

TELEBISTA-ALBISTEGIAK ETA ERREALITATEAREN ERREPRESENTAZIOA

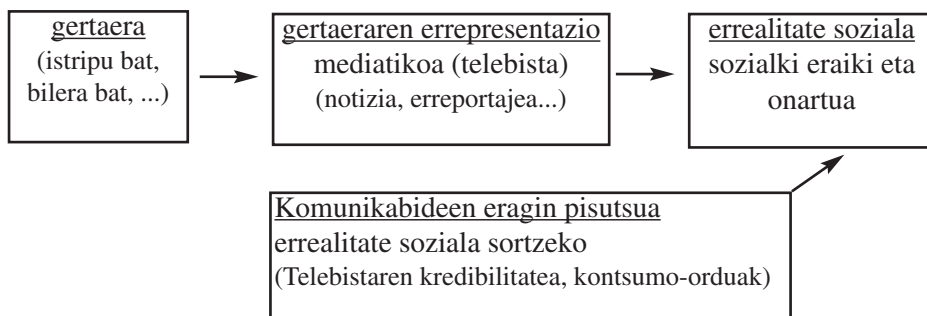
Edorta Arana

Komunikabideetan/telebistan agertzen diren notiziak, errealitatearen puskak omen diren horiek, gizartea ulertzeko modu espezial baten zertzeladak dira. Izan ere, telebistan azaltzen diren berriak, kalean gertatutako guztietatik harturiko apur batzuen errepresentazioa/errekreazioa besterik ez dira, eta albistegia bere osotasunean, agintearen estruktura normatiboa hedatu eta iraun erazteko tresna egokia.

Kazetaritzaren ideologia klasikoak, zabal eta luze hedatu dituen kontzeptuen artean hiru hauexek azpimarragarriak iruditzen zaizkit: komunikabideek errealitatearen ispilu-lana egiten dutela, notiziak errealitate horren zatiak besterik ez direla eta komunikabideek, notarioek egiten duten legez, errealitate hori transmititzeaz amaitzen dutela beren zeregina.

Baina esaniko kontzeptualizazio horietan ahaztu egiten da errealitate modura ezagutu eta komunikabideek (gu telebistaren kasura mugatuko gara hemendik aurrera) zabaltzen dutena produktu bat dela, eta eraikitako zerbait denez gero, artifizialtasuna berezko duen elementu bereizgarria dela.

Eskematikoki azalduta, erraz ikus daiteke edozein gertaera eta errealitate deitua izango denaren arteko bidea zelakoa den.



Kalean, lantegian, eskolan suertatzen direnak, guk gertaerak deituko ditugunak, telebistara heltzen direnean (kasu gehienetan helduko ez badira ere), honek gertaera horren errepresentazioa egingo du

(errepresentazio audiobisualak dituen errealitate osoz) eta antzerako beste hainbat pilatuz, errealitate mediatikoa sortuz. Ez pentsa, "errealitate mediatiko" kontzeptua erabiltzen ari garelako, egunerokotasunetik urruntzen ari garenik, ez. Izan ere, denon buruan dago, guk bere horretatik bizi izandako gertaera batzuei buruzko notiziak telebistan ikusten ditugunean, zein desberdin ari diren gauzak kontatzen sentitzen dugula edo guk garrantzizkoak kontsideratzen ditugun gauzak ez dituztela aipatzen. Esanikoaz adierazi gura da errealitate mediatikoak, "notizia" formaz, gertaera manipulatu egiten duela, osagarri batzuk jarri beste batzuk kendu, tokiz aldatu, zergatiak ala ondorioak izkutatatu...hitz gutxitan esanda, testigu modura ezagutu izan duguna itxuraldatuz erabat.

Errealitate mediatikoa, gero eta banatu eta isolatuago dauden gizon-emakumez osaturiko gizarte masifi-

katuan, telebista informabide bakar modura dutenetan, errealitate mediatiko horrek sozialki onartua eta integratua izateko bidea oso laburra du. Eta, baldin bagabiltza gertaera konkretu bat eta errealitate modura

ulertua izaten denaren arteko bidea aztertzen, sozialki errealitatea kontsideratzen dena produktu bat dela esan behar da. Errealitatea gizartearen produktu bat dela, eta produkzio-lan horretan zeresan itzela dutela komunikabideek eta bereziki telebistak.

