

# 1 Lantokietako ahozko erabileraren neurketak. Interpretaziorako eta interbentziorako hainbat gako

HAUSNARTU Euskal Soziolinguistika Sarien VI. Edizioko  
LEHEN SARIA (2013)

**Haritz Goikoetxea**

*EMUN Kooperatiba*

haritz@emun.com

Sarrera-data: 2013-09-30 / Onartze-data: 2013-12-30

**Laburpena.** Ondoren azalduko dugun ikerketa lanean lantokietako ahozko erabilera izan dugu aztergai; azterketa horri esker, lantoki bateko euskararen ahozko erabilera ona edo txarra izatea eragiten duten 4-5 faktore zerrendatzera iritsi gara. Are gehiago, faktore horietako bakoitzean lantokiaren egoera ona edo txarra den jakiteko erreferentziatzko datu batzuk ere eskaintzen ditugu; horrela jakin dezakegu, adibidez, lantoki horretan euskaldunak euskaldunekin asko ala gutxi elkartzen diren, eta elkartutakoan euskaldunak *leialak* garen. Diagnostiko zorrotzak berarekin dakar interpretazioa zorroztea, eta hori ezinbestekoa da euskararen ahozko erabilera areagotzeko interbentzioak zehazterakoan; horregatik, proposamen gisa, diagnostikoaren arabera egin daitezkeen esku-hartze batzuk ere topatuko ditu irakurleak. • **Hitz-gakoak:** *Ezagutza, ahozko, erabilera, leialtasun, hiperleialtasun, trinkotze, EMUN.*

**Abstract.** Oral use of Basque in the workplace was studied in the piece of research explained below; this study has enabled us to list 4-5 factors that have a positive or negative influence on the use of oral Basque in a place of work. Furthermore, some data are also offered as a reference to find out whether the situation in the workplace is good or bad in terms of each factor; that can tell us, for example, whether in a specific workplace Basques meet with other Basques to a greater or lesser extent, and whether they are loyal Basque speakers when they meet. Rigorous diagnoses mean rigorous interpretations, and that is essential when specifying interventions to intensify the oral use of the Basque language; that is why, by way of proposal, the reader may come across some interventions that could be used, depending on the diagnosis. • **Key words:** *Knowledge, oral, use, loyalty, hyperloyalty, compacting, EMUN.*

Ez da berria ahozko erabileraren neurketak egitea Euskal Herrian; are gehiago, Euskal Herrian era horretako neurketek egin duten bidea eta lortu duten garapen-maila eredu dira beste hainbat herrialde eta hizkuntza-komunitateko aditu eta profesionalentzat.

Txillardegiren eredu matematikoa oinarri izanik, SIADECOK lehenik, EKBk eta SEIk ondoren eta Soziolinguistikaren Klusterrak azkenik, ahozko erabilera neurtzeko metodologia garatu dute. Horren lekuko da Soziolinguistika Klusterraren azken argitalpena<sup>1</sup>. Metodologia hori lan-mundura egokitzea izan da EMUNen egin dugun ekarpena; horretan, une batean ala bestean, bide-erakusle ez ezik, bidelagun ere izan ditugu Xabier Isasi, Olatz Altuna eta Yosu Yurramendi, eta beraiei esker-ona adierazteko aprobetxatu nahi dugu sarrera hau.

EMUNen 2003tik dihardugu enpresetan ahozko erabilera neurtzen eta datu horietatik interbentzioak proposatzen. Azken batean, ahozko neurketetatik ateratzen zaizkigun adierazleak oso baliagarriak dira enpresa baten euskararen egoera aztertzeko eta ahozko erabileran eragiteko estrategiak definitzeko.

Azken hamar urte hauetako ibilbidearen ondorioak jasotzeko asmoa dauka artikulu honek.

- Neurketak egin ditugun enpresen argazki orokor bat atera.
- Ahozko erabileran eragiten duten aldagaiak definitu.
- Aldagaien arteko erlazioak aztertu.
- Kaleko erabileraren eta enpresetako erabileraren arteko konparazioa egin.

EMUNen ahozko erabilera neurtzeko metodologia ez dugu bere horretan geuk asmatu; aurretik aipatu ditugun erreferentziak baliatu ditugu. Metodologiaren ezaugarri nagusiak eta laginketa sistema *Hizkuntza erabilera behaketa bidez neurtzeko gida metodologikoan* oso modu egokian jasota daudela uste dugu. Horrexegatik, ez ditugu errepikatuko artikulu honetan.

