uste dugu eta gainera modu parte-hartzaileagoan, sektorea bera hausnarketaren motore nagusi bihurtuz.**

Hau da, protagonista nagusi den heinean, **sektoreak –HAKOBArekin batera– egin beharreko azterketa gidatzea eta bukaerako ondorioetan alde aktiboa izatea.** Gure ikusmoldearen arabera, azterlan honen orain arteko ibilbidea ez da ezaugarri hauekin garatu; ez dakigu zer den erakunde publikoetako arduradunen asmoetan, baina guk buruan duguna irudikatuz, azterlanaren hastapenetan geundeke eta, hortaz, hemendik aurrera lanaren ezaugarriak berraztertu beharko lirateke.

Komunikazioa eta parte-hartzea aipatu ditugu lerro batzuk gora eta, oro har, esango genuke gure sektorean balore horietan oso motz gaudela –ez gara ari enpresen barruko egoeraz, eremu hori ez baitugu ezagutzen-, bai eragile desberdinen artean eta baita eragile eta instituzioen arteko erlazio funtsezkoan ere. **Ordua da instituzioen eta euskarazko hedabideen arteko beste konfiantza maila bat eraikitzeko; hel**

diezaiogun gurean hain beharrezkoa den dirulaguntzetatik harata-goko elkarlanari.

Bi aldeak dira ezinbesteko –sektorea eta instituzioak– elkarlana gauzatu dadin. Baina **elkarlanari ikuspegi estrategikoa eman behar zaio eta, horretarako, azken hamarkadan emandako urratsen gainean beste bat gehiago jarri behar dugu.** Elkarlanerako konfiantza hori eraikitzeko, ona litzateke elkarri gutxienez honako hiru errealitateak aitortzea:

- Erakundeen garrantzia. **Euskarazko komunikabideak bizi bagara eta bizi garen moduan bizi bagara, hori neurri handi batean gure erakunde publikoen dirulaguntzari esker da.** Gehiago egin litekeela? Jakina, edozein esparrutan bezala, baina komeni da errealitate hori onartzea, batetik hala delako –eta alderantziz ere izan zitekeelako– eta, bestetik, elkarlanerako horren garrantzitsua den konfiantza ehuntzeko oso garrantzitsua delako aitormen hori.
- Komunikabideen independentzia. **Dirulaguntzekin aritu beharrak, komunikabideen izaera propioa desitxuratzea ekar dezake.** Lan hau egiteko proposamenean jasotako zenbait ildotan “morrontza”ren arriskuak ere aipatzen dira. Horrexegatik, **funtsezkoa da argi izatea gure sektorea plurala dela, komunikabide bakoitza independentea dela eta altxorra diren balore horiek mimoz elikatu behar direla komunikabide-sare indartsua nahi bada.**
- Komunikabideak elkarren lehiakide gara. Sarri hitz egiten da komunikabide eta instituzioei buruz, bata zein bestea bloke homogeneoak balira bezala. **Argi dago euskarazko komunikazio-esparrua sendotzeko bien arteko elkarlan emankorra ezinbestekoa dela, baina hedabideetatik ere onartu behar dugu, neurri handiagoan ala txikiagoan, elkarren lehiakide garela eta edozein elkarlan errealitate horretatik abiatu behar dela.**

Azterketa eta prospektiba

Egunerokoak jan egiten gaitu, hori da oro har esanda, pertsona eta erakundeoi gertatzen zaiguna. Egia da gure enpresetan strategiari gero eta indar

handiagoa ematen ari zaiola (plan estrategikoak...), baina **sektore gisa hartuta, ikuspegi estrategikorik ez dago**. Eta nekez jorra daiteke etorkizuna egunerokoaren abiadan. **Ezinbestekoa da batzuek etena egin, egunerokoa alboratu eta aurrera begira jartzea. Zer egin dugu? Nola gaude? Nora goaz? Nora joan nahi dugu?** Erantzuna merezi duten galderak dira.

Gure sektorean artean egin barik dagoen azterketa sakona egiteko beharrezkoak diren balore eta oinarriak aipatu ditugu orain arteko lerroetan. Aurrerantzean azterketa horrek beharko lituzkeen puntu garrantzitsuetako batzuk jorratuko ditugu. Euskarazko komunikabideen kontsumoaren kezka da azterketaren oinarrietakoa, eta kontsumoa aipatzean honek bi alde ditu: produktua eta kontsumitzailea. Kontsumoa handitu nahi bada, alde biak gaur egun nola dauden aztertu behar da, nola hobetu ikusi ahal izateko. Edozein ekonomi jardueratan egiten dena hori da: hobetu nahi bada, dagoena aztertu. Egungo euskarazko komunikabideen sektorea maila batean aztertua dago Hizkuntza Politikako Sailburuordetzak egindako inkestan (2006ko udan aurkeztu zitzaiguna): euskarazko komunikabideen kontsumoa eta kontsumitzaileen ezaugarriak aztertzen dira. Horrez gain, honako eremu hauek ere landu beharko lirateke:

- **Euskarazko komunikazio-esparruaren errealitatea gaur egun:** Enpresak eta langile-kopuruak, negozio-bolumena, dirulaguntzak, publizitate-fakturazioa, jabegoa, bilakaera ekonomikoa... Datu asko dira edozein sektore ekonomikotan azter daitezkeenak; guri gehien zeintzuk interesatzen zaizkigun zehaztu beharko ditugu, eta horiek landu. Behin lehenbiziko erradiografia egin ondoren, hura **modu iraunkorrean lantzeko sistema finkatu beharko litzateke**, beste edozein ekonomi esparrutan egiten den bezala.
- **Euskarazko kontsumitzaile potentzialaren kontsumo-ohiturak aztertu eta identifikatu.**

Egindako azterketen emaitzen arabera, gure sektoreak bere jarduna bultzatzeko eta eraginkorrago bihurtzeko beharko lituzkeen neurriak finkatu beharko lirateke.

2004an egindako Euskarazko I. Kazetaritza Kongresuan, esate baterako, euskarazko komunikazio-esparrua aztertzeke EHUko ikerketa-institutu baten balizko sorrera aipatu zen.

Alor ekonomikoa

Alor garrantzitsuena da. Hobekuntzak planteatu behar diren lehen alorra. Gainontzeko alorretan **inbertsio eta hobekuntza estrategikoak garatzeko adina baliabide ez dira sortzen merkatu ez-normalizatu honetan; horregatik, lehendabiziko hobekuntzak eta ekimenak eremu honetan garatu behar dira.**

Azken finean euskarazko komunikazioan egiten diren ahalegin ekonomikoak inbertsio gisa hartzea lortu behar da, eta ez gastu gisa. Erakundeetako gune askotan dagoen ikusmoldean, euskarazko komunikazioan erabiltzen den dirua gastua da: “Egin egin behar da, eta kito, baina gastua da”. Gaztelaniaren munduan edo bestelako sektore askotan –industria, merkataritza...– erabiltzen den dirua inbertsioa da, eta “horrek ekarriko dizkigu gero onurak edo etekinak”. Publizitatearen munduan sarri gertatzen da –gero eta gutxiago, zorionez–, gaztelaniaz egiten dena publikitatearen truke egiten da???, euskarazkoa dirulaguntza da???

Jadanik euskarazko komunikazio-esparruan 1.000 langiletik oso gora ari garela kontuan hartuta, **ohiko kultur ikuspegitik atera eta berezko ekonomia esparru gisa hartu beharko genuke gure sektorea, beste sektoreen moduan** (automozioa, burdingintza...).

Esparru honetan, eremu publikotik dagoen bultzada ekonomiko garrantzitsuena, euskarazko hedabideak sustatzeko dirulaguntzena da, eta **honek ez dio erantzuten, besteak beste, EBPNn euskarazko hedabideei aitortzen zaien dimentsio estrategikoari.** Horregatik, ikusmolde estrategiko horri dagokion bezala heltzeko, hobekuntzak hiru lerro nagusi hauetan garatu behar direla ikusten dugu:

- Esplotazio kontuetara bideratutako laguntza
- Ohiko aktibitatea diruz laguntzeko gaur egun indarrean dagoen dirulaguntzaz gain, **enpresa-jardueran sortzen diren zergetan onurak izateko azterketa bideratzea.**

- Sustapenera bideratutako laguntza

Euskararen hizkuntza gaitasunetik erabilerara eta kontsumora pasatzeko sustapenean inbertsioa egin behar da. Gaur egun, eremu pribatuko euskarazko komunikabideok produkzioan eta zabalkundeetan jartzen dugu indarririk handiena, eta motz gaude sustapenean, jakin dakigun arren egungo gizartean saltzeko sustapenak duen garrantzia.

- Publizitatera bideratutako laguntza

Herri-agintea bera izan behar da eredu besteei horretan ere saia daitezten eskatzen hasi haurretik. Administrazioak berak kanpainak gizarteratu aurretik gehiago hausnartu beharko luke, kanpaina horrek xede duen publikoaz. Alegia, sarritan, gaiak bereziak izaten direnez, **hedabidearen zabalkunde eta erosle-kopurua baino, mezuaren hartzaile izan behar duen horretan pentsatu behar dela, hots, hartzaile horrek daukan hizkuntza-gaitasuna, kultura-maila, ahalmen ekonomikoa, eta abar.** Adierazle hau garbi izan beharko luke kanpaina burutu nahi duen administrazio sailak, eta normalean ez da hala gertatzen. Gainera, **euskararekiko bezala euskarazko hedabideekiko ere, diskriminazio positiboa aplikatu behar da.** Ikuspegi kuantitatiboa bakarrik ez, kualitatiboa ere kontuan hartu behar da. Zentzu honetan, euskara eta kultura ez diren administrazioko beste sailetan **euskaldunok publizitatea euskaraz jasotzeko daukagun eskubidea garbi egon beharko luke eta, horren ondorioz, euskarazko hedabideetan ere publizitate-kanpainak euskaraz egin beharra.**

Eremu publikokoak ez diren bezero potentzialak bultzatzeko, bestelako neurriak ere azter daitezke, hala nola, **euskarazko komunikabideetan egiten den publizitate-gastuari onura fiskalak ezartzea...**

Joan den udaran Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzak sektorean banatutako inkestak argi uzten du euskarazko komunikabideen maila ez dela behar beste hazten ari. Azken 20 urteetan euskaldungoak 200.000 pertsonako hazkundera izan duela aipatzen zen, eta kopuru hori kontsumitzaile potentzialtzat jotzen zen. Arrazoi desberdinengatik, dena den, **datu hori ezin da horrela erabili, pertsona horien gaitasun-maila hobeto aztertu behar delako eta, besterik gabe, gai izateak ez duelako esan nahi kontsumitzaile bihurtu**

behar direnik. Honetan gehiago ez luzatzeko, jakin badakigu gaitasunetik erabilerara dagoen jauzia eta erabilerarekin dauden arazoak. Kontsumoarena hiztunaren azken fasea da.

Euskarazko komunikazio-esparrua asko handitu da azken 20 urteetan, eta kontsumitzaile kopurua ere bai. Ez dira aurkeztu duela 20 urte eta gaur egungo datu konparatiboak eta, beraz, ez dakigu zein izan den hazkunde hori, baina handia izan dela seguru. Hala ere, ez nahi beste, hori ere argi dago. Aztertu beharko da ondo zergatik, baina **produktuak egiten ditugunok aitortu beharko dugu gure erantzukizuna lehen mailakoa dela.** Egungo gizartean, alabaina, produktuak arrakastaz gizarteratzeko faktore askok eragiten dute eta, egileok horietako batzuetan zuzenean eragin badezakegu ere, **ez dugu indarririk beste batzuetan (zabalkundea, sustapena...) behar bezala eragiteko.**

Produktuen hobekuntza

Eskaintzak eskariari erantzun behar dio. Produktuetan eman beharreko hobekuntzak eskariari erantzun behar dio, eta horretarako eskaria zein den zehaztu behar da. **Produktuak etengabe daude hobetzen eta gaur egun ditugun produktuak eskariari erantzuten diote, gainerakoan desagertu egingo lirатеkeelako.** Baina produktuak ezin dira irizpide komertzialekin soilik egin eta baloratu: **egoera ez normalizatuan gaude eta, beraz, herri, hizkuntza eta kultura irizpideak ere –besteak beste– kontuan hartu behar dira.** Horrela, ezinbestekoa da eskaria ondo aztertzea eta azterketa horretatik atera beharko lirатеke zeintzuk diren produktuak hobetzeko ildo nagusiak; alde horretatik, oso esanguratsuak lirатеke bai gaur egun gure bezero direnen iritzia eta baita merkatu-azterketak emango lituzkeenak ere.

Orain arte aipatu dugu ahula den sektore batean ahuldade horretan eragiten duten zenbait faktore: hizkuntzaren egoeratik eratortzen direnak, sustapenerako indar txikia, merkatu txikia... baina aitortu behar da egiten ditugun produktuetan ere izan daitekeela arazorik, eta **produktu horien hobekuntzak eragin dezakeela kontsumoan.** Azken finean, eta arrazoi desberdinengatik izan badaiteke ere, **kontsumitzaileak gustukoa badu kontsumitzen du, eta bestela ez.** Eta, jakina, komunikabideok lehen mailako erantzukizuna dugu

–baina ez bakarra– guk geuk jorratzen ditugun produktuetan. Luze joko luke hau guztia txukun aztertzea, baina agerikoa da lehia-esparrua ere –gaztelera edota frantsesaren merkatua– ez dela samurrena.

Euskarazko komunikazio-esparruan era guztietako produktuak daude, bai izaerari eta bai kalitateari dagokionez ere: zabala da, oso anitza, badira pentsamendua lantzen dutenak, zientzia, musika, egunkaria, herrietakoak, as-tekariak, hilabetekariak... Hala ere, **ezin da inondik inora konparatu erdal munduek eskaintzen dutenarekin**: nahikoa da inguratzen gaituen edozein kioskotik biratxo bat ematea hortaz jabetzeko; argi baina, berdintsu pasatzen baita Kataluniako edozein kioskotan, eta denok ematen dugu onartutzat katalanaren hizkuntza-normalizazioa euskararena baino askoz garatuagoa dela. Kioskoa erabili dugu adibide gisa, baina berdintsu gertatzen da *zapping* egin edo irrati bila aritzen bagara.

Beharrari eta eskariari erantzungo dien estrategiaren ildoak eta irizpideak finkatu behar dira eskaintza baloratzeko, gainontzekoan oso zaila baita lehentasunak ezartzea: zein adin-talde lehenetsi behar da? Zein motatako hedabideak? Zein garrantzi eman behar diogu bakoitzari? Zein dira balorazio-irizpideak? Irizpide horiek zeri erantzuten diote?

ARGIAkook, esate baterako, azken 25 urteotan sarri entzun dugu aldizkari arinagoa egin beharko genukeela, euskarak beharko lukeela bere aldizkari arrosa... eta ez gara gu izango hori ukatzen dugunak, baina bistan da euskaraz kontsumitzen duenak ez duela orain arte halakoren eskaera handiegirik egin, bestela dagoeneko zerbait sortua legokeelako. Arintasunaren adibideari helduz, dena den, azken 20 urteetan gehien landu den eremua da euskal prentsan, batez ere herri-prentsaren ildotik.

Gure gizarteak dituen ezaugarriak ditu, eta eskatzen duena eskaintzen zaio; produktuak eskariari lotua egon behar du. **Eskaria sortu edo norabide batean bultzatu ere egiten dela?** Bai, baina orduan aztertu eta erabaki beharko litzateke euskal gizarteari eskaini beharreko komunikazio-produktuak zeintzuk diren. **Oso lan subjektibo eta ideologikoa izan daiteke aipatutakoa.**

Ez dugu komunikabide-molde zehatz bati buruzko zehaztapenik egingo, baina bai **aipatu nahiko genuke komunikazioaren esparrura –eta**

apurka bizitza osora– horren aldaketa handia ekarri duen Internet. Duela hamar urte pasatxo Internet komunikazioaren munduan **garatzen hasi zene-tik iraultza gertatu da informazioaren munduan;** eta eremuren bat bereziki ukitua izan bada, hori prentsarena da. Adu batzuen esanetan, azken hamar urteetan Internetek batez ere prentsaren munduari eragin dio, baina datozen hamar urteetan ikus-entzunezkoen munduari eragingo dio.

Euskal prentsa –ARGIarekin besteak beste– hasieratik izan zen Interneteko lasterketa hartan, eta **etorkizunean ere hor izan beharko du,** komunikazioaren eremuan jarraitu nahi badu bederen. XXI. mende honetan argi dagoena da **euskarazko komunikazioak Interneteko gurdian izan behar duela, eta esparru honek merezi duela bultzada berezia;** Interneteko lehen urratsetan zalantzak izan baziren ere, gaur egun itsuarena egitea litzateke eremu horri duen garrantzia ez ematea.

TRIBUAREN BIZIRAUPENA

Eusko Jurlaritzako Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzaren eskariari erantzutera dator txosten hau. Haren ildoak gidatzeko eman dizkiguten galderari erantzuteko, ordea, aurrez argitu beharrean nago ea zein den niretzat euskal hedabideek euskarari buruz duten eginkizunaren funtsa. Labur esanda, hauxe: **euskal tribuaren biziraupena**.

Euskararen legeak dio euskara dela Euskal Herrian **berezko hizkuntza**. Badira beste hizkuntza batzuk, konpartituak: frantsesa, frantsesdun komunitatearekin; eta espainola, berearekin. Hizkuntza konpartituetan, gure erakundeei ez dagokie aparteko betebeharririk: bermatu egin behar dituzte haien hiztunen eskubideak, beste edozein eskubide bezala. Hizkuntza horien korpusa, zaintza eta sustatzea komunitate horien erakunde berezkoei dagokie. Era berean, euskal erakundeek badute berezko hizkuntzarekiko eginkizun sahiestezina: biziraupena ziurtatzea. Hain zuzen, euskaldunok bakarrik dugulako euskara, guri dagokigu haren biziraupenaren ardura.

Har dezagun berriro goiko paragrafoa eta jar dezagun orain **euskarra** hitzaren tokian **euskal tribua**. Eta azaldu nahi dut **tribu** hitza erabiltzen dudala **komunitate** hitzaren pareko, gustatzen zaidalako duen argia. Euskal tribua da euskal lurrraren gainean –nola edo hala, zutunik– mendeetan zehar bizi izan diren haien oinordekoen multzoa: egungo euskal indigenak, berriro labur esateko.

Giza multzo honek herentzian jaso ditu hizkuntza bat eta identitate bat, eta –hain juxtu– horiek dituen neurrian da tribu. Aurrekoek iraurarazi zutena

iritsi zaigu guri, eta guk iraunarazten duguna iritsiko zaie gure ondorengoei. Ikuspegi teluriko hau dago ondoren esango dudan guztiaren azpian.

Horrela, **hedabideak euskaraz egitea edo hedabideetan euskara erabiltzea eginkizun berarekin lotzen dira: katea ez dadila eten eta, uniformetasunaren itsasoan, ur gainean iraun dezala euskal irlak.**

AMARAUNA ETA TRINKOTASUNA

Gero eta gehiago dira mundu osoak konpartitzen dituen gai, ohitura eta baloreak; beste horrenbeste gertatzen da janzkera, pentsamolde, kultura edo kontsumoaren alorrean. Eta hedabideak dira bilakaera horren eragile printzipalak: handiak, zuzenean transmititzen dituztelako metropolietako parametroak planeta osora; eta, txikiak, olatu horri eusteko indar edo argitasun nahikoa ez duten neurrian.

Egoera horretan, giza multzo txiki batek bizirauteko behar ditu, gutxienez:

Ikuspegi auto-zentratua

Mundua ikusteko modu propioa landu behar da, utzikierarik gabe. Informazio-sortzaile handiek etengabe transmititzen dutena filtratu beharra dago, sorburuan duen garrantzia –benetakoa ala interesatua– hartzailearen neurrietara ekarriz. Horrekin batera, garrantzi handia du informazio-iturri propioak izatea, hurbilekoa ere albiste izan dadin, eta kanpokoia zuzenean jasotzeko.

Auto-estimua trinkoa

Tribu txikiak ez dira –gehienetan– berez izaten txiki, baizik **txikiagotuak**. Hau da, historiaren bilakaerak sortu ditu egungo egitura politiko handiak eta pentsamolde bateratuak: eta bilakaera horrek bultzatu ditu giza multzo txikiak egun dauden egoerara. Halako galera-prozesuetan, norberaren identitateari eustea bera iris daiteke gatazka-iturri izatera; eta haren ukazioa, erosotasunerako bide. Mundua beteta dago horren adibidez; asko dira bere burua oso gutxi maite duten tribuak. Euskaldunak ere ez gabilta horretatik oso aparte,

gure jarrera askotan nabari dira harrokeria edo konplexua –biak txanpon beraren aldeak–; eta, aldiz, oso gutxitan dago harrotasun sana, auto-estimu eraginkorra. Beharrezkoa zaio, gurea bezalako tribu bati, nortasun berezkoaren ezagutza eta estimua, prestigioarekin ondo uztartuta.

Amaraun-antolaketa

Sarea baldin bada modernitatearen ikono, guztion imajinarioan sarea da laukiduna, erregularra, puntu guztietan berdina, mailaketarik gabea. Ikuspegi hori ez da egokia tribuaren biziraupenerako, hain zuzen maila berean jartzen dituelako hurbilekoa eta urrunekoa. Alderantziz, tribuari komeni zaio sarea irudikatzea **amaraunaren** antzera: erdigune bat, zirkuluak haren inguruan, eta hari luzeak erdigunetik lau haizetara. Amaraunaren erdigunean legoke bakoitzaren hurbilenekoa, interes nagusikoa; kanporanzko zirkuluetan, gero eta urrunago, interes gutxiagoko gaiak; eta hari luzeen bidez bermatuko litzateke mundu zabalarekiko harremana. Egin diezaiogun bakoitzak bere buruari ondoko galdera: ‘zerk du eragin handiagoa nire bizitan, atariko auzokide baten auto-istripuak, ala lurrikarak eraginda milaka kilometrotara gertatu den milaka indonesiarren heriotzak?’ Erantzun honen arabera informazioa mailakatuko duen amarauna behar du gure tribuak.

Masa kritikoa eta hegemonia

Tribu txikiagotuak gutxiengo izaten dira beren jatorri-eremuan. Eta egoera horrek areagotu egiten du gehiengoarekiko mendetasuna, baita tribuaren irmotasuna ahuldu ere. Biziraupenak eskatzen du, lehenik, masa kritiko bat gutxienerako tresna eta sareak sortzeko, giza funtzio oinarrizkoak ez galtzeko. Baina, tribuaren biziraupena ez da bermatzen haren berezko eremuan hegemonia lortzen ez duen bitartean. Eta bide horretan, ezinbesteko tresna da informazio-sare propio eta erakargarria, bidelagun berriak atxikitzeko.

EUSKARARIK GABEKO BASKOAK

Euskarak esparru asko irabazi ditu frankismotik irten ondoren. Inoiz ez bezalako corpus, hedapen eta hiztun kualifikatuak ditu. Baina, horrekin batera, beste esparru asko eraiki dira euskara badenik ere kontuan hartu gabe.

Laboarena

Sarri aipatu dudan adibide bat. Behin Kutxako lankide bat bere etxera neramala, bidean esan nion: **Ahí vive Mikel Laboa**. Eta berak erantzun: **¿Ése qué es... de Kutxa?** Lankidea gaztea da –40 urte–, Donostian jaio eta bertan bizi da, eta ama euskalduna du.

Erruak banatu daitezke, noski, kulpante ezberdinen artean. Baina, hedabideetara etorrira, Mikel Laboa ezezaguna izan badaiteke donostiar gazte elebakar batentzat, erruaren zati handia hartu beharko dute ETB2k eta Radio Euskadik, hedabide publikoak izanik, ez baitute beren sortzeko helburua bete.

Oro har, uste dut EITBko gaztelaniazko hedabideek ez dutela ezer egin edo egiten –eta gogorra da esatea– euskara eta euskal tribua hurbiltzeko erdal komunitateei. Eta hori akats larria da, euskarazko hedabideek –dena ondo eginda ere– ezin dutelako lan hori egin, elebakarrengana iritsi, alegia.

Areago, EITBk lagundu egin du –eta laguntzen– euskararik gabeko baskoak egon daitezen, sakondu egiten du hizkuntza- eta komunitate-diglosia, euskararen eta euskal komunitatearen kaltetan.

Txabarrirena

Argigarri egin zitzaidalako dakart aipamena. Gipuzkoako Aldun Nagusi izendatu berritan, Joxe Joan Gonzalez de Txabbarri hasi zen prentsaurrekoetan euskara eta gaztelania normal erabiltzen; hau da, parean eta errepikatu gabe. Zeresan ugari eman zuen jarrerak, nabarmendu zuelako Gipuzkoako hainbat hedabidetan kazetari elebakarrak daudela aurrean. Hedabide pribatuak bere hautua egingo du argitalpen-hizkuntzari dagokionean; baina kazetari

elebakarrak, edo ez dio euskarazkoari jaramonik ere egingo, edo derrigortuko du euskaraz eman dena gaztelaniaz ere eman dadin.

Zer gertatuko litzateke Txabarriren sindromea kutsatuko balitz? Ba, hedabideak hasi beharko luketela lehen lerroa elebidunez osatzen, eta horrek ahalbidetuko lukeela hainbat ekitaldi osorik euskaraz egitea. Hau da, normaltasunean aurrera egingo genukeen.

Hedabide abertzaleak

Aspalditxo du egina Aitor Zuberogoitia irakasleak bere doktore-tesia prentsa abertzale erdaldunaren gainean, non agerian uzten baitu nola euskararen normaltasunari baino haren mendekotasun diglosikoari egin dion mesede.

Hedabide elebidunen esperientzia ez da arrakastatsua izan, batik bat helburu ideologikoen mende egon delako. Eta porrotak bi ondorio txar izan ditu: alde batetik, tinkotu egin du esparru baskoa eta posible bihurtu, oso abertzale izanda ere, ez-euskaldun izatea; eta, bestetik, mesfidantza itzela sortu du esperientzia elebidun berriak abiatzeko.

Eta, hala ere, beharko dira. Euskararen lehentasunetan ez da makale-na erdal elebakarregana iristeko premia. Eta hori nekez egingo da euskara hutsezko hedabideekin. Hedabide erdal elebakarretan euskara txertatzeko ahaleginak garrantzi handia du une honetan. Komeni da ondo hausnartzea, gero asmatzeko.

Eman eta zabal

Arrazoi bat baino gehiagok eraginda, euskara uzkurto egin da esparru bas-koetan. Hauek nagusi diren zonaldeetan, elebidunak sotoan edo sutondoan ezkututzen du euskara; balio ez diolako, gatazka sor dakiokelako, arlote eman lezakeelako... Hedabideek asko egin dezakete egoera hau aldatzeko: hizkuntza ahularen alde agertu edo elebitasuna goraiatu, esaterako.

Baina, hedabideen eginkizun nagusia litzateke euskaldunaren auto-estimua igotzea. Izan ere, bostehun mila izan bagaitezke elebidun aktibo samarrak, zer gertatuko litzateke bakoitzak bere inguruan lehen hitza beti euskaraz egingo bagenu?

KUOTAK, EKOLOGIA ETA PENITENTZIA

Onartuta dago jendartean, galdutako oreka ez dela berreskuratzen berdintasuna erabilia. Aspaldi onartu zen, adibidez, genero berdintasunera bidean onargarria dela diskriminazio positiboa –ekintza positiboa zuzenago omen– emakumeen alde, eta hainbat legetan ere jaso da irizpidea. Horren osagarri, kuotak ezartzen dira, bermatzeko aginte-postuetan edo egituren goiko mailatan emakumeen ordezkariak nahikoa.

Era berean, zeharo errotuta dago lehen munduko hiritarrongan ekologiaren kezka: arriskuan diren espezieen zaintza berezia, horretarako behar diren baliabideei erreparatu gabe.

Jar dezagun orain euskara bi ideia horien argitan. Zaintza berezia behar duen espeziea da, arriskuan dagoelako –eta hau Unescok dio–; beraz, behar dituen baliabideak jarri behar zaizkio, mizkineriatan ibili gabe. Eta, galdutako oreka berreskura dezan, kuotak ezarri behar litzaizkioke, esaterako, erdarazko hedabideetan. Etxekoetatik hasita, hau da, publikoetatik.

EITBri penitentzia

Goian leporatu diodan bekatua barkatze aldera, penitentzia jarriko nioke EITBri. Adibidez:

- Nik ETB2n emango nuke kirola euskaraz; berdin haur eta gazteen saioak ere. Ez litzaidake inportako, esaterako, **Esta es mi gente** moduko saio bat desagertuko balitz; ezta audientzia bi puntu jais-tearen truke (auskalo jaitsiko litzatekeen).
- Nik euskaraz emango nituzke euskaldunen adierazpenak erdal hedabide publikoetan, eta azpigituluak erabiliko nituzke –itzuli / estali gabe– bakarrik luze samarrak direnean.
- Nik, EITBren euskarazko hedabideetan, ez nioke emango gaztelaniari ‘ulertzen den’ hizkuntzaren tratua, orain ematen zaion bezala. Izan ere, gaztelaniaz ‘korteak’ ulertzen badira, berdin lirateke ulergarri esatarien hitzak ere gaztelaniaz. Zertarako, orduan, euskaraz jardun? Ez nago beste hizkuntzak sartzearen kontra. Alderantziz,

hizkuntza asko sartuko nuke, horrek aberastu egiten baitu emaitza: Zapatero, gaztelaniaz; Bush, ingelesez; Chirac, frantsesez; Montilla, katalanez; eta Al Zawajiri, arabieraz. Azalpenak, azpituak, euskaraz; lekukotasuna, jatorri hizkuntzan.

- Nik eskatuko nieke euskaldun diren gizarte-eragileei eta agintariei tarteka adierazpenak euskaraz bakarrik egitea; horrek lehentasuna eta prestigioa emango lioke euskarari, eta agerian utzi nola hedabide elebakarra bere elebakartasuna inposatzen ari den.
- Nik jarriko nuke EITBko hedabideetan kuota bat euskal kulturarentzat. Erdarazkoetan ez nuke etsiko harik eta lortu arte Mikel Laboa izatea, adibidez, Serrat bezain ezaguna. Orduan bakarrik egingo nuke proba ea kuotak kenduta zer gertatzen den.

Oro har, EITBk bihurtu behar luke euskarazko hedabideen eta euskara erabiltzen duten hedabideen liderra: handiena da, eta publikoa.

MARTXA BATEN LEHEN NOTAK

Hizkuntzari dagokionean, beharrezko ditugu euskarak erabat beteko dituen guneak, hala gizartean nola hedabideetan. Euskaratik, munduan egoteko modua eraiki behar da; aktibo eta eraginkor, egon ere. Tribuaren biziraupenak behar du, arestian esandakoak zehaztuz, euskarazko hedabideak artikulatuko dituen egitura indartsua, **Euskarazko Hedabideen Partzuergoa (EHP)**.

Partzuergoa, edo kontsortzioa, oso formula interesgarria da izaera juridiko ezberdina duten erakundeak elkarlanean jartzeko. Hemen eroso nahas daitezke izaera publikoa eta pribatua duten erakundeak, pertsona fisiko nahiz juridikoak, zehaztutako arauen arabera. Eta, bereziki, partzuergoak saihesten ditu diru-laguntza publikoak emateko dauden legezko hainbat arazo: behin ekimen bat partzuergo bidez egitea erabakitzen bada, ez da –adibidez– lehiaketa publikorik behar partzuergoari diru publikoa emateko. Legelari adituek argitu dezakete hau hobeto.

EHP sortzeko behar litzateke, lehenik, euskarazko hedabideen esparruari buruzko diseinu bat, tribuaren biziraupena ardatz hartuta. Hauek izan daitezke diseinuaren ildo nagusiak:

Multimedia

Hedabide gutxi dago bakarrik munduan. Euskarri bakarrean ari direnak garapenaren hastapenetan daude. Garatuak, informazioaren euskarri guztietan edo gehienetan ari dira: telebista, prentsa, irratia eta Internet. EHPk talde multimedia izan behar du.

Tokikoa

Informazio orokorra 'berez' iristen da mundu guztira. Gero, bakoitzaren lana da informazio horri bere galga jartzea, interpretatu eta editatzea. Baina, EHPren balio erantsia hurbilekoan dago, sustraiak luzatu ditzake inork baino sakonago. Euskaraz ari den ia 1.000 kazetari dago Euskal Herrian. Horiek guztiak artikulatu ezker, ez dago Murdoch edo Polanco-rik gurean horrenbeste baliabide jar ditzakeenik.

Bideragarria

Euskaraz ari den hedabideak hizkuntzak dituen mugak ditu. Euskara ez dago egoera normalean, nekez lehia daitezke euskarazko hedabideak hizkuntza indartsuagokoekin, pareko baldintzarik gabe. Ezin da euskarazko hedabide baten biziraupena jarri erabateko auto-finantziazioaren baldintzapean.

Ezta kontrakoa ere. Ezin da euskarazko hedabidea 'in eternum' diru publikoaren bizkar utzi. Auto-finantziazio erabatekoa hizkuntza-normaltasunarekin lotua dago, horrekin bateratsu etor daiteke, nekez lehenago. Eta, aldi berean, euskarazko hedabidea eragile da normaltasuna etor dadin. Horregatik eman dakioke diru-laguntza publikoa, interes orokorreko funtzioa betetzen diharduelako. Zerbitzu publikoa ematen duen heinean, kanon bat ordaintzen zaio, kostuaren zati bat.

Bidean, ordea, aurrera egin behar da auto-finantziazioan. Diru publikoak makulu behar du izan, eta ez zango. Makulua noizbait albora daiteke,

zangoa ez. Horretarako, diru-iturri propioak sortu, landu eta zaindu behar dira, sarreren zati gero eta handiagoa izan daitezen.

Eta, amaitzeko, laguntza publikoak ez du beti dirutan etorri beharrik. Ez da gurean apenas landu enpresa handi eta elkarte aberatsen mezenasgoa, behintzat esku artean darabilgun gaiei lotuta. Demagun, aginte publikoak hoberi fiskalak ezartzen dizkiola euskarazko hedabideen sostengurako emandako diruari. Neurri honek, hedabideen egoera ekonomikoa hobetzen lagunduko luke; eta, gainera, prestigioa emango lioke euskarazko hedabideen sektoreari.

GALDETEGIARI ERANTZUNAK

- **Garenaren neurria kontuan hartuz, zein eratako hedabideak lehenetsi beharko lirateke? Zein ezaugarritakoak formatuari dagokionez (prentsa idatzia, irratia, telebista, Internet)? Zein ezaugarritakoak formatu bakoitzean hartzaileei dagokienez, enfokeari eta edukiei dagokienez?**

Ugaritasunaren erreinuan, euskarak hedabide asko behar ditu, kantitatea bera bihurtzen da lehentasun. 'Euskaraz bakarra' oso sindrome arriskutsua da, eta tentazio horri ihes egin behar zaio. Hedabideak euskaraz, zenbat eta gehiago, hobe.

Irizpide horrekin, Internet eta irratia oso euskarri merkeak dira, erruz ugaltu daitezke, beldur barik, sekula ez dira gehiegi izango. Prentsa idatzian eta telebistan, tokikoa bultzatu behar da, hurbilekoaren interesa erabili, edukiak trukatu; horizontalean sarea egin tokikoen artean, bertikalean elkarlana garatu hedabide orokorrekin.

- **Lehentasunekin jarraituz, ba al da adinaren edo beste faktoreren baten arabera lehenetsi beharreko kontsumitzaile-talderik?**

Oinarritzko logikak dio euskarak hiztun-dentsitate altuena duen giza multzoetan legokeela eragiteko interesik handiena. Gazteengana iristeko, telebista

eta Internet; helduen artean dauden euskaldun herdoilduak berpizteko, irratia eta prentsa.

- **Ezinbestez minoritarioak diren aldizkariak (aldizkari espezializatuek, eliteei zuzendurikoek) behar al dute arreta publikorik?**

Bai, euskarazkoen katalogoa osatze aldera. Dena den, interes orokorraren arabera sailkatuko nituzke, eta lehentasunak hor ezarri. Bide batez, aldizkari hauetan izan daiteke bereziki erabilgarri gorago aipaturiko mezenasgoa.

- **Zein da tokian tokiko prentsaren aukerarik egokiena epe erdira begira: egunkaria ala aldizkaria?**

Goiena-k denbora asko eman zuen gaia aztertzen eta ez zuen eguneroko prentsara jauzi egin. Astean bi aldizkari –astelehen eta ostiral– formula egokia izan daiteke, beste euskarri osagarriak –Interneteko albistegia– ondo gartzetzen badira. Denboran aurrera, ez da baztertu behar egunero tokiko gehigarri bat egunkari orokorretan. Hau da, tokiko kronika, tokikoak.

- **Zertarako (zein kontzeptutan, alegia) eman beharko lituzke laguntza, bultzada eta babesa administrazioak? Nola uztartu *merkatuan lehiatu beharra* (eta, beraz, lehiatzeko moduko produktua izatea eta lehiatzen jakitea) eta administrazioaren laguntza, laguntza *morrontza bihur* ez dadin? Diru-laguntzak jasotzeko denbora mugatu beharko al litzateke, esaterako ikusi arte kontsumitzaileek onarpena ematen dioten ala ez produktu bati?**

Neurri batean erantzun dut gorago, diru publikoak makulu eta ez zango behar duela esatean. Horren haritik, helburuak behar du izan auto-finantziazioan gora egitea, atzera pausorik ez izatea. Ez horrenbeste denbora mugatua. Eta, onarpena, diru-sarrerek erakuts dezatela.

- **Zein da gure euskal merkatu txikian gutxieneko gisa onartuko genukeen irakurle kopurua prentsa idatziko (eguneroko nahiz aldizkari) produktu batek eta irrati nahiz telebista batek interes publikoari erantzuten diola esan ahal izateko?**

Ditugun erreferentzien arabera, esango nuke 5.000 harpidedun edo esparru naturaleko % 5a izan daitezkeela zoru modukoak. Dena den, garrantzi handiagoa emango nioke hazkundeari, goranzko joerari.

- **Internet arreta berezia eta lehentasuna zor zaizkion medioa al da? Gure artean gazteak eta euskaraz eskolatuak izanik Interneten kontsumitzailerik gehienak, gazteei bereziki zuzenduriko eskaintza-
ren bat bultzatu beharko ote litzateke Interneten? Zein eratakoa?: messenger euskaraz, webgune ludiko interaktiboak, informaziorako webguneak, bestelakoak.**

Esanda doa, Internet oso euskarri merkea da eta, aldi berean, gero eta eragingarriagoa. Zorionez, sarekoa izan da euskarak garaiz samar harrapatu duen uholdea, eta jende on asko dago euskaraz puntan dabilena: IKTeroak, blogariak, CodeSyntax, Sustatu... Badakit Goienako Iban Arantzabal ere bere txostena egitekoa dela; gai honetan aditua den aldetik, haren gomendioak egiten ditut nire, erantzun hau osatzeko.

- **Merkatuan lehiatzeak autofinantzaketa berarekin darama, eta autofinantzaketak publikoaren onarpena eskatzen du nahitaez. Onarpen horrekin batera doa, ordea, publizitatea ere. Publizitatea lortzen laguntze aldera herri-aginteei neurri berezirik hartu beharko ote lukete? Euskararen balioa eta prestigioa aireratzera zuzenduriko ekintzez gain, arlo fiskalean, adibidez, zerga-onurak eskainiz publizitatea sartzan duten entitateei.**

Mezenasgoa aipatu dut goian, emariei onura fiskalak jartzea aipatuz. Publizitatearena zaku berean sar daiteke, ados. Baina ez hori bakarrik. Aginte publikoek diru-mordoa gastatzen dute publizitatean, eta asko egin dezakete euskarari prestigioa emateko. Era berean, publizitate hornitzaileengan eragin behar da euskaraz –eta euskaratik– sortzeko gai izan daitezen. Publizitate euskaratua ez da, gehienetan, erakargarria izaten.

- **Egin al daiteke euskarazko hedabideen mapa ideala-edo izango litzatekeena? Zein litzateke mapa hori txostengile bakoitzaren**

iritzian? Beti ere, jakina, euskal hiztunok garenaren –eta kasurik onenean izan gintezkeenaren– neurria kontuan hartuta.

Euskal Herriko geografiak nahiko erraz jartzen du eskualde mapa bat egitea. Berez, kidesun dezente dago eskualde bakoitzeko herrien artean, baita interes komunak ere. Gainera, lurralde-antolamenduaren ikuspegitik ere unitate eraginkorrena gehienetan eskualde natural edo historikoekin identifikatzen da.

Hedabideen nire mapak eskualdea du oinarri; eta nire eskarmentua, gidari. Eta **Goiena** multimedia da niretzat, oraindik ere, baleko erreferentzia. Aski ezaguna da HPSrentzat, ez naiz hura azaltzen hasiko.

Oinarrizko unitatea da eskualdeko talde multimedia, prentsa, irratia, telebista eta Interneten jardungo duena. Aldeak alde, modulu bat zehaztu daiteke eta tokian tokikora egokitu. Adibide gisa, Gipuzkoan zortzi bat ‘Goiena’ aurreikusten dira.

Jar ditzagun orain unitate horiek sare horizontalean, amaraunak elkarrekin josita, ‘patchwork’ egiten ariko bagina bezala. Edukiak konpartitzeko tresna digital baten bidez, zirkulu zentrokideak garatuz joan daitezke, eskualde propioan hasi eta inguruko eskualdeetan jarraituta. Telebistaren kasuan, hoguei bat seinale egongo lirateke euskaraz ikusgai, sare bidez.

Eraiki dezagun beste sarea, bertikala. Lotu ditzagun eskualdeetako unitateak euskarazko telebista eta irrati publikoarekin, eta euskarazko egunkariarekin. Eta landu dezagun elkarlana. Telebistaren korrespontsal-egitura bikaina legoke egina. Beste horrenbeste egunkariarentzat. Txerta dezagun tokikoa informazio orokorrean: inor baino hobeak izango gara, ahaltzuagoak. Sor dezala telebistak kanal tematiko bat, eskualdeetako edukiekin. Landu dezala egunkariak gehigarri sistema bat, eskualdeka, bertakoek egina. Irratiak –euskarazko irratiek– balukete nora jo, informazio eta eduki bila. Internetekoak ez du azalpen handirik behar: pentsa nolako atari erraldoia antola daitekeen, zenbat zerbitzu horren inguruan, nolako meta egin daitekeen topagune jakinetan...

Imajina dezagun, orain, sare honek lortzen duela euskaraz dakiten jendarteko liderren konplizitatea, euskaraz bakarrik edo euskaraz lehenago

jardun daitezen, une esanguratsuetan. Ez da asmatzen zaila egungo elebakarrek egin beharko luketen bilakaera, egoera horretan aurrera egiteko.

Mila kazetari, eta beste horrenbeste teknikari egon daitezke euskarazko hedabideetan. Zenbat aldiz ez ote da esan euskara muga edo traba edo oztopo dela, hainbat gauzatarako. Ba, oraingoan alderantziz: euskara izan daiteke –hain juxtu, eta dauden zailtasun guztien gainetik– Euskal Herrian egitura hegemoniko bat sortzeko legamia. Hain zuzen, Euskarazko Hedabideen Partzuergoa deitu dudan hori.

