

Euskarazko kulturaren kontsumoa ulertu nahirik

Josu Amezaga

UPV/EHUko Ikus-entzunezko Komunikazioa eta Publizitate Saileko zuzendaria eta NOR Ikerketa Taldeko kidea

Nolabaiteko kezka plazaratu du euskarazko kulturaren kontsumoari buruz azken hilabeteetan Elkar Taldeak argitaraturiko txostenak. Siadeco ikergu-neak burututako merkatu ikerketa da (Siadeco, 2017), Euskal Herri osoko lagin bati eginiko inkestan oinarritua.

Gehien nabarmendu diren emaitzak honela labur litezke: batetik, euskaldunek gehiago kontsumitzen dituzte erdarazko kultur produktuak (liburuak, musika eta komunikabideak) euskarazkoak baino; bestetik, euskarazko produktuen presentzia txikia da Euskal Herriko kultur kontsumoan. Halaber, txostena ezagutarazi eta handik aste gutxira etorri da bigarren txosten bat (Eusko Jaurlaritza, 2018), Araba, Bizkaia eta Gipuzkoan eginikoa, eta antzeko ondorioak ateratzen ditu.

Jakinek eskatuta, bereziki lehen txostenaren irakurketa propioa egitera dator artikulu hau, euskarazko kulturaren kontsumoa ulertzeko garrantzitsutzat jotzen diren zenbait datu eta analisi eskaini asmoz. Izan ere, errealitatea ulertzea lehenbiziko urratsa baita bera aldatu ahal izateko.

Helburu horrekin, lehenik testuinguruko datu gutxi batzuk eskainiko dira, geroago Siadecoren inkestak ematen dituen datu batzuk aurkezteko. Geroago analisisira joko da, azken hamarkadetan gertatu diren zenbait aldaketa sakon mahai

ganean jarriz. Horietako batzuk Euskal Herrian gertatu dira, eta beste batzuk maila globalekoak dira. Azkenik, ondorio batzuk aurkeztuko ditu artikuluak.

Sarrera hau amaitzeko, egileak eskerrak eman nahi dizkie Elkar Taldeari, Jakini eta Siadecori lan hau egitera bultzatu eta horretarako emandako laguntzagatik.

Testuingurua

Ezer baino lehenago, Siadecoren txostena zer den argitu beharra dago: izenak berak dioenez, merkatu ikerketa bat da. Hortaz, merkatuan (beraz, salerosketan) eskuratu eta 'kontsumitzen' den kulturaz ari gara; areago, izenburuak berak zehazten du irakurketa eta musika ohiturak jarri direla jomugan. Merkatuak kulturaren –euskal kulturaren ere– gero eta leku handiagoa duen arren, bistan da kultur praktikak merkatutik harago doazela: praktika ugari ez daude merkatuari lotuta, edo lotuta egon arren ez dira ikerketa honen xede izan. Begi bistakoa da, baina komeni da ez ahaztea.

Testuinguruari erreparatuta, lehen konstatazio bat egin daiteke: Europako beste herrialde batzuekin alderatuta, Euskal Herrian irakurtzeko ohitura handia dago. Eurostaten arabera, Luxenburgoko biztanleek irakurtzen dituzte gehien liburuak kontinente zaharrear: 26-54 adin tarteko populazioaren %82k esaten dute azken urtean gutxienez liburu bat irakurri dutela (European Commission & Eurostat, 2016). Jarraian datoz Alemania, Austria, Finlandia, Estonia eta Txekiar Errepublikak. Hego Euskal Herria azken horren gainetik geratuko litzateke, %67 duela (Instituto Nacional de Estadística, 2017), Europako herrialde gehien gainetik.¹

Eurostatek ez bezala, Siadecoren inkestak ez du neurtzen populazioak azken urtean libururik irakurri ote duen ala ez, azken sei hilabetean baizik. Eta Euskal Herri osorako ematen duen datua (beti ere 26-54 adin tartean) altua da: %70; Espainiako Estatistika Institutuak Hego Euskal Herrirako ematen duena baino apur bat gorago, beraz.

Euskaldunek euskarazko libururik irakurri ote duten galde-tuta, aldiz, hona Siadecoren datua: %40k diote baietz. Ikusten denez, aurreko kopurutik asko urruntzen da: oraindik ere Portugalen antzera eta Errumanian edo Turkian urtebetean irakurtzen dena baino gorago badago ere, euskaldunek erdaraz irakurtzen duten kopurutik oso behera dago. Hemen datza inkestak erakutsi duen arazoetako bat: euskaldunok asko irakurtzen dugu, baina gehienbat erdaraz. Horrela, Euskal Herriko 16 urtetik gorako populazio osoa hartzen badugu, %69k irakurri dute libururik azken sei hilabetean, baina %6k soilik irakurri dute euskarazko libururik.

Euskaldunok asko irakurtzen dugu, baina gehienbat erdaraz: %69k irakurri dute libururik azken sei hilabetean, baina %6k soilik irakurri dute euskarazko libururik

Bestalde, euskaldunen %58k oso gutxitan irakurtzen dute euskaraz (azken liburua duela sei hilabete baino gehiago), edo inoiz ere ez.

Musikaren kontsumoari dagokionez, inkestak datu deigarriak ematen ditu: euskal musika bereziki euskaldunen gustukoa da, ez elebakarrena. Euskaldunen %18k bere gogokoan artean kokatzen duten bitartean, populazio orokorraren %6k kokatzen dute.

Euskarazko prentsari dagozkion datuek ere ildo bera erakusten dute: oro har euskal herritarrok prentsa irakurleak garen arren (beti ere inguruko herrialdeekin alderatuta), euskaldunen %14k baino ez dute kokatzen euskarazko prentsa bere bi gehien irakurritako egunkarien artean. Datu horiek bat datoz beste neurketa batzuekin: orobat, euskaldunen erdira apenas heltzen den egunero euskarazko komunikabideren bat kontsumitzen dutenen multzoa (Amezaga & Salces-Alcalde, 2016).

Datuak esanguratsuak dira: Euskal Herrian kultur kontsumo handia dago, baina kontsumo hori ez da euskaraz

egiten. Arrazoiak konplexuak izango bide dira, eta hurrengo orrialdeetan kontuan hartu beharreko datu eta analisi batzuk emateko saiakera egingo da, errealitate hori hobeto ulertzeko asmotan. Faktore asko aztertu beharko lirateke errealitate hau bere osoan ulertzeko: produktuen eskaintza hizkuntza ezberdinetan; produktu horien eskuragarritasuna; industria eta banaketaren egoera; hizkuntzari lotutako faktoreak; kultur praktiketan gertatzen ari diren joera globalak, eta beste asko. Artikulu honetan gehienbat azken hamarkadetako aldaketa soziolinguistikoari erreparatuko zaio, bai eta joera global batzuei ere.

