

XXI. MENDE HASIERARAKO HIZKUNTZA POLITIKARAKO OINARRIAK

Euskara, XXI. Mendeko hizkuntza bizia, egunerokoa eta noranahikoa

EUSKARA XXI. MENDEAN:

IKUSTEN DEN HIZKUNTZA, ENTZUTEN DAKIENA

1. Aitzin hitzak: entzutearen balioa.

2. Oinarrizko txostena: ideia nagusiak.

Adostasuna

Euskara, euskal herritarron ondare erkidea

Borondatea

Salbatzailerik ez

3. Garabidean: txostenean jasotzen ez diren zenbait puntu

Hizkuntza politikaren norabidea: norabide bakarra.

Hizkuntza politikaren begia: 360°.

“Bestearen” ikuspegia

4. Etorkizunean: etorkizunerako len-lerro hainbat

Komunikazioa: oinarria.

Alderdi politiko guztien oniritzia eta inplikazioa

Komunikazioa eta publizitatea euskaraz, mesedez.

Diskurtsoa: turismoa eta kultura garaikidea.

Euskararen CRMa

1. Aitzin hitzak: entzutearen balioa.

Lehenbizi, eskerrak eman eta zoriondu egin nahi nuke HPS ekimen hau abian jartzeagatik, hau da, euskara eztabaidagai izango den foro ireki hau antolatzeagatik, zeinetan herritar orok parte hartzeko eta bere ikuspuntua eskaintzeko aukera izango duen.

Inon ezer garrantzitsurik badago, hori, entzutea dela esan daiteke; entzuteko aukerak jartzea eta entzuna izateko bidea izatea. Entzuteak, besteak beste, bi onura baitakarkizki: batetik, entzuten duenak, bestearen berri izan ahal du, ikasi ahal du eta, beraz, okerrak zuzendu ahal ditu eta ikuspegi zabalago baten jabe egiteko aukera du. Bestetik, entzuten duenak, entzuna denari, errespetua erakusten dio eta honek, errespetatua sentitzean, errazago parte hartzen du, lehenago integratzen da eta ekarpenak egiteko gogoz jantzen da.

Euskara gaiaren inguruan, “eztabaidagunea”, “irekitasuna”, “integrazioa”, “errespetua” edo “ekarpena” bezalako hitzak aipatzea, jadanik, aurrerapauso handia iruditzen zait.

2. Oinarrizko txostena: ideia nagusiak

Oinarrizko txostenaren laburpen gisa edo, esaldi hau jasoko nuke: *“sekulako ahalegina egin da azken hamarkadotan euskararen alde. Herri-aginteen eskutik eta gidaritzapean, gizarte-ekimeneko eragile ugarien bultzadaz, euskal gizartean inoiz ez bezalako indarrak jarri dira urteotan euskara biziberritzeko lanetan”*.

Ahalegina eta egindako bidea ikaragarria izan da, ezbairik gabe, baina etorkizunera begira, oinarrizko txostenean aipatzen diren ideia nagusiak lau hauek direla azpimarratuko nituzke:

1. **ADOSTASUNA:** “Adostasuna” behar dela aipatzen da behin eta berriz txostenean zehar. *“Adostasuna delako hizkuntza politika orok behar-beharrezkoa duen sostengu nagusia, aldi berean demokratikoa eta eraginkorra izan nahi badu. Euskararen erabileraren mesedean indarberritu beharrekotzat jotzen dugu adostasunak politika arloan ez ezik gizartearen luze-zabalean ere arnasa hartzen duen adostasun politiko-soziala izan behar du. Izan ere, gure gizarteko hizkuntzen arteko bizikidetzaren auzia baita euskararen auzia. Bizikidetzak demokratikoak ororen gaineratik **“bizikideen adostasuna” behar du oinarri**. Horregatik, euskararen erabilera indartu eta areagotzeko bidea egiteko makulu nagusia norbanakoen euskararekiko atxikimendua eta gizarte osoaren bultzada eta babesa direlako dugu, hain zuzen ere, nahitaezkoa euskararen aldeko adostasun politiko-sozial ahalik eta zabalena berreraiki eta etengabe elikatzea. Zenbat eta adostasun politiko-sozial handiagoa, orduan eta ziurrago gordeko ditugu osasunbidean euskara eta hizkuntzen arteko bizikidetzak”.*

Idea honek bi egitate indartzen edo bi zalantza uxatzen ditu:

- a. Euskara inposizioz ezartzearena edo ezarri beharrena.
- b. Euskararen gainean batzuko beste askok baino eskubide gehiago izatearena.

Euskararen gainean hartuko diren erabakiak guztiongandik onartuak, konpartituak eta errespetatuak izan behar dira. Prozesu hau zenbat eta zabalagoa izan, are eta integratzaileagoa izango da.

