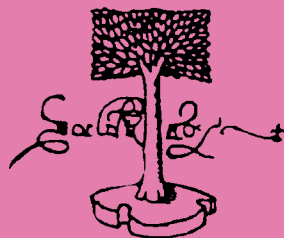


Año LIV. urtea
133 - 2022
Urtarrila-ekaina
Enero-junio



FONTES LINGVÆ VASCONVM STVDIA ET DOCUMENTA

SEPARATA

**Altsasuko
hizkuntza-paisaiaren
azterketa euskararen
biziberritzearen
testuinguruan:
merkataritzako esparrua**

Idoia Granizo Uribarrena

Sumario / Aurkibidea

Fontes Linguae Vasconum. Studia et Documenta

Año LIV. urtea - N.º 133. zk. - 2022

Urtarrila-ekaina / Enero-junio

ARTIKULUAK / ARTÍCULOS / ARTICLES

Goizuetako azentueraren garapena kokatzen Euskara Batu Zaharraren prosodia zehazteko: proposamenen ebaluazioa
Ander Egurtzegi 9

Paul Broca, garunetik hizkuntzara euskararen bideetatik
Joanes Atxa Olaiz 37

Oltzako aldaeraren inguruan (2 – Ihabarko azpialdaera)
Koldo Artola 61

Irudikapenetik esperientziara: euskal literaturaren ikerketa feministaren hastapenak XX. mendearen bukaeran
Maite Luengo Aguirre 115

Altsasuko hizkuntza-paisaiaren azterketa euskararen biziberritzearen testuinguruan: merkataritzako esparrua
Idoia Granizo Uribarrena 131

Euskal doinuaren ulermena: Markinako galderak eta baieztapenak
Izaro Bedialauneta Txurruka, Jennifer Zhang, José Ignacio Hualde 159

Pertsona murriztapenak ditu egitura inbertsonalak: euskararen kasua
Ane Odria, Ane Berro, Beatriz Fernández 191

ERRESEINAK / RESEÑAS / REVIEWS

Euskal literatura itzuliaren egiturak eta islak (1975-2015)
Ane Irizar Melero 223

VARIA

Irigarai familiaren funtsa Nafarroako Errege Artxibo Nagusian: katalogoa (I. dokumentu argitaratuak)
Ekaitz Santazilia 229

Idazlanak aurkezteko arauak / Normas para la presentación de originales / Rules for the submission of originals 259

Altsasuko hizkuntza-paisaiaren azterketa euskararen biziberritzearen testuinguruan: merkataritzako esparrua

Estudio del paisaje lingüístico de Alsasua en el contexto de revitalización del euskera:
el ámbito del comercio

Study of linguistic landscape of Altsasu in the context of revitalization of the Basque
language: the domain of commerce

Idoia Granizo Uribarrena
Euskal Herriko Unibertsitatea, UPV/EHU
idoiagranizo@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6998-2020>

DOI: <https://doi.org/10.35462/flv133.5>

Ezin eskertu gabe utzi azterketan zehar ondoan izandako zenbait pertsona eta erakunde garrantzitsu. Lehenik eta behin, datu-bilketa hau posible egiteagatik, Sakanako Mankomunitateari eskerrak eman nahiko nizkioke. Era berean, eskerrik asko Altsasuko herritar eta merkatariei, haien establezimenduetako atea prestutasunez zabaltzeagatik eta datu-bilketa errazteagatik. Ondoren, eskerrak Euskal Herriko Unibertsitateari, horrelako praktikaldiak martxan jartzeagatik eta bertako ELEBILAB ikertaldeari, lan honetan sinistu izanagatik. Azkenik, eskerrik beroenak Ibon Manterolari, nire praktikaldiko zuzendari izateagatik eta lan hau aurrera eramateko ezinbestekoa izan dudana babesagatik eta prestutasunagatik.

Jasotze data: 2022/03/09. Behin-behineko onartze data: 2022/03/24. Behin betiko onartze data: 2022/05/04.

LABURPENA

Hizkuntza-biziberritzearen esparruetako bat da hizkuntza-paisaiarena, eta, euskararen kasuan, eragin zuzena izan ohi dute euskara sustatzeko merkataritza-planek, hala nola Sakanako Mankomunitateak abian jarritako «Merkataritza euskaraz». Testuinguru honetan, Altsasuko merkataritzako hizkuntza-paisaiaren analisisira lehen hurbilpena egingo dugu. Emaitzek erakusten dutenez, euskara presente dago Altsasuko merkataritzako paisaia linguistikoan, baina, aldagai soziolinguistikoan arabera, aldaketa garrantzitsuak daude.

Gako hitzak: hizkuntza-paisaia; Altsasu; merkataritza; hizkuntza-politika.

RESUMEN

Una de las áreas de investigación en el ámbito de revitalización de un idioma es el estudio del paisaje lingüístico, y los planes lingüísticos con objetivo de revitalizar el euskera han influido en el mismo, por ejemplo, el plan «Merkataritza euskaraz» puesto en marcha por la Mancomunidad de Sakana en Navarra. En este contexto, este trabajo constituye una primera aproximación al estudio del paisaje lingüístico del comercio de Alsasua. Los resultados muestran que el euskera está presente en el comercio de Alsasua; no obstante, se han identificado importantes diferencias dependiendo de algunas variantes sociolingüísticas.

Palabras clave: paisaje lingüístico; Alsasua; comercio; política lingüística.

ABSTRACT

One of the areas of investigation in the domain of language revitalization is the study of the linguistic landscape, and the languages plans aimed to revitalise the Basque language have influenced it, for instance, the plan «Merkataritza euskaraz» set up by the Community of Sakana in Navarre. In this context, this work constitutes a preliminary approach to the study of linguistic landscape of the commerce in the town of Altsasu. Results show that Basque is present in Altsasu's commerce; however, important differences have been identified depending on some sociolinguistic variables.

Keywords: linguistic landscape; Altsasu; commerce; language policy.

1. SARRERA. 2. HIZKUNTZA-PAISAIA. 2.1. Defnizioa. 2.2. Hizkuntza-politika eta -plangintza, eta hizkuntza-paisaia. 2.3. Hizkuntza-paisaiaren analisisa Euskal Herrian: Donostiako kasu-azterketa. 3. EUSKARA SUSTATZEKO PLANGINTZAK MERKATARITZAN. 3.1. Hizkuntza gutxituen biziberritzea eta merkataritza esparrua. 3.2. Euskara sustatzeko plangintza Hego Euskal Herriko merkataritza-esparruetan. 4. ALTSASUKO TESTUINGURU SOZIOLINGUISTIKOA. 5. IKERKETA-REN METODOLOGIA. 5.1. Ikerketaren galderak eta hipotesiak. 5.2. Datu-bilketa. 5.3. Azterketaren metodologia. 6. ANALISIA ETA EMAITZAK. 6.1. Hizkuntzen erabilera paisaia linguistikoan. 6.2. Establezimendu-moten araberako analisisa. 6.3. Merkatarien jarrerak eta euskararen balioa. 7. ONDORIOAK. 8. AURRERA BEGIRAKOAK. 9. ERREFERENTZIAK.

1. SARRERA

Euskararen legeak Nafarroako Foru Komunitatean euskararen zonifikazioa dakar, eta horrek eragin nabarmena du hizkuntza honen egoeran lurralde osoan zehar. Euskararen eremuei dagokienez Nafarroako Foru Komunitatea zonifikatua dagoela esaten denean lurraldea hiru eremu linguistikotan banatua dagoela esan nahi da, hain zuzen ere, eremu euskalduna, eremu mistoa eta eremu ez-euskalduna. Zehazki, lurralde-eremu bakoitzean eskubide linguistiko jakin batzuk aitortzen zaizkie biztanleei, ezberdinak kasu bakoitzean. Ondorioz, hiztunen eskubide linguistikoak ezberdinak izango dira Nafarroako Foru Komunitatean zehar, beren bizilekuaren arabera (Agirreazkuenaga, 2009).

Altsasu Sakanako (Nafarroako Foru Komunitatea) herririk handiena da, eta eremu euskaldunean kokatuta dagoen arren, euskara biziberritzen ari da. Datuek (ikus, adibidez, Soziolinguistika Klusterra, 2011, 2017), orokorrean, goranzko joera erakusten dute. Hari horretatik, D ereduaren eragin positiboa nabarmena da. Ondorioz, euskararen ezagutzari, erabilerari eta jarrerei dagokienez, egoera soziolinguistiko ugari sortu dira, eta batez ere adin-tarteen arabera joera asko nabari dira. Adibidez, deigarria da D ereduan matrikulatutako ikasle kopurua % 80ren bueltan dagoela urtero, baina gaintzeko esparruak (euskararen gaitasuna, lehen hizkuntza euskara, etxeko hizkuntza euskara eta kale erabilera) askoz ere beherago agertzen direla: % 2,1 eta % 25,5 artean, bi muturretako datuak hartuta (Soziolinguistika Klusterra, 2011, 2017).

Hurrengo orrialdeetan, joera ezberdin horiek islatzen diren esparru bat aztertuko da, hain zuzen ere, merkataritzarena, eta arreta Altsasuko establezimenduetako hizkuntza-paisaian ezarriko da. 2020ko udan zabaldu da Sakanako Mankomunitateko

«Merkataritza euskaraz» kanpaina Altsasun, 150 orduko praktikaldi batean; zehazki, 2020ko ekainaren 30etik 2020ko abuztuaren 8ra bitarte. Kanpaina honekin, Sakanako Mankomunitateko datu-baseak zenbatzen dituen Altsasuko 272 establezimenduetatik 53 bisitatu dira, eta, bien bitartean, establezimenduetako hizkuntza-paisaiaren inguruko corpusa bildu da, 100 euskarritz¹ osatua. Tokiko merkataritza izan denez aztergai, albo batera utzi dira azalera handiko establezimenduak.

Nafarroako Foru Komunitateko merkataritza-esparruko hizkuntza-paisaiari begira, hemen aurkeztzen den lan hau lehen hurbilketa bat da, baina hurrengo ikerketa batzuetarako abiapuntu egokia izan daiteke.

2. HIZKUNTZA-PAISAIA

2.1. Definizioa

Hizkuntza-paisaiaren azterketa soziolinguistikaren barruan kokatzen da eta, definizio asko eman diren arren, Landryk eta Bourhisek (1997) eman dute definizio aitzindaria. Haien arabera, hizkuntza-paisaia da kale publikoko kartelen, iragarkien, kaleen izenen, leku-izenen, dendetako kartelen eta gobernuen eraikinetako kartel publikoen hizkuntza.

Definizio hori egunera ekarriz, Cenozek eta Gortterek (2008) espazio publikoko edozein hizkuntza-agerpentzat dute hizkuntza-paisaia, eta Ben-Rafaelek (2009 apud Navas, 2021, 68. or.) zehazten du etxeko esparru pribatutik ateratzen den oro dela espazio publikoa. Hari horri tiraka, Felúek (2019, 11. or.) horrela ulertzen du paisaia linguistikoa: «todas las muestras lingüística[s] que se encuentran en el entorno público, es decir, [el paisaje lingüístico] está conformado por todos los rótulos comerciales, conmemorativos, vallas publicitarias, carteles, letreros luminosos, escaparates, etc.».