Euskaldungoaren hazkundera

Euskaraz ulertu, hitz egin, irakurri edota idazteko ahalmena duten biztanleen kopurua asko hazi da azken lau hamarkadetan. Erroldako datuak hartuta (bi urtetik gorako populazioan), EAEn 447.776 euskaldun zeuden 1981ean, eta 895.942 ziren 2016an (%100 gehiago). Nafarroa Garaian 51.444 euskaldun zeuden 1986an, eta 80.156 ziren 2011n (%56 gehiago). Ipar Euskal Herrian, ordea, galdu egin dira euskaldunak, 16 urtetik gorako populazioan bederen: 69.000 inguru euskaldun ziren 1991n, eta 51.000 inguru 2016an (%26 gutxiago).²

Hazkunde hori nola gertatu den kontuan hartu beharra dago, orain dugun errealitatea ulertuko badugu. Ezagutzaren igoera nabarmen hori, nagusiki, euskaldun berrien –hots ama-hizkuntza euskara izan gabe gaur egun euskaraz hitz egiteko gai direnen– fenomenoak esplikatzen du neurri handian. EAEn ama-hizkuntza euskara (edota euskara eta erdara) duten biztanleen kopurua apenas igo den hamarkada hauetan: 439.756 ziren 1986an, eta 30 urte beranduago, 2016an, 481.929. Alabaina, ikusi dugunez, euskaraz hitz egiteko gai direnen kopurua bikoiztu egin da; hortaz, hazkundera, ia bere osoan, ama-hizkuntza euskara izan ez duten euskaldunen ekarpenari zor zaio. Nafarroa Garaian ere 1986an ama-hizkuntza euskara (bakarrik edo beste batekin) 45.598 biztanlek

zuten, eta 59.981ek, aldiz, 2011n. Hemen ere, beraz, handia izan da euskaldun berrien ekarpena. Horrela, Hego Euskal Herriko gaurko euskaldunen ia erdiak (%44,5) euskaldun berriak direla esan daiteke. Iparraldean, ordea, fenomeno hori apalagoa da, nahiz eta, errolda daturik ezean, ezin dugun kuantifikatu. Dakiguna da, Soziolinguistika Inkestak esanda, 2016an 16 urtetik gorako euskaldunen %16 euskaldun berriak zirela.

Euskaldun berri horiek toki eta giro ezberdinetan ikasi dute euskara, baina azken hamarkadetan bat nagusitzen da beste guztien gainetik: eskola. Duela gutxi EAeko euskaldun berriei buruz argitaraturiko lan interesgarri batean (Ortega, Amorrortu, Goirigolzarri, & Urla, 2016), nabarmen geratzen da azken hamarkadetan euskara bigarren hizkuntza gisa eskuratzeko moduan gertatu den aldaketa. Horren arabera, eskola izan da gaur egungo euskaldun berri gazteentzat (16-36 urte bitartekoentzat) euskara ikasteko leku nagusia, nabarmenki. Gizaldi zaharragoek euskaltegian ikasi zuten gehiago eskolan baino.

Euskara bigarren hizkuntza gisa eta eskola sisteman ikasi izanak inplikazio sakonak ditu. Izan ere, Txepetxek hizkuntza gutxituen berreskurapen prozesuari buruzko bere teorian (Sánchez Carrión, 1987), bide ezberdin bi bereizten zituen, orobat, euskaldun zahar eta euskaldun berrientzat. Haren aburuz, bide horiek naturala eta kulturala ziren. Bide naturalean, ama hizkuntzaren hiztuna erabileratik hasten da hizkuntzaz jabetzen: ingurunean egiten den hizkuntza erabiliz, haren ezagutza eskuratuz doa. Eta, ezagutzaren ostean, hizkuntzarekiko kontzientzia eta motibazioa datoz. Bigarren hizkuntza gisa eskuratzen duenaren ibilbidea, aldiz, ezberdina da: abiapuntua motibazioan dago, eta motibazioak darama hizkuntza ikastera, ikasteak erabilera ahalbideetuko diolarik.

Bide biak elkarren osagarriak dira, eta hiztun batek, batetik zein bestetik abiatuta, biak burutu ahal ditu: modu naturalean ikasi duenak, hirugarren urratsean erdietsitako motibazioak bultzatuta, ezagutza sakontzera jo dezake, eta horrek erabilera berria ekarriko dio. Era berean, motibaziotik

abiatutako hiztunak, behin erabilerara iritsita, ikasten jarraituko du erabilera dela medio, hortik kontzientzia areagotuz. Horrela, kontrako norabidean doazen ibilbide bi baino gehiago, azkenean itxi egiten den zirkulu gisa uler daiteke hizkuntza gutxituaren jabetzaren prozesua. Bide naturalaren eta bide kulturalaren arteko aldea, hortaz, ez legoke prozesuaren amaieran, abiapuntuan baizik: batean abiapuntua erabilera delarik, bestean motibazioa da.

Txepetxen ekarpen hori duela hiru hamarkadako da, eta, esan dugun moduan, panorama soziolinguistikoa asko aldatu da orduetik hona. Urte haietan goia jo zuen, ikasle kopuruan, helduen euskalduntze mugimenduak (Iñigo, 1999),³ haien artean euskara ikasteko motibazio nagusiak integratzaileak izanik, lanarekin lotutako instrumentalen oso gainetik (AEK Soziologia Taldea, 1986). Testuinguru hartan, euskara bigarren hizkuntza gisa ikastera hurbiltzen zirenek motibazioa zuten abiapuntu, Txepetxek azaldu bezala.

Euskara bigarren hizkuntza gisa eskolan ikasi dutenek, ordea, beste abiapuntu bat dute: orobat, motibazioa jar li-

Ikuspuntu sozial batetik, esan daiteke motibazioa agertzen dela berriz ere hiztun berriaren jabetze prozesuan; baina banakoaren ikuspegitik ez da hala gertatzen

teke prozesuaren hasieran, baina ez hiztun berriaren motibazioa, haren gurasoena baizik. Gurasoek erabakitzen baitute, umeak eskolatzeko unean, zein hizkuntza eredutan eskolatuko duten. Horrela, ikuspuntu sozial batetik, esan daiteke motibazioa agertzen dela berriz ere hiztun berriaren jabetze prozesuan; baina

banakoaren ikuspegitik ez da hala gertatzen. Eskolako hizkuntza aukeratzeko betarik izan ez duelarik, euskarazko eskolan murgiltzen den umeak bere inguruan aurkitzen duena erabilitako hizkuntza bat da, eta erabiliz hasten da ikasten, bide naturalean bezala. Alabaina, bide natural hori mugatua da: izan ere, euskara erabileratik ikasiko du, baina erabilera

murriztua da hori, gehienbat eskolara mugatutako erabilera. Eskolan egiten diren jarduerak euskaraz egiteko gaitasuna eskuratuko du, baina ez eskolatik kanpo egiten diren beste zenbait hizkuntza erabilera. Bitartean, eskolaz kanpoko bizitzaren zati handi bat (familia eta giro ez euskaldunetatik datozen umeen kasuan) erdaraz garatuko du. Hortik ezagutza mugatua ere etorriko zaio, eta horrek hirugarren urratsean den motibazioan ere ondorioz izango du.

Unibertsitatean burututako ikerketa lan batek agerian uzten du auzi hori. Ikasketa guztiak euskarazko ereduari burutu ostean eta unibertsitate sartzeko sarbide frogari ere euskaraz egin ostean, gaztelaniaz matrikulatzen dira hainbat ikasle. Horien motibazioak ikertuz, hizkuntza nortasunaren auzia agertzen da: euskara jadanik ikasi dute eskolan, zertarako behar dute orain unibertsitatean ere? Horrelako gogoeta agertzen da, zera erakutsiz: kasu askotan euskarari ez zaio aitortzen ingelesari baino balio handiagorik. Horrek, zalan-tzarik gabe, motibazioaren auzia jartzen du agerian (Ayes-taran, 2017).

Aldaketa horrek inplikazio sakonak izan ditzake hiztun komunitatea ulertzeko orduan. Historikoki, euskal hiztun komunitateaz mintzatu garenean, lau bektoreren arteko konbinazioaz aritu gara: ezagutza, erabilera, nortasuna eta lurraldea. Txepetxek, hizkuntzaren espazio sinbolikoa aipatzen duenean, honako definizioa ematen du: hizkuntzaren garapen osoa duen hiztunen gunea. Alegia, erabilera osoa, ezagutza osoa eta motibazio osoa batera dituzten hiztunen komunitatea (*op. cit.*). Beraz, honela uler daiteke hiztun komunitatea: jende talde batek hizkuntza bat erabiltzen du, eta erabiliz jabetzen da hizkuntzaz. Horrez gain, hizkuntzan oinarritutako nortasuna garatzen du. Eta hori, gurea bezalako egoera batean, lurralde jakin batean gertatzen da. Era berean, berreskuratze bidean dagoen hizkuntzen kasuan, nortasun horretan oinarrituta pertsona batzuek hizkuntza ikasteko motibazioa pertzibitzen dute, eta horrek hizkuntza ikastera daramatza, eta horrek erabilerara. Horrela, bide batetik zein

bestetik abiatutakoek zikloa osatzen dute, hiztun komunitatea eratuz, beti ere aipatu ditugun lau bektoreen inguruan.