2. **EUSKARA, EUSKAL HERRITARRON ONDARE ERKIDEA DA:**
*“Euskara Euskal Herriko hizkuntza propioa da, ez gure hizkuntza bakarrik delako, gurea bakarrik delako baizik. Euskararen auzia ez da euskal hiztunen arazoa bakarrik, ezta ideologia jakin batekoena soilik. Bi hizkuntza ofizial dituen gizarte honetan, zenbat eta berdinkideago izan biak, orduan eta sendoagoa izango da **hizkuntza bien arteko bizikidetzak**, eta, ondorioz, herritarren artekoa. Euskara ofiziala da EAEn,*

*gaztelania bezala: **herritarren hizkuntza-askatasuna da irizpide nagusia***".

Idea hau indartzea ezinbestekotzat jotzen dut: euskara gurea bakarrik dela, "gu" horren baitan euskal herritar oro gaudela eta euskal herritar ororen ondarea dela euskara. Idea hau, oinarritzkoena eta bateratzaileena izanagatik, ez dago hedatua, ez dago horrela jaso eta onartua. Gainontzeko herrialdeengandik bereizten eta herri bezala batzen gaituen oinarria dela edo eta izan litekeela onartzera ez gara heldu.

Idea honekin batera, integrazioarena jaso behar da baita: "*erdal mundua euskal munduari bizkar emanda bizi da*". Ez nuke esango, ordea, bizkar emanda bizi denik; bizkarra ematen duenak, gutxienez, aurrean zer daukan ikusi, gustatu ez eta buelta ematen baitu. Kasu honetan, aurrean duguna ikustera ere ez garela iristen esango nuke, aldi berean bi mundu paralelo biziko bagenitu bezala (honek ez du esan nahi biak batera eta erritmo berean garatzen direnik, elkarren artean inolako interakziorik gabeko ibilbidea egiten doazela baizik).

Euskararen inguruan, gutxienez, beste hiru mundu eratu dira, honako ezaugarri bereizgarri hauek oinarri: joera edo ikuspegi politikoa, status soziala eta euskal kulturaren (kulturgintzaren) definizio eta kontzeptualizazioa.

Euskarak, bada, hiru hesi handi hauek gainditu beharko ditu, paraleloan bizi diren bi mundu horien artean behar den interaktibitatea eta elkar ulertze-ezagutzea bermatzeko.

"Herritar erdaldunak euskal munduaren jabekide egin beharra dago" baina, horretarako, bi munduen elkar ezagutza sustatu egin behar da eta erdal munduari erakargarri egin behar zaio euskal mundua; orain arte ezagutu gabeko jantziz apaintzen jakin beharko dugu euskal mundu hori arestian aipatu hiru hesiak gainditzeko.

3. **BORONDATEA:** *“Etorkizunari begira, ezinbesteko hiru baldintza nagusi behar dira: euskara erabiltzeko gaitasuna izatea; euskara erabiltzeko aukerak izatea; eta euskara **erabiltzeko borondatea izatea**. Beste era batera aztertuta, ditugun mugak hauek dira: euskararen beraren errealitatea; euskarak gizartean duen pisua; eta euskal gizarte osoaren **borondate eta ahalmena**. **Euskararen erabilera indartzea eta etengabe gehitzea izan behar du hizkuntza politikaren oinarri nagusia**, herritar gehienek atxikimendua eta adostasuna makulutzat hartuta. Hiztunen eskubidea borondateak bakarrik segurta dezake”.*

Eta nola lortzen edo sustatzen da borondatea? Horra hor, koxka. Borondatea sustatzeko, honako ideia hauek hartu behar dira kontuan:

- 3.1. Euskara erakargarria egin behar da
- 3.2. Euskara atsegina eta erraza egin behar da
- 3.3. Euskarak balioa duela erakutsi behar da
- 3.4. Aberasgarria dela konbentzitu behar da
- 3.5. **Euskara erabiltzea norbere aukera izan behar da.**

Hizkuntza hautatzerakoan, aukera hori norberak egiten duela sentitu behar da. **Erabakia libreki hartzeak dauka indarra** (ez inposatua izateak, ez goi instantzietatik eragindako arau edo betebeharra delako).

3.6. **Etorkizunarekin lotu behar da:** teknologia berriekin, kultura garaikidearekin, zerbitzuekin, turismoarekin...