- **Argialetxe, editore eta idazle sare zabala daukagu euskaraz, oso zabala. Euskaraz irakurtzeko joera asko ugalduta azken 20 urteotan. Euskaldunaren irakurzaletasuna piztu eta liburuaren truke diru bat ordaintzeko prest egotea lortu bada, zergatik ez da lortu gauza bera prentsarekin? Zergatik baloratzen da euskarazko eleberrigintza, baina ez prentsa, ez behintzat neurri berean?**

Prentsaren balorazioa oso gai konplexua da. Zergatik erosten du Vocento taldeko egunkari bat, pentsamoldez oso bestelakoa den horrenbeste jendek? Zergatik dute horrenbeste neke gurean egunkari ‘nazionalak’? Berriak 10.000tik gora harpidedun ditu, Argiak eta Asteleheneko Goienkariak 5.000tik gora. Gutxi dira? *El Diario Vascoren* aldean bai. Baina, besteekiko? Eta, nork saldu du aspaldian liburu baten 5.000 ale?

- **Prentsa idatziko produktua, edukiari dagokionez, ez ote da astunegi, gai sozialpolitiko serioekin eta jarrera politiko ildo (ia) bakarrekoekin identifikatua? Ez ote litzateke oro har produktu arinagoen aldeko apustua egin behar?**

Gurean lider diren prentsa idatziko produktuek badituzte –kasik hitzez hitz– galderak aipatzen dituen ‘akats’ horiek. Eta liderrak dira. Euskarazko prentsak ere behar du estandar hori. Dena den, uste dut euskarak idatzian daukala zailtasun gehien, eta ondo etorriko zaio formula arin eta erakargarriak lantzea. Baina ez lehengoan ordez, haiei eransteko baizik.

- **Zergatik ez dio irakurle euskaldunak erdarazko prentsari ematen dion balio bera ematen euskarazkoari, eta jarrerarik naturalena iruditzen zaio euskaraz irakurtzen duguna debaldekoa izan behar duela eta, aldiz, erdarazkoa ordaindua?**

Ez dut uste galdera zuzen egina dagoenik. Debaldeko prentsa oso esparru inportantea da hizkuntza guztietan, eta euskarak erabili egin du bere mesederako. Gehiago esango dut. Debaldeko prentsan lortu du euskarak hain urriak dituen urrezko dominetako bat. Lehiatu zen gaztelaniaz edo elebidun ari zirenekin, eta erabat nagusitu zen, 90eko hamarkadan. Zein beste esparrutan lortu du euskarak garaipen absoluturik?

Alabaina, euskarazko prentsa idatzia, zati handian, ordainduzkoa da. Eta erosten da. Areago, esango nuke idatzizko produktu batzuk ez daudela auto-finantziatutik oso aparte.

Beraz, ez dut uste jendearen aldetik **euskara = debalde** berdintasuna orokortu daitekeenik. Badago, noski, euskara 'minus'ago ikusten duen herri-tarrik, hizkuntza-normaltasunetik oso urrun gauden neurrian. Baina euskarazko hedabideak ari dira bidea egiten, ez dute ezintasun berezkorik.

- **Euskarazko prentsa indartsuaren aldeko apustua egiterakoan bat datoz eragile guztiak, nahiz pribatuak hala publikoak. Egunkari eta astekariei garrantzi handiena ematen eta, bitartean, telebista, irrati eta Interneti bigarren mailako garrantzia aitortzen jarraitu behar al dugu? Ikus-entzunezkoei arreta handiagoa eskaintzeko ordua ote?**

Berez dator ikus-entzunezkoen ordua, tokiko telebisten lege berriarekin. Baina, egia bada orain arte arreta mugatua izan dutela, kulparik handiena –eta ez dut uste temaz ari naizenik– EITBrena litzateke. Izan ere, audientziei gehiegi eta bere eginkizunei gutxiegi erreparatu dielakoan nago, eta ez du bete hedabideen sektorean zegokion lider lanik.

Adibide sinple bat: zergatik ez da egon EITB **Hamaika** taldearen sorreran?

- **Sektore atomizatua da euskarazko prentsarena: eragile asko eta baldintza ekonomiko eskasak. Nola metatu indarrak, monopolioetan**

erori gabe eta anizkoitzasuna bermatuz? Birmoldaketa behar duen sektorea al da euskarazko hedabideena? Eragile gutxiago baina indartsuagoak, lanpostu gutxiago baina baldintza hobeetakoak, irakurleen gogoaren araberrako produktuak, monopolio arriskuak ekiditen dituen jardunbidea... puntu horiek eta beste zenbaitek (esan zeintzuk) osaturiko hezurduraren araberrako gogoeta estrategikoari ekin beharko ote litzaioke?

Euskarazko prentsaz egiten da galdera, baina hedabideak orokorrean hartuko ditut. Izan ere, ez dut gogoratzen prentsan bakarrik dabilen eragilerik.

Sektorearen birmoldaketa baino moldaketaz hitz egin behar da, sektoreak egun ez dauka-eta inongo moldaketarik. Euskarazko hedabide bakar bat ere ez da sortu merkatuko lege soilen araberrera. Denetan egon da bestelako bulkadaren bat, eta denetan dago diru publikoa. Eta, hala ere, bakoitzak uste du eskubide osoa duela 'bere' egituratxoa defendatzeko.

Euskarak –eta tribuaren biziraupenak– lehenatasun garbia jartzen dute: jendartearen ekimena eta erakundearen ahalmena uztartu, eta uztarrria enbata politikotik kanpo uztea. Beraz, datozela gogoeta estrategikoak eta hurbilketa taktikoak, landu bitez elkarlanerako tresnak; baina has gaitezen fite, berandu baikabiltza.

- **Erdara nagusi duten hedabideetan euskarari sarbidea emateko zein bide urratu beharko litzateke?**

Hedabide publikoetatik hasita, uste dut ordua etorri zaiola EITBri hausnarketa sakona egiteko. Egoitza berria prestatzen dihardu, 25 urte beteta, eta une aproposa du aurrera begirako asmoak birplanteatzeko. Hezkuntza ari bada hizkuntza-ereduak aldatzen, HPS ari bada bere strategiak berritzen, zer dela-eta EITBk jarraitu behar du beti betikoan, hizkuntzari dagokionez? Gorago eman ditut hausnarketa horretarako zertzelada batzuk, ez ditut hemen errepikatuko.

Beste hedabide publikoak ere –estatuarenak– sar ditzagun lapikoan. Katalunian izan berria naiz, eta ikusi dut TVE2ko deskonexio batean Artur Mas Kataluniako hainbat kazetariren galderak erantzuten, katalanez. Une horretan eskura nituen zazpi edo zortzi seinaleen artean, hiru ziren katalanezkoak –bi

telebista katalanak eta espainol bat-. Noiz izango da ordua RTVEri euskara-
rekiko dituen obligazioak bete ditzan eskatzeko?

Hedabide pribatu elebakarretan, indar-erlazioak aukera emango balu, kuoten aldeko apustua egingo nuke. Ez dut uste aurrez dirua eskaini behar zaienik euskaraz zerbait egin dezaten, ez zait asko gustatzen berez egin beharko luketena saritzea. Aldiz, bai zabalduko nuke aukera diru-laguntzak hartzeko, baldin eta hedabide gaztelaniazkoak euskaraz –eta tratamendu ‘normalarekin’– emango balu bere ekoizpenaren zati esanguratsua, % 25-30etik gora. Izan daitezke gehigarriak, giza talde bereziei zuzenduak; baina nik hobetsiko nuke, adibidez, *El Diario Vasco*-ren orri arruntetan hirutik bat euskaraz izatea, eragin handiagoa izango luke baskoengan.

Dena den, elebakarrei euskara eta euskal identitatea hurbiltzeko, eragin asko beharko dira, hemen aipatu diren guztiak eta gehiago. Eta, denaren azpian, beharko da halako itun politiko-sozial bat elebitasunaren alde. Uste dut une egokia dela, lehen ziklo baten amaieran gaude eta errebisioen ordua da. Ez da erraza izango, baina estrategia adostu bat beharko genuke, beste 25 urteko epean elebitasun-helburu jakin batzuk erdiesteko. Orain datu errealak ditugu, eskarmentu luzea eta aberatsa, ondo ezagutzen dugu elkar. Alde askotatik –ez denetatik– hobeto gaude.

Saia gaitezen, katea eten ez dadin.

KARMEN IRIZAR

Euskarazko hedabideen gaineko gogoeta azken urteotan behin baino gehiagotan azaleratu den beharra izan da Administrazioaren eta hedabideen arloa jorratzen duten eragileen artean. Eman diren lehen urrats hauek egoki baloratzen ditugu Topagunetik, Administrazioaren eta eragileen arteko gogoeta izango dela ematen duelako. Garrantzitsua da eragile guztien arteko gogoeta-saioa izatea eta gogoetak irauten duen denboran zehar guztion parte hartzea bermatzea. Administrazioak lidergo-funtzioa hartzen badu ere, eragileon ekarpenak funtsezkoak izango direlakoan gaude, eta tokiko hedabideak ere tartean izateko prest gaude. Topaguneko Hedabideen Batzordeak gogoeta osoan zehar parte hartzeko asmoa agertu du, eta horrela jakinarazi nahi zaio Eusko Jaurlaritzako Kultura Sailari.

Eusko Jaurlaritzako Kultura sailburuak eta Hizkuntza Politikarako sailburuordeak egindako eskaerari erantzunez, eta bidalitako galdegaiak aintzat hartuta, hiru ataletan egituraturako txostenean azalduko dugu gure iritzia, Topagunea Euskara Elkarten Federazioarena.

- Lehen zatian, HAKOBaren ekimenez 2006an egin zen “Euskarazko Komunikabideak” izeneko azterketak eragin dizkigun gogoetak agertuko ditugu, azterketa bera baloratzuz.
- Bigarrenean, hedabideen izaera izango dugu aztergai. Izaeraren baitan jaso ditugu euskararen presentzia hedabideetan (euskarazko hedabideak eta euskararen presentzia dutenak) lantzen diren edukiak eta euskarriak. Hartzaileen ikuspegitik eta helburuen baitan aztertu nahi genituzke hirurok.

- Azkenik, enpresa-egiturez egin nahi genuke gogoeta: gastuez, inbertsioez,...

Tokiko hedabideen ikuspuntutik egindako irakurketa izango da gurea. Hurbilen bizi dugun errealitatea hori da, eta kontuan hartzeko izango da beti ere horixe dela txosten honetan egingo dugun iruzkinaren oinarria.

Edonola ere, gogoeta-prozesu osoan kontuan hartzekoa iruditzen zaigun zerbaiti hasieratik arreta jarri behar diogula gogoratu nahi genuke: Hizkuntza Politikaz eta hedabideez ari garenez, helburuak ez ditugu sekula ere bazterrean utzi behar egiten ditugun irakurketetan. Euskarazko hedabideen bidez hizkuntzaren normalkuntza-prozesuan zein helburu ditugun aintzat hartu beharra dugu etorkizunerako norabide eta ildoak finkatzerakoan.

1. HAKOBAREN TXOSTENAREN GAINEAN

Euskarazko hedabideen norabidearen inguruan gogoeta hasteko azterketa modura aurkeztu da HAKOBak 2006 urtean egindakoa. Euskarazko hedabideek azken urteotan eskatu izan duten hausnarketa bati hasiera emateko kontsumoaren gaineko azterketa (besteak beste) egiteari egoki deritzogu, datuak kontuan hartzea beharrezkoa baita gogoetarako. Lehen azterketa orokor modura ulertzen dugu hau, baina beste batzuekin ere osatu beharra dagoela deritzogu, txostenaren lehen atal honetan agertuko dugun modura, zenbait gabezia ikusi dizkiogulako azterketari. Laburtuz, **orokorregia** dela esango genuke eta arlo kualitatiborik ez dela ikertu. Hala ere, atal honetan zehar zehaztuko dugu ikerketako datuen inguruan ditugun kezkak. Batez ere, **metodologia eta planteamendu aldetik** sortu zaizkigun kezkak agertuko ditugu, datu zehatzetan zentratu gabe, horiek baldintzaturik baitaude azterketaren nolakotasunarengatik.

Bigarren urratsa ere, eragileen iritzia jasotzearena, alegia, egokia eta beharrezkoa da, azterketarako elementu gisa. Hala ere, elementu guztiak izateko, esan bezala, beste ikerketa batzuetako datuak ere beharko genituzke.

1.1 Tokiko hedabideen gaineko azterketa

“Euskarazko Komunikabideak” izeneko ikerketaren emaitza-txostena, oro har, **ez da baliagarria tokiko hedabideen gaineko hausnarketa egiteko** abiapuntu gisa (honekin ez dugu azterketa osoa zalantzan jarri nahi, baina tokiko hedabideei dagokienez behintzat, kontraesanak eta datu “arraroak” ikusi ditugu). Baieztapen hau egiteko, zenbait datu esanguratsu agertu nahi genituzke.

Inkestaren lagina egokia izan daiteke Euskal Autonomi Erkidego osoa hartzen duten hedabideen azterketa egiteko, baina ez tokian tokiko hedabideen eragina ikusteko. EAE osoko 4.000 laguni egin zaie inkesta (datu teknikoen artean ikusi dugunaren arabera), baina ezin izan dugu jakin zein den herri edo eskualde bakoitzean egindako galdeketa-kopurua. Hala ere, populazioaren araberrako banaketa izango dela kontuan hartuta, eskualde eta herri batzuetako laginak oso baxuak izango direla sumatzen dugu, ez direla esanguratsuak izango ikerketa bateko emaitzak ikusteko. Tokian tokiko hedabideen datuak aztertzeke, EAE osorako lagin esanguratsua izateaz gain, aztertzen den hedabide bakoitzaren eremurako lagin esanguratsua egotea ere ziurtatu beharko litzateke. Horrela, tokian **tokiko hedabideetarako neurketa egiteko erreferentzia demografikoa hedabidearen esparrua izan behar da** (herria edo eskualdea), eta ez EAE. Bakoitzaren gaineko azterketa ere, tokian tokikoa izan behar da. 600 irakurle izateak oso esanahi ezberdina izan dezake, esate baterako, Balmasedan eta Tolosan. Neurketak tokian tokiko aldagai soziolinguistikoak hartu behar ditu kontuan: biztanle-kopurua, euskaldun-kopurua, alfabetatze-maila...

Lagin desegoki horretatik datoz azterketaren **emaitza bitxi eta eztabai-dagarriak**: nola liteke *Berton* edo *Prest* bezalako aldizkariak tiradaren Erdiko irakurleria ere ez izatea, eta existitzen ez diren beste hainbatek (*Sopelanete*, *Natxorri*, *Mahatferria*) irakurleak izatea? Aipatutako datu horrek, existitzen ez diren aldizkariak irakurleak izateak alegia, argi eta garbi erakusten du ikerketaren metodologiak hutsuneak dituela. Datu adierazgarri horiez gain, beste batzuekin ere talka egiten dute ikerketako zenbait datuk. Tokiko hedabide gutxi du eginik ikerketa edo neurketa zehatzik (modu egituratuan, esan nahi

da), baina dauden ikerketa gutxi horietako datuak (Debagoienez CIES-ek egindako neurketak edo Buruntzaldeko udalek bertako toki-hedabideen gainean egindakoak, esate baterako) ez datoz bat 2006ko “Euskarazko Komunikabideak” ikerketan agertutakoekin (diferentzia nabarmenak dituzte).

1.2 Azterketa kuantitatiboa

Ikerketaren datuak **kuantitatiboegiak** dira eta ez dute informazio handirik ematen gogoeta orokor bat egiteko. Oinarri modura baliagarria izan daiteke, baina emaitzetatik bestelako azterketa batzuk eratorri behar dira. **Informazio kualitatiboa ere behar da**, euskarazko hedabideak benetan baloratzen diren ala ez jakiteko pistak eman ahal dizkigutenak:

- Zer nolako informazioa irakurtzen/ikusten/entzuten da euskarazko hedabideetan? Eta gainontzekoetan?
- Norainoko sinesgarritasuna ematen zaie euskarazko (tokiko) hedabideei? Eta gainontzekoei? Benetan identifikatzen da ildo politiko jakin batekin (galdetegian adierazten den moduan)?
- Erabilgarritzat jotzen da euskarazko hedabideetan irakurtzen/ikusten/entzuten dena? Eta erdarazkoetan?
- Zer informazio-mota bilatzen du irakurleak euskarazko hedabideetan? Eta erdarazkoetan? Bilatzen duen hori topatzen du?

Informazio kualitatibo horrek kuantitatiboa osatzeko balioko luke, eta informazio osoago bat emango liguke. Gainera, ziklikoki horrelako ikerketak errepikatzea interesgarria litzateke, bilakaerak aztertu eta norabidea baloratzeko, une bateko datuekin bakarrik zaila baita balorazioa perspektibarekin egitea.

2.3 Aztertutako hedabideak

Euskara hutsezko hedabideak izan dira aztergai “Euskarazko komunikabideak” ikerketan. Euskarazko hedabideak eta euskararen presentzia hedabideetan sustatzearen gainean dugun iritzia hurrengo atalean agertuko dugu. Hala ere, azken bi urteotan berriro ere eztabaida mahai gainera atera da,

batez ere Eusko Jaurlaritzako Kultura Sailak 2006. urteko hedabideen diru-laguntzen deialdian erdarazko egunkarietan euskarazko gehigarriak laguntzen hastearen ondorioz. Gaztelerazko hedabideen euskarazko gehigarrien garrantzia azpimarratu da geroztik Administrazioetik.

Azterketa honetan, baina, ez da inolako daturik ematen horretaz. Gaztelerazko hedabideen euskarazko gehigarrien eragina zenbatekoa izan daitekeen azpimarratzeko gaztelerazko hedabide horien kontsumoaren datu orokorrak erabiltzen dira, ez gehigarri edo atal zehatz horien kontsumoa. Gogoetan horien ekarpena aztertu nahi bada, gehigarri horien inguruko informazioa ere behar da, hala kuantitatiboa nola kualitatiboa.

2. EUSKARAZKO HEDABIDEEN IZAERA

Hiru ikuspuntutatik aztertuko dugu euskarazko hedabideen izaera. Batetik, euskarazko hedabideen ekarpena hizkuntzaren normalkuntzari eta euskararen erabileraren sustapenari dagokionez, euskarazko hedabideen eta euskararen presentzia duten hedabideen arteko alderaketa egingo dugu. Ondoren, edukiei begiratuko diegu. Euskarazko hedabideek lantzen dituzten edukiak eta horiek hizkuntzaren erabilerari edo beste arlo batzuei egiten dieten ekarpena. Azkenik, euskarriak izango ditugu aztergai, multimedia guztion ahotan dagoen honetan, euskarri-motak hartzaileekin eta edukiarekin lotuz.

2.1 Euskararen presentzia hedabideetan sustatzea edo euskarazko hedabideak sustatzea

Euskararen erabilera normalizatzeko hedabideei ematen zaien garrantzia aipatzean, helburutzat euskarazko hedabideak garatu eta hedabideetan euskararen presentzia areagotzea duela zehazten dira Eusko Jaurlaritzak azken urteotan argitaratu dituen deialdietan eta agertutako zenbait iritzitan. Gure iritzian, euskararen erabilera normalizatzeko bi estrategia posible daude. Kontzeptuak argitzea eta lehentasunak ezartzea beharrezkoa da.

- Alde batetik, **euskarazko hedabideen** zabalkundea handitzea dago. Estrategia honetan, euskal hiztunok euskara hutsezko

hedabideen kontsumora erakarri nahi ditugu. Euskararen presentzia anekdotiko batetik harantzago, euskarazko informazioa oinarri duten komunikabideen zabalkundea handitzea eta berriak sortzea du eredu honek helburu.

- Bestetik, **erdal komunikabideetan euskararen presentzia handitzea** egongo litzateke. Estrategia honetan, erdal komunikabideak kontsumitzen dituzten euskaldunei erdarazko informazioen artean euskarazkoak ere jaso ditzaten bilatzen da, bi hizkuntzako informazioak tartekatuz edo erdarazko edukien artean euskarazkoentzako tartekak (gehigarriak edo programa zehatzak) sortuz. Era berean, euskal hiztunak ez direnei euskararen presentzia ere erakutsarazi nahi zaie.

Estrategia biak bateragarriak direla pentsa daiteke, baina plangintzak egiterakoan normalean baliabide mugatuak daudela kontuan hartuz, lehenetasunak jartzea beharrezkoa izaten da. Hor sortzen da bi estrategien arteko bereizketa eta hautua egin beharra.

Gure ustetan, aipatutako bi bideen artean, bigarrena antzua izan da orain arte. Euskararen presentzia bigarren maila batera eraman da beti, sarri oso modu anekdotikoan eta oso gai jakinak landu direlarik euskaraz (hizkuntzarekin zerikusia dutenak, askotan). Azken saiakerek ere bide horretatik jo dute: gaztetxoei zuzenduriko gehigarriak izan dira sarri, gaztetxoek gutxi irakurtzen dituzten komunikabide-mota baten barruan eta gehigarri formatuan. Lehenago aipatu izan dugun modura, oraindik ez dago inolako daturik horien eraginkortasuna frogatu duenik. Euskarak hedabideetan pisua hartu baldin badu, nagusiki euskarazko hedabideek egin duten lanari esker izan da.

Ildo honetan, aipatu beharra dago fenomeno hau aztertzen duen doktorego-tesi bat badagoela. Doktorego-tesi hau argitaratua dago: *Euskararen presentzia gaur egungo prentsa elebidun abertzalean* (Aitor Zuberogoitia Espilla, 2003, Euskal Herriko Unibertsitateko Argitalpen Zerbitzua).

Bestalde, soziolinguistikaren aldetik egindako ikerketek eta jasota ditugun iritziek ere euskara hutsezko hedabideak sortu eta garatzeko beharra azpimarratzera garamatzate. José M. Sánchez Carrión *Txepetxek* aipatzen

duen modura eta Aitor Zuberogoitiaren tesiaren ondorioetan ere azpimarratuta dagoen gisan, **euskarari funtzio osoak** ematea funtsezkoa da. Hori, egun, euskara hutsezko hedabideek egiten dute.

Erreferentzialtasunaren ikuspegitik eta euskaraz bizitzeko hautua egite aldera, euskaldunontzat informazio-iturriak euskara hutsez jasotzeko bermea eskaini behar da. Hedabideen eskaintza zabalean euskarazko hedabideen eskaintza oso bat egotea funtsezkoa da, euskaldunontzat erreferentziazkoa izango dena, baina euskal hiztunak ez direnentzat ere euskaldunon komunitatearen erreferentzia izango dena (hau da, euskaldunok gure medioak eta gure lekua ere baditugula ikusi ahal izateko modua, ez erdal hedabideetan sakabanatutako presentzia isolatua).

2.2 Edukiak

Azken urteotan sortu diren eta egun argitaratzen diren hedabide guztien artean hainbat sailkapen-mota egin daitezke. Horietako bat da edukiei buruzkoa: interes orokorreko gaiak lantzen dituzten hedabideak, alde batetik, eta gai espezializatuak lantzen dituztenak, bestetik. Hizkuntza Politikaren ildoak finkatzeko gogoetaren ikuspegitik, banaketa hau aintzat hartzekoa dela deritzogu.

- **Interes orokorreko gaiak** lantzen dituzten hedabideak (izan daitezke informazio orokorrekoak edo tokian tokiko informazio orokorra lantzen dutenak) publiko zabal bati zuzenduak izaten dira (adin, genero, baliabide ekonomiko, zaletasun eta ideologia ezberdineko publiko zabalari zuzenduak). Hemen koka ditzakegu gai zehatz bati loturiko hedabideak ere, baina gizartearen harreraren ikuspegitik, sektore zabal (kopuru aldetik) bati zuzendurik daudenak (kirola, telebista...).
- **Hedabide espezializatuak** gai jakin bati zuzenduriko hedabideak dira, sektore jakin eta ez hain zabalei zuzendutakoak (gizartearen gehiengoarentzat interesekoak ez direnak, alegia). Hedabide hauek sektore jakin horietan interes handia sortzen dutenak izaten dira, baina izaeraren aldetik, hartzaille potentzialen maila baxua dutenak.

Edukien araberako banaketa hori ez da hutsala gure iritzian, beste hainbat ezaugarri ere baldintzatzen baititu, eta horiek guztiak kontuan hartu beharrekoak baitira Hizkuntza Politikaren ildoak zehazterakoan. Galdetegian planteatzen diren hainbat aztergairi erantzuna emateko horiei guztiei begiratu behar zaie. Doakotasunari edo prezioari buruz hitz egiterakoan ezin dira hedabide guztiak galbahe berdinetik pasa; betetzen dituzten funtzioak eta helburuak kontuan hartu behar dira. Berdin zabalkundeaz, euskarriez, finantzazio-iturriez eta bestelakoez hitz egiterakoan. Helburuak aintzat hartu (zein helbururekin sortzen diren, zein helbururekin sustatzen diren) eta ondoren finkatu behar dira lan-ildoak.

Edukien araberako banaketak beste ezaugarri batzuk baldintzatzen ditu, beraz. Hurrengo lerroetan gure iritzia ematen ahaleginduko gara.

Zabalkundearekin du lotura lehen ezaugarriak:

- Interes orokorreko gai batzuk berez **masiboak diren hedabideekin** erlazionatuta daude. Horien artean daude tokiko informazio orokorra lantzen dituzten hedabideak. Hedabideon helburuetako bat da ahalik eta jende gehienarengana heltzea, eta hizkuntzaren normalkuntzaren ikuspegitik oso funtzio garrantzitsua betetzen dute, jendearentzat intereseko eta hurbileko gaiak lantzen baitituzte eta informazio horretara heltzeko pertsonak euskarazko hedabideak kontsumitzera bultzatzen dituelako. Interesak, hurbiltasunak eta publiko orokorrari zuzenduak izateak masibotasunaren aldeko apustua egitera eramaten ditu hedabideok. Batez ere erabileraren ikuspegitik dira garrantzitsuak hedabideok.
- Espezializatutako hedabideak deitu ditugunak, berriz, ez dira masiboak, definizioz. Sektore jakin batzuei zuzendutako hedabideak dira eta beraz, masibotasunik ez da landu behar. Hauekin sektore jakin horien interesetara ahalik eta ondoen egokitzen saiatu behar da. Garrantzitsuak dira, arlo zehatzetako hizkuntza teknikoak eta korpua osatzen egiten duten ekarpenagatik ere bai.

Aurreko bereizketarekin zerikusi zuzena duen beste kontuetako bat da **produktuen prezioarena**. Hedabideak doakoak izan behar dira? Kasu

honetan batez ere paperezko hedabideei buruz ari gara, gainontzekoak (irratia, telebistak eta Internet bidezkoak) doanekoak izaten baitira, salbuespenak salbuespen.

Produktu masiboetan doakotasuna nahiko fenomeno orokorra da (ez bakarrik euskarazkoetan). Produktu hauek duten ezaugarrietako bat da jendarte guztiari zuzendutakoak direla, komunikabideak kontsumitzeko ohitura gehiago edo gutxiago dutenei zuzendutakoak izaten direla. Bestelakoan, aldizkari edo egunkaririk erosteko ohiturarik izaten ez duen jendearengana heltzeko modua da interesagatik edo hurbiltasunagatik kontsumituko dituztenak eskaintzea.

Doakotasuna ez da euskarazko hedabideei bakarrik loturik dagoen errealitatea. Azken urteetako hedabideen panoraman mendebaldeko herrialdeetan ematen ari den fenomeno da. Hiriburuetan ohikoa da aste barruan metroan, autobusean, tabernetan, okindegietan,... doako prentsaren eskaintza zabala izatea. Ordainpeko prentsa tradizionala irakurleak galtzen ari da. Faktore askok eragin dute joera horietan, tartean:

- * **Bizitza-estiloak** Aste barruko bizimoduak abiaduran biziitzea dakar, eta ez diogu denbora askorik eskaintzen irakurketari. Asteburuetan hartzen dugu tarte gehiago irakurketa patxadatsurako eta egunkariak edizio bereziak dituzte asteburuetarako (erreportajeak, gehigarriak...). Prezio berezia dute asteburuetako egunkariak.
- * **Teknologikoak** Teknologia berriek albisteen bat-batekotasuna dakarte. Irratiak, telebistak edo Internetek betetzen dute berriaren irakurketa arinerako aukera. Paperezko prentsak berriz, beste funtzio bat betetzen du.
- * **Ikuspegi multimedia** Nazioarteko joerak ikusita, komunikabide-talde handiak gero eta gehiago jotzen ari dira multimedia ikuspegi-gira. Medio bakoitzak funtzio bat betetzen du eta tartean dituzte: irratia, telebistak, Interneteko agerkariak, ordainpeko prentsa, doaneko prentsa.

Hizkuntza Politikaren ikuspegitik, hedabide mota bakoitzarekin irizpide ezberdinak kontuan hartu beharko lirateke politikak ezartzerakoan. Hedabide bakoitzak betetzen duen funtzioaren arabera helburuak zehaztu beharko lituzkete Administrazioak eta hedabideen sektorea osatzen duten eragileek. Beti ere tokiko hedabideen esparrutik planteatuta, kontuan hartzekoak izan daitezkeen irizpide batzuk ondoren aipatuko ditugu.

Interes orokorreko hedabideak ahalik eta jende gehienak kontsumitzea helburu izanik, masibotasuna bermatzea beharko luke Hizkuntza Politikaren helburu. Hartzaila potentzialenganaino heltzeko bideak zabaltzea behar luke helbururik behinena.

- Telebista, irrati eta Interneteko produktu erakargarri, hurbil eta “generalistek” bide ematen dute publiko orokorrarenganaino heltzeko, banaketaren kostua ez baita altuegia. Intereseko produktu hurbilak lortu behar ditugu.
- Idatzizkoetan berriz, hurbileko prentsak aukera paregabea ematen digu jendearengana heltzeko. Zabalkundea aurretik aipatutakoena baino nekezagoa eta garestiagoa da, baina funtsezkoa da irakurtzeko interesa izan dezakeen edozeinentzat eskuragarri egitea produktuak. Tokiko prentsez gain, bestelako interes orokorreko hedabide batzuk ere egon daitezke kasu honetan (kirol-informazioko aldizkaria, telebista eta aisialdia gaitzat dituztenak...).

Informazio espezializatua lantzen duten hedabideei dagokienez, bestelako kontu batzuk lirateke aztertzekoak:

- Egun ez dago aniztasun handirik informazio-motari dagokionez euskarazko komunikabideetan. Nagusiki hiru-lau motatako gaiak lantzen dituzten hedabideak ditugu: informazio orokorra lantzen dutenak (tokikoak edo orokorrak), kulturari lotutakoak, haur eta gazteei lotutakoak, eta hizkuntza-gaiak lantzen dituztenak. Hortik aurrera, gutxi dira bestelako euskarazko hedabide espezializatuak (zientzia-gaiak lantzen dituenak, tartean). Honek hausnarketa sakon bat egin beharra azaleratzen du, bestelako hamaika gaitan interesa

duen jende-multzo zabalarengana ez baikara iristen, eta erdal produktuetara jotzea baino ez baitzaie geratzen.

- Hedabide espezializatuek hizkuntzaren korpusari ekarpen asko egiten diote nork bere aldetik. Alde horretatik ere, oso aintzat hartzekoa da horien beharra.

Edonola ere, edukiei buruzko azpiatal honi amaiera emateko, mota bateko zein besteko euskarazko hedabideek kontuan hartu beharreko aspektu bat agertu nahi genuke. **Euskarazko hedabideek kontsumitzaileei zer eskaini** diezaioketen galdetu beharko genioke geure buruari eragileok. Gure iritziz, **hurbiltasuna** izan behar da gure balio erantsia. Euskaraz egindako hedabideen ezaugarria izan daiteke hau, lantzen den gaia edozein dela ere, eta horrek emango dizkie kontsumitzaileei euskarazko hedabideetara jotzeko arrazoiak.

Tokiko hedabideen esperientziatik egin den ekarpen nagusia (ez da bakarra) hori da, **hurbiltasunarena**. Horrek, euskarazko bestelako hedabideentzat ere balio behar luke.

2.3 Euskarriak

Bi ikuspegitatik aztertuko ditugu euskarriak. Batetik, hartzaileen ikuspegitik (euskarriak eta hartzaile-moten arteko harremana) eta, bestetik, aurreko atalarekin lotuz, edukien ikuspegitik. Dena dela, oinarri batetik abiatu behar da: euskarri guztien baliagarritasuna aldarrikatzetik. Hainbaten aldetik, euskarri berri bat agertzen den bakoitzean, aurreko guztiak baztertzeko joera handia egoten da. Eta hausnarketa patxadatsuagoak egin behar dira. Euskarri gutxi bihurtzen dira baztergarriak. Funtzioak alda daitezke eta, beraz, baita euskarriak eraldatu ere, baina zuzenean baztertu gabe.

Hartzaileak

Hedabideek darabiltzaten euskarri-moten eta dituzten hartzaile-motaren arteko harremana aztertu beharra dago, batetik.

- * Papera: Euskarri tradizional eta erabiltzeko errazena da, irakur dezakeen edonorengana erraz iristeko modukoa. Euskarririk egokiena da gai orokorrak landu eta masibotasuna bilatzen denean.

Trukean, banaketa garestia izaten du beste euskarri batzuenaren aldean.

- * **Telebista:** Masibotasunarekin lotuta dagoen hedabide-mota da hau ere. Ikerketen arabera hedabide-motarik kontsumituena da eta, beraz, gai orokorrak lantzeko oso medio egokia. Daukan kontrako faktorea kostuarena da, garestia da eta oso kostu handiak eskatzen ditu lehiakorra izan ahal izateko.
- * **Irratia:** Beste edozertan ari garela ere irratia entzun daiteke. Irratia soinean eraman daiteke, lantoki askotan egun osoan egoten da piztuta, edozeinengana eta edozein momentutan irits daiteke. Beste jarduera batean aritzeko oztopo ez izateak, eta eraman ahal izateak, ikaragarri zabaltzen du hartzaileen perfila.
- * **Internet:** 'Oso zabalduta' badago ere, bere irismena oraindik txikia da paperak edo telebistak dutenaren aldean, eta hedapena jende-mota jakin batzuen artean du batez ere: gazteak, lanetik konektatzen diren profesionalak... Horrek oso euskarri egokia bihurtzen du mota horretako publikoarengana iristeko orduan.

Edukiak

Bestetik, **euskarri-mota eta eduki-motaren** arteko harremana ere zaindu beharrekoa da, batez ere teknologia berrien gainean ari garenean. Gai honen inguruan mundu osoko hedabideetan dagoen eztabaida handia da. Momentuz, badirudi ondorio argi bat gutxienez badagoela: paperezko hedabideen Interneteko edizioek lehenago edo beranduago porrot egiten dute paperezkoaren bilduma hutsean geratzen badira. Interneteko hedabideek izaera propioa izan behar dute, eta izaera hori oso lotuta dago euskarriak berak eskaintzen dituen aukerekin: alde biko komunikazioa, bat-batekotasuna, informazio-fluxu horizontala, edizio jarraitua, multimedia edukiak, pantailan irakurtzearen deserosotasuna eta nekea. Faktore hauek guztiak neurtu beharrekoak dira.

3. ENPRESA EGITURA

Askotarikoak dira egun euskarazko hedabideak kudeatzen dituzten enpresa eta egiturak, baita horiek izandako bilakaerak ere. Enpresa-proiektu huts modura sortutako egitasmoak daude, gizarte-erakundeek bultzatutakoak, bestelako egitasmoak dituzten komunikazio-taldeek argitaratuak, enpresa publikoak... Aniztasun hau urteotan euskarazko hedabideek emandako urratsen erakusgarri da, duela 30 urte oso bestelakoa baitzen egoera.

Azken 30 urteetan euskarazko produktuen kontsumoa asko hazi da eta, horrekin batera, beste faktore batzuk ere hobetu egin dira: egitasmoen sendotasuna, euskarazko hedabideetan egiten den publizitatea, Administrazioaren inplikazioa, produktuen kalitatea eta beste batzuk. Azken urteetan urrats asko eman dira bilakaera horretan eta hori neurri handi batean gizartearen aldetik egin den ahaleginari esker izan da (gizarte-eragileek egin dutena, enpresa berriak martxan jarri dituzten eragileena eta euskarazko hedabideetan lanean diharduten langileek egindakoa). Administrazio publikoak ere sortutako errealitate horri bultzada eman dio, egitasmoak sortuz joan diren neurrian bere babesa emanez haiei.

Etorkizunerako zenbait oinarri garbi izateari garrantzitsua deritzogu. Ondorengo puntuetan laburtuko ditugu guretzat kontuan hartzeko modukoak direnak.

Inbertsioa

Euskarazko hedabideek ekarpena egiten diote gizarteari, bi ikuspegitatik behintzat: hizkuntzaren normalkuntzaren aldetik, eta baita sektore ekonomikoa osatzen duten neurrian egiten den aldetik ere. Beraz, euskarazko komunikabideetan egiten den **inbertsioa linguistikoa eta ekonomikoa** da aldi berean. Eta inbertsioa dela azpimarratzen dugu, Administrazioetako arduradunek horrela ikusi behar lituzketelako euskarazko hedabideak: gastua baino, inbertsioa.

Inbertsio linguistikoa dela diogu, hizkuntzaren normalkuntza-prozesuan egiten den inbertsioa, hainbat argumentu aintzat hartuta:

- Euskarazko komunikabideen sare indartsua izatea ezinbestekoa da euskararen garapena gauzatuko bada. Informazioaren gizar-tean bizi gara eta euskararen presentzia arlo horretan ezinbestekoa da.
- Euskarazko hedabideek paisaia linguistikoan eragina dute; toki publikoetan zein etxeetan euskararen presentzia ziurtatzen dute, eta euskara plazara ateratzen dute
- Hizkuntza baten lau trebezietatik hiru lantzeko bidea ematen dute hedabideek: irakurmena, ahozko ulermena eta idazmena.
- Euskaraz lan egiten duten profesionalen heziketan ere funtzio garrantzitsua bete izan dute eta egun ere betetzen dute hedabideok. Tokiko prentsak arlo honetan egiten duen ekarpena handia da.
- Euskarazko publizitatea txertatzen dute, eta hori euskararentzat irabazitako esparru berria da. Tokiko hedabideen esperientziak erakutsi du bestela euskaraz publizitaterik egiteko inizatibarik izango ez luketen merkataria eta enpresa askok, hedabide hauei esker, beren produktu eta zerbitzuak euskaraz iragartzeko urratsa egin duela.

Baina hizkuntzan egiten den inbertsioaz gain, inbertsio ekonomikoa ere bada. Sektore ekonomikoa modura ere euskarazko hedabideena kontuan hartzeko modukoa da. Inbertsio ekonomikoa izatearen hainbat adierazle dago:

- Euskarazko hedabideek sortzen dituzten lanpostuak. Topagunean kide diren elkarteetako tokiko hedabideak bakarrik kontatuta, 200 lanpostu zuzenetik gora daude eta horiei banatzaile-sareak, kolaboratzaileak, beren kontura lan egiten dutenak eta zeharka sortzen diren lanpostuak gehitu behar zaizkie.
- Jarduera ekonomikoa osatzen duten aldetik, aberastasuna sortzen dute. Hainbat sektoretan erosle garrantzitsuak dira hedabideok (inprentak, tresneria informatiko eta teknologikoa...) eta publizitatea

ere fakturatzten dute. Ogasun publikoan ekarpen handia egiten dute, beste sektoreek egiten duten modura, zergen bidez.

Inbertsioez ari garela, euskarazko hedabideok behar duten egonkortasunaren gaia ere gogoetan sartu beharreko puntua dela deritzogu. Baldin eta etorkizunerako hedabideak sendo eta emankor nahi baditugu, guztion artean adostu beharreko parametroetan langileen baldintzak eta enpresen zein pertsonen egonkortasunarekin zerikusia duten bestelako gai batzuk ere landu behar dira.

Bilakaera

Kontuan hartzeko faktore bat ezin da aipatu gabe utzi: euskarazko komunikabideen loraldia azken 20 urteetako kontua da, eta hori oso denbora gutxi da behin betiko irakurketa bat egiteko eta zer bilakaera izango duen aurreikusteko. HAKOBak egindako azterketaren irakurketa batzuk egiteko, ona litzateke denboraren perspektiba egokia kontuan hartzea. Euskarak 200.000 hiztun irabazi dituela eta kontsumitzaileetan ez dela maila horretako bilakaerarik egon aipatu izan da, baina duela 20-30 urtetik gaur egun arteko bilakaera aztertzen bada, aldaketak nabarmenak izan direla esan daiteke, eta hori guztia aztertu. Euskarazko lau hedabide zeuden garaitik gaur egun arte zein izan da kontsumitzaileen bilakaera? Eta zein faktorek izan du eragina bilakaera horretan? Askok izan daitezke faktore horiek, batzuk hedabideei berei guztiz lotuak daudenak, eta beste batzuk komunikabideetatik at geratzen direnak. Kanpoko zein barruko aldagaien azterketa egin beharko litzateke. Gu batzuk aipatzera ausartuko gara, baina azterketa sakonago bat egitea merezi duelakoan gaude:

◇ Hizkuntzari lotutako faktoreak:

Egia da euskarak 200.000 hiztun irabazi dituela azken 20 urteotan. Hiztun horietako askorentzat, ordea, euskara ez da ama hizkuntza; eta, horretaz gainera, askok ez du izan erabiltzeko aukerarik, eta hasieran izan ahal izan duten jario hori moteltzen joan zaie. Ez da hain erraza euskaraz aritzea, eta ahalegina eskatzen du. Ahalegin hori oztupoa izan daiteke. Ikusi egin beharko da euskaraz alfabetatu eta erabiltzeko aukera izan duten hiztunek zer ematen duten, baina hori oraindik ikusteko dago.

◇ Produktuari lotutako faktoreak:

- Herri edo eskualde mailako komunikabideak fenomeno berria dira gure inguruan. Prentsa orokorra deitzen denari ohituta geunden (beste hizkuntza batzuetan, batez ere), baina herri-aldizkari askok 15 urtetik behera dute; oraindik gaztea den sektorea da.
- Euskarazko telebistak erdaretan daudenen artean itota egon dira, ikusezinak izan dira eta dira hein handi batean. Horrez gain, programazioan hutsune asko dago, gehienak baliabide ekonomikoek eraginda (baina ikusleak ez du hori jasotzen, ikusleak produktua ikusten du, atzetik dauden arrazoiak kontuan hartu gabe).
- Baliabide mugatuek lan-taldeek ezegonkortasuna eragin dute eta ondorioz produktuena berena. Azken aldian joera hori moteltzen ari da, baina ikusteko dago zer emaitza emango dituen.
- Hedabideak kontsumitzeko ohiturak aldatzen ari dira. Irudia nagusi den garaian hitza proposatzen dugu euskarazko komunikabide gehienek. Irakurtzeak ahalegina eskatzen du, eta euskaraz irakurtzen ohitutako jendearen zati handi bat irudiaren munduan hezi eta hazi da.

Faktore gehiago ere badaude aztertzeko eta merezi du gogoeta-prozesuan faktoreok aztertzea, hala kontsumitzaileekin nola hedabideak argitaratzen dituzten eragileekin ere.

Kalitateaz

Azken hausnarketa bat ere egin nahi genuke sarri hizpide izaten den kontzeptu honi buruz: kalitatearena. Askotan produktuen kalitateari buruz hitz egite-rakoan azaleko balorazioak egiteko joera izaten dugu: kalitate ona edo txarra aipatzen da, baina hori neurtzeko irizpideak zeintzuk diren aipatu gabe.