Alabaina, azken hamarkadetako aldaketek bektoreen arteko harremana ukitu dute. Ezagutza ez dago motibazio pertsonalari hain lotua: esan bezala, euskaldun berri askorentzat motibazioa gurasoena izan baita, ez propioa. Bestetik, erabilera ez dago ezagutzari horren lotua, besteak beste ezagutza eskolako jardueretara mugatzen delako; EAEko eskoletan egin diren neurketek oso ondo islatzen dute eskolako ezagutzaren eta eskolaz kanpoko erabileraren arteko aldea, ingurune ez euskaldunetako umeen kasuan (Uranga, Martinez de Luna, & Aizpurua, 2013). Nortasuna ere urrundu egiten da ezagutza eta erabileratik, horiek bizitzaren arlo batzuetara mugatuak eta beste hizkuntza baten –edo batzuen– ezagutza, erabilera eta nortasunekin elkartzen direlako (Ayestaran, *op. cit.*). Azkenik, lurraldea ere urrundu egiten da ekuazio horretatik, ezagutzarako gune nagusia (eskola) eta erabilerarako zenbait gune ere (adibidez, komunikabideak) lehenago, komunikabideetatik at, hizkuntza egiten zen gune fisikoetatik harago hedatzen baita (Amezaga, 2015). Gure kasuan EAE osoa, Nafarroako zati bat edota Euskal Herri osoa, normalean arnagunetzat hartzen diren lurraldeak ez ezik gainerako euskal lurraldeak ere estaltzen baitituzte eskolak edota komunikabideek, hurrenez hurren.

Lau bektoreen arteko harremana aldatzeaz gain, horien baitan ere aldaketa nabarmenak gertatzen dira gaur egun. Ezagutzaren eremuan, hizkuntzaren jabetze prozesu naturalean oinarritutako mailaketa bat nagusitu ohi da hizkuntzaren ezagutza neurtzeko. Horrela, emantzat hartzen da lehenik hizkuntza ulertu egiten dela (ahozko hizkuntzaren ulermena esan nahi baita), geroago mintzatu, horren ondoren irakurri eta azkenik idatzi. Horiek lirateke ume batek ama hizkuntza eskuratzeko duen bidea eta ordena, eta maila bakoitzak aurrekoa bere baitan hartzen du: idazteko gai denak gainerako gaitasunak ditu. Baina gaur egungo esperientziak bestelakorik erakusten digu: euskara ikasi duten modua dela medio, badira irakurritakoa mintzatua baino errazago

ulertzen dutenak; edota idatzi hitz egin baino hobeto egiten dutenak. Izan ere, gaitasunak erabilerari lotuta daude, eta erabilera oso ezberdina da bide naturaletik euskaraz jabetu direnen eta bide kulturaletik jabetu direnen artean.

Era berean, ibilbide naturalean oinarrituta ere ulertu ohi da erabileraren mailaketa. Horrela, erabileraren lehen eremua barne erabilera litzateke, pentsamendua, alegia. Gero hurbi-lekoekiko erabilera legoke (senideak, lagunak), geroago kalea, eskola edota lana leudeke. Azkenik, hizkuntza batzuen kasuan, erabilera espezializatuak edota nazioarteko hizkuntzaren estatusa leudeke. Eskolan ikasi dutenen kasuan, ordea, lehen erabilera gunea –eta askotan gune bakarra– eskola da; beste batzuen kasuan, lantokia izan liteke. Horrela, ez da ezohikoa, gaur egun, euskara lantokian erabiltzen duten baina lagunekin, kalean, etxean edota gogoeta hutsean batere erabiltzen ez dutenak aurkitzea; euskaldun zahar askok ezagutu eta ezagutzen dute egoera hori, baina alderantziz (lantokiko hizkuntza eta etxeko hizkuntza ezberdinak izatea, alegia).

Nortasunari dagokionez, fenomeno globala da nortasun partekatuen auzia: talde nortasunak eraldatzen ari direlarik, sarritan ez dira lehen bezain finkoak eta lehen bezain elkarren eskluianteak. EAEko datuetara jotzen badugu, adibidez, euskal herritar huts sentitzen diren biztanleen ehunekoak 12 puntu inguru galdu ditu azken hamar urtean: denbora luzez %30-32 mailan egon ostean, %19an legoke gaur egun (Eusko Jaurlaritza, 2018). Hazi egin dira, ordea, euskal herritartzat gain espainiartzat ere (neurri txikiagoan izan arren) beren burua jotzen dutenen kopurua, bai eta galdera horri erantzuten ez diotenen kopurua. Horiek, jakina, ez dira hizkuntz nortasunak –ez eta nortasun politiko soilak–, baina joera batzuk islatzen dituzte.

Gaitasunak erabilerari lotuta daude, eta erabilera oso ezberdina da bide naturaletik euskaraz jabetu direnen eta bide kulturaletik jabetu direnen artean

Eraldaketa sakon horiek zenbait inplikazio dituzte hiztun komunitatea ulertzeko garaian, eta orain arte erabilitako hainbat kontzeptu berrikustera garamatzate. Horrela, ‘euskaldun’ terminoa bera ere ñabardurez josia agertzen da. ETB1eko ikusle potentziaz ari garelarik, sarritan ‘euskaldunak’ jotzen dira xede taldeztat, alegia, euskaraz hitz egiteko gai direla diotenak; kontuan hartu gabe kasu horretan xede taldea euskara mintzatua ulertzeko gai direnak izan beharko lirатеkeela (eta talde bien arteko aldea milioi erdi inguru pertsonakoa da). Modu berean, sarritan erabilera aurrez aurreko ahozko erabilerarekin parekatzen da ondorioak ateratzeko (esaterako, Hizkuntza Erabileraren Kale Neurketaren emaitzak argitaratzen direnean), neurri batean ahaztuz eskolan, unibertsitatean, administrazioan edota komunikabideetan, kasu, euskara inoiz baino gehiago erabiltzen dela orain; batzuetan ahoz, beste batzuetan idatziz. Eta abar.

Hortaz, euskarazko kultur produktuen kontsumoari buruzko gogoeta sakona egiteko, ezinbestekoa da produktu horien kontsumitzaile potentzialak zein diren eta nolakoak diren ondo ezagutzea. Eta, nire ustez, horretarako ‘euskaldun’ kategoria (euskaraz mintzatzeko gai direnak hala hartuta) ez da nahikoa.

Egokia da, beraz, euskaldunen tipologiak kontuan hartzea kontsumoa ulertzeko. Hurrengo pasarteetan sailkapen bakarra egingo dugu, euskaraz jabetzeko bidean oinarrituta; baina gehiago egin litezke: hizkuntza gaitasunetan oinarrituta, kasu.

Euskaraz jabetzeko bideei dagokienez, bi tipo nagusi ditugu: ama-hizkuntza euskara (bera bakarrik edota beste hizkuntza batetik) duen euskalduna edo euskaldun zaharra; eta euskara ama-hizkuntza izan ez duen euskalduna, edo euskaldun berria. Bi kategoria horietako euskaldunek oso jokabide ezberdina dute euskararen praktikari eta euskarazko kultur produktuen kontsumoari dagokienez, Siadecoren inkestaren arabera.

