

# Euskararen sustapena

## Nola komunikatu asmatu ezinik

*Euskara komunikatu? Nor-Nori-Nork. Izenburu hori zuten Soziolinguistika Klusterrak EHUko Udako Ikastaroetan antolatutako jardunaldiek. Euskalgintzan bada kezka, ea euskara sustatzeko komunikazio estrategietan asmatzen ari diren. Ikastaroak ez zuten inor epel utzi.*

### ONINTZA IRURETA AZKUNE

JOSEBA KAMIO –Harman komuni-kazio enpresako zuzendaria– jardunaldiko bi egunetan izan zen hizlari eta bigarren egunean adierazi zuen nola bezperan batzuek esan zioten euskalgintzari egurra eman ziola. Berak argitu zuen bere asmoa ez zela egurra ematea, baina bai nabari zuena mahai gainean jartzea.

Jardunaldietako bi goizetan aretoa ia beteta egon zen eta arratsaldeko mahai-inguruan jende gutxiago izan bazen ere –Donostiako Miramar Jauregitik jauzi batera dago hondartza eta eguraldia bikaina zen–, gutxi egin zuen piper.

Kafe orduan, Euskal Herri mailan lanean ari den erakunde bateko kideak aipatu zuen: “Gurean beti gai horrekin gabiltza, komunikazioa nola egin...”. Udal txiki bateko euskara teknikariak hala esan zigun: “Kamio behin baino gehiagotan entzun dut gai honi buruz hitz egiten. Astindu egiten zaitu eta horregatik nator. Bai, euskara sustatzera-koan komunikazio modu betikoak erabiltzen ditugu, inertiak hartuta dauzkagu. Baina nola joko dugu teoriatik praktikara?”.

Klusterreko Belen Urangak eta Innobasque-ko komunikazio zuzendari Pilar Kaltzadak antolatu zuten ikastaroa eta ez zen izan zerutik eroritako okurrentzia. Aretoan bezala kafe orduan, nabari zen kezka; euskarari buruz zein irudi ari gara ematen? Gure komunikazio estrategiak zenbateraino dira eraginkor? Hizlariak –aipatutakoez gain Joxerra Garzia (EHU), Iñaki



Euskalgintzak hainbat komunikazio modu erabili ditu urteetan zehar euskara sustatzeko.

Iurrebaso (Aztiker) eta Igor Calzادا (Nevadako Unibertsitatea)– saiatu ziren entzuleok aditu nahi ez genituen horiek esaten.

### Beltza Etxe Zurira heldu da

Gaia oso konplexua dela aitortu zuen hizlari batek baino gehiagok; komunikazioaz ari baikara eta komunikatzeko daukaguna, hizkuntza. Joseba Kamiok lehenengo egunean esan zuen mahai gainean genituen gaia eta helburua oso konplexuak direla. Bigarren egunean –aurrez egurra emana zelako bigunduta edo–, adierazi zuen gaia oso-oso konplexua dela. Pilar Kaltzadak, esperantza piztu nahian, bi aukera eman zizkigun: ausartu eta

saiatu edo gure buruaz beste egin. Beltza Etxe Zurira heltzea ere ez omen zen batere erraza izango, baina lortu dute.

### Garai berrietara egokitu beharra

Nola landu euskara sustatzeko komunikazioa testuinguru berrian? Alegia, aro digitalean, mundializazioaren garaian, nola prestatu mezua? Norentzat? Nola helarazteko? Igorlea-mezua-kanala-hartzailea eredu hilda dago eta sare sozialek bestelako mila aukera ematen dituzte. Horiek baliatzen hasi al gara?

Aldaketarako gaitasunari dago-kionez, Kamiok argi esan zuen euskalgintza osoa instituzionalizatua ikusten duela, eroso. Eragileak alda-

ketarako gaitasunik gabe eta komunikazio agentziek etxeko lanak egingo dizkien esperoan somatu ditu. Harmaneko zuzendariak, berak izandako esperientzia kontatu zuen, euskalgintzari lotutakoa eta bestelakoa. Bezero gehienen asmoa da komunikazio agentzia kontratatu eta hark komunikazio plana egitea, alegia erakundeak edo elkarteak lan gutxiago egitea, eta Kamioren ustez, guztiz kontrakoa da, komunikazio agentzia kontratatuta ere, lehen baino lan gehiago egin behar du bezeroak. Pilar Kaltzadak antzeko esperientzia izan du; erakundeak, enpresak, iragazgaitz nabaritu ditu. Kamiok galdera botu du: organiazioetan hamabost soziologo behar ditugu ala hamabost *marketero* -marketinean adituak, alegia-?