Hedabideez eta Hizkuntza Politikaz ari garela, kalitate kontzeptua ikuspegi horretatik aztertu beharko genukeela deritzogu. Kalitatezko hedabideak bultzatu behar ditugu ahalik eta kontsumitzaile gehienengana heltzeko, hedabideak kontsumituak izan daitezen. Hala ere, beharrezkoa da ariketa bat egitea: kalitate-parametroak adostea. Zer da kalitatezko hedabide bat?

Kalitatezko irudiak dituen? Paperezkoen kasuan, ahalik eta paperik sendoena erabiltzen duena? Eta informazioari dagokionez, zein da kalitatezko informazioa? Parametro hauek aztertu beharrekoak dira, eta adostekoak; bestela, nekez jarriko gara ados kalitatezko produktuak eta kalitatezkoak ez direnak bereizterakoan.

Eta kalitateari dagokionez, Hizkuntza Politikaren aldetik, beste kontu batzuk neurtu beharko lirateke, kalitatezko hedabideak zeintzuk diren definitzen lagundu dezaketenak: Jasotzen den hedabidea kontsumitzen da? Nola baloratzen du kontsumitzaileak hedabide hori (zein parametrotan)? Zein da hedabideak hartzaile potentzialen artean duen sarrera (penetrazio-maila)?

ODILE KRUZETA

LANERAKO ILDOAK

Azken 25 urteotan hazkunde eta hobetze nabarmena bizi izan dugu euskarazko hedabideen munduan. Lan handia egin da sektore osoan, diru-laguntza eta inbertsio handiak bideratu dira euskal administraziotik eta ahalgin horrek bere fruituak eman ditu.

Gaur egun, oro har, duintasun handiko telebista-saioak ikusi, **irratsaioak** entzun **eta argitalpenak** irakur daitezke euskaraz. Eguneroko eta etengabeko ekinari esker, euskal kazetaritzak aurrerapauso nabarmenak eman ditu:

- Profesional prestuak ditugu komunikazioaren arlo guztietan: kazetariak (espezializatuak eta *todoterrenoak*), editoreak, aurkezleak, showmanak, DJ-ak, bikoiztaileak, gidoigileak, itzultzaileak, produktoreak eta hedabideetako arlo teknikoan beharrezko diren jakintza guztietako profesionalak.
- Hizkuntzaren ikuspegitik, berriz, hedabideen 25 urteko jardunak ertzak limatu dizkio euskara batuari eta serio landu du prosa estandarra.
- Produktuaren ikuspegitik, bestalde, aipamen berezia merezi duten emaitza jakin batzuk azpimarratu nahi ditut:
 - * Entretenimenduari dagokionez Goenkalek lortu duen ospea eta onarpen zabala. Etxeko txikiei begira berriz, Betizu Klubaren arrakasta (80.000 bazkidezik gora).

- * Informazioari dagokionez, gaur da eguna normaltasun osoz hartzen duguna irratia piztu eta munduko gertaera nagusien berri entzun ahal izatea euskaraz kontatuta eta zuzenean, planetako edozein bazterretatik, bertatik bertara.
- * bestalde, aldizkarien arloan *Argiak*, *Elhuyarrek* eta *Jakinek* tinko eutsi diote bere jardunari trantsizio-garaian indartsu jaio ziren erdarazko aldizkari serioak ezkutatzuz joan diren artean.
- * eta, prentsa idatziarekin jarraituz, azpimarratu beharra dago euskarazko hedabideek erdarazkoek baino hurbilago eta sakonago jorratzen jakin izan dutela tokian tokiko informazioa.

Hogeita bost urteko ibilbidean ez da lortu ordea “euskarazko esparru komunikatiboa” osatzerik. Euskarazko hedabide batean landutako gaiak nekez lortzen dute aipamenik euskarazko beste hedabideetan. Are gutxiago lortzen dute erreferentzialtasunik Euskal Herriko informazio-agenda orokorrean. Salbuespen apurra EITB taldeko euskarazko hedabideek jartzen dute. Hauek bakarrik lortzen baitute haiek landutako gaiak erdal munduko hedabideetara salto egitea aldian-aldian modu jarraitu batean.

Gauzak horrela, eguneroko lanean euskarazko hedabideek neke handiak hartzen dituzte beren ekoizpenak “behin erabili” eta ondoren “zakarretara bota” daitezten. Jokabide hau bereziki kezagarria da euskarazko produktuen kontsumitzaile potentzialok talde txikia osatzen dugulako. **Jokabide “ekologikoago” bat bultzatu beharko litzateke euskarazko ekoizpen komunikatiboentzat.** Zer esan nahi du honek? Ba ekologistek behin eta berriro aipatzen dizkiguten 3 ildoak jarraitu beharko genituzkeela gure esparru komunikatiboa kudeatzerakoan: *murriztu, berrerabili eta birziklatu*.

Hasteko, **murriztu egin beharko genituzke balio erantsirik ez dakarten duplizitateak.** Ziur aski adibiderik garbiena euskalduntze-alfabetatze arloko argitalpenetan daukagu. Gaur egun bi aldizkari espezializatu ditugu arlo honetan: HABE eta AIZU; biak ere oso aldizkari profesional eta baliagarriak. Edukiak ondo aukeratzen dituzte. Formatua mimoz zaintzen dute, bezeroaren neurrira egokitzen dute produktua. Idatzizko euskarriari audioa ere eranstean diote. Baina sektorea bere osotasunean hartuta hainbat galdera jaiotzen dira.

- * Beharrezko al ditugu tankera honetako bi aldizkari espezializatu euskalduntze-alfabetatze arloko premia pedagogikoak behar bezala zerbitzatzeko?
- * Eta aldizkari bakarrarekin nahikoa dela ikusiko balitz, zertan jardun behar dute bertako kazetariak informazioa biltzen, elkarrizketatu berriak bilatzen, elkarrizketak editatzen eta oro har ekoizpen propio bat lantzen?
- * Ez al genuke eraginkorragoa beste hedabideek zer plazaratu duten aztertzea eta lan hori berregokitzea irakurlearen premiei erantzuteko? Esaterako, testua behar den tamainara ekarriz, lagungarri gisa behar den hiztegitxoa alboan prestatuz, begietatik sartuko den formatu erakargarri bat diseinatzuz... Hain zuzen ere, bi aldizkariak hain ondo zaintzen dituzten elementu horietan zentratu beharko litzateke beren lan eta ahalegin nagusia, ezta?

Jakina, horrelako neurriek sektorearen “birmoldaketa” eskatuko lukete. Beraz gogoetarako epe bat eskatzen dute; eta horrez gain, talentuz bideratutako negoziazioa.

Zailtasun gutxiago daude, ordea, beste bi ildo ekologikoak jorrazteko. Hau da, *berrerabilpenaren eta birziklatzearen* bidetik jotzeko.

Berrerabilpena erraz egin daiteke talde bereko hedabideen artean.

Buruhauste handietan sartu barik, gainera. Azter dezagun zein produktuk merezi duten bigarren pase bat, eta izenda dezagun pase horrek beharko lukeen leku aproposa eta ordutegia. Adibide hurbil bat jartzeko ez daukat oso urrutira joan beharrik. EITB barruko adibide bat har dezaket. Izan ere, Euskal Telebistak oso atal polita lantzen du *Posdata* izenburupean. Zein arazo dago atal hori Euskadi Irratian berriro emititzeko, bere horretan, duela gutxi irratiko kazetari batek proposatu zidan bezala? Mentalitate arazo bat besterik ez. Geure buruetan daukagun muga bat. Ziur aski, begira jarriz gero, berehala osatu ahal izango genuke bigarren pase bat merezi duten hainbat produktu.

Hirugarren ildoak oster, *birziklatzeak*, burua etxeko teilatupetik ateratzea eta auzokoarekin hizketan jartzea eskatzen du. Izan ere, formatu baterako landu dugun gai horrek berregokitze bat behar izango du beste euskarri

batzuen bidez jarri nahi badugu berriro plazan. **Birziklatzeak aliantzak eskatuko ditu.** Hedabide desberdinen arteko aliantzak.

Berrerabilpenak baino lan handiagoa eskatuko luke. Baina esker oneko lana beti ere. Horixe da behintzat iaz atera genuen ondorioa Euskadi Irratiak eta *Jakin* aldizkariak burututako lankidetzaren esperientziatik. Bi hitzetan esanda, elkarlana honako hau izan zen. Joan Mari Torrealdaiak, *Jakin*eko zuzendariak, aukeraketa lan bat egin zuen bere argitalpenak 25 urtetan barrena landu dituen gai esanguratsuenak izendatzeko. Dozena bat gai hautatu ondoren, dokumentazioa prestatu eta kontaktuak bideratu zituen Euskadi Irratiak ordubeteko mahai-inguruak antenaratzeko. Lankidetzaren esperientzia honen emaitza: 12 saio interesgarri ekoiztu eta emititu zirela. Saio horiek guztiak *Jakin*en webgunean jarri ziren zintzilik. Esan bezala, esker oneko esperientzia.

Birziklatzearen inguruan, dena den, adibiderik eredugarriena Elhuyar Fundazioan daukagu. Fundaziokoek, *Elhuyar* aldizkaria eta “zientzia.net” webgunea lantzeaz gain, *Teknopolis* telebista saioa ekoizten dute ETB-1en eta *Norteko Ferrokarrilla* irratsaioa Euskadi Irratian. *Elhuyar*rek bide eredugarri bat urratu du zientzia eta teknologia arloan egiten duen lan bikaina euskal hiztunen komunitatearen esku jartzeko. Eskura dauden plataforma guztiak erabiltzen ari da ekoiztutako gaiak plazan jartzeko.

Elhuyarren adibidearekin ordea, **beste gogoeta puntu bat ere sortzen zaigu euskarazko hedabideen inguruan: marketinga eta markaren posizionamendua.** Izan ere, non aurki dezakegu Elhuyar markaren zantzurik telebistan (*Teknopolis*), irratian (*Norteko Ferrokarrilla*) eta Interneten (zientzia.net) erabiltzen dituen izenburuetan? Komunikazioaren profesional garela esanez aurkezten ditugu geure buruak. Baina komunikazioaren profesional garenok arreta txikia jartzen diogu geure “marka” zaindu eta merkatuan jartzeari. Zenbateraino ezagutzen gaituzte euskal kontsumitzaileak? Nola bermatzen dugu gure presentzia euskal hedabideen merkatuan? Non daude gure marketing-planak? Zein sinbolo, amets edo emozio positiborekin lotzen ditugu gure produktuak? Euskalgintzak ikonoak behar ditu gaur egun.

Euskarazko hedabideentzat nahitaezkoa da marka-irudi egoki bat lantzea eta bermatzea etorkizuneko estrategiak prestatzerakoan. Marka-irudiari berebiziko garrantzia ematen diote azterlan psikologiko eta soziologikoek,

esanez, kontsumoa bultzatzen eta suspertzen duen agente nagusietako bat dela. Izan ere, nork bere buruaz eginda daukan irudiarekin bat datozen markak aukeratzeko omen ditugu batik batik kontsumitzaileok. Horiek edo bestela, geure buruarentzat nahiko gureken irudi ideala damaiguten markak (horren lekuko, Danoneren *gorputz lerdinak*). Marketingeko adituek diotenez, zenbat eta irudi-adostasun handiagoa egon kontsumitzailearen eta markaren artean, orduan eta probabilitate handiagoa produktuak ebaluazio positiboa lortu dezan.

Gaur-gaurkoz ordea, euskarazko hedabideak urruti gaude marka-irudi idealekin. Kontsumo-maila oneneko hedabideen kasuan ere, “irudi-arazoak” daude publiko-talde zabaletara iristeko orduan, edo muga geografikoak gainditu nahi direnean. Hara hemen nolakoa irudikatzen duten Egazteko entzulea berriki egindako ikerlan kualitatibo batean (*Kualitate 2006*). Eta hara zelakoa irudikatzen duten “40 Principales”-ko entzulea. Ikerlanerako iritzia ematen dutenak Bilbo, Donostia eta Gasteizko gazteek osatutako 6 talde dira.

40 Principales	Egaztea
15-20 urteko neska edo mutila eta Bizkaian bizi da	15-20 urteko neska edo mutila eta Gi-puzkoan bizi da
Gazteleraz hitz egiten du	Euskaraz hitz egiten du
Hirian bizi da	Herri batean bizi da
Karrera erraz bat ikasten ari da	Ikastolan ikasi du
Modako tabernetan ibiltzen da	Txosnetan eta Alde Zaharrean ibiltzen da
<i>Gran Hermano</i> eta <i>O.T.</i> jarraitzen ditu	<i>Goenkale</i> jarraitzen du
Modari arreta jartzen dio eta bere burua modernotzat jotzen du	Mendizalea da
Bershka, Stradivarius eta Zaran janzten da	Sport arropa, Kukuxumusu, Loreak Mendian

Egaztearen analisi objektibo eta hotz bat eginez gero, nahiko argi dago produktuak ez duela zuzeneko loturarik Egazteko entzuleaz sortu den este-reotipoarekin.

Baina ikerketa kualitatibo honetako zenbait mezu bat datoz CIES etxeak (2006) Egaztearako egindako ikerlan kuantitatiboko datuekin. Nahikoa da Bizkaiko datuei eta hiriburuetakoei erreparatzea.

2006 CIES	ENTZUL.GUZZT.	% EG	% C.40
LURRALDEA			
ARABA	14,5	12,1	20,0
GIPUZKOA	32,9	51,8	30,9
BIZKAIA	52,6	36,0	49,1
HABITATA			
HIRIBURUA	35,5	19,8	41,4
EUSKARA			
HITZ EGIN	38,9	88,8	44,4
ULERTU	19,7	9,3	28,1
EZ DU ULERTZEN	41,4	2,0	27,5

Aldi berean taula honek beste datu esanguratsu bat ere eskaintzen digu. Honakoa: gaur egun “40 Principales” irriak dituen entzuleen artean erdia inguru (%44) euskal hiztunak direla. (EAEko datuak dira) Zenbaki absolutuetan jardunez gero, euskaraz hitz egiten duten 69.000 gaztek “40 Principales” irriaren aldeko aukera egiten du.

Beraz, garbi dago Egazteak marketing-kanpaina serio bat behar duela euskaldun-poltsa zabal horretara iritsi nahi badu. Batez ere Bizkaian eta Bilbon kokatutako euskaldun horiengana gerturatu nahi badu. Gauzak bere lekuan jartzeko, dena den, beste datu bat ere aintzakotzat hartu behar dugu puzzlea osatzeko. Irrati-formula entzuten duten gazte euskaldunen ia erdia (%43) Egazteko entzulea dugu. Eta hori oso datu esanguratsua da.

Ildo beretik jarraituz, ikus dezagun orain zer-nolako harrera-maila duten EITBren euskarazko kanalek Bizkaian, eta zer-nolakoa EAEko hiriburuetan.

Hara hemen ETB-1en emaitza hautatu batzuk:

2007 SOFRES	ETB-1 oro har	GOENKALE	BETIZU	GAUR EGUN
LURRALDEA				
ARABA	6,6	0,1	12,7	2,0
BIZKAIA	46,1	55,6	41,7	38,7
GIPUZKOA	47,2	44,2	45,7	59,3
HABITATA				
HIRIBURUAK	10,3	3,4	16,3	2,7

Agerikoa da EITBko euskarazko kanalen artean ETBk lortzen duela erantzunik zabalena Bizkaian. Hain zuzen ere, ETB-1en ikuslegotik %46,2 bizkaitarrak dira. Nabarmenezkoa da gainera *Goenkalek* bizkaitarren artean duen harrera maila. Izan ere, guztirako ikusleen %55,6 bizkaitarrak dira, batezbesteko kasuan baino 9,5 puntu gehiago.

EITBko euskarazko irratien emaitzak dexente apalagoak dira.

Bizkaitarren presentzia %36koa baita Egaztearentzat eta %18koa Euskadi Irratiarentzat (CIES 2006).

- * Hiriburuetak erantzun-mailari erreparatzen badiogu, berriz, ikuslegoaren %10 du ETB-1ek hiriburuetan. Nabarmenezkoa da gainera *Betizuren* jarraipen maila. Izan ere, hiriburuetan bizi diren haurren %16k egiten baitu *Betizuren* aldeko aukera, batezbesteko portzentajea baino 6 puntu altuagoa.
- * Hiriburuaren kasuan ordea irratia telebistaren gainetik daude. Izan ere, Egaztearen entzuleetatik %19 hiriburuetan bizi dira eta Euskadi Irratiaren entzuleetatik %24,2 dira hiriburukoak.

Gauzak horrela, irudiaren ikuspegitik, ahalik eta etekinik handiena atera beharko zaio EITBren egoitza nagusia Bilbora aldatu izanari. Batetik, irudi berri, moderno eta hirian ondo txertatutakoaren eredu bikaina delako egoitza berria. Baina horrez gain, kazetarien lan-inguruneak oso gertutik sentituko dituelako Bilbo hiriko gizartearen taupadak eta arnasa. EITBko euskarazko irratien kasuan berriz, egoitza nagusiak Miramonen jarraitu arren, ahalegin berezia egin beharko dute Bilbotik eskaini beharreko emisio-orduak ugaltzeko, eta Bilboko erredakzioan izan behar duten presentzia indartzeko.

Azkenik, eta orain arte begi bistan izan ditugun bi aldagai hauen harian, Bizkaia eta Hiriburuak, osa dezagun euskarazko hedabide nagusien errepa-soa *Berria* egunkariaren emaitzei begirada bat emanez

2006 CIES	EROSL.GUZT.	% BERRIA
LURRALDEA		
ARABA	14	8
GIPUZKOA	37	58
BIZKAIA	49	34
HABITATA		
HIRIBURUAK	36	26

Laburbilduz, euskarazko hedabideen kontsumitzaileek honako ezau-garriak dituzte 2007. urtean: Gipuzkoan bizi dira, herrietan kokatuta daude eta euskararen presentzia bizi-bizia dute etxeko eta lagunarteko harremanetan. Hurrengo urteotako plangintza estrategikoa lantzerakoan, arreta berezia mereziko du hiztun-talde honek, orain arte bezala. Zalantza-izpi barik, gauzak ondo egin nahi baditugu, kontsumitzaile hauen behar eta premia komunikatiboak asetzen jarraitu beharko dute euskarazko hedabideek. Baina, aldi berean, **estrategiaren adar bat Bizkaiko eta hiriburuetao euskaldunak irabaztera bideratu beharko da bete-betean.**

Dena den, **ez du zentzurik** etorkizuneko **hedabideei buruz hitz egiten jarduteak, aldaketa teknologikoen eta batez ere Interneten presentziak sortu duten errealitate birtual berriari bizkar ematen badiogu.**

Adibiderik errazena, denok aldean daramagun telefono txiki horretan daukagu. Sakelako telefonoak konektatuta gauzka etxekoekin eta lagunekin. Gure premia afektiboek erantzuten die. Dei klasikoen gain, mezuak, argazkiak eta bideoak bideratzen dizkigu hara eta hona. Lagun birtualak ere egin ditzakegu *chat*-en bidez. Albiste nagusien berri ematen digu, gertatu orduko, horrelako zerbitzu baten harpidedun bagara. Denbora pasarako jokoak eskaintzen dizkigu norbaiten edo zerbaiten zain gauden artean. Luzaro gabe gainera, fikzio-serie motzak jaso ahal izango ditugu telefonoko pantailan ikusteko. Lan-munduko beharrei begira, bestalde, telefonoan bertan ditugu agenda, e-mail

zerbitzua eta baita noski gure ordenagailuko edukiak edonora bidaltzeko/zabal-
tzeko aukera edota edonondik ekartzeko/jasotzeko modua ere.

Sakelako telefonoarena da fenomeno nabarmena eta zabalduena, oso begi bistakoa delako denontzat, baina teknologiaren eraginez zeharo alda-
tu dira gure beste bizi-ohitura batzuk azken hogeita bost urteetan. Izan ere,
hedabideak gure bizi-ohituretan txertatua dauzkagu, gure eguneroko bizimo-
duaren zati bilakatzen ditugu, askotan era kontzientean ez bada ere. (“Irra-
tia lanera bidean entzuten dut, autoan”. “Larunbat bazkalondoan lo-kuluxka
egiten dut telebistari begira”. “Igandean jaiki eta a zer plazerra egunkariak
patxadaz irakurtzea goizeko kafesnearekin”).

Egunak, ordea, 24 ordu ditu. Gure denbora zerbaiti eskaintzen diogun
neurrian beste nonbaitetik kentzen dugu. Esaterako, telebista-kontsumoa he-
datze bidean joan den neurrian, herritarrek denbora gutxiago eskaini diote
prentsa irakurtzeari eta irratia entzuteari. Irratia eta egunkaria, apurka-apurka
itzalduz joango zirela pentsatu eta esan izan dute adituek aldian-aldian. Mo-
mentuz, ordea, merkatuan jarraitzen dute.

Azken urteotan, berriz, Interneten etorrerarekin batera egokitzapen be-
rri bat gertatzen ari da hedabideen sektorean. Audientziei begiratuta aldaketa
txikia da oraindik, telebistak jarraitzen baitu alde nabarmenarekin kontsumo
handieneko hedabidea izaten. Baina aintzakotzat hartu beharreko aldaketa
da nolana ere, gazteen bizi-ohituretan bizkor, oso bizkor, eta indartsu ari
delako txertatzen.

Internetek, euskarri moduan, beste hedabide guztiek beren oinarrian
eskaini duten berbera ematen du: informazioa, formazioa, entretenimendua
eta konpainia. Baina abantaila nagusi batzuk ditu bere alde:

- * Herritarrek modu aktiboan har dezakeela parte. Ez da hartzaile
hutsa. Sortzaile ere bada.
- * Internet noiznahi erabil daitekeela, bertako jarduna ez baitago or-
dutegi jakinei lotuta.
- * Internet nonahi erabil daitekeela, bertako jarduna ez baitago es-
pazio jakin bati lotuta. Ez *erabilpenerako* leku fisikoari dagokionez
(etxean, lantokian, garraioetan, parkean). Ez *edukien zabalkundeari*

dagokionez (Internet bidez edukiak mundu osora zabaltzen dira eta mundu osokoak jasotzen). Ezta Internet bidez posible bilakatzeko diren *harremani* dagokienez ere (xake partida bat lasai-lasai joka daiteke Singapurko lagun batekin).

- * Aldi berean gauza desberdinak egiteko aukera ematen du. Konbinazio asko egon daitezke. Esaterako: lanean jardun, norberak aukeratutako musika giro atseginean entzun eta, aldi berean, azken albisteen berri emango diguten tick batzuk konektaturik izan pantailan.

Baina badago gure txosten honi interesatzen zaion Interneteko beste ezaugarri bat. Hizkuntzarena. Duela gutxi Cervantes Institutuko ordezkari bati entzun nionez, gaur-gaurkoz Interneteko hizkuntza ingelesa da %85en. Gaztelarak %5 inguru hartzen du. Zelan jokatu, bada, gurea bezalako hizkuntza txiki batekin sareko itsasoan?

Gauza bat behintzat garbi dago. Biltegi hori geroz eta erreferentzialagoa izango denez gure bizimoduetan, **euskaraz ekoizten den guztiak derri-gorrez Interneten egon beharko du, ezin izango da faltatu “sareko biltegi erraldoi” horretatik.** Izan ere, gure kontsulta-bide nagusia izango da sarea.

Bestalde, Interneten ondorioz hedabideen munduan gaur egun bizi den aldaketa-egoerak etorkizuneko komunikazio-paisaiaren zertzelada batzuk ematen dizkigu. Nahiz eta ez duen erretratu osoa marrazten. Beraz, intuitioaren laguntzarekin osatu beharko da ezkutuan dagoenaren itxura. Bien bitartean, ez da txarra Estatu Batuetako hedabide nagusiek gai honen inguruan dituzten kezkek, eta hango adituek egin dituzten gogoetak, gure txostenera ekartzea. Izan ere, ingelesaren presentziak agerian uzten duen bezala, Estatu Batuak aurretik doaz Internetek hedabide zaharragoei ekarri dien egokitzearen arloan. Horien artean garrantzizko bat, hedabideen finantza-bideetan eragina duena: Interneteko publizitatearen balioa.

Prentsari dagokionez, paperezko edizioetan irakurle bakoitzak urtean 360\$ balio du Estatu Batuetako publizitate-merkatuan. *Online* edizioako irakurleak berriz, 20-25 \$ bitartean balio du urtean. Fakturazio-kopuruari erreparatuz gero, *online* edizioako publizitatearen bidez eskuratzen diren diru-sarreak ez dira iristen paperezko edizioarekin fakturatutakoaren %5 gainditzera.

Audientzia-migrazio bat dago paperezko ediziotik *online* ediziora eta horrek diru-sarrera apalagoak dakartza komunikazio enpresentzat. Ondorioz, azken urteotan fusio eta absortzio ugari izan dira Estatu Batuetako komunikazio-enpresen merkatuan; nahiz eta aipatutakoa ez den izan enpresa mugimendu handi horren arrazoi bakarra. Beraz, finantziario-bideen etorkizuneko panorama ere ez dago batere garbi.

Beraz, hau guztia esan ondoren, hemendik aurrera Hizkuntza Politika-rako Sailburuordetzak prestatutako galdera-sorta erantzuten saiatuko naiz. Atariko gisa emandako datu, gogoeta eta iritzi bilduma hau ahalegin bat baino ez da izan, ondoren datozen erantzunei marko bat emateko, galdera-sortako erantzunak testuinguru batean kokatzeko. Gauza bat aitortu beharra daukat, dena den, erantzunak ematen hasi aurretik. Galderak ez dira inola ere erantzuten errazak izan.

GALDERA SORTA

- **Garenaren neurria kontuan hartuz, zein eratako hedabideak lehenetsi beharko liriateke?**

Informazioa, entretenimendua edo/eta konpainia eskainiz, ahalik eta euskal hiztun talderik zabalenen (hiztun-talde masiboenen) premiak aseko dituzten produktu komunikatiboak.

Zer esan nahi da honekin? Hartzailerik gehien biltzen dituzten segmentuzako produktuak lehenetsi behar direla irizpideak markatzerakoan.

- **Zein ezaugarritakoak formatuari dagokionez (prentsa idatzia, irratia, telebista, Internet)?**

Etorkizuna zalantzas beteta dator formatuei dagokienez. Internet jaio zenez geroztik, gero eta gehiago difuminatzen ari dira formatuen arteko mugak.

- Ikus-entzunezkoen webguneetan idatzizkoaren presentzia behar-beharrezkoa da, noski.

- Prentsaren webguneetan, berriz, non-nahi erabiltzen dira irudia eta soinua (bideoa, argazkiak, musika...)
- Azken urteotan, bestalde, euskarri berriak azaldu dira informazioa jasotzeko orduan: sakelako telefonoak, PDAk eta abar.

Zaila da gauzek nondik nora joko duten jakitea baina itxura guztien arabera badirudi **multiplataforma-estrategia** bultzatu eta suspertu beharko litzatekeela formatuaren ikuspegitik. Hau da, eduki bat lantzen denean, ahalik eta euskarririk gehienetan zabaltzeko ahalegina egin behar dela. Beste modu batean esanda, euskarri guztietan egon beharra dago, teknologiak edo publikoak euskarri horietakoren bat baztertzan ez duen artean.

Gutxienez eta okerreanean, bermatu beharra dago prentsarako, irrati-rako edo telebistarako sortu den produktua Interneten ere egongo dela.

Zein ezaugarritakoak formatu bakoitzean hartzaileei dagokienez, enfokeari eta edukiei dagokienez?

Euskaldunak ez dizkie hedabideei gauza arraroak, bitxiak edo abozinatua eskatzen. Beste alde guztietan arrakasta lortzen duten hedabideak bezalakoxeak nahi ditu euskarazkoak ere:

- Erakargarriak
- Entretenuak
- Interesgarriak
- Ikus, entzun eta irakur errazak.
- Glokalak (globalak + lokalak).
- Arrakasta lortu duten formatuak eskaintzen dituztenak, baina gure-ra egokituta.
- Euskararen alderdi ludiko eta afektiboa landuko dutenak
- Mendebaldeko euskalkietako hiztunek ere hurbileko sentituko dituztenak
- Hartzaileen parte hartzea eta interaktibitatea bultzatuko dutenak
- Komunitatea sortuko dutenak

- Edukien aukeraketan edo eduki horien trataeran balio erantsi bat dakartenak

Lehentasunekin jarraituz, ba al da adinaren edo beste faktoreren baten arabera lehenetsi beharreko kontsumitzaile-talderik?

- 1) Haur eta gazteei zuzendutakoak (4 – 30) telebista, Internet eta irratia; hauek ez dira prentsaren belaunaldikoak, nahiz eta arretaz zaindu behar den *Gaztezulo* aldizkaria eta proiektua.
- 2) Hiriburuetako euskaldunei zuzendutakoak (4 – 45).

Bi talde horientzat produktu egokiak egiten asmatzen badugu, oinarri sendoak jarriko dira etorkizunari begira euskarazko hedabideen arloan.

- **Ezinbestez minoritarioak diren aldizkariak (aldizkari espezializatuak, elitei zuzendurikoak) behar al dute arreta publikorik?**

Bai, noski, formaziorako balio duten neurrian (*Elhuyar, Hik Hasi, Aizu, Habe*) edota euskal hiztunen komunitatea sustraitu eta sendotzen badute (*Argia, Jakin, Sustatu, Erabili*).

Erreferentzia gisa baliagarri izan daitezke 2007ko apirilean Estudio General de Medios-ek (EGM) argitaratutako datuak. Espainian gehien irakurtzen diren aldizkariak egunkariak banatutako *gehigarriak* dira: *El Semanal* eta *Pais Semanal*. Bi kasuetan, 3 milioi irakurletik gora (merkatu potentzialaren %34 eta %32). Ondoren prentsa arrosa dator: *Pronto*-k ia-ia 3 miloi irakurle ditu (merkatu potentzialaren %37) eta *Holak* 2 miloi (%25). Horien oso atzetik geratzen dira, esaterako, *Tiempo* aldizkaria: 147.000 ale (merkatu potentzialaren %17), eta *Muy Interesante* (%14).

- **Zein da tokian tokiko prentsaren aukerarik egokiena epe erdira begira: egunkaria ala aldizkaria?**

Egunkaria. Baina ez edozein eratakoa. Begietatik sartuko dena, infografia eta irudi askorekin.

- **Prensa idatziko produktua, euskarari dagokionez, ez ote da astunegi, gai sozial-politiko serioekin eta jarrera edo ildo (ia) bakarrekoekin identifikatuta?**

Estatu Batuetan 2006an egindako ikerketa batek honako joerak erakutsi ditu:

- Zenbat eta irakurle gazteagoa, orduan eta prentsa gutxiago kontsumitzen du.

Jaiotze-boomeko belaunaldikoek beren gurasoek baino prentsa gutxiago irakurtzen dute, heren bat gutxiago; eta *X-belaunaldikoek* are gutxiago, beste heren bat gutxiago. (Merrill Brown, 2005)

- Irakurleek gero eta denbora gutxiago eskaintzen diote prentsa irakurtzeari.

Informazioa iturri askotatik jasotzen dute: telebista, irratia, prentsa, online. Egunkaria gaur egun ez da informatzeko iturri nagusi eta bakarra.

- Informazioa online jasotzen duten irakurleek gero eta gutxiago begiratzen diote paperezko bertsioari

Estatu Batuetako datuen arabera (2006) informazioa online jasotzen duten irakurleen %34k gero eta gutxiago begiratzen dio egunkariaren paperezko bertsioari. Orain bertan, hausnarketa-prozesu batean daude egunkarietako enpresen zuzendaritzak. Gaia honakoa: zer-nolako tratamendua eman behar zaio informazioari paperezko euskarrian eta nolakoa Interneten?

Adituen gomendioa hauxe:

- Paperezko bertsioan informazio arina eta irakurterraza egin behar da.
- Online bertsioan, albistearen osagarriak eta tratamendu sakona ere jorratu beharko dira.
- Gai serioek presentzia galdu dute prentsan. Haien lekua berriz, entretenimenduak, famatuen gora-beherek eta moda nahiz diseinu gaiek irabazi dute.

Egunkarietan eta aldizkarietan, bietan ikusi da joera berdina azken urteotan: gero eta tarte txikiagoa dute gai serioek.

Salbuespen interesgarri bat, ordea, *The week* aldizkariaren eskutik azaldu zaigu. Aldizkari hau 2001. urtean sortu zen eta denbora gutxian onarpen zabala lortu du. Astekari bat da. Ez du gai propiorik lantzen. Besteek argitaratutakotik interesgarriena aukeratzen du, haren laburpena eskaintzeko. Gai nagusi baten inguruko elementu guztiak jasotzen ditu: edukiak eta iritzia (iritzi-mota guztiak, ezkerretik eskuinera alderik alde); eta den-dena oso motz kontatzen du. *The week*-en leloa honakoa da: “Benetan inporta duenari buruz jakin beharreko guztia” eskaintzen dizugu.

- **Ez ote litzateke oro har produktu arinagoen aldeko apustu egin behar?**

Zalantzarik ez dago urtetik urtera letra gutxiago eta “santu” gehiago eskatzen eta eskertzen dituela irakurleak.

Behin edo behin burutik pasatu izan zait eukaldun berrientzat prestatzen diren aldizkariak, *Aizuri* edo *Haberi*, prentsako “*gehigarri*” baten formatua eman beharko litzaikeela. Helburua honakoa litzateke: astean behin gaztele-razko prentsarekin batera dohain banatzea, gehigarri propiorik ez duen egun batean (asteazkenetan, esaterako).

Formula horrek zenbait abantaila izango lituzke:

- Euskara ikasten ari diren ikasleez gain, *gehigarri* hori esku artean izango lukete euskaraz irakurtzeko ohiturarik ez duten euskaldun askok eta askok. Euskara errazean landutako material aproposa izango lukete, beraz, esku artean.
- Euskaraz jaso duten *gehigarri* horrek enbaxadore inportante bat izango luke gainera: hartzailak bere kuttuna duen egunkaria. Gaztele-razko prentsaren ospeaz, indarraz eta zabalkunde gaitasunaz baliatuko ginatke, euskarazko produktu erakargarri bat euskal hiztunen komunitate zabalari helarazteko.
- Eskola amaitu edo utzi arren, euskaldun berriek ez lukete kontakturik galduko euskarazko komunikazio-produktuekin.

- Jakina, *gehigarri* erakargarri, koloretsu eta interesgarria landu beharko litzateke. Irudiek eta argazkiek leku zabala beharko lukete.

The week aldizkariaren ereduari jarraituz, euskarazko beste hedabideek landu dituzten gai erakargarrienak birziklatu beharko lituzke *gehigarri* honek. Beti ere, balio erantsi bat izango luketen gaiak. Horrela, euskarazko esparru komunikatiboaren oinarriak ere jarriko lituzke.

Baina tira, proposamen honi interes-izpirik ikusten bazaio, askoz ere hausnarketa sakonagoa egin beharko litzateke honen guztiaren inguruan.

Euskarazko prentsa indartsuaren aldeko apustua egiterakoan bat datoz eragile guztiak, nahiz pribatuak hala publikoak, egunkari eta astekariei garrantzi handiena ematen eta, bitartean, telebista, irrati eta Interneti bigarren mailako garrantzia aitortzen jarraitu behar al dugu? Ikus-entzunezkoei arreta handiagoa eskaintzeko ordua ote?

Zalantza barik telebista da eraginik handieneko hedabidea. Zabaldue-na eta kontsumo-mailarik handiena duena. Beraz, telebista bidez eskainitako euskarazko produktuek lehentasuna izan behar dute irizpideak ezartzerakoan. Denok ondo dakigun bezala, telebistarena oso mundu aldakorra da, ordea; merkatuak ez du gupidarik. Programatzaileek oso erne ibili behar dute, sarri-txo arnas estuka. Izan ere, ikuslearen atxikimenduak ziztu bizian aldatzen dira beste kateetako eskaintzaren arabera. Horregatik *Wazemank*, *Betizu*, *Goenkale*, *Mihiluze* edo *Martin* bezalako saioak hamaika ahalegin eta buru-hausteren seme-alaba dira. Eguneroko mirari txikiak, denetara 571.000 euskaldun ikusle potentzial biltzen dituen mikro-merkatu honetan. Aurrera begira ere, bi elementu zaindu beharko dira nahi eta nahi ez. Teleikusle euskaldunek zer nahi duten ondo jakin beharko da. Eta horrekin batera, beste lekuetan arrakasta lortu duten telebista-saioak gurera egokitzen jakin beharko dugu.

Dena den, euskarazko ikus-entzunezko erakargarriak lortzeko, batik bat telebistako fikzioaren munduan, haren oinarritzko industriak ere sendo egon beharko du: gidoigileak, aktoreak, zuzendariak, musikariak, showman-showomanak, bikoiztaileak. Beraz, ikus-entzunezkoen aldeko apustua egiterakoan, estrategia integral bat pentsatu eta prestatu behar da inguruko industria aintzakotzat hartuta.

Estrategia integral horretan zinemak bere lekua behar du. *Aupa Etxe-beste*, *Kutsidazu bidea Ixabel*, *Eutsi!*, guztiak ere film xumeak dira, umore-klabean landutakoak eta entretenimendurako sortuak. Beso zabalik hartu ditu jendeak. Urtero euskaraz ekoiztutako film bat estreinatzeko bide hori lantzen eta urratzen jarraitu behar da. Komediaren formulak funtzionatu egiten du nahiz eta nire iritziz gidoi landuagoak behar diren; txispa gehiago behar da situazio eta dialogoetan. Jakina, filmaren duintasun-mailak aukera eman beharko luke zinta gazteleraz bikoiztu eta erdarazko zinema-zirkuituan jartzeko.

Ikus-entzunezkoen arloan jarraituz baina irrati gaietara etorritz, bi egoera desberdin ditugu euskarazko irratigintzan: hitzean oinarritutako irratia bate-tik, eta irrati musikalak bestetik. Musikan oinarritutako irratigintzak oso inbertsio eta mantenimendu gastu apalak ditu bestearen aldean. Kezkatzekoa da, ordea, 25 urtetan apenas egon dela aldaketarik euskarazko irrati musikalen panoraman. Hogeita bost urte geroago Arrate Irratia da euskarazko irrati musikal pribaturik sendoena, eta haren alde esan beharra dago entzule arras leialak dituela publiko helduaren artean. Baina honezkero bazen garaia eskaintza konpetitiboren bat jaiotzeko gazteei zuzendutako irrati musikaletan. Irrati libreek bakarrik jorratu dute gazteei zuzendutako musikaren arlo hori. Modu alternatiboan egin dute, ordea, biderik eman gabe gazteen artean nagusi diren estiloei. Beraz, hor bada hutsune bat enpresa pribatuek bete ahal izango luketena.

Hitzaren bueltako irratigintza beti da musikala baino garestiagoa. Hala ere, hiltun ugari dauden tokietan dexente merketu daiteke “talk-show” delakoen bidetik. Izan ere, talk-show gehienek bi elementu baino ez dituzte behar saioa aurrera ateratzeko: komunikatzaile on bat, eta harekin telefonoz hitz egiteko prest dagoen entzule multzo handi bat. Zoritxarrez, euskaldunena bezalako gizatalde urrietan ez dago “multzo handiak” osatzerik. Ondorioz, ezintasun horrek programazio informatiboago bat egitera bultzatzen du euskarazko irratigintza. Eta informazioa egitea oso garestia da beti. Beraz, nekez lortuko da euskarazko irrati informatibo duinik dirutza handietan sartu barik. Errealitate hau kontuan hartuta, katalanek informazio-zerbitzu bat mar-txan dute irrati pribatu txikiei begira. Catalunya Informació irrati publikoaren

albistegiak erabiltzen dituzte irrati pribatuei informazio-zerbitzua emateko, horrela eskatzen dutenean.

Euskadi Irratiaren kasuan ere horrelako zerbitzu bat posible da, eta gaur egun ematen da gainera, horretarako interesa azaltzen duten irratiaren eskariari erantzunez. Tartean, zenbait udal irratiari ematen zaio informazio-zerbitzu hau (orduz orduko albiste-bildumak eta eguneko albistegi nagusiak). Baina udal irratiak lankidetzaz bide gehiago ere urratu beharko lituzkete beren ingurunean dituzten beste hedabideekin. Batez ere tokian tokiko prentsarekin eta online hedabideekin. Indarrak metatu beharra dago estrategia multiplataformak landuz.

- **Internet arreta berezia eta lehentasuna zor zaizkion medioa al da?**

Bai, eta hau oso garbi izan behar dugu. Gaur-gaurkoz beste hedabideek askoz ere publiko handiagoa dute, baina etorkizuna Interneten ildotik doa. Ez daukagu atzean geratzerik. Bihar berandu izan daiteke gaur egin gabe utzi dugunari heltzeko.

Webguneek abantaila asko dituzte: eskuera daude (etxean, lantokian), interaktibitatea eskaintzen dute, aniztasuna eta nolabaiteko kontrola.

(“Harremanetan jartzen nau jendearekin”, “Nire gustura eta neurrira antola dezaket”, “Behar dudan informazioraino eramaten nau”, “Denbora-pasarako erabiltzen dut”).

Erabiltzaileek erabilpen desberdinak ematen dizkiote Interneti unean uneko premien arabera. Informazio fidagarri bila dabiltzanek hedabide nagusien webguneetara jotzen dute. Eztabaidagai, freskura eta iritzi bila dabiltzanek blogetara jotzen dute. Eta entretenimendu bila dabiltzanek “youtube” bezalako webguneei erreparatzen diete; izan ere, bideoak eta argazki digitalek jolaserako eta entretenimendurako bide berriak urratu dituzte sarean.

Bestalde, sareak beste funtzio garrantzitsu bat ere betetzen du: biltegiarena. Kontsumitzaileak noiznahi eta non-nahi erabili nahi ditu hedabideetako produktuak. Hori posible da podcasting-ari esker. Hedabideek sarean zintzilik jartzen dituzte beren produktuak (teleserieak, irratiako elkarrizketak, lehiaketak, albistegiak eta abar...) hartzaileek Ipod-era jaitsi eta noiznahi, non-nahi ikus/entzun ditzaten produktu horiek.

Adibide bat. Olatz Arrietak, EITBek New Yorken duen korrespontsialak, etxetik lanera autoa gidatuz doala irakurtzen du *New York Times*. Zelan? *New York Times*ek itsuentzat daukan zerbitzu baten bidez. *New York Times*ek esatari bat dauka lehen orrialdeko albisteak irakurtzeko itsuentzat. Grabazio hori Ipod-era jaisten du Olatzek goizero eta lanerako bidean entzuten du.

Kontsumo-ohitura berrien ondorioa?

- Euskaraz produzitzen den guztiak sarean egon behar duela. Sareko biltegi nagusi horretan. Baina egotea ez da nahikoa. Erraz bilatzeko moduan egon behar dute.
- Ikus-entzunezko produktuen kasuan, mp3, mp4 edota sortuko diren beste euskarrietara jaisteko aukera eman behar zaio hartzaileari. Helburua: zernahi, noiznahi eta non-nahi erabiltzeko aukera bermatzea.
- **Gure artean gazteak eta euskaraz eskolatuak izanik Interneten kontsumitzaile gehienak, gazteei bereziki zuzenduriko eskaintzaren bat bultzatu beharko ote litzateke Interneten? Zein eratakoa? messenger euskaraz, webgune ludiko interaktiboak, informaziorako webguneak, bestelakoak.**

Gazteek (18-34) luze eta maiz erabiltzen dute sarea jolaserako, entretenimendurako eta harremanetarako: messenger, txat-gelak, bideojokoak, musika jaitsi, bideoklipak ikusi, kankak entzun, salerosketak, apustuak, etxebizitza bilatu, bidaiak antolatu, argazkiak trukatu, webcama erabili.