Horrela, txostenak zera erakusten du: inkestatutako euskaldun zaharren %34k beren bizitzaren zati oso handia (9-10

artean, hamarreko eskala batean) euskaraz egiten dutela diote; eta %38k zati handia (7-8 artean). Beraz, lautik hiru gehienbat euskaraz bizi direla esan liteke (7-10, hamarreko eskalan). Euskaldun berriek, ordea, bestelako bizitza erakusten dute: %24k oso gutxi erabiltzen dute eguneroko bizitzan (0-3 artean), eta %46k erdararen antzera (4-6 artean). Euskara asko (alegia, 7tik gora) erabiltzen duten euskaldun berriak %29 baino ez dira. Euskaraz jabetzeko bidea, beraz, esanguratsua dela ematen du.

Joera bera ikusten da euskarazko kultur produktuen kontsumoari dagokionez. Euskaldun zaharren %28k aipatzen dute euskarazko egunkaria bere bi egunkari irakurrienen artean, baina euskaldun berrien %10ek soilik aipatzen dute.

Euskarazko aisialdiko liburuak irakurri, azken urtean euskaldun zaharren %38k irakurri dute aleren bat gutxienez, euskaldun berrien artean ehuneko hori %27 izanik. Aldiz, lanari edo ikasketei lotutako liburuez galdetzean, proportzioa irauli egiten da: euskaldun berrien %24k diote azken urtean euskarazko libururik irakurri dutela, euskaldun zaharren %18ren gainetik.⁴ Beste alde batetik, euskaldun zaharren %37k diote euskaraz irakurtzeko ohitura edo erraztasun falta dutela, euskaldun berrien artean hori diotenak %52 direlarik.⁵

Musikaren eremuan, euskaldun zaharren %25ek bere estilo gustukoaren artean kokatzen dute euskal musika, baina euskaldun berrien %7k soilik jotzen dute berdin. Azkenik, euskaldun zaharren %48 ez dira joan euskarazko musika emanaldietara azken urtean, euskaldun berrien %59 bezala.

Hizkuntza gutxietako produktuen kontsumoaz hitz bi

Hizkuntza gutxietako komunikabideen kontsumoa aztertuz, Tom Moring finlandiarrak zera aurkitu zuen: hiztun elebidunak dituen komunitate batean, baldin eta komunikabideen eskaintza bi hizkuntzetan parekoa bada, hizkuntza

gutxituko komunikabideak lehenesten dituzte hiztun elebidunek (Moring, 2007). Joera horri *Lehentasun Zorrotzaren Baldintza* deitu zion autoreak (*Strict Preference Condition*), eta, hori esplikatzeko, nortasunari lotutako faktoreetara jo zuen autoreak geroagoko lan batean (Vincze & Moring, 2013). Hark dioenez, hiztunek nolabaiteko saria jasotzen dute, nortasunari lotua, komunikabide gutxituak aukeratuz (*Ethnolinguistic Identity Gratifications*).

Komunikabideen erabileratik hizkuntzaren ahozko erabile-rara jauzi eginez, agian faktore horrek esplikatu lezake euskararen aldeko hautua zenbait esparrutan; izan ere, Txillardegi eta beste batzuen eredu matematikoaren arabera (Txillardegi & Isasi Balantzategi, 1994) oso gutxitan gertatuko bailitzateke euskaldun elebidunek euskara hutsez aritzeko aukera matematiko garbia. Areago kontuan hartuta euskaldunak elebidunak direla; mintzakide guztiak euskaldunak diren gune batean ere hizkuntza bat edo beste aukera lezakete, beti ere

bestelako faktoreak (identifikazioa edota gaitasuna) parekoak balira. Baina oso sarritan euskararen aldekoa izaten da.

Lehentasun zorrotzaren baldintza hori bete dadin, ordea, ezinbestekoa da bi hizkuntzetako komunikabideen eskaintza parekoa izatea. Finlandian bizi diren suedieradunen kasuan –Moringen ikerketa-xede garrantzitsuena izanik– nahikoa betetzen da baldintza hori; izan ere, Finlandian suediera

Hiztun elebidunak dituen komunitate batean, baldin eta komunikabideen eskaintza bi hizkuntzetan parekoa bada, hizkuntza gutxitukoak lehenesten dituzte elebidunek

demografikoki ahula baina hizkuntza bizitasunaren irizpideen arabera sendoa da.⁶ Euskarazko eskaintza, ordea, oso apala da erdarazko komunikabideen eskaintzaren aldean. Baina testuingurua ezberdina izan arren, Moringen ekarpena baliagarri gertatzen zaigu gurea ere ulertzeko, bereziki

hizkuntza hautuaren faktore garrantzitsuenetan kokatzen baitu nortasuna. Eta arestian ikusi dugun moduan, euskararen berreskurapenaren prozesuan nortasunari lotutako aldaketak handiak izan dira.

Pareko eskaintzaren egoera batera iritsita, beste hiru faktore aztertzen ditu Moringek: hiztunak hizkuntzarekiko duen autopertzepzioa (erraztasuna, hurbiltasuna, e.a.), lurraldea (alegia, hizkuntzaren trinkotasuna espazio batean) eta harreman sarea. Hiruretatik azkena azpimarratzen du Moringek hizkuntza hautaketa ulertzeko unean: beste biak ez dira agertzen hain garrantzitsu.

Aldeak alde, ez du ematen komunikabideen kontsumoa eta kultur produktuen kontsumoa elkarren oso urrun daudenik. Horren arabera, lehenekiko jokabideak ulertzeko Moringek seinalatzen dituen faktoreak garrantzitsuak izan litezke bigarrenekiko jokabideak ulertzeko ere. Hortaz, euskarazko kultur produktuen kontsumoari dagokionez, aztertu behar ko litzatekeen lehen osagaia eskaintza da: esan ote daiteke euskarazko eta erdarazko kultur produktuen eskaintzak parekoak direla? Bistan da ezetz, eta aldea kuantifikatu nahi izateak ez luke zentzurik. Edozein liburu dendatara sartzea, edozein kioskotara hurbiltzea, edozein zine karteldegi behatzea, telebistagailua piztea, antzerki lanak arakatzea, edozein bideo bilatzea, Interneteko bilaketa egitea eta abar nahikoa da desorekaz ohartzeko.⁷ Hortaz, euskaldunek euskararekiko lehentasuna adierazi ahal izateko lehen baldintza, eskaintza orekatuarena, alegia, ez da betetzen.

Eskaintzaren tamainaz gain, kultur produktuen kontsumoa hizkuntza batera edo bestea bultza dezaketen bestelako arazo puntualak ere agertzen dira. Adibidez, liburuen eskaintzan, askotan euskarazko edizioak garestiagoak izaten dira erdarazkoak baino.⁸

Beste adibide bat telebistaren eskaintzak ematen du. Azken hamarkadetan ETB1 eta ETB2ren artean ezarri den funtzio banaketak (audientzia lehia eta informazioa bereziki bigarrenean kokatuz) esplikatzen du baten eta bestearen audientzien

artean dagoen aldea. Izan ere, euskarazko kanala egunero 160.000 pertsonak ikusten dute, eta gaztelaniazkoa 405.000k. Lehenengoan artean, gehienak (134.000, alegia, %83) euskaraz mintzatzeko gai dira, eta, bigarrenen, artean erdiak pasa (219.000, alegia, %54) ere euskaraz mintzatzeko gai dira. Areago: euskaraz mintzatzeko gai den jende gehiagok ikusten du ETB2 euskarazko kanala baino; eta ETB2 ikusten duten euskaldun gehienek (lautik hiruk) ez dute ETB1 ikusten (CIES, 2017).⁹

Hizkuntza gaitasuna arrazoia ez bada, eta kanal biak zuzendaritza beraren gidaritzapean aritzen badira, pentsa daiteke bien arteko aldea, ikusleen onarpenari dagokionez, edukian datzala. Hipotesi hori bat dator aipatu dugun funtzio banaketarekin (Amezaga, 2013).