Hortik aurrera, are gehiago zabaldu da ikuspuntua eta bestelako esparruak ere sartu dira hizkuntza-paisaiaren baitan: leku publiko itxiak (hala nola, eskolak), esparru birtualak, paisaia entzunak (hotsak, mezu megafonikoak eta abarrak) (Calvi, 2018). Bestaldi, geroz eta zehaztasun gehiago ematen hasi dira definizioan. Gauzak horrela, Gortterek eta bestek (2012a) aitortzen dute hizkuntza-paisaia, espazio publikoan idatzita dauden hizkuntzak bezala ulertuta, eremu bat dela, non erregulazio ofizialek eta ekimen pribatuek kooperatu beharko luketen, hizkuntzen erabileraz erabakitzeke. Hari beretik, Edwardsen (2010) iritziz, hizkuntza-paisaiak hizkuntza biziberritzearen parte izan behar du; beraz, hizkuntza-politikaren mekanismo bat da (Shohamy, 2006).

Gainera, balio komunikatiboaz gain, hizkuntzek bestelako funtzioak betetzen dituzte. Merkatuari begira, hizkuntza batek har dezakeen baliorik esanguratsuen balio ekonomikoa edo truke-balioa da (Bourdieu, 1991). Kontzeptua euskarara ekarrita,

1 Hemendik aurrera, *euskarri* hitza agertzen denean, hizkuntza-paisaia osatzen duen edozein kartel, iragarki, errotulu, esku-orri edo bestelako materialei egingo zaie erreferentzia.

hizkuntzaren balio erantsiaz jardun daiteke (Astorkia & Zarrabeitia, 2009), eta, horren arabera, uler daiteke hizkuntza bezeroak erakartzeko edo saltzeko beste tresna bat gehiago dela (Kelly-Holmes, 2016; Moriarty & Järlehed, 2018). Bestalde, hizkuntzak balio identitarioa ere izan dezake hiztun-komunitate batzuetan, batez ere hizkuntza gutxituen kasuan. Izan ere, kartel publikoetan norberaren hizkuntza faltatzeak edo agertzeak eragina dauka bakoitzaren sentimenduetan eta hiztun-komunitate baten parte sentipenean (Landry & Bourhis, 1997).

2.2. Hizkuntza-politika eta -plangintza, eta hizkuntza-paisaia

Hizkuntza-politika eta -plangintza beste batzuen hizkuntza-portaeran eragiteko, hizkuntzen eta hizkuntza-aldaeren irakaskuntzan, egituran eta funtzioetan egindako ahaleginak dira (Larrea & Bilbao, 2010). Hauek, Etxeberriaren (2000), Zarragaren (2010) eta Hernándezen (2015) arabera, kontzienteki edo inkontzienteki eraman daitezke aurrera eta hiru osagai dituzte oinarrian: ideologia (usteak eta jarrerak), estrategiak (baliabideak eta hartzen diren neurriak) eta praktikak (hizkuntza-plangintza eta -politikaren ondorioak errealitatean).

Gainera, kontuan hartu behar da, globalizazioaren eraginez, hizkuntza gutxiuak sustatzeko hizkuntza-politikak eta -plangintzak berebiziko garrantzia hartzen dutela (Van der Worp, 2016). Ildo horretan, perspektiba handiko planetatik esparru txikiagotan eragiteko planetara pasatu beharko lirake Baldaufen (2006 apud Van der Worp, 2016, 44. or.) ustez; hain zuzen ere, esparru txiki horietan sartzen dira hizkuntza-paisaia euskalduntzeko planak.

Hizkuntza-paisaiari begira, hizkuntza-harreman guztiek erakusten dituzte botere-harreman jakinak, hizkuntza balio sinbolikoarekin erabiltzeak hierarkiak sortzen baititu (Kelly-Holmes, 2014). Hizkuntza gutxituentzat entzuna izatea bezain garrantzitsua da ikusia izatea, eta, ildo beretik, hizkuntza-paisaiaren gaineko ikerketek erakusten dute berau manipulatzeko delat prestigio-patroiak eta hierarkiak bermatzeko (Gorter et al., 2012b).

Zehazki, hizkuntza gutxituaren hiztun elebakarrak ez dauden egoeretan (euskararena, kasu), hizkuntza gutxitua hautatuz gero, hautu markatua egiten dela zehazten du Kelly-Holmesek (2014). Kasu horretan, ez dute asmo komunikatiboek agintzen, baizik eta identitateak. Hortaz, karteletako hizkuntza-hautua planifikatua da; hots, nahita egiten da hizkuntza baten aldeko edo bestearen aldeko hautua. Kartelen praktikak eta politika-garapenak aldebiko harremana dute, hau da, kartelen hizkuntzak eta hizkuntza-politikak elkarri eragiten diote, bi norabideetan (Gorter et al., 2012a).

Era horretan, garrantzia hartu du eremu batzuetan hizkuntza jakin batzuen presentzia eta ausentzia ikertzeak, eta ikuspegi-aldaketa bat ekar diezaike hizkuntza-politikako ikerketei (Kelly-Holmes, 2014). Esaterako, Aiestaranek et al.-ek (2013) frogatu dute euskara sustatzeko hizkuntza-politikak Donostiako paisaia linguistikoan eragiten duela (Gorter et al., 2012a). Bide beretik, Cenozek et al.-ek (2021) euskararekin eta frasierarekin egindako azterketetan ondorioztatzen dute euskara frisia baina presentetago dagoela hizkuntza-paisaian, eta hori Donostiako hizkuntza-politika indartsuari egozten diote.

Bestalde, hizkuntza jakin baten presentziak hiztunen mundu soziolinguistikoaren berri ematen digu (Bourdieu, 1982). Adibidez, Cenozek et al.-ek (2021) baieztatzen dute euskararekin eta frasierarekin lotutako ikerketak egin dituztenean, hizkuntza-paisaian gehien erabiltzen den hizkuntza hegemonikoa izan ohi dela.

Azkenik, aipatzekoa da hizkuntza gutxituak, behin eta berriz ikusiak izatea eskatzen badute ere, menderatuak diren neurrian, isilarazi egiten direla (Bourdieu, 1982). Ondorioz, hizkuntza-paisaia isila, besteak beste, hizkuntza-politikaren ondorio da; hau da, paisaia agertuko ez den hizkuntza hori politika zehatz baten mende dago (Calvi, 2018).

2.3. Hizkuntza-paisaiaren analisisa Euskal Herrian: Donostiako kasu-azterketa

Hizkuntza-paisaiaren azterketa, oro har, ikerketa-esparru berankorra da, eta lehenengo urratsak 1977an heldu ziren Fishmanek et al.-ek Israelen egindako azterketaren eskutik (Cenoz & Gorter, 2006). Euskal Herrian Donostiako paisaia linguistikoa izan da ikertuena (Aiestaran et al., 2010; Aiestaran et al., 2013; Gorter et al., 2012a). Hasteke, esan beharra dago, oro har, eremu eleaniztunetako hiztunak paisaia eleaniztunen alde agertzen direla (Gorter et al., 2012a). Zehazki, Donostian oso hiztun gutxi daude kartel elebazarren alde. Bertako gobernuaren politika ofiziala elebiduna da, eta, nahiz eta guztiak gaztelaniaz irakur dezaketen, euskarazko bertsioa baliagarritzat dute (Aiestaran et al., 2010).

Horri loturik, Gorterrek et al.-ek (2012a) diote badirudiela Donostiak euskara hizkuntza gutxitu gisa biziberritzeko hizkuntza-politika sendoa duela. Beraz, aurretik aipatutakoaren arabera, hori ikusgarria da bertako hizkuntza-paisaiaren praktiketan, eta gizartean hizkuntzaren erabileran eragiten du (Aiestaran et al., 2010). Hala ere, euskara lehen hizkuntza bezala duten hiztunek, gaztelania lehen hizkuntza gisa duten hiztunekin konparatuta, haien hizkuntza askoz gutxiago ikusten dute.

Dena den, Donostian euskara gehiago erabiltzen da euskarri instituzionaletan pribatuetan baino (Aiestaran et al., 2013), nahiz eta Mankomunitateak euskara sustatzen duen erakunde pribatuetan eta establezimendu komertzialetan, plan estrategikoen bidez. Zehazki, Aiestaranek et al.-ek (2010) bildutako datuen arabera, kartelen % 30 finantzatzen zuten euskara hutsean jarriz gero, eta % 15 elebidunez jarriz gero.

Hala eta guztiz ere, datuek diote Donostiako hizkuntza-paisaiaren % 36 gaztelaniaz dagoela; % 22 euskaraz eta ingelesez; % 12 euskaraz; % 10 euskaraz, gaztelaniaz eta ingelesez; % 6 gaztelaniaz eta ingelesez; % 4 ingelesez; % 2 euskaraz eta ingelesez; eta % 4 bestelako konbinazio edo hizkuntza batzuetan (Gorter & Cenoz, 2012a).

Kaleen izenei dagokienez, hiriko hizkuntza-politikak euskararen aldeko hautua egiten du, behintzat ahal den guztietan, eta gehienetan posible da, pertsona- edo hiri-izenak izaten baitira (Gorter & Cenoz, 2012a). Gainera, gaztelaniako euskarriak marratzeko ohitura hartu da Donostian, eta hori hizkuntza gutxituak dauden komunitateetan ekintza ohikoa da. Horrela, *El Antigu* auzo izena *Antigua* bilakatzen da hiztunen beranalisiaren bidez, nahiz eta euskarazko hitza *Antigua* den (Gorter & Cenoz, 2012a).

3. EUSKARA SUSTATZEKO PLANGINTZAK MERKATARITZAN

3.1. Hizkuntza gutxituen biziberritzea eta merkataritza esparrua

Hizkuntza gutxituak normalizatuko badira, esparruak irabazi behar dituzte eta ezinbestekoa da merkataritzarena ere beregana dezaten (Amorrortu et al., 2017). Bereganatze horrek paisaian eragin zuzena izango du (Agirretxe, 2000). Euskara merkatura jalgitzeko lehen ekimenak 50-60ko hamarkadetan eta gizartetik sortu ziren (Nogueras, 2020). Ondorioz, euskararen eta euskal kulturaren ikusgarritasun- eta normalizazio-nahitik, salerosketara iritsi dira hainbat eta hainbat hizkuntz eta kultur jarduera.

Merkataritza-planen zutabe nagusietako bat motibazioa da eta, horretarako, merkatarien artean agerian jarri behar dira euskara erabiltzearen abantailak (Astorkia & Zarrabaitia, 2009). Abantailotako bat da euskararen balio erantsia edo balio ekonomikoa, (hots, euskararen erabilera produktua saltzeko) estrategia bat gehiago bezala hautematea (Moriarty & Järlehed, 2018). Ildo horretatik, Euskal Autonomia Erkidegoko merkatarigehienek uste dute euren establezimenduetan edo enpresetan euskara erabiltzeak abantailak dituela, eta oso gutxi dira desabantailarik dakarrela uste dutenak (Osa, 2009).

Helburu horrekin Euskal Herriko merkataritzan euskara sustatzeko plan asko egin badira ere, errazagoa izan daiteke eremu jakin batean neurriak aplikatzea, behin inguruko egoera soziolinguistikoa aztertuz gero (Lizeaga, 2018). Biziberritze-prozesuan, mota askotako egoerak bereizten dira establezimendu edo instituzio-motaren arabera. Esate baterako, merkataritza txikia euskaldunagoa dela aipatzen du Lizeagak (2018). Hala ere, azalera handietan jarduera-planak martxan jartzen hasteko tenorea ailegatu dela uste du Agirretxek (2000), publiko zabalagora heltzen direlako.

