

KOMUNIKABIDEEN ERAGINARI BURUZKO IKERKETA: IKUSPEGI HISTORIKO BAT

Ander Iturriotz Lauzirika

Gizarte eta Informazio-Zientzien Fakultateko Irakaslea

Soziologia komunikabideek duten eragin sozialaz arduratzen hasteko bi baldintza nagusi eman ziren, mende honen hasieran, eta bereziki EEBBetan: alde betetik, komunikazio-sistema indarrez sustraitu eta azkar garatu zen, teknikoki zein ohitura sozialetan, gizarte aurreratuenaren oinarritzko euskarri bihurtu zelarik; bestetik, sistema politiko-ekonomikoa, gizarte oso baten egitura mantentzeko zein iharduera politiko arrakastatsua izateko masa-komunikazioko sareak zuen garrantziaz berehala jabetu zen.

Irratia izan zen hasiera batean gizarte-aldaketa komunikatiboaren bultzatzaile nagusia, eta gero telebista, aurrerantzean kulturari buruzko edozein ikerketa egiterakoan ezinbestean aipatu beharreko elementu bihurtu delarik.

Daniel Bellek¹ eskaintzen dizkigun datuetan mende honetan zehar telebistak izan duen hedakuntza aipagarria nabariro erakusten zaigu: 1948an jadanik 200.000 familiak zuten beren etxean telebista eta, hamar urte beranduago 40.000.000 telebista zeuden EEBBetako etxeetan; 1948an jadanik 15 kate zeuden ihardunean eta, 1958an 520 ziren kate igorleak. Zer esanik ez, ikustentzute-ohiturak ere intentsoagotu egin dira: 1958an telebista zeukan etxe bakoitzean egunero 5 orduz ikusten zen batzbeste tresna sortu berria.

"*Communication Research*" izenaz ezagutuko zen korronte teoretiko haren inguruan ikertu zuten autoreen eritziak harira ekartzea baino ez dago *stablishmentak* komunikabideei buruzko ikerketa nola erabili zuen antzemateko. Lazarsfeld-ek berak aitortuko digu iparramerikar komunikazio-teoria erabat lotuta zegoela politikarekin, "lurraldearen ongizate nazionala eta internazionala ikerketa sozialerako tekniken garapenarekin bat dator" eta.

Erabateko eraginaren Teoria: 1910-1940

Beti izan du gizakiak halako beldur adieraztezin bat ezezagunaren aurrean, eta komunikabide berriak sortzen hasi ziren garai hartan beldurra izango zen, lilurarekin batera, irratia edo zinemaren aurrean, artean Gutenbergen galaxiako eredutan bizi zen ikustentzulegoaren jarrera behinena. Soziologiak ere halako beldur, maiz frogaezina, erakutsi zuen erantzun teorikoak garatzen hasi zenean.

Teknikaren inguruan halako misteriozko zisku bat gorpuzten da aurrerapen berria sortu ahala, boterea suposatzen bait du teknikak, ezagutzen duenaren eskuetan. Ekidin ezineko jarrera psikologiko hau telematika-ekin ere ematen da gaur egun, eta gizakirik kritikoenak ere, Enzensberger-ek salatu duen bezala, nekez gailen dezake hutsaltasun-sentsazio arrotz hori.

Lehen zeinu idatziak sortu zuen beldur eta botere-nashasmendu hura, berriro emango da, McLuhan-ek errepikagarritasunaren ezaugarria egotziko dion inprentarekin bezala, propaganda soilenerako lehen baliabide psikologikoak komunika-bideetara aplikatzen hasten direnean.

Mundu-Gerletan, eta bereziki Hitlerren II.ean, erabili ziren propagandarako makina izugarri eraginkorrak izango dira, hain zuzen ere, lehendabizikoz, komunikabideen aztertzaileak kezkatuko dituztenak.

Orduantxe sortuko da soziologiaren ikerketa-atal bereizi bat, oro har, komunikazio-prozesua aztertuko duena, eta bereziki komunikabideek gizabanakoarengan sortzen duten eragina. Goebbels izango da, seguru-eruenik, propagandisten artean gehien aipatuko den pertsonaia historikoa.

Lehen hipotesi teoriko batean Eragin Zuzenaren paradigma erabiliko da komunikabideen indarra deskribatzeko. Komunikabideek erabateko eragina dutela baieztatuko da, batzutan intuizio hutsa erabiliko bada ere, froga enpirikoa baino.

Harold D. Lasswell dugu lehen epe honetako aitzindari nagusia. Bere komunikazio-eskema aurkezten duenean, hain ospetsu gertatuko diten "*best W*"en sistema norabide bakarrekoa planteiatzen du: *Who says* (Nork dio), *What* (Zer), *in Which channel* (Zein bidez), *to Whom* (Nori) *and with What effect* (Zein ondorioz). Eskema hertsi honetatik kanpo ez bide dago komunikazioa ulertzerik.

