Enpresak sare sozialetan

Nola erabiliko ditut hizkuntzak sarean?

Enpresek komunikazio kanal bihurtu dituzte sare sozialak. Bezeroengana hurbiltzeko eta haiek ezagutzeko tresna baliagarriak dira. Baina zein hizkuntza erabiltzen dute? Estrategia linguistikorik badarabilte? Eztabaida on-line jarrai daiteke.

SAIOA LABAKA

FACEBOOK, Twitter, Tuenti, Google+... dira egungo sare sozial ezagunenak. Enpresek horietan zein hizkuntza erabili gomendatzeko, ikerketa proiektua jarri du abian Emunek. Hemendik gutxira edozein enpresaren kezka izango delakoan daude. Enpresa pribatuek sarean izan beharko lituzketen hizkuntza irizpideen inguruko hausnarketa egitea da ikerketaren helburua. Horretarako, sarean adituak eta arituak direnen iritziak bildu dituzte. Bestalde, hainbat enpresa pribaturen esperientziak ere jaso dituzte.

Administrazio publikoko erakunde eta langileentzako hizkuntza irizpideen jarraibideak zehaztuta daude, Jaurlaritzak *Eusko Jaurlaritzaren gizarte-sareetako erabileren eta estiloaren gida* plazaratu baitzuen. Enpresa pribatuei begira, hutsunea dagoela ikusirik, lanean ari dira Emunekoak. Nola jokatzen dute bada enpresa pribatuek? Enpresa bakoitzaren ezaugarriek baldintzatuko dute erantzuna: hizkuntza-politikaren nondik norakoak, bezero motak, merkatuak, baliabideak...

Sarean, *www.lantalan.com* helbidean daude hausnarketa honi buruz idatzitako artikulu guztiak, eta baita zenbait enpresaren azalpenak ere. Twitter bidez ere egin daiteke eztabaidaren segimendua: *#sarekohizkuntzak* etiketarekin. Jarraian dituzue aukeratu ditugun artikulu batzuen laburpen-laginak, hausnarketaren nondik norakoak ikus ditzazuen.

Ternua enpresak euskara, gaztelania eta ingelesa erabiltzen ditu sare sozialetan. Facebooken (argazkian) eta Twitterren hiru eleko kanal bakarra erabiltzen dute.

Kontu bakarra ala bi kontu?

Joxe Rojasen artikulua izan zen hausnarketaren abiapuntua: *Gure erakundea edo enpresa sare sozialetan badago, zenbat kontu erabili? Bakarra bi hizkuntzatan? Bat hizkuntza bakoitzeko?* Oihartzuna izan zuen artikuluak sarean eta ekarpen interesgarriak jaso zituen. Hemen duzue gaiaren nolabaiteko laburpena.

Abiaburu gisa, honako hau aipatzen da artikuluan: hizkuntza irizpideak zehaztuta dituen enpresak –hizkuntza lehentasuna, laneko hizkuntza, kanpo komunikazioa...– sare sozialetan ere ildo berari eutsi behar diola, sare sozialak komunikaziorako beste kanal batzuk dira eta.

Enpresak sare sozialetan nolako jarraitzaileak nahi dituen aztertu beharra ere aipatzen da artikuluan, enpresaren hizkuntza aukerak berak irudi bat sortzen baitu jarraitzaileen artean. Enpresak erabakiko du mezuak erdara hutsean idatzi, elebitan edota euskaraz baino ez. Irizpi-

Ternua enpresaren esperientzia

Ternuak (kirol arropa enpresa) hiru hizkuntza erabiltzen ditu sare sozialetan: euskara, gaztelania eta ingelesa. Juan Luis Azkarate Ternuako community managerrak sareko hausnarketan azaldu zuen enpresaren hizkuntza kudeaketa. Sare sozialak euskaraz, gaztelaniaz eta ingelesez elikatu eta kudeatzen dituzte. Kanal hirueledun bakarrak erabiltzen dituzte, Facebook eta Twitterren, batez ere. Alde batetik, logistikaren ikuspegitik, hizkuntza bakoitzeko kanal bat izateak denbora eta lan gehiago dakarrela aipatzen dute. Bestetik, Ternua markaren inguruan sortutako komunitatea bakarra izanik, garrantzitsua iruditzen zaie haien arteko harremanak mantentzea. Hau da, ez dute marka-komunitatea zatikatu nahi hizkuntzagatik. Azkenik, azaldu zuten nazioartekotasunak indar handia ematen diola markari, enpresak mundu osoan saltzen baitu, eta sareak mugen gainetiko nazioartekotasun horri ikusgarritasuna ematen laguntzen diela.