Alabaina, Osaren (2009) arabera, euskararen erabilera bultzatzeko eta normalizazio zein biziberritzerako neurri egokiak hartu beharko lituzkete herri-agintek. Horrela, era guztietako merkataritza-entitateetako errotulazioan eta paisaian euskararen erabilera bultzatuko litzateke (Osa, 2009). Izan ere, euskara merkaturatu sartzeari euskararen biziberritze- eta normalizazio-prozesuan urrats garrantzitsua da (Astorkia & Zarrabaitia, 2009).

3.2. Euskara sustatzeko plangintza Hego Euskal Herriko merkataritza-esparruetan

Merkataritzan euskara sustatzeko plangintzak, batik bat, Euskal Autonomia Erkidegoan (EAE) gauzatu dira, baina baita Nafarroako Foru Komunitatean ere. Osaren (2009) arabera, EAEko establezimenduen % 25ek oso garrantzitsutzat jotzen zuten euskararen presentzia, % 17k nahikoa garrantzitsutzat, eta % 26k uste zuten garrantzi gutxi zuela edo ez zuela batere garrantzirik. Hizkuntza-paisaiari erreparatuz gero, euskarrietan euskararen erabilera % 35-40 artean kokatzen zen (Osa, 2009).

Agirretxek (2000) Oarsoaldeko merkataritzaren euskararen bilakaera aztertu ondoren, ondorioztatu zuen euskara sustatzeko plangintzen emaitzak hizkuntza-paisaian antzematen zirela batik bat. Ondorioz, plangintza hauek bultzatzen dute merkataritzan

erabiltzen diren euskarrietan euskararen presentzia egon dadin. Ildo horretan, Lizeagak (2018) Lintzirin (Oiartzun) merkataritza-guneko plana sustatu zuen, eta hizkuntza-paisaia jarri zuen azpimarra, bertako euskarrietan euskararen presentzia bermatzeko.

Aristizabalek (2011) «Euskara Hondarribiko Merkataritzara» kanpainaren berri ematen du, eta bertan ikusten da, euskararen normalizazio bidean, euskara indartzeko eta bizirik mantentzeko jakin eta erabili behar dela, ez soilik eskolan, baizik eta baita hortik kanpoko harreman guztietan ere, eta denden eta tabernen garrantzia berebizikoa dela horretarako. Horregatik, Aristizabalek (2011) datu kuantitatiboak biltzen ditu, Hondarribiko merkataritzaren egoeraren berri emateko. Horien arabera, Hondarribiko ostalaritzako langileen % 48 euskalduna zen 2011n, eta % 10 erdi-euskalduna; merkataritzan, aldiz, % 61,5 euskalduna zen. Beraz, ostalaritzako eta merkataritzako datuek alde nabarmena zuten.

Astorkiak eta Zarrabeitiak (2009) Gernika-Lumoko udaleko merkataritza-plangintzaren nondik norakoak aztertu zituzten. Autoreek diotenez, luzera begira egindako plangintza izan zen, eta erronka euskara merkataritzan aintzat hartu behar zela ikusaraztea izan zen. Prozesu horretan zehar, elkarteekin lan emankorra egin zutela nabarmentzen dute Astorkiak eta Zarrabeitiak, euskararen egoera soziolinguistikoa gizarte-mailakoa baino hobea delako esparru horretan; hau da, elkarteetan euskara gizartean baino osasuntsuagoa dago, beraz, gehiago erabiltzen da. Antzeko egoera ageri da Nafarroako Foru Komunitatean. Osotara, 1.200etik euskara aintzat hartu zituzten 171 hiztarmenkide (konpromisoa sinatu zuten elkarteak) lortu zituzten 2009an; hots, % 14,08.

Nafarroako Foru Komunitateari dagokionez, Abrilen (2002) arabera, Malerrekan eta Bortzirietan planteatu ziren merkataritza-planak. Haien helburu nagusia merkataritzako harremanak euskaraz egitea zen, euskara normalizatzeko. Horretarako, merkataritari guztiei egin zieten bisita eta, nagusiki, ageriko elementuen itzulpen- eta maketazio-zerbitzua eskaini zitzaion (hots, hizkuntza-paisaiaren itzulpena).

Nafarroako Foru Komunitatean, gainera, Zapataren (2006) arabera, euskara-elkarrekin lan garrantzitsua jorratzen dute era honetako kanpainak bideratzerakoan, hala nola, Iruñerriari begiratuta, Karrikirik eta Karrikaluzek. Azken elkarte horiek Iruñerriko establezimendu euskaldunak identifikatzeko ekimena abiarazi zuten («Merkataritzan euskaraz»), eta 175 komertzio eta profesional euskaldunek hitzarmen bat sinatu zuten 2002an. Geroztik, egitasmoa Iruñerri osora zabaltzea izan dute erronka nagusia eta 2021ean 269 establezimendutik gorako zerrenda bildu zuten sarean, mapa baten bidez (Karrikiri, 2021). Iruñerriko egoera oso garrantzitsua da, Nafarroako Foru Komunitatean euskaldunen kopurua proportzioan handia ez bada ere, Nafarroako Foru Komunitatean euskaldun gehien biltzen dituen eskualdea baita (Zapata, 2006).

Iruñerriko adibidea izan daiteke Barañain, 2021ean 38 establezimendu zenbatzen zituena haren egitasmoan. Iruñerrian bezala, Iparmanken², Garesen eta Lizarran ere

2 *Iparmank* deritzo Nafarroako Foru Komunitateko iparraldeko mankomunitateari. Zehazki, honako udalerrri hauek biltzen ditu mankomunitate horrek: Arano, Areso, Goizueta, Leitza, Araitz, Betelu, Larraun, Lekunberri, Basaburua, Imotz, Odieta eta Ultzama.

tokiko merkataritzaren aldeko apustuari lotuta daude euskara sustatzeko hitzarmenak, eta 2004tik sinatu dira udalekin (Elaide, 2020).

Sakanaren kasuan, mankomunitateko euskara-zerbitzuak bideratzen du «Merkataritza euskaraz» kanpainam eta Sakanako denda, zerbitzu, taberna eta jatetxeetan euskararen erabilera eta presentzia handitzea du helburu (Elaide, 2020), hizkuntza-paisaia ere euskaldunduz. Horretaz gain, doako zerbitzu gehiago daude, hala nola kartel estandarrak, itzulpenak, diru-laguntzak eta abarrak. Gainera, egungo egoerara moldatzeko, 11 kartel egin dira COVID-19 gaixotasunari lotuak eta web orrian eskuragarri jarri dituzte euskara hutsez edo ele bitan. Gisa berean, web orrialdean kanpainari buruzko informazio guztia zabaltzen dute. Aspaldi martxan badago ere, 2020ko udan zehar barreiatu da aurrez aurre Altsasun eta, hain zuzen ere, honi helduko zaio hemendik aurrerako orrialdeetan.

4. ALTSASUKO TESTUINGURU SOZIOLOGIKOA

1980ko azaroaren 3an, Nafarroako Parlamentuak euskararen ofizialtasuna Foru Er-kidego osora hedatu zuen. Ondotik, Nafarroako Foruen Berrezarpeneko eta Hobe-kuntzarako Lege Organikoaren (NFBHLO) arabera (1982), Nafarroako Foru Komuni-tateko hizkuntza ofiziala gaztelania dela ezarri zen, eta euskararen ofizialtasuna eremu euskaldunera lerratu zen bakarrik. Beraz, euskararen ofizialtasuna zonifikatua dago Nafarroako Foru Komunitatean, eta eremu linguistiko bat baino gehiago bereizten dira. 1986ko Foru Legeak zehazten ditu eremuok: eremu euskalduna, eremu mistoa eta eremu ez-euskalduna (Agirreazkuenaga, 2009).

Eremu bakoitzeko hitzunei eskubide linguistiko batzuk esleitzen zaizkio, eta eremua-ren arabera aldatzen dira. Esaterako, eremu mistoan euskara hautazkoa da hezkun-tzan, baina aukeratuz gero, oinarrizko eskolatzearen bukaeran, hizkuntzaren ezagu-tza nahikoa bermatuko da. Administrazioan hitzunek gaztelaniaz zein euskaraz egin dezakete, baina administrazioak berak zehazten du zein lanpostutan den euskararen ezagutza nahitaezkoa (Agirreazkuenaga, 2009).

Eremu ez-euskaldunari dagokionez, euskararen irakaskuntza eskaeraren arabera bultzatuko da, baina ez da bermatzen hezkuntzaren bidez ikasleek euskararen ezagutza osoa jasotzerik. Administrazioari erreparatuta, hitzunik euskaraz zuzentzeko eskubi-dea izanagatik, itzulpenen bidez bidera daitezke harremanak (Agirreazkuenaga, 2009).

Lan honen helburu gisa, nolana ere, merkataritza dago, hots, esparru pribatua. Hori horrela, edozein eremutan, gobernuarekin kooperatu beharko dute merkatariek hitzunen hizkuntza eskubideak berma daitezzen (Aiestaran et al., 2012b).

Altsasu Sakanan kokatuta dago, Nafarroako Foru Komunitateko eremu euskaldu-nean, beraz. Bertan, hiritar orori aitortzen zaio, botere publikoekin harremanetan jar-tzerakoan, hark aukeratutako hizkuntzan artatua izateko eskubidea (euskaraz zein gaz-telaniaz). Izaera publikoa duten erakunde, enpresa eta administrazioan mailaz mailako euskararen trebakuntza eta langileen ezagutza bermatu behar da (Agirreazkuenaga,

2009). Hezkuntzari dagokionez, bi hizkuntzek gutxienez ikasgai izan behar dute, eta, oinarritzko eskolaratzearen bukaeran, ikasleek euskaraz eta gaztelaniaz gaitasun maila nahikoa lortu behar dute. Ondorioz, euskaraz eta gaztelaniaz gaitasun maila nahikoa izatea euskaraz edo gaztelaniaz aritzeko gai izatea da.

Nafarroako Foru Komunitateari ikuspegi orokor batetik begiratuta, 1991 eta 2016 bitartean, VI. *Inkesta Soziolinguistikoaren* arabera, euskara hiztunen % 6,6k erabiltzen zen (Aizpurua, 2018). Sakanari dagokionez, bailarako datu soziolinguistikoak oso ezberdinak dira, eta orokortu ezin daitezkeen arren, Nafarroako Foru Komunitateko 2018ko datu soziolinguistikoaren txostenaren arabera, sakandarren % 42 euskalduna zen, % 14,2 euskaldun hartzailea³ eta % 43,8 erdalduna (Nafarroako Gobernua, 2020). Ildo beretik, Sakanako euskararen kale-erabileraren batz bestekoa 2016an % 24,8 zen (Soziolinguistika Klusterra, 2017).

Altsasuri dagokionez, lehenik eta behin, aipatzekoa da Altsasu dela Sakanako herriarik handiena eta bertan pilatzen direla denda, ikastetxe eta zerbitzu gehienak (Zuazo, 2010). Gaur egun hala da eta XX. mendean ere Altsasu zen inguruko herrien hiriburua. Horretaz gain, bere kokapen geografiko mesedegarriak trenbidea eta tren-geltokiak eraikitzea eragin zuen. Ondorioz, kanpoko jende ugari jaso zuen Altsasuk, gehienak erdaldunak (Zuazo, 2010).