Adibide horiekin zera nabarmendu nahi da: batzuetan badirudi hizkuntzan bertan aurkitu nahi dela euskarazko produktuen banaketaren arrazoia, merkatuaren dinamiketan erabakigarriak izan ohi diren bestelako faktoreak ahaztuta.

Sozializazioaren auzia

Orain artekoa laburbilduz, esan daiteke euskarazko kultur produktuen kontsumoa ulertzeko azken hamarkadetako aldaketa soziolinguistiko kuantitatibo zein kualitatiboak ulertu beharra dagoela. Funtsean, esan daiteke eskola sistemak euskararen ezagutza nabarmen hedatu duela; baina hori ez da nahikoa izan euskaldundu berriak euskaraz guztiz sozializatzeko. Eta kultura ohiturak, kontsumoa barne, oso lotuta daude sozializazioari.

Sozializazioa, soziologian, izaki bat pertsona bihurtzen duen prozesu multzoari esaten zaio. Jaiotzen garen unetik hasita, jendarte batean barneratzen hasten gara, pertsona oso bilakatu arte. Sozializazioa, beraz, kultura baten jabetze prozesua da: hizkuntza, ohiturak, balioak, ezagutzak eta beste zenbait osagai eskuratuz burutzen da. Prozesu horretan eragile ezberdinek hartzen dute parte, erabakigarriagoak

izanik pertsonaren bizitzaren lehen faseetan eragiten dutenak. Izan ere, sozializazioa bizitza osoan zehar garatzen bada ere, lehen faseetan oinarri behinenak ehuntzen dira. Horregatik, soziologoek bi sozializazio eragile mota bereizi ohi dituzte: lehen mailako sozializazio eragileak, eta bigarren mailako sozializazio eragileak. Lehenen artean familia, eskola eta lagunarteak kokatu ohi dira; bigarrenen artean lantokia eta beste zenbait, pertsonaren bizitzaren arabera. Azken ha-

Argi ikusten da euskaldun berriak sozializatzeko komunikabideek duten berebiziko garrantzia. Eta maila berean kokatu behar dira kultur industriak ere

markadetan komunikabideak ere kokatzen dira sozializazio eragileen artean, gero eta gehiago lehen sozializazioko multzoan, umearen gizarteratzean presentzia handia baitute.

Bistan da horrela ulertuta sozializazioa berebizikoa dela, ez soilik pertsonaren hizkuntza ohiturak ezartzeko, bai eta bestelako kultur praktikak bideratzeko ere. Horrela, lehenago aipatu ditugun aldaketa soziolinguistikoak gogoan, esan dezakegu euskaldun zaharren kasuan lehen sozializazioaren zati handi bat euskaraz garatzen dela: familian, eskolan zein -ingurune euskaldunetan- lagunartean euskaraz garatzen dira. Euskaldun berriaren kasuan, ordea, sarritan eskola da -zehazki eskolaren egitura formalak- umea edo gaztea euskaraz sozializatzen duen eragile bakarra: ez familiak, ez lagunarteak. Komunikabideei dagokienez, kasu bietan jotzen dute erdaren alde; baina lehenen kasuan nolabait sozializazioko hizkuntza giroa hausten duten osagaiak diren bitartean, bigarrenen kasuan hizkuntza giroa indartzen duten osagaiak dira.

Horrela planteatuta, argi ikusten da euskaldun berriak euskaraz sozializatzeko komunikabideek duten berebiziko garrantzia. Eta maila berean kokatu behar dira kultur industriak ere. Izan ere, euskararen ezagutza bai baina hiztun

komunitateko kide bihurtzeko bestelako osagaiak (erabilera, nortasuna edota lurraldea) modu apalagoan jaso dituztenak komunitate horretara erakartzeko bestelako alternatiba handirik ez baitago gure testuinguruan. Horrela, ezagutza hedatu ostean, edo hedatzearekin batera, hizkuntz politika batek hurrengo urratsak aurreikusi behar ditu, hiztun komunitatea trinkotu nahi badu eta komunitate horretara hiztun berriak ere integratu nahi baditu.

Hizkuntz politikaren ikuspegitik, eragiteko lekurik errazena da eskola: erakundeen kontrolpean dagoelarik, arau eta baliabideen bitartez bideratu daiteke euskararen ezagutzaren hedakuntza. Horixe da azken hamarkadetan egin dena, arazoak arazo. Familian eragitea, ordea, zailagoa du hizkuntz politika batek, banakoen erabakimenarekin topo egiten baitu. Euskal Herriko familiek euskarazko eskola ereduaren alde egin duten apustu argiak erakusten du sozializazio eragile horren garrantzia: gizaldi gazteak euskararen ezagutzara bideratu ditu, eta eskola eduki du horretarako lagun. Baina euskaldun berrien familien kasuan, hortik aurrera eragiteko aukerak txikiak dira, eta euskarazko sozializazioa mugatuta geratzen da. Lagunartean eragitea, bestalde, are zailagoa da hizkuntz politikaren ikuspegitik. Arrue Txostenak (Uranga eta beste, *op. cit.*) zenbait iradokizun egiten ditu ildo horretatik, bereziki eskolaz kanpoko jardueretan eragiteko. Baina, egitura sendo eta identifikagarriak ezean, ez da erraza lagunartean eragitea.

Komunikabideetan eta kultur industrian eragiteko modurik, ordea, egon badago. Oro har, bistan da komunikazio eta kultur industria sendoak izatea dela gakoa. Horiek baitira jendearengana iristeko ezinbesteko bideak. Gaur egun euskarak dituenak oso ahulak dira.

Erronka berriak

Gauzak aldatu, asko aldatu dira Euskal Herrian. Baina munduan ez dira gutxiago aldatu kultur praktikei dagokienez, eta esan dezakegu krisi kultural sakon batean murgiltzen ari

garela. Eta horrek, egoera berriei aurre egiteko tresna kontzeptual eta eraginkorrek izan arte bederen, ataka zailean jartzen du euskal kultura.

Sozializazio eragileei dagokienez, eragile berriak agertu dira, oso arin eta oso indartsu, eta kolokan jar dezakete gaur egun ezagutzen dugun errealitate soziala: digitalizazioari eta saretzeari lotutakoak, alegia.

Ikuspuntu historikotik begiratuta, esan daiteke mendeetan zehar familia, lagunartea eta –gure ingurunean bederen– eliza izan zirela sozializatzaile primario nagusiak. Estatu modernoarekin batera, eliza lekua galtzen hasi zen, eta eskola irabazten. Eta azken mendean komunikabideek ere irabazi dute espazioa zeregin horretan. Gaur egun, kultura digitalaren inguruan sortzen ari dira sozializazio bide berriak.