Estimulu-erantzuna eskema konduktistan oinarrituko da, komunikazioa goitik beherako prozesu zuzena dela baieztatzeko, mezu indartsuaren eragin beldurgarria azaltzeko.

Mezua orratz hipodermikoa da, entzulearen haragitan sartua ezinbesteko eragina izango duena. Beste metafora batez ere adierazi da teoria hau, balaren hipotesiarekin, hain zuzen ere: balak, mezuak, beti lortuko du aurrean jartzen zaion gorputza jotzea, kontu bakarra da gorputz horrek,

entzule horrek, duen erresistentzi ahalmenari egokitu beharko zaiola mezua. Kalibre handiagoko bala bat aukera daitekeen bezalatsu erabil daiteke intentsitate handiagoko mezua.

Edukin-analisia garatuko du. Laswell-ek teoria honi funtsapen metodologiko bat eskaintzeko, eta hau zor dio komunikabideei buruzko Soziologiak autore honi, geroago, kasuen edukin-analisi hau denbora-epe luze batean ematen den komunikazio-prozesu osoaren analisirako tresna ezin baliagarriago bihurtuko bait da edukin-analisia.

1938an Orson Welles-ek, martiztarrek Lurra inbaditu zutela iragarritz egindako irratsaio ospetsu hura aipatzen da beti, sasoi honetako teoriaren erakusgarri edo adierazgarri bezala. Hadley Cantril-ek² aztertu zuen zehatz-mehatz kasu bitxi hura.

Eragin Minimoaren Teoria: 1940-1970

Pendulu-erako prozesua, edo tesitik antitesira iragaten den garapen dialektikoa, maiz eman da, Historiaren bilakaeran ezezik, pentsamolde teorikoen jarraipenean ere, eta 1940 urtetik 1970ra bitartera, greziarren aurkakoen lege zahar haren agindu eternoa betez bezala, mutur batetik bestera joango da komunikabideen eraginari buruzko ustea.

Bernard R. Berelson, Paul F. Lazarsfeld eta William N. McPhe³ jarriko dituzte Eragin Mugatuaren

Paradigma deituko denaren lehen oinarriak, 1954 urtean, *Voting* liburua argitaratzen dutenean.

Paradoxikoki, 1948an Truman-ek irabazi zituen Lehendakartzarako hauteskundeak; paradoxikoki diogu, Dewey bere aurkaria prentsa idatzi guztiaren jabe bait zen garai hartan, aipatu autoreek ikergunetzat hartu zuten Elmira (New York) hirian.

Kasu asaldagarria gertatu zen berau, inork gutxi uste zezakeena. Zergatien azterketa burutu ondoren, ondorio berri bezain sinestezin batzutara iritsiko dira autoreok: komunikabideek ez dute eragin zuzenik sortzen, aitzitik, alde zuzenetik zeuden jarrera eta eritziak indartzea baino ez dute lortuko.

Metafora bat erabiltzearen, hauteskunde-kanpaina eta, orokorturik, propaganda-saio oro, "argazkiak errebelatzen dituen bainu kimiko bat" baino ez da, negatiboan alde zuzenetik grabatuta ez dagoena azalera ekarri ezin duena.

Ondorio berberara iritsi zen Lazarsfeld⁴ bera ere, 1940 urteko Erie County (Ohio) bailarako hauteskunde-kanpaina aztertu zuenean.

Talde-egiturak, eritzi aitzindariak eta harreman pertsonalek, hau da, faktore bitartekariak, iragazten eta ahultzen dute komunikabideen balizko eragina.

Joseph T. Klapper-ek⁵, Errefortzua-ren Hipotesi hau sendotuko du, komunikabideek eritzi-aldaketa

zuzenik lortzen ez dutelako abiapuntua indartuz. Komunikazio-prozesuan tartekatzen diren fenomeno aipatu haez aparte, giza psikologiak berezko duen ezaugarri bat aurkitu uste du: joera nabaria dute pertsonak, diosku, mezuen aurrean esposizio, oharmen eta erretentzio aukeratua erabiltzeko, adostasunean gertatzen diren berri haiek onartuz eta aurkakoak gerta litezkeenak errefusatzuz, edo, bestela, norantza aldatuz, alde zurretiko pentsamoldean gatazkarik gabe integratuz, alegia.

Lehen eritzi kritikoak

Garai honetan, ordea, beste teoria batzu sortuko dira, Lazarsfeld-ek ezarri zuen Paradigma Nagusia ukatzera etorriko direnak.

Kurt eta Gladys Engel-ek⁶, epe luzeko ikerketaren proposamena egiten dute, komunikabideen eragina neurtzeko ordurarte erabilia izan zen epe laburreko azterketa eznahikotzat harturik. Komunikabideek badute ukaezineko eragina ikustentzulegoarengan, baina hau epe luzera ematen da. Komunikabideen eragina ez da kanpainan bertan ematen, jendeak bai bait daki propagandisten helburu dela, eta autoselektzio-erresorteak erabiltzen ditu. Hauteslea atrintxeratu egiten da bere lehenagoko eritzietan.