Gazteenek, (8-18) bideojokoak dituzte nagusi eta ondoren webguneetako bisitak.

Internetek denbora jaten dio telebista ikusteari eta zer esanik ez irakurtzeari.

Kontsumo-joera nagusiak hedabide bisual, digital eta interaktiboetarantz garamatza.

Rupert Murdoch-en hitzak erabiliz,

“Erronka nagusi bat dugu. Kontsumitzaileek (gazteek) jaso nahi dituzten informazioak eskaintzen jakin behar dugu. Baina ofizioko esperientziaz

baliatzen hasi aurretik buru askeagoak behar ditugu. Alde batera kendu behar ditugu orain arteko aurreiritziak, jarrerak eta jokabideak. Laburbilduz, etorkin-koadrila bat baino ez gara mundu digitalean, eta galdera nagusi bati erantzun behar diogu: zer egin behar dugu jaiotzez digitalak direnak (gazteak) erakartzeko eta haientzat garrantzizko erreferente bilakatzeko (sarean eta beste euskarri berrietan)?”.

- **Zein da euskal merkatu txikian gutxieneko gisa onartuko genukeen irakurle-kopurua prentsa idatziko (eguneroko nahiz aldizkari) produktu batek eta irrati nahiz telebista batek interes publikoari erantzuten diola esan ahal izateko?**

Euskaldunak 600.000 inguru gara, eta guztiak ere eleanitzak. Honenbestez, euskarazko hedabideen konpetentzia ez dira euskaraz diharduten beste hedabideak bakarrik. Baita gazteleraz edo frantsesaz ari diren guztiak ere. Beraz, euskarazko komunikazio-produktuek merkatuan dauden beste guztiakin lehia jardun behar dute.

Gauzak horrela, oso zaila egiten zait interes publikoaren behe-muga non jarri behar den zehaztea. Nonbaitetik hasteagatik eskueran ditudan datuak hartu eta inguruan zer gertatzen den aipatuko dut. EGM-ren 2007ko lehen inkestako datuak erabiliko ditut konparaketak egiteko.

Hurbilenekoa irratiaren dudanez, hortik hasiko naiz. Ikus dezagun zer egiten duen *Radio Nacional de España* emisorak. EGMko datuen arabera, gaur-gaurkoz RNEk guztirako irrati entzuleen %11 biltzen ditu.

Portzentaje hori euskal hiztunen merkatu potentzialera ekarrita, honakoa izango genuke:

	Merkatu potentziala euskarazko irratientzat EAEn	%11
Irratia	423.000 entzule	46.530 entzule

Euskarazko irratia merkatu potentzial hau hiru hiztun-motaren batuketak osatuko luke: euskaraz hitz egiten duten irrati-entzuleek, hitz egiteaz gain euskaraz irakurtzeko gai ere badiren entzuleek eta, hirugarrenik, hitz egin

eta irakurtzeaz gain euskaraz idazteko gai ere badirenek. Beraz, hiru multzo horietako irratzi-entzuleak egongo lirateke goian aipatutako 423.000en artean.

Telebistari dagokionez, bi erreferentzia har ditzakegu: *TVE-1* eta *La 2*, biak ere kate publikoak.

TVEk estatuko teleikusleen %19 ditu eta La 2ek %3. Hauek ere EGMek berriki emandako datuak dira.

Portzentaje horiek euskal hiztunen merkatu potentzialera ekarrita, honako zifrak izango genituzke:

	Merkatu potentziala euskarazko telebistarentzat EAEn	%19	%3
Telebista	571.000 ikusle	108.490 ikusle	18.272 ikusle

Euskarazko telebistaren merkatu potentziala osatzen duten ikusleak ere hiru hiztun motatakoak izango lirateke: euskaraz hitz egiten dutenak, edota hitz egiteaz gain euskaraz irakurtzeko gai ere badirenak, edota hitz egiteaz eta irakurtzeaz gain euskaraz idazteko gai ere badirenak.

Azkenik prentsara etorriz, informazio orokorreko egunkarien artean *EL PAÍS* da irakurlerik gehien duena. Informazio orokorreko prentsa irakurtzen dutenen %15 biltzen du. Bere aldetik *ABC* egunkaria, estatuko prentsa nagusiaren artean atzera xamar ibiliko litzatekeena, bere irakurleko potentzialaren %5ek irakurtzen du.

	Merkatu potentziala euskarazko prentsarentzat EAEn	%15	%5
Prentsa	333.000 irakurle	49.950	16.650

Euskarazko prentsaren merkatu potentziala bi hiztun motak osatuko luke: euskaraz irakurtzeko gai diren euskaldunek, eta irakurtzeaz gain euskaraz idazteko gai ere badiren euskaldunek.

- **Merkatuan lehiatzeak autofinantzaketa berarekin darama eta autofinantzaketak publikoaren onarpena eskatzen du nahitaez. Onarpen horrekin batera doa, ordea, publizitatea ere. Publizitatea lortzen laguntze aldera herri-aginteek neurri berezirik hartu beharko ote lukete? Euskararen balioa eta prestigioa aireratzera zuzenduriko ekintzez gain, arlo fiskalean, adibidez, zerga-onurak eskainiz publizitatea sartzen duten entitateei?**

Zerga-onurak eskaintzea oso neurri egokia litzateke. Horren barruan, ordea, ahalegin berezia egin beharko litzateke “marka” handiak beren burua euskaraz publizitatzera erakartzeko. Irudiak eta markak gaur egungo gizartean daukan garrantzia ikusita, euskararen paisaia indar berriz aberastuko luke marka handi horiek publizitatea euskaraz egingo balute. Eta ez hedabideetan bakarrik, kale gorrian eta bide bazterretako hesietan ere ikusi beharko genituzke.

- **Argitaletxe, editore eta idazle sare zabala daukagu euskaraz, oso zabala. Euskaraz irakurtzeko joera asko ugalduta da azken 20 urteotan. Euskaldunaren irakurzaletasuna piztu eta liburuaren truke diru bat ordaintzeko prest egotea lortu bada, zergatik ez da lortu gauza bera prentsarekin? Zergatik baloratzen da euskarazko eleberrigintza, baina ez prentsa, ez behintzat neurri berean?**

Hedabideen kontsumoa oso lotuta dago bakoitzaren bizi-ohiturei. Eta jakin badakigu zein zaila den nor bere ohiturak aldatzea. EITBren hastapenetan Ruiz de Olabuenaga soziologoak lur jota utzi zituen garai hartako zuzendariak esanez, abian jarritako irrati eta telebista kateek 10 urte inguru behar izango zituztela euskal gizartean txertatzeko. Jakina, lana ondo egiten bazuten! Denborak arrazoia eman dio Ruiz de Olabuenagari. Bete-beteen asmatu zuen.

- **Zergatik ez dio irakurle euskaldunak erdarazko prentsari ematen dion balio bera ematen euskarazkoari, eta jarrerarik naturalena iruditzen zaio euskaraz irakurtzen dugunak debaldekoa izan behar duela eta, aldiz, erdarazkoak ordaindua?**

Prensa idatziaren arloa oso gutxi ezagutzen dut. Baina bide ertzetik begiratzen duenaren jakintza-maila exkaxarekin ere, euskarazko prentsak milaka harpide zintzo dituela esango nuke. *Argiak*, *Berriak* eta *Hitzak* ondo baino hobeto dakite altxor handi bat dutela harpidedun-taldean. Beraz, mimoz eta ahalegin handiz zaintzen dituztela iruditzen zait.

Bestalde, ezin dugu ahaztu debaldekotasunaren garaian bizi garela. Hamaika adibide ditugu. Gaztelerazko prentsaren arloan dohain banatutako hainbat egunkari daude. Munduko egunkari ospetsuenek dohain eskaintzen dituzte beren online edizioak. Diskoetxeak oso kezkatuta daude Internet bidez dohain jaitsi daitekeelako ia musika guztia. Eta hori dena gutxi balitz, euskaldunak ohitu egin gara euskal administrazioek euskarazko ekoizpenei eman dizkieten babes eta dirulaguntzak “naturaltzat” jotzera. Beraz, ez dut uste herritarrek euskarazko prentsaren balioa gutxiesten dutenik. Ingurumari zabalago batean ulertu behar da fenomenoak.

- **Sektore atomizatua da euskarazko prentsarena; eragile asko eta baldintza ekonomiko eskasak. Nola metatu indarrak, monopolioetan erori gabe eta aniztasuna bermatuz?**

Atarikoan aipatu dudan bezala, neke handiak hartzen ditugu gaur egungo produkzio-mailara iristeko. Lan handia eta jantzi gutxi. Indarrak metatu beharra dago: gutxiago produzitu, egiten den horri hauspo handiagoa eman, eta produktua sareko biltegian lehenbailehen jarri. Horretarako, hiru jokabide jarraitu beharko genituzke: murriztu, berrerabili eta birziklatu.

- **Birmoldaketa behar duen sektorea al da euskarazko hedabideena?**

Baietz uste dut.

- **Eragile gutxiago baina indartsuagoak, lanpostu gutxiago baina baldintza hobeetakoak, irakurleen gogoaren araberako produktuak, monopolio arriskuak ekiditen dituen jardunbidea... Puntu horiek eta beste zenbaitek (esan zeintzuk) osaturiko hezurdunaren araberako gogoeta estrategikoari ekin beharko ote litzaioke?**

- Euskaldunok elebitasunetik eleaniztasunerako jauzia eman dugu belaunaldi gazteenekin. Euskarak beste hainbat hizkuntzarekin konpartituko du denbora eta espazioa euskaldunen bizitzetan. Beraz, etorkizuneko euskal gizarte eleanitz horretan zeintzuk dira euskaraz bermatuta behar duten hedabideak, komunikazio-produktuak eta hizkuntzaren paisaiako elementuak? Zertan ezin da huts egin?
- Merkatuko legeetan produktu arrakastatsu bat lortzeko ondo eza-gutu behar dira bezeroaren premiak. Honenbestez, ikerlan kualitatibo batzuk beharko lirateke lagungarri gisa esku artean dugun ikerlan kuantitatiboa osatzeko. Hara nik proposatzen ditudanak:
- Nola landu hiriko euskaldunarentzat erakargarri izango diren euskarazko hedabideak? Zergatik beste habitat batzuetan arrakasta izan duten euskarazko produktuek kontsumo apalagoak izan dituzte hirietan?
- Zelan landu Bizkaiko euskaldunentzat erakargarri izango diren euskarazko hedabideak? Zergatik Gipuzkoan arrakasta izan duten euskarazko produktuek kontsumo apalagoak dituzte Bizkaian?
- Zer eskatzen diote gazte euskaldunek Interneti? Zertan aritzen dira sarean? Zer interesatzen zaie prentsan, irratian, telebistan?
- Euskarazko hedabideentzat nolako mapa irudikatzen dugu 10 urte barrurako? Eta tartean: 3, 5, 7 urte barru? Nolako presentzia irudikatzen dugu euskararentzat gure inguruneko hizkuntzaren paisaian 10 urte barru? Eta tartean?
- Zelan sortu, suspertu eta sendotu *euskarazko komunikazio-esparrua*?
- Zein neurri hartu behar dira euskarazko hedabideek garapen iraunkor bat izan dezaten? Zein neurri *ekologiko* hartu behar dira sektorean lehenbailehen? (*murriztu, berrerabili, birziklatu*).

- Euskarazko hedabideen finantziarioari dagokionez, zer diote merkatu-ikerketek? Horren arabera, nolakoa izan behar du administrazioaren laguntzak, zenbatekoa, zein formulapean? Proiektu nagusiak zeintzuk diren erabaki ondoren, zein izango da dirulaguntza egonkor bat ziurtatzeko formula, zehaztutako epeen barruan? Zein helburu bete beharko dituzte aukeratutako hedabideek laguntza horiek jasotzeko, eta zeintzuk izango dira helburuak bete al diren esango diguten adierazleak?
- Nola jokatu behar da marketingaren ikuspegitik honetan guztian?
- Nola bideratu estrategia integral bat euskarazko hedabideen arloan?
- Telebistako fikzioa lantzeko oinarritzkoa den industria sendo bat lortzeko?
- Komunikazioaren Gizarteak bermatuta izan dezan euskararen presentzia aspektu estrategikoetan?
- **Egin al daiteke euskarazko hedabideen mapa ideala-edo izango litzatekeena? Zein litzateke mapa hori txostengile bakoitzaren iritzian? Beti ere, jakina, euskal hiztunok garenaren –eta kasurik onean izan gintezkeenaren– neurria kontuan hartuta.**

Zaila egiten zait mapa marrazten hastea goiko gogoetaren nondik norakoak jakin aurretik.

- **Erdara nagusi duten hedabideetan euskarari sarbide emateko zein bide urratu beharko litzateke?**

Hizkuntzaren paisaiari lotutako gogoetaren barruan aztertu beharko litzateke atal hau. Adibide eredugarri bat jartzekotan, FNAC-ek Bilbon eta Donostian zabaldu dituen dendetako errotulazioa.

MARTXELO OTAMENDI

1. Diagnostika. Gaur egungo egoera euskarazko hedabideetan

Euskarazko prentsaren eta komunikabideen egoera aztertu eta etorkizuneko egitasmoak proposatzeko orduan komenigarria da, nire ustez, besteak beste ondorengo aldakiak kontuan edukitzea. Prentsa ari garenean, idatzizkoaz ari gara; telebista, irratia eta Internet, terminologia estandarrean ez direlako prentsa:

1. Euskararen merkatu potentzial benetakoa. Egoera erreal hartu beharko genuke kontutan, ez “merkatu potentzial estatistikoa”. Zenbat “euskaldun oso”-rekin ari gaitzkeen lanean, alegia, zenbat “euskaldun normal”-ekin ari gaitzkeen. Ez estatistiketan euskaraz dakitela diotenekin.
2. Zer eskaintza eta zer kontsumoa dauden gaur egun “euskarazko kioskoan”. Zer eskaintza eta kontsumo dauden kioskotik kanpoko banaketa-bideetan: etxeko harpidetzak, doako banaketa...
3. Zer eskaintza eta kontsumoa dauden prentsa ez diren beste komunikabideetan (telebista, irratia, Internet...) eta beste kultur adierazpenean (zinea, antzerkia, literatura...).
4. Zer eskaintza eta kontsumoa dauden gurea bezala hizkuntza ez-estatala diren hizkuntzen kasuetan. Katalana ez da guretzat erreferentzia txarra, ondo ezagutzen dugulako hango egoera, eta soziologikoki eta kulturalki antzekoak diren lurraldeetan gaudelako. Besterik da bi merkatu errealean arteko alde kuantitatiboa, “katalan oso”-en kopurua

askoz handiagoa delako “euskaldun oso”-ena baino. Neurgailu interesgarria izan liteke katalanezko eta euskarazko kioskoak, eskaintza eta kontsumoa, konparatzea alde batetik; eta bestetik, katalanezko eta euskarazko kultur eskaintza eta kontsumoa.

5. Gertutik segitzea gurearen antzeko diren lurraldeetan (USA, Europa...) zer prentsa-komunikabide-kultur-komunikazio produkzio eta kontsumo joera berri dauden. Horiek markatuko dute, neurri handi batean, gure etorkizuna.

6. Prentsak oro har daraman joera ere oso kontuan hartzekoa da. Idatzizko eta paperekoaren irakurketa behera doa, gutxienez, mendebaldeko gizartean, eta Euskal Herrian gauzak ez doaz oso era diferentean. Eta, horren ondoan, doako egunkarien zabalkundea handituz doa eta hori ere oso ondo aztertu beharrekoa da.

7. Eta prentsarentzat garairik onenak ez badira ere, prentsaren garrantzia azpimarratu beharko genuke hedabideen azterketa egin nahi denean. Ikus-entzunezkoak eta Internet dira, dirudienez, informaziorako bide nagusiak gaur egun; eta horiekin batera, sakontasuna eta norbanakoen garapen intelektualerako prentsak lehen adinako garrantzia izaten jarraitzen du, komunikabide berrien bidez azaleko informazioan geratzeko arriskua hor dagoelako.

1.1. Euskarazko produkzioa

Presentzia urria dauka euskarak Euskal Herriko komunikabide eta kultur produkzioan. Gaztelerazko eta frantsesezko kioskoekin alderatuta, oso txikia da euskarazko kioskoa. Kiosko gehienetan, Berria kenduta, ez da euskarazko beste argitalpenik ikusten, eta zenbait kasutan *Argia*, *Jakin*, *Elhuyar*, *Entzun* topatu litezke. Hortik aurrera oso gutxi.

Azken 25 urteotan ikaragarri handitu dira gaztelerazko eta frantsesezko kioskoak, batik bat aldizkari monografikoen alorrean: etxe-apainketa, informatika, bidaiak, katuak... Zernahi gairi buruzko aldizkari tematikoa topa liteke gaur egun gazteleraz eta frantsesez; duela 25 urte ezinezkoa ematen zuen arren.

Euskarazko kioskoa ez da asko handitu azken 25 urteotan, *Egunkaria/Berria* eta herri-aldizkariak eta tokiko egunkariak kenduta. Orduko *Zeruko Argia/Argia*, *Jakin*, *Aizu!* eta *Elhuyar* aldizkariak segitzen dute, eta sortu direnek zerrenda motza osatzen dute: *Entzun*, *Gaztetxulo*, *The Balde*, *Nabarra*... Euskarazko kioskoaren eta frantsesezko eta gaztelerazko kioskoen arteko aldea askoz handiagoa da orain duela 25 urte baino.

Kioskoan topa daitezkeen produktuak aipatutakoak izan arren, 90eko hamarkadarekin batera hasitako bidea izan da hedabideak sortzen emankorrena, egunkari nazionala eta tokiko aldizkariak sorrerak argitalpen ugari kaleatzea ekarri duelako. Prentsari dagokionez, egunkari nazional bakarra badugu ere, gaur egun hamarnaka dira tokiko euskarazko aldizkariak (aipatzekoa da, gainera, inguru euskaldunetan dauden gehienak euskarazkoak direla) eta jada 8 tokiko egunkari ere argitaratzen dira. Seguruenera, produkzioari dagokionez, tokiko prentsa da baloraziorik onena merezi duena.

Euskaraz sortu diren argitalpenak, ia kasu guztietan, ekimen sozialez sortu dira, irabaz asmorik gabe eta euskaltzaletasunak bultzatuta. Adierazgarria da ikustea nola kapital pribatuaren ekimenez ez den sortu, inbertsio gisa, argitalpen bat ere. Euskarazko komunikabideetan dirua inbertitzeko prest egon den kapitalak ETBra jo du zuzenean, negozioa hor dagoelakoan; alegia, inbertsioak egitekotan ikus-entzunezkoen ekoiztetxeetan egin dira. Kapital horrek ez du euskarazko argitalpenen esparruan diru-biderik ikusi, eta ondorioz ez du inbertitu. Adierazgarria. Ekimen sozialez sortutako zenbait, denborarekin profesionalizatuz joan dira, eta enpresa sendoa sortu dute. Sorrerako ekimen sozialaren espiritua galdu gabe, euskarazko eta gaztelerazko handiekin lehiatu ahal izateko enpresa pribatuaren parametroekin jokatu behar izan dute.

1.2. Merkatua eta salmenta. Zabalkundea

Azken 25 urteotan dexente handitu da euskarazko merkatu potentzial benetakoa, hainbat faktorek eraginda gero eta "euskaldun oso" gehiago dagoelako. Baina merkatu erreala ez da hazi merkatu potentzial benetakoa hazi den neurri berean. Belaunaldi berriak, alegia "euskaldun oso" berriak ez datoz, uste genuenaren aurka, oso euskarazko produktu zaleak. Izan liteke mentalitate

aldaketa, izan liteke, erdaraz, oso eskaintza handia daukatela edo izan liteke aldaketa soziologiko/teknologikoa. Baina arkitektura euskaraz ikasten ari den “euskaldun osoa” ez da, horregatik bakarrik, euskarazko produktu baten kontsumitzailea izango. Ez “de facto”. Eta ez genuen uste horrela gertatuko zenik. Eta “gaitz” hori ez da prentsarekin bakarrik gertatzen, orokorra da euskarazko produktuekin. Eta, dirudenez, ez da soilik euskal merkatuaren arazoa, begira bestela Estanis Alcover jaunak, Associació Catalana de Premsa Comarcaleko lehendakariak dioena, hango tokiko hedabideen arazoez ari dela: “L’enemic és a fora i es el mateix mercat, el baix índex de lectura i la demanda d’un lector cada dia més preparat i exigent.”¹

Aukera ikaragarria dauka arkitekturako ikasle horrek gazteleraz eta frantsesez, eta euskarazkoa dagoenik jakin ere ezin du egin. Euskarazko produktuek ahalegin handia egin behar dute kioskoetan, erakusleihoetan, gaztelerazko eta frantsesezko komunikabideen erreportaje, aipamen eta gomendioetan leku bat egiteko. Sustapen sendoa egiteko diru-baliabiderik ez daukate euskarazko produktuen sortzaileek; eta gaztelerazko eta frantsesezkoen sustapen-olatuak estali egiten ditu euskarazkoen alde egindako ahalegin indargeak. Fenomeno hau orokorra da euskarazko produktuen sortzaileen artean, direla komunikabideak, dela literatura, dela zinea...

Dena den, euskarazko prentsaren kontsumoa hain urria al da? Horri buruzko gogoeta egiteko, datu batzuk jarri nahiko genituzke mahai gainean, Hego Euskal Herriko prentsa-kontsumoari dagozkionak eta CIES etxeak 2006an emandakoak:

Hego Euskal Herria	Irakurle kopurua (CIES 2006)	Euskaldunen	Euskaldunen eta ia euskaldunen	Euskaldun eta erdaldunen
Berria	60.000	% 10,33	% 5,80	
Correo	455.000			% 19,86
Deia	82.000			% 3,57

1 ALCOVER i MARTÍ, Estanis; “Camí del seu 25è aniversari, l’ACPC encara nous reptes”, in *Comunicació*21, 16. zenbakia (2005eko uda), Bartzelona, 2005. 8. orrialdea.

Diario Navarra	200.000			% 8,73
Diario Noticias	77.000			% 3,36
Diario Vasco	288.000			% 12,57
Gara	117.000			% 5,10
Noticias Araba	16.000			% 0,69
Noticias Gipuzkoa	19.000			% 0,83

Taula honetan Hego Euskal Herriko datuak hartu dira eta gazte eta helduak izan dira kontuan. Horren arabera, euskaldunen % 10ek irakurtzen du egunero *Berria* (EGMk emandako datuen arabera, azken hilabeteen egunero edo tarteka *Berria* irakurri dutenak 145.000 dira, euskaldunen % 25). Orain, galdera hau da: euskaldunen %10ak irakurtzen badu egunero eta % 25ak tarteka irakurtzen badu dagoen euskarazko eta informazio orokorreko egunkari bakarra, hori gutxi da?²

Nire iritziz ez da nahikoa eta euskaldun gehiago erakarri beharko genituzke, baina Euskal Herriko egunkari handienak kenduta, penetrazio-maila handiagoa du *Berriak* Euskal Herriko beste egunkariet baino. Eta datu hauek euskarazko beste hedabideen kontsumoarekin erkatuz gero, *Berriaren* datuak ez daude euskarazko beste hedabide orokorren irakurle edo ikus-entzule kopuruetatik oso urrun, ondoko taulan ikus daitekeenez:

Hego Euskal Herria	Ikus-entzule kopurua (CIES 2006) ¹	Euskaldunen	Euskaldun eta ia euskaldunen
Euskadi Irratia	82.000	%14,13	%7,97
Euskadi Gaztea	53.000	%8,61	%5,15
ETB1	213.000	%36,72	%20,71
ETB1 ordutegi ikusienean	80.000	%13,79	%7,78

2 Bada kontuan hartzeko datu bat ere, 16 urtetik gorako populazioaren % 50 da gutxi gorabehera prentsa-irakurle. Hori kontuan hartuz gero, eta euskaldunen artean portzentajea antzekoa dela kontuan hartuta, prentsa-irakurle euskaldunen % 20k irakurtzen du egunero *Berria* eta % 50ak tarteka.

Denok dakigu ikus-entzunezkoen kontsumoa prentsarena baino askoz ere altuagoa dela eta euskaldunon artean ere berdina da, baina euskarazko produktuen kontsumoa aztertzen hasitakoan, irrati eta telebistaren kontsumoa (ordu jakin bati dagokiona telebistaren kasuan) ez da euskarazko prentsa kontsumotik hainbeste urruntzen. Eta horrek kezka sortzen digu, euskarazko hedabideak naturaltasunez eta maiztasunez kontsumitzen dituztenak 100.000tik behera ez ote diren.

Datu hauek osatzearren, eta tokiko prentsaren kontsumo-datuak handiagoak direla ikusteko ikus dezagun azken taula:

HITZA argitaratzen den eskualdeetan	Ikus-entzule kopurua (CIES 2006)	Euskaldunen	Euskaldun eta ia euskaldunen
HITZA irakurleak atzo	77.000	%34,57	%23,60
HITZA tartekako irakurleak	198.000	%89,18	%64,91
Euskal Autonomia Erkidegoa			
Tokiko aldizkariak ²	193.000	%31,60	

1.3. Publizitatea

Azken urteotan, enpresetan eman diren profesionalizatzeko ahaleginen ondorioz, era eraginkorragoan ari dira lanean komunikabideetako publizitate sailak eta gero eta bezero gehiago ari dira biltzen. Kostata, baina lortzen ari dira pixkana publizitate-agentziak barneratzea euskarazko produktuen bezeroak "target" interesgarria osatzen duela.

Berriaren kasuan Euskal Herritik kanpoko bezero berri handiak ari dira hurbiltzen, gutxika bada ere: CAIXA, RENFE, OPEL, FORD... Beste hainbat lortzeko ahaleginak ez du oraindik fruiturik eman, eta horrek adierazten du zein zaila den gaztelerazko eta frantsesezko prentsan publizitatea jartzen duten etxe espainiar eta frantziarrek gurean jartzea. Arazo larri bat: publizitate handiaren fakturazioaren portzentaje handi bat bizpahiru bezeroen esku dago. Nahikoa da horietako batek, gastu murrizketa egin nahi duelako, publizitate gutxiago egitea urte batean, asko jaisteko fakturazioa. Beste arazo bat:

euskarazko komunikabideetan ere publizitatea jarri beharko luketen erakunde zenbaitek, publikoak eta parapublikoak, edo ez dute batere jartzen edo oso gutxi jartzen dute.

EAEEn Euskararen Legearen aplikazioaz erakunde publiko eta parapublikoek kanpainak gazteleraz eta euskaraz egin behar dituzte. Horren ondorioz, eta askotan gertatu da horrela, euskarazko komunikabideek iragarki bat jasotzen zuten bakoitzean (euskarazkoa), gaztelerazkoek bi iragarki jasotzen zituzten (euskarazkoa eta gaztelerazkoa). Teorian euskara sustatzeko den araua, gazteleraz ari diren komunikabideen mesede ekonomikorako bihurtu da.

Publizitate publikoa jartzeko orduan erakunde publikoek ez dute sekula baldintzatu publizitatearen adjudikazioa komunikabide erdaldunek euskarari eskaintzen dioten, edo eskaini ez dioten, lekuarekin. Alegia, ez da sekula arautu EAEko erakunde publikoen publizitatea jaso nahi duenak, gutxieneko portzentajea eskaini behar diola euskarari bere orrialdeetan edo bere programazioan. Hau diskriminazioa dela eta hori ezin dela egin esango dute batzuek, baina gizarte honetan beste hainbat gairekin hartzen dira antzeko neurriak eta ez da arazorik sortzen. Adibide baterako, emakumeen parte-hartzea gizartean sustatzeko parekidetasuna behartuko duten legeak onartu dira, besteak beste enpresa pribatua behartuz bere administratzaileen artean emakumeak ere izan ditzan.

Diskriminazioa izan daiteke, baina hori beharrezkoa da euskararen alde, duela gutxi Toni Solerrek *La Vanguardian* zioen bezala, “Cuando hay dos lenguas y se decide favorecer a una de ellas, inevitablemente se perjudica a la otra (aunque se respeten los derechos individuales). En nuestro caso, se favorece el catalán porque es nuestra lengua propia, y porque está en desventaja por razones históricas, demográficas y de mercado. Se favorece el catalán no para acabar con el bilingüismo, sino para garantizarlo, pues, hoy por hoy, los únicos bilingües son los catalanohablantes.”³

3 SOLER, Toni; “Telemadrid tiene parte de razón”, in *La Vanguardia*, 2007ko apirilaren 15a, 45.072 zenbakia, Bartzelona, 25. orrialdea.

1.4. Diru-laguntzak

Urtero, ia urte bukaeran, jakinarazten diren diru-laguntzak direla-eta zenbait gogoeta egin daitezke.

1. Diru-laguntzen berri ia urte bukaeran izan, eta dirua amaieran edo hurrengo urtean jasotzea arazo larria da hedabideentzat, baliabide faltagatik ordainketak atzeratzea suposatzen duelako askotan. Gutxienez diru-laguntzaren zenbatekoa ezagututa, hainbatek entitate finantzieroeekin lotu ahal izango lituzkete maileguak eta horrekin egin aurre urteari, baina hori izan ezean, enpresek bestelako ondasunik ez dutenean, ezin mailegurik lortu. Dirua berandu jasotzeak alferrikako gastuak handitzea eragiten du, eta zenbatekoa lehenago ez ezagutzeak hedabide horietako langileen baldintzak txartzea, soldatak kobratzea atzeratu eta antzeko neurriak hartzen direlako.
2. Hainbat hedabideren diru-laguntzak urtetik urtera ez handitzea edo txikitzea, proiektuak ez sendotzeko bidea da, eta hori maiz gertatzen da Eusko Jaurlearitzaren gaur egungo diru-laguntza politikarekin.
3. *Hitza* egunkarien bidez –berdin *Hernaniko Kronika*-rekin–, izugarritzko ahalegina egiten da euskarazko irakurle-kopuru txikia haziz joan dadin: egunero milaka etxetan sartzen da, eta, jendeari gertuko informazioa emanaz, euskaraz irakurtzeko gaitasuna eta zaletasuna sustatzeko inbertsio handia egiten da –7 *Hitza*-ren artean 3.700.000 euroko inbertsioa egin da 2006an–, hortik euskararen normalizazioan urrats berriak egiten direlakoan eta etorkizunean euskarazko beste egunkari, aldizkari, liburu edo beste edozeren zale izateko bidea egiten delakoan. Baina laguntzetan ez da hazkunderik, ez da errekonozitzen egiten den lana. Zergatik? Esplicitatu beharko da zergatik asteen behin gehigarri bat argitaratzeak laguntza handiagoa merezi duen, asteen 6 egunez 8 orrialdeko egunkari bat egin eta etxeraino banatzeak baino; eta ez da izango, batzuen kasuan behintzat, *Hitza*-k baino zabalkunde handiagoa dutelako.
4. Ez dira nahikoak. Sektoreak behin eta berriz esan du gauza bera. Euskal prentsak dituen beharrei erantzuteko, laguntza handiagoak behar dira. Gaur egungo laguntzak ez dira sektore bat indartzeko bidea. Jarrera

horiekin, sektoreak ezinean iraun baino ezer gehiago egitea zail du, eta horrela ezin da aurrera egin. Sektoreak dituen ajeak ez omen dira diruarekin bakarrik konponduko. Hori badakigu, bestela euskarazko telebista eta irrati publikoek ez lituzkete izango guk ditugunen antzeko ajeak. Euskal prentsaren sektorea indartu nahi bada, gehiago inbertitu behar da.

5. Industrian gertatzen denaren kontra (eta Industria sailak ez du onartzen hedabideei diru-laguntzarik ematea), Kultura Sailaren diru-laguntza politika osoa urteko beharrei aurre egiten laguntzera bideratuta dago. Inoiz ez da kontuan hartzen kultur industria sortzeko biderik, inbertsioak ez dira diruz laguntzen, eta enpresen garapena ziurta dezakeen laguntza-dinamikarik ez dago.

2. Aurrera begira

2.1. Euskarazko produkzioa

Hurrengo hamar urtetan euskarazko kioskoak (komunikabideak edozein euskarritan), eskaintza normalizatzeko bidean, zer eskaini behar duen definitzea komeniko litzateke. Eta eskaintza hori definitzeko orduan kontsumo txikiko (minoritarioak baina ezinbestekoak: literatura-aldizkariak, zientzia, pentsamendua...) eta kontsumo handiko (kirol-egunkaria, haur aldizkariak...) produktuetan pentsatu beharra dago. Bietatik etorriko delako normalizazioa. Ez gara normalak izango produktu minoritario jasoak bakarrik ekoitzita, eta ez gara normalak izango kontsumo popularreko produktu arinak bakarrik plazaratuta. Biak konbinatuz etorriko da normalizazioa.

Produktu gehiago kaleratzeak ez dakar, derrigorrez, daudenen kontsumoaren jaitsiera; normalean bezero berriak bildu beharko lituzke. Kirol-egunkari batek bezero berriak ekarri beharko lizkioke kioskoari. Gogoeta hau sakondu asmoz, ekar ditzagun gogora gorago aipatutako datuetako batzuk, gure ustez argigarriak baitira: CIESek 2006an egindako neurketen arabera, Euskadi Irratiak 82.000 entzule izan ditu eta Euskadi Gazteak 53.000. Euskadi Gaztearen sorrerak entzuleak kendu zizkion euskarazko irratiari edo gehiago ekarri? Edo beste era batera esanda, irrati bakarra izango balitz, entzule-kopurua bien batura izango ote litzateke? Erantzuna argia da, bi produktu hain diferente izanda,

interes eta gustu diferentek asetzeko aukera zabaltzen da eta entzule-kopurua handitu egiten da. Horixe da, hain zuzen ere, euskarazko hedabideetara jende gehiago erakartzeko bideetako bat, jendearen interesak hain desberdinak izanik, bakoitzari egokituagoko produktuak eskaintzea. Antzeko ideia irakurri diogu Joan Mari Torrealdairi 2005eko liburugintza aztertzen duen artikuluan, "Tendentzia orokorra da Mendebaldean, eta gurean, geroz eta titulu gehiago ateratzea. Aurtengo produkzioak ere koska bat gora egin du. Nik positibotzat daukat datua, ez uste dudalako titulu gehiago ateratzeak eskaintza kalitatez hobetu eta aniztu egiten duela nahitaez, baizik eta konbentziturik nagoelako gure eskaintza ez dela gehiegizkoa, eskaria dela eskasegia."⁴

Gaia sakon aztertu behar bada ere, ausart gaitezen eta jar ditzagun eztabaidarako lehen oinarriak, iradokiz zer-nolako produktuen beharra sumatzen dugun euskarazko hedabideetan:

- Gazteentzako produktuak. Oso adin desatenditua da euskaraz 15-25 urte bitartekoa. Hiru astekari idatzizko daukate: *Gaztezulo*, *Xirika* eta *Matraka*. Eta hilabetekarien artean *Entzun* musika aldizkaria aipatuko genuke. Internet da gazte horien erreferentzia nagusia ordea, eta hor, denbora pasarako oso aukera gutxi daukate euskaraz. Horiek baino gazteagoak direnek ere gutxi daukate euskaraz Interneten, eta dagoenaren berri ez daukate askotan.
- Aldizkari espezializatuak. Musika aldizkari bat eta pentsamendu edo zientziakoak dauden bezala, aldizkari espezializatuen aukera zabaltzea egin beharko litzateke: sukaldaritza, teknologia berriak... Aztertu beharko litzateke interes handiena sor dezaketen gaiak zein diren eta horri erantzun dioten produktuak sortu.
- Egunkari espezializatuak. Inguruko merkatuak aztertu eta euskaldunen ohituraz zertxobait begiratuta, egungo gizartean kirolak duen garrantzia eta kirol-egunkariak duten arrakasta. Euskaraz ere beharko litzateke kirol-egunkari bat.

4 TORREALDAI, Joan Mari; "Euskal liburugintza 2005" in *Jakin*, 158. zenbakia, 2007ko urtarrila-otsaila, 15. orrialdea.

- Tokiko egunkariak. Eskualde mailako egunkariak zabaltzea ere garrantzi handikoa izango da etorkizuneko euskal irakurleak eta ikus-entzuleak prestatzen joateko. Aukerarik egokiena, egin baldin badaiteke, egunkaria da. Egunkariak jartzen dituelako herritarrak euskaraz egunero irakurtzen, albisteak edozein egunetan gertatuta astekaria zaharkituta gera daitekeelako (are gehiago hamaboskaria edo hilabetekaria bada). Konpetentziak egunero egiten du, eta euskarazkoak, erreferentzia izan nahi badu, maiztasun berarekin jokatuhar behar duelako. *El Diario Vascok* egunkari bat argitaratzen du, astekaria argitaratzeko aukera edukita. Gaztelerazkoek ez daukate dudarik komeni denez. Besterik da ahal den edo ez.
- Beste egunkari bat. Egunkari nazional bakarra dugu eta beste egunkariren bat argitaratuz bakarrarekin baino errazago izan liteke euskaldunen interes diferenteei erantzun eta irakurle berriak erakartzea.
- Ikus-entzunezkoetan, berdin. Gure eskarmentua batez ere prentsan izan dugunez, horra mugatzen ari naiz txostenean behin eta berriz, baina ikus-entzunezkoetan bide bera jarraitu beharko litzateke, eskaintza zabalduz joan dadin eta gero eta jende gehiago erakar dezagun euskarazko hedabideetara.

Bada herritar talde bat bereziki landu beharko litzatekeena: euskara ikasia ondo jakin baina euskarazko produktuak kontsumitzeko ohiturarik ez daukatena. Utzikeriagatik, erdaraz dagoenarekin asetzen direlako, euskaraz ezer erakargarria topatzen ez dutelako, oso tarteka kontsumitzen dutelako zer edo zer... Horiek dira euskarazko produktuen “kontsumo-zirkuluetan” hurrengo kontsumitzaileen zirkulua osatzen dutenak, baina asko kostatzen da horiengana iristea. Lokalizatu egin behar dira, sailkatu eta haiekin era berezian lan egin.

Gutxieneko eskaintza definitu beharra daukagu, eta hiru zirkulu konzentriko zehaztu: barruko zirkuluan ezinbesteko direnak sartuko ditugu; bigarren zirkuluan, ezinbesteko izan gabe epe laburrean eduki beharko genituzkeenak; eta hirugarren zirkuluan, ezinbestekotasunik izan gabe, kanpoko ekimenez etorri eta interesgarriak eman dezaketenak. Lehen eta bigarren zirkuluak lehenetsi behar dira.

Erdarazko hedabideak Euskal Herrian

Euskarazko hedabideez ari garela, bada aztertu beharreko beste gai bat, nola jokatu erdarazko hedabideekin. Bi erataria jardun liteke erdara nagusi duten komunikabideetan:

1. Pribatuan. Administrazio arduradun gorenek komunikabide horien jabeekin hitz egin beharko lukete eta konbentzitzen saiatu komunikabide horiek ezin dutela segitu euskarari lekurik eskaini gabe, edo leku barregarria eskaintzen. Eta jokabide-aldaketaren kostuak (gehigarriak eta orrialde batzuk euskaraz argitaratzearen ondorioz) ezin duela joan administrazioaren bizkar; ez behintzat urte bukaeran irabazi oparoak erakusten dituzten komunikabideen kasuan. Administrazio arduradun gorenek (lehendakariak eta ahaldun nagusiek, esate baterako) ahalegin hori egin beharko lukete hizkuntzen elkarbizitzaren izenean. Ez da erraza izango, baina bigarren aukerara pasatu aurretik lehenengo hau egin beharra dago.

2. Lehen aukerak huts egiten duen kasuetan, bide legislatiboa eta normatiboa hartu beharra dago. Administrazio publikoek ez dute publizitaterik jarriko euskarari tratu duina ematen ez dioten komunikabideetan; ez diete diru-laguntzarik emango ezta bestelako alorretan ere (berrikuntza teknologikoak, proiektu berrien finantzaketa...).

Gaur egiten ari garena da ezin dena egin: irabaziak dituzten erdarazko komunikabideei, urteetan euskararen alde ezer edo ia ezer egin ez duten komunikabideei, diru-laguntza eskaini euskara bere orrialdeetan sartzearen truke. Eta hori ezin da egin, besteak beste, euskarazko hedabideek urte batean emaitza ona emango balute eta irabaziak izan, diru-laguntzaren zati bat itzuli egin behar dutelako. Besterik da diru-galera daukaten erdarazko komunikabideen kasua.

2.2. Merkatua eta salmenta. Zabalkundea

Zabalkundea handitzeko, jende gehiagorengana iristeko, oinarrizkoa da sustapenean inbertitzea. Gazteleraz eta frantsesez ari direnek sekulako dirutzak inbertitzen dituzte alor horretan. Kanpaina zuzenak eginez (markarena), eta

sustapen editorialak eginez (DVDak, liburuak, MP4, autoak...). Euskaraz ari diren komunikabideek nahikoa lan daukate urteko produkzioa zuritzen, eta zorrik ez egiten. Sustapenerako partida sendorik ezin dute erabili, horretarako aukera finantzierorik ez dagoelako. EAeko komunikabide publikoek euskarazko komunikabideak sustatzeko politika (iragarki-kopuru jakin bat...) eduki beharko lukete legez arautua.

Prentsari dagokionez, edozein hizkuntzatan gertatzen da zaharrak diren egunkariak (toki askotan daude 50 urtetik gorako egunkariak) edo sustapenerako gaitasun ekonomiko oso handia dutenak (telebista-kanpaina etengabeak, urteetan egunkaria besteen prezio erdian saltzea, promozio kanpaina indartsu eta oso ezberdinak bata bestearen atzetik) errotze handia dutela gizartean, ohituraz bada ere eguneroko bihurtu dela etxeetan eta zaila egiten da egunkari berriek tokia izatea. Horregatik, adibidez, Europako hainbat herrialdetan, pluraltasuna ziurtatzeko, zabalduena ez diren egunkarientzat dirulaguntzak ematen dira, beste egunkari batzuek merkatuan egoteko aukera izan dezaten. Hori kontuan izanda, Euskal Herrikoa bezalako egoera diglosikoa bizi den herrietan, askoz ere behar handiagoa sortzen da produktuak ezagutarazteko, eta beharrezkoagoa da etengabeko sustapena.

Merkatu potentziala handituz doala esaten da, gero eta euskaldun norbanako gehiago dagoelako, baina gizartearen euskalduntzea ezinbestekoa da euskaraz naturaltasunez bizitzeko eta, orduan, pentsa dezakegu prentsa, liburuak, antzerkia edo zinea euskaraz gero eta gehiago kontsumitzen joan daitekeela, gaur egungo kultur produkzioaren kontsumoa txikia baita maila guztietan. Adibide argia da liburugintzan gertatzen dena. Joan Mari Torrealdairen azterketa berriro hartuta, honela irakur daiteke: "Aleen murrizketaren datuak hor daude: baldin 2000. urtean 4.611.487 ale zabaldu baziren (ekoitzi behintzat), 2005ean 3.787.000koa da urteko ale-kopurua. Hau da: 824.500 ale gutxiago bost urteren buruan.⁵ Mendebaldeko kulturen irakurzaletasuna jaisten ari bada, irakurzaletasuna sustatzeko kanpainak egin beharko dira eta, hizkuntza gutxituetan, gutxitutako hizkuntzan irakurtzearen aldeko lana.