Hala ere, EMUNen ahozkoa neurtzeko metodologiak badauzka berezitasun batzuk eta berezitasun horiek aipatuko ditugu:

- Elkarrizketatuen hizkuntza gaitasuna ere neurtzen da, neurtzaileak, ehuneko handi batean, elkarrizketatuen hizkuntza gaitasuna neurtzeko gai baitira. Taldean zenbat euskaldun eta zenbat erdaldun egon diren jaso egiten da fitxan. Euskalduntzat hartzen dira elkarrizketaren bat euskaraz egiteko gai direnak; ulermena soilik ez da nahikoa euskalduntzat hartzeko. Elkarrizketatuen ezagutza eta era-

---

**Ahozko neurketetatik ateratzen zaizkigun adierazleak oso baliagarriak dira enpresa baten euskararen egoera aztertzeko eta ahozko erabileran eragiteko estrategiak definitzeko.**

**Elkarrizketatuen ezagutza eta erabilera datuak izateak hainbat adierazle baliagarriren informazioa ematen digu: leialtasuna, hiperleialtasuna eta trinkotze-maila, besteak beste.**

bilera datuak izateak hainbat adierazle baliagarriren informazioa ematen digu: leialtasuna, hiperleialtasuna eta trinkotze-maila, besteak beste.

- Gune formal eta informalak. Kanean egiten diren neurketetan ibilbide bat zehazten da herriko gune esanguratsuenak aztertzeko. Enpresen kasuan, berriz, hizkuntzari dagokionez garrantzitsuenak diren guneak aztertzen dira. Batetik, gune *formalak* neurtzen dira: bulegoak, zuzeneko langileek lan egiten duten lekuak... Bestetik, *informalak* diren guneak ere neurtzen ditugu, gune horiek ere garrantzia berezia daukatelako euskararen osasuna ezagutzeko; gune informaletako erabilera neurtzeko kafe-makinak eta jantokiak dira, adibidez, leku esanguratsuak.

## KONTZEPTUEN AZALPENA

Neurketetako emaitzen berri eman aurretik, beharrezkoa iruditzen zaigu hainbat adierazleren azalpena ematea. Adierazle horietako batzuk ez dira berriak, bai Soziolinguistika Klusterrak, bai Txillardegik eta beste hainbat adituk garatu eta erabilitakoak baitira. Beste adierazle batzuk, aldiz, EMUNek garatu ditu bere ardurapean dauden euskara planen beharrei erantzun ahal izateko.

Jarraian aipatuko ditugu adierazle horietatik azpimarragarrienak:

— **Euskararen erabilera:** enpresako langileen arteko euskarazko erabilera zenbatekoa izan den esaten digu adierazle horrek, ehunekotan; behatutako elkarrizketa guztietatik zenbat izan diren euskaraz, alegia.

— **Elebidunen proportzioa** =  $e_x$  Euskaldunak gehi euskaraz erdizka dakitenen erdia:

$$e_x = \% \text{ euskaldunak} + (\% \text{ erdizka dakitenak} / 2)$$

— **Leialtasuna** =  $m_B$  Bakarrik euskaldunak elkartu diren taldeetan zein izan den euskaraz izandako elkarrizketen proportzioa:

$$m_B = \text{euskaraz izandako euskaldun soileko elkarrizketa kop.} / \text{guztirako euskaldun soileko elkarrizketa kop.}$$

— **Erabilera topea:** leialtasuna %100 izan balitz aterako zen erabilera.

— **Hiperleialtasuna:** erdaldunen bat tartean izanda ere, euskaraz izan diren elkarrizketen proportzioa; hau da, elkarrizketa *misto* guztietatik euskaraz zenbat izan diren esaten digu:

$$\text{Hiperleialtasuna} = \text{euskaraz izandako elkarrizketa misto kop.} / \text{guztirako elkarrizketa misto kop.}$$

— **Taldeen tamaina =  $w_i$**  Neurtu diren elkarrizketetatik zer proportzio izan den “i” kidez osatutakoa.

— **Erabilera isotropikoa =  $P_B$**  Txillardegiren formularen oinarrituz, pertsona batek beste batekin elkartzeko duen probabilitatea pertsona guztientzat berdin-berdina balitz aterako zen erabilera:

$$P_B = m_B (w_2e_x^2 + w_3e_x^3 + w_4e_x^4 + w_5e_x^5 + w_6e_x^6 + w_7e_x^7 + w_8e_x^8)$$

$w_i =$  neurtu diren elkarrizketetatik zer proportziok duen “i” kide.

Erabilera isotropikoa kalkulatzeko moduari dagokionez, hauxe argitu nahiko genuke: enpresa bateko erabilera isotropikoa kalkulatzekoan leialtasuna (“ $m_B$ ”) eta taldeen tamaina (“ $w_i$ ”) aldagaietan ez ditugu konstanteak jartzen (enpresa guztietakoen batez bestekoa, adibidez), baizik eta neurketa horretan izan diren leialtasun (“ $m_B$ ”) eta taldeen tamaina (“ $w_i$ ”), errealak hartzen ditugu kontuan.