Beraz, komunikabideen eraginaren osaketa prozesu bezala ikusi behar da, eraginak pilatu egiten bait dira eta gainjarri.

Zentzu honetan, komunikabideek irudi politikoak sortzen dituzte, arrakastaz salduko den produktuak leuzkakeen merituen epaile orokor bihurturik. Nahikoak dira klitxe batzu erabiltzea (ustelkeria, barne-liskarra ...) talde edo produktu baten inguruan, honen arrakasta edo porrota ziurtatzeko. Komunikabideek, azken batean, "bigarren eskuko errealitatea" eskainiko diote edozein motatako audientziari, honek ezagutuz eta ezagutu ezin dezakeena ezkutatzuz, eskaintzen duen iruditeria publikoa interes berezi batzuren esanetara eraikiz.

Paul Felix Lazarfeld-ek eta Robert King Merton-ek⁷ idatzi zuten artikulu batean, bestalde, komunikabideek "statusa emateko duen ahalmena"z hitz egiten zaigu.

Komunikabideek bati buruz hitz egiten dutenean iritsi delako seinale da. Komunikabideek mintzagai aukeratu dutelarik, batek garrantzia nahikoa du masa anonimoaren gainetik jarria izateko; bestela esanda, haren eritzia eta jarrera nahikoa garrantzitsua da Eritzi Publikoa sortzeko eta moldatzeko.

Komunikabideek, arau soziala legezkatzen eta jarrera desbideratua sinbolikoki zigortzen dutela ere adierazten digute.

Autore hauek behar duen garrantzia ematen diote, beraz, komunikabideen eraginari, komunikabideak erabiltzen dituenak bai bait daki hauek statusa sortu eta gizarte-arauak sendotzen

dituztela eta, beraz, interes partikularrak betetzeko erabil litzake hain indarge ez diren komunikabideok.

Badute, halaber, komunikabideek "disfuntzio narkotizatzaile" bat, autore hauen ustez. Ukaezina da, egungo komunikabideek ahalmena dutela mundu osoan zehar gertatzen dena jakin erazteko, baina batzutan arazoei buruzko kezka azaleko edo lausoa baino ez dute piztarazten. Berariaz bilatutako esposizio aukeratu eta zuzendu honek funtzio narkotizatzailea bete dezake publikoarenganako, autoreen ustez disfuntzio bihurtzen dena, gizarte demokratiko eta garatu bati ez bait zaio interesatzen jendekopuru handi bat politikoki ezaxolati edukitzea.

Zentzu honetan, Robert Kubey-k⁸ berri-saioek eta, oro har, informazioa eskaintzeko helburua duten instantzia guztiek erakusten diguten ardura eza salatzen du. Laburpenaren Eredua nagusitu da, 12 segundoz baino gehiago luza ezin daitezkeen TB albistegietan, berri laburrez bonbaketzen gaituzten egunkarietan edo autore interesgarriena hiru lerrotan laburbiltzen duten testu-liburuetan, esate baterako. Ondorioz, Laburpenaren Ereduarekin batera, munduaren ikuspegi uztartugabea, integratu ezina nagusitu da.

Nola sorteraz dezake amorrua Bangladesheko uholdeen kronikak iragarki komertzial batek baino gutxiago irauten duen albiste batez erakusten bazaigu? Nola senti daiteke heriotzaren presentzia, ankerkeria

fikzioa egituratzeko asmatu den eskema lar narratzailearen bidez ezkututzen zaigunean?

Kritika zorrotz honek bere osotasunean hartzen du sistema demokratikoaren funtsapena, Herbert I. Schiller-ek⁹ iradokitzen digunez, Askatasuna ez bait da bakarrik zentsura ezaz neurtu behar, baizik eta komunikabideek eritzi desberdinak entzuteko ematen duten aukeraren neurriaz ere.

Jabegoaren antolamendu pribatuak, bestalde, etekina du helburu nagusi, eta, beraz, ezinbestekoa da, komunikabideek duten behar sozialaz ahazturik, Korporazio Handiek komertzialtasuna bilatzeko iragarki zein publizitatean oinarritzea eta, eskuarki, "orkesta ordaintzen duena da honek zer jo behar duen aukeratzen duena".

Komunikabideak statu quoaren euskarri dira, ondorioz, autore hauen eritzi, eta gizarte konformista baten oinarri. Presio ekonomikoak konformismora bultzatzen du, irabaziaren legeak *denbora salgarriaren* merkatuan galerak sortuko lizkieketen auzi eztabaidagarri eta moralki larriak ez aipatzeko agindua bete erazten bait die komunikabideei.

Ikerketa administratua

Baina Lazarsfeld-en Paradigma Nagusitua nagusi izango da luzaro, erizpide teoriko, agian interesatuki, onartuan, oso eragin-ahalmen txikia egotziko zaielarik komunikabideei.

Nahiko arrazoiak daude eragin minimoaren teoriak indarrean irauteko. Kontsentsuaren paradigmaman oinarritu zen masa-komunikazioari buruzko ikerketa, giza integrazioarako eta hedakuntza ekonomikorako baliabidea izan zen EEBBetako barne-esparruan. Esan gabe doa, EEBBak nagusigo mundiala lortzen ari zireneko sasoi honetan, komunikabideak hedakuntza inperialistarako bide garrantzitsua izan zirela iparamerikar politikak kanpo-esparrurako burutu zituen plangintzak aurrera eramateko. "Communication Research" delakoa erabat adostasunean eman zen estatuaren interesekin, eta komunikabideek joka lezaketen paper zikina sala zezakeen uste edo hurbilpen teoriko oro berehala baztertua eta errefusatua gertatu zen.

Enric Saperas-ek¹⁰ komunikabideei buruzko ikerketaldi administratu hau baldintzatu zuten hiru sektoreen beharrak aipatzen ditu:

- 1.- Merton-en terminologia erabiliz, komunikabide berriek *Erdi Mailako* ikerketa enpirikoak (eta ez kritikoak) bultzatuko dituzte, audientzia ezagutzeko ezezik, espazio komunikatiboa errentagarri bihurtzeko.
- 2.- Eredu politiko liberalak Eritzi Publikoa nola sortzen den ikertu behar du, publikoaren kontrola lortzeko. Komunikabideek Erakundeek ekimen planifikatuak aurrera eramaten lagutzeko funtzioa beteko dute.

- 3.- Sistema militarrek, bere nagusigoa betirakotzeko, amerikar ideologia hedatzeko, eta, batez ere, garai hartan mundu azpigaratuko hainbat herriren erreferentzia bakarra zen komunismoari aurre egiteko, estimulu inpaktagarriak bilatuko ditu komunikabideetan. Helburu hain nabari horietarako, aurre-rapen teknologikoen aplikazio zuzena bilatuko du.

Egintza belikoen nagusigoa merkatu komunikatiboan oinarritzen hasiko da.

Beste bi sektore ere aipatzen ditu autoreak hauen lagungarri, Unibertsitatea eta Erakunde Pribatu edo Korporazio Handiak, guztiz bat etorri bait ziren komunikabideen ikerketak jorratu zituen eremu hauekin.

Guzti honek badu ondorio epistemologiko zuzen bat: "Communication Research"ak, aspektu kognoszitiboak eta etikoak kontutan hartuko zituen komunikazioaren teoria orokor bat formulatzeari uko egin zion. Baliabide metodiko zorrotz eta ugariak sortuko ditu, baina ezin izango du egintza soziala orokortasunean ulertzeko proposamenik egin.

Erabilera eta Sarien Teoria deitu dena izango da ikerketa honen adibide muturrekoena.

Elihu Katz, Jay G. Blumler eta Michael Gurevitch-ek¹¹ hain naharoa izan den teoria honen laburpen moduko batean adierazten digutenez,

enfoke honek komunikabideen kontsumatzailea hartzen du abiapuntutzat eta ez mezua bera. Publikoa da mezuak erabiltzen dituenak, dauzkan behar batzua asebetetzeko. Audientziak erakusten duen komunikabideen erabilera-mota izango da bariabile independentea komunikazio-prozesuan. Erabileraren ezaugarri psikosozialak baldintzatuko du komunikabideen eragina.

Komunikabideetan jartzen den arreta, beharrak betetzeko halako aukera funtzional bat baino ez da izango.

Ikuspegi honen abiapuntua publikoa aktibotzat hartzea izango litzakete, publikoari berari bait legokioke, neurri handi batean, behar bat asetzeko komunikabide bat aukeratzea eta ez bestea, eta azken buruko kasu batean, komunikazio-sistematik kanpo dagoen beste aukera funtzionalen bat aukeratzea.

Ekarpen berri batzua: Eragin Indartsuaren Teoriara itzuli.

Noelle Neuman¹² izango da, 1973. urtean, lehenengoz eragin indartsuaren teoriara itzuli beharra aldarrikatuko duena, bere artikulua bat era esanguratsu honetan izenburutu zuenean: "Return to the Concept of Powerful Mass Media".

Giza zientzia enpirikoaren krisi eta birformulaketarekin batera emango da ikuspegi-aldaketa hau eta, komunikabideen Soziologiari dagokionean,

komunikabideek duten eragin nabaria baieztatzen hasiko da berriro.

Ikerketa desberdinetan oinarrituko diren teoria berriak sortuko dira, eta ikerketa bera EEBBetatik kanpora ere irtengo da.

Baina Eragin Indartsuaren hipotesira egiten den itzulera hau ez da zuzena, ez eraginaren ezaugarrietan, ezta giza ondorioetan ere. Ezin dira, honez gero, bere horretan onartu Lasswell-en paradigmak ezarri zituen oinarriak. Noelle Neuman¹³ berak eskaintzen digu komunikabideen eraginari buruzko ikerketak eman duen jauzi koalitatiboaren berri:

1. Hastapenetako ikerketak kasuak erabiltzen zituen, eta kasu hauek estimulo bezala erabiltzen ziren eraginak neurtzeko. Egun ikerketak kasu edo saio asko ikertzen ditu batasun batean, komunikabide desberdinetan zehar eman daitezkeen gai azpimarratuak zehazteko.
2. Lehen epe laburreko ikerketak egiten ziren bitartean, gaur epe luzeko ikerketak burutzen dira, komunikabideen eragin kognosizitiboa aurkitu asmoz.
3. Hasierako ikerketak laborategi-esperimentuak erabiltzen bazituen ere, egun, ikerlaria benetako bizitzatik ahalik eta gertuen kokatzen saiatzen da, esate baterako, kanpoko esperimentuak erabiliz.

4. Ikerketa hasi berriaren arreta mezuaren hartzailean jartzen bazen, orain, ikerketa orohartzailea da, berdin ikertzen ditu mezua, igorlea zein hartzailea, ingurugiroko elementuak ahaztu gabe.
5. Lehenagoko idatzizko komunikabideak aztertzen ziren bitartean, egun, mediak aztertzen dira, telebista, batez ere, baita, formalki baztertzen ziren beste batzu (berri agentziak, eskolako testuliburuak...) ere.
6. Hastapenetako ikerketak gizabanako hartzailearengan ematen ziren jarrera-aldaketak hartzen zituen aztergai. Egun, gizabanakoek beren giza ingurumariaren kontzeptzioan jasaten duten aldaketaren bidez neurtzen dira eraginak, errealitatearen ulerkuntza eraldatzeko ematen den prozesu osoa birreraikiz.

Komunikabideek, beren erretorika edo mezu zuzenaren bidez baino areago, epe luzera sortzen dituzten irudi eta mundu-ulerkuntzen bidez moldatuko dute beren eragina.

Mauro Wolf-ek¹⁴ oharterazten digunez, ez gaude jadanik eragin intentzionatuen esparruan, baizik eta mezuen sorkuntzan ematen diren distortsio berezi batzuren aurrean, hartzaileen eduki kognoszitiboan txertatzen direnak. Gertuago gaude, beraz, bitartekaritza sinbolikoaren teoria orokor batetik: gizakiak halako pertsonalki eta zuzenki inoiz

esperimentatu ezin dituen "errealitate-pakete" batzu jasotzen ditu komunikabideetatik.

Dependentzia kognoszitibo hau egiaztatzen saiatzen direlarik, ondoren ikusiko ditugun teoria berriek komunikabideen eragin indartsu eta zuzena –nahiz eta ez berehalakoa–, aldarrikatuko dute.

Ixiltasunaren Espirala.

Nöelle Neumann-ek garatuko du, hain zuzen ere, *Ixiltasunaren Espirala* deituko duen teoria.

Komunikabideek eragin handia dute gizabanakoaren kanpoaldeko errealitate sinbolikoa osatzen duen *Eritzi-Giroan*, eta ingurumari honetan ditu bere sustraiak *Ixiltasunaren Espiralak*.

Komunikabideek halako desoreka bat sortzen dute, gai eztabaidagarri bati buruz dauden eritzi kontrajarri bik lortzen duten benetako aldekotasan porzentaiaren artean eta, interes onartezin batzuri erantzunez, komunikabideek berek sortzen duten Eritzi-Girotik irakurtzen den porzentaiaren artean.

Alegia, gai eztabaidagarri bati buruz egon daitezkeen balizko eritzi bi hauek hauteslegoaren ehuneko 50 badute alde hasiera batean, komunikabideek bortxatu egiten dute errealitate hau, porzentaia desberdin eta kualifikatuen ustea zabalduz.

Eritzi-emaileak, beraz, benetakoa ez den porzentaia somatuko du Eritzi-

-Giroan eta, ondorioz, bere benetako eritzia "galtzaileena" dela uste izanik, jende-kopuru batek bere ez duen eritzia emango du, azken batean, giza psikologiak ihes egiten bait dio gutxiengoaren legeari, inork gutxik nahi bait du estigmatizatua, gehiengo handietatik berezia eta begiz joa izan.

Eritzi-Giro hau nola osatzen den aztertzeko, kontutan hartu behar da komunikabideen iharduna, *Eragin Motelaren* aldeko teoriak ahaztu zituzten hiru ezaugarri hauez ematen dela:

1. Batetortze edo kontsonantzia: komunikabideek mezu eta gai berberak erabiltzen dituzte.
2. Pilaketa edo akumulazioa: mezuak aldiaren behin errepikatzen dira denbora batean zehar.
3. Omnipresentzia edo erresonantzia: komunikabideek espazio publikoa osatzen dute eta, halaber, publikoaren kontzientzia.

Agenda Ezarpena edo Tematizazioa

Beste teoria garrantzitsu bat ere garatuko da, azken urte hauetan, *Agenda Ezarpena* deitua. Komunikabideek, beren gai aukeraketarekin, kezka- eta eztabaida-multzo bat inposatuko diote gizarte osoari, gizarte horren kontzientzia praktikoa osatuko dute, nolabait esateko, beste hainbat kezka eta auzi ezkutatuak dizkioten bitartean.

Baina teoria honek berriki formulatu duena, behin eta berriro agertzen da komunikazioen eraginari buruzko ikerketaren historian.

Berelson, Lazarsfeld eta McPhee-k, aipaturiko *Voting* ikerketan, 1984eko lehendakaritzarako hauteskundeetako kanpainari buruz ari direlarik, adierazten digutenez, ezinbestekoa da prentsaren aldetik "aukeraketa- eta ezabaketa-neurri gogoangarri bat"¹⁵, gai gutxi batzu baino ez bait dira eztabaidatzen hauteskundeetan, "eta hor masa-komunikabideen edukiak paper erabakiorra jokatu behar du. Laburketa-, enfokatze- eta hauteskundeak esan nahi duenaren zehazte-papera da berau"¹⁶.

Lang eta Lang senar-emazteek, halaber, baieztatu zigutenez, "egintza eta ustekizun politikoei buruzko berri oro (eta ez bakarrik kanpaina-hitzaldiak eta propaganda-kanpainak), garrantzitsuak dira, nolabait, botu aukeraren orduan. Ez bakarrik kanpainen barrena, baita tarteko aldietan ere, komunikabideek ikuspuntuak eskaintzen dituzte, hautagaien eta alderdien irudiak sortzen dituzte, kanpaina horretan garatuko diren gaiak argitzen laguntzen dute, kanpaina hauen inguruan garatuko delarik, eta kanpaina zehatz bat ezaugarrituko duten giro berezia eta sentzibilitate-eremuak"¹⁷ definitzen dituzte.

R.W. Cohen izango da 1963an hipotesia osokien laburbilduko duena: komunikabideek ez digute esango zer pentsatu behar dugun, baina bai zeri buruz pentsatu behar dugun.

Komunikabideek gai-aukeraketa erabat interesatua egiten dute. Zenbakitan adieraztearren, egunero sortzen diren berrietatik %75 baino gehiago baztertzen da egunkarietan, eta are gehiago telebistetan, jarraipen zabal eta zehatza oso berri gutxiri eskaintzen zaion bitartean. Beste era batera esateko, komunikabideek eztabaidagaien *agenda* edo zerrenda bat ezartzen diote Eritzi Publikoari.

Maxwell McCombs eta Sheldon Gilbert-ek¹⁸ azaltzen dutenez, komunikabideek ingurugiroaren deskribapen egituratu bat eskaintzen dute, eta bertan objektu gutxi batzu, eta hauek dituzten ezaugarri aukeratu batzu, baino ez dira nabarierazten.

Gai-aukeraketa honen bidez, ordea, ikustentzulegoak ez du komunikabideetatik, irudi lezakeen bezala, arazo publiko jakin batzuri buruzko informazioa bakarrik jasotzen. Komunikabideek, aurkezturiko gertaera publiko hauei zer-nolako garrantzia eman behar dien ere adierazten diote, media kontsumitzaileari. Eta hau enfasi eta errepikapenaren bidez lortzen da.

Komunikabideek aparteko papera betetzen dute dugun mundu-irudiaren osaketan, eguneroko berrien aukeraketa eta kontaketa-lanean, gure ordeztantolatzen bait dute gure mundua.

Moldaketa-prozesua bi epetan ematen da: lehendabizi zeintzu berri garatu eta zeintzu enoratu erabakitzen dute komunikabideek eta, ondoren, ohizkoa den "hesiak jartzeko rutina" (*gatekeeping routine*) hau iragaten

duten berri guztiek ez dute tratamendu berbera lortzen. Batzuk luze ematen den bitartean, orrialdeko lekurik nabarietak betetzen dituztelarik, idazpuru nagusiez azpimarratzen direlarik, beste batzu ezkutuan bezala ematen dira.

Azken teoria honen baieztapenik indartsuena, edo fikzioaren funtsapen harrigarriena honako hau izan liteke: komunikabideek aipatzen ez dutenak errealtasunik ez duela adieraziko lukeen hura.

Gaien agenda ezarria izan dela frogatzeko, bi agenden arteko elkarkidetzata-maila esanguratsua neurtzea baino ez dago, alegia, prentsak ezartzen duen agenda eta gizarteak berak duen gai garrantzitsuen zerrendaren artean dagoena, edo agenda politikoaren eta gizarteak dituen gai kezkarrien zerrendaren artekoa. Bi agendak bat badatoz, frogatuta geratzen da agenda ezarteko erabili diren komunikabideek eragina izan dutela publikoaren mundu-ikuspegiaren osaketan.

Teoria honen ildotik, eta bereziki *Bideraketa Instituzionala* (Agenda-building) aztertuz, berriki, Noam Chomsky eta Edward S. Herman-ek¹⁹, oso lan aipagarria, "*Los guardianes de la libertad*" deritzona argitaratu dute. EEBBetan indarrean dagoen propaganda-eredu gailentezina aztertzen dute bertan: familia gutxi batzu dira komunikabideen jabe, berri gehienak erakunde ofizialetatik sortzen dira, komunikabideek izugarritzko morrontza jasaten dute iragarkien

merkatuarekiko, antikomunismoaren ideologia erruz sustraituta dago... Interes bateratsu guzti hauek ezinbesteko egiten dute EEBBetako komunikabideek mezuaren erretorika zorrozki neurtu behar izatea eta berriak aukeratu eta iragazi beharra.

Chomskyk eta Herman-ek ezin hobeki frogatzen digutenez, poloniar apaiz baten hilketak, Ertamerikako ehundik gora hilketa sonatuk baino arreta handiagoa merezi izan du EEBBetako komunikabideetan. Era-kusgarri ukaezina ideologia nagusiak, botere ekonomiko eta militarrek, ezartzen duen agendaz.

Azken hausnarketa gisa

Beste beldur-mota bat soma daiteke aurkeztu ditugun teoria garaikide eta orokorrago hauen ondorioetan, komunikabide edo teknikaren aurrean lehen ematen zen beldur ia mitologiko hura bezain zaharra den beldurra, hain zuzen ere: klase apalenak, gizateria arruntenak, badu nahikoa arrazoi, goiko klasearen eta elitearen iharduera eta interesen ispilu izan daitekeen egungo komunikazio-sistema hierar-kizatuaz kezkatzeko.

Komertzialtasunaren eta propa-ganda politikoaren murruntzan dagoen sistema komunikatiboak ez du leku askorik uzten baikortasunerako. Pentsamendu Sozialak, ordea ezin du etsi egoera beltz honen aurrean, ez dago bere esku giza ekintzaren subjektutasuna, baina bai hausnarketa-ohitura neurtu baten aitzindarritza

burutzea. Soziologiak kritikotasuna berreskuratu beharko du, zentzu honetan, giza bizitza etiko eta zuzenaren helburua bere egingo badu.

Ezin dugu ahaztu, bestalde, jarrera otzanegia izango litzateke gure aldetik, komunikazio-teknologia eta tresneria garatuak aukera anitzak ireki dituela komunikazio-egitura parekatuago bat lortzeko. Zeren eta Herbert I. Schiller-ek²⁰ esaten duenez, "utopiak ez daude jadanik indarrean, hain zuzen ere, utopiaren gauzatzea ahalezko bihurtu den garaian", eta utopia komuni-katiboarena, gainerako giza utopiena bezala, beti gogotan izan behar den helburua da.

Frantz Fanon-ek²¹ adibide ezin adierazgarriagoa eskuratzen digu Algeriako iraultza-garaian komuni-kabideek jokatu zuten papera aztertzen duenean. Talde sustraitu, kontzientziatu eta eraginkor batek, nazio batek edo gutxiengo batek, goitik beherako egitura desorekatu batez luzatzen zaizkion mezuen zentzua eralda dezake, komunikazio-sistemak nagusituak erabili duen teknika bera erabiliz eta bereganatuz. Algeriako herria, Marshalla McLuham-en baieztapen ospetsu hura iragarritz bezala, medioaz jabetu zen eta, honen bidez, mezuaz ere jabetu zen.

Egun, giza bidegabekeria eta herrien dependentzia soziokultural basatia nabari gertatzen den kasu guztietan, botere-erdiguneetatik inposaturiko Agendak bere neurriko erantzuna izan behar du komunikazio-prozesuan pasibitatea baino eskatu

nahi ez zaion audientziatik. Asmoz norabidebakarrekoa den mezuak Irakurketa edo Oharmen Aukeratua eskatzen du; kode standarra balio eta arau demokratikoagoetatik birkodetza beharrezkoa da.

Komunikabideen eragin saihegaitzaren menpean bizi den giza-banakoak bezala, talde egituratuak, bere eztabaida-ihardun etenezinean, Oharmen Aukeratua indartzean du, komunikazioaren esparruan behintzat, nortasun kultural bereziari eta gizaki zalantzatsuak bere-berea duen irauli eta ukatu beharrari eusteko era oinarrizkoena.

Baina ez da *Eragin Minimoaren Teoriak*, noizbait, sistema komunikatibo manipulazalea, bortxa informatiboa, zuritzeko erabili ahal izan zuen Oharmen Aukeratu funtzionalista hura orain berriro proposatzen dena, baizik eta, zuzentasunaren xedeak lortuko badira, gizartearen instantziarik behinenak bere defentsarako garatu beharko duen mekanismoa, beste mekanismo akritiko eta lausoegi hura ordezkatu beharko duena.

Lerro tartean ibili eta irakurri behar honek, albiste eta pozoinaren uzte nahasiegi horretan garia lastotik bahetu behar honek, ezinbestekoa du balio eta sentipen argi bezain zorrotz batzuren gidarritza, eta kritikotasunak sentipen hauek bultzatu behar ditu lehenik, nortasunik gabeko masa amorfoaren aldeko apostua egin dutenen zabarkeria eta ezaxolari aurka eginez.

Egia da teknologiak aurkezten digun erronka akigarria gerta daitekeela esku hutsik dagoen gizaki oldarkorrarentzat, baina egia da, halaber, bere egunerokotasunaren eraikuntzan, komunikazioaren edo eztabaidaren etikan oinarritzen ez den gizarteak, bere barrenean kritikotasun ireki eta ez sistematizatuaren hazia ereiten ez duen giza multzoak, are zailago duela erronka horri era arrakastatsuz erantzutea.

Zeren eta Karl Otto Apel-ek²⁰ iradokitzen digunez, seriooki argudiatzen duen pertsona orok, galdera bidezko bat formulatzen duen pertsona orok, komunikazio-komunitate ideal baten arauak iragartzen bait ditu jadanik.

Oharrak

- (1) BELL, Daniel : "Modernidad y sociedad de masas: variedad de experiencias culturales", in *Industria cultural y sociedad de masas*, Hainbat Autore, Monte Avila Editores, Caracas 1970, 18 or.
- (2) CANTRIL, Hadley; "La invasión desde Marte", in *Sociología de la comunicación de masas II*, M. de Moragas (ed). GG MassMedia, Bartzelona, 1986, 91-110 orr.
- (3) BERELSON, Bernard R., LAZARFELD Paul F. eta McPHEE William N.; VOTING, A. *Study of Opinion Formation in a Presidential Campaign*. University of Chicago Press, Chicago (Illinois), 1954.
- (4) LAZARFELD, Paul Felix; "*La campaña electoral ha terminado*", in *Sociología de la comunicación de masas III*, M. de Moragas (ed), 20-39 orr., GG MassMedia, Bartzelona, 1986.
- (5) KLAPPER, Joseph T.: *Efectos de la comunicación de masas. Poder y limitaciones de los modernos medios de difusión*, Aguilar s.a. de Ediciones, Madril, 1974.
- (6) LANG, LANG Kurt eta Gladys Engel; "Los ´mass-media´ y las elecciones" in *Sociología de la comunicación de masas III*, 66-49 orr., M. de Moragas (ed), GG MassMedia, Bartzelona, 1986.
- (7) LAZARFELD, Paul Felix eta MERTON Robert King; "Comunicación de masas, gustos populares y acción social organizada", in *Sociología de la comunicación de masas II*, 22-49 orr., M. de Moragas (ed), GG MassMedia, Bartzelona, 1986.
- (8) KUBEY, Robert: "How Commercial Pressures Both Promote and Inhibit Program Innovation", 1991ko Maiatzean Bilbon izan ziren *Berrikuntzak Irrati eta Telebista Saioetan* izeneko Ihardunaldietan irakurritako txostena.
- (9) SHILLER, Herbert I.; *Comunicación de masas e imperialismo yanqui*, 120 orr., Gustavo Gili Argitaletxea, Bartzelona, 1976.
- (10) SAPERAS, Enric: *La sociología de la comunicación de masas en los Estados Unidos*, 11-23 orr., Ariel, Bartzelona, 1985.

- (11) KATZ, Elihu, BLUMLER Jay G. eta GUREVITCH, Michael; "Usos y gratificaciones de la comunicación de masas" in *Sociología de la comunicación de masas II*, 127-171 orr, M. de Moragas (ed), GG MassMedia, Bartzelona, 1986.
- (12) NOELLE NEUMANN, E; "Return to the Concept of Powerful Mass Media", in *Studien in Broadcasting*, 9, Eguchi, Stata (eds.), Nippon Hoso Kyokai, Tokio, 1973. (Hainbat autorek aipatua).
- (13) NOELLE NEUMANN, E; "The Effect of Media on Media Effects Research", in *Journal of communication*, 157-165 orr, Summer, 1983.
- (14) WOLF, Mauro: *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, 157-166 orr. Paidós Edizioak, Bartzelona, 1987.
- (15) BERELSON, Bernard R, LAZARSELD Paul F. eta McPHEE Willian N.; op. cit., 238 orr.
- (16) BERELSON, Bernard R, LAZARSELD Paul F. eta McPHEE Willian N.; op. cit., 251 orr.
- (17) LANG, Kurt eta Lang Gladys Engel; op. cit., 80 orr.
- (18) McCOMBS, Maxwell, and GILBER, Sheldon; "News Influence on Our Pictures of the World", 1-15 orr., in *Perspectives on Media Effects*, Lawrence Erlabauon Associates Publishers, Hillsdale, New Jersey, 1986.
- (19) CHOMSKY, Noam eta HERMAN Edward S.; *Los guardianes de la libertad*, Crítica Argitaletxea, Bartzelona, 1990.
- (20) SCHILLER, Herbert I; op. cit., 141 orr.
- (21) FANON, Frantz; "Aquí la Voz de Argelia", in *Sociología de una Revolución*, 50-76 orr., Ed. ERA.
- (22) APEL, Karl Otto; *Estudios éticos*, 207 orr., Alfa Argitaletxea, Bartzelona, 1986.