5 TORREALDAI, Joan Mari; "Euskal liburugintza 2005" in *Jakin*, 158. zenbakia, 2007ko urtarrila-otsaila, 17. orrialdea.

Doakoen gorakada.

USAn eta Europan doako prentsa da azken urteotako nobedade nagusia eta indar handia hartzen ari da, ordainezkoak kinka larrian jarriz. Gure herrian ere, hiri-buruetan batik bat, asko ugaldtu dira. Gogoeta egin behar dugu fenomeno horren aurrean. Euskarazko prentsa ordainezkoa da nagusiki, baina hurrengo urteetako tendentzia doakotasunaren bidetik dator. Nola aurre egin hizkuntza minorizatu batean erdarazko doakoei euskarazko ordainezkoekin? Lehen, denak ordainezkoak zirenean, zaila bazen, orain zailago. Egoera honetan, hizkuntza normalizatueta, ordaindutako egunkarien salmenta asko ari da jaisten, baita Euskal Herrian erdaraz argitaratzen direnen artean ere, eta egoera horretan, euskarazkoa askoz hobeto ari zaio jaitsiera horri eusten, nahiz eta denborarekin horrek ere zailtasun gero eta handiagoak izan ditzakeen, baldin eta egunkariak doako bidea egiten badute (oso kontuan hartzekoa da ordaindutako egunkari prestigiozko bat baino gehiago ari dela merkatuan doako beste bat jartzen, nahiz eta horrekin bere produktuei konpetentzia egin eta ez ordaintzeko ohitura zabalduz joan).

Nork esan du, ez dela lortu euskaldunak prest egotea euskarazko prentsagatik ordaintzeko? Milaka herritarrek ordaintzen dute egunero egunkariren bat (*Berria*, *Hitza*), astero bi astekari (*Argia* batik bat) eta bestelako maiztasuna duten zenbait aldizkari (tokiko aldizkari eta egunkari batzuk izan ezik, gainontzekoak ordainekoak dira eta). Milaka irakurle horiek ohituta daude aspalditik ordaintzen, eta egunkari-erosle gehiago dago liburu-erosle baino; eskolan behartuta erosten dutenak kenduta.

2.3. Publizitatea

Diru-iturri nagusia da komunikabide handietan. Euskarazkoetan, asko aurreratu den arren, oraindik portzentaje ez-estandarra dauka diru-sarreraren artean. Publizitatea saldu ahal izateko, medioak ezaguna izan behar du, eta ezaguna izateko dirua inbertitu behar du sustapenean. Adibide bat. Duela gutxi Euskal Herriko egunkari ezagun batek Argentinan astebete pasatzera gonbidatu ditu, dena ordainduta, Euskal Herriko enpresa garrantzitsuetako komunikazio-arduradunak; komunikabide hori eta komunikazio-arduradunen arteko harremana estutzearren. Hori asko egiten da komunikabideen sustapenaren alorrean. Praktika hori ezinezkoa da euskarazko komunikabideen artean.

Publizitatea lortzeko beste bide bat, garrantzi handia daukana, audientzia-neurgailuak dira. Hegoaldean CIES, EGM, OJD... dira nagusiak. Horietan neurketak gazteleraren ikuspegitik egiten dira nagusiki, euskarazko komunikabideak kaltetuz. Ez da hedabideen kontsumoa aztertzen duten etxeen fidagarritasunaz hitz egiteko unea, baina argi dago gurea bezalako hizkuntzetako hedabideen kontsumoaren neurketa ez dutela behar bezala egiten, ez dutelako egoera diglosikoa kontuan hartzen; eta horri aurre egiteko, adibidez Katalunian neurketa propioa egiteko Barometroa sortzeari ekin diote. Barometroa prestatzen ari den taldeko zuzendari zientifikoa den Salvador Cardús i Ros jaunak honela zioen “El poder del Barometre” artikuluan: “I no és estrany que, en un estat gens respetuós de la diversitat cultural i lingüística que conté aquests instruments mai no s’hagin preocupat per representar adequadament la nostra realitat lingüística o comarcal. Per entendre’ns: l’EGM serveix per mostrar un cert tipus de realitat de l’espai comunicatiu espanyol, però també serveix per ocultar diversitats i particularitats que, en no ser mostrades, no existeixen ni per al mercat ni per al polític.”⁶

Eta publizitate-agentzia handiekin, espainiarrekin bereziki, hitz egiteko orduan hizkuntzaren egoera eta antzeko ñabardurak ez dituzte kontuan hartzen. Kultura katalanarentzat ez diren bezala, neurgailu horiek ez dira egokiak euskarazko komunikabideentzat, eta alternatiba zein izan litekeen pentsatu beharra dago.

Euskarazko komunikabideetan publizitatea jartzen duten enpresek onurak beharko lituzkete zergetan, beste hainbeste alorretan egiten den bezala.

Publizitatea lortzen laguntzeko orduan, herri-agintariek hartu beharko luketen aurreneko lana bere inguruko erakunde publiko eta parapublikoak mentalitate horretan jartzea da, alegia, publizitatea egiteko garaian derri gorrez har ditzatela kontuan euskarazko hedabideak; izan ere, asko baitira oraindik herri erakunde izan eta euskarazko komunikabideetan publizitaterik jartzen ez dutenak.

6 CARDÚS i ROS, Salvador; In *Comunicació21*, 16. zenbakia (2005eko uda), Bartzelona, 2005. 9. orrialdea.

Euskarazko komunikabideak, orokorrean, ikusezinak dira agentzia handientzat, eta baita hartzaile medioarentzat. Ez dira existitzen, beraz ezin dira kontsumitu. Ezagutzera eman eta prestigioa ematera zuzenduta egon beharko lukete kanpainak.

Euskarazko komunikabideetan publizitatea jartzen duten enpresek onurak beharko lituzkete zergetan, beste hainbeste alorretan egiten den bezala. Gorago aipatu bezala, konplexurik gabeko euskararen aldeko diskriminazio-politikak ezinbesteko dira aurrera egin nahi baldin bada.

2.4. Diru-laguntzak

Gorago ere aipatu dugun Torrealdairen artikulutik hartuko dugu pasarte bat, aldez aurretik gure erabateko adostasuna adieraziz:

“Gaur egun euskara idatziaren mundua sustatzeko administrazioaren modu nagusia subentzio gisako diru-laguntzen bidezkoa da. Bai komunikabideetan eta bai editorialgintzan. Laguntza-mota horren zehar-kaltetzat jo du Jorge Gimenezek “merkatuaren zikintzea”. Ez da zehar-kalte bakarra seguruenik, jauziak aurea egin ordez daukaguntxoarekin konformatu eta goxo egotean ere badu agian zerikusirik. “Biziraupena kolokan” jar daitekeela-eta, urduri jartzen garenez, hobe geldi, hobe isilik, eta eman daitezkeen urratsak eman gabe zoritxarrez. “Zero arriskua” bide da leloa.

Jorge Gimenezek ez dio hori baina urduritasunaren logikan ikusten dut nire konklusioa. Hauek dira Editoreen elkarteko lehendakariaren hitzak:

Esan beharra dago serio eta era profesionalean ari den euskal editorearentzat laguntza publikoa oraindik ere, tamalez, ezinbestekoa dela eta horri mugak jartzeko orduan denak jartzen gara urduri, biziraupena ere kolokan jarri daitekeelako zenbait kasutan.

Inoren biziraupena kolokan edo auzitan jarri gabe, badela ordua iruditzen zait subentzioetatik haratago inbertsioetara igarotzekoa. Subentzioak motz gelditzen dira kultur industriek behar dituzten

planteamenduetan. Diru-laguntzen sistema publikoak apustu berriak egitea eskertuko luke sektoreak, laguntza logika aldatzea, ez bakarrik zehar-kalteak ekiditeko, baizik eta batez ere euskal kulturaren apustu berriei erantzuteko. Produktua laguntzetik harago, enpresa eta proiektu anbiziotsuak lagundu behar dira, egiturak eta azpiegiturak indartu behar dira.”⁷

Euskarazko Komunikazio Taldean ere antzeko gogoeta behin baino gehiagotan egin da. 2006ko diru-laguntzen balantze publikoa egin zenean halaxe jaso zen: “Kulturatik aparteko sektoreei begiratzen badiegu, sektore estrategikoetan, instituzioek unean uneko egitasmoa laguntzeko diru-laguntzak baino politika ausart eta indartsuagoak abiatzen dituzte, betiere sektorea indartzea izaten delako helburu eta ez, soil-soilik, sor daitekeen diru galera arintzea. Eta kultur eremuko enpresekin ez al da antzeko bidea hartu behar? Gure ustez, ezinbestean, sektore indartsu batek bakarrik ekar dezakeelako egoera hobea euskal prentsara, laguntza politiko osoa birpentsatu beharra dago, biharko eguna baino zerbait gehiago nahi badugu behintzat.”⁸

Ikuspegi orokorretik eman behar dira diru-laguntzak. Produktua egin eta kaleratzeko, produktua sustatzeko, produktuan hobekuntzak egiteko, produktu berriak ateratzeko... eta enpresa eta azpiegitura sendoak sortzeko laguntza ere txertatu behar da horren barruan, kultur industria sendoa lortzeko; ikuspegi industrialarekin jokatu behar da, inbertsioak egin eta sektore lehiakorra eta indartsua sortzeko helburuz. Inbertsioetarako laguntzak, kreditu merkeak eta industrian ohikoak diren bideak kultura eta hedabideetara ere ekarri behar dira.

Ez dago arazorik, edo ez luke egon beharko, merkatuan lehiatu beharra eta administrazioaren laguntza (morrontza bihurtu gabe) kontzeptuak uztartzeko. Jardun ekonomiko eta industrialaren beste esparru askotan gertatzen

7 TORREALDAI, Joan Mari; “Euskal liburugintza 2005” in *Jakin*, 158. zenbakia, 2007ko urtarrila-otsaila, 19. orrialdea.

8 LARRARTE, Joanmari; “Inbertsio sendoak behar ditugu”, in *Berria*, 1059. zenbakia, 2007ko azaroaren 16a, 3. orrialdea.

da administrazioak diru-laguntzak ematea, eta inork ez du, horregatik, morrontzaz hitz egiten.

Diru-laguntzen gaia aztertzerakoan beti sortzen den kezka da noiz arte eman behar diren laguntzak edo betiko izan behar duten. Dударik gabe, edozein enpresaren nahia laguntzarik gabe jardutea da, baina euskarak eta euskarazko merkatuak urrats handiak egiten ez dituzten bitartean, laguntzen beharra agerikoa da. Diru-laguntzak jasotzeko epea mugatzeko, publikoa baino tresna hoberik ez dago. Produktu bat diruz laguntzeko orduan, produktuen tipologia zehaztu beharko da (edukia, publikoaren targeta, publizitate-espektatibak, bezero-espektatibak...), eta produktua bera baldin bada porrota (sortutako espektatibetatik oso urrun geratu bada) produktua kaleratu duen enpresak berak hartuko du produktua bertan behera uzteko erabakia. Azken urteotan, zoritxarrez, adibide bat baino gehiago da euskarazko prentsan.

2.5. Elkarlana sustatzea

Sektorea atomizatuta egotea oso berezkoa da hizkuntza minorizatueta. Horrela gertatzen da Galesen, Galizian.. Gure herrian eta besteetan ere gertatzen da; sektoreak, normala den bezala, indar gutxi dauka, nahiko lan dauka bizirauten. Kapital pribatu inbertsoreak ez du jardun horietan inbertitzen; beraz, oso zaila da aurrerapausoak ematea. Sektoreko eragileak horren ahulduta egonda, normalena litzateke elkarlana edota kontzentrazioa gertatzea. Baina, hau ere oso berezkoa dute kultura minorizatuak, beste faktore batzuk (pertsonek, historikoak, jelskeria...) nagusitzen dira. Zuzenena eta eraginkorra ere mistoa litzateke: beste hizkuntza handietan argitaratzen diren komunikabideekin lehiatu nahi dutenek indarrak metatzera jo beharko dute; eta berdin argialetxeen kasuan, zine eta telebista produktoren kasuetan...; eta beste produktu batzuk (poesia jakin bat, literatura mota jakin bat) kaleratu nahi dituztenek ez dute derrigorrezkoa izango biltzea. Bi ereduak ez dira kontrajarriak, osagarriak baizik. Bakoitzak bere funtzioa betetzen du, eta ona litzateke hainbat lan elkarrekin egitea.

Euskarazko produkzioaren zati handi bat oso enpresa txikien esku dago, eta askotan enpresa horiek, giza azpiegitura eta sendotasun finantziario ezagatik, arazo larriak dauzkate erdarazko handiekin lehiatzeko. Egoera hori

oso egunerokoa da hizkuntza minorizatuen artean eta ez da komunikabideen esparrukoa bakarrik. Ikusi besterik ez dago euskarazko telebisten esparruan zenbat produktora txiki dagoen.

Lana elkarrekin egiteko joera sustatu beharra dago, nahiz batzuetan, hainbat arrazoi historikorengatik, ezinezkoa ematen duen. Elkarlan hori egiturazkoa izan liteke eta denboran irauteko bokazioa eduki, edo une jakin batzuetan proiektu jakin batzuk garatzeko izan liteke.

Mundu mailako erraldoiak (Time + Warner + American On Line) elkarrengana biltzen ari badira, arrazoi gehiago pentsatzeko gure eskalan ere elkarlana mesederako izango dela.

Eta dena ez da enpresa-kontzentrazioa, besteak beste euskarazko prentsaren edo hedabideen elkarte indartsu bat sortu eta lanean hastea guttiz izango litzateke garrantzitsua sektorearen garapenerako, beste sektoreekin, entitate finantzieroekin, publizitatea erakartzerakoan eta abar indarrez agertzeko.

GALDETEGIARI ERANTZUNAK

- **Garenaren neurria kontuan hartuz, zein eratako hedabideak lehenetsi beharko liriateke? Zein ezaugarritakoak formatuari dagokionez (prentsa idatzia, irratia, telebista, Internet)? Zein ezaugarritakoak formatu bakoitzean hartzaileei dagokienez, enfokeari eta edukiei dagokienez?**

Gutxieneko eskaintza adostu beharra daukagu, eta hiru zirkulu kontzentriko zehaztu: barruko zirkuluan ezinbesteko direnak sartuko ditugu; bigarren zirkuluan, ezinbesteko izan gabe epe laburrean eduki beharko genituzkeenak; eta hirugarren zirkuluan, ezinbestekotasunik izan gabe, kanpoko ekimenez etorri eta interesgarriak eman dezaketenenak. Lehen eta bigarren zirkuluak lehenetsi behar dira.

- **Lehentasunekin jarraituz, ba al da adinaren edo beste faktoreren baten arabera lehenetsi beharreko kontsumitzaile-talderik?**

Oso adin desatenditua da euskaraz 15-25 urte bitartekoa. Bi astekari idatzizko daukate: *Xirika* eta *Matraka*. Internet da gazte horien erreferentzia nagusia ordea, eta hor, denbora-pasarako oso aukera gutxi daukate euskaraz. Horiek baino gazteagoak direnek ere gutxi daukate euskaraz Interneten, eta dagoenaren berri ez daukate askotan.

Bada beste herritar talde bat bereziki landu beharko litzatekeena: euskaraz ikasia ondo jakin baina euskarazko produktuak kontsumitzeko ohiturarik ez daukatenak. Utzikieriatatik, erdaraz dagoenarekin asetzen direlako, euskaraz ezer erakargarria topatzen ez dutelako, oso tarteka kontsumitzen duten zer edo zer... Horiek dira euskarazko produktuen “kontsumo-zirkuluetan” hurrengo kontsumitzaileen zirkulua osatzen dutenak, baina asko kostatzen da horiengana iristea. Lokalizatu egin behar dira, sailkatu eta haiekin era berezian lan egin.

- **Ezinbestez minoritarioak diren aldizkariak (aldizkari espezializatuak, eliteei zuzendurikoak) behar al dute arreta publikorik?**

Donostiako Kontxa eta Bilboko metroa defizitarioak diren bezala dira produktu “elitista” horiek defizitario. Egia esan euskarazko produktu gehienak dira defizitarioak, baina horiek, daukaten tipologiagatik, are defizitarioagoak dira. Baina bere burua kultutzat eduki nahi duen hizkuntza batek, eta herri batek, behar ditu horrelako produktuak: teknikoak, gogoetarakoak, proposamen berriak egiteko.

- **Zein da tokian tokiko prentsaren aukerarik egokiena epe erdira begira: egunkaria ala aldizkaria?**

Aukerarik egokiena, egin baldin badaiteke, egunkaria da. Egunkariak jartzen dituelako herritarrak euskaraz egunero irakurtzen, albisteak edozein egunetan gertatuta astekaria zaharkituta gera daitekeelako. Konpetentziak egunero egiten du, eta euskarazkoak, erreferentzia izan nahi badu, maiztasun berearekin jokatu behar duelako. *El Diario Vasco*-k egunkari bat argitaratzen du,

astekaria argitaratzeko aukera edukita. Eztabaida hau izan dugunean beti esan izan dugu: “Egunero egin behar da, eta ahal bada edizio bat goizean eta beste bat arratsaldean”, ezinezkoa zelakoan. Bada ez da ezinezkoa, ADN gaztelerazko doakoak, Bartzelonan behintzat, edizio bat egiten du goizean eta beste bat, goizeko albisteekin, arratsaldean. Gaztelerazkoek ez daukate dudarik komeni denez. Besterik da ahal den edo ez.

- **Zertarako (zein kontzeptutan, alegia) eman beharko lituzke laguntza, bultzada eta babesa administrazioak? Nola uztartu *merkatuan lehiatu beharra* (eta, beraz, lehiatzeko moduko produktua izatea eta lehiatzen jakitea) eta administrazioaren laguntza, laguntza *morrontza bihur* ez dadin? Diru-laguntzak jasotzeko denbora mugatu beharko al litzateke, esaterako ikusi arte kontsumitzaileek onarpena ematen dioten ala ez produktu bati?**

Ikuspegi orokorretik eman behar dira diru-laguntzak. Produktua egin eta kaleratzeko, produktua sustatzeko, produktuan hobekuntzak egiteko, produktu berriak ateratzeko... Ez dago arazorik, edo ez luke egon beharko, *merkatuan lehiatu beharra* eta administrazioaren laguntza (*morrontza bihurtu gabe*) kontzeptuak uztartzeko. Jardun ekonomiko eta industrialaren beste esparru askotan gertatzen da administrazioak diru-laguntzak ematea, eta inork ez du, horregatik, morrontzaz hitz egiten.

Diru-laguntzak jasotzeko epea mugatzeko publikoa baino tresna hoberik ez dago. Produktu bat diruz laguntzeko orduan produktuaren tipologia zehaztu beharko da (edukia, publikoaren targeta, publizitate-espektatibak, bezero-espektatibak...), eta produktua bera baldin bada porrota (sortutako espektatibetatik oso urrun geratu bada) produktua kaleratu duen enpresak berak hartuko du produktua bertan behera uzteko erabakia. Azken urteotan, zoritxarrez, adibide bat baino gehiago da euskarazko prentsan.

- **Zein da gure euskal merkatu txikian gutxieneko gisa onartuko genukeen irakurle kopurua prentsa idatziko (eguneroko nahiz aldizkari) produktu batek eta irrati nahiz telebista batek interes publikoari erantzuten diola esan ahal izateko?**

Arriskugarria da gutxieneko irakurle-kopuruaz hitz egitea, parametro neurgarriak ezartzen ez badira. Baina ona litzateke euskarazko produktuen batez besteko bezero kopurua argitzea. Hala ere, parametro neurgarriak eta konparagarriak adostu eta erabili behar dira. Hona hemen hainbat parametro:

Komunikabideen artean, idatzizkoa eta ikus-entzunezkoa den bereizi behar da. Ez dituelako hizkuntzaren ezagutza maila eta arreta bera eskatzen, adibide bat jartzeagatik, irrati batek (etxean entzun liteke beste zer edo zer egiten ari zaren bitartean, edo autoan) eta aldizkari batek (erabat horretan zentratzea eskatzen du).

Ordainezkoa edo doakoa den. Ordainezkoak ahalegin ekonomikoa eskatzen du urtearen bukaeran; doakoak ez. Zer audientzia edukiko luke ETB1ek, konparazio batera, ikusleek urtean 350 euro ordaindu beharko balute?

Komunikabide-tipologia. Komunikabidea norekin dagoen pentsatuta ere kontuan hartu behar da, bezeroen onarpena neurtzeko orduan. Ezin zaio audientzia bera eskatu kontsumo arrunteko egunkari bati edo gogoeta kultureko aldizkari bati.

Gure neurriko hizkuntza minorizatueta kontsumoekin konparatu.

Neurtu zenbat gastatzen duten herri erakundeek komunikabide bakoitzaren hartzailerekin. Alegia, zenbat diru gastatzen du Eusko Jaurlaritzak Euskadi Irratiaren entzule bakoitzeko, eta zenbat *Argia*-ren irakurle bakoitzeko.

- **Internet arreta berezia eta lehentasuna zor zaizkion medioa al da? Gure artean gazteak eta euskaraz eskolatuak izanik Interneten kontsumitzailerik gehienak, gazteei bereziki zuzenduriko eskaintzaren bat bultzatu beharko ote litzateke Interneten? Zein eratakoa?: messenger euskaraz, webgune ludiko interaktiboak, informaziorako webguneak, bestelakoak.**

Ez du ematen etorkizun hurbilean aldaketa handia izango denik, eta azken urteotako joerari jarraituz Internet izango da belaunaldi berrientzako komunikazio-tresna nagusietako bat. Gazteak ez datoz paperzaleak, ezta informaziozaleak ere. Joera oso gertutik jarraitzea komeni da, ikusteko aldaketa zenbaterainokoa den eta zein abiaduran ematen ari den. Gazteek

bi arretagune dauzkate Interneten, komunikazioa (messenger, txatak...) eta edukiak (webgune berezituak). Edukien alorrean daukagu euskaldunok defizit handia, eta hor eman behar da pauso handia.

- **Merkatuan lehiatzeak autofinantzaketa berarekin darama, eta autofinantzaketak publikoaren onarpena eskatzen du nahitaez. Onarpen horrekin batera doa, ordea, publizitatea ere. Publizitatea lortzen laguntze aldera herri-aginteez neurri berezirik hartu beharko ote lukete? Euskararen balioa eta prestigioa aireratzera zuzenduriko ekin-tzez gain, arlo fiskalean, adibidez, zerga-onurak eskainiz publizitatea sartzan duten entitateei.**

Publizitatea lortzen laguntzeko orduan herri-agintariak hartu beharko luketen aurreneko lana beren inguruko erakunde publiko eta parapublikoak mentalitate horretan jartzea da; izan ere, asko baitira oraindik herri-agintari izan eta euskarazko komunikabideetan publizitaterik jartzen ez dutenak.

Euskarazko komunikabideak, orokorrean, ikusezinak dira agentzia handientzat, eta baita hartzaile medioarentzat ere. Ez dira existitzen, beraz ezin dira kontsumitu. Ezagutzera eman eta prestigioa ematera zuzenduta egon beharko lukete kanpainak.

Euskarazko komunikabideetan publizitatea jartzen duten enpresek onurak beharko lituzkete zergetan, beste hainbeste alorretan egiten den bezala.

- **Egin al daiteke euskarazko hedabideen mapa ideala-edo izango litzatekeena? Zein litzateke mapa hori txostengile bakoitzaren iritzian? Beti ere, jakina, euskal hiztunok *garenaren* –eta *kasurik one-nean izan gintezkeenaren*– neurria kontuan hartuta.**

Mapa idealak *garenaren neurria* eduki behar du kontutan, baina baita *izan nahi dugunaren neurria* ere. Bistan da daukaguna oso gutxi dela, eta merkataua sortzeko ahalegin handia eginda bakarrik lortuko dugula beste komunikabideetarako lekua egitea. Mapa idealak ondoko osagaiak eduki beharko lituzke kontutan:

- **Argitaletxe, editore eta idazle sare zabala daukagu euskaraz, oso zabala. Euskaraz irakurtzeko joera asko ugalduta da azken 20 urteotan. Euskaldunaren irakurzaletasuna piztu eta liburuaren truke diru bat ordaintzeko prest egotea lortu bada, zergatik ez da lortu gauza bera prentsarekin? Zergatik baloratzen da euskarazko eleberrigintza, baina ez prentsa, ez behintzat neurri berean?**

Asko ugalduta al da euskaraz irakurtzeko joera, galderak dioen bezala, azken 20 urteotan? Editoreek diotenez asko kostatzen ari zaie literaturazko liburuak saltzea, eta tiradak txikiagoak dira, orokorrean, duela urte batzuk baino. Original-kopurua igo da, baina tiradak jaitsi, eta negozioa ez doa ondo. Nork esan du, galderak dioen bezala, ez dela lortu euskaldunak prest egotea euskarazko prentsagatik ordaintzeko. Milaka herritarrek ordaintzen dute egunero egunkariaren bat (*Berria*, *Hitza*, *Hernaniko kronika*) eta astero bi astekari (*Argia* batik bat). Milaka irakurle horiek ohituta daude aspalditik ordaintzen, eta egunkari-erosle gehiago dago liburu-erosle baino; eskolan behartuta erosten dutenak kenduta. Eleberrigintza kazetaritza baino gehiago baloratzeak ez luke harrigarria izan beharko, hori gertatzea delako normalena. Dena dela, balorazioak egiteko orduan, produktuaren tipologiak markatzen du balorazioa. Gure inguruko kulturetan, logikoa den bezala, baloratuago dago eleberrigintza eguneroko prentsa baino, eleberria produktu pertsonal, landutzat eta jasotzat hartzen delako, lantzen eta egosten denbora asko behar duena; eta egunkari bat, berriz, produktu ezlandutzat eta egunerokotzat hartzen delako, egunero sortu eta hil egiten dena. Ofizioko esaldiak dioen bezala: “Zure gaurko scoopak gehienez bihar ogitartekoa biltzeko balioko du”. Hori gurean eta mundu guztian gertatzen da. Oso txarra izan behar du herri baten eleberrigintzak bertako kazetaritza baino okerrago baloratuta egoteko.

- **Prentsa idatziko produktua, edukiari dagokionez, ez ote da astunegi, gai sozialpolitiko serioekin eta jarrera politiko ildo (ia)bakarrekin identifikatua? Ez ote litzateke oro har produktu arinagoen aldeko apustua egin behar?**

Orain arte gure inguruan ezagutu dugun prentsa beti izan da *astuna*. Eta prentsa arina egiteko saioak egin direnean (Espainian aspaldi saiatu zen ABCren argitaratzailea horrelako zer edo zer egiten, eta beste batzuk ere saiatu ziren BCNn) porrot egin du. Doakoak iritsi baino lehenago, bi prentsa eredu zeuden: britainiar eskandalosoak eta britainiar jasoak. Gure ingurukoak, ñabardurak ñabardura, beti izan du jasorako joera. Ez behintzat eskandalosoaren jokabidea. Zer da “jarrera politiko ildo (ia) bakarrekoeekin identifikatuta” egotea? Nondik atera da ondorio hori? Azterketaren bat egin da? Zein mantxeta dauzka gogoan galdera egin duenak? Ba al dauka galderagileak pluraltasunaren neurgailurik? Eginda al dauka neurgailu horren araberrako sailkapenik? Zergatik itxi zuen Vocento taldeak *Zabalik* aldizkaria? Argitalpenaren lerro editoriala oso ideologizatuta zegoelako? Zergatik itxi zuen Topaguneak *Astero* aldizkaria? Argitalpenaren lerro editoriala oso ideologizatuta zegoelako? Edo euskarazko merkaturaren sekulako hotza egiten duelako mantxeta batzuetatik kanpo? Zergatik ez du orain arte kapital pribatu euskaldunak inbertitu euskarazko prentsan? Edo produktu *arinagoetan*? Irakurle-mota bat erakartzeko produktu *arinak* ere kaleratu beharko dira. Hala ere, zer produktu arinez ari garen argitu beharko litzateke, kirol-argitalpenez? bihotzeko prentszaz? nerabeentzako prentszaz?

- **Zergatik ez dio irakurle euskaldunak erdarazko prentsari ematen balio bera ematen euskarazkoari, eta jarrerarik naturalena iruditzen zaio euskaraz irakurtzen duguna debaldekoa izan behar duela eta, aldiz, erdarazkoa ordaindua?**

Irakurle euskaldunak ez dio erdarazkoari adina balio ematen oso arrazoi ulergarriengatik. Egoera diglosikoan gaude, hizkuntza handi bi daude (frantsesa eta espainiera) ia herritar guztiok ezagutzen ditugunak eta gure gizartean nagusi direnak. Hizkuntza horietan produzitzen den guztia, edo ia guztia (egunkariak, irratiak, telebistak, aldizkariak, literatura, zinea, antzerkia, diskoak...) gehiago kontsumitzen da euskaraz egiten dena baino, baita euskaldunen artean ere. Beste horrenbeste gertatzen da Herrialde Katalanetan, Galizian, Irlandan... Ez da balio kontua, egoera soziolinguistikoaren ondorio da. Jarrera naturalena ez da euskaraz kontsumitzen dena doakoa izan behar

duela. Euskaraz kontsumitzen ez duen euskaldunak ez du diruagatik egiten; jokabide jakin bat daukalako baino.

- **Euskarazko prentsa indartsuaren aldeko apustua egiterakoan bat datoz eragile guztiak, nahiz pribatuak hala publikoak. Egunkari eta astekariei garrantzi handiena ematen eta, bitartean, telebista, irrati eta Interneti bigarren mailako garrantzia aitortzen jarraitu behar al dugu? Ikus-entzunezkoei arreta handiagoa eskaintzeko ordua ote?**

Ez da zuzena esatea telebista eta irrati bigarren mailan daudenik laguntzak jasotzeko orduan. EITB (Euskadi Irratia, ETB...) lehen mailan daude eta bigarren mailan dauden komunikabideak oso urruti daude lehen mailan daudenengandik. EITB publiko izateak ez du esan nahi bere emaitzak sektorearen emaitzekin alderatu behar ez direnik. Auzia ez da zeini eskaini arreta handiagoa, oso oinarrizko eskaintzan gaudelako.

- **Sektore atomizatua da euskarazko prentsarena: eragile asko eta baldintza ekonomiko eskasak. Nola metatu indarrak, monopolioetan erori gabe eta anizkoiztasuna bermatuz? Birmoldaketa behar duen sektorea al da euskarazko hedabideena? Eragile gutxiago baina indartsuagoak, lanpostu gutxiago baina baldintza hobeetakoak, irakurleen gogoaren araberako produktuak, monopolio arriskuak ekiditen dituen jardunbidea... puntu horiek eta beste zenbaitek (esan zeintzuk) osaturiko hezurduraren araberako gogoeta estrategikoari ekin beharko ote litzaioke?**

Sektorea atomizatuta egotea oso berezkoa da hizkuntza minorizatueta. Horrela gertatzen da Galesen, Galizian...Gure herrian eta besteetan ere gertatzen da; sektoreak, normala den bezala, indar gutxi dauka, nahiko lan dauka bizirauten. Kapital pribatu inbertsoreak ez du jardun horietan inbertitzen, beraz, oso zaila da aurrerapausoak ematea. Sektoreko eragileak horren ahulduta egonda, normalena litzateke elkarlana edota kontzentrazioa gertatzea. Baina, hau ere oso berezkoa dute kultura minorizatuek, beste faktore batzuk (pertsonalak, historikoak, jeloskeria...) nagusitzen dira. Zuzenena eta eraginkorrena eredu mistoa litzateke: beste hizkuntza handietan argitaratzen

diren komunikabideekin lehiatu nahi dutenek indarrak metatzera jo beharko dute; eta beste produktu batzuk (poesia jakin bat, literatura mota jakin bat) kaleratu nahi dituztenek ez dute derrigorrezkoa izango biltzea. Bi ereduak ez dira kontrajarriak, osagarriak baizik. Bakoitzak bere funtzioa betetzen du, eta ona litzateke hainbat lan elkarrekin egitea.

- **Erdara nagusi duten hedabideetan euskarari sarbidea emateko zein bide urratu beharko litzateke?**

Bi erataria jardun liteke erdara nagusi duten komunikabideetan:

1. Pribatuan. Administrazioako arduradun gorenak komunikabide horien jabeekin hitz egin beharko lukete eta konbentzitzen saiatu komunikabide horiek ezin dutela segitu euskarari lekurik eskaini gabe, eta leku barregarria eskaintzen. Eta jokabide-aldaketaren kostuak (gehigarriak eta orrialde batzuk euskaraz argitaratzearen ondorioz) ezin duela joan administrazioaren bizkar; ez behintzat urte bukaeran irabazi opa-roak erakusten dituzten komunikabideen kasuan. Administrazioako arduradun gorenak (lehendakariak eta ahaldun nagusia, esate baterako) ahalegin hori egin beharko lukete hizkuntzen elkarbizitzaren izenean. Ez da erraza izango, baina bigarren aukerara pasatu aurretik lehenengo hau egin beharra dago.

2. Lehen aukerak huts egiten duen kasuetan, bide legislatiboa eta normatiboa hartu beharra dago. Administrazio publikoek ez dute publizitaterik jarriko euskarari tratu duina ematen ez dioten komunikabideetan; ez diete diru-laguntzarik emango ezta bestelako alorretan ere (berrikuntza teknologikoak, proiektu berrien finantzaketa...).

Gaur egiten ari garena da ezin dena egin: sekulako irabaziak dituzten erdarazko komunikabideei, urteetan euskararen alde ezer edo ia ezer egin ez duten komunikabideei, diru-laguntza eskaini euskara bere orrialdeetan sartzearen truke. Besterik da diru-galera daukaten erdarazko komunikabideen kasua.

JON UNANUE

Atarikoa

Aiurri aldizkariak (Beterri-Aiztondoko hamaboskaria eta Beterri-Buruntzako astekaria), *Beterriko Liburua* literatur aldizkaria, *Lekukotzak* bilduma, *Saiakera* bilduma eta beste argitalpen batzuk argitaratzeko jardunak emandako eskarmentua eta ezaupidea baliaturik, Eusko Jaurlaritzako Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzatik euskarazko hedabideei buruz eskaturiko txostena osatzen ahaleginduko gara.

Lehenengoz eta behin, ahalik eta zehatzen jokatu nahi dudanez, esan dezadan Sailburuordetzatik lagungarri bidali zaidan aztergai-zerrenda edo galdetegia irakurrita, burura datorkidan oldozpena zera dela: galdetegiak azaltzen dituen gaiek eta galderek zabaltzen duten arrastoak oso erraz eraman nazakeela nik neure kabuz azalduko nituzkeen ondorio edo iritzietara. Beraz, laburrena eta zehatzena galdetegi horretako galderei erantzutea izango da.

Nolanahi ere, aurretik, nire txosten honetako hainbat jarrera eta iritzi zuri ditzakeen datua eskaini nahi diot Jaurlaritzari, Sailburuordetzak ezagutu ezagutzen duen arren 2006ko maiatzean osatu zuen *Euskarazko hedabideak* izenburuko txostenean jasotzen ez dena –ziurrenik *Aiurri* izen bereko bi argitalpenekin dugun jokabide ezberdinak datu hori guztiz nahasgarri bihur zezakeelako–, baina kalitatearekiko gure konpromisoa gure jardunaren hasiera-hasieratik azaldu duena: *Aiurri* Beterri-Aiztondoko hamaboskaria 1997. urteaz geroztik harpidetza ordaindu bidez eskuratzen den hedabidea da; 25 euroko urteko harpidetza ordaintzen dute 1.800 harpidedunek. *Aiurri*, Beterri-Buruntzako astekaria, berriz, oraingoz doan banatzen dugu, 4.000 aleko argitaraldian, harpidetza berriak erakartzeko eta Urrietara hedabidea zabaltzeko

estrategia gisa. Txosten honen xedea ez da, ordea, horri buruz hitz egitea. Baina argi eta garbi adierazi nahi dut irakurlearengandik dugun benetako eskakizuna eta leialtasuna neurtzeko ezinbesteko bitarteko dela guretzat argitalpena ordaindu beharra, kopuru batean ala bestean, irakurlearengandiko gutxieneko atxikipen bat bermatzearren.

Hori esan ondoren, jarraian Sailburuordetzak aurrean jarri dizkidan gai edo galderei helduko diet, emandako hurrenkeran:

Lurraldea eta eskualdea

Eremu orokorreko egunkariei dagokienez hutsune ikaragarria sumatzen dut lurralde mailako edizioetan, ez baitago gisa horretako egunerokorik. Nire iritziz, eta gutxietsi gabe Euskal Herri mailan edo, nahiago bada, *maila nazionalen*, BERRIAK duen eginkizuna –hala informazioari berari nola euskararen erabileraren zabalkundeari dagokienez–, EKT-ren estrategia BERRIA eta HITZAREKIKO (bata bestearen osagarri gisa sortuz) guztiz okerrekoa izan da, ia bere osotasunean, eta ez die erantzun irakurle euskaldunen interes informatiboiei. Lurralde Historiko mailako –edo gisa horretako eremurik har lezakeen– egunerokoa behar genuen euskaraz, eta, ildo horretatik, BERRIAK –edo zena zelakoak– lurraldekako edizioak behar zituen prestatu, herri eta eskualde askotan lanean ziharduten eragileen lankidetzaz, eta ez eskualdekako edizio berariazko horien abentura garestian murgildu.

Beraz, une honetan euskara hutsez dugun egunkari bakarraren bilakaerarik egokiena, nire iritziz, lurraldekako edizioak jasoko lituzkeen egunkaria-rena litzateke, ekonomikoki bideragarriagoa esku hartu duten eragileentzat –bereziki herri-erakundeentzat–, eta BERRIAren zati gisa argitaratzeaz gain berariaz bana litekeena. Logikoago neritzon urrats hori emateari eman zutenari baino. Zergatik jo zuen harturiko bidetik? Agian zailago zukeelako negoziatzea jada diruz lagunduta zegoen egunkaria zabaltzeko dirulaguntza? Hedabide berriak sortuz dirulaguntza-deialdietara errazago aurkez zitekeelako? Nire iritziz herri-erakundeekin urrats hori zen lotu beharrekoa, lotu beharrekoa litzatekeen modura astelehenetako egunkaria egin ahal izatea, baina, jakina, bi aldeetako adostasun esparru batean. Nolanahi ere, BERRIAKOENA alde batera utzita, hori da euskarazko egunkarian sumatzen dudana hutsunea, nire

iritziz handia: lurralde mailako –Gipuzkoa, Bizkaia, Araba, Nafarroa, Iparralde– edizioena.

Tokiko prentsari dagokionez, betidanik izan dut oso garbi –eta horren lekuko dira *Aiurri* aldizkariak, Larramendi Bazkuna bera ez aipatzeagatik– udalerrri/ eskualde binomioa ez dagoela kontrajarrita, ez diotela elkarri kalterik egiten, onura eta sinergia baizik, eta eskualdeko edukiak landu beharrak ez duela galarazten, inolaz ere, herri jakin bateko edukiak behar bezala landu eta albiste egitea. Tokian tokiko prentsaren etorkizuneko erronkei erantzuna emateko (bideragarritasun ekonomikoa, giza-baliabideen prestakuntza egokia, edukien kalitatea...) eskualde mailako *eragileak* antolatu behar dira 50.000 biztanletik beherako herriei dagokienez. Hots, tokian tokiko euskarazko informazio-argitalpen batek gutxienez 50.000 biztanleko (biztanle, euskaldun zein erdaldun) eremu geografikoa estali beharko luke; maiztasunez, astekaria beharko luke izan (edo, aldeko hainbat baldintza aintzakotzat hartuz gero, astean bikoia); eta aldizkari formatukoa, formatu horrek irauten baitu gehien eta bera baita irakurleen aldetik estimatuena. Batez beste, nire iritziz, ezaugarri horietako argitalpen batek erantzungo lieke egokien 3. eta 4. gune soziolinguistikoetako herrien behar eta ahalbideei. Laburbilduz, ezaugarri egoki horiek ondokoak lirateke:

- Eremua: eskualde historikoa edo funtzionala (50.000 biztanletik beherakoa).
- Maiztasuna: astekaria (oso irakurzaletasun-baldintza onetan, astean bikoia).
- Orri-kopurua: gutxienez 24 orrialde + azalak.
- Harpidetza: ordaindua (autofinantzaketa maila gutxienez %55ean finkatuko duena).
- Bideragarritasun-epea: 10 urtekoa.
- Dirulaguntza publikoak: egitarau hitzartu bermedun bidezkoa.

Euskarazko irratigintzari dagokionez –eta huts-hutsik euskarazkoari eta ez “elebidunari”–, Gipuzkoako ikuspegitik honakoan labur liteke, oraingoz, nire iritzia:

Euskadi Irratiaren programazioko edukietan kalitate arazo handi samarra dugunez, herri-erakundeek eta irratigintzako eragile pribatuek ahalegina egin beharko lukete, egunkariari edo tokiko prentsari zegokienez esan dudan ildo berean, lurralde edo eskualdeko irratia gauzatzeko, ahalik eta eremurik zabalenean; kudeaketan bitariko partaidetza izan lezakete (publikoa eta pribatua), eta tokiko prentsaren bideragarritasun irizpideetara bildu beharrekoak dira. Euskarazko irratigintzan kalitatea lehenetsi beharra dago, bai *Euskadi Irratia* kate publikoan bai sor litezkeen euskara hutsezko besteetan ere, eta haien arteko lehiak on egingo liguke horretan. Iparraldeko hiru irratiek hasita duten lankidetzatza edo elkarkidetzatza bide horrek erakuts diezaguke nola landu euskarazko irratia ertain horien ereduak, nahiz Iparraldea sarri guretzat beste mundu bat den.

Telebista digitalaren arora iritsi gara, euskarazko telebista orokor batekin (ETB1) eta euskarazko hainbat tokiko telebistarekin. Ez dut uste txostena ETB-ren gaineko iritzia azaltzeko eskatu zaidanik, baina, bide batez, esan dezadan euskara hutsezko kate orokor bakar horrek arazo larriak dituela programatzen dituen edukien kalitateari dagokionez, salbuespen oso duin gutxi batzuk kenduta. Aro digitalaren abagune berri honetan Erkidego Autonomoan banatuko diren eskualdekako lizentzien merkatu berriak mesede egin ziezaiokeen horri; baina, nire iritziz, euskarazko telebisten benetako erronka, teknologikoa ez, baizik eta berezko programen ekoizpena denez, zaila dirudi erkidego osoan hamahiru barruti ezarri (eta, beraz, gutxienez euskara hutsezko hamahiru telebista sortzeko aukera izanda) baina sarean lan egin eta ekoizteko aukera murriztuarekin, zaila dirudi –diot– euskarazko ekoizpen ahalmentsua tokiko ikuspegiz burutu ahal izango duen telebistarik gauzatzea; eta, hain zuzen ere, horixe da gurean behar duguna.

Telebistaren gisako hedabide batek bideragarria gertatzeko ahalik eta ikuslego-masarik handiena eta bateratuena behar duenez, barrutiak antolatzeko garaian nire iritziz balizko telebisten enfokeari begira eskualde/lurralde historiko bikoiztasuna erkatu beharko litzateke, eta aukera eman lurralde historiko bakoitzean bizpahiru telebistek ahalmena eta indarra har dezaten, ekoizpen mailan merkatu lehiakorragoa osatzeko. Telebistan, irratian eta prentsa idatzian bezala, tokian tokiko edukiek –herri edo eskualde jakin batekoak,

esate baterako— oso lotura egokia dute lurralde historikoaren mailako edukiekin. Horrek, gainera, lagundu egingo luke orain artean dinamika egokia izan duen hainbat egitasmoren —Debagoienekoa, adibidez— garapen egokia burutzen. Euskara hutsezko egitasmoei dagokienez, irekita utzi beharko litzateke barruti zabalagoetan egituratu eta lan egiteko aukera.