4. **SALBATZAILERIK EZ:** euskarak ez du salbatzailerik behar. *“Euskararen biziberritze prozesuaren arrakasta bermatzeko nahitaez gertatu behar diren faktoreak hauek dira: lege-marko egokia, hizkuntza politika eraginkorra eta baliabideak, eta herritarren atxikimendua eta hizkuntzaren aldeko jarrera eta konpromisoa. Baina hiritarren borondatea ez da boluntarismoa, ez eta boluntarismo hau hizkuntza politikaren oinarri. Euskara denona da eta denontzat, lerrokatze politiko eta ideologikoen ginetik. Euskararen etorkizuna ere denona da eta denontzat. Ateak itxi behar zaizkio ildo politiko eta ideologiko jakinekin*

euskara lerrokatzeari. Euskararen geroa ez da euskaltzaleen kontua bakarrik, euskara guztion ondarea denez, guztiok, baita euskaltzale sentitzen ez direnek ere, hartu beharko genuke eginkizun propiotzat gizartean eta gizabanakoen artean euskarari arnasa emateko.

Erakunde publikoei dagokie hizkuntza politika definitzea eta garabidean jartzea. Herritarren atxikimendua sendotzeko, garrantzi handikoa da jardun pribatua edota gizarte-ekimena indartzea eta haien ekarpenak bideratzea, beti ere, herri-aginteeek diseinaturiko hizkuntza politikaren osagarri gisa”.

Borondatea ona da baina ez edozein preziotan; ez da euskarak behar duen oinarria, ez eta sostengu nahitaezkoa edo bakarra ere. Euskararen etorkizuna eta salbamena batzuen esku dagoela ulertu izan dugu maiz eta salbatzailearen paper horretan desegokiak diren ekimenak, printzipioak eta lan-lerroak ireki izan dira. Euskarak, bada, ez du salbatzailerik behar, lege-markoa, hizkuntza-politika eta herritarren atxikimendua eta hizkuntzaren aldeko jarrera eta konpromisoa baizik. Salbatzaileen lanak, herritar batzuen atxikimendua lortzen baitu baina ez guztiona. Salbatzaileen lana, urte batzuetan justifikatua egon ahal izan bada ere, gaur egun, bestelakoak dira euskara salbatzeko egin beharreko lanaren ezaugarriak.

3. Garabidean: txostenean jasotzen ez diren zenbait kontu

1. HIZKUNTZA POLITIKAREN NORABIDEA: NORABIDE BAKARRA.
Euskara denona eta denontzako da, eta euskarak denon premia dauka. Zenbat eta laguntza gehiago, zenbat eta konpromiso handiago, zenbat eta kontzientzia gehiago, zenbat eta partehartze handiagoa, askeagoa eta zabalagoa, are eta hobeto. Eta zenbat eta kritika gehiago, kritika positiboa bada, bederen, are eta hobeto.

Kritikaren ondoren, hala ere, kontsentsoa behar da. Kritikak, laguntzak, konpromisoak, partehartzeak eta kontzientziak ezin du zatitzailea izan, ezin du euskararen inguruan posizionamendu ezberdinak hartzeko balio. **Euskarak hizkuntza politika sendo eta eraginkor bat eta bakarra behar du.** Beraz, euskarak ezin du plan bat baino gehiago izan: nazio mailan bat, probintzia mailan beste bat, herri mailan hirugarrena... Indarrak eta hartzaileari helarazten zaizkion mezuak bat egin behar dira: hau da, sinergiak profitatu eta mezua bateratu. Euskarak guztion lanaren beharra du baina bakoitzak norabide ezberdin batean lan egiten badugu, lagundu baino areago, kontrako efektua sortzen du.

2. HIZKUNTZA POLITIKAREN BEGIA: 360°. Hizkuntza politika eta euskara planak zehazterakoan, areago oinarritu izan gara euskararen egoera defendatu ahal izateko (hau da, hizkuntza gutxituaren aldeko) politikak markatzen eta euskaradunen eskubideak defendatuko dituzten ekimenak aurrera ateratzen. Eta hala beharko zuen, segur aski, garai bakoitzak egiteko modu batzuk eskatzen edo agintzen baititu.

Baina euskarak aurrera egingo badu, lege-markoa, hizkuntza-politika egokia eta herritarren konpromisoa behar du, hau da, herritar guztien konpromisoa, euskara guztiona baita. Beraz, euskara guztiona bada, euskararen gainean hartuko diren erabakiak eta hartutako erabakien gainean egingo diren komunikazioetan ere, **erdal hiztuna helburuko hartzaile eta aktoretzat izan behar da.** Erdal hiztuna prozesuan integratuta izan behar dugu, bai hausnarketak egiterakoan, bai politikak zehazterakoan, bai komunikazio kanpainak diseinatzekoan, zein estrategiak definitzerakoan, hau da, erdal hiztunak ere erabakiak hartzen diren mahai horretan egon behar du, **erabakia “berea” ere ba dela** sentitu dezan, **konpromisoa “berea” ere ba dela** konturatu dadin. Borondatea tankera eta momentu horretan erakusten badu, prozesua, helburuak eta **bidea “berea” ere ba dela** sentituko du.