Ez dituzte mezu guztiak hiru hizkuntzetan sareratzen, baina hiru hizkuntzak asko agertzen dira. Twitterren ez dituzte hizkuntzak nahasten, Facebooken batzuetan bai, ordea. Mezu laburrak idazten dituztenean bi edo hiru hizkuntza nahasten dituzte mezu berean, sarrera gehiegi ez errepikatzearren. Testu luzeak idazten dituztenean, aldiz, gehienetan Facebookeko sarrera bakoitza dagokion hizkuntzan joaten da.

Emunen asmoak

Emun enpresak, sare sozialei buruz Interneten egin diren hausnarketak bilduko ditu. Bestalde, haren asmoa da, enpresaren batek sarerako hizkuntza irizpideak ezarri nahi baditu, hori egiteko metodologia prestatzea. Apirilerako enpresentzako gomendioen gida osatuko du.

de orokor gisa, ahal den guztietan euskara baino ez erabiltzearen aldeko apustua egiten du Rojasek.

Enpresaren xede-taldean erdaldunek pisu handia dutenean, sare sozialetan nola joka daitekeen ere proposatzen du egileak. Komunikazioaren ikuspegitik, hizkuntza bakoitzak bere kontua izatea logikoa dela aipatzen du, eta bi galdera egiten ditu: zertarako 'zikindu' jarraitzaile ez-euskaldunaren pantaila ulertuko ez dituen kontuekin? Zertarako bidali euskaldunari mezuak bi hizkuntzatan errepikatuta? Planteamendu horri euskararekiko konpromisoaren aldagaia txertatuz gero, sare sozialetan jardun oso zabala ez duten enpresetan, euskara eta gaztelania kontu bakar batean uztartzeak ikusgarritasuna ematen diola euskarari aipatu du Rojasek. Hartara, erdaldunek enpresa euskaraz ere mugitzen ikusiko lukete, eta enpresa ondo ezagutzen ez duten bezero euskaldunek euskaldun gisa identifika dezakete enpresa. Informazio asko sortzen duten enpresentzat, mezuak bikoiztea kaltegarria izango litzatekeela aipatzen du egileak, eta horrelakoetan hizkuntzak banatzea lagungarria gerta daitekeela.

Oro har, kontu bakarraren alde egiten du Joxe Rojasek, egingarria eta arrazoizkoa den kasu guztietan. Kontu bakar horretan, mezuak lehendabizi euskaraz sartuko lituzke, eta euskarazkoak eta gaztelaniazkoak mezu banatan, ez biak mezu berean sartuta.

Artikulu horretan Joseba Kamiok bere blogean idatzitako artikulu baten aipamena ere egiten da. *Komunikazio korporatiboaren Hizkuntza Politika* izenburupean bere proposamena egiten du egileak. Sare sozialei dagokienez, oro har, hizkuntza bakoitzak bere kanala beharko lukeela aipatzen du. Ekarpen gehiago ere idatzi dira artikulu honen harira, eta era askotako iritziak daude. Erantzun errazeko galdera ez dela, argi dago.

Hizkuntza formala ala lagunartekoa?

Josu Bergara Burutü komunikazio eta publizitate agentziako kideak enpresek sare sozialetan hizkuntza formala edo lagunartekoa erabiltzearen inguruko gogoeta egin zuen *Nolako marka, halako hizkuntza erabilera* artikuluan. Galderari erantzunez, hizkuntza erabilera enpresa bakoitzaren publikoaren araberakoa izango dela adierazten da. Lehenik, bezeroa bera ondo aztertu eta ezagutu behar du enpresak: geografikoki non dagoen, adina, sexua… Era berean, komunikatzeko erabiltzen diren bide guztien koherentzia eta helburu bateratua argi izatea ezinbestekotzat jotzen da: nola hitz egin eta norentzat hitz egin. Sare sozialak norentzat bideratuta dauden zehaztuta, enpresak erabakiko du bezeroarekiko harreman urruna mantendu ala gertutasuna adierazi; hizkuntza formala ala informala erabiliz. Eta euskaraz aritzerakoan, euskara batuan ala euskalkian idatzi behar da? Euskalkia aukeratuz gero, etxeko hizkeran ala formalago? Zer egin hartzaile mota asko dituen enpresan? ■

Babeslea: Errenteriako Udala

euskara zerbitzua
Tel.: 943 44 96 13
euskara@errenteria.net
ERRENTERIAKO UDALA
UDAL EUSKALTEGIA
Miguel Zabaleta 14, 20100 Errenteria
Telf. 943 44 96 80 euskaltegi@errenteria.net