Euskal Herrian, euskarak 1936tik aurrera jasan zuen beherakada aipagarria da, eta Altsasun, Ziordian eta Olaztin gerra baino lehen hasi zen gainbehera hori (Zuazo, 2010). 1970an, Altsasuk 7.000 biztanle inguru zituen, eta horietako 150 ziren euskaldun (Zuazo, 2010), eta adinekoak ziren. Horrek esan nahi du belaunaldien arteko transmisioa erabat etenda zegoela, eta hizkuntza ordezkapena oso zabaldua (Zuazo, 2010).

Momentu horretan, Iñigo Aritza ikastola sortu zen (1969). Euskararen ezagutzak gora egin zuen eta 1991n % 13,47 izan zen euskalduna, 1996an % 16,2 eta 2001ean % 21,56. Edonola ere, 80ko hamarkadara arte ez zen sartu euskara eskola publikoan (Zuazo, 2010). Ondorioz, gaur egun 40-50 urteren bueltan dauden helduetako askoren eskolaratzea gaztelaniaz izan zen.

Gaur egungo egoerari erreparatuta, Soziolinguistika Klusterreko 2011ko datuen arabera, Altsasu bigarren gune soziolinguistikoan kokatu beharko genuke, hau da, hiztunen % 20tik % 49ra bitarte euskaldunak diren gunean, mintzagai dugun herrian; zehazki, % 26,9 (Nafarroako Gobernua, 2020). Hala ere, lehenago esan bezala, Sakanako biztanleen % 42 da euskalduna, eta horrek esan nahi du Altsasuk % 60-70etik gorako euskaldun-tasa duten herriak dituela inguruan (Guaixe, 2020; Soziolinguistika Klusterra, 2017).

Hizkuntza gaitasunaren alorrean, alde handiena adinean dagoela esan daiteke; izan ere, 5-14 urte bitarteko haurren % 90,6k dute euskara-gaitasuna, baina 64 urtetik

3 Norbait euskaldun hartzailea izateak esan nahi du euskaraz ulertzen duela, baina ez dela egiteko gai (Apo-daka & Morales, 2017).

gorakoen % 7,2k. 15-34 urte bitarteko gazteen kasuan % 43k gaitasuna zuten 2011n, eta 35-64 bitartekoen % 13,1k. 64 urtetik gorakoen kasuan izan ezik, beste guztien datuek gorako joera daukate (Soziolinguistika Klusterra, 2011).

Lehen hizkuntzari erreparatuta, berriz, erdara da nagusi Altsasun, alde handiz. 1991tik 2001era egonkor mantendu zen % 80tik gorako zifrekin eta 2001etik 2011ra beherako joera izan zuen eta % 80 azpitik kokatu zen. Gauzak horrela, etxeko hizkuntzari dagokionez, datuak ere antzera dabilta: 1991tik 2001era egonkor mantendu zen erdara % 88 baino gehiagorekin eta % 81,8ra 2011rako jaitsi zen (Soziolinguistika Klusterra, 2011).

Hezkuntzan, ordea, egoera bestelakoa da: D eredia da erabat nagusi, eta, urteek aurrera egin ahala, datuek gorantz egin dute. 2011-2012 ikasturtean, haur hezkuntzan ikasleen % 82,4k ikasten zuen D eredian, lehen hezkuntzan % 73,8k, bigarren hezkuntzan % 78k eta batxilergoan % 80,3k (Soziolinguistika Klusterra, 2011). Gainera, euskararen biziberritzea hezkuntzari erabat lotuta doala ikusita (Zuazo, 2010), Altsasun eskaintzen diren hezkuntza-ereduetako datuak bildu dira ikastetxeetan, bilakaeraren berri izateko. Horretarako, 2020-2021 zein 2000-2001 ikasturteetako matrikulatuen datuak 1. taulan islatu dira.

1. taula. Altsasuko ikastetxeetako matrikulatu kopurua, ikasturtearen eta ereduaren arabera

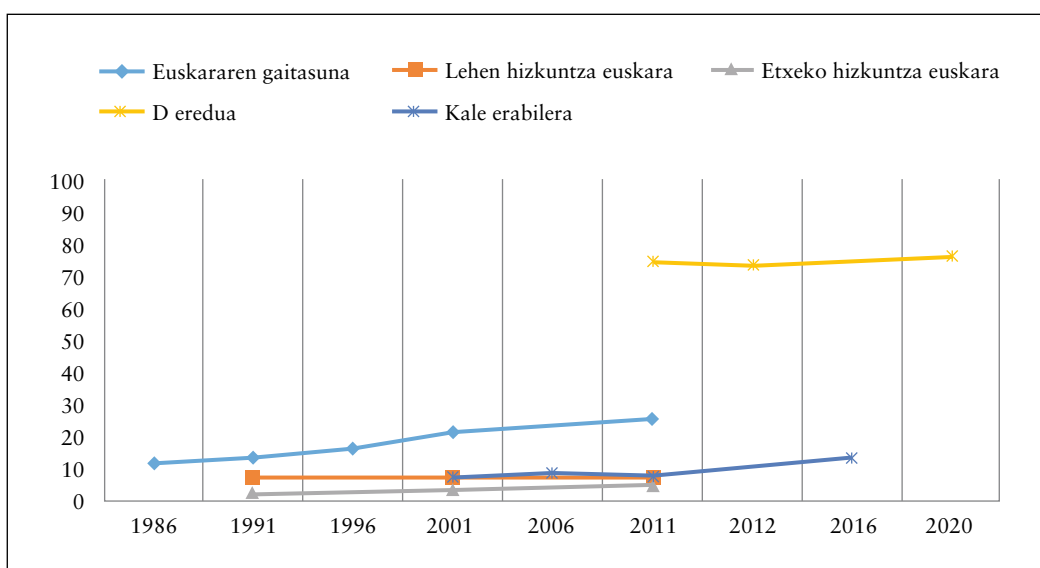
Ikastetxea	2020-2021 ikasturtea			2000-2001 ikasturtea		
	D eredia	A eredia	B eredia	D eredia	A eredia	B eredia
IES Altsasu BHI	452 (% 32,6)	75 (% 5,4)	-	315 (% 27,4)	199 (% 17,3)	-
Iñigo Aritza ikastola	316 (% 22,8)	-	-	336 (% 29,2)	-	-
Zelandi	292 (% 21)	117 (% 8,4)	-	4		-
Jesusen bihotza	-	59 (% 4,3)	76 (% 5,5)	-	142 (% 12,4)	157 (% 13,7)
GUZTIRA EREDUKA	1060 (% 76,4)	251 (% 18,1)	76 (% 5,5)	651 (% 56,6)	341 (% 29,7)	157 (% 13,7)
GUZTIRA IKASTURTEKA		1.387 (% 100)			1.149 (% 100)	

Zehaztea komeni da IES Altsasu BHI eta Jesusen Bihotza ikastetxeetan Sakana osoko ikasleak hartzen direla, eta Iñigo Aritza ikastolan Burundakoak. Hala ere, bildutako datuen arabera, 2020-2021 ikasturtean, ikasleen % 76,4k ikasten du D eredian, % 18,1ek A eredian eta % 5,5ek B eredian. Beraz, D ereduko datuak azken hamar urteetan nahiko egonkor mantendu direla ikus dezakegu, gorako joera motelarekin. Aipagarria da, bestetik, bigarren hezkuntzako institutuan ahozkotasunean egiten ari den lana, euskara-gaitasunean indarra jartzen saiatzen ari direlako (Altsasu BHI, 2019).

4 Gehienez ere bi urte atzerako datuak gordetzen dituzte Zelandi ikastetxean, beraz, ez zituzten 2000-2001 ikasturteko zenbakiak. Hori dela eta, kontuan hartzekoa da portzentajeek ez dutela erabat islatzen ikasturte horretako Altsasuko egoera.

Azkenik, euskararen kale erabilera Altsasun % 13,9koa zen 2016an (Soziolinguistika Klusterra, 2017). Bilakaera ikusteko, aipatzekoa da, Erdoziaren arabera (2006), 1993an % 5,3koa zela, 1997an % 6,5koa eta 2001ean % 7,5koa.

1. irudian bildu dira Altsasuko bilakaera soziolinguistikoaren berri ematen diguten jasotako datu guztiak. Bertan, euskararen gaitasuna, euskara lehen hizkuntza gisa, euskara etxeko hizkuntza gisa, D ereduaren matrikulatutako ikasle kopurua eta euskararen kale erabilera azaltzen dira (Guaixe, 2020; Soziolinguistika Klusterra, 2011, 2017; Zuazo, 2010):



1. irudia. Altsasuko datu soziolinguistikoaren bilakaera.

5. IKERKETAREN METODOLOGIA

5.1. Ikerketaren galderak eta hipotesiak

Ikerketa honen helburu nagusia da Altsasuko merkataritza esparruko paisaia linguistikoa aztertuta, euskararen sustapena merkataritzan nola dagoen deskribatzea eta egoera zein den aztertzea. Hain zuzen ere, hizkuntza-normalizazioaren bilakaeraren dimentsioetako bat aztertu nahi da (Edwards, 2010). Gauzak horrela, hurrengo galderak bideratuko dute ikerketa:

- Zein hizkuntza erabiltzen da edo dira Altsasuko merkataritzako hizkuntza-paisaia?
- Bereizketarik al dago hizkuntzen erabileran establezimenduen artean?
- Bereizketarik egotekotan, zer aldagaien arabera da? Establezimendu-motaren arabera, salgaiaren arabera, merkatariairekin adinaren arabera...?

- Zein balio ematen zaio euskarari paisaian?
- Zein da Altsasuko merkatarien jarrera euskararen presentziarekiko haien establezimenduetan?

Ikerketa-galdera horiek bideratzeko, ondorengo hipotesiak formulatu dira. Hasteko, Altsasuko egoera soziolinguistikoa kontuan hartuta, litekeena da hizkuntza-paisaian gaztelania ikustea. Alabaina, gogora ekarrita Altsasun euskararen gaitasunak eta erabilerak (nahiz eta maila apalagoan) duten gorako bilakaera (Soziolinguistika Klusterra, 2011, 2017), espero daiteke merkataritzako hizkuntza-paisaian euskararen presentzia ere, oro har, egongo dela. Izan ere, Bourdieuk (1982) adierazi bezala, hizkuntza jakin baten presentziak hiztunen mundu soziolinguistikoaren berri ematen digu. Ildo horretatik, espero izatekoa da, merkatari gazteagoen kasuan, hizkuntza-paisaian euskara erabiltzeko joera egongo dela.

Hizkuntza-paisaiaren aldagaiei dagokienez, establezimendu-motaren arabera bereizketarik egongo dela espero daiteke. Horrela, pentsatzekoa da sozializazio handiko gunetan⁵ euskara oso presente egongo dela, beharbada beste establezimendu batzuetan baino gehiago. Izan ere, bertan, sozializatzeko, besteak beste, gazteak biltzen dira, eta, Altsasuko datu soziolinguistikoaren arabera, gazteek dituzte zenbaki altuenetariakoak (Soziolinguistika Klusterra, 2011, 2017), eta litekeena da euskararen demanda handiago izatea eta horren ondorioa hizkuntza-paisaian ikusgarri egotea.