3. BESTEAREN IKUSPEGIA: komunikazioaren munduan ikasten den lehenengo gaia, komunikazio prozesuan parte hartzen duten aktoreak

dira. Hala nola, emisorea (edo mezua bidaltzen duena), mezua (esaten dena), hartzaila (mezua jasotzen duena), kanala (zeren bidez adierazten edo komunikatzen den) kodea eta testuingurua. Komunikazioa efektiboa izango bada, aldagai hauek guztiak oso ondo menperatu behar dira. Bidean, kanalaren, kodifikazioaren eta mezuaren inguruan zarata eta distortsio ugariekin topo egin dezakegu; baita emisorearen eta hartzailaren artean ere, baina, hasteko, gutxienez, denak kontuan hartu beharrekoak.

Komunikazioaren bigarren urrezko erregela honakoa da: hartzaila ondo identifikatzea, hau da, mezua, nori helarazi nahi diogun ondo jakitea.

Eta hauxe hirugarren erregela: hartzaille bakoitzari mezu bakarra egokitu behar zaiola. Ez da komenigarria hartzaille bat baino gehiagori mezu bat helaraztea, horrela eginez gero, hauetako inork ere ez baitu mezua beretzako denik sumatuko. Eta ez da egokia hartzaille bati edo bakoitzari mezu bat baino gehiago helaraztea ere, bestela, bata bestearen aldamenean jarritako mezu ezberdinek, indarra galtzen baitute, elkarri indarra jaten baitiote.

Baina hau guztia kontuan hartuta ere, bada beste kontzeptu bat komunikazioan berebiziko garrantzia duena eta hauxe da: komunikazioa ez da emisoreak informatzea, baizik eta informatu ondoren hartzailari esateko duena jaso eta, bien artean, halako erretroelikatze prozesu bat egituratzea. Beste era batera esanda, elkar elikatze prozesua edo hartuemana behar du egon, bestela, ez baita komunikazioa.

Bada, gatozen gaira. Gaur artean diseinatutako eta abian jarritako hizkuntza politikak eta euskara planek Euskal Herriko hartzaille guztiak izan al ditu kontuan? Euskal herritarren hartzailen maparik egin al du? Igorritako mezuak hartzailen maparen arabera egin al dira? Entzun al diegu hartzaille mota ezberdin horiei guztiei? Ba al dakigu hartzaille horien beharrak, kezkak, sentimenduak... zeintzuk diren? Aztertu al dugu orain arte egindako eta abian jarritako hizkuntza politika, euskara planen eta

komunikazio kanpainen inguruan zer iritzi daukaten? Hizkuntza politika, euskara plan eta komunikazio plan hauek zer nolako eragina izan dute? Funtsezkoa da, edozein ekimenen aurrean, “bestearen” ikuspegia kontuan hartzea, erabaki behar den horretan integratzea, eta bere ahotsa ezagutzea. Bestela, publikoaren edo hartzailearen zati handi bat, *de facto*, kanpoan uzten ariko gara eta kanpoan uzten baditugu, edo eta ez baditugu ezagutzen, ez dira integratuta sentituko; beraiei ez dagokien mundu bat eraikitzen ibiliko gara eta gure mezuak ez zaizkie helduko. Euskararen inguruko komunikazio kanpainen efektibitateaz kezkatuta eta hauek hartzailearengan izan zezaketen eragin ezberdintasuna aztertu nahian, 2007-2008 ikasturtean, Deustuko unibertsitateko komunikazioko ikasleekin (21-22 urteko neska-mutilekin) egindako ikerketa lan txiki batean, hizkuntza politikaren eta euskararen erabileraren inguruko kasu praktikoko baten azterketan jasotako erantzunak honakoak izan ziren:

Planteatutako arazoa: azken urteotan egindako bide luzearen ondoren eta bitarte guzti horretan helarazi diren mezu guztiak, arrazoiak eta atxikimendurako dei edo komunikazio guztiak kontuan hartuta, **zergatik ez du euskal herritar gehiengoak euskara “berea” sentitzen?**

Erantzunak:

1. **Euskara bultzatzen, berenganatzen eta monopolizatzen dutenen ideiekin bat ez datozelako.** “Batetik, euskara batzuen dela dirudi eta ez guztiona. Bestetik, euskara euren dela diotenen ideologia ez da guztiona”.
2. **Euskararen inguruan eraikitzen den mundua ez delako euren.** Hau da, euskararen inguruan kultura, politika eta gizartegintza eredu zehatz bat egituratzen da eta egiteko modu horiekin ez da euskal gizarte osoa identifikatzen.

3. **Euskararen inguruko kanpaineek beti lelo bera darabilte, estilo bera, eta hartzaile bera dute helburu.** Hartzaile horiek ez gara “gu”. Lelo horiek ez doaz “gurekin”.

Erantzun hauetatik, honako lehen interpretazioa edo irakurketa egin liteke:

1. **Euskara “batzuona” bakarrik dela erakusten dugu,** eta ez guztiona.
2. **Euskara, kultura, gizartea, politika egiteko modu edo eredu batekin lotzen da** eta, euskarak kolore jakin bat daukan bitartean ez dugu alderdi eta sentsibiltate guztien arteko kontsentsoa eta konpromisoa lortzerik izango.
3. Euskararen inguruan egiten diren **komunikazio kanpainak ez dira eraginkorrak** ez leloagatik, ez mezuagatik, ez hartzaileagatik (hauen artean, hartzaile garrantzitsu bat, gazteriarena litzateke).
4. Termino hauetan egindako **kanpaineek, bultzatze deialdi edo sustapenak, berak, herritarron arteko banaketa dakarte.**

4. Etorkizunean: etorkizunerako lan-lerro hainbat

HELBURUA: EUSKARA “IKUSI” EGIN BEHAR DA

Euskararen erabilera areagotzeko, euskararen prestigioa hobetzeko, euskara normalizatzeko... euskara existitzen dela erakutsi behar dugu, aldamenean sentiarazi behar dugu, bere presentzia nonahi erakutsi... **Euskara “ikusi” egin behar da.**

Horretarako, hona hemen etorkizunera begira, kontuan izan beharko liratekeen hainbat aspektu:

1. KOMUNIKAZIOA: OINARRIA.

Euskararen inguruko komunikazio politikak kanpaina edo komunikabide klasikoetatik haratago joan behar du. Gainontzeko azpisektore guztien politiken oinarria izan behar du: teknologia berriena, telekomunikazioena, ondare kulturalarena, hezkuntzarena, zinemagintzarena, egunkariena, irratiarena, telebistarena... eta baita hizkuntza politikarena. **Kultura eta komunikazio politikak batera joan behar dute.**

Komunikazio digital eta globalizatuaren garai honetan, kanpainak edo komunikazio ahaleginak ezin dira zatikatuak edo banan-banaka diseinatuak izan, hau da, orain hizkuntzarentzako, gero hezkuntzarentzako, hurrengo ikerkuntzarentzako, edo argialetxeentzako, esan musikarentzako, zein museoentzako... Ekinbide hauek guztiak bateratu egin behar dira kultura eta komunikazio politika integratu batean. Sektore hauen guztien artean dauden sinergiak profitatu behar dira, eta bateratu; hizkuntzak guztien oinarria behar du izan, eta integritasun horretatik garatuko den diskurtsoak hizkuntzari berari lagunduko dio. Marko orokor honetan **hizkuntza politikak modu transbertsalean jokatu beharko du**, gainontzeko politika guztietan eraginez eta guztiak bateratuz.

Bestela, hizkuntza politika batek ez du eraginik izango:

1. Hizkuntzaren erabilera ez bada zabaltzen, hau da, administrazio publikoa, hezkuntza eta komunikabideez gain, teknologia berrietan oinarritutako industrian lehen hizkuntza izatera helduko ez bada: internet, telekomunikazioak, multimedia industria...
2. Kultur ekinbide guztien oinarria ez bada, bere transbertsialitatean: bestela, ekinbide bakoitza independentea da eta ahaleginak/sinergiak ez dira aprobetxatzen.
3. Egiten diren ekimen guztiek kanpo proiektiorik ez badute.
4. Ekinbideak alderdien interesen eta egutegietatik at ez badaude.

5. Komunikazioaren ikuspegitik ikerketa soziologikorik ez badago: gizartearen, enpresen eta erakundeen beharrak, ahultasunak eta erabilerak, komunikazioaren ikuspegitik ezagutu behar dira.
6. Hizkuntza normalkuntza derrigorrezkoa bada: izaera promozionala izan behar du, prestigiozkoa, eta hizkuntzaren bidez adierazten diren gainontzeko aspektu/anbito guztien oinarria eta babesa izan behar du hizkuntzak.

Beraz, hau guztia kontuan izanda, aurrerantzean diseinatuko den komunikazio kanpainak “globala” behar du izan, izenaren bere ezaguera guztian. Esan nahi baita:

1. **Transbertsala izan beharko du**, hau da, gainontzeko politika guztien oinarria, ez hizkuntza politikarena bakarrik.
2. **Kanpaina bakarra** izango da: hizkuntza politikaren inguruan kanpaina bat bakarra antolatu behar da euskal lurralde osoan. Kanpaina horrek azpi mezu ugari izan ditzake baina mezu bakoitzak helburuko hartzaile jakin bat izango du eta Euskal Herri osoan hartzaile profil jakin bateko guztiek mezu bera jasoko dute. Hau da, ihes egin behar zaio HPSetik, Foru Aldundietako Kultura Sailetatik, Udaletxeetako Euskara Zerbitzuetatik eta ekimen pribatutik eragiten diren hainbat eta hainbat kanpaina eta mezu ezberdin igortzeari, garai ezberdinetan, hartzaile berdinei (normalean) zuzenduak, ekimenaren ebaluaziorik gabe (askotan)...

Komunikazio estrategia orokor, bakar eta eraginkor bat diseinatu behar da, helburu jakin batekin eta hartzaile ezberdinak zeintzuk diren, non dauden, nola sentitzen duten eta zer jasotzeko prest egongo liratekeen ondo aztertuta. Oinarri hau landu ondoren, hartzaile bakoitzari zer mezu helarazi behar zaion pentsatu behar da, eta ondotik, kanpaina “globala” antolatu. Eta garrantzitsuena, beharbada: mezu hori, euskal lurralde osoan nola kanalizatu behar den zehaztu eta ondo lotu behar da,

egun dugun sare osoa (erakunde publikoak zein pribatuak) bateratuz eta koordinatuz. Bateratze eta koordinazio lan hau gabe, ezinezkoa izango zaigu kanpaina bakar hori diseinatzea eta hain ongi ezagutzera heldu garen hartzaile horrengana behar duen sentsibiltate eta egokitasunez heltzea. Behin eta berriro, gure hurbilketa zabartzeko zorian egon gintezke. Eta hau, guztiok ulertu beharrekoa aspektua da.

Kanpaina globalaren helburua, gizarte osoari helaraztea eta gizarte osoa inplikatzeko da. Batez ere, gazteak.

Honetarako, 3 bektore nagusi geneuzkake lan egiteko:

1. Euskararen inguruan edo **euskarari balio positiboak** erantsi behar zaizkio.
2. Kanpotik datozenak euskara ikastera bultzatu eta kontzientziatu behar dira.
3. **Euskal hiztunei beren rola zein garrantzitsua den jakinarazi behar zaie**, hau da, hizkuntzaren erabilera maila eta prestigioa igotzea guztion esku dagoela.

Kanpainak mundu ororengana heldu behar du, eta gauza naturala izan behar du, egunerokoa, eta ez inposatua. Kanpaina honek edonork ulertzeko modukoa izan behar du, edonork parte hartzeko modukoa eta **alderdi politiko guztiek onartu, babestu eta bultzatu behar dute.**

Bestalde, sentsibilizatzea helburu izango duen **kanpaina honek freskoa eta berria izan behar du, kutsu, itxura eta eragin instituzional orotik urrun.**

2. ALDERDI POLITIKO GUZTIEN ONIRITZIA ETA INPLIKAZIOA:

Euskara batzuna dela bakarrik erakutsi baldin badugu eta guztiona dela erakutsi eta sinestarazi behar baldin badugu, lehenik eta behin, erreferentziazkoak diren erakunde eta pertsonengan islatu behar da ideia hau. Hau da, alderdi politiko guztiengan. Alderdi politiko guztien helburu gorenen artean, programa eta politikoen diskurtsoetan presente egon behar du ideia honek. Alderdi guztien adostasuna lortzeaz gain, alderdi guztientzako defendatu beharreko diskurtsoa behar du izan. Gai transbertsala dela erakutsi behar zaie, oinarrizkoa, edozein programa politikoren gainetik doana, eta ezin dela hizkuntzaren gainean politika egin.

Euskal herritarrak, edozein delarik ere bere iritzi politikoa, bere erreferentzia politikoei euskara denona dela esaten diotela sumatu behar du, eta euskararen erabileraren aldeko kanpaina alderdi eta politiko guztiek onartutakoa eta babesten duten proiektua dela. Komunikazio kanpaina kolore guztiek defendatu behar dute eta kanpainaren kanalizazioan guztiek behar dute egon aktore gisa.

Politikariez gain, kanpaina global honetako beste aktore garrantzitsuak pertsona publikoak lirateke. Pertsona publikoek ere, iritzi liderrek, gizartean erreferente direnek, arrazoiak arrazoi, euskararen gaian ere erreferente direla ikustea lagungarri litzateke.

4. KOMUNIKAZIOA ETA PUBLIZITATEA, EUSKARAZ, MESEDEZ.

Euskaraz sortu behar da. Hau da, mezua eraginkorra izango bada, euskaraz pentsatua, moldatua eta egituratua izan behar da. Euskaraz sortua. Zeren eta euskara bultzatu nahi badugu, euskararen erabileraren garrantziaz konbentzitu nahi badugu eta erakusten badugu, lehenengo erdaraz pentsatu eta gero ideiak itzuli egiten direla, bada, mesede flakoa egiten diogu mezuari: euskaraz

hedatzen den mezua ezin da itzulpena edo bigarren mailakoa izan. Bestela, euskarari, hasieratik bertatik, garrantzia eta gatza kentzen ari baikara.