Zer lehenetsi?

Adin-taldeei dagokienez, lehenetsuzko politika egin behar da 14-18 eta 18-30 urte bitarteko taldeak oso aintzakotzat hartuko dituen hedabide eskaintzan, masa kritiko horiek protagonista dituzten edukiak landuz. Baina hizkuntzaren erabilerako paradigmatik eta ereduak kate harremana dute, eta adin-talde bakoitza katebegia da. Esan nahi dudana da ez direla gutxietsi behar, lehenetsunak finkatzearen, adin-talde helduak —baita helduenak ere—, guztiek betetzen baitute bere paradigmatatean. Baina erabilera finkatzen *hasteko* garaia nerabezaroa izan liteke, eta 18-30 urte bitartekoa kritikoa baita, horiei eskaini behar zaie lehenetsuna.

Antzeko gauzarik esan liteke kontsumitzaile-taldeei dagokienez, alorraren edo gaiaren ikuspegitik: lehenetsun-premiak badira prentsa espezializatuan; eta kazetaritza espezializatuak, herri-erakunde eta eragile pribatuen elkarlanetik, irrati, telebista eta prentsa idatzian landu beharreko gaien esparrua zehaztu beharko luke, irizpide jakin bakar baten araberrako edukiak eta programak bultzatzeko hedabide horietan. Batek pentsa lezake kirola, esate baterako, ongi landuta dagoela telebista eta irrati-tan, baita prentsa idatzian ere. Ni ez naiz iritzi horretakoa.

Baina, oraingo honetan behintzat, argi eta garbi esan nahi nuke prentsa idatziaren arloan hutsune handia sumatzen dudala, ez dugulako kirolari buruzko astekari monografiko bat, Euskal Herri mailakoa baina herrialde eta eskualdeko edizioak aurreikusiko dituen (*Marca* edo *Mundo Deportivo*-ren gisako zer bait). HERRIKO kooperatibaren bileretara eraman izan dugu Larremendi Bazkunekoek horri buruzko proposamenik, hiru urtez herri-erakundeekin hitzarmen bidez gotortu eta astero-astero kalean jartzekoa, baina kooperatibakideen interes aniztasuna dela-eta ez da adostasunik egon horrekin

aurrera egiteko. Guztiz bideragarria deritzot hiru urtez gotortuz gero *Noe* bideragarritasun-egitarau baten bidez.

Beste hutsunea gizarte gaietako eduki eta informazioei buruzkoa da, Euskal Herriko irismen mailan eman beharrekoa. Gizarte gaiak diodanean, euskal gizarteko pertsonaiak, bizipenak, eskarmentuak eta beste hainbat gauza modu arinagoan edo berez dagokion ikuspegiz beste ezagutzeko eta partekatzekeo hedabide bati buruz ari naiz. Inork galdetuko du: prentsa arrosaz ari al zara? Edukiei dagokienez zehazki ez; bai, ordea, horren hainbat informazio eremuri dagokionez. Euskal Herri mailako irismena beharko luke izan, zeharkakotasunez landua eta zazpi herrialdeetako gizarte bizitzaren berri elkartrukatzen eragin handia izan lezakeena.

Taxidermiazaleak

Aldizkari espezializatuek behar dute arretarik, jakina, herri-erakundeen aldetik; dagokien neurriko arreta, ordea. Ez da gauza bera literaturzaletasuna sustatzea xede duen aldizkari bat laguntzea edo zientzien ezagutza zabaltzeko *Elhuyar* aldizkariak behar duen herri-erakundeen babes-neurria, edo Euskal Herriko Taxidermiazaleen euskara hutsezko aldizkaria bizitzen laguntzea. *Herri Onura Orokorreko* irizpidea da aplikatu beharreko lehenengoa, hots, zer den onura orokorrekoa, bata bestearengandik bereizteko eta baztertzekeo garaian. Literaturzaletasuna edo irakurzaletasuna suspertzea herri onura orokorrekoa al da? Eta zientzien ezaupidea zabaltzea? Taxidermia herri-onura orokorrekoa al da? Eta armagintzari buruzko aldizkariak? Motorraren munduari buruzkoak? Medikuntzako berariazkoak? Lehenengo irizpide horren arabera, gutxieneko autofinantzaketa zein izan behar den ezarri beharko litzateke –beste hainbat irizpiderekin batera: edukien kalitatea, hizkuntza-erabilera, argitalpenaren hobekuntza-egitaraua...– Horrela, bada, eta orain dirulaguntza zehatza arreta publikoaren ardatz nagusitzat harturik –agian arretak beste gisa batekoa izan behar baitu–, literatur aldizkariak autofinantzaketa %5 edo %10ekoa baino ez luke behar izan, %60koa medikuntzari zuzendutakoak, eta taxidermiari buruzkoak, berriz, %90ekoa.

Tokikoari hobe astean behin

Tokian tokiko aukerarik egokiena, une honetan, astekaria da, oro har, eta zabalakunde eta kontsumo handiko hedabideei dagokienez –autofinantzaketa %70etik gorakoa–, astean biko. Nire ustez tokian tokiko egunkariak ez dio erantzuten egungo euskarazko irakurlearen tipologiari eta eskakizunari –ezta erdaretakoei ere–, inor gutxi baita gaur tokian tokiko egunkaria *egunero* irakurtzeko –azaletik bada ere– modua duenik. Asteko ikuspegiak edukia txukunago lantzeko eta antolatzeko aukera eskaintzen du, baliabideak askoz modu egokiagoan erabiltzekoa, askoz merkeagoa da, erakargarriagoa astekari mardultxo bat, egunkari iharra baino, eta, garrantzitsuena, asteburuan zehar –edo astean zehar– irakurleak bere denbora ekonomizatu eta bakar horri bere lekua bilatzen dio mota orotako beste hamaika eskaintzaren artean. Nire aburuz, egun dugun irakurle-tipologiarekin, tokiko prentsari dagokionez, hobe erantzuten dio kalitate parametroetan landutako astekari batek, nahi eta ezineko ahaleginetan egindako egunkariak baino.

Atzerago esan dudan bezala, tokiko informazioaren *egunerokotasunak* bere lekua hartu beharko luke egunkari orokorrean; hor zilegi litzateke tokian tokikoari egunero leku bat bilatzea.

Irabazi arte!

Argitalpenak balizko merkatua irabazi bitarteko laguntza eman beharko luke administrazioak (hala irakurleagoaren merkatua nola publizitatearena ere). Jakina, merkatuak ez ditu ezaugarri berdinak eskualde guztietan; herri batetik bestera izugarri aldatzen dela esan liteke: ez da gauza bera Urola bailaran argitara emandako argitalpena, edo Beterri-Bidasoan, edo Gasteizerrikoa, bai egoera soziolinguistikoki eta faktore diglosikoei dagokienez bai eremuko beste faktore geoekonomiko batzuei dagokienez ere. Baina garbi dago, batean zein bestean izan, merkatu horien ezaugarriak finka litezkeela. Beraz, dirulaguntzek mailakatzea izan lezakete, baita mugaeguna ere, argitalpenek bideragarri egingo dituen merkatua irabazi bitarteraino.

Horretarako gutzirako, dirulaguntzak egitarau baten barruan emana izan beharko luke; argitalpen edo hedabide bakoitzak berariazko egitaraua

beharko luke izan, berariaz prestaturikoa, berariaz kudeaturikoa, *Noe* edo *Troia* izenekoa, nahi baldin bada. Egitarau berariazko horren lehenengo helburua argitara eman nahi den edo argitaratzen ari den argitalpenaren abiapuntua zehaztea litzateke: informazioaren eta gizartegintzaren ikuspegitik hedabide horrek onurarik ba ote lekarkeen eta, hala balitz, hots, edozein hedabidek sortzekoa eta bere-berezkoa behar duen lehen xedea beteko ote lukeen, zein egoera soziolinguistikotan eta zein merkatu geo-ekonomikotan egin nahi den bideragarri. Alderdi horiek zehazturik, egitaraua finkatu beharko litzateke: zein autofinantzaketa urrats edo maila bete beharko litzatekeen hedabideak (esate baterako, lehenengo hiru urteetan %15a; hurrengo hiruretan, %30a; hamargarren urterako %55a, etab.), zein izango litzatekeen dirulaguntza egitarauaren amaiera (15 urte, esate baterako, edo baldintzarik onenetako eskualdeetan 8 urte, etab.), zein aldaki hartuko liratekeen kontuan mailaketa horiek edo amaiera-muga aldatzeko, zein izango liratekeen zuzeneko dirulaguntzaz gain Jaurlaritzak eskainiko lizkiokeen beste laguntzak, beti ere egitarau horretako helburu nagusia betetzearren (hots, autofinantzaketa eta bideragarritasuna kalitate parametroetan...): inbertsio-egitaraua, profesionalen trebakuntza iraunkorra, merkatu berriak arakatzeko euskarriak...

Beraz, egitarau horrek, zuzeneko dirulaguntzez gain beste gisa bateko zeharkako neurriekin, ahalbidea emango lioke hedabideari bere helmugara iristeko epe jakin batean; lehentasunezko baldintzatan, merkatuko arrisku gordinen aurrean neurri babesgarri hainbatekin, herri-erakundeen laguntzarekin..., baina epe jakin batez.

Baita argitalpen beraren garapen-aldi ezberdinak antolatzen direnerako ere. Demagun, Aiurri astekariak noizbait irabazi duela bere merkatua (irakurlegoa + publizitatea), bideragarri izateko oraindik tokiko erakunderen baten dirulaguntza behar duen arren, baina hasierako dirulaguntza sortak (Jaurlaritza + Aldundia + Udalak) gainfinantzaketa dakarkiolarik. Egoera horren aurrean –eta baita egoera oraindik dirulaguntza guztien behar gorria balitz–, astekariak gain astelehenetakoa argitaratzea edo astean bikoia argitaratzea proposatzen du, bere hedabidearen garapen gisa. Urrats berri hori ez litzateke jaso beharko Aiurri astekariaren lehenengo bideragarritasun egitarauan, beste batean baizik, eta lehenik eta behin garapen-urrats hori zuritu beharko luke.

Hedabide espezializatuei nagokiolarik (literatura, kirola, gizartea...), horien lan-eremua eta irismena orokorra litzatekeen heinean bideragarritasun-egitarauak guztiz gotortua izan beharko luke hasierako urratsetan; hots, aurreikusi beharko litzateke autofinantzaketa maila, hedabideak bere bezeria lortu eta gizarteratu bitartean, %0 izan litekeela. Nolanahi ere, gotorraldiak ez luke luzea izan behar, hiru bat urtekoa agian, egiaztatu bitartean bezeria hori, merkatu hori, ematen ote den eta zein joera eta jokabide hartzen duen.

Finean, egitarau guztien izaera mugatuak –urte-kopurua askotan luzea izan arren– eta horien autofinantzaketa mailaren aniztasunak ahalbidetuko lukete hedabide espezializatuen egitarauak gotortu ahal izatea. Baina, lehenago edo geroago, hedabide guztiek bere burua guztiz edo neurri batean ordaintzearen irizpidera makurtu behar dira, eta egiaztatzerako badutela *nahikoa* masa kritiko eta bezeria ekonomikoki interesaturik –irakurle, entzule, ikusle–, hots, hedabide horren zerbitzuagatik ordaintzen duenik. Eta “nahikoa”-k ez du esan nahi, ezinbestez, hedabidea autofinantzatzeko nahikoa izan behar duenik, ikuspegi soziolinguistikotik *bezeria kualitatibo nahikoa* baizik.

Erdi betea edo erdi hutsik?

Gutxieneko kopuruak finkatzearena beti izango da oso gai eztabaidagarria, merkatuko erabiltzaileak ez baitira homogeenak hizkuntzari dagozkion ezaugarrietan, hots, hiztunongan faktore diglosikoak erabiltzaile-taldea eze-gonkor bihurtzen baitu, jada berez talde anitza izateaz gain –beste hizkuntza batzuetan bezala–, gainerako hizkuntzetako hedabideak oso modu bortitzean sartzen baitira jokoan. Horregatik, gutxieneko merkatu hori zein den zehazteko garaian, ez du balio bakarrik tokian tokiko egoera soziolinguistikoa ezagutzea; hots, zein den euskaldun osoen kopurua, zein ia euskaldunena, baizik eta euskaldun horien ezaugarriak, parametro diglosikoetan zehazturik: hots, hizkuntzarekiko duten jokabidea, zaletasuna, etab.

Jakina, aipatu berri dudan horrek ezin du izan –eta, zoritxarrez, maiz hala da– hedabideetako edukien kalitate-mentsa handia edo erabatekoa denerako aitzaki. Kalitate eskaseko edukiek bezeroa erakartzen ez dutenean, erraza baita faktore diglosikoa eta euskaldun horren euskaltzaleatasun eza zio eta eragile bihurtzea. Baina faktore diglosikoak, bai, erakusten digu kalitate

txarreko edukien aurrean mendekotasun egoeran dagoen hizkuntzakoei gutxiago barkatzen diela hiztun diglosikoak, indarrean dagoen hizkuntzakoei baino. Eta tokian tokiko ezaugarri soziolinguistiko zehatz batzuen argitara finka liteke, bai, zein den gutxieneko merkatu hori: Amasa-Villabonan eta Zizurkilgo Elbarrena auzoan *Aiurri* aldizkariak ia seiehun harpidedun izateak (ordaintzen duten harpidedunak), edo Andoainen 800 izateak, gutxieneko merkatu hori osatzen dute nire iritziz; ez, ordea, Urnieta bezalako herri batean harpidedunak 200 ez izatea.

Zoritxarrez, Urnietan oraindik ez dugu ezarri ezinbesteko ordainketa harpidedun izateko, banaketa masiboa da, eta horrek hautsi egiten du alderaketa horren balioa. Baina, ezinbesteko harpidetza ezarririk, Urnietan 400 harpidedunak gaindituko ez balira –gutxieneko merkatua niretzat–, zer esan beharko genuke? Arazoa urnietarra da ala *Aiurri* astekariaren edukiena? Faktore diglosikoek dute eragin nagusia, ala astekariaren ikuspegi ezegokiak edo kalitate eskasak? Ez al luke *Aiurri* astekariak desagertu behar, orduan? Nire ustez bai, zalantza izpirik gabe.

Beste horrenbeste esan behar da telebista eta irratiei dagokienez. Garbi dago, nire iritziz, finka litekeela gutxieneko merkatu bat, balizkorik zailenetan –finkatzeko zailenetan, alegia– autofinantzaketari buruz atzerago adierazi ditudan baldintzei erantzungo diena: hots, erabiltzaileez gain har dadila publizitate-kopurua, publizitate horrek *salbatzen* baldin badu hedabidea.

Internet

Garbi dago Internetek urte gutxitan merkatu izugarria irabazi duela, eta are garbiago dago euskarazko hedabideak sare horretatik kanpo gelditzen baldin bagara, jai dugula etorkizunean. Denbora dezente kosta zaigu, nolana ere, hori garbi ikusi arren geure hedabideak moldatzea sareko erabileretara. Baina etorkizuneko apustuak Internet izan behar du, zalantza izpirik gabe, eta ez bakarrik jada eskaintzen duen aukeragatik eta erabiltzaileengan –bereziki gazteengan– sortzen duen erakarpenagatik; teknologia informatikoak, garatu ahala, eskainiko duenagatik baizik.

Nire ustez bi ikuspegi liriateke orain landu beharrekoak: webguneei dagokienez, webgune espezializatuak bultzatu beharko liriateke, baina ahalik

eta sortarik zabalenean, laguntzak gai eta edukien arabera mugatuz. Berriro ere *laguntza egitaraua* beharko genuke hor. Izan dezala literaturari buruzko webgune batek laguntza, eduki jakin batzuk landu beharko dituen, baina bakar batek. Kirolari buruzko webgune euskaldun bat izan dezagun, ala bi, monopoliorik egon ez dadin, eta ez gehiago, ez behintzat dirulaguntza *egitarautu* eta, agian, *gotortu* baten barruan. Izan dezagun gazteak hainbeste erakartzen dituzten webgune ludiko indartsu bat ala bi herri-erakundeek diruz lagunduta, eta ez gehiago. Eta ahalegin gaitzen esparru guztietara iristen den webgune aukera-sorta zabala bermatzen, dagokien eragile pribatuekin hitzarturikoa. Lehen ikuspegi honen osagarritzat, lurralde edo eskualdekako webguneek lehentasuna izan beharko lukete abiapuntua udalerrri duten webguneen aurrean, bai udalerrri-abiapuntua webguneko edukiei dagokienean baita finantzaketa hutsik udalerrri mailakoa denean ere. Informazio-webguneak horren adibide dira. Inon sinergiarik behar baldin bada, edukiak desitxuratu gabe baina, Interneten da.

Landu beharreko bigarren ikuspegia Internet bidezko telebistarena litzateke. Hor, I + G + b gisako ildo bat zabaldu beharko litzateke, euskalgintzako eragileek hurrengo urteetan izan dezaten aukerarik teknologikoki Internet bidezko telebista gutxieneko baldintzetan sortu eta garatzeko. Garbi dago Internet bidea teknologikoki garatzen den heinean, orain Jaurilaritzak egingo duen LTDaren lizentzi banaketan sortuko diren telebistak bide horretara ere egingo dutela, baina orain pauso hori eman ez duen hainbat eragile oso baldintza egokietan egon liteke urte gutxi barru telebistaren erronkari aurre egiteko, oso bereziki edukiei dagokienez, hots, emankizun-sortari erantzun duina emateko. Baina horretarako, ezinbesteko gertatuko da ikerketa eta garapena edukien mailan, eta berrikuntza alor teknologikoan.

Emaiozu Rolex bat zure sasoiari

Zalantza izpirik gabe, mesedegarri litzateke herri-erakundeek gisa horretako neurriak hartzea, oso bereziki *couché* papereko publizitate eragileei dagokienez, ia ezinezko gertatzen baita horiek euskarazkoen esparrura erakartzea. Egia da, baina, publizitatearen merkaturia oso korapilatsua dela, eta akaso arazoa ez dela hutsik euskarazko hedabideen irismen apalagoa eta, beraz,

publizitate etekin txikiagoa. Hots, agian, eta ez dut behin eta berriro edukien kalitateaz jardun nahi, ez dugu euskaraz hedabiderik –idatziez ari naiz– lehia egin dezakeenik gazteleraz *couché* paperean argitaratzen diren eta publizitatean mila eta milaka euro fakturatzen duten hedabideekin.

Kontuan hartu behar da, gainera, publizitate bakoitzak bere hedabidea eta bere hedabide-mota duela. Hedabidearen erabiltzaile-tipologiagatik, irismenarengatik, gaiarengatik, arrazoi askok mugatzen dute baieztapen hori, baina telebistetan *El hombre blanco de Colón* iragartzen ikusten dugun hura ez dugu inoiz ikusiko herri aldizkari batean, ezta *El Semanal* edo *El País semanal* gaztelerazko astekarietan ere. *Marca* edo *El mundo deportivo*-ko publizitatea ere ez dugu argitalpen horietatik kanpo beste askotan ikusiko. Publizitatearen espezializazioa.

Aintzakotzat hartu behar da, gainera, publizitate-bitartekari gehienek Bartzelona eta Madrildik dihardutela, oso gizatalde handiei zuzenduriko eta hiri horietan zentralizaturiko hedabideen eskutik.

Hori guztia oso kontuan hartu beharko lukete herri-erakundeek euskarazko publizitatea bultzatuko duen neurririk hartzeko garaian. Zalantza-izpirik gabe euskararen prestigioa azpimarratzen duten neurriak positiboak izango dira, baina eragin mugatukoak aldi berean publizitatearen espezializazio horri uztartuko zaizkion eta gure hutsune diren beste hedabide batzuk sortu edo bultzatzen ez badira. Euskarazko zein hedabidetan ikus genezake txertaturik *El Semanal*, *El País semanal* eta gisa bereko argitalpenetan aurki dezakegun publizitate naroa? Gisa horretako adibide gehiago aipa dezaket. Eta ez dut, oraingoz, erantzunik.

Arlo fiskaleko neurriek izango lukete, bai, berehalako ondoriorik, eta zuzeneko dirulaguntza bera baino neurri askoz eraginkorragoa izan litezke. Benetan interesgarria litzateke gisa horretako neurririk, baina hor ere indarrean izango da publizitatearen espezializazioaren arazoa.

Juan de la Cosa

Mapa idealik ezin egin liteke, baina maparik bai, zentzuzkoa akaso. Euskal hiztunok hurrengo hamabost urteetan izan gintezkeenaren neurrian, nire kabuz, mapa hauxe beharko genuke:

TELEBISTA:

- ETB1, edukiei dagokienez guztiz eraberritua.
- Erkidego Autonomoari dagokionez, eta ahazturik LTDaren deialdiak ezarri duen eskualdekako esparrua eta hainbat baldintza (monopolioak saihesteko asmoz, etab.), euskara hutsezko telebista digital bat beharko genuke Araban, bizpahiru Bizkaian eta beste horrenbeste Gipuzkoan, guztiak, bakoitza bere mailan eta ezaugarriekin, *Noé* edo *Troia* egitarau horietako batean txertatuak (baten bat gotortua), eta euskarazko programazio kuota bat ezarriz hauekin lehia letozkeen gaztelerazkoei. Nire iritziz, Gipuzkoa edo Bizkaia batek ezin du bere baitan hartu euskarazko bizpahiru telebista digital baino gehiago sarean guztiz lan egin gabe.

IRRATIA:

- Euskadi Irratiak, goizetako saioak eta asteburuetakoak berri behar ditu, bereziki edukiei dagokienez .
- Araban, lurraldeko euskarazko irrati bat beharko genuke, hurrengo 15 urteetan bere programazioaren zati bat gazteleraz ere emango lukeena, hasieran %50a, azken 5 urteetan %20a inguru. Gipuzkoan eta Bizkaian lurralde/eskualde ardatzari erantzungo lioketen bina irrati beharko genituzke, euskara hutsez, orain era sakabanatua goan herri eta eskualde irrati bidez egiten diren ahalegin guztien sinergia egingo luketenak. Lehenengo urteetan irrati hauen jarduna guztiz edo ia guztiz gotortu beharko litzateke, autofinantzaketa maila txiki batetik abiatuz. Estrategia hori eragile pribatuengandik sortuko ez denez, herri-erakundeek bultzatu beharko lukete.

HEDABIDE IDATZIAK:

- Egunerokoak: Berria eta *Hitzari* buruzkoak adierazi ditut gogo. *Berriak* lurraldeko ediziotara jo beharko luke, *Hitzaren* estrategiari bide okerrekoa baiteritzot. Gazteleraz argitaratzen duten

hedabideekin eskualdeko edizio hutsik euskalduna negozioa liteke, bizpahiru urtez gotortua, *Lazaro* egitarau baten barruan.

- Tokiko prentsa: eskualdeko argitalpenak lehenetsi beharko lirateke, eta astekari gisa edo, gehienez jota, astean biko gisa. Beraz, Gipuzkoan –esate baterako– 8-9 astekari.
- Prentsa espezializatua: une honetan argitara ematen den hainbat aldizkarik ez du nahikoa merkaturik –eta ez luke, beraz, etorkizunik izango dirulaguntzei esker ez balitz–. Gaia –demagun literatura– ez da beti merkatu-muga horren arrazoia izaten, hainbat informazio edo egikera-ereduk gaur egungo irakurlegoaren artean ez du oihartzunik, eta agortuta dago. Agian, kalitatea ere dei diezaiokegu horri, kalitatetzat merkatura iristeko *egokitasuna* jotzen badugu, ez hainbeste argitaratzen den edukiaren *nolakotasuna*. Irudipena dut, garai batean oihartzun handia zuen zenbait argitalpen guztiz fosilizatzen ari dela, berritzeko ahaleginik badagoen arren. Ziur naiz guztiok ditugula adibideak buruan. Bestetik, litetatur mailan, adibidez, dozena erdi aldizkaritik gorako eskaintza dugu une honetan Euskal Herrian; zenbat harpidedun, ordea? Garbi dago eskaintza hori bateratu eta kalitate parametroetara ekartzeko aitzindaritzza hedabide horiek diruz laguntzen dituzten herri-erakundeei dagokiela, EIE elkartetik harpidetzak erakartzeko egin diren ahaleginak hutsaren hurrenean gelditu direnez. Alor edo gaikako sailkapenera jotzen badugu, esan nahi dugu berrantolaketa handia behar dela prentsa espezializatuan, jada merkaturik ez duten horien arteko sinergia bilatu eta *Fenix* egitarau baten bidez alorreko argitalpen bat edo, gehienez, bi, utzi beharko baikenuke. Horretaz gain, hutsuneak daude, lehenago ere aipatu ditudanak: kirola, gizarte...

INTERNET:

- Zeharkakotasuna aipatuko nuke nik Interneteko euskarazko hedabideen eskaintzan sustatu beharreko ezaugarriei dagokionez. Zeharkakotasuna, era nahikoa bertikalean *ETB*, *Berria*, *Argia*, eta

gisakoek gaur egun egiten duten eskaintza informatiboa osatzeko. Zeharkakotasun hori eskualdekako eskaintzak osatuko luke, loturen bidez sareko harremana izan lezakeena, baina webguneak, blogak edo dena delakoak lantzeko eta elikatzeko garaian eskualdeari erantzungo diona.

- Gai espezializatuari buruzko presentziak bateratua izan beharko luke guztiz, oso webgune-sorta murrizak onartzuz dirulaguntzak bantatzeko garaian.

Kazetaritza versus literatura

Argitaletxe, editore eta idazle sare zabala daukagu euskaraz, oso zabala: egia guztiz. Euskaraz irakurtzeko joera asko ugalduta da azken 20 urteetan: egia, baita ere, helduen artean dezente ugalduta da; baina bereziki hezkuntza eta unibertsitate esparrutako ikasleei esker ugalduta da, eta ez, nolana ere, literatur eskaintza ugalduta den heinean, askoz joriago ugalduta baita literatur sortzaileen esparrua. Euskaldunaren irakurzaletasuna piztu eta liburuen truke diru bat ordaintzeko prest egotea lortu bada, zergatik ez da lortu gauza bera prentsarekin? Gutxienez, hiru literatur erosle bereiz daitezke euskal literaturaren eremuan: eskola edo unibertsitateko eroslea, hots, irakurtzeko zaletasuna bai baina obligazioa ere baduena –beste literaturetan bezalaxe–; erosle militantea, argitaletxe jakin batek edo literatur korrante jakin batek argitaratuko duen oro ontzat emango duena –beste literaturetan halakorik apenas dagoen–, eta irakurle literaturzalea, bere ustezko kalitatea eta ontasuna, bere gogoko sorkuntzaren bila inguratzen dena liburudendetara. Azken hauek, zoritxarrez, oso gutxi dira euskarazko literaturari dagokionez, eta gehienak emakumezkoak.

Ñabardura garrantzitsu hau eginda, esan dezagun, galderak ez duela bere horretan balio; ordaintzeko prest egotea lortu den arren, lehenengo bi talde horiek jokoan ere sartu baitira. Azken bi galderek badute erantzun laburrik nire ikuspegitik. Euskarazko literaturgintzan oso lan bikainak egiten dira, sortzaile ugari dugu eta oso literaturgile onak gainera. Oso kalitate handiko literatura egiten da gaur egun. Ez dugu, nolana ere, proportzio berean

irakurlerik. Euskarazko prentsa, bere osotasunean hartuta, zoritxarrez, ez da literaturaren parera iristen kalitate eta ontasun mailari dagokionez, eta zaila da, beraz, erakarpen-indar handirik sortzea balizko irakurleen artean. Eta etxekoetatik hasita diot diodan hori (*Aiurri, Beterriko Liburua...*), astero-astero *Rikardo Arregi* aldizkaritegian Euskal Herri osoko hedabideak ikusteko –eta hainbat aztertze– aukera dudalarik.

Arimaren nekrosia

Izan da, bai, gure prentsan historikoki halako *nahi eta ezin* bat beste kultura eta gizarte batzuetako kazetaritza-jardunarekin parekatu eta homologatu nahiagatik. Zilegi izan da, eta oso baliabide urriekin ibilitako bidea izan da. Jakina, urritasun horrek eduki serioak lehenetsi ditu, sarritan giza baliabide gutxi-ekin edo behar adina trebatu gabeko giza baliabideekin. Historikoki esan dut, 60ko hamarkadan, esate baterako, *Zeruko Argiak* magazin sozio-politiko bat argitaratzeko egiten zuen ahalegina ez zelako ahuntzaren gauerdiko eztula. Nazioarteko sailaz Rikardo Arregi bat arduratu zen, eta guztiok dakigu Rikardo Arregik hedabide aurrerazaleen pareko nazioarteko saila egin zuela, zorroztasunez, iturri fidagarrienetara joz informazioa urri zen garai batean... Baina ez ziren guztiak Rikardo *Zeruko Argian*, ez eta hurrengo urte eta belaunaldietan ere. Beraz, gure txikitasunean, gure *ezinean*, izan dugu bai, gai serioetan, sakonetan, hil ala bizikotan jarduteko gauza baginela frogatzeko joera hori. Eta joera horri halako nekrosia etorri zaio.

Jarrera politiko ildo bakarrekoei dagokienez, garbi dago azken 25 urte hauetan euskarazko prentsa idatziko kazetagitza, oro har, –eta besterik esan genezake hedabide publikoetan egindakoaz– ezker abertzalearen ildo politikoari jarraitu zaiola, nabarmen, edukiak lantzeko garaian. Batzuen ahalegin deontologikoa objektibotasunez eta inpartzialitatez jarduteko handiagoa izan da besteena baino, baina ezker abertzalearen ikuspegiaren eraginpetik ateratzeko benetako ahaleginik ez da egin Euskal Herriko euskarazko prentsa orokorrean, eta zenbaitetan *herri honen aniztasunaren* izenean lotsagarri jokatu da, gainera. Ziur naiz, guztia paperean jasota dagoenez, iritsiko zaiola horri ere ikerketen bidetik argitara azaltzeko ordua. Baina horri bezain kezkarri deritzot, ordea, beste esparru politikoetatik ezertxo ere egin ez izana,

eta kasurik txarreanean jokabide hori bera errepikatzea. Hots, beste esparru politikoetatik ia erabateko utzikeria sumatu dudala euskarazko prentsarekiko, salbuespen gutxi batzuk kenduta. Beraz, lehenengoa, izan, bigarrenaren ondorio ere izan da, nire ustez, neurri handi batean. Eta nahiago, nahiago nuke, aukerarik txarreanean jarrita, beste alor politikoez ere egin balute euskalgintza monopolizatzeko ezker abertzaletik egin izan den ahalegin bera.

Hori guztia esanda, bat nator produktu *arinagoen* aldeko apustua egin beharrearekin, eta atzerago aipatu dut adibideren bat, *couché* paperera eramane beharreko gaiena. Ez ditut errepikatuko.

Naturala?

Bere hizkuntza-trebetasun guztiak behar adina garaturik dituen euskaldun *jatorrak*, nire iritziz, euskarazko prentsarekiko izan dezakeen arazo bakarra bertan egiten den kazetaritza kalitatearena da, horren inguruko gorabehera guztiekin, gaztelerazko prentsarekiko –prentsa askorekiko– izan dezakeen arazo berbera; euskarazkoan askoz urriagoa izatea –bakarra ez denean– eskaintza. Horixe bai arazo!

Euskaraz irakurtzen duguna debaldekoa izatearen naturaltasunaz esan dezadan ez dudala uste, inolaz ere, hala denik, ez behintzat euskal hiztun osoei dagokienez, eta ez behintzat gutxieneko kalitatea duten argitalpenen aurrean. Delako *naturaltasun* horrek ezkututzen duena zurikeria galanta besterik ez da, argitalpenarekiko interes falta, hori –interes falta, alegia– gizalege osoz zuri litekeenean ere. Masibotasunaren izenean eta horrek euskararen erabilerrari egiten omen dion mesedearen izenean sortu bide da delako *naturaltasun* hori. Tokiko prentsan eman ohi dira euskaraz doaneko banaketa masiboak.

Naturaltzat jo behar duguna argitalpenarekiko irakurlearen berezko atxikimendua baldin bada, doanekoa izan ala ez, garbi dago masiboki doan egiten diren banaketak ez direla, neurri handi batean, naturalak. Nire iritziz, eta aintzat izanik paperezko eskaintzan egun dugun saturazioa handia dela eta zaila dela irakurlearen merkatu horretan leku berria egitea, gutxienez irakurleak argitalpena bere ezaugarri eta xehetasunetan ezagutu eta bere etxean lekurik hartuko duen ala ez erabaki bitartean, uler dezaket doaneko

banaketa masiboek aldi batez izan dezakeen eragina eta egin dezakeen mesedea, argitalpenari neurri batean irakurleek ezagutzeraino eman diezaiokelako hutsik publizitatea eginez hartuko ez lukeen oihartzuna. Baina tokiko prentsak, benetan herrian edo eskualdean informazio-mailan erreferentzialtasuna eta irakurlearengandiko begirunea bilatzen duen tokiko prentsak, ezin du bere argitalpena oinarritu irakurleen neurri bateko interesa bermatzen ez duten formuletan. Eta, argitalpenak kalea eta argia ikusiko badu, dirua behar denez hura ekoizteko, herritarren benetako interesa bermatzeko modu nagusienetakoa –akaso ez bakarra– argitalpen hori ordaintzea da –neurri batean ordaintzea, behintzat!–. Eta horrek argi eta garbi adieraziko du irakurlearen atxikimendua, eta argitalpenaren bideragarritasuna bermatuko.

Zergatik ez zen desagertu, esate baterako, *Aiurri* hamaboskaria, Tolosaldeko *Egunero* edo/eta *Hitza* sortu zirenean? Ba, Beterrri-Aiztondoko bost herrietan (Amasa-Villabona, Zizurkil, Asteasu, Aduna eta Larraulen) tokiko informazioa eskainiz bi argitalpenek kalea ikusiko zuten arren, eta batenztat ez zela lekurik izango pentsatzekoa zen arren, *Aiurrik* ez duelako urte hauetan guztietan bere harpidedun-kopurua jaitsi. Alegia, gaurko *Hitza* sortu aurretik zeukan harpidedun-kopurua zertxobait hazita da du gaur egun, eta guztiek bere urteko harpidetza ordaintzen dute. Euskarri horrek aukera ematen dio *Aiurriri* gutxienez kalean jarraitzeko, bere kalitatea hobetzen ahalegintzeko, agian astekari bihurtzeko, eta, baita akaso ere, harpidetza-sari hori merkatuko arauetatik hurbilago jartzeko. Autofinantzaketa duin bategen salba dezake euskarazko argitalpen bat, eta autofinantzaketa horretan irakurleak esku hartzen baldin badu, hobe, ziurrago jakin baitezakegu zerk eusten dion argitalpenari.

Bestelako kontua da, orain erdarazkoetan modan jartzen ari diren doaneko egunkari eta eremu jakin bateko argitalpen komertzialak, publizitatearen finantzaketaz bere burua ordaintzen dutenak. Horiek atxikimendu pasiboa bilatzen dute, eta ezin uka liteke eduki informatiboz landuak direnean eraginkortasuneko argitalpenak ez direnik, hots, irakurlearen arreta kateatzen ez dutenik. Baina formula hori eskualde eta guneko soziolinguistikoko oso egokietan baizik ez genuke baliatu behar, euskararen erabilera oso trinkoa eta publizitatearen bidezko autofinantzaketa oso jasoa dutenetan, esate baterako.

Elkarri eragin

Jabetza mistoko telebista, irrati eta Internet zerbitzuak sustatu behar dira, jada titularitate publikoa dutenen osagarri eta lehiakide.

Behatokia ala Ferratokia?

Azken hogeitau urteetako eskarmentuak argi pixka bat eskaintzen du etorkizun hurbilean gauza litekeen euskarazko prentsaren –eta, oro har, hedabideen– birmoldaketari ekiteko. Lehenik eta behin esan beharra dago euskarazko prentsa sustatzeko garaian nabarmen gelditu dela eragile pribatu ugarik parte hartu izana, gehien-gehienak tokiko prentsaren alorrean jardun duten arren. Beraz, monopoliorik izan ez dadin, ez pribaturik ez publikorik, eta egoera jakin batetik abiatzen garenez, badirudi etorkizuneko euskarazko hedabideen estrategia eskualdea oinarri izango duen egitura-sare baten bidetik jo beharko lukeela, maila orokorreko eragileek bere horretan jarraituko dutelakoan (euskarazko prentsan, *Berria*; telebistan, *ETB1*; irraticintzan, *Euskadi Irratia*). Euskarazko hedabideen sektoreak, batetik, titularitate mistoaren erronkari heldu beharko lioke (erakunde publikoak + eragile pribatuak), eta, bestetik, eskualde mailako egitura-sareari. Eskualde mailako egitura-sarea antolatzeak ez du esan nahi guztiz burujabea edo askea beharko lukeenik; horrek adierazi nahi duena da bere edukiak lantzeko garaian eskualdea izango lukeela abiapuntu edo ardatz, eta titularitate mailan ere egitura bakoitza nortasun ezberdin bat izango litzatekeela, beste egiturekin batera harremanik izan arren. Horrek, hots, titularitate mistoak eta eskualde mailako egitura sareetan oinarriturikoak oso neurri handian ekidin lezake monopolizazioa.

Bi puntu horiek ardatz har ditzan birmoldaketa estrategikoak ezinbestez ekarriko lituzke Sailburuordetzaren galderak azaltzen dituen ondorioak: *eragile gutxiago baino indartsuagoak, lanpostu gutxiago baino baldintza hobeetakoak*, etab. Baina horren aurretiazkoa aipatzea falta zaigu: herri-erakundeek hori guztia eragile pribatuen partaidetzaz eta adostasunez egin beharko lukete, eta hori hala eraginkorki egin dadin ezinbesteko litzateke elkarrekiko azterketa eta irizpidetze organoa sortzea, diagnosis egin eta

irizpideak emateko garaian eragile guztiak, publikoak eta pribatuak, elkartuko dituenak: BEHATOKIA.

HAKOBAK, unibertsitateek eta eragile publiko eta pribatuek osaturiko behatoki batek heldu beharko lioke, ahalik eta eraginkorki, gogoeta estrategikoa egin eta gorago aipatu dudana egitura-sare edo hezurdura antolatzeari, bere gain har litzakeelarik ere, akaso, egitasmo jakinak gotortzeko egitarauen diseinua eta kudeaketa; hots, behatokiak *ferratoki* ere izan beharko luke, bide zailetan barrena abiatu behar duten egitasmoei babes egokia eta neurrikoa ipiniko diena.

Beraz, ulertzen dut Behatoki baten bidez doi daitezkeela gogoeta estrategikoko batean aintzakotzat hartu beharreko aztergai, aldagai eta irizpide guztiak, behatoki batek definitu beharko lukeela zer den, merkatu-bideragarritasunari eta euskararen erabilerrari dagokienez, soziolinguistikoki *eragingarri* Arabako lautadan eta zer Urola garaian, dagozkion ratioak ipiniz. Behatoki horren bitartez eragile guztien adostasunik ez da lortuko, baina aurrerapauso handiak eman litezke, eta, txarrean ere, sektoreko eragile guztien eta bakoitzaren iritzi eta jarrerak azkar eta artez ezagutzeko bidea egingo luke.

Behatoki horri kudeaketa eta eragiletza eginkizunik egotziz gero, gainera, birmoldaketa hori bidera lezake, dirubildu publikoei zor zaien gutxieneko bermeaz. Behatoki ez ezik ferratokia ere bai, beraz...

¡Maitechu mía!

Edozein hedabidek, delarik xumeenak ere, sortzeko unetik beretik nortasun bat gorpuztu behar du, eta nortasun hori garatu ahala garatzen da hedabidea bera. Pellokeria dirudien baieztapen honen bidez esan nahi dudana da oso gutxitan aurkitu ditudala erdarazko hedabideen baitan gehigarri gisa euskara hutsez sorturiko argitalpen nortasundunak, hots, irakurleagoarentzat informazio erreferentzia bilakatu direnak. Gutxi nortasundunak, eta are gutxiago –salbuespenen bat kenduta– kalitatezkorik. Arazoa, gehienetan, sortzezkoa izan dute: ez dute berezko erreferentziarik, berezko informazio-ardatzik landu edo bilatu; gehienetan beste ardatz baten inguruko sateliteak izan dira, maiz beste erreferente baten ispilu itzultzailea.

Argitaratzaileek ez ohi dute egin izan euskarazko hedabide trinko baten aldeko apustu sendoa, helburuak finkatu, informazio esparrua bilatu, bitartekoak eskaini dituena; ahaleginak dirulaguntzak zuritzera mugatuko dituzte gehienetan, edo ez dira abiatu irakurlego jakin baten bila, haren informazio gosea asetzera. Erdarazko hedabideek bere euskarazko eskaintza lantzeko garaian ez dute bere erdarazko informazio eremua partekatu nahi izan; gehienetan euskarazko eskaintza *euskarazko kulturaren munduaz* jardutera bideratu dute, edo kirol eta gizarte gaietako bigarren mailako argitalpenak egitera –eduki nagusiak erdaretako edizioetarako utziz edo, gehienez ere, horietan lehenetsiz–. Ziurrenik, erdarazko hedabideak erosten dituzten euskaldunen artean hizkuntza-tipologia guztietakoak aurkituko ditugu, eta ez hainbeste adin-talde guztietakoak. Horien guztien hizkuntza-erreferentzia hedabide hori erosteko garaian erdara da, eta erreferentzia hori beste hizkuntza baten alde hausteko –euskara izan ala besteren bat–, landu eta argitaratuko diren edukiek *lehen mailakoak* behar dute izan, irakurlegoaren arretagune nagusikoak, informazio-espazio jakin bat landuz argitara emango direnak.

Gaur egun erdarazko hedabideetan argitara ematen direnen artetik ikusi ohi dudana bakarra *Noticias de Gipuzkoak* egiten duen *Izan gazte* gehigarria da, nire iritziz argitalpen guztiz desegokia hala edukiarri dagokionez nola formatu eta diseinuari ere. Gisa horretako ikuspegiz egin dira, gehienetan, azken urte hauetako saiakerak. Eta berriro diot salbuespenik ere bada, baita banan bana aztertu beharreko beste adibide batzuk ere –*Zabalik, Xirika...*–, baina oro har, nire iritzia da hizkuntzari erreferentzialtasuna eman behar zaiola hedabide batean bere funtzio komunikatiboa beteko badu, eta erreferentzialtasunik izango bada, argitalpen horrek bere nortasun berariazkoa behar du, eta ongi landutakoa.

Labur beharrez, honako honetan finkatuko nituzke euskarazko argitalpen baten baldintzak erdarazko hedabideren batean egoki txertatu ahal izateko:

- Egitasmo estrategiko bati erantzun behar dio, zeinaren arabera epe erdi edo luzera helburua euskarazko hedabide horretako balizko kontsumitzaileak euskararen erabilerara eta euskarazkoaren kontsumo zabalagora erakartzea izango litzatekeen, balizko kontsumitzaile

hori sortu ezean bere erdarazko langintzan jarraituko lukeelarik. Ordezkapen estrategia izango litzateke, beti ere ordezkapenik gertatzeko zoritan bere merkatuari bide berriak zabaltzekotan. Euskaldunei zuzenduriko ordezkapen estrategia bat, erdarazko eskaintza agortu gabe. Ba al da halako estrategiarik?