Ez da erraza zehazten zein diren ingurumari digitalean nagusitzen ari diren eragileak. Autore batzuek kontsumitzailearen autonomia azpimarratzen dute, bai eta ekoizle-kontsumitzailearen arteko banaketaren ahultzea ere (*prosumer* bezalako kontzeptuak erabilia). Horren arabera, sarean eta eskuratzeko modu errazean (legala edo alegala zein ilegala izanik) dagoen kultura digitalaren eskaintza handiaren artean, norberak aukeratzen du dastatu edo kontsumitu nahi duena; bai eta partekatu nahi duena ere. Beste autore batzuek sarean egiten diren erabilera eta kontsumo partekatuak azpimarratzen dituzte: digitalizatutako sareak (*sare sozialak*, askoren esanetan) bestelako sare sozialen luzapen erraldoi eta aldiberekoa lirateke. Zentzu horretan, nolabait, sarean gertatzen den sozializazioa lagunartean suertatzen denaren parekoa litzateke, beste eskala batean bada ere (hedadurari eta intentsitateari dagokienez). Ikerketa lerro horretatik, hortaz, lagunen, hurbilekoen edota interesgune bat partekatzen dutenen arteko harremanak eta kultur produktuen trukeak nabarmentzen dira. Azkenik, beste autore batzuek ukatu egiten dute hartzaileak edota taldeak autonomia edota boterea eskuratu izana. Ikuspuntu horretatik, sarea kolonizatzen ari diren eragile berrien botere gero eta handiagoa jartzen da mahai gainean: GAFa deiturikoak

(Google, Amazon, Facebook, Apple eta enparauak), ikus-entzunezkoen *major* edo ekoizle-banatzailerako erraldoiak eta abar izango lirateke jendearen kontsumo hazkorra erabakitzen dutenak. Batzuk, beren algoritmoen bidez ustez modu autonomoan bilatzen dena eskura jartzen dutelako; beste batzuk, sarea edukiz hornitzen dutelako.

Kulturaren digitalizazioa, informazioaren trukerako sareekin batera, sozializazio moduak eraldatzen ari da, eta oso arin gainera. Hainbat urte gutzira gure kultur kontsumoa nagusiki digitala izango da (Callejo Gallego, 2014).

Modu grafikoan adieraz daiteke kulturaren transmisioan eta sozializazioan gertatzen ari den aldaketaren sakonera: telebistari begira hezi ginen lehen euskal gizaldiko kasuan, bi eragilek mugatzen zuten zer eskuratu genezakeen tresna berri hartatik: estatuak eta familiak (gurasoek). Lehenak telebistaz hedatzen zenaren muga ezartzen zituen; bigarrenek bigarren iragazia ezartzen zuten, eskaintzan zegoenaren artean ikus zitekeenaren eta ezin zitekeenaren arteko bereizketa eginez. Telebistaren pribatizazio, liberalizazio eta transnacionalizazioarekin, estatuak kontrol horren zatirik handiena galdu zuen, familiak oraindik ere nolabaiteko ahalmenari eusten zion bitartean. Gaur egun, ordea, 10 eta 15 urte arteko euskal gazteen %75ek

Kulturaren digitalizazioa, informazioaren trukerako sareekin batera, sozializazio moduak eraldatzen ari da, eta oso arin gainera. Hainbat urte gutzira gure kultur kontsumoa nagusiki digitala izango da

smartphone bat dutelarik (Instituto Nacional de Estadística, 2017),¹⁰ gurasoek jakin ere ez dute jakiten haien seme-alabek zer ikus-entzunezko produktu kontsumitzen duten.

Kultura digitalaren ezaugarri nabarmenetako bat, bestalde, eragiten ari den aldaketen abiada da. Gaur egun gure bizitzan erabat txertatuta dauden eta eguneko hainbat

orduz okupatuta gauzkatzen zenbait teknologia eta praktika oso gazteak dira: Facebook 2006an bihurtu zen irekia, Twitter 2007koa da, Whatsapp 2009koa, lehen *smartphone*-a 2007koa, lehen tableta 2010ekoa, telebista ikusteko ohitura aldatzen ari den eta jadanik gure inguruko etxean %10era sartu den Netflix plataforma 2016an iritsi zen Espainiara. Hain aldaketa abiada biziakin zaila da atzetik etorriko diren ondorio sozialak aurreikustea, horietaz ohartzea zaila den bezalaxe. Baina sintoma ugari daude eragiten ari diren eraldakuntza oso sakona dela esateko: arestian aipatu dugun Europako *Cultur Statistics* txostenak erakusten du Europan lehen baino jende gutxiagok irakurtzen dituela liburuak, kultur ekitaldien estatistikek emanaldi mota ia guztietan erakusten dituzte jaitsierak azken urteetan, musikagintzaren industriak aspaldi dela salatu zuen salmenten jaitsieraren auzia... Horrek guztiorrek ez du esan nahi kultur kontsumoa jaitsi denik, inondik inora. Kontsumo mota batzuek (paperezko liburuak, aretoko zinema, kontzertuko musika, e.a.), behera egin dute, baina beste batzuek (ikus-entzunezkoak ikustea, musika entzutea, e.a.) oso gora. Kultur industriei horrek eragiten dien arazotik at, sozializazioaren eta kulturaren transmisioaren ikuspegitik arazoa honakoa da: orain arteko bitartekari kulturalak (sozializazioaren eragileak, inguruko kultur industriak eta instituzioak eta abar) ahultzen ari direla. Eta horrek asko zailtzen du edozein politika.

Kultura digitalaren eta saretzearen erronkaz gain, bestelako erronka bati aurre egin behar diote gaur egun munduko herriek, bereziki herri aberatsek: globalizazioa deitzen dugun fenomeno multzoak dakartzan ezegonkortasun kulturalari, dela kultur produktuen jario transnazionalaren bidez, dela migrarien mugimenduen bidez. Badira hamarkadak munduko zenbait herrialde ohartu zirela planeta mailako ondasun eta kapitalen mugimendu libreak beren kultura nazionala kolokan jartzen zuela. 1970 eta 1980ko hamarkadetan garapen bidean zeuden herrialdeek kultur inperialismoa salatu eta beren kultura zaintzeko eskubidea aldarrikatzen,

Frantzia edota Kanada bezalako herrialde aberatsek *kultur salbuespena* (alegia, kultur produktuak merkataritza libre-rako hitzarmenetatik kanpo uzteko eskubidea) onartaraztera pasatu zen 1995ean. Hortik 2005ean Unescon aho batez onartutako *kultur aniztasunaren* aldeko aldarria etorri zen, zeina munduko estatu askok beren kultura nazionala aterpean jarri eta indartzeko tresnatzat hartu zuten. Azkenik, gaur egun herrialde aberatsenak ere ari dira babes hori erakitzen, seguruenik Frantziako Iraultzatik hona ezagutu gabeko politika birnazionalizatazailerak abian jarritz. Adibide gisa, etorkinei nazionalitatea eskuratzeko ezartzen zaien hizkuntza eskakizuna: 1998an Europako Kontseiluko herrialdeen bosten batek eskatzen zien etorkinei hizkuntza nazionalaren azterketa egitea; 2013an herrialdeen hiru laurdenek eskatzen zuten jada azterketa hori (Council of Europe, 2014). Europako Batasunean, bestalde, gaur egun bi herrialdetan soilik ez da egiten eskakizun hori, Espainiak 2015ean ezarri baitzuen (Bruzos, Erdocia, & Khan, 2017).¹¹ Neurri horren atzean kultura propioa galtzeko beldurra antzematen da nabarmen.

Horrek guztiorrek kultur krisi batean murgilduta gaudela iradokitzen du. Krisi sakona, duela hamar urte piztu zen krisi ekonomikoaren mailakoa gutxienez, eta beharbada hark baino are ondorio sozial handiagoak izan ditzakeena, ondorio horiek beste modu batean ikusiko badira ere. Kulturaren transmisiorako eta gizaldi berrien sozializaziorako eragileak hainbeste eta hain arin aldatzeak arrisku hori ekar dezakeelako.

Euskarazko kulturaren kontsumoaz ari garelarik, ezin dugu errealtate hori bistatik galdu.

Ondorioak

Kultur kontsumoa kultur praktiken atal bat baino ez da, baina ezin da ukatu garrantzi handikoa dela. Kulturaren industriak gero eta pisu handiagoa du gure bizitzetan, eta ondorioz kulturen joan-etorrietan. Horregatik, kontsumoan gertatzen ari dena ondo ulertzea berebizikoa da euskal kulturaren egoera

eta bilakaera ulertzeko. Hori gogoan, Siadecoren inkestak, beste zenbait erakuslerekin batera, agerian jarri du euskarazko kultur produktuen kontsumoaren ahulezia. Potentzialki irits zezaketen populazioaren zati mugatu batengana baino ez dira iristen. Eta zati hori gutxiengo nabarmena da Euskal Herriko populazioaren baitan.