— **Trinkotze-maila:** erabilera isotropikoak euskaldunen trinkotzearen kontzeptuarekin lotura zuzena du; izan ere, neurtutako erabileraren eta erabilera isotropikoaren arteko aldea zenbat eta handiagoa izan, euskaldunak orduan eta trinkotuago daudela esan dezakegu. Hori dela-eta, EMUNen, bi adierazle horien arteko zatiketari trinkotze-maila deitzen diogu:

$$\text{trinkotze-maila} = \text{euskararen erabilera} / \text{erabilera isotropikoa}$$

## DATU OROKORRAK

### I

Esan bezala, egin ditugun neurketek datu asko eta askotarikoak eman dizkigute, eta enpresa bakoitzean euskararen ahozko erabileraren argazkia zein den erakutsi digute.

2012an guztira 40 enpresatan egin ziren neurketak, eta 12.205 elkarrizketa behatu ziren enpresako langileen artean. Bestalde, batez besteko errore-maila %5,94koa izan zen.

Jarraian ikus daitekeen taulan neurketa horietatik guztietatik aterako emaitzak laburbildu ditugu:

ADIERAZLEA	BATEZ BESTEKOA
Euskararen erabilera	%38,30
Elebidunen proportzioa	%71,92
Leialtasun-maila	%64,78

**Batetik, gune formalak neurtzen dira: bulegoak, zuzeneko langileek lan egiten duten lekuak... Bestetik, informalak diren guneak ere neurtzen ditugu, gune horiek ere garrantzia berezia daukatelako euskararen osasuna ezagutzeko; gune informaletako erabilera neurtzeko kafe-makinak eta jantokiak, adibidez.**

Erabilera topea		%57,51
Hiperleialtasun-maila		%4,82
Taldeen tamaina	2	%71,75
	3	%18,12
	4	%5,78
	5	%2,09
	6	%0,92
	7	%0,48
	>7	%0,85
Erabilera isotropikoa		%31,45
Trinkotze-maila		1,34

Taula horretan azaltzen diren datuetatik, hiru azpimarratu nahi ditugu:

- Leialtasuna %64,78koa izan da neurtutako laginean, hau da, **euskaldun hutsez osatutako hiru elkarrizketatik bi euskaraz** izan dira.
- **Erdaldunen bat tartean egonda**, elkarrizketen %4,82 **euskaraz** izan dira.
- **Bikotekako elkarrizketak hamarretik zazpi izan** dira, batez beste.

## DATUEN INTERPRETAZIOA

### I

Hamar urtez datuak biltzen, prozesatzen eta interpretatzen jardun ondoren, hiru ondorio nagusi atera ditugu EMUNen:

### 1. Erabileran eragiten duten faktore nagusiak hauek dira

Elkarrizketetako partaide kopurua, ezagutza, leialtasun-maila eta trinkotze-maila.

Banan-banan azalduko ditugu lau faktore nagusiak. Hurrengo orrian adibide bat gehitu dugu testu-koadro batean, hemen emango ditugun azalpenen osagarri.

— **Elkarrizketetako partaide kopurua:** taldeen tamaina handitu ahala, euskararen ahozko erabilera jaitsi egiten da. Izan ere, talde handietan denak euskaldunak izatea zailagoa da eta, hiperleialtasuna egon ezean, gaztelaniaz hitz egitea da *espero daitekeena*.

— **Partaideen euskara ezagutza (elebidunen proportzioa):** zenbat eta euskaldun gehiagok parte hartu elkarrizketetan, euskararen ahozko erabilera ere handiagoa izaten da.

— **Euskaldunen trinkotze-maila:** euskaldunen trinkotzeak enpresa horretan euskaldunak euskaldunekin zein neurritan elkartzen diren adierazten du (euskaldunak sakabanatuta egotearen edo euskaldunen *dispertsioaren* justu kontrakoa izango litzateke). Beraz, euskaldunak euskaldunekin zenbat eta gehiago egon, hau da, bakarrik euskaldunak dauden elkarrizketak zenbat eta gehiago izan, euskararen ahozko erabileraren datua ere handitu egiten da.

— **Euskaldunen leialtasun-maila:** kontzeptuen definizioan azaldu dugun bezala, *bakarrik euskaldunak egon diren taldeetan euskaraz izandako elkarrizketen proportzioa* adierazten du leialtasunak. Hortaz, euskaldunak euskaldunekin daudenean euskaraz asko ala gutxi hitz egin, besteak beste horren araberakoa ere izaten da euskararen erabilera.