Era berean, espero izatekoa da euskara salgai duten establezimenduetan, hala nola liburu- eta paper-dendetan, euskara oso presente izatea, kontuan hartuta, besteak beste, euskarak hezkuntzan duen pisua Altsasun (ikus 4. atala) eta eskola-materiala ere saltzen dela bertan. Bestalde, litekeena da establezimenduko kontsumitzaileak zenbat eta helduagoak izan, euskararen presentzia orduan eta txikiagoa izatea bertan. Hori lotuta egongo litzateke adinaren eta euskararen ezagutzaren arteko korrelazioarekin (ikus 4. atala).

Azkenik, bi merkatari-profil bereizten direla proposatu nahi da hipotesizat; alde batetik, lan honetan zehar *proaktiboak* deituko direnak; beste alde batetik, euskararen presentziarekiko uzkurrago azaltzen direnak. Lehendabizikoak euskararen biziberritzean kontzientziatuta dauden merkatariak izango lirateke eta euskarari biziberritze balioa emango liokete (euskara presente jartzen dute euskararen biziberritzean eragin dezakeelako, eta horretaz jakitun dira). Izan ere, Edwardsek (2010) azaldu bezala, hizkuntza-paisaia hizkuntzaren biziberritzearen parte da. Aitzitik, uzkurrago agertzen direnen kasuan, ez liokete euskarari balio komunikatiborik emango merkataritzarako, eta gaztelaniak (hizkuntza hegemonikoak) hartuko luke balio hori. Adin-tarteari ez ezik, hezkuntza-ereduei erreparatuta, oraindik ere A eta B ereduko ikasle izan direnen kasuan, gerta daiteke hizkuntzaren biziberritzean atxikimendu hain handia erakusten ez duten merkatari gazteak egotea Altsasun.

5 Sozializazio handiko gunetzat hartu dira berriketarako elkargune diren establezimenduak, bertan zerbait kontsumitzeaz gain, mintzatzeko ere biltzen delako bezeroa, eta giro linguistiko jakina sor daitekeelako. Sozializazio handiko guneen adibidetzat har daitezke tabernak, kafetegiak eta okindegiak.

5.2. Datu-bilketa

Sakanako Mankomunitateko «Merkataritza euskaraz» kanpainak Sakanako establezimenduen hizkuntza-paisaia elebiduntzea du helburu. Mankomunitateak diseinatutako plan hori Altsasun zabaldu da Euskal Herriko Unibertsitatearekin sinatutako hitzarmen baten bidez, 150 orduko praktikaldi baten baitan, 2020ko udan. Aipatzekoa da Sakanako Mankomunitateak 272 establezimenduen informazioa zuela 2018an eta horietako 53 bisitatu direla. 53 establezimendu horiek kanpainaren berri emateko bisitatu eta bertako hizkuntza-paisaiaren argazkiak bildu dira sistematikoki. Izatez, ez da arau zehatzik jarraitu, eta establezimendu guztietan esanguratsua zen corpora bildu da. Beraz, ez da establezimendu bakoitzeko kartel kopurua zehaztu, baina behintzat euskarri baten argazkia atera da denetan. Osotara, corpora 100 euskarrik osatzen dute.

Bestalde, kanpainaren berri ematerakoan, merkatariekin izandako elkarrizketen oharra hartu ziren, hala nola lehendabiziko hitza zein hizkuntzatan egiten zuten, kanpainaz zein iritzi zuten edo euskarazko euskarrien gainean zuten pertzepzioaren ingurukoak. Datu-mota hau 50 establezimendutan jaso ahal izan da, eta horiekin merkatariek euskararekiko duten jarrera eta motibazioa neurtzea da lanaren helburuetako bat.

Dena den, Altsasuko 53 establezimendutan kanpaina zabaldu bada, aitortu beharra dago ez direla mota guztietakoak bisitatu. Zehazki, 2. taulan biltzen dira bisitatutako establezimendu motak eta bakoitzaren kopurua:

2. taula. Gremioen gaineko datuak; dagoen establezimendu-kopurua eta bisitatu direnak

Establezimendu mota	Zenbat daude	Bisitatu dira
Autoeskola	2	2
Argazki dendak	3	3
Liburu- / Paper-dendak	3	3
Estankoak	3	3
Farmaziak	7	7
Zapata-dendak	3	3
Arropa-dendak	14	14
Kirol-arropako dendak	3	3
Mertzariak	7	7
Burdindegiak	2	1
Elektrizitatea	6	2
Tabernak/Kafetegiak	30	4
Auto-tailerrak	3	1
Tanatorioak/Beilatokiak	2	1
Okindegiak (behaketaz)	8	7

5.3. Azterketaren metodologia

Lehenago aipatu bezala, azterketa hau bideratzeko, aldagai soziolinguistikoak izan dira jomuga. Gauzak horrela, bildutako corpusetik eta bisitatutako 53 establezimenduetatik, 42 izan dira xehe aztertuak (% 79,25).

Lehendabizi, azpimarra sozializazio handiko gune deitutako horietan jarriko da, hain zuzen ere, tabernetan, okindegietan eta kafetegietan. Esan bezala, sozializazio handiko gunetzat hartu dira berriketarako elkargune diren establezimenduak, bertan zerbait kontsumitzeaz gain, mintzatzeko ere biltzen delako bezeroa, eta giro linguistiko jakina sor daitekeelako. Gainera, horietako asko gazteen bilgune dira, eta Altsasuko datu soziolinguistiko altuenak euskarari dagokionez haur eta gazteek dituzte (ikus 4. atala). Guztira, esparru horretako 11 establezimenduren datuak bildu dira. 11 establezimendu horietako lau «Merkataritza euskaraz» planaren bidez bisitatu dira, eta beste zazpiketako datuak behaketaren bidez jaso dira. Hirugarren taulan bildu da informazio hori:

3. taula. Guztira bisitatutako sozializazio handiko guneak; planaren bidez eta behaketaren bidez

	Planaren bidez	Beranduagoko behaketa	Guztira
Tabera	3	1	4
Okindegi/Kafetegi	1	6	7
Guztira	4	7	11

Ondoren, liburu- eta paper-dendei erreparatuko zaie, bertan euskara salgai bat gehiago baita. Horretarako, kontuan hartu dugu Altsasun euskararen biziberritzean hezkuntzak duen lekua; izan ere, eskola-esparruari zuzenean lotzen zaizkion produktuak saltzen dituzte establezimendu hauetan. Are gehiago, herriko haur eta gazteak oro har D eremuan eskolatzen dira, eta oroitu beharra dago haiek dituztela Altsasuko datu soziolinguistiko altuenak (ikus 4. atala). Orotara, horrelako 3 establezimendu daude Altsasun.

Azkenik, bai merkatarien, bai kontsumitzaileen adin-tarteari begiratuko zaie, Altsasuko datu soziolinguistikoek iradokitzen dutena baieztatzen den ikusteko. Gauzak horrela, merkatarien adin-tarteari begirata, 53 establezimendutik 15 jotzen dira adin-tarte gaztearen parteko eta, ondorioz, 15 establezimendutan espero daiteke euskararen presentzia hizkuntza-paisaian. Horretarako, 35-40 urteen bueltan kokatu da adinaren muga.

Horretaz gain, espero izatekoa da kontsumitzailea zenbat eta helduagoa izan, orduan eta euskara gutxiago ikusiko dela establezimenduetan, izan ere, Soziolinguistika Klusterraren (2011) datuen arabera, zenbat eta helduagoa izan, orduan eta aukera gehiago baitu altsasuarrak euskara gaitasunik ez izateko (ikus 4. atala). Beraz, hori ere ikertuko da. Gauzak horrela, sozializazio handiko guneei eta euskara salgai duten establezimenduei begira, behin kontsumitzaile gazteak dituzten establezimenduen datuak aztertuz gero, kontsumitzaileen adin-tarte helduagoarekin lan egingo da, eta farmaziak, es-tankoak, burdindegia eta elektrizitate-dendak aztertuko dira. Bisitatutako establezimendu hauek guztira 13 dira.

Hizkuntza batek, aurretik azaldu den bezala, balio edo funtzio zenbait izan ditzake (ikus 2.1. atala). Merkatariak haien establezimenduetan egiten duten hizkuntza hautua ez da kasualitate hutsa, eta, pentsatzekoa zen bezala, Altsasuko dendariak, haien jarren arabera, balio ezberdina ematen diote euskarari. Ildo honetatik, euskara presente (kartel elebakar zein elebidunekin) dagoen establezimenduetan hizkuntzen hierarkizazioa nola gauzatzen den ikusi nahi da, hots, zein hizkuntzari ematen zaion garrantzi handiagoa, zein hizkuntzak hartzen duen balio komunikatiboa eta bi hizkuntzak pareko agertzen diren.

Hori aztertzeko, batetik, Aiestaranek et al.-ek (2010) eta, bestetik, Gorterre et al.-ek (2021) Donostian aplikatutako metodologia hartu da ardatz. Hain zuzen ere, Gorterre et al. (2021, 165. or.) adierazten duten bezala, «the linguistic landscape is obviously multimodal by combining the visual and the textual». Beraz, kasu honetan, euskarri-tan hizkuntza bakoitzak zuen tipografiari (letra tamaina, kolorea, tipoa...) eta kokapenari erreparatu zaie. Horrela, hizkuntza jakin bat lehenesten duen euskarri kopuruaren arabera erabakiko da establezimendu horrek hizkuntza bati garrantzi handiagoa ematen diola.

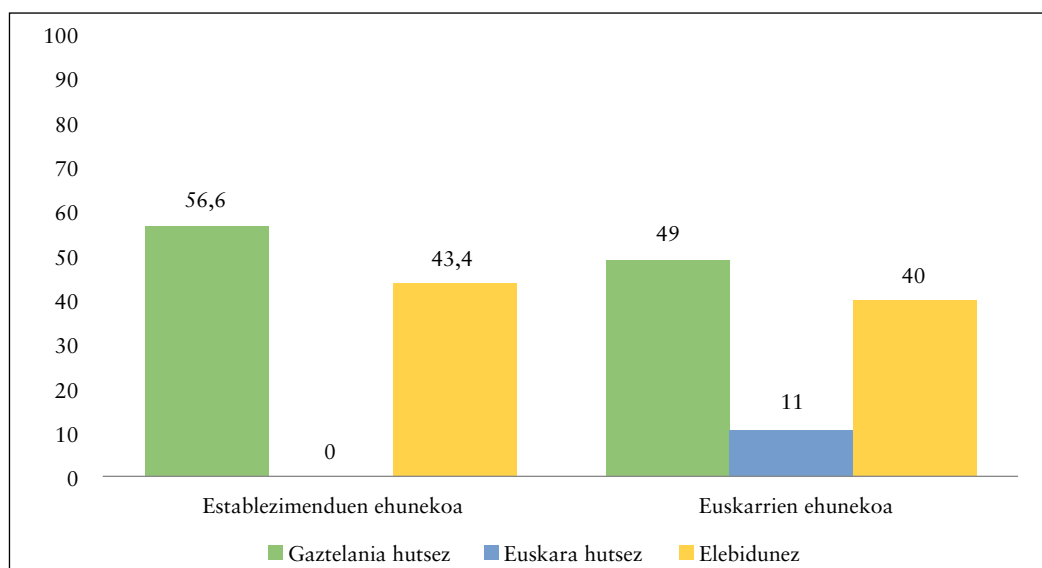
Hari beretik, Altsasuko datu soziolinguistikoak kontuan hartuta, bi merkatari-profil ezberdinak dira. Batetik, euskararen biziberritzean kontzientziazatuta dagoen merkatari profil proaktiboa, eta, bestetik, euskararen presentziarekiko uzkurrago agertzen den profila. Aurretik adierazi bezala, analisi hau merkatariekin izandako elkarrizketetan oinarritua izan da. Bisitatutako 53 establezimenduetatik 50ean jaso dira datuak (% 94,33). Bi profiletako batean sartzeko, zenbait irizpide baliatu dira: euskara zein euskarri motatan eta zergatik erabiltzen duten aitortu duten, euskarari zenbateraino ematen dioten balio komunikatiboa, euskara noraino bultzatzen duten, zabaltzen ari zen kanpaina bezalakoekiko duten pertzepzioa, hizkuntzen hautuen atzean dauden arrazoiak, eta abar.