Hasieran esan ditugun esaldiei berriro helduz, telebistak ez du, ispiluak egiten duenaren pare, errealitatea isladatu, baizik eta sozialki errealitatea kontsideratua izango dena eraikitzen lagundu eta arrakasta handiz gainera. Kontestu honetan notiziak ez dira arbolatatik zintzilik dauden fruituak, biltzera etorriko denaren zain, baizik eta gizartearen kontzepzio konkretu baten kausaz eraikitakoak, ideologiak gidaturiko gertaera batzuen manipulazioak (besteak beste, deskontestualizazioa, zatiketa, itxuraldatzea eta birkontestualizazioa). Notizia soilek ez dute errealitatea eraikitzen, baina bai sozialki errealitatea kontsideratua izango den puzzlearen osaketan lagundu, eta modu garrantzitsuaz gainera. Bestetik, eta esanikoaz lotuta, tele-albistegien papera ezin da mugatu gertaera konkretu batzuen transmititze-lanetara eta bai ordea, gizarte osora, balore- eta errepresentazio-sare konplexu baten hedatzeko eginbeharretara.

Telebistak errealitatearen erai-kuntzan jokatzeko duen papera aztertuz, ikerketa ugari burutu da, baina tokian tokiko salbuespen eta berezitasunetatik kanpo, ageri diren emaitzak hauexek dira:

- albistegiek eguneroko bizitzaren esparrua definitzen dute, non gure

eguneroko bizitza kokatzen den. Marku jeneriko horretan deskribatzen dira gizartearen elementu desberdinen interakzio posibleak: subjektu eta ekintza onartuak, arbuatuak, lege barruan eta kanpoan daudenak, eta abar.

- albistegien bitartez heltzen zaigu, eguneroko notiziak ordenatzeko "kutxa", gertaera pertsonal eta mediatikoak elkar interpretatzeko tresna, kausa eta ondorioak somatzeko...beti ere telebista-sistemaren agintarien ideologiaren arabera moldatuta.
- tele-albistegien eginbeharrik nagusia ez da beraz, notizia soil eta solte baten mailakoa, bai ordea albistegia eta sistema telebidezkoa tresna modura erabiliz, egungo statu quo-aren legitimatze eta mantentzerako esparru interpretatiboa sortzea, non gizartearen beste elementuak, biztanleak, gertaera sozial eta politikokoak, ideologikoak eta naturalak ulertu eta sozialki integratuak izan daitezkeen.

Stuart Hall izeneko autorearen esanetan:

"Eurak (telebistako erreportariak), gertaera izan deneko tokira abiatzen dira eta bertan, gertatutakoaren isladatze benetakoa ematen ahalegintzen dira. Baina, berez gertaera errealei buruzko edozein programatan, isladatu baino egiten dena da gertaera berpiztu. Beraiek eskaintzen dutena gertatutakoaren interpretazioa da, beti ere

ikusi eta grabatu ahal izan duten esperientzia gordinaren zatiaren irudiak erabiliz."

John Hart¹ ikertzaile britainiarak idatzi zuenez :

"Tele-albistegia, irudiaren sasoian, errealitatearen atzetik ibiltzea da. Fragmentazio-momentuetan koherentzia bila joatea. Esan al daiteke telebistan agertzen den ezer ez dela erreala? Ba, hala da. Imajinak besterik ez dira. Gehienetan, bizitza erreala imitatzen ari diren aktoreen irudiak dira; imitazioen irudiak. Batzuetan fantasiatzko irudiak; marrazki bizidunak; filmeetako irudiak. Batzuetan benetan gertaturikoen irudiak dira. Eskura-errazak (garestiak izan gabe) diren irudien aukeraketa. Alegia, erreala den gauza bakarra irudiak eskaintzen dizkigun makina da. Eta berari begira gauden gu."