Bada bosgarren faktore bat: **hiperleialtasun-maila**, elkarrizketa batean euskaldunak eta erdaldunak daudenean euskaldunek euskaraz hitz egitea, hain zuzen ere. Baina hiperleialtasunik ez egotea edo oso txikia izatea da ohikoena eta, hortaz, ez diogu beste 4 faktoreei ematen diegun pisu edo garrantzia berbera ematen.

## ADIBIDE BAT

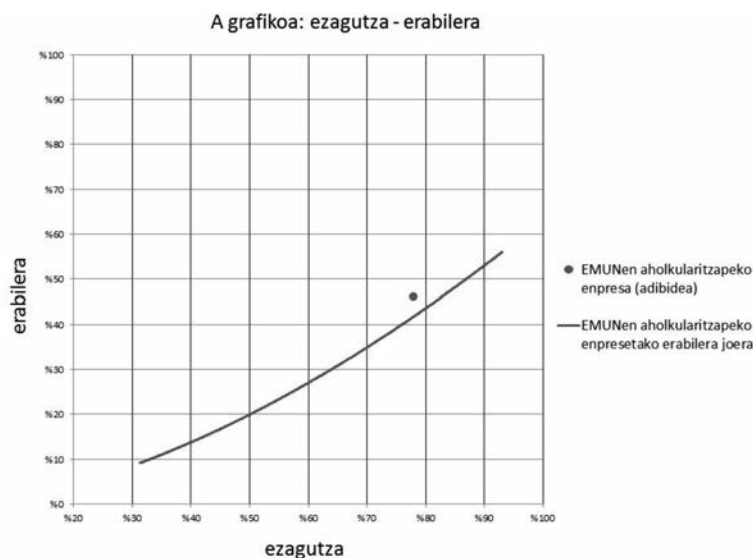
**(datuak errealak dira, enpresaren izena jarri ez badugu ere)**

Euskara ezagutza %78 duen enpresa bateko neurketetan, euskarazko elkarrizketak %46,18 izan dira (errore-maila  $\pm 4,1$ ). Galdera hauek datozkigu ezinbestean burura: datua ona al da? Enpresa horretan dagoen euskara ezagutzarekin, emaitzetako euskararen erabilera espero zitekeena al da? Hori argitzen laguntze aldera, neurketak egin ditugun enpresa guztietako erabilera datuak grafiko batera eraman eta joera-marra atera dugu:

---

**2012an guztira  
40 enpresatan  
egin ziren  
neurketak, eta  
12.205  
elkarrizketa  
behatu ziren  
enpresako  
langileen artean.**

**Erabileran eragiten duten faktore nagusiak hauek dira: elkarrizketetako partaide kopurua, ezagutza, leialtasun-maila eta trinkotze-maila.**



Grafikoari begiratuta, gure enpresako erabilera datua (puntu) kurbatik gora dagoenez, datua ona dela esan dezakegu; puntua kurbatik behera egon izan balitz, aldiz, esango genuke datua ez dela ona. Baina zein neurritan da positiboa datu hori? Puntutik kurbara dagoen distantziak esango digu hori; gure adibidean erabilera datua nahiko positiboa dela esan dezakegu; izan ere, %78ko ezagutzarekin neurketak egin diren enpresetan joera edo batez bestekoa euskarazko elkarrizketak %41,79 izatea da, eta adibide dugun enpresan %46,18 izan dira.

Halere, zein da datu positibo horren arrazoia? Hori hala izateko beste hiru faktoreak –partaide kopurua, euskaldunen trinkotze-maila eta euskaldunen leialtasun-maila– positiboak izan behar dira nahitaez edo, gutxienez, hiru aldagai horietako bat edo bi positiboak izan behar dira, nabarmen. Hona hemen analisisia:

#### **Elkarrizketetako partaide kopurua:**

Elkarrizketetako partaide kopurua edo taldeen tamaina txikitu ahala, euskarazko elkarrizketak igo egiten dira. Interpretazioa egiterakoan, erreferentzia moduan, neurketak egin diren enpresetan bikoteka batez beste zenbat elkarrizketa izan diren hartu dugu: %71,75. Adibide dugun enpresan dezente izan dira bikoteka izandako elkarrizketak, %80. Horra hor, erabilera datua positiboa izatea eragin duen arrazoietariko bat.

#### **Euskaldunen trinkotze-maila:**

Euskaldunen trinkotze-mailak euskaldunak euskaldunekin dauden adierazten digu, hau da, euskaldunak euskaldunekin elkartzeko joera edo aukera duten; beraz, trinkotze-maila handitu ahala, euskarazko elkarrizketa kopurua ere handitu egiten da. Hemen ere, enpresa guztietako trinkotze-mailen batez bestekoari (1,34) begiratu diogu. Adibideko enpresaren trinkotze-maila (1,05) batez besteko horren azpitik dago.



Hortaz, euskaldunak trinkotu gabe, sakabanatuta, daudela esan dezakegu. Ez da hori, beraz, gure enpresako erabilera positiboaren arrazoa; alderantziz, euskararen ahozko erabileran eragin negatiboa izan du.

#### Euskaldunen leialtasun-maila:

Leialtasunak euskaldunak euskaldunekin elkartzen direnean euskaraz hitz egiten duten esaten digu. Leialtasun-maila guztien batez bestekoa (%64,78) erreferentziatzat hartuta, adibideko enpresan leialtasunaren datua oso ona da (%75,91) eta faktore horrek ere eragin positiboa izan du euskararen ahozko erabileran. Laburbilduz, ahozko erabilera espero zitekeena baino altuagoa izan da. Arrazoa bikotekako elkarrizketa kopuruan eta leialtasun-mailan topatu dugu, trinkotze-maila baxua izanda ere, erabileraren azken datua batez bestekotik gora igo baitute.

Lau faktoreak aztertu ditugu, diagnostikoa zorroztu eta egin dugu interpretazioa; erabileran eragiteko unea da orain. Izan ere, diagnostikoak zentzua galdu dezake, diagnostiko horren ondoren emaitzak hobetzeko helbururik eta estrategiarik ez badugu zehazten.

Emaitzen interpretazioak esan digu gure enpresan euskararen ahozko erabileraren datua ona ala txarra den, eta baita hori eragin duen faktorea edo faktoreak zein izan diren ere. Faktore edo arrazoi horietan eragin behar dugu orain eta, horretarako, era askotako ekintzak jar daitezke martxan.

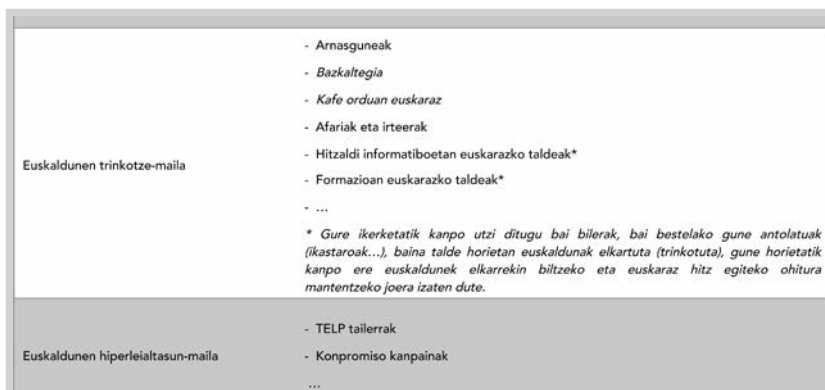
Ikerketa honen helburua ez da erabileran eragiteko proposamenak eskaintzea, diagnostikoa egitea baizik. Dena den, labur-labur bada ere, faktore bakoitzean eragiteko ekintza posible batzuk jaso ditugu taula honetan, erreferentzia gisa.

**Emaitzen interpretazioak esan digu gure enpresan euskararen ahozko erabileraren datua ona ala txarra den, eta baita hori eragin duen faktorea edo faktoreak zein izan diren ere. Faktore edo arrazoi horietan eragin behar dugu orain.**

ERAGIN NAHI DEN FAKTOREA	EKINTZA POSIBLE BATZUK
Elkarrizketetako partaide kopurua	<i>Gure esku ez dagoen faktore bakarra da. Ez da posible ezer egitea eta, gainera, ez luke zentzu handirik izango elkarrizketetako partaide kopurua txikitzeko ekintzak martxan jartzeak.</i>
Partaideen euskara ezagutza	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Euskaltegia</li> <li>- Barnetegia</li> <li>- Mintza saioak</li> <li>- Berbalaguna</li> <li>- Enpresako hitz teknikoaren hiztegia</li> <li>- Kontratazio irizpideetan euskara sartzea</li> <li>- ...</li> </ul>
Euskaldunen leialtasun-maila	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hausnarketa saioak</li> <li>- Eragile sareak</li> <li>- Hitzen Lapurra jolasa</li> <li>- Kanpainak eta kartelak (<i>Dakixenak ein deixela...</i>)</li> <li>- ...</li> </ul>



**Elkarrizketetako partaideen euskara ezagutza altua izateak ez digu leialtasun handia (ala txikia) izatea ziurtatzen.**

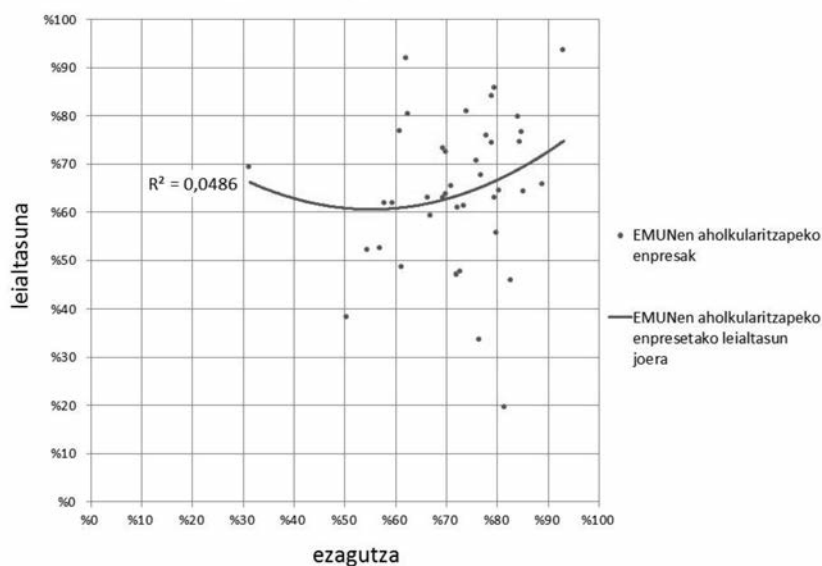


## 2. Ahozko erabileran eragiten duten 4 faktoreen artean ez dago erlaziorik

Baieztapen horrekin hauxe esan nahi dugu: enpresa batean elkarrizketetako partaide kopuruak, partaideen euskara ezagutzak, euskaldunen trinkotze-mailak eta euskaldunen leialtasun-mailak ez dutela elkarrekin korrelaziorik; adibidez, lau faktoreetako bat positiboa dela jakiteak ez digu beste hiru faktoreen gaineko argibiderik ematen, positiboak ala negatiboak izan daitezke, alegia.

Beheko grafikoan ikus daitekeenez, elkarrizketetako partaideen euskara ezagutza altua izateak ez digu leialtasun handia (ala txikia) izatea ziurtatzen; adibidez, Goierriko enpresa bateko euskaldunak ez dute zertan Basauriko enpresa bateko euskaldunak baino leialagoak izan:

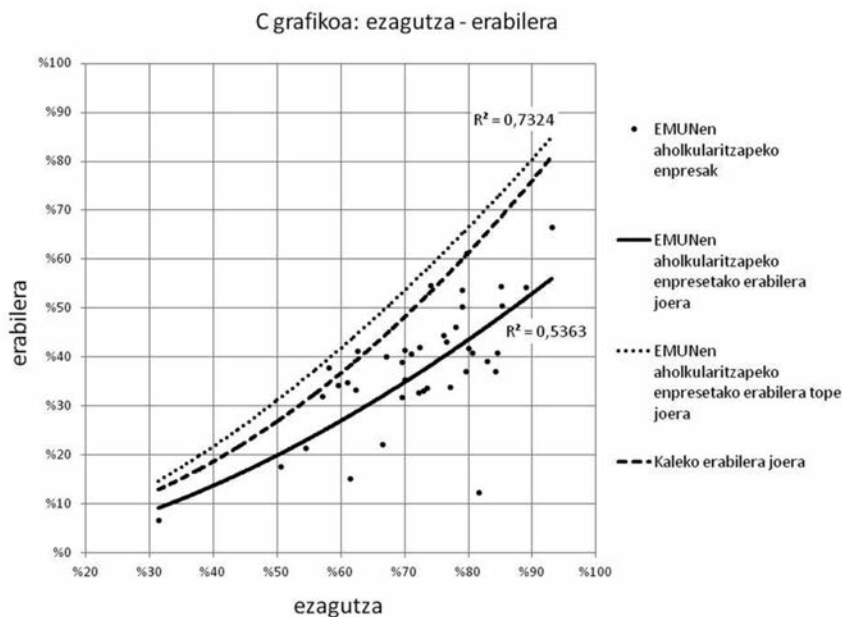
B grafikoa: ezagutza - leialtasuna



Gauza bera gertatu zaigu gainerako gurutzaketak egin ditugunean: ezagutza eta trinkotze-maila; ezagutza eta elkarrizketa kopurua bikoteka; leialtasuna eta trinkotze-maila; leialtasuna eta elkarrizketa kopurua bikoteka; trinkotze-maila eta elkarrizketa kopurua bikoteka. Guztietan ere  $R^2$  baxuak atera zaizkigu (lortu dugun erregresio handiena  $R^2=0,35$  izan da, ezagutza eta trinkotze-maila gurutzatu ditugunean, hain zuzen ere) eta, hori dela-eta, faktoreen artean korrelaziorik ez dagoela ondorioztatu dugu.