Modu horretan, ikusiko da euskararen balioan sartuko diren bi azterketak lotuak dauden, hau da, establezimenduan euskara lehenesten duten merkatariak proaktiboak diren euskararen biziberritzean, eta gaztelania lehenesten dutenak uzkurrago agertzen diren.

6. ANALISIA ETA EMAITZAK

6.1. Hizkuntzen erabilera paisaia linguistikoan

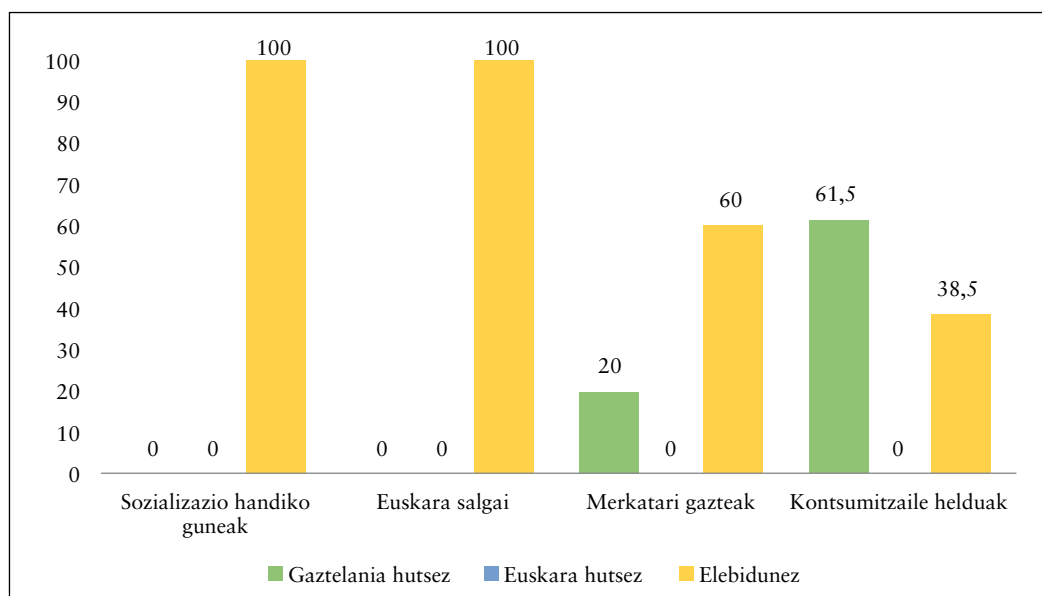
Bildutako corpusaren arabera, herriko paisaia linguistikoan bi hizkuntza ikusten dira: euskara eta gaztelania. Bigarren grafikoan ikus daitekeenez, establezimenduei dagokienez, kartelak gaztelaniaz baino ez dituzten establezimenduak 30 dira 53tik (% 56,6), neurri handiagoan edo txikiagoan hizkuntza-paisaia elebiduna dutenak 23 (% 43,4) dira eta paisaia linguistikoa euskara hutsez duen establezimendurik ez dago. Euskarri erreparatuta, gaztelania hutsez, euskara hutsez eta elebidun idatzita dauden materialak daude ikusgarri herrian, behatutako merkataritzaren guneetan. Datu horien arabera, 100 karteletik 49 gaztelania hutsez dago (% 49), 11 euskara hutsez (% 11) eta 40 elebidunak dira (% 40).



2. irudia. Hizkuntzen presentzia establezimendu eta euskarrietan (ehunekotan).

6.2. Establezimendu-moten araberako analisia

Establezimendu-moten araberako analisia egiteko, hiru multzo hartu dira kontuan: sozializazio handiko gune direnak (tabernak, kafetegiak eta okindegiak), euskara salgai duten establezimenduak (liburu- eta paper-dendak) eta merkatarien zein kontsumitzaileen adina. 3. irudian, egindako azterketaren datuak bildu dira.



3. irudia. Establezimendu moten araberako analisia (ehunekotan).

Sozializazio handiko gune diren 11 establezimenduren datuak bildu dira. Aurreikusitako hipotesien arabera, euskararen presentzia zainduko lukete establezimendu hauek, eta, datu eta behaketen arabera, ikusten da hizkuntza-paisaia elebiduna nagusitzen dela (establezimenduen % 100ean daude kartelak bi hizkuntzetan). Edonola ere, hizkuntza bakar bat agertzen den kartel edo euskarrietan, gaztelania da agertzen dena, eta 11tik 7 establezimendutan topatu dira gaztelania hutsez idatzitako kartelak (% 63,63).

Euskara salgai bihurtzen duten produktuak saltzen dituzte Altsasuko 3 liburu- eta paper-dendetan. Haietan, hizkuntza-paisaia osatzen duten 9 material bildu dira guztira, guztiak elebidunak (% 100). Beraz, mota honetako establezimenduen % 100 elebidunak dira, 3. eta 4. irudietan ikus daitekeen moduan.



4. irudia. Liburu-denda bateko ordutegia.



5. irudia. Beste liburu-denda bateko ordutegia.

Merkatarien eta kontsumitzaileen adin-tarteari dagokionez, 35-40 urteko adin-muga hartuta, 15 establezimendutan leudeke merkataritza gazteak. 3. irudian azaltzen denaren arabera, horietatik 3tan hizkuntza-paisaia gaztelania hutsez dute (% 20), 9tan elebidunak (% 60) eta beste 3tan ezin izan da daturik bildu (% 20).

Kontsumitzaileen adin-tartea kontuan hartuta, kontsumitzaileak gazteak diren establezimenduetako nondik norakoak eman dira dagoeneko taberna, okindegi eta kafetegiak azertu direnean eta liburu- eta paper-dendetan.

Beraz, helduagoak diren horiei erreparatuz gero, 13 farmazia, estanko, burdindegia eta elektrizitate-denda bisitatu dira. Horietatik, 8k agertzen dute paisaia gaztelania

hutsean (% 61,5) eta 5ek elebidun, eta kasu batean, elebidun eta euskarrietako bat euskara hutsean (% 38,5). Hala ere, aipatu beharra dago elebidunez eta euskara hutsez euskarriak dituzten bi establezimendutan gaztelania hutsez daudenak ere bildu direla.

Corpusak eta 3. irudiak islatzen duten informazio hori agerian geratzen da, esaterako, 6. eta 7. irudietan.



6. irudia. Estanko bateko hiru euskarri.



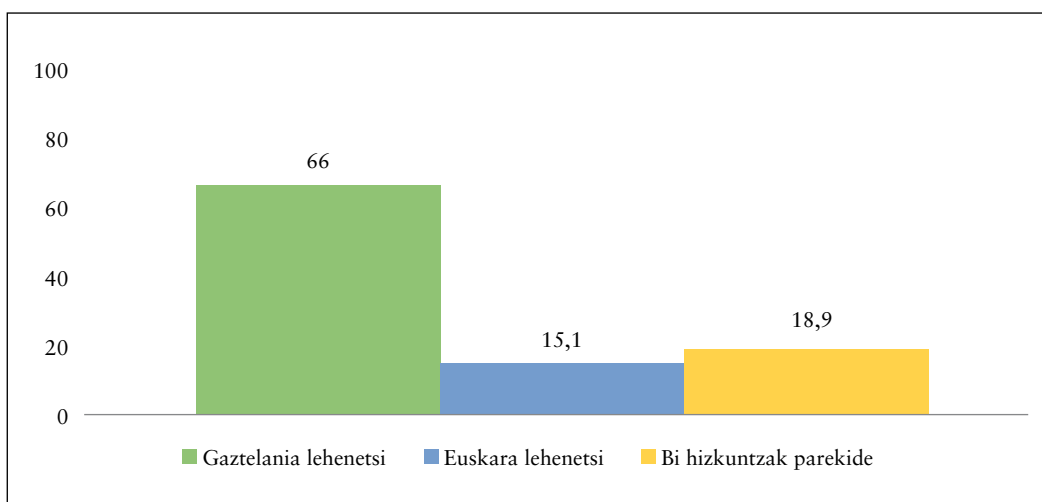
7. irudia. Burdindegi bateko euskarri bat.

Laburbilduz, sozializazio handiko gune diren establezimenduen % 100etan kartel elebidunak daude; liburu- eta paper-denden hizkuntza-paisaiaren % 100 elebiduna da; merkataria gaztea denean, euskarrien % 60 ele bitan dago, eta % 20 gaztelania hutsez; azkenik, kontsumitzaileak helduak direnean, hizkuntza-paisaiaren % 61,5 dago gaztelania hutsean, eta % 38,5 da elebidun.

6.3. Merkatarien jarrerak eta euskararen balioa

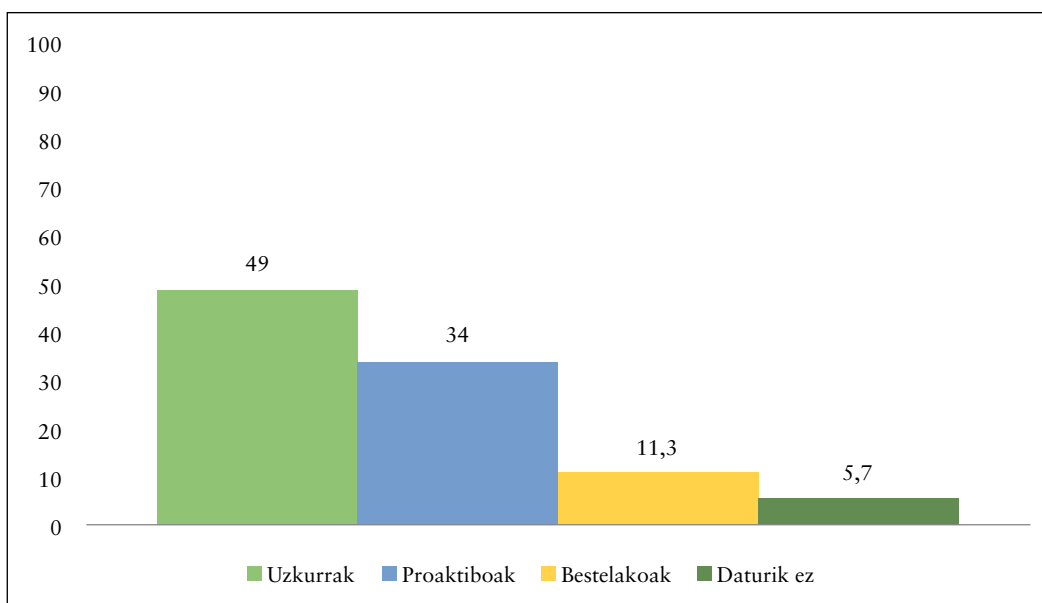
Euskarak Altsasuko merkataritzan jasotzen duen balioari erreparatuta, establezimendu bakoitzak bere paisaian zein hizkuntza lehenesten duen aztertu da lehendabizi, eta, ondoren, merkataria bakoitzaren jarreraren inguruko datuak izan dira ikergai.