### Zein da mezua?

Euskara sustatzeko komunikazio estrategiak prestatu behar dira, kanpainak pentsatu behar dira, baina zein da mezua? Joxerra Garziak Villabona-Amasa ibilbidearen adibidea erabili zuen kontu hau azaltzeko. Amasara joan nahi dugu, nahiz eta ez dakigun non dagoen Villabona. Lehenik jatorri irudia osatu beharko dugu, hau da, zein da euskarak duen irudia? Zer pentsatzen du jendeak euskarari buruz? Hori ondo ez baldin badakigu, ez dugu jakingo zein bide hartu behar dugun guk euskarari eman nahi diogun irudira heltzeko. Garziak hala esan zuen: "Guk zer pentsatzen dugun euskarari buruz berdin da, jendeak zer uste duen jakin behar dugu". Kamiok pauso bat gehiago eman zuen: "Jendearekin ahaztu egin gara, aspaldi".

Harman enpresako zuzendariak, bere ustez euskalgintzaren komunikazio estrategien ezaugarriak zirenak azaldu zituen. Euskalgintzak zapalduaren psikologia garatzen du, psikologia defentsiboa. Etengabe

ari da komunikazioa lantzen, baina batik bat kuantitatiboa da: matrikulazio datuak, hainbeste manifestazio... Zifren ordez bizipenak komunikatuko lituzke berak. Zapalduaren

### "Guk zer pentsatzen dugun euskarari buruz berdin da, jendeak zer uste duen jakin behar dugu"

JOXERRA GARZIA

psikologiaren adierazleak lirateke pena ematea, salaketak egitea, haserrea, oihiu egitea, gaitzespena... Greenpeacekin alderatu zuen euskalgintza. Greenpeacek planeta hiltzorian dagoela transmititzen digu, baina, era berean, ekintza drastikoak burutzen ditu, aktibistek euren

### "Organizazioetan hamabost soziologo behar ditugu ala hamabost *marketero* (marketinean adituak)? "

JOSEBA KAMIO

bizitza arriskuan jartzearaino. Euskalgintzak dio euskara hiltzorian dagoela, baina ekintzak ez dira horren parekoak. Ez datoz bat esandakoa eta egindakoa. Bide batez, proposatu zuen marketin linguistikoa egiteko marketin ekologikoari begiratzea, alor horretan zer ikasia badagoelako.

Belen Urangaren galdera: baina mezuak bakarri izan behar al du? Kamioren erantzuna: "Bai, eta mesedez". Zaila mezu bakarri lantzea. Hizlari eta entzule batek baino gehiagok azpimarratu du hori, Joxerra Garziaren hitzetan euskalgintza

eztabaidarako baino zalapartarako biltzen da. Euskalgintza prest al dago elkarrekin euskara sustatzeko mezu bakarri lantzeko? Pilar Kaltzadak adibide bat jarri du: merkataritzan euskara sustatzeko hainbat herri ari da kanpainak egiten. Agian antzeko kanpainak egiten ari gara batean eta bestean. Helburu bera duten eragile horiek ezin dute elkar-  
tu eta kanpaina prestatu?

### Etxeko lanak Klusterrantzat

Komunikazio estrategiak bai, baina aurrez lanak eginda izan behar dira. Euskara sustatu nahi duten eragileek informatuta egon beharko lukete, zertaz ari garen jakin beharko lukete. Ikastaroan, lan hori Soziolinguistika Klusterrak bete dezakeela aitortu zuten. Oinarria soziolinguistika da, eta Kamioren hitzetan, bestela komunikazio estrategiak, kanpainak, *happening* estetikoak edo dibertsionismoa dira.

Beraz, batetik, komunikazio estrategia onak garatzeko oinarri sendoak eduki beharra azpimarratu zen, eta bestetik, bai hizlariak eta baita entzuleak ere etxeko lanak ipini zizkien Soziolinguistika Klusterrari: komunikazio estrategiei buruzko teorizazio lana egin dezala eta bil ditzala gauzatu diren komunikazio estrategiak.

Komunikazio alorrean euskalgintza egiten ari denak, oro har, gaur egun balio ez duenaren sentsazioa zabaldu zen han eta hemen. Kanpainak egin eta jarritako helburuak nola ez diren betetzen ikusita, frustrazioa zabaldua dela. Kamiok entzuleei esan zien agian errezeta bila joanak zirela ikastarora, baina hark ez zeukala errezetarik.

Errezeten ordez, astindua eman ziguten entzuleei, euskalgintzari. Kamioren beldurra, egurra eman ote zigun. Segidan berak esana: egurrak erretzeko bezala eskulturak egiteko balio du. ■

Babeslea: IVAP

"IVAPen misioa da Euskadiko Herri Administrazioetako pertsonak eta antolakuntza hobetzea, administrazio eraginkorragoa, efizienteagoa eta elebiduna lortzeko asmoarekin, eta zerbitzu publikoko zenbait balio komun oinarri hartuta. Horretarako, honako hauek egingo ditu:



- Euskadiko Herri Administrazioen zerbitzura dauden langileei etengabeko prestakuntza eman eta langileak hautatu.
- Euskararen erabilera administrazioan normalizatu dadin sustatu.
- Itzulpen ofizialak eta lege- eta administrazio-erloto euskarazko terminologia.
- Hizkuntzari, legerari eta antolamenduari buruzko aholkularitza, eta antolaketa eta kudeaketaren inguruko ikerkuntza."