Gainera, sormen ahalmenaren arabera, hizkuntza izan liteke, baita, mezua dekodetzeko eta mezuaren gainean interesa pizteko gakoa. Hau da, emisio bat baino gehiago izango lituzketen kanpainak euskaraz diseinatzeko eta jakinmina sortarazteko gai izan beharko genuke eta, gero, azalpenak eta kodeak bi hizkuntzatan eskaini. Baina ekintza sortzaileari lagunduko dion hizkuntza, lehenbizi, euskara izan dadila. Horrela bakarrik erakutsiko dugu hizkuntzaren erreferentzialtasuna eta balioa.

5. DISKURTSOA

Euskaraz bakarrik eskain eta bizi daitezkeen munduak eraiki behar dira, edo eta, euskaraz eskainita, hizkuntza ez dena ulermenerako arazo izango. Euskara bakarra delako eta gurea, guztiona, delako. Ezberdintasun, abantaila, berezitasun, sentsazio eta unibertso guztiak kontuan hartuta.

Diskurtso hori eraikitzeko bi bidaide nagusi izan genitzake:

5.1. Turismoa

Kanpora zein barrura begira gurea dena “saltzeko” daukagun modurik erraz edo eta eraginkorrena da. Turistek baloratzen dituzten aspektuei lotu behar zaie euskara eta lehenetsi euskararen presentzia eta balioa. Plazerezkoa den ekimenari lotutako hizkuntza errazago eta modu naturalago batean sartzen baita. Hori izan liteke politikarik eraginkorrenetakoa eta, gainera, komunikazio horren gaineko eragile nagusiak gu geu izan gaitzke.

5.2. Artea

Lengoaia ezberdinen bateratzea, elkarbizitza, ulermena eta onarpena sustatuko dituzten ekimen eta **diskurtso kulturalak egituratu behar dira**. Supra-hizkuntza objektibo eta euskal herritar guztiok identifikatuko eta onartuko duguna. **Kulturaren, oro har, eta euskal kulturaren sinbiosi modernoa**. Guggenheim, Artium, Tabakalera, eta abarrek diskurtso bateratu hau sortzen lagundu beharko lukete.

6. CRMa (Customer Relationship Management)

Gizakiok behar askotarikoak ditugu baina, horien artean, badaude batzuk, oinarrizkoak direnak. Errekonozimenduaren mundua da horietako bat; errekonozimendua alde afektibotik ulertuta, gertutasunetik, ulermenetik, entzutetik, eta bat egitetik.

Arestian aipatu dugu, euskal herritarrari konpromisoa eskatu behar zaiola, euskara guztiona dela jakinarazi behar zaiola eta sinistu behar duela, eta konbentzimendu horren gainean, euskara indartzeko duen erantzukizunaren berri eman behar zaiola, eta erantzukizun horren berri izanik, konpromisoa hartu behar duela, berekiko eta bere inguruko kideekiko.

Eta hau guztia zeren truke? Ez da esan nahi konprometituko den euskal herritar bakoitzarentzako sari bat egon behar duenik, ez, bederen, sari ekonomiko edo materialik baina... eta sari emozionalik? Zerbait irabazi beharko dugu, guztiok ere, esfortzu horrengatik, hala?

Saria, bestalde, beti ere, bukaeran ematen edo lortzen den zerbait bezala ulertu ohi dugu baina saria bidean edo prozesuan ere lor daiteke. Eta saria, izan liteke **euskal herritarrengana hurbiltzeko kanala edo metodoa bera**.

Beste era batera esanda: euskal enpresa askok argi izan du Euskal Herri osoko bezeria lortu ahal izateko, bakoitzarengana heldu beharra zutela. Eta denbora hartu dute, medioak jarri dituzte, eta lortu dute.

Hartzailearengana zuzenean heldu eta banan-banako segimendua egin ahal izateko metodo eta kudeaketa sistemaz ari gara. Hau da, euskararen kasuan

ere, gaur egun hain ezaguna den kontrol eta kudeaketa erreminta CRMa behar dugu: banan-banan gerturatu behar gatzazkio euskal herritar bakoitzari.

CRMa enpresaren zerebelo komertzial elektronikoa da. Enpresaren burua dela diote batzuek, bihotza besteek. Zalantzarik gabe, enpresaren erdigunea da. Bertan gordetzen eta zaintzen dira bezeroen datuak: pertsonalak eta profesionalak, gustuei eta ohiturei buruzkoak, baita lehiakidearekiko duten harreman motaren gainekoak ere.