Gauzak horrela, euskara presente (kartel elebakar zein elebidunekin eta neurri ezberdinetan) duen establezimendu kopurua 23koa da (% 43,4). Horietatik 5ek ematen diote lehentasuna gaztelaniari (% 21,7), 8k euskarari (% 34,8) eta 10ek agertzen dituzte parekide (% 43,5). Aztertutako 53 establezimenduak kontuan hartuz gero, % 66k emango liokete lehentasuna gaztelaniari, % 15,1ek euskarari, eta % 18,9k agertuko lituzkete parekide, 8. irudian ikusgarri dagoen bezala.



8. irudia. Hizkuntzen hierarkia establezimenduka (ehunekotan).

9. irudian, merkatarien jarrera eta motibazioei lotutako datuak islatzen dira. Datu hauek merkatariekin izandako elkarrizketetatik atera dira. Bisitatutako 53 establezimenduetatik 50etan jaso dira datuak (% 94,3). Haietatik 26 kontsideratzen dira uzkur (establezimendu guztien % 49) eta 18 proaktibo (establezimendu guztien % 34).



9. irudia. Merkatarien jarrera euskararekiko hizkuntza-paisaian (ehunekotan).

Azken emaitza hauek hobeto ulertze aldera, profil bakoitzean gehiago sakonduko da. Lehenik, esan beharra dago Altsasun merkatari proaktiboak izateak esan nahi duela

hizkuntzaren biziberritzeaz kontzientziatuta daudela, eta hizkuntza-paisaiaren bidez horri ekarpena egiten diotela. Horrela, hiru merkatari proaktiboren testigantzak pape-reratu dira:

1. Nahiz eta ikurra agertzen zen euskarria bazuen, «su-itzalgaillua» hitzez jartzen zuen materiala eskatu du, ikurraren ondoan jartzeko, eta, horrela, norbaitek hitza ez badu ezagutzen «ikurraren ondoan ikusi eta euskarazko hitz berri bat ikasiko du».
2. «Nik ez dakit euskaraz, baina nire bezeroek bai». Adierazpen horretan oinarritzen da bere establezimenduko hizkuntza-paisaiaren hautua. Hori horrela, materialak gaztelania hutsean heltzen zaizkionean, itzuli egiten ditu. Era berean, Espainian barna dokumentuak bidali behar dituenean, elebidunez bidaltzen ditu, gaztelaniaz ere agertzen direlako, eta, beraz, mundu guztiak uler ditzakeelako.
3. Materiala euskaraz agertzea «beharrezkoa eta oinarritzkoa» iruditzen zaio. Are gehiago, Sakanako Mankomunitateak lan handia egiten duela adierazi du hori horrela izan dadin eta erraztasunak besterik ez dituela ematen.

Euskararekiko uzkurrago agertzen diren horiek, ordea, mesfidatiago azaltzen dira euskararen presentziarekiko haien establezimenduetako hizkuntza-paisaian, besteak beste, arrazoi hauengatik:

4. Kartelak elebidunez jarriz gero, bezeroek hark euskaraz badakiela pentsatu eta euskaraz egingo dioten beldur da.
5. Euskarri guztiak elebakar ditu, gaztelaniaz, baina ez ditu ordezkatu nahi. «Irekitaita-itxita» kartela euskaraz zuen, baina apurtu egin zitzaion eta ez du berritzeko beharrik ikusten.
6. «Zorionez edo zoritxarrez nik ez dakit euskaraz» izan ziren haren hitzak eta, (4) merkatariaren antzera, beldur da euskarriak euskaraz jarri eta bezeroek euskaraz egingo ote dioten.
7. Sakanako Mankomunitateak ematen duen zerbitzuarekin uzkur agertu zen, kanpainaren berri ematerik ere ez zuen nahi izan.

Era berean, merkatari proaktiboek haien hizkuntza-paisaia elebiduna dute edo euskara lehenesten dute bertan. Aitzitik, uzkurrago agertzen diren horiek gaztelania lehenesten dute oro har, euskarri elebidunak ere agertzen dituzten arren, horiek askoz ere neurri txikiagoan baitaude presente. Ondorio honen adibidetzat hartu dira 10. eta 11. irudiak.



10. irudia. Merkatarri proaktiboa euskara lehenesten.



11. irudia. Merkatarri uzkurra gaztelania lehenesten.

7. ONDORIOAK

Lan honen helburua izan da, Altsasuko merkataritza esparruko paisaia linguistikoa aztertuta, euskararen sustapena merkataritzan nola dagoen deskribatzea eta egoera zein den aztertzea. Altsasuko emaitzak aurrekariak kontuan hartuta uler daitezke, bai EAEko azterketengatik (Agirretxe, 2000; Aristizabal, 2011; Astorkia & Zarrabeitia, 2009; Lizeaga, 2018; Osa, 2009), baita Nafarroako Foru Komunitateko beste eremu batzuetakoengatik ere (Abril, 2002; Zapata, 2006). Horrela, planteatutako lehen hipotesia baieztatu da: euskara presente dago Altsasuko merkataritzan, eta hori urrats garrantzitsua da hizkuntzaren biziberritze- eta normalizazio-prozesuan (Agirretxe, 2000; Astorkia & Zarrabeitia, 2009).

Gero, sozializazio handiko guneetako hipotesia bete da, eta aztertutako establezimenduen % 100etan daude euskarri elebidunak. Beraz, Altsasuko gazteen datu sozio-linguistikoak kontuan hartuta eta bertan berriketarako biltzen direla jakinda, bertako kontsumitzaileen demanda euskararen presentzia baino handiagoa da. Era berean, hizkuntza-paisaiak eta kontsumitzaileen giro linguistikoak aldebiko harremana izan dezaketela dirudi; hots, giro linguistikoak paisaian eragin dezakeela eta paisaia linguistikoak giroan.

Bestalde, euskara salgai duten establezimenduen % 100ek paisaia linguistiko elebiduna izatea ezin da kasualitatearen fruitu izan. Alde batetik, aipatu dugun bezala,

hezkuntzari erabat lotuta dagoen materiala saltzen da bertan eta, bestetik, euskara bera ere salgai jartzen da, beraz, hizkuntzaren presentziak paisaian balio ekonomikoa hartzen du (Astorkia & Zarrabeitia, 2009; Bourdieu, 1991).

Gainera, hezkuntzari lotuta badaude establezimenduok, esan gabe doa kontsumitzaileen adin tartea haur eta gazteena dela (3-20 inguruan), eta adin-tarte horretan biltzen diren datu soziolinguistikoak dira altuenak euskarari dagokionez (ikus 4. atala). Edonola ere, egia da liburu- eta paper-dendek badutela helduentzako materiala ere.

Adin-tarteei dagokienez, lan honetatik ateratzen den ondorio nagusia da Altsasuko datu-soziolinguistikoekin bat egiten duten emaitzak jaso direla, Bourdieuk bere lanean (1982) iradoki bezala. Beraz, merkataria zenbat eta gazteagoa izan, euskarak hainbat eta leku gehiago du establezimenduko hizkuntza-paisaian. Aitzitik, kontsumitzaileen adin-tarteari begira, bezeroa zenbat eta helduagoa izan, hizkuntza-paisaia orduan eta elebakarra da, gaztelaniaren mesedetan.

Azkenik, merkatari-profilek planteatutako profil proaktiboari eta uzurrari jarraitzen diete, eta, euskarari ematen zaion balioaren inguruan lotura dago merkatari proaktiboan eta euskara lehenestearen artean. Zehazki, establezimenduetako hizkuntza-paisaian euskara lehenesten duten horiek merkatari proaktibo dira. Bestalde, merkatari proaktiboetako batzuek hizkuntza-paisaia elebiduna dute eta bi hizkuntzak parekide agertzen dituzte. Kontrara, merkatari uzurragoek gaztelania lehenesten dute beti.

Laburbilduz, emaitzek iradokitzen dute, hizkuntza-paisaia euskalduntzeko beste proiektu batzuen antzera (Agirretxe, 2000; Abril, 2002; Aristizabal, 2011; Astorkia & Zarrabeitia, 2009; Lizeaga, 2018; Zapata, 2006), Mankomunitateak sustatutako kanpainak bere fruituak eman ditzakeela Altsasuko merkataritzako hizkuntza-paisaian.

8. AURRERA BEGIRAKOAK

Aski interesgarriak izan daitezkeen zenbait ikergai azterketa honetatik at gertu direla aipatzea komeni da; beraz, aurrera begira kontuan hartu beharrekoak ekarri nahi izan dira hizpidera.

Hasteko, datu bilketa zabalagoa egiteak Altsasuko merkataritzan hizkuntza-paisaiaren egoera nolakoa den zehaztasun handiagoz ikertzeko aukera eman dezake. Beraz, corpusaren lagina zabaltzea interesgarria izan daiteke; izan ere, 272 establezimendutik 53ren datuak bildu baitira.

Corpusak, bere horretan, muga batzuk izan ditu. Alde batetik, hautapena ezinbestekoa izan da denbora aldetik⁶, eta, esate baterako, herriaren industrialdeetan dauden

6 Oroit bedi UPV/EHUK eta Sakanako Mankomunitateak sinatutako hitzarmena 150 ordukoa izan zela.

komertzioak at geratu dira, oro har, nahiz eta zantzuren bat jaso den. Gainera, soziolinguistikoki aski interesgarriak izan daitezkeen establezimendu batzuek kanpoan geratu behar izan dute, hala nola arrandegiak, fruta-dendak edo harategiak; izan ere, aukeraketatik harago, bertako corpora biltzea ez zen zeregin erraza, etengabe bezeroz lepo egoten direlako. Azken establezimendu hauek aztertzea interesgarria izango litzateke, bertan egon daitekeelako gizartearen egoera soziolinguistikoaren egunerokoaren lagin esanguratsua.

Bestalde, esan beharra dago gremio batzuk beste batzuk baino askoz aztertuago daudela, hain zuzen ere, kasu batzuetan, gremioko establezimendu guztietan egon garrelako, eta, beste batzuetan, ordea, oinarrizko zantzuak baino ez ditugu bildu establezimendu gutxi batzuk bisitatuaz. Gainera, Altsasuko sozializazio handiko guneen lagin murrizak emaitzak baldintza zitzakeela ohartarazi behar da: 11 establezimendu aztertu baditugu ere, 38 taberna, okindegi eta kafetegi daude herrian guztira (ikus 5.2. atala). Hari horretatik tiraka, tabernei begira, lagin sendoagoa lortzeak emaitza fidagarriagoak eman ditzake.

Ondoren, euskara salgai duten establezimendu horietako hizkuntza-paisaia erabat elebiduna izateak herriaren egoera soziolinguistikoan eraginik duen aztertu beharko litzateke, hau da, hiztunen motibazioan eragiteko adina eragin dezakeen paisaia linguistikoak. Zehazki, nolabait begiratu beharko litzatekeena da herritarrak sorgingurpil moduko batean sartuta dauden, hau da, helduek murgiltze-ereduaren aldeko apustua egin ondoren, D ereduaren beharrak asetzeko establezimendu mota honetako hizkuntza-paisaia elebiduntzen den eta, azkenik, hizkuntza-paisaia elebidunak haur eta gazteen motibazioan gain, helduen jarreraren eta motibazioan ere eragiten ote duen.

Gero, adierazi da bisitatutako 53 establezimenduetatik 50ean jaso direla merkatarien jarreraren inguruko datuak (% 94,33). Aipatu ez diren hiru establezimendu horietan izandako elkarrizketek ez dute merkataria profiletako batean sailkatzeko adina daturik ematen, dela eskasegiak izan direlako, dela elkarrizketan ez delako gai hori atera, dela bestelako arrazoiengatik, beraz, merkataria horiekin berriro mintzatzea eta profiletako batean edo bestean sailkatzea funtsezkoa izan daiteke.

Bestalde, merkatariei begira, euskararen presentziaren eta merkatariek euskararekiko hartzen duten jarreraren arteko lotura sakonago ikertzea interesgarria izan daiteke. Hain zuzen ere, merkatariek euskarari zein balio ematen dioten ikertzeko, interesgarria litzateke lagin sistematikoagoa sortzea, emaitzak haien artean konparatzeko zilegitasuna lortze bidean. Ildo beretik, merkatarien hizkuntza-gaitasuna neurtzea emankorra izango litzatekeela uste da; izan ere, establezimendu batzuetan euskaraz artatua izateko aukera dago eta beste batzuetan ez, eta hori zeren arabera aldatzen den ikusi beharko litzateke (adina, jatorria, atxikimendua, salgaia...).

Azkenik, Altsasu Sakanako hiriburua izanda, inguruko herrien eragina kontuan hartzea interesgarria izan daiteke, bai Altsasura beste herrietako bezeroak datozelako eta baita merkataria Altsasu kanpokoan izan daitekeelako ere. Horrek guztiak emaitzetako asko ulertzen lagunduko luke.

9. ERREFERENTZIAK

- Abril, J. (2002/02/01). Euskara saltzen. *Nafarkaria*. https://www.euskaltzaindia.eus/dok/iker_jagon_tegiak/nafarkaria/2002-02-01.pdf
- Agirreazkuenaga, A. (2009). Euskararen araubide juridikoa Euskal Autonomia Erkidegoan, Nafarroan eta Ipar Euskal Herrian. *BAT soziolinguistika aldizkaria*, 70, 16-40.
- Agirretxe, J. L. (2000). Merkataritza euskaldunduz Oarsoaldean. *BAT soziolinguistika aldizkaria*, 35, 85-91.
- Aiestaran, J., Cenoz, J. & Gorter, D. (2010). Multilingual cityscapes: perceptions and preferences of the inhabitants of Donostia-San Sebastián. In E. Shohamy, E. Ben-Rafael & M. Barni (arg.), *Linguistic landscape in the city* (219-234. or.). Multilingual Matters.
- Aiestaran, J., Cenoz, J. & Gorter, D. (2013). Perspectivas del País Vasco: el paisaje lingüístico en Donostia-San Sebastián. *Revista internacional de lingüística iberoamericana*, 21, 23-38.
- Aizpurua, J. (2018). Euskararen erabilera eta erabileran eragiten duten faktore nagusiak. *BAT Soziolinguistika Aldizkaria*, 106(1), 29-45.
- Altsasu BHI. (2019). Ikasleen ahozkotasan-gaitasuna lantzeko proiektua, hamaika onuratarako ate. *Hik hasi: euskal beziketarako aldizkaria*, 237, 24-27.
- Amorrortu, E., Ortega, A. & Goirigolzarri, J. (2017). Euskararen hiztun aktibo bihurtzeko gakoak. *BAT soziolinguistika aldizkaria*, 104, 11-49.
- Apodaka, E. & Morales, J. (2017). Hiztun kategorietatik hizkuntza praktiken erregistroetara: erabilera sustatzeko neurriaren bila. *BAT soziolinguistika aldizkaria*, 104, 95-137.
- Aristizabal, I. (2011/05/31). Euskara merkataritzan gehiago agertzeko lanak egingo dira. *El Diario Vasco*. <https://www.diariovasco.com/v/20110531/bidasoa/euskara-merkataritzan-gehiago-agertzeko-20110531.html>
- Astorkia, E. & Zarrabeitia, B. (2009). Gernika-Lumoko udaleko merkataritza plangintzaren ibilbidea. *BAT soziolinguistika aldizkaria*, 73, 85-91.
- Bourdieu, P. (1982). *Ce que parler veut dire. L'économie des échanges linguistiques*. Librairie Arthème Fayard.
- Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power*. Polity Press.
- Calvi, M. V. (2018). Paisajes lingüísticos hispánicos: panorama de estudios y nuevas perspectivas. *LynX. Panorámica de Estudios Lingüísticos*, 17, 5-60.
- Cenoz, J. & Gorter, D. (2006). Linguistic landscape and minority languages. *International Journal of Multilingualism*, 3(1), 67-80. <https://doi.org/10.1080/14790710608668386>
- Cenoz, J. & Gorter, D. (2008). The linguistic landscape as an additional source of input in second language acquisition. *International Review of Applied Linguistics in Language Teaching*, 46(3), 267-287. <https://doi.org/10.1515/IRAL.2008.012>
- Edwards, J. (2010). *Minority languages and group identity: Cases and categories*. John Benjamins.
- Elaide. (2020). *Erosketak euskaraz egitea eta tokiko merkataritza*. <https://elaide.eus/eu/erosketak-euskaraz-egitea-eta-tokiko-merkataritza>

- Erdozia, J. (2006). *Altsasuko euskara*. Altsasuko Udala & Sakanako Mankomunitatea.
- Etxeberria, M. (2000). *Principios y fundamentos de sociolingüística*. UPV/EHU.
- Feliú, E. (2019). *Breve estudio del paisaje lingüístico en el casco histórico de Córdoba*. [Grado amaierako lana, Universidad de Jaén]. TAUJA: Repositorio de Trabajos Académicos de la Universidad de Jaén. <https://hdl.handle.net/10953.1/10514>
- Gorter, D., Aiestaran, J. & Cenoz, J. (2012a). The revitalization of Basque and the linguistic landscape of Donostia-San Sebastián. In D. Gorter, H. F. Marten & L. Van Mensel (arg.), *Minority languages in the linguistic landscape* (148.-163. or.). Palgrave-MacMillan.
- Gorter, D., Marten, H. F. & Van Mensel, L. (2012b). Studying minority languages in the linguistic landscape. In D. Gorter, H. F. Marten & L. Van Mensel (arg.), *Minority languages in the linguistic landscape* (1.-15. or.). Palgrave-MacMillan.
- Gorter, D., Cenoz, J. & Van der Worp, K. (2021). The linguistic landscape as a resource for language learning and raising language awareness. *Journal of Spanish Language Teaching*, 8(2), 161-181. <https://doi.org/10.1080/23247797.2021.2014029>
- Guaixe astekaria. (2020/07/28). Altsasuko establezimenduak Merkataritza Euskaraz kanpainaren berri jasotzen ari dira. *Guaixe*. <https://guaixe.eus/altsasu/1595520165011-altsasuko-establezimenduak-merkataritza-euskaraz-kanpainaren-berri-jasotzen-ari-dira>
- Hernandez, J. M. (2015). Familia hizkuntza-politika: transmisioa ulertzeko eredu berri baten bila. *Bat Soziolinguistika Aldizkaria*, 94, 47-62.
- Karrikiri, Iruñeko Euskaldunon topagunea. (2021). *Merkataritza euskaraz*. <http://www.karrikiri.eus/merkataritza-euskaraz/>
- Kelly-Holmes, H. (2014). Linguistic fetish: The sociolinguistics of visual multilingualism. In D. Machin, *Visual Communication* (135.-151. or.). De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9783110255492.135>
- Landry, R. & Bourhis, R. Y. (1997). Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study. *Journal of Language and Social Psychology*, 16(1), 23-49.
- Larrea, I. & Bilbao, P. (2010). Hizkuntza-politika eta hizkuntza-plangintza. In O. Lujanbio (koord.) *Soziolinguistika eskuliburua*. Soziolinguistika Klusterra Eusko Jaurlaritza.
- Lizeaga, I. (2018). Lintzirin: Eragin Linguistikoaren Ebaluazioan oinarritutako Euskara Sustapen Ekintza Plana (ESEP). *BAT soziolinguistika aldizkaria*, 109, 73-109.
- Moriarty, M. & Järlehed, J. (2018). Multilingual creativity play in the semiotic landscape: an introduction. *International Journal of Multilingualism*, 16(1), 1-6. <https://doi.org/10.1080/14790718.2018.1500256>
- Nafarroako Gobernu. (2020). *Nafarroako datu soziolinguistikoak, 2018*. Nafarroako Gobernu, Euskarabidea – Euskararen Nafar Institutua. https://www.navarra.es/documents/48192/0/Azterketa+soziolinguistikoa_GBBI_Nastat_2018-OK-interactivo.pdf/f4593517-cf76-37a5-5e2d-df2a2ef3b788?t=1593017142250

- Navas, R. (2021). El español en el paisaje lingüístico del Reino Unido. *Doblele, Revista de lengua y literatura*, 7, 67-79.
- Nogueras, I. (2020/12/20). Euskara merkatuan dago. *Berria*.
- Osa, E. (2009). Kontsumitzaileen eta erabiltzaileen 123/2008 dekretua hizkuntza-aukera berdintasuna eta askatasuna oinarri. *BAT Soziolinguistika aldizkaria*, 70, 89-104.
- Shohamy, E. (2006). *Language policy: Hidden agendas and new approaches*. Routledge.
- Soziolinguistika Klusterra. (2011). Altsasu. <http://www.soziolinguistika.eus/edb/index.php?lurraldea=u31010>
- Soziolinguistika Klusterra. (2017). *Sakana hizkuntza-erabileraren kale-neurketa, 2016. Laburpen txostena*. Soziolinguistika Klusterra. http://www.soziolinguistika.eus/files/sakana_aurkezpena.pdf
- Van der Worp, K. (2016). *Multilingualism in the workplace: the voice of professionals*. [Doktore tesia, UPV/EHU]. ADDI. <http://hdl.handle.net/10810/26106>
- Zapata, O. (2006). Nafarroako euskara elkarteak. *BAT soziolinguistika aldizkaria*, 58, 137-148.
- Zarraga, A. (2010). Soziolinguistikari sarrera. In Askoren artean (arg.), *Soziolinguistika eskuliburua*. Eusko Jaurlaritza & Soziolinguistika klusterra.
- Zuazo, K. (2010). *Sakanako euskara. Burundako hizkera*. Nafarroako Gobernua, Hezkuntza Departamentua & Euskaltzaindia.