- Nortasun eta formatu propioa behar du, erdarazkoaren sabeletik bereizia, gehigarri izango bada ere.
- Berriazko giza eta teknologia baliabidez jardun beharko du.
- Argitalpen espezializatua beharko du, erdarazkoan ordain informatiborik izango ez duena.
- Edukiak lehen mailakoak izango dira.
- Egokia litzateke argitalpen-mota Behatokiarekin hitzartzea, hortik oso lankidetza interesgarriak sor bailitezke: esate baterako, erdarazko hedabideen lurralde-edizioak edo emanaldiak euskara elkarrekin edo tokiko hedabideekin egiteko, etab.

Amaitzeko, Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzak jarritako galderi erantzuna eman nahi izan dien txosten honen eranskin gisa, euskarazko hedabideei dagokienez premiazko den birmoldaketa baterako proposaturiko oinarri batzuk jasotzen dituen zerrenda doakizue.

- 1 Hedabideen garapenerako hiru ardatz: nazionala; lurralde historikoa; eskualdea; hirurak elkarren osagarri gisa.
Bai tokiko prentsari, bai irratiei, bai telebistei dagokienez.
- 2 Tokiko prentsa idatziak ordaindua behar du izan, edo neurri handi batean autofinantzatua 3. eta 4. gune soziolinguistikoetan.
- 3 Hedabide-egitasmoak hitzartu egin behar dira epe baterako, eta zenbaitetan gotortu. Gotortzeko lau egitasmo-mota: *Noe*, hots, egitasmo berriak gotortzeko oinarrizko egitaraua; *Troia*, eremurik erdaldunenetan egitasmoak gotortzeko egitarau trinkoa; *Lazaro*, erdarazko hedabideetan

- euskararen presentzia suspertzekoa; eta, azkenik, *Fenix*, prentsa espezializatua eraberritu eta egungo beharretara egokitzekoa.
- 4 Tokiko prentsa idatzian astekaria lehenetsi eta, agian, aldizkari formatua.
 - 5 Irratigintzan lurralde historikoaren eremua lehenetsi beharko genuke.
 - 6 Telebistan egitasmo digitalak lurralde historiko bakoitzean lehia azaldu direnak baino gutxiago beharko lukete izan.
 - 7 18-30 urte bitarteko adin-taldea lehenetsi beharko genuke.
 - 8 Hutsuneak badira egungo euskarazko informazio eskaintzan: bi aipagarri, kirol astekaria eta gizarte gaietako aldizkaria.
 - 9 Aldizkari espezializatuek *herri onuraren* arabera laguntza behar dute herri-erakundeen aldetik.
 - 10 Tokiko prentsaren esparruan hobe astekari landua, nahi eta ezineko egunkaria baino.
 - 11 Tokiko egunerokotasunak egunkari orokorrean –demagun *Berrian*– behar luke bere lekua.
 - 12 Hedabideak diruz lagundu behar dira, baina bideragarritasun-egitarau mugatu baten arabera.
 - 13 Internet bidezko telebistaren erronkan I + G + b gisako ildo bat zabaldu behar da.
 - 14 *Couché* papereko publizitate-eragileei dagokienez, herri-erakundeen aldetik neurri eragingarriak hartu behar dira, publizitatearen espezializazioa zein publizitate-bulegoek nagusiki Madrildik eta Bartzelonatik dihardutela aintzakotzat izanik.
 - 15 Epe erdira egin liteke euskarazko hedabideen mapa arrazoizkorik. Horren funtsa edo ardatz egituratzailea eskualdea edo lurraldea izango da, hala telebista eta irratiei dagokienez nola prentsa idatzi eta Interneti buruz ere. Gorago esan bezala, berrantolaketarako lau egitarau ezberdin abiaraz litezke: *Noe*, *Troia*, *Lazaro* eta *Fenix*.

- 16 Ez guke naturalizat edo normalizat jo behar doaneko argitalpena, ez behintzat autofinantzaketak hori ahalbidetzen ez duen neurrian.
- 17 Jabetza mistoko telebista, irrati eta Internet zerbitzuak sustatu behar dira, jada titularitate publikoa dutenen osagarri eta lehiakide.
- 18 Monopoliorik izan ez dadin, ez pribaturik ez publikorik, eta egoera jakin batetik abiatzen garenez, badirudi etorkizunean euskarazko hedabideen estrategiak eskualdea oinarri izango duen egitura-sare baten bidetik jo beharko lukeela, maila orokorreko eragileek bere horretan jarraituko dutelakoan.
- 19 Euskarazko hedabideen sektoreak, batetik, titularitate mistoaren erronkari heldu beharko lioke (erakunde publikoak + eragile pribatuak), eta, bestetik, eskualde mailako egitura-sareari.
- 20 Euskarazko hedabideen birmoldaketa egoki eta adostu batek ezinbesteko du Behatokia, eragile guztiak bilduko dituen organo gisa, eta, areago joanda, premiazko *Ferratokia*, laguntzak banatu eta bideratzeko egitarau ezberdinen aholkularitza-organoa gisa.
- 21 Erdarazko hedabideetan euskarari sarbidea emateko jardunak egitasmo estrategiko bati erantzun beharko lioke, zeinaren arabera helburua, epe erdi edo luzera, euskarazko hedabide berri horretako balizko kontsumitzaileak euskararen erabilerara eta euskarazkoaren kontsumo zabalagora erakartzea izango litzatekeen. Euskaldunei zuzenduriko ordezkapen estrategia bat, erdarazko eskaintza agortu gabe. Ba al da halako estrategiarik?

IÑAKI ZUBIZARRETA MUJKA

Hizkuntza Politikarako Sailburuordetzak hala proposaturik, azterketa sakon bat egitea erabaki du HAKOBAk, hedabideetan euskararentzako bide berriak eta eraginkorrak urratzeko, eta gero eta ugariago den hedabideen munduan euskara behar beste ager dadin, eta sendotu. Helburua da euskarazko hedabideen kontsumoa indartzea, eta hedabideetan oro har euskarazko eskaintza zabaltzea.

Orain zortzi urte UNESCOko ordezkari Felix Martí jaunak horixe gogorarazi zigun, munduan galtzeko zorian dauden hizkuntzak gai hartuta, funtsezkoa dela hedabideen egitekoa. Honela zioen: “komunikabideek ahalgin horrekin bat egiten ez badute, oso motela izango da arazoari irtenbidea emateko abiadura, zailtasun larriak izango ditu hizkuntza horrek bizirik irauteko. Komunikabideek laguntzen badute, dena errazagoa izango da.”

Aspaldi jo zituzten gure artean euskararen hileta-kanpaiak, eta ez da geroztik ere oihartzunik falta izan. Nik ez dut uste hiletariei harrokeriaz erantzuteko gaia denik, lehen eta orain askok halaxe egin badute ere. Arazoari irtenbideak bilatzeko gaia eta garaia da, nik uste. Euskarak hezkuntza-irakaskuntzetan egin duen aurrerabidea kontuan harturik, kezkarri da komunikabideetan izan duen abiada motela. Izan ere komunikabideak dira gaurko munduan hizkuntzaren autobideak. Euskara biziberritzeko, euskararen erabilera sustatzeko, hedabideek dute lehentasuna.

Oraintsu adierazi digu Bernardo Atxagak Euskaltzaindirako sarrera-hitzaldian: “Bistakoa da: erabilera izanik hizkuntza baten indar-emailerik beharrezkoena, erabakigarria izan behar, nahitaez, eskoletan edo irrati-telebistan jartzen den hizkuntza-eredua.” Eta ez hori bakarrik, hizkuntza bera ere

bai, izan ere bestela alaba txikiak harriduraz esan ziona entzun beharrean izango gara orain eta gero: "Munduak ez daki euskaraz!"

TELEBISTA

Gaur egun telebistak biltzen du jenderik gehien inguruan. Telebistan azaltzen denak du oihartzunik zabalena munduan. Gure artean ere bai: "Euskarazko Hedabideak. 2006ko maiatza" txostena ikusi besterik ez dago. Euskarak ez du inoiz hainbeste ikusle-entzule bereganatu, eta askoz ere gehiago erakartzeko bidea hortxe du hain zuzen: ez euskarazkoetan bakarrik, Euskal Herrian diharduten telebista guztietan ere bai.

Garrantzitsua da ehuneko hainbeste ezartzea denetan, eta are garrantzitsuago edukia. Dagokion neurrian, kalitatean eta duintasunean azaldu behar du euskarak, hizkuntzarentzako autobideak diren TVE 1 eta 2, A3, T5, Cuatro, La Sexta eta baita tokian tokiko telebista guztietan ere. Eta ez apaindura gisa: behar den bezala.

Egunero: albistegi on bat, haurrentzako saio bat eta arrakastadun telesail bat. Astean behin film on bat eta elkarrizketa-saio bat. Dokumentalak... TVE-n aspaldi egon behar zuen horrek arautua, eta besteetan ere bai. Sinatu berri dute Eusko Jaurlaritzak, Kataluniako Generalitateak eta Galiziako Xuntak Hizkuntza Politikari buruzko hitzarmena, eta hedabideen kontua ere tartean omen da. Irrikaz gaude ondorioak edo emaitzak ikusteko.

Baina horretarako EITBk berak izan behar du eredu, jakina. ETB-1ek orotarikoa behar du nahitaez, ez legeak agintzen duelako bakarrik, euskarak ezinbestean halaxe behar duelako ere bai, euskarazko kate bakarra denez. Orotarikoa eta gai arteko oreka ongi gordetzen duena, gizarte osoaren arreta biltzeko.

Halaxe hasi ginen uholdeka zetozen film, marrazki bizi, dokumental eta telesailak euskaratzen bikoizketa etxeetan. Halaxe joan ziren lehen hamar urteak, ehunka lagun enahaleginari esker milaka telebista-gai euskaraz lantzen. Baina halako batean, nik ez dakit zein "argitu"ren burutazioz, erabat hasi ziren aldatzen programazioa, eta ordu arteko gai-oreka hausten.

Argi ageri da Espainiako telebisten 1994ko datuetan ETB-1ek hartu zuen bazterbidea. Espainiako beste 13 kateetan zineak % 26,7 bete zuen batez beste, eta

ETB-1en % 5,2. Telesailek % 14, 3 beste kateetan, ETB 1en % 7,8. Kirolek % 9,3 beste kateetan, ETB 1en % 25,4. Haur eta gazteentzako saioek % 11, 5 beste kateetan, ETB 1en % 23,8 (batez ere haurrentzakoek).

1994ko programazioari dagozkion datu horiekin alderaturik, ETB-1en bazterbidea eta gai-desoreka areagotu egin zen hurrengo urteetan, gero BIKOIZKETARI eskainiko diogun atalean ikusiko dugun bezala. Ongi dago, adibidez, gure egoeran haurrei lehentasuna ematea, baina kontuan hartu behar da haurrok hazi egiten direla. Izan ziren gazteentzako telesail arrakastadunak, baina "argitu"ek horri ere bidea moztu zioten. Eta garrantzi handiko gaia da: haurregandik gazteenganako eten hori da ETB-1en arazorik handiena, nik uste: horrexek du, besteak beste, eragin zuzena euskararen erabilera urriago izan dadin kalean.

Ez dira kirolak bide emankorrena hizkuntzaren garapenerako: eduki urria dute, berehalaxe agortzen dena. Berdin kulturaren ikuspegitik ere. Eman kirolak ETB-2n euskaraz eta gaztelaniaz. Aspaldi jorratu zuten arlo hori irratiek. Horrela zerbaitetan lagunduko lioke kate horrek euskarari. Izan ere zer zentzu du ETB-2n zinea bultzatzeak? Lehentxeago ikusi dugu argi zentzuga-bekeria nabarmena: 1994an, Espainiako 13 kateen batez bestekoa zineari dagokionez % 26,7 izan zen; ETB-2rena % 32,0 eta ETB 1ena % 5,2. Eta urte horretatik atzera gero eta gutxiago ETB-1en urtetik urtera, gaur egun ia desagertzeraino.

Ez diot nik inolako zentzurik ikusten ETB-2n zinea bultzatzeari, Euskal Herrian zinea gaztelaniaz ikusi nahi dutenentzat hain dago aukera zabalak kate guztietan. ETB-1i lagundu ordez kalte besterik ez dio egiten. Garai batean –1994 baino lehen– izan zen joera, tamalez oso gutxi irauin zuena, film ospetsuak ETB-1en estreinatzekoa. Hori bai bazen euskarari laguntzea, "argitu"ek hala ikusi ez bazuten ere.

Aspaldi jabetu zen Koldo Mitxelena zinemaren eraginaz gizartean: lagun artean mintzatzeko gai ohikoa. "Begi-festa" eta "amets-fabrika" zen orduan eta orain ere bai. "Niri dagokidanez, ez da beharbada alferrik esana

izango zinemazalea izan naizela beti, 'comme ce n'est pas permis', lehoi koxkor baten orro isilak barrengo ilunpetarik kanpoko argitara tximistak egiten bidali ninduenez gero, izu eta ikara." Zortzi urtetan (1954-1961) aritu zen Mitxelena zine-kritikak idazten EGAN aldizkarirako.

Zoritxarrez ez zuen aukerarik izan filmak euskaraz ikusteko garai hartan, eta gerora ere ez, ETB-1en izan ez bazen. Gaur egun antzeko egoeran gaude, noizbehinkako salbuespenak salbu, eta gure arduragabekeriaren erruz da hori. Honezkeru bermatua behar zuen euskarazko filmak ematea gure herri eta hirietan. Herri askotan asteko film bat, eta gainerakoetan hileko bat gutxienez. Katalunian dugu ispilua, geuri dagokigun neurrian haien atzetik joateko. Telebista publikoak bikoizketa sustatzen ez badu, zinema aretora ere nekez joango da jendea.

Aldarrikatu beharra dago zinemetan hizkuntza-eskubideak urratzen direla: Hizkuntza-eskubideen Deklarazioak dio hizkuntza-komunitate orok duela eskubidea lurraldeko hizkuntza propioak toki nagusia har dezan gertakari eta zerbitzu kulturaletan: liburutegi, bideoteka, zinema, antzerki, museo...

Landu beharra dugu zinemaren presentzia telebista, zinema, irrati, egunkari-aldizkari eta Interneten. Mundu oparoa da zinemarena, euskaraz ere landu beharrekoa. Okerrena da pixkanaka aurrera egin ordez atzera egin dugula, eta egingo dugula martxa honetan: aurrera ez egitea atzera egitea da eta, gero kostata hartzen baita martxa berriro.

Erabat aspertua naukate EITBko arduradunek behin eta berriz atera ohi dituzten aitzakia merkeek: euskaldun zaharrak ez omen daude ohituak zinema euskaraz ikustera, bertoko produkzioaren aukera egin omen dute, haurrekin eta gazteekin saiatzen omen dira... Jainkoarren! Alde batetik, gazteak aspaldi atzenduak dituzte; bestetik, orain 25 urte haur edo gazte zirenak, helduak dira orain. Bertoko produkzioari eta bikoizketari dagokionaz geroxeago idatziko dut BIKOIZKETA atalean.

Dokumentalak direla eta, ikusgarriak dira animaliei buruzkoak, baina komeniko litzateke arloa pixka bat zabaltzea, izan ere badira dokumental are interesgarriagoak, herrien kulturak eta ohiturak azaltzen dituztenak. Aspaldian urri samar gabiltza horretan.

IRRATIA

Telebistaren aurrekoa da, jakina, irratia. Gure artean ere tradizio luze eta oparo samarra du. Tradizio horri eutsi dio eta oso aurrera eraman ere bai Euskadi Irratiak: ikusi besterik ez dago lehen aipatu dugun “Euskarazko Hedabideak” txostena horretaz jabetzeko. Inoiz baino entzule gehiago ditu euskarazko irratia.

Dena den, ez genituzke inola ere atzendu behar tradizio horretan lan bikaina egin duten Herri Irratiak, Segura eta Arrate Irratiak... Tradizioari eutsi diezaioten, eta ahal dela gero eta oparago aurrera egin dezaten lagundu behar zaie.

Irratian, telebistan bezalaxe, kate guztietan behar du bere tarte euskarak, dagozkion kopuru-kalitateetan. Leku duina izan behar du, mamitsua, ez apaindura hutsa. RNE-renak arautua behar zuen aspaldi, eta SER eta gainerako kateenak ere bai. Katalunian, RNE 4-k katalanez jarduten omen du egun osoan.

Garrantzi handia du irratia euskararentzat. Ahozkoa da izan batez ere hizkuntza, eta egunero orduak entzuten pasatzen dituenarentzat tresna paregabea da, belarria lantzeko eta hitz egitera bultzatzeko. Zer esanik ez kultura lantzeko, musikaren eta kantuaren bidez. Berehalako informazioa biltzeko, berriz, ez dago bitarteko hoberik, eta horrek ere laguntzen du, jakina, euskara bizi eta erakargarria lantzen.

PRENTSA: EGUNKARIAK ETA ALDIZKARIAK

Ikus-entzunezkoen osagarri dugu idatzia –nahiz eta prentsa aurretik sortua izan–, eta osagarri funtsezkoa oraindik ere. Milaka eta milaka euskal herritarrek dute prentsa egunero irakurtzeko ohitura.

Euskaraz BERRIA daukagu eta irakurle dezente ditu, baina ez du behar beste irakurle biltzen beregana, gainean daraman ideologi zamagatik. BERRIaren ondoan bada HITZA ere, zazpi eskualdetan banatzen dena.

Arlo honetan ere euskarak tarte handiagoa eta egokiagoa behar du hemen argitaratzen den prentsa osoan: *Correo*, *El Diario Vasco*, *Noticias*, *El*

País... *El Diario Vasco*-k, adibidez, kontuan harturik Gipuzkoan saltzen dela gehienbat, % 10 egin behar luke gutxienez euskaraz: orri bana politika, iritzi, gizarte, kirol, kultura eta ikuskizun sailetan, gaur egun ateratzen dituen sailez gain.

Honela zioen orain urte batzuk Aita Luis Villasantek: “Veo con preocupación cierta falta de personas preparadas, escritores, científicos... que desarrollen una labor en euskera.” Kezkagarri eta etsigarri da, bai, euskarazko mezuen urritasuna gure gizartean. Ez zaigu behar bezala iristen euskaraz gure pentsalarien, politikarien, elizaren, sindikatuen eta beste askoren hitza: horrela ez dago gizartea osatzerik. Euskarak kulturaren eta pentsamenduan prestigio pixka bat hartzen ez badu –eta horretarako nahitaezko dira komunikabideak–, jai dugu.

Unibertsitatean ba omen dira irakasle argiak, eta ikasle gazte ugari egoki prestatzen ari dena: hortik etorriko omen da kultura oparoa. Baina unibertsitateko jarduna gizarteratzen ez bada, alferrik ari gara.

Aldizkariak aipatzerakoan *Argia* datorkit aurrena gogora, *Argia* da izan ere gure artean sendoena eta hedatuena, baina zoritxarrez ideologi zamak ez dio uzten jende gehiagorengana zabaltzen. Ahalegin asko egin dira halako aldizkari moderno eta interesgarri bat sortzeko, baina gehienak ahalegin huts samarrean geratu dira. Dena den, merezi du horretan saiatzen denari laguntzea, edo sortzeko bultzada ematea, izan ere jendeak ohitura handia du aldizkariak gaztelaniaz irakurtzeko.

INTERNET

Milaka bide berri urratzeko aukera zabala. Lehen aipatu ditugun bideak ere bere sarean biltzeko gai dena. Hastapenetan gaude, eta ez dugu imajinatu ere egiten nora garamatzan. Horregatixe hasieratik ibili behar dugu erne, eta adi egon eman diezazkigukeen baliabide guztiei.

Irudimen eta adimen handiko programatzaileak behar ditugu, eta ikusmen zorrotzekoak, ahal den etekinik oparoena ateratzeko tresnari, ahal den eraginkorrena izan dadin euskararentzat ere.

Arkaitz Zarragak oraintsu gogorarazi digun bezala “Internet dugu, zailantzarik gabe, globalizazioaren bultzatzaile eta ikur nagusia... Gauzak horrela, gerta liteke ordenagailu bidezko harremanetan hizkuntza batzuek nagusitasuna hartzea besteen kalterako... Alderdi horretatik globalizazioa eta Internet bera mehatxu bat dira hizkuntza txikiak... Kontua da, kanpoan geratzen denak alferrik izango dituela bestelako ahalegin guztiak. Beraz, gure hizkuntza egoera berri honetara ere moldatzea funtsezkoa izango da, biziraungo badu.”

BIKOIZKETA

Atal honen barruan lau arloko aztertuko ditugu: Audiodeskripzioa itsuentzat, Azpigituluak gorrentzat, Azpigituluak eta Bikoizketa bera.

1) Audiodeskripzioa itsuentzat

Hasi berriak gara euskaraz, *Aupa Etxebeste* filmarekin. Hona adibide-tzat film horretako zati batzuk:

- Musika-banda bat proba-saioak egiten lokal batean.
- Tabernan Patrizio hizketan, Luis eta Julianekin, eta bezeroak ere adi.
- Zezenaren gainetik ezten-haga altxatzeko plantak egiten.
- Musikariak badoaz lokaletik, musika-tresnak soinean gurutzatuta.
- Iñaki eskaileran gora doa plazarako bidean.
- Goian hiru lagun dauzka zain, eta haiekin doa oinez.
- Kanpandorrera doaz.

Jabetuko zineten honezkeroko komunikazio-modu berri honek euskarari ekar diezaiokeen onuraz, aurrera egiten badu eta zabaltzen bada, noski.

2) Azpigituluak gorrentzat moldatuak

Ez dira euskaratu, izan ere gorrek ez dakite euskaraz irakurtzen, ez baitute oraindik irakaslerik ez ikasbiderik. Azpigituluon ezaugarrietako bat da

efektu bereziak adierazi beharra: Agua sobre parabrisas. Música. Murmullos. Campanada. Pitido. Apertura de puerta. Cierre de puerta. Ventilador de secado. Picaporte ventana. Maullido...

3) Azpitoluak

Oso ariketa interesgarria da azpitoluena, hizkuntzaren aldetik begiratuta: labur bildu behar da aktoreen hitz jarioa. Sintesi-lan ederra egin behar du azpitoluena egileak hitz gutxi eta argitan. Azpitoluak eta oraintxe aztertuko dugun bikoizketa osagarri dira biak eta hizkuntzarentzat mesedegarri; baina argi esan beharra dago, hizkuntzaren ikuspegitik, ez dagoela inolako zalantzarik bikoizketaren lehentasunaz, izan ere hizkuntzaren diakronian, eta sinkronian ere bai, ahozkoa da aurrena, funtsezkoa. Idatzia gero dator, bigarrena da. Idatzia ahozkoan du oinarria, lehen eta orain.

Frantzia eta Espainian ondotxo dakite hori: ezinbesteko dute bikoizketa ingelesetik babesteko. Eta guk ezinbestekoago, jakina, arrazoi doblea dugu eta: ingelesetik eta gaztelaniatik, edo ingelesetik eta frantsesetik, babesteko alegia.

4) Bikoizketa

Bikoizketarako egiten den itzulpen-egokitzapena bide oparoa da euskara lantzeko, artisa-lana nolabait. Eta langaia hizkuntza bera da. Artisa-lana bakarrik ez, sortze-lana ere bada.

Gaur egun hiru arlo lantzen dira batez ere: film, dokumental eta marrazki biziak. Garai bateko telesailak, gazte edo helduentzakoak, atzenduak ditu erabat ETB-1ek. Azkenaldian atzendu samarrak ditu filmak ere.

Filmak bere gidoia izaten du: aurrez landutako ahozkotasuna da tesuetan ageri dena. Ahozkoan du oinarria. Eta hizketan berehalakoa da komunikazioa, gertaeren harian doana. Elkarrizketa biziak dira filmen ezaugarri. Dokumentaletan kontakizuna da nagusi: edukia leial adierazi, euskaraz kontaturik. Marrazki bizietan, filmetan eta telesailetan bezalaxe, elkarrizketa da nagusi. Eta haurren hizkera zuzena, baina ez urria; ez dira tontoak eta. Aise hartzen dute dena, eta ikasten.

Artisau-lana dela esan dugu: esaldi bat idatzi, probatu egokia den, eta ez bada, beste bat idatzi eta berriz probatu, esaldi egokiarekin asmatu arte. Jatorrizkoari leial edukian, begiak itxi eta nola esan hori euskaraz? Nola esango nuke nik –edo esaten dut– euskaraz ari naizela, horixe bera, egoera horretan?

Analogia eta sinonimoetan adituak ditugu egokitzailleak, arituak direnez, baita onomatopeia eta interjekzioetan ere halabeharrez: oro har, hizkuntzaren baliabide guztiak erabili beharrean aurkitzen dira. Eta horretan lagun dute zuzentzailea.

Egokitzailleen loreak bildu eta bataren eta bestearen lanetan banatzen ditu ikus-entzuleei eskaintzeko. Estiloa zaindu eta edertzen saiatu behar du. Adibidez, esaldi hau badatorkio: “Ibilbidearen arabera izaten dira ibiltariak”, honako honekin aldatuko du: “Ibilbidea nolako, ibiltaria halako”. Edo “ez nuen inor hitz egiteko” honako honekin: “Ez nuen norekin hitz egin”.

Kontua ez da sarri zuzen dagoen ala ez esaldi bat; kontua da zer den errazen, egokien eta ederren, ezta? Eta kontuan harturik Euskal Herri osoarentzat ari garela, hitz eta adierazpide aukera zabalaz baliatu beharra dago, eta nolabaiteko oreka bilatu beharra: aurki/laster, azkar/arin/bizkor/agudo/laster, korrika/lasterka, jarraitu/segitu, jarri/ipini, zaindu/begiratu, orduan/hortaz/beraz, hurbildu/hurreratu, ugari/asko/anitz. Hitzen ordena ere kontuan hartzekoa da. Atzera-kargak moteldu egiten du esateko erritmoa.

Publizitatea da bikoizketaren beste sailtxo bat. Artisau-lana eta sortze-lana da hemen ere egokitzaillearena. Labur eta bizkor adierazi beharra dago mezua. Eta kanturik bada tartean, kantu bihurtu behar itzulpena, jakina. Hitzek irudiarekiko lotura badute, adabakiz janztea da itzultzea. Euskaraz sortu beharko litzateke hitz-irudi joko hori: horretarako agentzietan euskarazko sortzaileek bere lekua izan behar lukete. Irudiarekiko loturarik ez denean, euskarazko hitz-jokoak ordaindu behar du jatorrizkoa. Hizkuntza bakoitzak bere baliabideak ditu.

Leku garrantzitsua izan behar luke itzulpenak ikus-entzunezkoetan, gero eta garrantzitsuagoa, nik uste, baina gauzak bestela joan dira gure artean. Hasieran, 1983-1993, 1.500 ordu inguru bikoiztu zen urteko ETB-1erako. 1994tik aurrera, murriztuz joan da ordu-kopurua urtetik urtera, 500 ordu

eskasera urteko. Garai batean 150 filmetik gora bikoiztu zen urtean; gaur egun ez da 20ra ere iristen. Zinema-areto edo DVD-bideoetarako bikoizten dena ere ez da 40 ordura iritsiko urtean.

Garai batean ehun itzultzaile-egokitzaitetik gora izatetik hogeai pasatxora murriztu da taldea. Egokitzaitetik asko eta onak aritu dira lanean, idazle famatuak ere bai. Zorionez, oraindik ere dihardutenak ongi moldatzen dira, baina arrisku latza dago joan daitezen, ez zaie-eta behar bezala ordaintzen lana. Beste sailtako itzultzaileen aldean soldata urria dute. Zein da garrantzitsua, zein eraginkorra, diputazio-udaletxeetako apaletan gordeko den itzulpena, ala milaka laguni egunero-egunero iritsiko zaiena? Bostehun irakurle-entzako liburua ala milaka laguni egunero iritsiko zaien testu bikoiztua?

Hezkuntzan eginiko aurrerabidea kontuan harturik, kezkatzekoa da ikus-entzunezkoaren martxa motela. Astean berrehun bat film ikusteko aukera dugu telebistetan (ETB-2k asko laguntzen du horretan), euskaraz bat, edo batere ez sarritan. Zinema-aretoetan are murriztago da proportzioa: batere ez urteko aste gehienetan. Badugu zinemaldi bat ere, famatua mundu zabalean: euskaraz, zer?

Autobus eta tren linea berriak huts samarrak ibiltzen dira luzaroan jendea ohitu arte: zinema-aretoetan ez dago halako pazientziarik. Aurten 10 joan badira, datorren urtean 100 joango dira, hurrengoan 1.000, astero aukera emanda. ETB-1en asteko bi edo hiru film emanda, igoko da pixkanaka kopurua: aurten 10.000, datorren urtean 12.000 eta aurrera!

Euskal Herrian diharduten ikus-entzunezko etxe guztiei eskatu behar zaie euskararentzako leku zabalagoa eta duinagoa telebista kateetan, zinema-aretoetan, DVD-bideo ekoizpenetan. Eta eredu izan behar lukeen ETB-1i zer? Egokia ote da film bakarra ematea (edo batere ez), eta gazte edo helduentzako telesail bakar bat ere ez ematea? Latza da belaunaldi arteko etena, gero! Garai batean eman zituzten arrakasta handiko telesailak, baina bospasei aldiz errepikatu eta akabo; bidea moztu zuten, berriak eta egokiak eman orde. Filmekin gauza bera egin zuten: bazen plan bat orain 13 urte, astean 3 edo 4 film ongi hautatuak emateko, genero guztietakoak, baina plana abiarazi baino lehen alde batera utzi, eta agur Ben-Hur!

Kataluniako TV3 kateak 10.000.000 euro bideratu zituen iaz bikoizketarako. Guztira 2.500 ordu bikoiztu zituzten katalanera: hor 300 filmen bikoizketa sartzen da. Aurreko 21 urteetan pilatuari gehiturik, Kataluniako telebista publikoak 6.000 film eta 50.000 ordu ditu fikzio, dokumental eta beste zenbait produkturen artean. "Artxibo hori guztia katalanez emititu nahi duten kate guztiei doan eskaintzen diegu", dio Frances Illa TVCko kanpoko ekoizpenburuak. (EITBk saldu egiten omen die tokiko telebistei). Josep Maria Carbo TVCko bikoizketa-arduradunak dio hizkuntza dela Kataluniako telebista publikoaren ezaugarri bereizgarria. Hamar bikoizketa etxerekin egiten du lan TVCk. Bai TVC bai Kataluniako Generalitatea bikoizketa-lanak hobetzeko lanean ari dira. Adibidez, film bikoiztuak DVDen salmentarako eta bideoklubetako alokairuetarako jartzen dituzte eskura.

Guk ere badugu geure artxiboa, milaka ordu dituen, baina apaletan hautsa hartzen ari dena tamalez. Oraintsu hasia dute euskal herritar batzuek sinadurak biltzeko kanpaina bat, EITBk euskarazko emisio-orduak igo ditzan. Besteak beste, honako puntuok nabarmendu dituzte sinatzeko gutunean: EITBk dituen 4 kateetatik (ETB-1, ETB-2, ETBSAT, CANAL VASCO) ETB-1 da bakarria euskara hutsean aritzen dena. ETB-2 erdara hutsean, emisio dualak ziurta ditzakeen arren: euskarara bikoizturik dauden filmak ere euskara gabe ematen ditu. EITBk emisio dualei jaramon egingo balie, eta eredu izango balitz, estatuko beste kateei berdin jokatzeko eska lekieke: hor izango genuke *Dragoi Bola* CUATRON, *Ninja Dortokak* TVE 2an. Euskara ETBtik harago zabalduko litzateke. ETBSAT eta CANAL VASCO kateetan murrizta da euskararen erabilera. Gure eskaria da EITBk bi kate euskara hutsean izan ditzala, eta beste bi kateetan, bikoizketarik bada euskaraz, dualki eman dadila. Kezkatzen gaituen beste gai bat da EITBk oraintxe bertan zailtasun handiak jartzen dituela euskara DVDetan zabal dadin, prezio izugarriak ezarriz. Euskaraz emititzen ari diren tokian tokiko kateak kexu dira EITBk bikoizketen erabilerarako ipintzen dituen zailtasunez.

Galiziarrek eta katalanak harriturik geratzen dira, ezin sinetsirik, gure datuak ikusita arlo honetan (euskaraz 500 ordu eskas bikoizten da euskaraz, galegoz 1.500, katalanez 3.000). Eusko Jaurlearitzak eta EITBk zuzendu beharra dute azken urteotako bidea, lehenbailehen zuzendu ere, norabidea

galduta baitabiltza. Bertoko produkzioak ezin dio eutsi gaurko munduaren martxa bizkorrari, betiere mugatu samarra da-eta bere ekarpena. Bikoizketa da, mundu zabalean sortu eta denon jakin-mina pizten duena, euskaldunoi helarazteko bide zuzenena eta lasterrena.

Tamalez, urria da gaur egun gure artean itzulpengintza ikus-entzunezkoetan; hutsaren hurrengoa, egia esan. Hor dauzkagu ehunka profesional, egokitzaille eta bikoizle, etxean eskumotz edo mutu, euskara biziberritzeko antzu.

Gure hedabideei oro har begira, kezka batek hartzen nau ni azken urteotan: ez ote den euskal kultura bere baitan ixten ari, ez ote garen euskararen itxitura sortzen ari.

Funtsezkoa da gaur egun euskarak Lizardiren *Amets-Bideetan Bar-na* aurrera egitea mundura zabalik, gure kultura aberasten. Mundura leihoa zabaldu orde, ixten ari garen susmoa dut. Nago ez ote goazen Lizardiren aurreko garai ilunagoetara haren ORO-MINTZO baztertuta:

*Baiña nik, izkuntza larrekoa,
nai auna ere noranaikoa:
yakite-egoek igoa;
soiña zaar, muin betirakoa.*

Pozik irakurri genuen Aralar alderdiaren izenean hiru kidek argitaraturiko artikuluan: “2007rako aurrekontuen eztabaida eta onarpen prozesuaren ingurumarian ikusi genuen Euskarazko Bikoizketa Zerbitzuaren sorrera bultzatzeko lehen aukera... Espero dezagun urtebete barru bikoizketa-zerbitzua errealitate izatea”

Oraintsu bete dira 25 urte itzultzaile-egokitzailleak lanean hasi zirela gure artean. Garai egokia Eusko Jaurlaritzaren Euskadi Sariak haientzat ere zabaltzeko. Hogeita bost urtez isilean jardunda gero, merezi dute gizartearen esker ona.

Lehenagoek: Maria Jose Kerejeta, Lourdes Oñederra, Asun Garikano, Pello Zabaleta, Xabier Mendiguren, Nerea Lete, Jose Ramon Zubimendi, Joan Mari Irigoien, Jesus Mari Lasa, Itziar Gomez, Josean Insausti, Irene Aldasoro, Txomin Arratibel, Nieves Odriozola, Koro Zumalabe, Amaia Olkotz,

Juan Mari Mendizabal, Joseba Gabilondo, Iñaki Camino, Aintzane Oiarbide, Esteban Etxebarria, Ivan Laveguerie, Patxi Apalategi, Jon Arzallus, Josu Zabaleta, Jose Felipe eta Aitor Auzmendi anaiak... (ehundik gora).

Lehengo-oraingoez batez ere: Gema Lizarralde, Antton Garikano, Idoia Gillenea, Beatriz Zabalondo, Txiliku, Aitor Lete, Txaro Idiakez, Maite Eizmendi...

Zuzentzaileek ere bai: Eguzki, Joseba Etxebarria, Iñaki Zubizarreta...

ETB 1eko kalitate kontrolekoek: Gabino Murua, Lourdes Otaegi, Xabier Kalzakorta, Igone Etxebarria, Xabier Unzurrunzaga, Asier Larrinaga. Ana Zulueta, Iratxe Goikoetxea, Saroi Jauregi, Igone Menika...

Asko zor diegu. Asko ikasi dugu. Eragin handia izan dute 25 urteotan haurrengan, gazteengan, hiztun guztiengan oro har. Eskerrik asko!

HONAINO nire gogoeta. Erantzun diet nolabait zuen "Txostena egiteko aztergaiak" sailean egin dituzuen galderei, baina nire iritzia zehatzago jakin nahi baduzue, orain banan-banan erantzungo diet labur-labur.

- Gaur egun telebista lehenetsiko nuke nik, gero Internet eta ondoren –zalantza dut zein ordenatan– irratia eta prentsa (egunkariak eta aldizkariak).
- Adina: haurrak eta gazteak, baina etenik gabe.
- Aldizkari minoritarioek ere behar dute arreta publikoa.
- Beharbada hobe litzateke tokian tokikoak astekari izatea, egunkari orde.
- Pazientzia pixka bat behar da sortzen diren produktu berriekin.
- Zail da irakurle edo ikus-entzule kopuru bat markatzen.
- Internetek gero eta arreta handiagoa behar du, dituen baliabide mugagabeak ikusita, gazteentzat eta guztientzat.
- Gaur egun arlo garrantzitsua da Publizitatea, euskaraz landu beharrekoa, bai sortze aldetik, bai bikoizketaren edo itzulpenaren aldetik.
- Maparena garbi samar adierazi dut, nik uste, nire gogoetan barna.

- Saiatu beharra dago prentsan ere euskarak bere lekua izan dezan: zabala, duina, prestigioduna.
- Gai arinak baino gehiago, gaiak eta ikuspegia zabaldu behar dituzte euskaraz ari diren egunkari-aldizkariak, marjinalak baitira, joera politiko batera isuriak.
- Balio desberdina ematen bazaie erdarazkoari eta euskarazkoari, aurreko erantzunak argitzen du hori batez ere.
- Niretzat ez dago inolako dudarik: ikus-entzunezkoei eskaini behar zaie arretarik handiena.
- Indarrak metatu eta euskarazko prentsa irekia eta oparoa sortu beharra dago.
- Urratu beharreko bidea oparoa da, euskarak bere lekua izan dezan erdara nagusi den hedabideetan: nire gogoetan zehazki erantzun diot horri.

BINGEN ZUPIRIA GOROSTIDI

1. Udazkeneko oharrak (2006ko irailak 4)

Uda ostean aurkeztu nizkizuen oharrak dakartzat lehenengo, ondoren orduko hariari jarraitzeko:

- Euskarazko hedabideak izatea ez da jada eskubide kontua. Eskubidea badaukagu eta horregatik eta horretarako sortu genituen. Orain kontua beste bat da. Euskarazko hedabideak ez dira eskubide kontua, beharizan kontua baino. Ez dugu nahi euskarazko hedabiderik eskubidea dugulako edo euskarak behar dituelako, euskaldunek eskatzen dituztelako baino. Euskarak behar duena euskaldunek euskarazko hedabideak eskatu, irakurri, entzun eta ikustea da.
- Hizkuntzaren arloan “etorkizuneko erronka nagusia erabilera da” (Patxi Baztarrika, *Argia*-n). Hori horrela izanik, hedabideen arloan, helburua kontsumoa handitzea da, hedabideen erabilera bizkortzea. Dauden hedabideei laguntza ematea edo berriak sortzea, ez da helburu. Hori bitartekoa izango litzateke. Helburua kontsumoa indartzea da.
- Horrek eskatzen digu gure bezeroak ongi ezagutzea, hedabideetatik zer espero duten jakitea eta eskakizun horri lotutako produktuak sortzea. Demonstratu behar dugu euskaraz egiten ditugun produktuak interesgarriak eta erakargarriak direla euskaldunentzat.
- Lehentasunak ezartzerakoan irakurle-talde ezberdinak izan behar dira kontuan, eta interesgarri ikusten diren arlo edo talde ezberdinetara

iristeko ahalegina egin behar da, nahiz eta batzuetan oso kopuru txikietara iritsi (argitalpen espezializatuak edo eliteak).

2. Iritzi-emaileak vs. merkatua

Uda bukaeran bidalitako lerro haietan, merkatuaz eta produktu arrakastatsuen beharrianaz hitz egiten nuen eta zail egiten zait hari hari uztea. Merkatuaren aldekoa da nire jarrera, baina garrantzitsua iruditzen zait beste ezer baino lehen iritzi-emaileen puntu hau argitzea.

Nago, sarritan, gai eta gauza ezberdinei buruzko iritzi-bilketa egiterakoan, nahasi egiten ditugula preskribitzeko asmoa eta gogoia dutenen ikuspuntua, eta iritziak eta merkatuaren orientazioa dutenak; eta uste dut euskarazko hedabideei buruzko gogoeta egiterakoan on dela bata eta bestea bereiztea, eta zeri jarraitu eta helduko zaion aldeaz aurretik erabakitzea; zeren bati edo besteari kasu egin, ondorioak oso bestelakoak izan baitaitezke, eta denen gustua egitea, berriz, ezinezkoa. Preskribatu nahi duenak eskubideari begiratuko dio, besteek daukateneri, hizkuntzaren premiei edo izan beharko lukeeneri. Sarritan gainera ikuspuntu hau duenak ez du gogoko merkatuan dagoena eta merkatuak eskaintzen duena; ez du gogoko, eta ez du aztertu edo ulertu nahi zer egon daitekeen merkatu-joera horien azpian; behar lukeena defendatu eta ezarri nahi du, eta sarritan preskripzio hori ez dator bat merkatuak dioenarekin; eta seguruenik, merkatuaren kontra joango da.

Guri kudeatzea tokatu zaigun arloan, irrati-telebistarenean alegia, presio handia jasotzen dugu telebistak zer izan beharko lukeen eta zer eman beharko lukeen erabaki nahi lukeen iritzi-emaile askorengandik. Iritzi-emaile hauek ez dute gogoko gaur egun egiten den eta merkatuak kontsumitzen duen telebista-mota, eta harrokeriaz diote ez dutela ikusten; halere, bai guregan eta bai egiten ditugun produktuetan, sarriegitan behar baino eragin handiagoa daukate. Jakina, ondorioa begi-bistakoa da: soilik elite eta gutxiengoentzako izango diren produktuak sortzeko arriskua dago, eta merkatuak dituen nahi eta apetetatik urruti geratzen dira. Hedabideez ari garenez, komunikazioaz ari gara, eta zail da hartzailerik gabeko komunikazio arrakastatsurik.

Garrantzizkoa iruditzen zait, beraz, abiapuntu hau argi uztea. Nire iritziz, nahitaezkoa da aukera bat egitea eta aukera horrekin kontsekuente izatea.

Jakina da euskarak premia asko dituela eta premia guztiak asetzeko dauden bitartekoak, berriz, mugatuak; bai diruzkoak eta bai gizartetik sortutakoak (ez dezagun ahaztu, egia esanda, azkenean 600.000 mila hitzunek osatzen dugun komunitate batez ari garela; eta hain neurri txikiko giza talde batetik, teoriarik edo eskubidez beharko litzatekeen guztia sorraraztea, ez zait bideragarri iruditzen).

Aukera egin beharra dago, beraz, eta nire aukera ia muturretakoa izango litzateke: begira diezaiozun merkatuari; azter dezagun zer gertatzen ari den komunikazio-kontsumitzaileen artean, erabaki ditzagun adin-tarte eta giza talde estrategikoak, eta egin dezagun apustu sendo bat. Uste dut hau dela euskal hiztunentzat eta hizkuntzaren garapenerako har daitekeen erabakirik onuragarriena.