Datu hauek, enpresaren saltzaileen esku jartzen dira bezeroengana eta bezero ez direnengana hurbildu eta nola agitu behar duten jakin dezaten: zeintzuk produktu edo zerbitzu eskaini ahal dituzten, noiz, nola, zenbatero, eta baita, bezeroarekin berriro noiz, nola eta zertarako jarri ahal izango duten harremanetan jakiteko. Enpresak izan ditzakeen milaka bezeroen jarraipen pertsonalizatua egiteko aukera ematen du, beraz, CRMak.

Bezeroaren jarraipenaz gain, saltzailearen lanarena egiteko erraztasunak ere ematen ditu, ordea. Lanabes aparta dela esan liteke enpresarentzat (kontrolerako), saltzailearentzat (kudeaketarako), eta batez ere, bezeroarentzako. Bezeroak ulertuko baitu, delako enpresa edo erakundeak beregan interesa duela eta enpresak demostratuko baitio, egiten dion jarraipena pertsonalizatua dela. Hau da, beregan pentsatutako eskaintza egiten diola.

*Euskarak ere, bada, halako zerbait behar duelakoan nago. Beharbada, orain arteko politikak eta kanpainak orokorregiak izan dira eta orokorrean aritzeak, maiz, norbanakoak mintzea dakar. **Hiztunak, ordea, banan-banan irabazi behar dira** eta ezin da bakar bat bera ere galtzea ameti. **Euskararen erabilera sustatzeko erabilitako metodoek hizkuntza maitatzea lortu behar dute eta ez kontrakoa.***

*Enpresak bezeroa eraikitzen diren bezala, **euskarak ere, banaka erakarri behar ditu hiztunak eta hiztun potentzialak, bakoitza banan-banan ezagutuz eta bakoitzarekiko harremana oroz gain mimatuz.***

Deia, 2007-04-23

Bakoitzaz kontaktzen dugula esan behar dugu, bakoitza dela garrantzitsua, hain garrantzitsua ezen bakoitzaren egoeraz arduratu nahi dugula. Bere kezka, behar, ezintasun eta abarrak entzungo ditugu eta konpromisoa, banaka-banaka erauzi behar da. Eta, ondotik, konpromiso horrekiko segimendua egin behar da, enpresek egiten duten bezala. Bezeroak (barkatu, euskal herritarrek) ezagutu eta fidelizatu egin behar ditugu. Eta bezeroek (barkatu, euskal herritarrek) fideltasun horretaz harro sentitu behar dute. Marka (barkatu, euskara) ezagutu, errekonozitu eta maitatu behar dugu. Markak (barkatu, euskarak) identifikatzeko balio behar digu. Eta kontsumitzea (barkatu, erabiltzea) erakargarri egin behar zaigu, eroso eta erraza.

Euskara ez al da, bada, saldu beharreko eta erakargarria den gure produktua (barkatu, gure hizkuntza)?

Laburbilduz:

Komunikazioaren ikuspegitik, beraz, XXI. mendeko hizkuntza politikaren oinarriak hauexek lirateke:

1. Hizkuntza eta komunikazio politika izatea gainontzeko politika oren oinarria, **oinarri transbertsala**.
2. Oinarri transbertsal hori, hau da, hizkuntza politika eta komunikazio politika **alderdi politiko guztiek onartua eta defendatua** izatea. Gizartean, euskal herritar oren aurrean, erreferente gisa agertzea, horrela, euskal herritar orok sinets dezan “guztiona” dela euskara.
3. Komunikazio **kanpaina orokor bakar**a diseinatzea, eta indar ezberdin guztiak, publikoak zein pribatuak, denak, kanpaina orokor horren aterkipean koordinatzea. Euskal herritarrari mezu bakar bat helaraztea.
4. **Komunikazio oro euskaraz sortzea** eta ez alderantziz. Eta euskarazko komunikazioari/publizitateari lehentasuna ematea.
5. **Euskal herritar guztiak identifikatuko diren diskurtsoa eraikitzea**, batez ere, kanpo proiektioari begira. Diskurtso honek lengoaia neutro bat edo hainbaten arteko uztardura hartu beharko du oinarri, modernoa eta berria izango dena. Bateragarria kultura, ideologia eta sentsibiltate guztiekin.
6. **Euskal herritar orenganako hurbilpena pertsonalizatua izatea** eta herritar bakoitzarekin hitzartutako konpromisoari banan-banakako segimendua egitea. Hau da, euskararekin, fidelizazio prozesuaren kudeaketa erreminta eta prozesua abian jartzea.

IKUSI eta ENTZUN, oinarrian. **Euskarak leku orotan “ikusten” den hizkuntza behar du izan**; ikusgarritasunean irabazi behar dugu. Eta bestetik, entzuten den eta **entzuten dakien hizkuntza behar du izan**. Sentsibiltate oro kontuan hartu eta guztiak bilbatuko eta onartuko dituen.

Ana Urkiza.