Gertaera solte batean ematen den manipulazioa (kontzeptu honen barruan sartu nahi ditut, besteak beste: gertaera notizia bilakatzeko irudi eta soinuetan xehetzeko lanak, grabatutakotik zati batzuen aukeraketa eta ordenaketa berria eta guzti hori, albistegiaren egituraketan txertatzea, birkontestualizatzea eta aurkeztea...) ez da berez, ene ustez garrantzitsuena, zeren eta unitate horietan errazago soma baitaiteke manipulatzailerak jarri izandako elementuak. Tele-albistegien efektua beste maila altuago eta orokorrago batean ematen da. Izan ere, telebistak gure errealitatea eraikitzen jokatzen

duen papera komunikabide horren efektu orokorren barruan kokatu beharra dago.

Telebistaren efektuak

Masa-komunikabideen eraginari buruz ikerketa-korrante ugari sortu da mende honetan zehar. "Efektuen" izan da agian teoria historikoetatik pisu gehien lortu duenetarikoa. Komunikabideen efektuak aztertzen zuten autoreen ustez, mediek botere itzela dute jendearen aktitudeak eta jarrerak aldatzeko: bai botoa ematerakoan (publizitate politikoa), baita produktu desberdinak erosteko orduan ere (publizitate komertziala) eta ahaztu barik telebistak, zineak edo irratiak jokatzen duen papera portaera, moda edo jarrerak sortu edo influentziatzean. Haien ustez, komunikabideek efektu zuzenak edo erabakiorrak zituzten hartzaileengan.

Hori baino korrante teoriko berriagoek diotenez, segidan aipatuko dugunez, efektu zuzenak baino, *ondorio kognitiboak* edukiko ditu audientziaren baitan.

"komunikabideen eraginik handiena, hartzailegoak gizar-tearekiko -arazoak, prozedurak eta perspektibei buruz- duen pertzepzioaren itxuratzean datza" ²

Inguratzen gaituen gizartearen pertzepzioa itxuraldatzen dute komunikabideek, *efektu kognitiboen* jarraitzaileek esaten dutenez. Eta, efektu kognitiboa delakoarekin azpimarratu gura da, norainokoa den

gure pertzepzioan/ezagutzan komunikabideek duten eragina, noraino dakiguna komunikabideen bitartez heldu zaigun, zein puntutaraino jakintzat ematen ditugun gauzak irrati-telebisten bitartez ikusi eta ikasiak ditugun...noraino gure errealitatea komunikabide horien bitartez sortua eta osatua dugun.

Ditxosozko efektu kognitiboen ikerketan aritu izan direnak hiru multzo teorikotan pila daitezke, horretariko bakoitzak efektu kognitiboak modu berezi batez ikusten dituelarik:

1.- Batzuen ustez, Kb-ek "ezagutzan duten ondorioak" iritzi publikoa (IP) osatzeko orduan materializatzen dira: hauen ustez, Kb-ek iritzi publikoa sortu eta bideratu egiten dute, eztabaida sozialerako gaiak proposatu, hierarkizatu eta hauetaz irizpide orokor batzuk emango dituzte. Agenda setting izeneko teoria bide honetatik doa: komunikabideek gai batzuk botako dituzte plazara guk eztabaidatu ditzagun, berban zertaz arituko garen eta aldi berean gai horietaz iritziren bat eduki dezagun inposatuz.

2.-"Gap hypothesis" –Hutsunearen Hipotesia– izeneko jarrerakoek, ezagutza gizartean banaturik dagoela defendatzen dute: gizarteko partaide batzuek besteek baino erraztasun handiagoa dutela informazioaz eta jakituriaz, oro har, jabetu eta baliatzeko, ikasketaz ala trebeziaz.

Ezagutza, balore modura kontsideratuz, denon eskura modu berean ez dela heltzen uste dute "gap"-aren defendatzaileek.

3.-Azkenik, baina **guretzat nagusi**, komunikabideen efektu kognitiboak ikertzen aritu izan direnen artean, aipagarria dira telebista, irrati edota egunkariak "errealitatea produzitzeko" duten boterea azpimarratu dutenak.