3. Merkatua eta marketinga: bide eta helburu

Euskararen kontsumoak produktu arrakastatsuak behar ditu, hartzaillearen interesa piztuko dutenak eta kontsumitzera bultzatuko dutenak. Produktu hauek sortzea eta sormen-lan horretarako beharrezko baldintzak bermatzea da dirulaguntzen bitartez bultzatu beharko litzatekeen ekintzabidea.

Benetan, Merkatuari begira jartzea oso aurrerapauso garrantzitsua iruditzen zait. Baina horrek zer esan nahi du? Idazle batek, Allen Rosenchine-k (*Funny business*), oso ondo laburbiltzen du esaldi batean: "No anote qué dicen, estudie qué hacen!" Hau da egin behar duguna, jendeak benetan zer egiten duen aztertu eta jakitera iritsi, eta horren arabera erabakiak hartu. Biak behar dira: emaitzak neurtu eta erabakiak hartu.

Ikuspegi honetatik, CIESein egin behar den ahalegin berria ondo iruditzen zait, ezinbestekoa. Laster emaitzak ikusiko ditugu.

Nolanahi ere esperientziak erakusten du produktuak sortzea ez dela aski eta laguntzen bitartez bermatu beharko litzateke hartzailleak jasoko dituela eta kontsumitzeko aukera izango duela. Batzuetan, lan asko egin ondoren lortzen da produktu txukunak kaleratzea, baina ez da beti segurua jendeak produktu horien berri izatea. Erraztasunak sortu behar dira produktu interesgarriak hartzailleengana iritsi daitezen.

Bada marketingean printzipio bat oso aproposa izan litekeena: “erabaki dezagun, beste ezer baino lehen, egingo dugunak zer balio eskainiko dion kontsumituko duenari”. Honek esan nahi du zerbait egiten dugunean kontsumitzailearengan pentsatu behar dugula, haren behar eta nahietan, eta hari zerbitzu edo produktu bat eskaini behar diogula. Hori azpimarratuko nuke, zeren eta askotan gauzak “euskararen alde” egiten eta finantzatzen dira, eta ez da hori bidea. Bidea da, berriro ere, publikoa; haren beharrak eta haren erantzuna.

4. Helburu estrategikoak: haurrak eta gazteak

Nik uste dut esperientziak argi utzi duela produktu orokorrek –publiko guztiei zuzendutakoek, alegia– ez dutela balio. Eta ikusi dugu zeinen zaila den baliabide mugatuak izanda merkatu osora eta talde guztietara iritsi nahi izatea. Neurriko trajeak behar ditugu. Hizkuntzaren ikuspegitik erabiltzailearen ikuspegira pasa behar dugu produktuak egiteko orduan. Aukera estrategiko bat egin beharko litzateke: non dago euskararen biziraupenerako giltzarria? Zein adin-tarte eta funtziotan? Zein erregistro behar ditugu? Aukera ditzagun beteko ditugun funtzioak eta besteak utzi; eta, horren gainean, argumentazioa eta diskurtsoa osatu.

Hedabideak ez ditugu ikusi behar –nahiz eta funtzio hori ere bete dezaketen– hizkuntza-normalizaziorako tresna gisara. Komunikazioa dute helburu, eta hizkuntza bitartekoa da.

Galderei erantzuna emanez, nire ustez etorkizuneko giltzarri hori publiko jakin batzuetan dago: euskara ikasi duten haur eta gazteen artean. Hauek dira hizkuntzaren ezagutzarik osoena dutenak; euskara ikusi, entzun eta irakurtzen ikasi dute; gaitasuna badute, baina aukerarik ez sarritan, eskolaz kanpo euskara kontsumitzeko; horiengan ohitura sortu ezean zail izango da etorkizunean euskal produktuen kontsumitzaileak edukitzea... Beraz, publiko horiei zuzenduta egon beharko lukete ahaleginik handienak.

Ez du horrek esan nahi haurrentzako edo gazteentzako produktuak egin behar ditugunik soilik, ez horixe; baina bai produktuak egiterakoan zabal samarrak egin beharko ditugula publiko horiei lehentasuna emanez.

5. Informazio osagarria: hainbat datu

“Euskarazko Hedabideak” izeneko azterlanak informazio eta ondorio interesgarriak dakartza hemen azal dutako gaiak zehazteko eta ondorioak bideratzeko. Nolanahi ere, uste dut interesgarria izango litzatekeela bertan jasotako datuak beste azterketa batzuekin gurutzatzea, adibidez EGMk egin ohi dituenekin, CIEsek urtean bitan egiten dituenekin, telebistaren arlorako Sofresen eskaintzen dituenekin edo Interneten kasuan OJDk edo Alexak eskain ditzaketenenekin.

Adibidez, ikerketak, eginda dagoen moduagatik, ez ditu jasotzen 16 urtez beherakoen jokabide eta joerak. Era berean, hedabide ezberdinen aurrean adin-tarte ezberdinetako pertsonak dituzten jokabideak adierazten dira, adin, jatorri eta abarren modura, era orokorrean; baina oso azaleko azterketa egingen da, eta ez da modu zehatzagoan adierazten zer dagoen jokabide horien azpian. Era berean, uste dut datuek ez dutela behar bezala adierazten Interneten munduan dauden jokaera eta kontsumoak.

Datu horietako batzuk nahi nituzke hona ekarri eta aztertu. Jakina, asko eta asko gure jardunbideari lotuta daude eta dudarik gabe azterketa sakonago bat beharko lukete; baina uste dut baliagarri direla nire gogoeta hobeto bideratzeko.

a) Haurrak

◇ **Haurrentzako telebista-programazioa**

Haurren kontsumoei begiratuz gero, badira zenbait datu bai telebistaren arloan, bai Internetenean eta bai paperean, informazio baliagarria eskaintzen dutenak.

4-12 adin-tartearen datuen azterketak dionez (SOFRES), hurrek gehien estimatzen dituzten kateen artean dago Etb1 bere programazio osoari begiratuz gero, A3ren atzetik eta beste guztien aurretik. Telebista kontsumitzen duten haurren 15,7k ETB1 aukeratzen du (ikus lehen taula).

Azterketa hau haurrentzako programazioa dagoen ordu-tarteetara eramanez gero berriz, datuek dioskue Etb1 dela katerik ikusiena (ikus 5. taula). Datu hauek 2006. urteari dagozkio, eta onak izanagatik esan behar

da azken urteotan datu hobeak ere izan dituela Etb1ek haurren adin-tarteari dagokionez.

Datuok, esan bezala, kontsumoari dagozkio eta aukeratutako ordu-tarte osoari dagozkio; ordu-tarte horretan Etb1 aukeratu dutenen batez bestekoa ematen du.

Zenbait ondorio atera daitezke:

- * hurrek naturaltasun osoz ikusten dute Etb1; hizkuntza ez da arazo; eta edukia erakargarria, edo beste kateetan ematen dena baino interesgarriagoa den neurrian, Etb1 aukeratzen dute
- * hurrek gaur egun egiten den telebista kontsumitzeko ohitura dute eta eduki estandarrak bilatzen dituzte, beste kateetan ere agertu daitezkeenak. Hurrei *Shin Shan* gustatzen zaie edo *Dragoi Bola*; eta berdin ikusiko dute Etb1en euskaraz edo A3 edo Cuatron gaztelaniaz
- * Estandar horretatik ateratzen diren produktuak ez dituzte neurri berean kontsumitzen
- * Kate berriak agertu eta eskaintza ugaltzeak eragina izan du haurren jokabidean. Batetik, kompetentzia lehen baino handiagoa da eta euskarazko eskaintza, berriz, lehen bezala, bakarra (Cuatro eta La Sextak hainbat ordu eskaintzen dizkiote haurrentzako programazioari, baina ez hori bakarrik; Euskaltel, Imagenio eta Digital Plusen paketeetan haurrentzako eskaintza ugari dago –Disney, Cartoon, e.a.–, eta guztiak gaztelaniaz.). Bestetik, kate berriak agertzeak eskari berriak sortu ditu merkatuetan telebista-produktuak erosteko, eta lehen gure moduko telebista txiki batentzat eskuragarri egon zitezkeen produktuak orain zailago daude guretzat eta errazago kompetentziako kate berrientzat.

Telebistari eta adin-tarte honi dagokionez, beraz, telebista kontsumitzen hazi den belaunaldi baten aurrean gaude, eta hizkuntzaren gainetik telebistan aurkitu daitezkeen edukirik ikusgarrienak bilatzen dituzte. ETB1en aurkituz gero bertan geratuko dira; horrela ez bada, beste nonbait bilatuko dituzte.

◇ **Karramarro**

Telebista-kontsumoaren ginetik, bada beste fenomeno bat *Betizu Klub*-aren inguruan garatu dena, baina adin kontuengatik “Euskarazko Hedabideak” lanean dagokion neurrian jasota ageri ez dena: *Karramarro* aldizkariak ari naiz.

Betizu programazioaren inguruan, Euskal Telebistak 2000. urtean *Betizu Klub*-a sortu zuen eta hasieratik hartu zuen helburu bezala haur horiei telebistaz harantzago beste euskarrietan gauzatutako euskarazko komunikazio-proposamenak egitea. Bide horretatik, 2005. urtean, akordioa egin zuen Klubak Ibaizabal argitaletxearekin euskaraz idatzitako aldizkari bat argitaratzeko, *Karramarro* izenekoa.

Egun, *Betizu Klub*-ak 70.000 bazkide baino gehiago ditu, eta akordio horri esker bazkide guztiei bidaltzen zaie *Karramarro* aldizkaria; edizio bat txikientzat egina (4-7 urte) eta bestea gaztetxoagoentzat (8-14). Aldizkaria hiru hilean behin argitaratzen da eta bazkide guztien etxeetara iristen da. Egindako kontsumo-azterketek diote haurrek gogotsu hartzen dutela aldizkaria eta sarriago jasoko luketela.

2006an bidalitako karramarroak

KARRAMARRO	ZENBAT	DATA
Karramarro haundi XI	43.075	10/03/2006
Karramarro txiki IX	29.866	10/03/2006
Karramarro haundi XII	36.794	31/05/2006
Karramarro txiki X	37.373	31/05/2006
Karramarro haundi XIII	46.122	26/09/2006
Karramarro txiki XI	29.651	26/09/2006
Karramarro haundi XIV	46.327	23/11/2006
Karramarro txiki XII	29.437	23/11/2006

◇ **Betizu.com**

Betizu Klub-arekin batera, EITBk, azken urteotan, Betizu.com izan du sarean. 2006ko urriaz geroztik, webgune berezia da eta eduki landuagoak

ditu. Haurrentzako edukiak euskara hutsean daude eta etengabe berritzen dira. Aisialdirako edukiak eta telebista-programazio eta Klubarekin lotutakoak eskaintzen ditu. Ez dakit haurrentzat antzeko beste eskaintzarik baden euskaraz Interneten.

b) Gazteak

“Euskarazko Hedabideak” azterlanaren ondorio nagusietako bat, nire ustez, hauxe da: adinari begiratzuz gero adin-tarterik gazteena (16-34) nagusitzen dela gehienetan; hala gertatzen da *Berrria*, Egaztea edo Euskal Telebistaren kasuetan. Baita Interneteko hedabideetan ere. Euskadi Irratia da salbuespena. Irrati hau da, Euskal Telebistarekin batera, 50 urtez gorako jarraitzailerik gehien lortzen duena.

Gazteen kontsumoak baditu ezaugarri berezi batzuk:

- * ikus-entzunezkoen kontsumitzaile dira, batez ere. Telebista eta Internet dituzte hedabideen artean gustukoen
- * duela urte batzuk baino telebista gutxiago kontsumitzen dute (122 minutu egunero)
- * oso selektiboak dira aukera egiterakoan: ez dute interesik agertzen informazioarekiko; nahiago dute entretenimendua
- * beste ezeren gainetik, komunikazioa eta “konektibitatea” bilatzen dute: alegia, beren lagunik minenekin ahal den denborarik gehiena harremanetan egotea; eta horretarako erabiltzen dituzte, batez ere, telefono mugikorra eta Messengerra

Atzean atxikirik doazen koadroek eta datuek telebista-kontsumoaz hitz egiten dute (ikus 2. eta 4. taulak). Kontuan izan guk erabiltzen dugun telebista-kontsumoaren azterketa, TNS Sofresek egiten duena dela eta adinari dagokionez tarte gaztea 13-24 urte bitartean dagoena dela.

Telebista-ikusleen artean gero eta pisu gutxiago dute gazteek, hurrek bezala. Adin-tarte hauetan kontsumoa estabilizatu edo jaitsi egin da, beste tarteetan (25-44, 45-54 eta 54tik gora, modu nabarmenean igo den bitartean). Nolanahi ere, datuen azterketak ondorio argiak erakusten ditu gazteon zale-tasun eta joerei buruz:

- * lehen mailako kirola maite dute (saskibaloia eta futbola)
- * *reality* programak dituzte gogoko (*Operación Triunfo*)
- * eta batez ere fikzioa dute gustuko; batik bat umorea (*Los Serrano*, *Aida*, *Aquí no hay quien viva*)

Euskal Telebistan bide horiek aukeratu ditugunean ere antzeko erantzuna jaso dugu ikusle gazteengandik. Horrela, bai futbol edo saskibalo emanaldietan, bai *Basetxea*, *Erletxea*, *Bost txakur* eta antzekoetan, edo bai fikzio edo umore emanaldietan (*Goenkale* edo *Wazemank*) gazteen artean lortzen ditugun emaitzak katearen batez bestekoak baino askoz hobek izan ohi dira.

c) Internet

On litzateke Interneten batzuen eta besteen datuak konparatu ahal izatea, baina gaur egun ez daukagu horretarako modurik. EiT Bren datuak OJDren bitartez ezagutzen ditugu, baina ez *Argia* eta ez *Berria* ez daude OJDn. Hiru hedabideak ageri garen foro bakarra Alexa da, kontsumoen arabera antolatutako mundu mailako ranking batean.

Hauek dira datuak:

Posizioa:

* eitb24.com	37.242. postuan
* eitb.com	57.328.ean
* berria.com	77.537.ean
* argia.info	402.000.ean

Jakina, datu hauetan, EiT Bren webguneei dagokienez, ez da kontuan hartzen erabilitako hizkuntza.

Beraz, eta esan bezala, zail da kontsumo datuen araberako ondorioak ateratzea. Dena den, kontuan izanda gazteen artean euskarri komunikatibo honek hartu duen garrantzia, eta kontuan hartuta bide honek ahalegin handia eskatuko duela datozen urteetan, garrantzitsua izango litzateke hedabide ezberdinen arteko konparazioak egiteko, eta batzuen eta besteen kontsumoak ezagutu eta aztertzeke, datu berdintsu eta konparagarriak edukitzea.

6. Internet edo telebista-programak ikusteko beste era bat

Okertzeko beldurrik gabe esan dezakegu Internetek toki eta garrantzi berezia hartu duela haur eta gazteen komunikazio-harremanean; ez hori bakarrik, itxura guztien arabera, aukera handiak ditu Internetek gazteen hedabiderik erabilienera bihurtzeko, urte batzuen buruan.

Nolanahi ere uste dut garrantzitsua dela aztertzea zer erabilera duen Internetek eta zer bilatzen duten bertan erabiltzaileek. Hona, nire ustez, egun dituen erabilerarik garrantzitsuenak:

- * lehen, eta nire ustez garrantzitsuena, bai erabiltzaile kopuruaren aldetik eta bai betetzen dituen funtzioengatik, “txateatzea” edo Messengerra da. Aurreko puntu batean esan dugun bezala, aukera ematen dio erabiltzaileari uneoro “konektatuta” egoteko eta komunikazio modu berriak eskuratzeko, bai jende ezagunarekin eta bai ezezagunekin. Aukera eskaintzen du, adibidez, zerbaitetan ari zaren bitartean –lanean, web ezberdinak ikusten, edo musika entzuten– besteen mezuak jaso eta erantzuteko, eta azkenean, etengabeko harremanean jarraitzeko
- * ikasleentzat eta bai era bateko edo besteko lanak egin behar dituztenentzat, Internet tresna lagungarri bihurtu da, bai lanerako materialak bilatzeko edo baita era guztietako kontsultak egiteko orduan ere
- * Internet hedabide bihurtu da: aukera eskaintzen dio jendeari interesatzen zaizkion gauza eta gaiak sarean aurkitzeko eta bere komunikazio premiak bertan asetzeko
- * Aukera paregabea eskaintzen du komunikazio-produktu berriak berehala eskuratzeko, eta gainera ordaindu gabe: musika bilatu eta jaisteko adibidez
- * Telebista-produktuak kontsumitzeko leiho berri bat da. Aukera eskaintzen du, batetik, mundu osoko telebistetan ematen diren produkturik berrien zatiak ikusteko (*Vaya Semanita* edo *Wazemank*-eko esketx asko “You tuben” ikusten dira). Bestetik, aukera ematen du zinera oraindik iritsi ez diren filmak edo telebistan

eman ez diren edo eman berri diren saioak (serieak batez ere) jaitsi, grabatu eta ondoren DVD batean ikusteko, ordenadorean bertan edo telebistan. Adibidez, bada serie bat *Heros* amerikarra, guk udazkenean emango duguna eta hainbat jendek dagoeneko emule-tik grabatu eta etxean ikusi duena.

Egoera honek aurrera egingo du seguruenik datozen urteetan, eta gure eginkizuna da pentsatzea, eta gauza bagara asmatzea, zer egoera berri sor litezkeen aurrerantzean. Ahalegina egin behar genuke irudikatzeko zer eta nolakoa izango den Internetek datozen urteetan izango duen bilakaera, eta zer jokabide izango duten erabiltzaileek hedabide berri honekiko harremanean. Gaur egungo zantzuei kasu eginez gero, pentsa liteke urte gutxi barru komunikazio bide berri bat sortuko dela Internet-telebista bikotearen inguruan. Laster posible izango da etxeko ordenagailu batean telebista ikustea. Ez harritu urte gutxi barru jendeak bizpahiru gauza batera egiten baditu ordenagailu pantaila baten aurrean: telebista programa bat ikusi, unibertsitaterako lan bat egin eta bere lagunekin txateatu; edo ordenagailuan egin beharrean, telebista pantaila batean. Auskalo, baina badirudi hortik doazela gauzak.

Gure arloa ez da teknologiarena. Hedabideok eta hedabideen inguruko erabakiak hartu behar dituzuenok edukien arloan mugitu behar dugu, eta gure eginkizuna eduki interesgarri eta erakargarriak sortzea izango da eta, gure esku dagoen neurrian, sortzen diren hedabide edo komunikazioa kontsumitzeko leiho berri guzti horietan kokatzea gure produktua, “Kaixo, hemen gaude” esanez.

PROPOSAMENAK

1. Haurrak eta gazteak

- ◇ Esan dugun bezala, publiko estrategikoa dira eta helburu hau lortzera bideratu behar dira ahaleginik gehienak, euskarri guztietan. Arlo ezberdinetarako egin daitezkeen proposamenek aintzat hartu beharko lukete helburu hau. Hemen inbertitu behar da batez ere, hemen dago etorkizuna, eta hemen dago ohitura berriak sortzeko aukera.

- ◇ Baina haurrek kolorea behar dute, entretenimendua, hemengoa eta kanpokoak. Hemen dugu, batez ere, kanpotik ekarritako produktuak arrakastatsu bihurtzeko aukera.
- ◇ Nik uste dut EiTbK arlo honetan apustu estrategikoa egin duela eta, neurri handi batean, aitzindari bihurtu garela, bai telebistan, bai Interneten, bai merkaturatutako hainbat produktutan (musika CD, haurrentzako DVD, aldizkari eta abarretan). Digitalizazioak eskainiko dituen aukera teknologikoei esker, haurrentzat egiten dugun eskaintza ugaltzen ahalegindu beharko luke EiTbK.

2. Telebistaren garrantzia

- ◇ Telebista da gaur euskara zabaltzeko tresnarik egokiena. Hiru arrazoirengatik: etxe guztietan dagoelako, gehiago edo gutxiago gehien-gehienok ikusten dugulako (euskaldun bakoitzak hiru ordu eta erdi ematen omen du telebistaren aurrean egunero) eta euskara gutxi edo batere ez dakitenez ere medio honekin harreman bat eduki dezaketelako, nahiz eta produktua euskaraz izan. Beraz, telebistari garrantzi handia eman behar zaio.
- ◇ Bide honetatik, euskaldun ez direnak telebistara erakartzeko helburuari begira, garrantzitsua izango litzateke –nahiz eta erraza ez dagoen– publiko honentzako produktu erakargarriak euskaraz eskaintzea: puntako kirol emanaldiak euskaraz. Badakigu jende gazteari ere interesatzen zaiona.
- ◇ Ezin dugu ezer egin TVEk ere euskaraz zerbait egin dezan? Eta T5, A3, Cuatrok...? Ezin dugu ezta eskatu ere? Gutxienez eskatu. Guk eskatu, haiek kezkatu!
- ◇ TOKIKO TELEBISTAK. Etorkizun ilun eta zaila daukate. Nola finantzatu behar dira? Hemen, argi eta garbi, ez dago jendearen eskari bat, ez dago bete gabeko behar bat. Ez dago merkatu bat, tokiz tokiko telebistak finantzatzeko. Egun, Espainian 1.200 toki telebista daude, eta denen artean merkatuaren %3 lortzen dute. Gaztelan ez dute lekurik; euskaraz gutxiago.

3. Musika eta formula-irratiairen garrantzia

- ◇ Ezaguna da modan dagoen musikak eta formula-irratiek jende gaztearen artean duten arrakasta. Hor daude lekuko audientzia-datuak: 40 Principales, Kiss, M80, Cadena 100... Europa osoan zein gure artean harrera ona duen produktua da. Gure artean badugu bide honetan garrantzia eta indarra dituen eskaintza bat: Egaztea. Agian irradi gaztearen formulak edo nazioarteko musika komertzialaren formulak eskaintza zabalagoa behar du euskaraz.

4. Paperezko euskarriak

- ◇ Haurrei begira, uste dut *Karramarro* esperientziak bide bat erakusten duela eta eredugarri izan daitekeela. *Betizu Klub*-ak sare zabal bat eskaintzen digu haur eta gaztetxo askorengana iristeko (70.000tik gora). Ibaizabal argitaletxearekin lortutako lankidetzak aukera eman digu jende askorengana iristeko. Hartzaille hauek produktu interesgarri gehiagoren zain daude. Agian gai izan beharko genuke denon artean honen moduko produktu gehiago sortu eta antzeko aliantzak egiteko. Helburua: haur eta gazteen etxeetara produktu interesgarri gehiago iristea.
- ◇ Jende gazteari begira, bada sortzen ari den beste errealitate bat: doaneko egunkariena. Azken EGM datuek diotenez, Espainia mailan egunkaririk salduenei aurre hartu diete. Euskal Herrian ohikoa bihurtu da hainbat ikastetxe, unibertsitate-fakultate, garraiobide, geltoki, metro-estazio eta abarretan egunkari hauek doan banatzen dituzten postuak eta pertsonak aurkitzea. Posible ote liteke *20 Segundos*, *Qué*, *Nervión* edo *ADN* bezalako egunkariek barruan euskaraz idatzitako orrialde bat edukitzea; edo kontrazala euskaraz izatea. Ez luke bestearen itzulpen izan beharko, osagarri baino; elebidunok gaztelaniazkoa irakurri ondoren euskaraz beste zerbait irakur dezagun. Eta, batez ere, zerbait ikusgarri eta entretenigarria.
- ◇ Bestetik, oso aintzat hartuko nuke dagoeneko merkatuan arrakasta lortu duen *Gaztetxulo* proiektua (5.900 irakurle) eta antzeko besteren bat balego ere bai. Gaztetxulok proiektu berria du eskuartean, Donostiako txulotik

atera eta Euskal Herri osora zabaltzeko. Uste dut etorkizuneko proiektua dela, merkatuaren onespina jaso duena, anbizioz betea eta erakargarria. Euskarri honen zabalkundean ahalegin bat egitea interesgarria litzateke.

- ◇ Uste dut euskarak paperean lortu duen produkturik interesgarrienetako bat *Hitza* dela. Irakurgai errazak sortzeari, entretenimenduari eta irakurleen jakin-min eta interesari begira euskarak paperean duen produkturik irakurrienetako bat da. *Berria* bera baino interesgarriagoa, dudarik gabe. Tokian tokiko jendeari bere inguruaren berri esaten dio, modu erraz eta interesgarrian, eta distribuzio egokia du: irakurleak ez du ahalegin berezirik egin behar; etxean jasotzen du. Badakit dauzkan lotura ideologikoak dauzkala eta gogoz kontrako zerga bihurtu dela udal eta talde askorentzat. Horrek bere zailtasunak sortzen ditu, baina *Hitza*-ren esperientziak erakutsi du badagoela tokia merkatuan gertutasuna modu erakargarrian lantzen duten pape-rezko euskarientzat, eta hartzaileak jaso eta irakurtzeko prest daudela.

5. Internet

- ◇ Bide hau indartu behar da informazio-bide modura. Paperak baino etorkizun gehiago dauka, eta euskaraz zer esanik ez. Baina, Interneteko joerak aztertu ditugunean esandakoaren bidetik, posible ote litzateke euskarazko Messengerra sortzea? Agian horrek animatuko luke jende gaztea euskarri horretan ere euskara erabiltzera.

6. Entreenimendua

- ◇ Euskarak entretenimendua behar du. Telebistan zein zineman argi eta garbi ikusi dugu. Entreenimendua da bidea, hemen ekoiztutakoa eta egindakoa. Telebistan *Goenkale*, *Jaun eta Jabe*, *Martin*, *Txiskola*, *Wazemank*, *Mihiluze*, *Kutxidazu*... izan dira arrakastaren ereduak. Nire ustez horiek dira landu behar diren ereduak, jorratu behar diren bideak.

7. Lan-taldeak

- ◇ Zaila da lortu nahi den guztia hutsetik sortzea. Ezinezkoa, landu gabeko lurak fruituak ematea. Nire ustez, nahitaezkoa da ahalegin handi bat

egitea gauza berri eta interesgarriak sortzeko gai diren edo izango diren pertsona eta taldeak identifikatzen. Behin aurkitu eta gero, talde horien aldeko apustua egin behar da, eta lagundu eta bultzatu. Euskal Telebistaren inguruan sortu diren proiekturik arrakastatsuenen inguruan hori izan da lan egiteko bidea. *Wazemank*, *Mihiluze*, *Goenkale* eta abarren atzean, hori da egon den eta landu den eredia, eta hortik sortu dira emaitzak. Uste dut, euskarazko komunikazio-produktuak sortzeko ere bide hori jorratu beharko litzatekeela.

8. Eginbidea

- ◇ Entreenimendua egiterakoan, telebistan behintzat, kanon bat dago, eta hori ikasten eta aplikatzen ikasi behar dugu. Proiektuak zerotik hasi beharrean, *benchmarking*-ean inbertitu. Hemen *Goenkale* da adibiderik hobereena: Gales-en funtzionatzen duen formula bat ezagutu eta aplikatu egin zen hemen, eta funtzionatu egin du.

9. Publizitatea

- ◇ Subentzioa ezin da izan komunikabideen diru-iturri bakarra. Publizitateak ere bere tokia behar du finantziario horretan. Eta agian interesgarri izan daiteke, zuen galdera-zerrendan esaten den bezala, publizitatea euskaraz egiten dutenei laguntza fiskalak ematea.
- ◇ Baina, uste dut komertzializazioaren puntua ere aintzat hartu behar dela. Ezinezkoa da komunikabide bakoitzak bere talde komertziala edukitzea. Gutxiago Estatutik diru-sarrerak ekarri nahi badira. Horrela ez da inoiz publizitatearen merkatu bat sortuko.
- ◇ Euskarazko komunikabide guztien komertzializazio bateratu bat egin beharko litzateke eta hori bultzatzea agian Jaurlaritzak egin beharko lukeen zerbait da. Bestela ez da inoiz errentagarritasun bat iritsiko, eta hemendik kanpoko markekin harremanetan hastea ere ez da lortuko.

10. Arrakastaren neurria

- ◇ Zuen oharrean jarri diguzuen galderarik zailenetakoa hauxe da, nola neurtu arrakasta? Non jarri merkatuaren onspena adierazten duen neurria?

- ◇ Arrakastak neurri ezberdinak izan ditzake. Audientzia ez da bakarra. Nola neurtu? Neurri ezberdinak izan litezke. Bi bide edo neurri bururatzen zaizkit:
- ◇ a) Plantea liteke laguntzak jasoko dituztenen kasuan EiTbrekiko harremanak bideratzeko aukeratu den Programa Kontratuaren moduko tresnaren bat? Agian beste izenen batekin.
 - * Alde batetik, diru-laguntza jasotzen duen hedabide horrek bete beharko lukeen zerbitzua zehaztu edo definitu beharko litzateke: zer eskaini behar duen eta zer eginkizun bete behar dituen. Era berean helburu batzuk jarri beharko litzazkioke, kasu bakoitzean behar dena edo interesgarritzat jotzen dena edo posible izan litekeena
 - * Bestetik, eginkizun horiek betez gero jasoko lukeen finantziazioa zehaztu; ahal bada urte bete baino gehiagorako
 - * Azkenik, kontrol edo ebaluaziorako tresna edo bideren bat sortu
- ◇ Sistema honek gaia gaur egungo “denontzako subentzioa” sistematik ateratzen lagunduko luke, eta beste puntu batzuen inguruan egituratuko luke Jaurlaritzaren eta subentzioa hartzen duenaren arteko lotura
- ◇ b) Helburuek anbizio-puntu bat eduki beharko lukete, eta ahalik eta neurgarrienak izan beharko lukete. Arrakasta nola neurtu erabaki beharko litzateke. Lau irizpide bururatzen zaizkit horretarako:
 - * Erreferentzia izatea
 - * audientzia
 - * antzemandako irudia
 - * autofinantziazio-maila

Amaitzeko: Eta merkatuari begira ez dagoenarekin zer?

Aurreko puntu guztietan oso “merkatuzale” agertu naiz eta jabetzen naiz kontu horrek oreka puska bat ere behar duela. Geuk ere, kudeatzea tokatu zaizkigun hedabideetan, dela ETB dela Euskadi Irratia, oreka horretan ibili behar izaten dugu.

Konturatzen naiz badirela eskari elitistagoa egiten duten hiritarrak ere eta horiek ere, ahal den neurrian, kontuan izan behar ditugula. Baina, argi utziz lehentasunetan merkatua eta talde estrategikoak daudela, eta bide horretan egin behar ditugula apusturik handienak.

Era berean, konturatzen naiz baita ere –baina ez dut amaiera arte esan nahi izan–, merkatuari eta komunikazioaren hartzaileari begira jartzeak ez digula bidea libre uzten nahi duguna egiteko edo zernahi egiteko. Produktuek kuxidade bat eduki behar dute eta muga batzuen barruan joan behar dute, baina zertarako eta norentzat ari garen ahaztu gabe.

Euskal hedabideen esparruak baditu bitxi batzuk zenbaiten gogobetetasuna lortu, euskal komunikazioaren esparruan izen propioa izan eta toki bat irabazi dutenak, eta erakundeen sostengua dutenak. Funtzio jakin bat betetzen dute eta horrek ere sostengua behar du, nahiz eta exijentziaren bat ere eskatu beharko litzaiekeen. Ez dut dudarik bai *Argia*-k, bai *Elhuyar* edo *Jakin*-ek, funtzio jakin bat dutela eta sostengua behar dutela.

1. Taula: 4-12 adin-tarteko gazteen telebista-kontsumoaren bilakaera, katez kate eta urtez urte (Sofres)

SHARE TOTAL DÍA TARGET 4 A 12 AÑOS.									
	ETB1	ETB2	TVE1	La2	T5	A3	CUATRO	LA SEXTA	RESTO
Año 1992	7,1	5,5	27,3	8,9	29,4	18,6			0,2
Año 1993	12,2	5,6	24,7	5,8	20,9	28,1			0,3
Año 1994	12,2	7,0	20,4	9,1	15,2	33,3			0,5
Año 1995	17,2	7,4	19,3	8,1	16,3	28,5			0,6
Año 1996	15,4	8,7	18,8	11,4	15,4	26,7			1,3
Año 1997	14,4	10,1	17,9	15,5	14,8	23,5			1,5
Año 1998	14,4	10,0	16,2	15,5	15,1	24,1			3,0
Año 1999	9,7	9,7	15,2	14,3	18,2	28,9			2,5
Año 2000	10,7	8,3	15,8	13,5	21,0	27,5			1,6
Año 2001	15,4	9,1	15,7	14,6	19,0	21,1			3,8
Año 2002	20,8	9,0	14,8	12,4	18,5	18,9			4,2
Año 2003	23,0	8,3	14,2	11,0	18,0	18,5			5,7
Año 2004	20,0	6,9	12,1	13,1	15,9	21,4			8,6
Año 2005	17,4	6,7	12,1	11,3	17,3	21,6	0,7		11,5
Año 2006	15,7	6,7	10,1	7,4	15,6	24,6	6,2	1,6	12,2
*Año 2007 (13,3	7,6	10,1	9,1	14,5	20,6	8,3	1,9	14,4

2. taula: Telebista kontsumoa eta haren bilakaera adin-tarteen arabera (kontsumoa minututan neurtua dago) (Sofres)

Franjas	Unidades	Cadenas >>	TOTTV	TOTTV	TOTTV	TOTTV	TOTTV	TOTTV
		Fechas	Ind. 4+	4 A 12 AÑOS	13 A 24 AÑOS	25 A 44 AÑOS	45 A 64 AÑOS	65 Y MAS
Total Día	Minutos consumo	Año 1992	169	138	128	153	198	253
		Año 1993	174	132	137	164	206	240
		Año 1994	189	124	152	177	218	271
		Año 1995	187	125	153	173	214	254
		Año 1996	191	128	161	173	222	247
		Año 1997	193	119	165	170	222	264
		Año 1998	207	128	170	180	232	300
		Año 1999	207	132	154	175	230	317
		Año 2000	201	117	151	177	232	307
		Año 2001	197	111	144	185	217	287
		Año 2002	199	114	143	175	228	300
		Año 2003	202	114	135	168	238	303
		Año 2004	215	110	135	184	254	318
		Año 2005	210	107	119	182	252	307
		Año 2006	212	108	122	190	244	297
		Año 2007 (1)	232	111	122	205	271	335

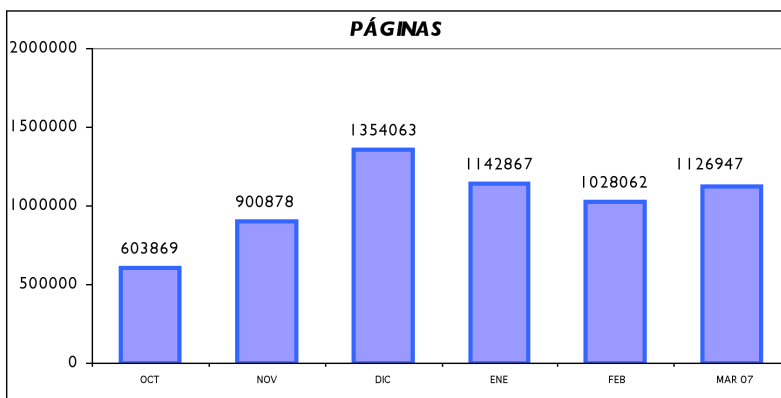
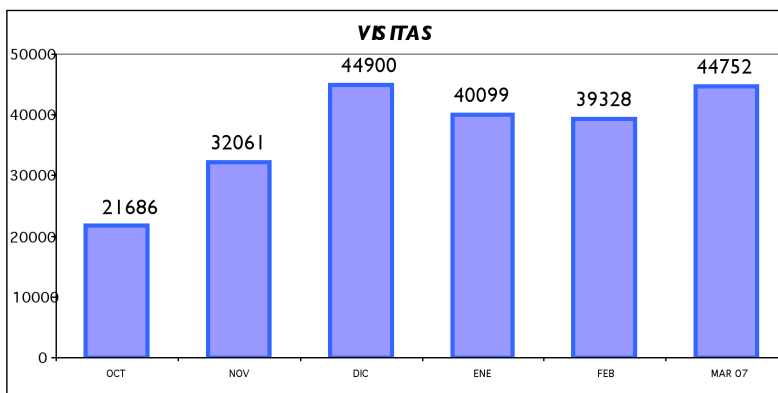
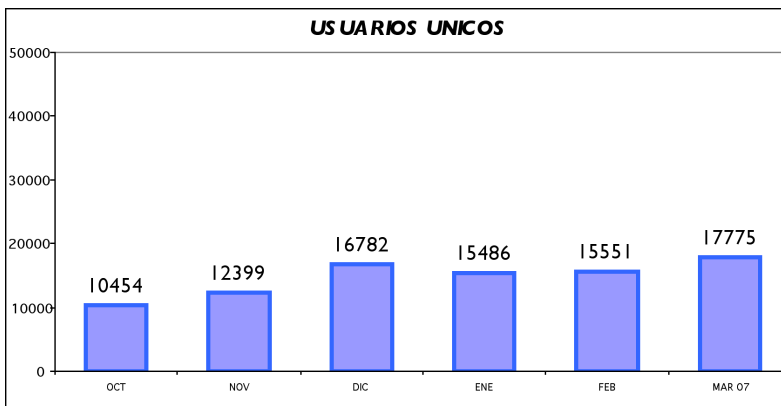
3. taula: Etb1eko hainbat saioren emaitza, ikuslego orokorrari (In. 4*) eta 13-24 adin-tarteari erreparatuta (Sofres)

ETB-1								
IRAILA 2006-MARTXOA 2007								
RANKING RTG TARGET: 13-24								
				Targets >>				
					Ind. 4+		13 A 24 AÑOS	
Título/Descripción	Día semana	Hora de Inicio	Duración	Emisiones	AM%	Cuota	AM%	Cuota
FUTBOLA:ERREGE KOPA	...X...	22:09:55	120:35:00	2	10,3	24,4	10,7	38,9
GOENKALE	LMXJV D	21:36:37	0065:19	55	2,5	5,5	3,2	10,8
KEPA JUNKERA:HIRID	22:41:02	0048:58	1	2,0	9,0	2,4	19,6
WAZEMANK	...X.S.	22:01:13	0051:32	24	2,7	7,4	2,2	12,5
MHLZ	LMXJ S.	21:32:25	0033:23	81	1,8	4,4	1,7	7,0
BOST TXAKURS.	21:31:21	0028:25	8	2,0	6,2	1,6	11,2
BALBEMENDISD	22:08:53	0057:32	17	1,7	3,8	1,6	5,6
DRAGOI BOLA Z	LMXJVSD	20:16:35	0025:08	88	1,0	3,7	1,6	12,0
SASKIBALOA:EURO LIGA	...XJ...	20:17:33	100:36:00	18	2,0	5,9	1,4	7,9
MOTORSHOWS.	20:55:58	0039:17	1	0,7	2,9	1,4	14,9
FUTBOLA:ESPAINI.L.RES	MX..SD	22:36:37	0018:32	30	2,0	5,4	1,3	6,3
SASKIBALOA:ACB LIGAV.D	19:58:17	102:43:00	3	2,2	7,9	1,2	11,8
ERLETXEA	...X..D	22:19:11	0065:58	16	1,1	2,7	1,2	4,1
ONE PIECE	LMXJV..	19:24:02	0023:13	42	1,0	4,3	1,2	14,8
ITSASOAREN URDINASD	22:15:24	0090:28	6	1,0	2,4	1,2	4,4
MARTIN	M..V...	21:59:36	0030:36	29	2,2	5,9	1,1	5,9
BI ERREPEDEAN	L.....	23:12:56	0026:25	22	1,1	2,7	1,1	4,5
PILOTA:LAU TERDIKO BANAKAKO	...JV.D	20:10:32	0059:47	15	4,0	13,6	1,1	6,9
KALAKA	...J...	22:05:05	103:17:00	25	1,1	2,6	0,8	3,0
SUPER NANNYJ.S.	21:19:28	0049:27	16	1,3	4,2	0,7	5,2
EGIN KANTUJ	LMXJV D	19:37:56	0026:42	105	0,8	3,1	0,6	5,5
ZUZEN	LMXJV..	19:44:33	0011:47	79	0,7	3,1	0,4	4,7

5. taula: Etb1eko haurrentzako programazioaren emaitzak (Sofres)

ETB1								
GOIZEZ:								
					Ind. 4+		4 A 12 AÑOS	
Total	Título/Descripción	Hora de Inicio	Duración	Emisiones	AM%	Cuota	AM%	Cuota
2002/2003	BETIZU	7:41:04	123:02:00	216	0,8	16,8	6,7	53,5
2003/2004	BETIZU	7:43:35	131:07:00	226	0,8	14,4	6,0	47,2
2004/2005	BETIZU	7:38:57	150:01:00	217	0,7	12,3	4,4	40,4
2005/2006	BETIZU	7:32:39	167:48:00	217	0,5	8,4	3,7	34,7
2006/2007	BETIZU	7:35:44	155:36:00	163	0,4	6,4	3,0	25,6
<i>*hasta 17abr2007</i>								
EGUERTIA:								
					Ind. 4+		4 A 12 AÑOS	
Total	Título/Descripción	Hora de Inicio	Duración	Emisiones	AM%	Cuota	AM%	Cuota
2002/2003	BETIZU	13:48:30	0038:54	219	1,6	7,6	9,6	47,8
2003/2004	BETIZU	13:53:57	0044:12	215	1,6	6,7	9,0	49,4
2004/2005	BETIZU	13:55:13	0045:33	231	1,1	4,4	6,2	37,1
2005/2006	BETIZU	13:20:31	0084:31	222	0,6	3,0	3,6	33,7
2006/2007	BETIZU	13:23:19	0069:50	169	0,5	2,5	2,8	25,0
ARRATSALDEZ:								
					Ind. 4+		4 A 12 AÑOS	
Total	Título/Descripción	Hora de Inicio	Duración	Emisiones	AM%	Cuota	AM%	Cuota
2002/2003	BETIZU	18:14:21	128:17:00	192	1,1	5,9	7,8	56,5
2003/2004	BETIZU	18:09:38	133:16:00	191	1	4,9	6,2	45,5
2004/2005	BETIZU	18:11:30	122:54:00	187	0,8	3,9	4,7	38,7
2005/2006	BETIZU	17:58:31	0097:38	200	0,5	2,5	3,1	32,3
2006/2007	BETIZU	18:07:58	113:34:00	144	0,5	2,7	2,9	27,9
ZUZEN								
					Ind. 4+		4 A 12 AÑOS	
Total	Título/Descripción	Hora de Inicio	Duración	Emisiones	AM%	Cuota	AM%	Cuota
2002/2003	BETIZU ZUZENEAN	19:39:30	0024:13	261	1,3	6,1	8,6	55,2
2003/2004	BETIZU ZUZENEAN	19:19:07	0061:44	165	1,5	6,6	9,5	56,8
2004/2005	ZUZEN	19:20:04	0058:21	135	1,3	5,6	7,8	49,0
2005/2006	ZUZEN	19:01:33	0029:41	138	0,7	3,3	4,6	38,9
2006/2007	ZUZEN	19:44:32	0010:58	109	0,7	3,0	4,4	30,1

6. taula: Betizu.com webgunearen emaitzak (OJD)



7. taula: eitb.com eta eitb.24 webguneen emaitzak, hizkuntzaren arabera:

