Euskara eta Digitalitatea: hamar begirada eginikoari eta egitekoari

Uxoa Iñurrieta Urmeneta (argtz.)

Xabier Arregi Iparragirre, Gotzon Barandiaran Arteaga,
Gorka Bereziartua Mitxelena, Ander Bolibar Zabala,
Klara Ceberio Berger, Ainara Estarrona Ibarloza,
Maddi Etxebarria Bilbao, Uxoa Iñurrieta Urmeneta,
Libe Mimenza Castillo, Xabier Landabidea Urresti,
Leire Lisón Nicuesa, Goiatz Oiartzabal Lakarra,
Olatz Perez-de-Viñaspre Garralda

Udako Euskal **Unibertsitatea**
Bilbo, 2025

© Udako Euskal Unibertsitatea
© Uxoa Iñurrieta Urmeneta

ISBN: 978-84-8438-953-8
Lege-gordailua: BI-01616-2025

Laguntzailea: Zientzia, Unibertsitateak eta Berrikuntza Saila

EUSKO JAURLARITZA GOBIERNO VASCO
ZIENTZIA, UNIBERTSITATE ETA BERRIKUNTZA SAILA
DEPARTAMENTO DE CIENCIA, UNIVERSIDADES E INNOVACIÓN

Inprimategia: IMPRIME_ ABZ Impresión Digital
Azalaren diseinua: Igor Markaida
Hizkuntza-zuzenketen arduraduna: Ander Altuna Gabiola

Banatzaileak:
UEU. Erribera 14, 1.D Bilbo 946 790 546 argitalpenak@ueu.eus
Elkar Banaketa: Igerabide 88, Donostia
www.ueu.eus

Galarazita dago liburu honen kopia egitea, osoa nahiz zatikakoa, edozein modutara delarik ere, edizio honen Copyright-jabeen baimenik gabe.

Liburu honek UEUren argitalpengintzako ebaluazio-prozesua gainditu du.

Aurkibidea

Hitzaurrea,
Uxoa Iñurrieta Urmeneta **7**

1. Euskararen aztarnak sarean: kartografia digitala osatzeke,
Libe Mimenza Castillo **9**

2. Euskara, digitalizazioa eta paradigma-aldaketak,
Xabier Landabidea Urresti **31**

3. Eskola oskol: hezkuntza, euskara eta digitalizazioa, *Ander Bolibar Zabala* **43**

4. Interes informatiboa dopaminatik harago: euskal hedabideek publiko berriekin konektatzeko baliagarriak izan daitezkeen zenbait ildo, *Gorka Bereziartua Mitxelena* **61**

5. Digitalitatea euskal kulturgintzatik,
Gotzon Barandiaran Arteaga **73**

6. Gazteen aisialdia digitalitatearen bidegurutzean,
Goiatz Oiartzabal Lakarra eta *Leire Lisón Nicuesa* **87**

7. Erreferentziazko hizkuntza-baliabide digitalak euskararen kalitatearen zaintzan, *Uxoa Iñurrieta Urmeneta* **99**

8. Hizkuntza-baliabideak eta ikerketa-azpiegiturak,
Ainara Estarrona Ibarloza **119**

9. Hizkuntza-teknologiak eta euskara lan-eremuan,
Klara Ceberio Berger eta *Maddi Etxebarria Bilbao* **139**

10. Sorta bat pentsakizun adimen artifizial sortzaileari buruz,
Xabier Arregi Iparragirre eta *Olatz Perez-de-Viñaspre Garralda* **157**

Hitzaurrea

Gizarte hiperdigitalizatu batean bizi gara. Eduki digitalak sortzen eta (batez ere) kontsumitzen ditugu etengabe: testu-mezuak, bideoak, podcastak, azken orduko albisteak... Eta horri guztiari Adimen Artifizialaren azkenaldiko eztanda gehitu behar zaio. Zaila da estimatzen zehazki zenbateraino, baina inor gutxik uka lezake gure bizimoduaren zati handi bat mundu fisikotik aparte egiten dugula, mundu digitalean.

Hala ere, hortxe jarraitzen dugu, oraindik ere *digitalizazioaz* hizketan, digitala ez zena digitalera ekartzeko prozesuaz, hain barreneraino sartua dugun errealitate bat izendatzeko terminorik onartu gabe. Izan ere, gure akademiak ez du *digitalitate* (edo antzeko besterik) ontzat eman oraindik, baina ez da gure kontua bakarrik: gaztelaniaz, frantsesez eta ingelesez, behintzat, horixe bera gertatzen da[1]. Sintomatikoa da: gainera etorri zaigun errealitate bati neurria hartu ezinik gabiltza denok, erritmo azkarregi batera ohitu nahian eta ezinean. Benetan zer nahi genukeen pentsatzen hasterako, berrikuntza teknologikoak samaldan iristen zaizkigu, eta haiei begira jartzen gara, askotan itsutzeraino. Ez da harritzekoa, beraz, gertatzen *ari denaz* hizketan jarraitzea, dagoeneko *badenaz* beharrean.

Paradigma-aldaketa hori mundu-mailakoa da, baina, ez dago esan beharrik, euskaldunok eta gurea bezalako beste hizkuntza eta kultura gutxituek zailtasun erantsiak dauzkagu zurrunbilo handi horretan. Bizirik irauteko bestela ere hortxe-hortxe borrokan dabilen komunitate bat gara, eta ohartu ere egin gabe ohitu gara erdarazko eduki digitalak geureak baino errazago jasotzera eta kontsumitzera. Hango eta hemengo erreferente berrietara moldatu gara (ziur asko, hangoetara hemengoetara baino gehiago), eta hortxe dihardugu, besteena geureratu ahala geure burua berrasmatu beharraz hizketan.

Gure hizkuntza eta kultura biziko badira, ezinbesteko dugu digitalitatearen parte izatea, baina, aldi berean, digitalitatea bera da gu lausotzen gaituen kausetako bat. Zer egin, orduan? Nondik jo?

Liburu honetan parte hartu dugunok sarri samar aritzen gara halako gauzekin burua hausten, zein bere erara eta bere esparrutik. Halakoetan pentsatzen jarraitzeko eta pentsarazten laguntzeko sortu genuen Euskara eta Digitalitatea graduondokoa, elkarren laguntzaz korapiloren bat askatzeko esperantzan, eta bigarren edizio bete-betean gaude dagoeneko. Orain arte eginikoari begiratzen

1. Gaztelaniaz, Real Academia de la Lengua Española onartua du *digitalización,* baina ez *digitalidad* eta antzekorik; frantsesez, *Dictionnaire de l'Académie Française*k *numérisation* jasotzen du, baina ez *numérité* edo parekorik; ingelesez, *digitalization* bai, baina *digitality* ez da agertzen *Oxford English Dictionary*n eta antzeko beste hiztegi nagusietan.

saiatzen gara gure ikasgai eta moduluetan, eragile askoren lan eskerga ezagutzera emateko, batetik, eta hemendik aurrera egin genezakeenaz hausnartzeari ere tarte bat eskaintzeko, bestetik. Graduondoko horren emaitza da hamar artikuluko bilduma hau.

Libe Mimenzaren lana dator lehenengo: euskaldunon eskaintza eta kontsumo-ohitura digitalak zorrotz aztertuta osatu duen diagnostiko moduko bat. Ondorengo bost artikuluek, berriz, euskalgintzaren ertz desberdinetatik digitalitateari heltzeko gogoetak jasotzen dituzte: Xabier Landabideak marko teoriko labur bat osatu du gaiaz diharduten hainbat lan bilduta, eta graduondokoan eginiko gogoeta kolektibo baten emaitzak gehitu dizkio; Ander Bolibarrek teknologia digitalek euskal hezkuntzari ekarri diotenaz eta ekar liezaioketenaz idatzi du; Gorka Bereziartuak euskal hedabide digitalen helburu behinenetako bat hartu du aztergaitzat, publiko berrietara iristekoa, eta bi lan-ildo proposatu ditu horra iristeko; Gotzon Barandiaran euskarazko kulturgintzari buruzko marko baten beharra azpimarratzetik abiatu da, eta, hura osatzeko helduleku batzuk eskaintzearekin batera, euskalgintzaren gaur egungo erronkei erantzuteko baliabide eta gogoeta batzuk ere jaso ditu bere atalean; eta Goiatz Oiartzabalek eta Leire Lisónek, berriz, gazte euskaldunen aisialdian teknologia digitalek duten lekua hartu dute hizpide, graduondokoan ikasleek egindako hausnarketa eta ondorioak ekartzeko.

Liburuko gainerako lau artikuluak hizkuntza-teknologiekin daude lotuta: horietako bi hizkuntza-baliabideekin, eta beste biak Adimen Artifizialarekin. Hizkuntza-baliabideei buruzko bi artikuluak euskaraz eskuragarri dugun aukera sortaren erakusleiho dira: Uxoa Iñurrietarena (alegia, geurea) hizkuntza-kalitatearen auzia euskalgintzan erdigunera ekartzeko beharretik abiatzen da, horretarako bide ematen duten baliabideak aurkezteko; Ainara Estarronak, berriz, ikerketarako balio duten hizkuntza-baliabide eta azpiegituren aukera zabalaren berri eman du berean. Bederatzigarren artikulua Klara Ceberio eta Maddi Etxebarriarena da: itzultzaile automatikoek eta ahots-teknologiek lan-eremuan euskara sustatzeko ematen dituzten aukerak jaso dituzte, hainbat gomendiorekin batera. Eta, azkenik, Xabier Arregiren eta Olatz Perez de Viñaspreren artikuluak biribiltzen du liburua, Adimen Artifizial sortzaileari buruzko eztabaidan argi pixka bat egiteko azalpen eta gogoeta aski interesgarriekin.

Horixe, beraz, hamar platereko gure degustazio-menua. Interesa duenarentzako ikasbide izan dadila, eta, zorte pixka batekin, zer pentsatu pittin bat ere eman dezala. On egin!

Uxoa Iñurrieta Urmeneta

1. Euskararen aztarnak sarean: kartografia digitala osatzeke

Libe Mimenza Castillo
NOR ikerketa-taldea, Euskal Herriko Unibertsitatea (EHU)
Euskal Hedabideen Behategia

Laburpena: Zenbat euskarazko eduki digital daude sarean? Non aurki daitezke? Nola sustatu haien ikusgarritasuna eta hedapena? Eta zer dio gutaz euskaldunon aztarna digitalak? Galdera horiek gogoan hartuta, kapitulu honek euskararen egoera digitala mapatzeko lehen saiakera egin nahi du, ikuspegi kuantitatibo batetik abiatuta. Horretarako, euskarazko sareko eskaintzaren eta kontsumo-ohituren datu-mapa digitala osatzen hasteko lehen urratsei ekiten zaie, egun sakabanatuta dauden informazio-iturriak bildu, landu eta helburu horrekin arakatuta. Oraindik osatzeke daukagun kartografia digitalaren lau kutxa lantzen dira: webguneak, sare sozialak, streaming plataformak eta komunikabideak. Datu-bilduma honen bidez, hizkuntzaren bizitasun digitalaz hausnartzeko eta ikuspegi estrategiko baterantz urratsak ematen hasteko ariketa proposatzen da, norabide horretan lehen abiapuntu gisa.

Gako-hitzak: bizitasun digitala, webguneak, sare sozialak, streaming plataformak, komunikabideak.

1.1. Euskarazko eskaintzaren eta kontsumo-ohituren datu-mapa digitala

Hizkuntza batek ingurune digitalean duen egoerari bizitasun digitala deitzen zaio. Zenbat eta hobeto posizionatuta egon ingurune digitalean, orduan eta bizitasun digital hobea izango du hizkuntza batek. Beharrezkoa da, beraz, hiztun gutxiko hizkuntzen kasuan bereziki, bizitasun digitalaren aldizkako monitorizazio-prozesu bat non ingurune digitalean hizkuntza batek dituen gabeziak eta indarguneak antzeman ahal izango diren. Hala esaten da 2021-2024 epealdirako euskararen ingurune digitalerako gomendioetan, eta kapitulu honetan halako behaketa bat egingo da komunikazioaren eremuan arreta jarrita.

Izan ere, munduko hizkuntzen % 5 baino ez da erabiltzen Interneten, eta horrenbestez gainerako % 95a heriotzara kondenatuta dago (Kornai, 2013). Hala

ere, heriotza digital horri goraldi digitalarekin aurre egitea posible da, baldin eta hiztun-komunitate bat hasten bada bere hizkuntza online erabiltzen eta baliabideak bere mintzairara ekartzen, horrek eragingo baitu hizkuntzaren presentzia handiagoa eremu digitalean, Andras Kornai hizkuntzalariaren arabera.

PuntuEUS Fundazioko zuzendari Josu Waliñoren aburuz (2019), bizitasun digitala neurtzeko bi eremutan zentra gaitezke, euskarak ingurune digitalean duen eskaintzan alde batetik eta eskarian bestetik; hau da, monitoriza daiteke zenbat tresna eta eduki eskaintzen diren euskaraz sarean eta horiek zenbat erabiltzen diren.

Norabide horretan, jarraian, datu-bilketa bat egingo da komunikazioaren eremuko ondoko lau ataletan: webguneak, sare sozialak, streaming plataformak eta komunikabideak.

Hizkuntza baten bizitasun digitala sakon ulertzeko beste hainbat dimentsio ere hartu beharko lirateke kontuan, hala nola hizkuntza-teknologiak, IKT tresnak, hezkuntza-plataformak, aplikazio mugikorrak, musika eta podcastak, bideojokoak... baina, datuen eskuragarritasunak eta ariketaren dimentsioak ezarritako mugak direla medio, osatzeke dugun kartografia digitala arestian zedarritutako lau atalekin abiatuko da komunikazioaren begiradapeko datu-mapa digitalari ekinda.

Horretarako, datu kuantitatiboak bildu, landu eta interpretatuko dira hainbat informazio-iturritatik —PuntuEUS Behatokia, CIES inkestak, Inkesta Soziolinguistikoak, Euskararen Adierazle Sistema eta Ikusiker paneleko galdetegiak— eta xede izanda Euskal Herriko testuinguruaren ikuspegi osoa[2] eskaintzea.

1.1.1. Webguneak

Euskara Interneten datu multzoa[3] da sarean eskuragarri ditugun webguneetan gure hizkuntzarekin gertatzen dena ezagutzeko erreferentziazko informazio-iturri nagusia. PuntuEUS Behatokiak 2022. urtean argitaratu zuen serie horretako lehen datua, eta ordutik hona (2024) euskararen presentziaren bilakaeran zantzu

2. Euskal Herri osoko datuak biltzea izan da egilearen asmoa, baina batzuetan Hego Euskal Herriko datuak baino ez daude eskuragarri eta horixe da Ipar Euskal Herriko datuen hutsunearen arrazoia, eskuraezintasuna. Hara, hasi orduko, kartografia osatzeko lehen oztopoa.

3. Euskal Herriko Interneteko euskararen erabileraren azterketa kuantitatibo hau egiteko, Euskal Herriko webgune esanguratsuetan oinarritutako neurketa-prozesu konplexua egiten du PuntuEUS Behatokiak: alde batetik, domeinu nagusiei dagozkien atarietako testu-eduki guztiak aztertu eta hizkuntzaren arabera sailkatzen dira modu automatikoan; eta .EUS domeinuen kasuan, halaber, eskuzko neurketa ere egiten da zehaztasun-maila hobea lortzeko.

positiboak antzeman daitezke hainbat adierazletan:

1. taula. Euskara Interneten datu multzoko lau adierazleren bilakaera.

	2022	2023	2024
EUSKARA .EUS WEBGUNEETAN	% 74,92	% 69,01	% 74,38
EUSKARA EUSKAL INTERNETEN	% 14,13	% 14,76	% 15,02
EUSKARA LEHENESPENEZ	% 5,1	% 5,4	% 5,5
NABIGATZAILEAREN ERABILERA EUSKARAZ	% 3,91	% 4,14	% 5,01

Iturria: PuntuEUS Behatokia, 2022-2024.

Eskura dugun 2024ko azken datuaren arabera, % 74,38 dira euskarazko edukia duten .EUS webguneak —datua, 2023an jaitsi egin bazen ere, ia ez da aldatu azken bi urteetan—. Zabalago begiratuta, berriz, Euskal Herrian euskarazko edukia duten webguneak % 15,02 dira —ia puntu bat egin du gora adierazleak 2022. urtetik 2024. urtera bitartean—. Bestalde, bisitariei edukia erakusteko hizkuntza lehenetsi moduan euskara konfiguratuta duten webguneak % 5,5 baino ez dira (0,4 puntu hazi da tasa). Antzerako datua da, hain zuzen ere, nabigatzailean euskara hizkuntza nagusi gisa konfiguratuta duten erabiltzaileen ehunekoa: % 5,01 —hauxe da hazkuntza handieneko adierazlea, 1,1 puntu egin du gora—.

Webguneetako euskararen erabileraren bilakaeraren aztarna positibo batzuk ageri dira, beraz, nahiz eta txikia izan eskaintzaren zein eskariaren gehikuntza. Halere, bada bilakaeran hazkuntzaren ebidentzia.

Eskaintza izan daiteke adierazle garrantzitsu bat: 2014. urtean sareratu zen lehen .EUS webgunea (domeinuak.eus) eta urte berean 92 webgune aitzindari lehendabizi eta abenduaren 3an beste 1.292; ordutik hona, domeinua mota guztietako webguneetara zabaltzea lortu du PuntuEUS Fundazioak, eta, gaur egun, 15.600 baino gehiago dira .EUS domeinu aktiboak (2025).

Eskariari behatuz gero, aldiz, aukerek eta hautuek baldintzatutako errealitatea marrazten da.

Euskal Herrian bizi den 16 urte edo gehiagoko biztanleriaren % 30,2 da euskalduna[4] azken Inkesta Soziolinguistikoaren arabera[5]; % 36,2 EAEn, % 20,1 Iparraldean eta % 14,1 Nafarroan. Gaitasun hori adinaren arabera ere aldatzen da: 16-24 urte bitarteko biztanleen artean hamarretik ia sei dira euskaldunak, 25-34 urte bitartean lau, 35-49 tartean hiru eta 50 urtetik gora bi.

Hau da, batez beste hamar euskal herritarren artean hiru dira euskaldunak; baina soilik 0,5 dira nabigatzailean euskara hizkuntza nagusi gisa konfiguratuta sareratzen direnak. Bada hor hazkunderako tarte handia.

Kanpaina eta ekimenak egin dira azken urteotan, eta horiei esker hazi da *nabigatzailearen erabilera euskaraz* adierazlearen ehunekoa, baina imajinatu sustapenari erregulazioa gehituz gero lor daitekeen aldaketa: soilik administrazio publikoen mendeko ordenagailu, mugikor edota tableta guztietan euskara ezarriko balitz, adibidez, nabigatzailearen —eta, zergatik ez, gailuaren— hizkuntza lehenetsi gisa[6]. Hizkuntza-ohiturak aukerak ikusarazita eta eskuragarri jarrita alda daitezke, kontrara nekez.

1.1.2. Sare sozialak

XXI. mendearekin batera zabaldu dira sare sozialak: 2002. urtean agertu zen Fotolog, 2003an Myspace eta LinkedIn, 2004an Facebook, 2005ean YouTube, 2006an Twitter, 2008an Spotify, 2009an WhatsApp, 2010ean Instagram, 2013an Telegram, 2016an Mastodon —egitura deszentralizatuan eta software librean oinarritzen den zerrendako bakarra—, 2018an TikTok eta 2023an Threads.

Iragan mende laurdeneko fenomenoa dira sare sozialak eta, ibilbide labur horretan, euskal jendartean ere zabaldu da halako plataformen erabilera.

4. VII. Inkesta Soziolinguistikoaren arabera, euskara ondo edo nahiko ondo ulertzeko eta hitz egiteko gai direnak.

5. VII. Inkesta Soziolinguistikorako Euskal Herriko biztanleriaren artean 8.550 inkesta egin ziren 2021eko datu-bilketan (akats-tartea ± % 1,38, % 95,5eko konfiantza-mailarako). Inkesta hau bost urterik behin errepikatzen da, 1991z geroztik.

6. Gaur egun ez dago halako neurririk indarrean, horren adibide 2025eko ekainean lerro hauen egile den EHUko ikertzaile eta irakasleak jasotako ekipamendu pertsonala: gaztelaniaz konfiguratuta entregatu zen lanerako ordenagailua eta langilearen hautu pertsonala —eta bere lana— izan ziren bai gailua, bai nabigatzailea bai softwarea euskaraz konfiguratzea. Esperientzia bera izan zen 24/25 ikasturtean eskolak emateko egokitutako ikasgeletako ekipoekin ere.

2. taula. Atzo erabilitako sare sozialak, Hego Euskal Herria.

										HORIE-TAKO BAT ERE EZ
POPULAZIO OSOA (≥14 urte)	% 76,2	% 35,7	% 31,4	% 21,6	% 19,7	% 10,7	% 12,2	% 8,7	% 4,7	% 18,6
14-34 urte	% 88,2	% 70,6	% 48,4	% 17,7	% 42,4	% 23	% 29,7	% 12,4	% 8,7	% 4,7
35-54 urte	% 87,3	% 40,7	% 35,9	% 30,7	% 20,3	% 10,2	% 10,2	% 12	% 5,9	% 7,4
55-64 urte	% 78,5	% 21,9	% 26,2	% 25,5	% 10,9	% 7	% 6,7	% 7,3	% 2,8	% 16,2
≥65 urte	% 49,4	% 5,8	% 13,1	% 11	% 3,6	% 2,3	% 2,1	% 1,9	% 0,6	% 47,6

Iturria: CIES, 2024 metatua.

Hego Euskal Herriko 14 urte edo gehiagoko biztanleriaren % 76,2 izan zen aurreko egunean WhatsApp sarea erabili izana aitortu zuena inkestan[7] (CIES, 2024). Erabilera-datu hori 65 urtetik gorako populazioaren artean soilik da baxuagoa (% 49,6), eta gainontzeko adin-taldeetan altuagoa da: 54 urtez azpitik hamarretik ia bederatzik adierazi zuen mezularitza-aplikazioaren erabilera, eta 55-64 urte bitartean hamarretik ia zortzik. Zalantzarik gabe, WhatsApp da bat-bateko mezularitzarako aplikazio arrakastatsuena gurean, Telegramen kontsumo-datuak askoz apalagoak baitira —oro har % 8,7—, eta WhatsApp sarearen erabilera-tasa 1,4 puntu hazi baita azken urtean.

Koxka bat beherago ageri dira Instagram, YouTube, Facebook eta Spotify; eta, horien ostean, taulako sare sozialetako bat ere ez darabiltenak (aurreko urtetik 1,7 puntu behera eginda, biztanleriaren % 18,6). Jaitsiera nabarmenena Facebook sarearena izan da (3,3 puntukoa), eta ranking orokorrean aldaketa bakarra gertatu da 2023tik 2024ra: TikTok sareak aurrea hartu dio X plataformari —2,4 puntu jaitsita azken horren erabilera—.

35 urtetik beherakoen artean Instagram sare sozialaren erabilera da nagusi, hamarretik zazpik aitortu zuen plataforma hori aurreko egunean erabili izana, eta 2023an baino 1,7 puntu handiagoa da 2024ko erabilera-tasa. Halaber, adin-tarte hori da beste plataformak ere gehien erabiltzen dituena —ia erdiak adierazten du YouTube eta Spotifyren erabilera—.

Hizkuntzari begiratuz gero, sare sozialetako erabiltzaileen artean euskara ulertzen dutenak nagusitzen direla antzematen da datuetan:

7. Hego Euskal Herriko biztanleriaren artean 8.725 inkesta egin ziren CIES inkestaren 2024ko datubilketa metatuan (akats-tartea ± % 1,05, % 95eko konfiantza-mailarako). Inkesta hau urtero errepikatzen da, bi olatutan, 1984az geroztik.

3. taula. Atzo erabilitako sare sozialak erabiltzaileen hizkuntza-profilaren arabera, Hego Euskal Herria (≥14 urte).

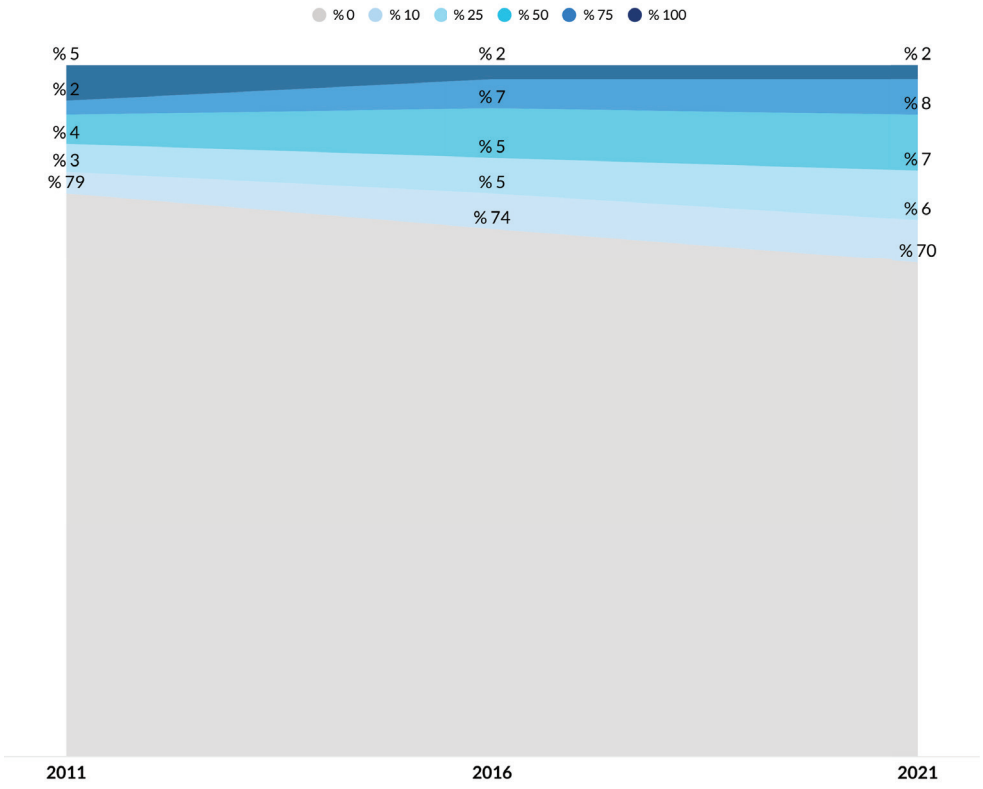
	EUSKARA ULERTZEN DUTENAK *	EUSKARA ULERTZEN EZ DUTENAK
	% 69,84	% 30,16
	% 74,99	% 25,01
	% 70,51	% 29,49
	% 65,78	% 34,22
	% 75,53	% 24,47
	% 80,13	% 19,87
	% 70,45	% 29,55
	% 76,09	% 23,91
	% 74,13	% 25,87

*Euskara ulertu; edo ulertu eta hitz egin; edo ulertu, hitz egin eta irakurri; edo ulertu, hitz egin, irakurri eta idazten dutenak.
Iturria: CIES, 2024 metatua.

Horrenbestez, sare sozialetako erabiltzaileen hizkuntza-profilari erreparatuta, euskara ulertzen dutenak nagusitzen dira argi eta garbi; beraz, sare sozialetan euskararen aldeko hautua egiteko argudio eta helduleku garrantzitsua da goiko taulak erakusten duen errealitatea, erabiltzaileen gehiengo zabalak euskara ulertzen baitu gaur egun.

Plataformen arabera aldeak daude: euskaraz hitz egiten dutenek gehiago erabiltzen dituzte Instagram, Spotify, Twitter eta Telegram; aldiz, erdaldunek apur bat gehiago Facebook eta TikTok. Hartara, baliteke, euskaraz hitz egiten dutenek, oro har, sareak gehiago erabiltzea; adin-talde guztietan.

Beste kontu bat da sare sozialetara jotzerakoan zer hizkuntza erabiltzen den, hau da, zein den sare sozialetan erabiltzen den hizkuntza; 2011ko Inkesta Soziolinguistikoan galdetu zen lehen aldiz auzi honen inguruan eta bilakaera positiboa izan da azken hamarkadan (V. Inkesta Soziolinguistikoa 2011; VI. Inkesta Soziolinguistikoa 2016; VII. Inkesta Soziolinguistikoa 2021):



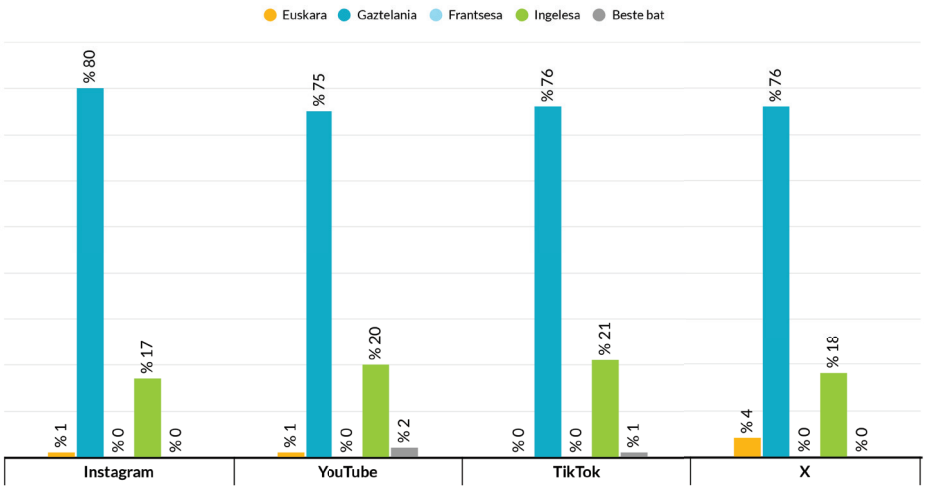
1. irudia. Euskararen erabileraren bilakaera sare sozialetan, Euskal Herria (≥16 urte).
Iturria: Inkesta Soziolinguistikoa, 2011-2021.

Azken datuen arabera, Euskal Herrian bizi den 16 urte edo gehiagoko biztanleriaren herenak erabiltzen du euskara sare sozialetan: erabilera-maila baxuena egiten du, % 10ekoa, biztanleriaren % 6,8k (3,7 puntu egin du gora adierazleak hamar urtetan); % 20ko erabilera, berriz, % 7,2k (2,6 puntu hazita); % 50eko erabilera % 8,1ek (3,6 puntu igota); % 75eko erabilera % 5ek (2,2 puntu gora eginda); eta, azkenik, beti euskaraz aritzen direnak, % 100, soilik % 2,5 dira (2,7 puntu jaitsita ehunekoa).

Euskararen Adierazle Sisteman, datuen bilakaera adin-tarteen arabera kontsultatuta hautematen da 35-49 urte bitartekoen artean gora egin duela euskarazko nabigazioak eta 35 urtez azpikoen artean hazi dela gehien hizkuntzaren nolabaiteko erabilera sare sozialetan —aldi berean, segmentu horretako adin-tarte gazteena (16-24) da euskararen % 100eko erabileran jaitsiera handiena izan duena, 9,4 puntu—.

Bestalde, sare sozialetan euskara inoiz erabiltzen ez duen biztanleriaren ehunekoa 9,4 puntu jaitsi da 2011tik 2021era; 20 punturen bueltan 25-49 urte bitarteetan. Hau da, bazen jende bat ez zuena sare sozialetan euskaraz ezer kontsumitzen lehen, eta egun bai. Bada hor argi bat.

Sare sozial ezberdinetan gertatzen den hizkuntzen erabilera ezagutzeko, Ikusiker panela[8] har daiteke erreferentziatzat. Bertan, gazte unibertsitarioen kontsumo-ohituren inguruan galdetzen da eta, hortaz, egungo erabiltzaile gazteen plataformetako edukien hizkuntza-paisaia nagusia zer-nolakoa den ezagut dezakegu.



2. irudia. Edukien hizkuntza sare sozialetan, EHU eta UPNA/NUPeko ikasleak.
Iturria: Ikusiker panela, 2025[9].

8. EHU eta UPNA/NUPeko ikasleen artean bost inkesta egin ziren 2024/2025eko datu-bilketan. Inkesta hau urtero errepikatzen da hainbat galdetegi ezberdinen bidez 2019az geroztik.

9. Plataforma ezberdinen inguruan galdetegi ezberdinetan galdetu zen eta honakoak dira % 95eko konfiantza-mailarako bakoitzaren akats-tarteak: Instagram ± % 2,24; YouTube ± % 2,78; TikTok ± % 2,5; eta X ± % 3,56.

EHU eta UPNA/NUPeko unibertsitate-ikasleen sare sozial erabilienetako edukien hizkuntza nagusiak gaztelania eta ingelesa dira; hirugarren postuan kokatzen da euskara, tasa oso apalekin: Instagramen % 1,4 (puntu bat egin du behera 2023tik 2024ra bitartean); YouTuben % 1,3 (0,8 puntu jaitsita); TikToken % 0,4 (0,2 puntu hazi da); eta X sarean % 4,8 (1,7 puntu egin du behera). Euskarazko edukien kontsumo aitortua oso-oso baxua da gaur egungo gazteen artean.

Atala amaitzeko gogoeta bikoitza. Lehenik, euskal jendartearen sare sozialetako euskararen erabileran bilakaera positiboa hautematen den arren datuetan (9,4 puntu hazita azken hamarkadan), erdaren nagusitasuna ukaezina da; eta, bigarrenik, edukiaren ikusgarritasuna ez dago gure esku, algoritmoak enpresenak baitira —Meta, Google, ByteDance, X Corp. edo beste— eta haien helburu zein negozioen arabera programatzen baitituzte. Euskararen gaineko kezka zein ardura gurea baino ez da.

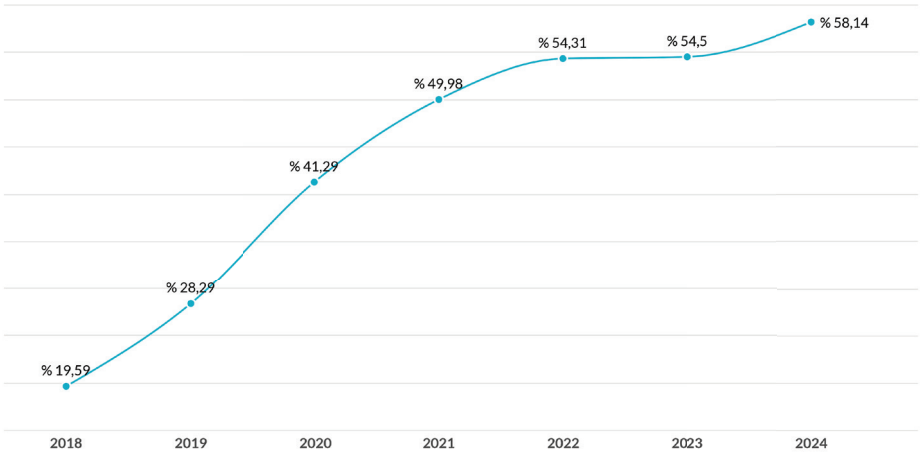
1.1.3. Streaming plataformak

Streaming plataformen irismenari erreparatuko zaio atalari ekiteko. Plataformek gure datuak biltzen dituzte une oro, baina datu multzo horiek ez daude herritarron eskura; datu publiko horien faltan, beraz, CIES inkestan lehendabiziko aldiz 2018an sartu zen adierazlea hartuko da abiapuntutzat: streaming plataformetara harpidetutako Hego Euskal Herriko populazioaren ehunekoa.

2018an gutxiengo bat baino ez zegoen streaming plataformaren batera harpidetuta gure herrian, baina biztanleriaren gehiengoa da egun halako zerbitzuren bateko harpideduna —zehazki, hamarretik ia sei—.

Adinaren arabera bada aldea. Alde batetik, 45 urtetik beherakoa da streaming plataformetako harpidedunen gehiengoa (% 51,41). Bestetik, 35 urtetik beherakoen artean % 80,7 da harpideduna, eta biztanleria lau taldetan banatzen da: 14-34 urte bitartean hamarretik zortzik du harpidetzaren bat, 35-54 bitartean hamarretik ia zazpik (% 69,03k), 55-64 bitartean ez da seira iristen (% 56,40), eta 65 urte eta gehiagokoen segmentuan ez da ikus-entzunezkoen praktika hau errotu (% 24,32 baino ez dira streaming plataformetako harpidedunak).

Herritarrek harpidetzeko zer plataforma aukeratzen dituzten aztertuz gero, hiru multzo ageri dira Hego Euskal Herrian: arrakastatsuenen artean Netflix (2014-2015ean merkaturatu zena Euskal Herrian) eta Prime Video (2016); arrakasta apalagoko multzoan Disney+ (2020) eta HBO Max (2021); eta harpidetza-tasa oso txikia lortzen dutenen taldean Filmin (2007) eta DAZN (2019).



3. irudia. Streaming plataformetara harpidetutako populazioaren bilakaera, Hego Euskal Herria (≥14 urte).
Iturria: CIES, 2018-2024[10].

Ondoko taulan plataforma horien 2024ko harpidedun-tasak bildu dira, eta 2023. urtean merkaturatu zen Primeran plataformaren inguruan EITBk argitara emandako informazioarekin estimazio bat egin da:

4. taula. Streaming plataformetara harpidetutako populazioa, Hego Euskal Herria (≥14 urte).

NETFLIX	% 44,59
PRIME VIDEO	% 35,03
DISNEY+	% 15,14
HBO MAX	% 14,59
PRIMERAN	% 4,3 *
FILMIN	% 2,59
DAZN	% 2,21

*EITBk 2024ko urrian argitara emandako Primeran plataformaren datuarekin egileak egindako kalkulua.
Iturria: CIES, 2024 metatua + EITB.

10. 2020. urtean olatu bakarreko inkesta egin zuen CIES neurketa-etxeak koronabirus pandemiak baldintzatuta; gainontzeko urte guztietan bi olatuko datu multzo metatua hartu da azterketarako oinarritzat.

Primeran euskal plataforma harpidetza-tasa txikia lortzen duten streaming zerbitzuen multzoan kokatzen da, baina besteak baino irismen-tasa handiagoarekin eta goranzko joeran: 2025eko otsaileko datuen arabera 132.500 herritar baino gehiago daude erregistratuta plataforman, eta urtea amaitu orduko 200.000ra iristea da helburua —horrenbestez, otsailean biztanleriaren % 5,2ra heltzea lortu zen eta % 7,8ra irits liteke urtea amaitu orduko markatutako erronka lortuz gero[11]—.

2024ko apiriletik aurrera, halaber, haur eta gaztetxoentzako edukiak MAKUSI plataforma digitalean daude eskuragarri. 2025eko urtarrileko datuen arabera plataformak 36.345 harpidedun zituen eta uztaileko zenbaketan, berriz, 54.000 harpidedun —kalkulatuko indizearen arabera biztanleriaren % 2,1era iritsita— eta hilero 100.000 ordu baino gehiagoko kontsumoa.

Plataformek eskaintzen duten edukian ere jar daiteke arreta, eta lan hori egin zen hain zuzen ere 2023an; Netflix, Prime Video eta Disney+ zerbitzuen katalogoen hustuketa eginda Europa mailako hizkuntza-aniztasunaren eta irisgarritasunaren lehen mapaketa bat mahaigaineratzeko (Aguirre Miguélez *et al.*, 2023). Euskarari dagokionez, hiru plataformetan aurkitu zuten euskarazko eskaintza hitz bitan laburbiltzen da: oso gutxi.

11. Euskara ulertzeko gai direnak soilik hartuz gero unibertso objektibotzat, 2025eko urtarrilean euskara ulertzen dutenen % 7,9ra iritsi zen, eta helburua % 11,9ra iristea da urtea amaitzerako.

5. taula. Euskara Europako 17 herrialdetako streaming plataformetan, 2023.

		NETFLIX	PRIMER VIDEO	DISNEY+
AUDIOKANALAK	Espainiako katalogoa	20	31	0
	Frantziako katalogoa	1	7	0
AZPIDATZIAK	Espainiako katalogoa	113	108	0
	Frantziako katalogoa	1	36	0
AUDIODESKRIBAPENAK	Espainiako katalogoa	1	0	0
	Frantziako katalogoa	1	0	0

Iturria: Aguirre Miguélez *et al.,* 2023.

Euskal Herriko eskaintzan, hegoaldean eta iparraldean eskura dauden katalogoak ezberdinak dira hasteko; Ipar Euskal Herriko edukietan are urriagoa da euskarazko eskaintza. Taulako datuek ilustratzen dute egoeraren eskasa betebetean. Adibiderako plataforma arrakastatsuenaren zenbakiak jarraian: Netflix Espainiak 6.000 film ingurutik 20 eman zituen euskarazko audioarekin 2023an eta Netflix Frantziak bakarra; gainera, euskarazko hiru pelikula baino ez zeuzkan bere katalogoan —*Amama*, *Loreak*, *Errementari*— eta horietatik bakarra soilik zegoen ikusgarri Europako 17 herrialdetako eskaintzan.

Ordutik hona, zertxobait hobera egin du egoerak; baina, batez ere, herri-ekimenari esker hauspotu da euskarazko ekoizpena eta eskaintza streaming plataformetan. Esaterako, Pantailak Euskaraz elkartearen ekimenez Eusko Jaurlaritzaren Irekia plataforman zeuden azpidatziak moldatu eta Filminek 100 film baino gehiagotan jarri zituen aktibagarri 2024ko udan. Bide beretik, EITBk eta Pantailak Euskaraz herritar-taldeak Max plataformarekin izandako hartu-emanari esker, urte bereko abenduan ehunka filmen euskarazko bikoizketak eta azpidatziak txertatzen hasi zen Max plataforma. Halaber, euskaltzaleen herri-ekimenari esker aurki daitezke sarean *AZpiTituluak.eus* —boluntario-sare baten jardunari esker nazioarte-mailako milatik gora pelikulentzako euskarazko azpitituluak eskaintzen dituen webgunea—, *Euskal Encodings* —euskarazko film eta telesailen biltegia

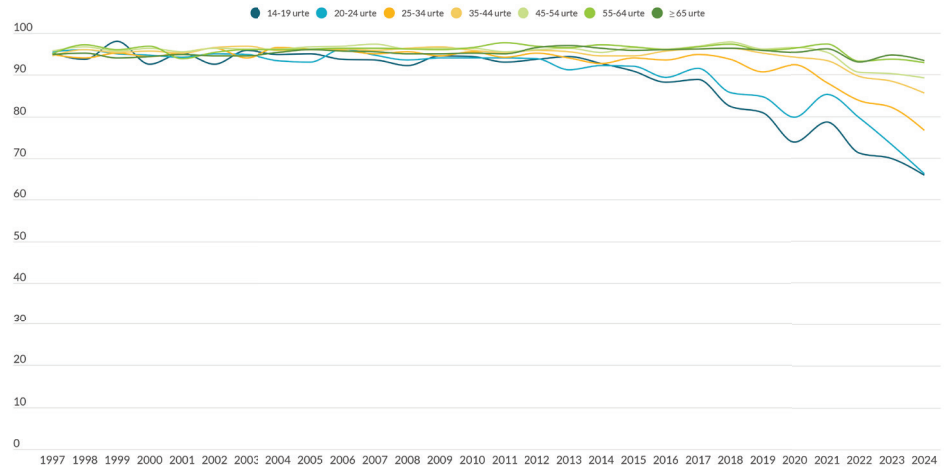
osatu eta eskaintzeko asmoz foro moduan antolatutako komunitatea— edo *ZerNonIkusi* —plataforma digitaletara euskaraz heltzen diren film, telesail eta dokumentalen bilaketa errazten duen web ataria—.

1.1.4. Komunikabideak

1980ko hamarkadatik aurrera garatu da euskal hedabideen sektorea, eta azken 45 urteetako ibilbidean eskaintza pasa da dozena bat aukera izatetik euskarazko ehunka komunikazio-produktu[12] jartzera denon eskura (Mimenza-Castillo, 2018).

XXI. mendeko lehen laurdenean bi astinaldi digitalen eragina izan da nagusi: batetik, Interneten unibertsalizazioa eta horri lotuta hedabideen web atarien sorrera; bestetik, plataformen zabalpena eta herritarren kontsumo-ohituretan integratzea, sare sozialen komunikabide-audientzia bitartekaritza aho biko ezpata bihurtzeraino.

Bitartean, komunikabide tradizionalekiko —prentsa, irratia eta telebista— herritarren lotura aldatzen ari da:



4. irudia. Prentsa (papera zein digitala), irrati lineala edo telebista lineala kontsumitzen dutenen ehunekoak adinaren arabera, Hego Euskal Herria (≥14 urte)[13].
Iturria: CIES, 1997-2024.

12. Zerrenda eguneratua kontsultatzeko jo Euskal Hedabideen Behategiaren datutegiko aurkibidera: https://datutegia.behategia.eus/.

13. Grafiko hau 2022an Eusko Legebiltzarreko Kultura eta Hizkuntza Batzordean Behategiak egindako agerraldian aurkeztu zen lehendabiziko aldiz (Behategia, 2022); ordutik, joera areagotu egin da.

Duela hamarkada bat pasa arte biztanleriaren % 95ek antzerako komunikabideak kontsumitzen zituen, baina gazteak hedabide tradizionaletatik ihes egiten ari dira azkar eta nabarmen. Oso agerikoa da hori goiko irudian, 25 urte azpikoak —atzetik 35 urte azpikoak dituztela— nola ari diren aldentzen prentsatik eta irrati zein telebista linealetik.

Smartphonea agertu da denbora-tarte horretan euskal herritarren eskuetan, eta horrek kontsumo mediatikoaren digitalizazioa bizkortzen lagundu du. Sakelakoan, klik bakarrera dena eskuragarri; eta, ondorioz, erreferentziazko euskarri mediatikoen aldaketa gertatu da.

6. taula. Zer euskarri kontsumitzen den eta albisteak online kontsumitzeko hautatutako bideak, Hego Euskal Herria (≥14 urte).

	EGUNKARIAK	PRENTSA DIGITALA	IRRATIA	TELEBISTA	INTERNET	HEDABIDE IZENA BILATU	SARE SOZIALEN BIDEZ
POPULAZIO OSOA (14 urtetik gora)	**% 26,6**	**% 35,9**	**% 52,1**	**% 60,6**	**% 85,5**	**% 30,8**	**% 24,4**
Euskaraz zerbait*	% 36,5	% 45,6	% 68,5	% 68,4	% 87,3	% 32,4	% 28,7
35 URTE AZPITIK	% 15,8	% 34,9	% 35,9	% 40,1	% 97,4	% 28,8	% 46,9
Euskaraz zerbait	% 28,5	% 47,5	% 59,3	% 49,7	% 96,9	% 33,4	% 48,9
35 URTETIK GORA	% 30,1	% 36,2	% 57,2	% 67	% 81,8	% 31,4	% 17,2
Euskaraz zerbait	% 39	% 45	% 71,4	% 74,3	% 84,3	% 32,1	% 22,4

*CIES inkestan euskarazko komunikabideren bat kontsumitu duela aitortu duen populazio-segmentua.
Iturria: CIES, 2024 metatua.

Hego Euskal Herriko 14 urtetik gorako populazioan, komunikabide tradizionalen artean, hamarretik seik kontsumitzen du telebista —35 urtetik gorakoen artean hamarretik ia zazpik eta lauk baino ez 35 urtetik beherakoen artean—; irratia da bigarrena rankingean, oraindik ere biztanleriaren gehiengora iristea

lortuta (% 52) —helduagoen artean hamarretik ia seirengana ailegatuta eta gazteagoen artean ia laura—; azkenik, prentsa digitala eta egunkariak dira konexio maila baxuena erakusten duten euskarriak. Prentsa digitala hamar biztanletik ia laura iristen da oro har —eta ia alderik gabe adin-tarte ezberdinetan—[14]. Egunkariak, berriz, 35 urtetik gorako populazioaren artean hamarretik hiruk baino ez ditu kontsumitzen, eta gazteagoen artean ez da bi pertsonara iristen kontsumoa.

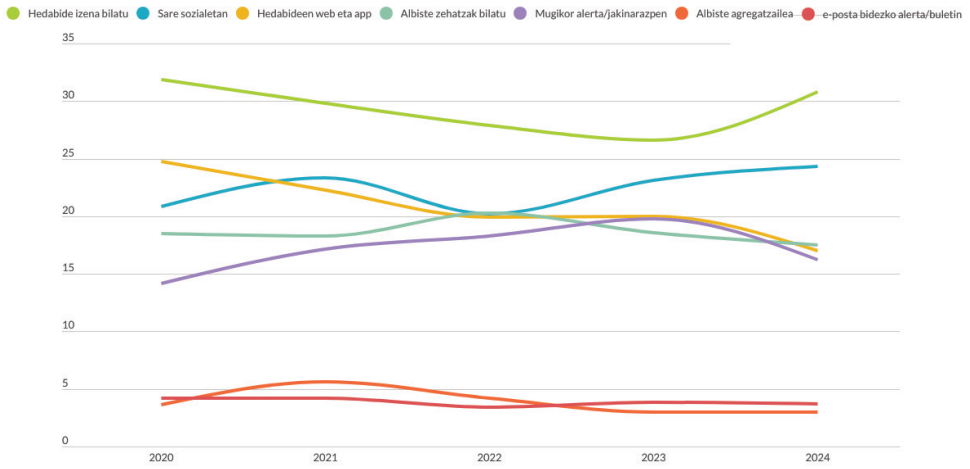
Euskaraz zerbait kontsumitzen dutenen artean ea portaera berdina antzematen den arakatu nahi izan da, eta biztanleriaren batez bestekoa baino komunikabide tradizionalen kontsumo-maila altuagoa atzeman da euskarazko kontsumoren bat aitortu dutenen artean; bai euskarri bai adin-tarte guztietan. Kasu batzuetan, gainera, alde esanguratsuak ageri dira —35 urtetik beherakoen artean irratia 20 puntu gehiago kontsumitzen da, esaterako, eta prentsa (bai digitala bai paperekoa) 12 puntu pasa—; honek hainbat interpretazio izan ditzake: desbideraketa azal dezake CIES inkestak euskarazko hedabideen batez ere eskaintza tradizionala neurtzeak, edo euskarazko komunikabide tradizionalekiko euskarazko edukien kontsumitzaileen atxikimendu-maila handiagoa dagoela ere pentsa liteke.

Euskarri digitalei dagokienez, aldiz, Hego Euskal Herriko kontsumo-tasak altuagoak dira: ia populazio guztiak kontsultatzen du Internet —35 urtetik beherakoan % 97,4 eta helduagoen artean % 81,8—. Bide horrekin bat, informatzeko moduak ere aldatu dira: albisteak online kontsumitzeko biztanleriaren herenak jartzen du hedabidearen izena bilatzailean —antzekoa da adierazlea gazte zein helduen artean, eta baita euskaraz zerbait kontsumitzen dutenen kasuan ere—; eta populazioaren ia laurdena informatzen da sare sozialen bidez. Laurdenak ez dirudi oso esanguratsua, baina sare sozialen bidez informatzen direla aitortzen dutenen artean bi egoera azpimarragarri ageri dira: lehenik eta behin, euskarazko hedabideren bat kontsumitzen dutela adierazi dutenen artean lau puntu handiagoa da sare sozialen bidez informatzeko joera —bi puntu gazteenen artean eta bost puntu helduagoen artean—; eta, bigarrenik, 35 urtetik beherakoen ia erdiak (% 47k) adierazi du albisteak online kontsumitzeko sare sozialak erabiltzen dituela, eta horixe da taulan ageri diren informatzeko bideen artean populazio-segmentu gaztearen kontsumo-maila altueneko aukera.

14. CIES inkestak ea prentsa digitala kontsumitzen den galdetzen du, baina ez du komunikabideen web trafikoaren jarraipena egiten. Web-analitikaren bidez jasotako datuak aztertuta dakigu, bisita kopuruari dagokionez, 40 milioi saioko marka gainditu dela beste behin 2024an eta hazkunde esanguratsu bat finkatu dela azken bosturtekoan, % 42 pasa hazi baita euskal hedabideen trafikoa (Mimenza-Castillo & Martinez-Juez, 2025).

Hara, beraz, kontsumitzaileen hautu digitalaren bi egitate: 2024an paperezko egunkarien kontsumitzaileak baino gehiago izan ziren hedabidearen izena bilatzailean jarri zutenak, eta 35 urtetik beherakoen artean sare sozialak izan ziren informatzeko euskarri hautatuena —beste ezein euskarriren aurretik—. Eta beste datu orokor hau kontuan hartzeko: Hego Euskal Herriko hamar biztanletik zortzik kontsumitzen ditu albisteak online.

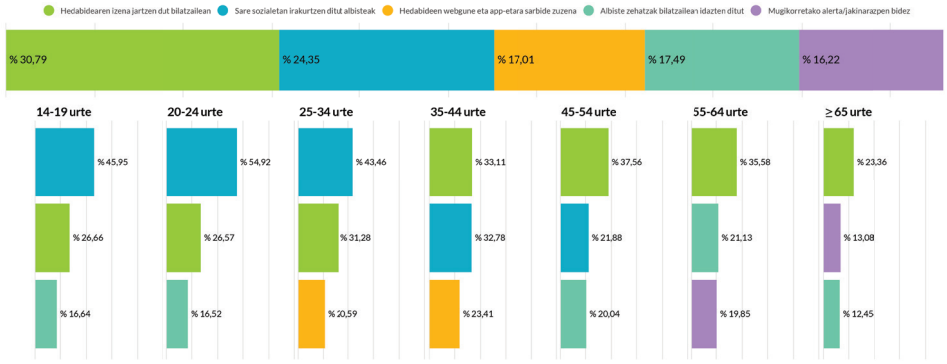
Online albisteak kontsumitzeko bi bide erabilienak dira hedabidearen izena bilatzailean jartzea (markari lotutako harreman zuzena) eta sare sozialak (harreman bitartekotua), baina horiez gain badira albiste digitaletara heltzeko beste bide batzuk ere:



5. irudia. Albisteak online kontsumitzeko hautatutako bideak, Hego Euskal Herria (≥14 urte).
Iturria: CIES, 2020-2024.

CIES inkestak 2020an bildu zuen lehen aldiz adierazle honen inguruko informazioa, eta, ordutik honako bilakaerari erreparatuta, honakoa antzematen da: lotura zuzenak ahultzeko joera ageri du (hedabideen izena bilatu eta hedabideen web eta app aukeretan kasu) eta harreman bitartekotuak goranzko joera erakusten du sare sozialen eskutik.

Euskal biztanleria ez da homogeneoa komunikazio-praktiketan, eta bi taldetan bana daiteke, aukeratzen duten informatzeko euskarria kontuan hartuta:



6. irudia. Albisteak online kontsumitzeko hautatutako bideak populazio osoaren eta adinaren arabera, Hego Euskal Herria (≥14 urte).

Iturria: CIES, 2024 metatua.

35 urtetik gorakoak dira hedabideekin harreman zuzenagoa izateko joera erakusten dutenak. Kontrara, 35 urtetik beherakoek sare sozialen bitartekaritzaren bidezko informazio-kontsumoa lehenesten dute; halere, 35-45 urte artean pare-parean[15] ageri dira lehen aukera eta plataformen bigarren aukera (% 33) eta 45-54 bitartekoen artean ere bigarren aukera dira sareak (% 22). Gazteenek Instagram, X eta Facebook sareak aukeratzen dituzte hurrenkera horretan, helduagoek Facebook, Instagram eta Whatsapp.

Ikusiker panelaren arabera, 24/25 ikasturtean EHU eta UPNA/NUPeko ikasleen % 82 informatu da sare sozialen bidez[16]; aurreko urtean bezala, hamar unibertsitate-ikasleko zortzi. Gainera, informatzeko bide bakarra aukeratzeko galdeginda, % 51,8k sare sozialak lehenesten ditu —jarraian telebista (% 25,3), Internet (% 8,8) eta albisterik ikusten, entzuten edo irakurtzen ez dutela diotenak (% 6,7)—.

Sare sozialak komunikabideen eta audientziaren arteko bitartekari dira, plataformetan informatzeko kontsumitzen duten eduki motaren inguruan galdetzerakoan hala erantzuten dute unibertsitate-ikasle gazteek: gehiengoarentzako (% 54,5) aukera lehenetsi dira komunikabide nagusiek sare sozialetan zabaltzen dituzten edukiak —3,5 puntu igo da adierazlea ikasturte batetik bestera—, eta % 8,4 da komunikabide txikiago edo alternatiboen edukien zale. Atzerago, bigarren plano batean, geratzen dira sareko erabiltzaileek sortutako edukiak (% 21,2) eta youtuber/instagramer/tiktoker batzuen azalpenak (% 9) —2,3 puntu egin duen arren gora azken horrek—.

15. Zenbakiak oso antzekoak dira 2024ko zenbaketan, ez, aldiz, 2023koan: sare sozialak izan ziren lehen aukera orduan (% 35) eta hedabide izena bilatzea hirugarrena (% 29), bigarren agertu zen hedabideen web eta app-en (% 30) ia parean baina atzetik.

16. Galdetegi horren akats-tartea ± % 2,4 da % 95eko konfiantza-mailarako.

Garai honen koordenatuek eskatzen dute gogoeta orokor bat komunikabideen atala amaitzeko: digitalizazioari lotutako Euskal Herriko azterketa mediatikoak XXI. mendeko bigarren hamarkadaren erditik aurrera abiatu ziren, nazioarteko eremu bereko ikerlerroak zabaldu eta lasterrera (Mimenza-Castillo, 2023); eta, honezkero, euskal herritarren kontsumo mediatikoa nagusiki digitala da. Hedabideen —zein hizkuntzaren— biziraupena eta eraldaketa digitala eskutik doaz orain ezinbestean, eta guk hedabideak behar ditugu, haiek gabe ez baitute plataformek egunero-egunero marraztuko euskaratik eta euskaraz bizi den mundua.

1.2. Klik egitean desagertzen ez den hizkuntza

Lau dimentsioko begirada amaituta, datuetan oinarritutako azterketa honek zer iradokitzen digu? Sareko euskararen aztarnen xerka eta arrastoari so, zer erronka ageri dira?

Lerrootako datu-mapa digitalak argi erakusten du euskararen presentzia digitala izan badela, baina eremu askotan oraindik urria dela, eta herritarren hizkuntza-hautuak sarri baldintzatuta daudela interfaze, eskaintza edota ohitura digitalen arabera.

Sareko euskararen aztarnen bidez lan honetan osatzen hasitako kartografia digitala ez da itxia, beraz, eta ez dago amaituta. Ariketa hau zabaldu beharreko mapa bat da, dimentsio berriak gehitzea behar duena; hizkuntza-teknologiak, hezkuntza-plataformak, aplikazio mugikorrak, entretenimendu interaktiboa... Orobat, euskararen bizitasun digitala ez da datu isolatuz soilik neurtuko, baizik eta hizkuntzaren erabilera aktiboaren eta dauden aukera egituratuen arteko hartu-eman dinamikoan. Klik, klik eta klik: horixe da bizitasun digitalak galdegiten duen tentsioa.

Edonola ere, lau dimentsiotan —webguneak, sare sozialak, streaming plataformak eta komunikabideak— egindako azterketak erakutsi du eragiteko esparruak egon badaudela bai eskaintzan bai eskarian, eta, euskal herritarren eraldaketa digitalak bere kasa aurrera egin(go) badu ere, euskararen digitalizazio-prozesuak ezin duela bere kabuz aurrera egin. Hori dela eta, bizitasun digitalaren etengabeko behaketa sistematikoa ezartzeko premia dugu: lehenik, dimentsio eta adierazle multzo egoki eta esanguratsu bat definituz; ondoren, jarraipen iraunkorra ahalbidetuko duen behaketa-sistema finkatuz; eta, azkenik, jasotako datuen erabilera publiko, ireki eta sozialki baliagarria bermatuz.

Halaber, egiteko horrek ezin du soilik herri-ekimenaren eta herritarren parte-hartze aktiboaren ardura izan, administrazio eta erakundeak ere funtsezkoak dira. Komunitatearen ekarpenek eta erakunde batzuen datu-bilketek aurrerapauso baliotsuak ekarri badituzte ere azken hamarkadan, oraindik orain, urrats estrategiko bat falta da: ikuspegi partekatu bat, datuetan oinarritutako ekintza-plan publiko bat eta hizkuntza-politika digital bat garatzea.

Ezin da bizitasun digitala ausazko bilakaeren esku utzi.

Jokoan dira desirak, hautuak zein identitatea; jokoan klik egitean desagertzen ez den hizkuntza.

1.3. Erreferentzia bibliografikoak

Aguirre Miguélez, K., López Gómez, A.M., Larrakoetxea Salgado, N., Arias Badia, B., Deogracias Horrillo, M., & Amezaga Albizu, J. (2023). *Monitoring language diversity and accessibility of streaming platforms in Europe*. https://doi.org/10/66294

AZpiTituluak.eus (d.g.). AZpiTituluak.eus. https://azpitituluak.eus

Behategia (d.g.). *Datutegia*. Euskal hedabideen sektorearen datuak. https://datutegia.behategia.eus/

Behategia (2022). Eusko Legebiltzarreko agerraldian Komunikazio Politika baten beharraz mintzatu gara. https://behategia.eus/eu/eusko-legebiltzarreko-agerraldian-komunikazio-politika-baten-beharraz-mintzatu-gara/

CIES (1997). *CIES 1997 metatua* [Dataset].

CIES (1998). *CIES 1998 metatua* [Dataset].

CIES (1999). *CIES 1999 metatua* [Dataset].

CIES (2000). *CIES 2000 metatua* [Dataset].

CIES (2001). *CIES 2001 metatua* [Dataset].

CIES (2002). *CIES 2002 metatua* [Dataset].

CIES (2003). *CIES 2003 metatua* [Dataset].

CIES (2004). *CIES 2004 metatua* [Dataset].

CIES (2005). *CIES 2005 metatua* [Dataset].

CIES (2006). *CIES 2006 metatua* [Dataset].

CIES (2007). *CIES 2007 metatua* [Dataset].

CIES (2008). *CIES 2008 metatua* [Dataset].

CIES (2009). *CIES 2009 metatua* [Dataset].

CIES (2010). *CIES 2010 metatua* [Dataset].

CIES (2011). *CIES 2011 metatua* [Dataset].

CIES (2012). *CIES 2012 metatua* [Dataset].

CIES (2013). *CIES 2013 metatua* [Dataset].

CIES (2014). *CIES 2014 metatua* [Dataset].

CIES (2015). *CIES 2015 metatua* [Dataset].

CIES (2016). *CIES 2016 metatua* [Dataset].

CIES (2017). *CIES 2017 metatua* [Dataset].

CIES (2018). *CIES 2018 metatua* [Dataset].

CIES (2019). *CIES 2019 metatua* [Dataset].

CIES (2020). *CIES 2020 metatua* [Dataset].

CIES (2021). *CIES 2021 metatua* [Dataset].

CIES (2022). *CIES 2022 metatua* [Dataset].

CIES (2023). *CIES 2023 metatua* [Dataset].

CIES (2024). *CIES 2024 metatua* [Dataset].

EITB (2024). *PRIMERAN plataformak bikain ospatu du lehen urteurrena: 111.000 erabiltzaile baino gehiago gara*. EITB. https://www.eitb.eus/eu/eitb-taldea/osoa/9602131/primeran-plataformak-bikain-ospatu-du-lehen-urteurrena-111000-erabiltzaile-baino-gehiago-gara/

Euskal Encodings (d.g.). Euskal Encodings. https://www.euskal-encodings.eus/

Euskalerria Irratia (2025). *Oinez Txokoa: Oasi bat festa giroan eta euskarazko Makusi espazioa - Iruñea*. euskalerriairratia.eus. https://euskalerriairratia.eus/irunea/1751888041425-oinez-txokoa-oasi-bat-festa-giroan-eta-euskarazko-makusi-espazioa

Euskararen Adierazle Sistema (d.g.). Euskararen Adierazle Sistema. Kultura eta Hizkuntza Politika Saila. https://www.euskadi.eus/web01-apeusadi/eu/eusadierazle/temasV1.apl?idioma=e&ambito=1

Euskararen Aholku Batzordea (2021). *EUSKARAREN INGURUNE DIGITALA: GOMENDIOAK 2021-2024*. Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia. https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/recursos_arigara/eu_def/adjuntos/Euskararen-ingurune-digitala_gomendioak_2021-2024.pdf

Eusko Jaurlaritza (2013). *V. Inkesta Soziolinguistikoa 2011*. Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia. https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/ikerketa_soziolinguistikoak/eu_def/adjuntos/V.%20Inkesta.pdf

Eusko Jaurlaritza (2019). *VI. Inkesta Soziolinguistikoa 2016*. Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia. https://www.euskadi.eus/contenidos/noticia/eas_mas_noticias/eu_def/adjuntos/INKESTA_EU.pdf

Eusko Jaurlaritza (2024). *VII. Inkesta Soziolinguistikoa 2021*. Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia. https://www.euskadi.eus/contenidos/informacion/eas_ikerketak/eu_def/adjuntos/VII._Inkesta_Soziolinguistikoa_2021.pdf

IKUSIKER (2024a). *Ikusiker, unibertsitateko panela: Informazioa eta telebista*. https://ikusiker.eus/txostenak/informazioa-eta-telebista/

IKUSIKER (2024b). *Ikusiker, unibertsitateko panela: Instagram*. https://ikusiker.eus/txostenak/instagram-2/

IKUSIKER (2024c). *Ikusiker, unibertsitateko panela: Plataforma digitalak eta x*. https://ikusiker.eus/txostenak/plataforma-digitalak-eta-x/

IKUSIKER (2024d). *Ikusiker, unibertsitateko panela: TikTok*. https://ikusiker.eus/txostenak/tiktok/

IKUSIKER (2024e). *Ikusiker, unibertsitateko panela: YouTube*. https://ikusiker.eus/txostenak/youtube-3/

IKUSIKER (2025a). *Ikusiker, unibertsitateko panela: Gazteak eta informazioa eta telebista*. https://ikusiker.eus/txostenak/gazteak-eta-informazioa-eta-telebista/

IKUSIKER (2025b). *Ikusiker, unibertsitateko panela: Gazteak eta Instagram*. https://ikusiker.eus/txostenak/gazteak-eta-instagram/

IKUSIKER (2025c). *Ikusiker, unibertsitateko panela: Gazteak eta plataforma digitalak eta X*. https://ikusiker.eus/txostenak/gazteak-eta-plataforma-digitalak-eta-x/

IKUSIKER (2025d). *Ikusiker, unibertsitateko panela: Gazteak eta TikTok*. https://ikusiker.eus/txostenak/gazteak-eta-tiktok/

IKUSIKER (2025e). *Ikusiker, unibertsitateko panela: Gazteak eta YouTube*. https://ikusiker.eus/txostenak/gazteak-eta-youtube/

Kornai, A. (2013). Digital Language Death. *PLOS ONE*, *8*(10), e77056. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0077056

Mimenza-Castillo, L. (2018). Euskara hutsezko hedabideen kartografia. *Euskera Ikerketa Aldizkaria*, 187-214. or. https://doi.org/10.59866/eia.v62i2.104

Mimenza-Castillo, L. (2023). *Euskal hedabideen ingurune digitala neurtzeko analitika: Diagnostikoa eta proposamena / Data analytics to measure the digital environment of Basque media: diagnosis and proposal* [Doktorego-tesia]. Euskal Herriko Unibertsitatea EHU. http://addi.ehu.eus/handle/10810/64075

Mimenza-Castillo, L., & Martinez-Juez, A. (2025). Hekimen elkarteko webguneen audientziak 2024. urtean: inoiz baino hedabide gehiago neurtu dira. In *Euskal Hedabideen Urtekaria 2024-2025* (119-142. or.). Behategia. https://behategia.eus/eu/urtekaria/urtekaria-2024-25/

Orzaiz, I. (2018). Hizkuntza askok ez bezala, osasun digital ona dauka euskarak. *Berria.* https://www.berria.eus/euskal-herria/hizkuntza-askok-ez-bezala-osasun-digital-ona-dauka-euskarak_1231439_102.html

PuntuEUS Behatokia (2024). *Euskara Interneten* [Dataset]. https://puntu.eus/behatokia/

PuntuEUS Behatokia (2025). *.EUS bilakaera* [Dataset]. https://puntu.eus/behatokia/

Santisteban Rendo, A. (2025). 2024: Urte emankorra Primerantzat. In *Euskal Hedabideen Urtekaria 2024-2025* (41-48. or.). Behategia. https://behategia.eus/eu/urtekaria/urtekaria-2024-25/

Urkizu, U. (2024). Filminek euskarazko azpidatziak jarri dizkie ehun filmi baino gehiagori. *Berria.* https://www.berria.eus/komunikazioa/filminek-ehun-film-baino-gehiagoren-euskarazko-azpidatziak-jarri-ditu_2127508_102.html

Waliño, J. (2019). Euskararen bizitasun digitala ispiluaren aurrean. *BAT Soziolinguistika aldizkaria*, *111*, 35-46 or.

ZerNonIkusi (d.g.). *ZerNonIkusi.* https://zernonikusi.eus/