### 3. Enpresetan kalean baino gutxiago hitz egiten da euskaraz, gure ustez trinkotzearen eraginez

Euskara ezagutza bera duten enpresa bat eta herri bat2 konparatzen baditugu, oro har, enpresan euskara gutxiago erabiltzen dela ikus dezakegu beheko grafikoan:



Grafikoan ikus daitekeenez, euskara plana duten enpresetako erabilera joera eta kalekoaren artean alde esanguratsua dago. Ezagutza %30 bueltakoa denean, 5 punturen alde dago soilik, baina ezagutzak gora egiten duen heinean, erabileran dagoen zuloak gora egiten du. Ezagutza %90etik gorakoa denean, euskara plana duten enpresen eta herrien arteko alde 25 puntura artekoa da. Era berean, enpresetako erabilera topea eta kaleko erabilera oso gertu daude, euskararen ezagutza edozein dela ere.

**Kale neurketetan umeak eta gazteak ere sartzen diren bitartean, lan-munduan helduak bakarrik hartzen dira kontuan. Eta, jakin badakigu, Euskal Herriko kale neurketetako euskararen erabileran eragin positiboena haurrek eta gazteek.**

Erabileran dauden aldeak ulertzeko faktoreak aztertzen hasi aurretik, argitu behar dugu bi neurketetako unibertsoen artean badagoela alderik; kale neurketetan umeak eta gazteak ere sartzen diren bitartean, lan-munduan helduak bakarrik hartzen dira kontuan. Eta, jakin badakigu, Euskal Herriko kale neurketetako euskararen erabileran eragin positiboena haurrek eta gazteek dutela eta helduen euskararen erabileran ere modu positiboan eragiten dutela, Euskal Herriko azken Kale Neurketan ikusi den moduan.

Ezberdintasun hori kontuan hartuta ere, zein arrazoi edo faktore egon daitezke kalean eta enpresan erabileraren horren ezberdina izateko? Gure ustetan aldagai esanguratsuen trinkotzea izan da. Hori hobeto azaltzeko, erabileran eragiten duten aldagaiak aztertuko ditugu.

- **Euskaldunen leialtasun-maila:** kalean euskaldunen leialtasun-maila zein den ez badakigu ere, ez dugu uste euskaldunak kalean enpresan baino leialagoak garenik, ez dugu uste hori horrela izateko pisuzko arrazoirik dagoenik.

Egia da, enpresa askotan errotuta dagoen kulturak (gai teknikoak beste hizkuntza batzuetan lantzeko gaitasun handiagoa edo ohitura, adibidez) leialtasuna jaitea eragin dezakeela enpresetan; zoritarrez, oraindik ere arlo sozioekonomikoko kulturaren erdarek (gaztelaniak eta ingelesak, bereziki) pisu handia dute.

Neurtutako enpresa guztiek euskara plana izateak, berriz, leialtasuna igotzea ekarri beharko luke, neurtutako herri guztietan ez bezala, neurtutako enpresa guztietan euskara normalizatzeke ekintzak baitaude martxan, eta leialtasuna handitzeari begira izaten dira ekintza horietako asko, gainera; hortaz, euskara planen ondorioz, enpresetan langileak leialagoak direla ere pentsa genezake.

Beraz, aldeko eta kontrako arrazoiak kontuan izanda, eta datu berriek gure zalantza argitzen ez duten bitartean, ezin dugu jakin kaleko eta enpresako leialtasunaren artean alderik dagoen.

- **Elkarrizketetako partaide kopurua:** enpresetan kalean baino bikotekako elkarrizketa gehiago zenbatu dira, batez beste %71,75 eta %54,88, hurrenez hurren.

Bakarrik datu horri erreparatuko bagenio, enpresetako euskararen ahozko erabileraren kalekoa baino handiagoa izan beharko litzateke, eta justu kontrakoa da gertatu zaiguna; hau da, enpresetan bikoteka elkarrizketa gehiago izanda ere, erabileraren dezente baxuagoa bada, beste faktore batean bilatu behar dugu enpresetako erabileraren baxu horren arrazoiak.

• **Euskaldunen trinkotze-maila:** geratzen zaigun azken faktorea trinkotze-mailarena da. Faktore hori da, hain zuzen ere, gure ustez kalean euskararen ahozko erabilera altuagoa izatearen arrazoia.