Kontsumo maila baxu hori ulertzeko, egoera soziolinguistikoan gertatu diren aldaketei erreparatu behar zaie, besteak beste. Asko hazi da euskararen ezagutza, eskolaren eraginez. Baina orain arte euskalduntasuna edo euskaldun izatea definitzen zuten bektoreak batera agertzen baziren, haien artean ia ez bereizteraino (ezagutza, erabilera eta nortasuna, normalean lurralde batean fokatuta), gaur egun bereiziz doaz. Horren ondorioz, hiztun komunitatea zeri deitzen zaion dago jokoan: euskara ezagutzen dutenen multzoa? Erabiltzen dutenena? Komunitatekide sentitzen direnena?

Hiztun komunitateari gagozkiolarik, seguruenik ez da zuzena pentsatzea azken hamarkadetan gutxitu edo desegituratu egin denik. Egokiagoa litzateke pentsatzea hazi egin dela, baina modu oso desorekatuan (bektore bakoitza bere kasa).

Gauzak horrela, eskolak euskaldundu egiten duela esaten denean, euskalduntzeaz zer ulertzen dugun argitu beharra dago. Horrek ez du esan nahi, ordea, eskolak egin duen lan izugarria kolokan jarri behar denik: aitzitik, hutsuneak hutsune, txalogarria izan da: hiruzpalau hamarkadetan euskara hitz egiteko gai direnen kopurua bikoiztu egin du. Baina bere mugak ditu, eta beste tresna batzuk behar dira hark erdietsi ezin dituen helburuak erdiesteko: alegia, euskaldun berriak euskaraz sozializatu eta euskaldun zaharrei erabilera berrietarako eremuak zabaldu; hots, euskalduntze prozesua –Txepetxek ulertu bezala– oso-osorik burutzeko bidea eman.

Hor hartzen dute kulturaren industriek eta komunikabideek berebiziko garrantzia. Familiak berea ematen badu –familia euskaldunen kasuan euskara transmitituz¹² eta familia ez euskaldunen kasuan seme-alabak euskarazko eredu-tara bidaliz eta motibatuz–, eskolak berea ematen badu

eta lagunartean eragiteko bide eraginkorrik asmatzen bada, komunikabideak eta kultur industriak dira euskarazko sozializazio prozesua burutzen lagun dezaketenak; hobeto esanda, lagundu beharra dutenak.

Horrela begiratuta, bistan da euskararen berreskurapenak ezinbestez behar dituela kultur industria sendoak eta komunikabide sendoak. Hizkuntzaren biziberritzearen ikuspegitik, ez du zentzurik esfortzua eta baliabideak eskolan fokatzek, kulturaren industriak eta komunikabideak bigarren mailan utzita. Euskalduntze prozesuak orekatua behar du izan, baldin eta eskolaren irabaziak erabilerarako eta hiztun komunitatearen hazkunderako baliatu nahi badira. Are gehiago gure piramide demografikoa kontuan hartzen badugu: gizaldi gazteenetan daukagun hutsune demografiko beldurgarria norbaitek bete beharko du herri gisa iraungo badugu (jadanik norbait betetzen ari da). Hortaz, euskararen berreskurapena eta normalkuntza ezin dira, nagusiki, eskolaren bizkar utzi, hori ez baita euskarara hurbildu beharreko populazio osoarengana iritsiko.

Euskarazko kultur produktuen eta komunikabideen kontsumo maila ondo ulertzeko, bestalde, hizkuntzatik harago-

ko faktoreak bilatu behar dira. Batzuetan hizkuntzari berari leporatzen zaio hedapena mugatuaren ardura: ezagutza falta, ohitura falta eta abar. Alabaina, bestelako faktoreek (esaterako, merkatuaren eta lehiaren funtzionamendu ohikoari dagozkionek) zein pisu duten neurtu beharko litzateke, hizkuntzaren aldagaia neutralizatuta.¹³

Euskarazko produktuen kontsumoa areagotzea, hortaz, euskal ekonomiaren sektore baten edota euskalgintzako eragile

Ezinbestekoa dugu kultur estrategia sendo bat gauzatzea. Kultur krisia ez da azken hamarkadetan bizi izan ditugun krisi ekonomikoak baino txikiagoa, eta herri gisa dugun etorkizuna dago jokoan

batzuen mesedetan egin beharreko zerbait baino dezente estrategikoagoa da. Kontsumoa areagotzea eta kultur zein komunikabide egitura sendoak izatea ez da, bere horretan, xedea, euskarazko komunitatea ehuntzeko eta trinkotzeko bidea baizik.

Erronka, ordea, oso handia da. Kultur krisi nabarmen batean murgilduta gaude, ez euskaldunak soilik, planeta osoa baizik. Sozializazio eragileak eta kulturaren transmisio bideak oso sakonki aldatzen ari dira, eta abiada bizian, saretzearen eta kulturaren digitalizazioaren bitartez. Digitalizazioa, azken batean, idazkuntza izan zenaren mailako iraultza bat da kulturaren, beharbada inprenta izan zena baino are handiagoa. Aldea abiaduran dago: idazkuntzak kulturaren izan zuen eragina ikusteko milaka urte igaro baziren, eta inprentaren kasuan ehunka izan baziren, digitalizazioaren eraginak oso epe laburrean ikusten ari gara. Horri lagundu baino ez dio egiten saretzeak. Krisi horrek, globalizazioaren beste ondorio batzuekin batera, munduko kultura guztiak ukitzen dituelarik, estatu indartsuenak ere hasiak dira, duela hamarkada batzuetatik hona, neurri trinkoak hartzen beren kulturak babesteko.

Panorama honetan, ezinbestekoa dugu kultur estrategia sendo bat gauzatzea. Kultur krisia ez da azken hamarkadetan bizi izan ditugun krisi ekonomikoak baino txikiagoa, eta herri gisa dugun etorkizuna dugu jokoan. Horregatik, aspaldi dela politika ekonomiko indartsuak diseinatu eta baliabidez hornitzen diren bezala, kultur politika sendoak ere behar dira. Utzi beharra dago kultura aisialdi, luxu edo garai onetarako zerbait bezala ikusteari. Kultura eta hizkuntza dira euskaldunoi izateko motiboa ematen digutenak. Horregatik, nekez ulertzen da gure ongizatea bermatu nahi duen industria estrategia bat garatzea, haren eskutik kultur estrategia bat garatzen ez bada. Eta horretan, nire ustez, bide luzea dugu egiteke. 🍷