Berehalaxe azalduko dugunez, errealitatea ez da "hor nonbait", museoetan kuadroak bezala, zintzilik dagoen zerbait, "egina bezain borobila", baizik eta sozialki produzitutako gauza bat, eta sorkuntza-lan horretan komunikabideek zeresan handia dute.³

Errealitatea isladatu/ Errealitatea produzitu

"Errealitatearen sorkuntza soziala" alegia "The Social Construction of Reality" izenaz, Berger eta Luckmann⁴ soziologoek liburu bat kaleratu zuten hirurogeigarreneko hamarkadan. Ezagutzaren soziologian kokatzen diren bi autore hauen esanetan:

"Ezagutzaren soziologiak ulertzen duenez, giza errealitatea sozialki sortutako errealitatea da."

Liburu horretan aipatzen denez, gizakia intersubjektiboki eraikitako errealitate sozialaz inguraturik bizi da. Eta errealitatea guztion artean produzitutako zerbait denez gero, bi elementu azpimarratzen dituzte

Berger eta Luckmann-ek hori horrela izateko: lengoia eta komunikazioa.

Errealitatea, esandakoaren ildotik, produktu bat da, prozesu baten emaitza, faktore desberdinek sortutako fruitua. Eta errealitate soziala eraikitzeke lanean, komunikabideek zeregin garrantzitsua dute.

Komunikabideak errealitate sozialaren eraikuntzarako bitartekoak dira.

Esanikoaz, kazetaritza klasikoaren oinarrietako batek aldarrikatzen zuena ezeztatu egiten da erabat: "Komunikabideek gizartean gertatzen direnak isladatu besterik ez dute egiten" alegia, komunikabideek kanpo-errealitate baten ispilu izan behar zutela.

Berger eta Luckmann-en bidetik jotako ikertzaileen ustez, komunikabideek definitzen dute erreala dena, errealitate soziala eraikiz. Eta errealitate sozialaren produkzioan, gertatutakoaren errepresentazioa egin beharko dute. Errepresentatze- eta ondorengo transmititze- eta zabaltze-lan horretan dute komunikabideek beren eginbeharrik nagusienetarikoa.

Errealitatea eraikitzeke prozeduran, zerikusi handia duen telebistako kazetarien lan-mekanikari buruzko gaia ez dugu jorratuko, baina bai ordea gogoratu, modu laburrez, egintza horrek gure gaian dituen inplikazioak. *Newsmaking* izeneko ikerketa-teoriak aipatzen duenez komunikabideen edukian ugari dira kazetarien lan-mekanikaren zeresana dituzten faktoreak:

informazio-iturriak, notizigarritasuna definitzen dituzten giro-faktoreak, arrazoi produktibo eta teknikoak, medioarekin berarekin lotutakoak (Tb, irratia, idatzia...), lan-egoera eta hierarkizazioa, e.a.

Aipaturiko guzti horiek, berebiziko garrantzia izango dute notizia bat "sartu" ala ez erabaki behar denean (irudiak edukitzea ala ez, erreportariak libre edukitzea elkarrizketak egiteko, denbora...) eta nola ez egunero emititzen diren albistegietako edukian eta ematen duten errealitatearen errepresentazioan. Baina esan bezala, ez gara faktore horiek ikustatzen jarriko, notizia bat sartu ala ez, erreportaje honi luzera gehiago eman ala ez eta horrelakoak erabakitzekoan pisutsuak direla jakinik ere.

Errealitatearen errepresentazioa: ordezkotasuna

Altheidek⁵ azpimarratzen duenez, mundu gero eta konplexuagoan eta harreman pertsonal esturik gabeko gizartean, komunikabideek orohar baina telebistak bereziki, paper izugarria jokatu du, beraren bitartez sortuko delako "kanpoko" errealitatearekiko lotura.

Telebistak gainera gertutik bizitzerik ez ditugun gertaerak etxeko egongelan jarriko dizkigu dohan: partizipazio fiktizioa sortuz.

"Errealitatearen errepresentazioa" hitz-multzoa (muletilla) erabili dugu orain arte komunikabideek egiten dutena izendatzeko, eta horrela egin

dugu esanguran errepresentatzea, zerbaiten ordez egotea delako (present ez den zerbaiten tokian), pertsonalki bizi izandakoaren ordez errealitate mediatikoa erabiliz, bere mekanika eta lejitimitate guztiarekin.

Colombok⁶ idazten duenez:

"Telebista ageri zaigu bizitzari berari paraleloki sortutako fenomeno sozial modura, fenomeno bakoitzari (gertaera bakoitza beraz) zertifikazio, demostrazio, normalizazio eta rasionaltasunaren itzaletik birrantolatze-prozesurako lanak betez, baita tragediarik larrienena ere"

La televisión: realidad como espectáculo liburuan lehenxeago esaten duenez, telebistak ordezkotzat hartzen du hartzailera. Gertatzen diren gorabehera sozialetan partehartzerik gura edo ukan ez dutenentzat, partizipazioaren ordezkotzat eskaintzen du telebistak: Partizipazio "fiktizio" horren bitartez, akzio politikorako ahalmena eta ohitura ezabatuz, akzio politikoa beste batzuen esku utziz, "subjektu-eragilearen" kalitate/kalitateak baztertuz.

Egoera honetan, albisteak sarri gure eragingunetik kanpo sortu eta gorpuzten dira, elementu estrakorporeo gisa, bizitza errearen automatik bailiran.

Gertaerak (gizabanakoen esparru hurbiletik at gehienetan) notizi forma hartuz, gure errealitate-eremutik kanpo jartzen dira, beste errealitate batean

kokatuz: errealitate mediatikoan. Gero, komunikabideek eskaintzen duten errealitate hori gure egituraketa sozialean txertatuko delarik.

Esandakoaren arabera, erabat *out* gelditzen dira, Fang⁷ bezalako autoreak, albistegietako profesionaltasuna goraiatuz esaten zutenean:

"Telebistaren pantaila, gizaki (sic) arruntak mundu erreal edo fantasiakora begira duen lehioa da. Gure profesioan, fantasia alde batera utziz, errealitatean zentratzen gara..."

...Gure bizitza osoa medio honi eman diogunok balantzea egin beharko dugunean, geure alde edukiko dugun gauzarik garrantzitsuena, milaka pertsonen **errealitatea zabaltzen** aritu izana da..."

Errealitatea/fikzioa

Komunikabideen bitartez zabaltzen den errealitatea, errealitate mediatikoa beraz, produktu bat da, Tuchman-en⁸ hitzetan: "Instituzio sozial baten produktua da notizia".

"Film informatiboak", albistegia deitua izan den bezala, egunerokotasuna (egunaren kabuz gertatzen dena) zatitu egiten du eta bertatik garrantzitsuentzat dituen puskak ateratzen ditu (aukeratu/deskontestualizatu), baina prozedura manipulazional hori, denbora eta espazioarenarekin bezala izkutuan mantentzen du. Eta hain ondo non

zabaldua dagoen ideia hauxe bait da: "telebistako albistegiek faktoak ematen dituzte eta ez interpretazioak".

Gertaerak jatorriz ezagutu duen kontestutik aterea izango da, eta "nork/non/noiz/zer" notizi-garritasunaren ardatzari segituz, errealitate mediatikoan birkontestualizatzen da; orduan gertaera hura notizia bilakatuko da.

Doelkerrek⁹ idatzi zuen bezala:

"Errealitatea bera ezin da erreproduzitu, bai ordea errealitate horren erreferentzia bat. Hizkerako zeinuekin bezala, errealitatea bera izan gabe, irudia eta soinua errealitate baten *ordez* daude."

Albistegietako jarrera ideologikoa

Lehen aipatu dugun Irving E. Fang-ek esan zuenez:

"...litekeena da asteartean emandako unibertsitateko istiluei buruzko informazio zehatzaren ondoren, asteazken eta osteguneko informazioa ere, zehatz etortzea, baina guzti hauek bildurik, ikusentzulegoarengan instituzio horretan gertatzen denari buruzko irudi desegokia (zehatza ez dena!) eskaintzea."

Izan ere zaila da notizia soil baten atzean dagoen jarrera ideologikoa hausnartzea, ez bada behintzat esplizituki ideario konkretu bat azaltzen. Notiziak eta hauen bilduma den albistegiak, inplizituki dituen

balore eta ideologiak ez bait dira inoiz (ala oso gutxitan) azaltzen eta "betipresent-baina-esan-gabeko" erremuan mantentzen dira. Hori dela eta oso mekanika neketsu bezain zailaz baliatu beharra dago albistegien ondorengo "hondarrean" gelditzen direnak ikusteko.

Iritzi berekoa da Gill Woodall¹⁰, *The Main Source* –Informazio-itur nagusia– izeneko liburuaren artikuluan dioenean telebistak duen garrantzia ezin dela neurtu notizia bakan baten bidez (eguneroko emisioan ematen diren aldaketa niminoak izanik bestalde) baizik eta eskaintzen dituen marku jeneriko eta orokorretan, egunez-egun errealitate mediatikoa egituratuz erabiltzen dituen moldeetan. Woodallen ustez, marku jeneriko hauek, kontestu hauek, akumulatiboki sortzen dira eguneroko emisioetan. Prozesu horretan, notizi saioetan "zer" esaten den bezain garrantzitsua da "nola" esaten den. Alegia, notizian zehazten diren berezitasunez aparte, notiziak kontestuz eta aktoreak ekintzaz, erlazionatzeko moduak eta notizi multzoa hartuta notizien arteko harremanak nolakoak diren jakiteak pisua duelako.

Antzinatek dator masa-komunikabideek gizartearen status quo lejiti-matzearen papera ematen dioten iritziak. Duela gutxi Glasgow Media Group-ekoek¹¹ gordinki esan zuten: "kontzientziaren industria da, egungo hierarkia saltzea dute negozioerik handiena".

Albistegiek errealitatearen eraikuntzan jokatzeko duten papera aztertzeko

Madriren sortu zen lan-talde baten iritziz:

"Telediarioen benetako funtzioa ez da errealitatea erreproduzitzea edo hortik zehar gertatzen dena isladatzea, baizik eta balore-sare eta errepresentazioak sortzea, gero, errealitatea balitz bezala hartua izango dena"¹²

Baina, hori baino gehiago, Tuchmann-ek¹³ azpimarratzen duenez, "Notiziak Estatu garaikoa lejitimatzen du, ahistorizitatea eta konkretuaren logika gertaeren kontinjentzian azentua jarrikerik azterketa arbuatzen da."

Rositik¹⁴ ere telebista-albistegietan aplikaturiko eduki-azterketa baten ondorioz albisteen atzean egitura batzuk daudela idatzi zuen:

- Ematen diren gizartearen irudi fragmentatuen bidez, elementu-notizia bakoitza soil-soilik ageri da, besteekin harremanik gabe, bere jatorria eta zergatiei buruz inolako esplikaziorik gabe.
- Notiziak agertarazten dira, logika ezagunik gabe, "La lógica de las cosas" delakoaren menpe, subjekturik gabe, helbururik gabe.
- Aipaturiko bi ideia horien ondotik, bada esparru bat, fragmentazio horrek gizartean sortu dezakeen kezka eta egonezinaren kontra berma eta euskarri modura funtziona dezakeena, seguritatea eskainiz, hau da: sistema politikoaren

irmotasuna, albistegietan horrenbeste denbora hartzen duena hain zuzen ere (notiziarioen parterik handiena notizia instituzional eta politikoei ematen bait zaio).

Lehen esan dugun bezala, zaila da notizia soilak ikertuz, albistegi bakan batzuk ikusiz, beraien atzetik dauden fasktizitateak hausnartzea, baina edukien azterketa (Content analysis) bada ikertzeko modu bat, patroik eta egitura-marko hauek ikustatzeko.

Lehen aipaturiko Rositik idazten duenez, kanpotik ikusita telediararioak egitura irmoa ez edukitzearen itxura ematen dute, notiziak bata bestearen atzetik jartzen omen direlako, inolako ildo tematiko koherenterik gabe. Baina bere ustez ez da horrela, zatiturik eskaini gura den errealitatea metaturik/sareturik/kateaturik ematen da ikustera, elementuen arteko lotura inplizituak sortuz, kausa-ondorioak erakutsiz, maila izkutuan bada ere, lokarriak ezarriz.

Notizien subjektuari (subjektibitateari) buruzko erreferentziak adibidez, sistemaren logikarekin ados baldin badaude baino ez dira agertuko. Alegia, gertaeren logika ez da jakitera emango sistemaren ados ez badago, gertaera isolatuaren irudia eman bezela. Eta gauza bera gertatuko da gertaera horren subjektuaren arazoiei dagokienean, hauek ez dira esplizituki ezaguteraziko sistemaren ardatzean kokatzen ez baldin bada.

Gure kasuan, Euskal Herriko telebistagintzaren kasuan ere, goian

aipaturiko egitura ez-espizituak bere moldeak ezartzen ditu:

- albistegian ematen den denbora-banaketa: bloke tematikoak nola sortu eta sailkatzen diren albistegiaren iraupenean.
- bloke horien osaketa eta notizia soilen arteko kateaketa: notizia instituzional-politikoak, ordena publikoa delakoarekin lotutakoak, kultura, eguraldia, kirolak... eta beraien arteko hierarkizazioa.
- lurraldetasunarekin erlazioaturiko elementuak (espizituak ala ez): emisio-esparrua, emisioetan espizitatzen diren lokatiboak (mapaz ala esanez...), zehazten ez direnak (notizien iturburua non...)
- komunitate propioari buruzko erreferentziak; "hemen/han", "gu/eurak" bereizteko: pronombreak eta lokatiboak (gu, gure, hemen...); komunitate

erreferentzia espizituak (Euskal Herria, gure nazioa, herria, Euskadi, Estatu espainiarra...)

- notizigarritasunaren faktoreak: zer (gertaera-akzio mota positibo ala negatiboa), nor-nork egiten duen ala sufritzen duen akzioa, kausa-ondorioa, zergatiak azaltzen diren ala ez, zein kasutan...

Hauek eta beste batzuk (beste asko) dira eduki-azterketa aplikatuz jorratu behar diren bideak, gero datuen bitartez ikusentzulegoari ematen zaion produktua (emanaldia) nolakoa den jakiteko. Zaila da, ezinezkoa askoren ustez, "emandakotik" zer "hartuko" duten jakitea edo nola, baina jakitea zer pantailaratzen den bada emaila (sistema telebisiboaren bitartez agintea) ezagutzeko edo bere barruan dauden premisa inplizituak ezagutzeko modu bat.

Bibliografia

- 1 HART, J.; *Communicator*; iraila; 1988.
- 2 GUREVITCH M., LEVY, M.R.; "Information and meaning"; Robinson, J.P. eta Levy M.R.-ren *The Main Source* liburutik; 159 or.; Sage; Londres; 1986.
- 3 VERON, E.; *Construir el acontecimiento*; II or.; Gedisa; Buenos Aires; 1983 (edizio orijinala 1981).
- 4 BERGER, P. eta LUCKMANN, T.; *La construcción social de la realidad*; 232or.; Amorrortu-Murguía; Buenos Aires; 1969.
- 5 ALTHEIDE, D.; *Creating reality*; Sage; London; 1976.
- 6 COLOMBO, F.; *Televisión: la realidad como espectáculo*; 18-19 or.; Gustavo Gili; Bartzelona; 1976.
- 7 FANG, I. E.; *Noticias por televisión*; 6 or.; Marymar; 1977(ed.or. 1968).
- 8 TUCHMAN, G.; *La producción de la noticia*; 17 or.; Gustavo Gili; Bartzelona; 1983 (ed.or. 1978).
- 9 DOELKER, Ch.; *La realidad manipulada*; 75 or.; Gustavo Gili; Bartzelona; 1982 (ed. or. 1979).
- 10 ROBINSON, J.P., LEVY R.L.; *The Main Source* liburutik "Information and meaning"; 159-175 or.; Sage; Londres; 1986.
- 11 GLASGOW MEDIA GROUP; *Bad news* (1976), *More bad news* (1980) eta *Really bad news* (1982) izeneko liburuak; Routledge &Kegan Paul (1976 eta 1980. eko liburuak) eta Writers and Readers Publishing Cooperative Society (1982.eko liburua); Londres.
- 12 GARCIA, B., MENOR, J., eta PERALES, A.; "Telediarios y Producción de la realidad"; UIMP eta RTVEk ateratako txostena; Madril; 1985.
- 13 TUCHMAN, G.; *La producción de la noticia*; 191 or.; Gustavo Gili; Bartzelona; 1983 (ed.or. 1978).
- 14 ROSITI, F.; *Historia de la cultura de masas*; Gustavo Gili; Bartzelona; 1980.