Oharrak

1. Europako datuak 2011koak dira, eta zoritxarrez Eurostaten inkestak ez du Frantziako daturik ematen.
2. EAE eta Nafarroa Garaiko datuak Eustat eta Nafarroako Estatistika Institutukoak dira. Ipar Euskal Herrikoak Soziolinguistika Inkestakoak. Azken horri dagokionez, esan beharra dago jaitziera 2011ra arte gertatu zela; handik hona jaitziera gelditu eta 200 euskaldun irabazi dira.
3. AEKn bakarrik 1986an 20.000 ikasle zeuden euskara ikasten Euskal Herri osoan. Kopuru horri HABEn eta beste euskaltegi zein akademia batzuetan ikasten zeudenak gehitu behar zaizkie.
4. Datuak egokiro interpretatzeko, zera zehaztu behar da hemen: euskaldun berriak, oro har, gazteagoak dira euskaldun zaharrak baino: lehenen batez besteko adina 39 urte da, eta bigarrenen batez bestekoa 45. Horrek esplikatzen du, adibidez, lanaldiari edota ikasketei lotutako liburuen irakurketaren aldea. Hala ere, adinak euskaldun zaharren eta euskaldun berrien jokatibidearen arteko aldearen zati bat baino ez du esplikatzen.
5. Esanguratsua da, euskaldun berri askok eskolan ikasi arren, euskaraz irakurtzeko erraztasun edota ohitura falta dutela nabarmentzea, euskaldun zaharrek baino gehiago. Izan ere, euskaldun berri askok euskara ikasi duten lekua eskola bada, pentsa liteke euskaraz irakurtzeko gaitasuna eta ohitura oso garatuta eduki beharko lituzketela. Aztertu beharko litzateke erantzun honekin pertzepzio bat edota egitate objektibo bat adierazten ote den.
6. Finlandian bertan ekoitziak zortzi egunkari daude suedieraz (zazpi tokikoak eta bat komunitate osora iristen dena), gehi bi irrati eta telebista kanal bat. Horiei Suediatik jaso daitezkeen komunikabide guztiak gehitu behar zaizkie.
7. Zenbakiak maite dituenak, edozelan ere, datu ugari aurkituko ditu Kulturaren Euskal Behatokian.
8. Hirugarren hizkuntzetatik euskarara eta erdaretara itzulitako hainbat libururekin gertatzeaz gain, euskaraz sortu eta erdaretara itzulitako zenbait libururekin ere gertatzen da. Hau fenomeno konplexua da, eta ez dago euskal argitaletxeen politikari loturik, ez eta seguruenik laguntza sistemari loturik ere. Arrazoiak merkatu potentzialaren taiman bilatu behar dira. Baina konponbiderik gabeko arazoa balitz ere, mahai gainean jarri beharra dago, euskarazko liburuen irakurketa joerak ulertu nahi badira.
9. Analisia gehiago finduz, esan daiteke euskaraz gaitasun handiena dutenen artean ere (hitz egin ez eze irakurri eta idatzi ere egiten dutenen artean, alegia), gehiago direla ETB2 ikusten dutenak ETB1 ikusten dutenak baino.

10. Euskal Herrikoa Europako tasa altuenetakoa da.
11. Zalantzarik gabe, kontuan hartu beharreko datua euskal kulturaren eta euskararen aldeko edozein politika diseinatzean.
12. Oro har, guraso euskaldunek oso neurri handian transmititzen diete euskara seme-alabei, eta oraingo gurasoek lehengoek baino gehiago (Hizkuntza Politika Sailburuordetza & Euskararen Erakunde Publikoa, 2016). Guraso euskaldun berriek ere oso transmisio maila altua gauzatzen dute (Ortega eta beste, *op. cit.*).
13. ETB sortu zenean, 1982an, errekurrentea zen indiarrek edo koloreko pertsonak euskaraz entzutera ohituta ez geundela esatea, horrek audientziak lortzeko zailtasuna esplikatuko zuelakoan. Kontua da urte hartan euskal herritarrek 20-25 urte zeramatzatela estigmatizatutako pertsona haiek gaztelaniaz zein frantsesez entzuten (telebista sortu zenetik, alegia). Aurten ETBk 35 urte beteko ditu, eta irudi luke denbora hori ez dela nahikoa izan ikusleak euskaraz entzutera ohitzeko.

Erreferentziak

- AEK Soziologia Taldea. (1986). *AEKko ikaslegoa. Oinarrizko lan bat*. Gasteiz: AEK.
- Amezaga, J. (2013). 'Euskal Telebista 30 urteren ostean'. *Jakin* 194-195, 11-50.
- (2015). 'Hizkuntza gutxituak komunikazio espazio nazionalen aldatketen aurrean'. *Bat Soziolinguistika Aldizkaria* 92-93, 49-66.
- Amezaga Albizu, J., & Salces-Alcalde, G. (2016). 'Euskarazko komunikabideen hedadura'. In L. Mimenza (arg.). *Euskal hedabideen urtekaria 2016* (or. 39-56). Andoain: Hekimen. <http://behategia.eus/euskal-hedabideen-urtekaria-2016/http://behategia.eus/wp-content/uploads/2016/02/Urtekaria-2016.pdf>
- Ayestaran, J. (2017). *Zergatik euskaraz? GG. eta KK. Zientzietako ikasleen matrikulazio joeren analisisa, hizkuntzen arabera*. Argitaratu gabeko Gradu Amaierako Lana. UPV/EHU, Leioa.
- Bruzos, A., Erdocia, I., & Khan, K. (2017). 'The path to naturalization in Spain: Old ideologies, new language testing regimes and the problem of test use'. *Language Policy* 1-23. <https://doi.org/10.1007/s10993-017-9452-4>
- Callejo Gallego, M. J. (2014). 'El consumo de cultura digital: crecimiento continuo, lento y con sombras'. In E. Bustamante & F. Rueda, Observatorio de la Cultura y la Comunicación, Fundación Alternativas (argk.). *Informe sobre el estado de la cultura en España 2014* (or. 133-144). Madrid.

- CIES (2017). *Estudio de audiencia de medios. Acumulado 2017*. Iruñea.
- Council of Europe (2014). *Linguistic Integration of Adult Migrants: Policy and Practice. Final Report on the 3rd Council of Europe Survey*. Estrasburgo: Council of Europe, Language Policy Unit. Project LIAM: www.coe.int/lang-migrants
- European Commission, & Eurostat (2016). *Culture statistics: 2016 edition*. Luxemburgo: Publications Office. <http://bookshop.europa.eu/uri?target=EUB:NOTICE:KS0415737:EN:HTML>
- Eusko Jaurlaritz (2018). 66. *euskal soziometria - kultura*. Eusko Jaurlaritz.
- Hizkuntza Politika Sailburuordetza, & Euskararen Erakunde Publikoa (2016). VI. *Soziolinguistika Inkesta*. Gasteiz. www.eke.org/eu/kultura/euskara/soziolinguistika/inkesta-soziolinguistikoa-2011
- Instituto Nacional de Estadística (2017). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los Hogares*. Madril: Instituto Nacional de Estadística.
- Iñigo, J. J. (1999). 'Helduen euskalduntze eta alfabetatzearen herri mugimendua'. *Bat Soziolinguistika Aldizkaria* 7-8, 187-208. www.soziolinguistika.eus/bat-artikuluak/40
- Moring, T. (2007). 'Functional Completeness in Minority Language Media'. In M. Cormack & N. Hourigan (argk.). *Minority Language Media. Concepts, Critics and Case Studies* (or. 17-33). Clevedon, UK: Multilingual Matters Limited.
- Ortega, A., Amorrortu, E., Goirigolzarri, J., & Urla, J. (2016). *Euskal hiztun berriak: esperientziak, jarrerak eta identitateak*. Deustu: Deustuko Unibertsitatea.
- Sánchez Carrión, J. M. (1987). *Un futuro para nuestro pasado. Claves de la recuperación del euskera y teoría de las lenguas*. Donostia: Txepetx/Elkar.
- Siadeco (2017). *Elkar Taldea eta Euskal Herriko irakurketa eta musika ohituren azterketa*. Elkar.
- Txillardegi, & Isasi Balantzategi, X. (1994). *Soziolinguistika matematikoa*. Bilbo: Udako Euskal Unibertsitatea.
- Uranga, B., Martínez de Luna, I., & Aizpurua, X. (argk.). (2013). *Ikasleak hiztun. 2011ko Arrue proiektua: Ikerketaren emaitza. Adituen iritzi-azalpenak*. Gasteiz: Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia. https://issuu.com/skluster/docs/ikasleak%7B_%7Dhiztun
- Vincze, L., & Moring, T. (2013). 'Towards ethnolinguistic identity gratifications'. In E. H. G. Jones & E. Uribe-Jongbloed (argk.). *Social Media and Minority Languages: Convergence and the Creative Industries* (or. 47-57). Bristol: Multilingual Matters.