Gure ustez, kalean euskaldunak trinkotuagoa gaudela pentsatzeak badu bere zentzua; enpresetan ez bezala, kalean elkarrizketarako solaskideak neurri handi batean guk aukeratzen ditugu, eta aukeraketa horretan hizkuntza gaitasunak ere eragiten duela uste dugu. Enpresan, aldiz, lanpostuak markatzen ditu lan-harreman gehienak eta horrek asko zailtzen du euskaldunen trinkotzea.

## **AZKEN ONDORIOAK ETA ETORKIZUNERAKO LAN-ILDOAK**

### **I**

Datu horiek guztiak kontuan hartuta, hiru ondorio nagusi azpimarratu nahi ditugu:

- Euskara plana duten enpresetan baino kalean gehiago hitz egiten da euskaraz. Aldea esanguratsua da bi erabilera eremuetan eta handitu egiten da ezagutzak gora egiten duen heinean. Trinkotzea izan daiteke aldagairik esanguratsuen alde hori ulertzeko, gure ustez.
- Erabileran eragiten duten aldagai nagusiak lau hauek dira: ezagutza, leialtasuna, trinkotzea eta taldeen tamaina. Lau aldagai horien artean ez dugu harremanik aurkitu.
- Erabilera neurtzeaz gain, eragiten duten lau aldagaiak neurtzea oso garrantzitsua da, euskararen erabilera areagotzeko estrategiak definitzeko. Gure helburua erabileran eragitea denez, lau aldagaien egoera ezagutzeak errealitatea hobeto ulertzen eta, beraz, eragiteko moduan gehiago asmatzen laguntzen digu.

Azterketa orok beti dakar berarekin ikerketa berri bat egiteko beharra. Gurean ere, etorkizunera begira, lan-ildo garrantzitsuak gelditzen dira:

- Gaur egungo datu-basea ustiatzen jarraitzea. Oso datu multzo interesgarria daukagu eta ustiatzen jarraitu beharra daukagu, ondorio gehiago aurkitzeko.
  - Aldagai bakoitzak erabileran zer pisu daukan ez dakigu gaur egun. Adibidez, leialtasuna edo trinkotzea, zein da erabakigarriagoa erabileran?

---

***Euskara plana duten enpresetan baino kalean gehiago hitz egiten da euskaraz. Aldea esanguratsua da bi erabilera eremuetan eta handitu egiten da ezagutzak gora egiten duen heinean. Trinkotzea izan daiteke aldagairik esanguratsuen alde hori ulertzeko, gure ustez.***

***Erabileran eragiten duten aldagai nagusiak lau hauek dira: ezagutza, leialtasuna, trinkotzea eta taldeen tamaina.***

– Erabileran eragin dezaketen aldagai berriak ere neurtzeko probak egiten jarraitu behar dugu, bestelako aldagairen batek pisu esanguratsua izango duen jakiteko.

- Kale neurketen haritik, guretzat oso interesgarria izango litzateke kaleko leialtasuna eta trinkotzea zenbatekoak diren ezagutzea, konparatu ahal izateko. Horrela, enpresako eta kaleko hizkuntza-ohituren arteko aldeak ulertzeko bidea izan dezakegu.

Lan hau elkarlanerako atea zabalik bukatu nahiko genuke; enpresetan euskarara indartzen dihardugunontzat ikerketa-lerro oso garrantzitsua izango da eta, gai horretan aditu eta ikertzaile direnekin batera, emaitza oso interesgarriak lor ditzakegula uste dugu. ●

## **OHARRAK**

1. Olatz Altuna eta Asier Basurto (2013). *Hizkuntza erabilera behaketa bidez neurtzeko gida metodologikoa*, Soziolinguistika Klusterra.
2. Soziolinguistika Klusterreko datuak erabili ditugu herrietarako.

## **BIBLIOGRAFIA**

- Alvarez Enparantza, J.L., Txillardegi, Isasi, X. (1994), *Soziolinguistika Matematikoa*, Bilbo: Udako Euskal Unibertsitatea.
- EMUN (2009) *Ahozko erabilera neurtzeko metodologia*, Arrasate: EMUN (argitaratu gabea)
- Altuna, O. eta Basurto, A. (2013) *Hizkuntza erabilera behaketa bidez neurtzeko gida metodologikoa*, Andoain: Soziolinguistika Klusterra
- Altuna, O.; Iurrebaso, I.; Isasi, X.; Martínez de Luna, I.; Ramos, R.; Uranga, B. (2012) "Hizkuntzen kale-erabileraren VI. Neurketa, 2011. Emaitza nagusiak". *BAT soziolinguistika aldizkaria*, 84 (31-58 or.) Andoain.
- Altuna, O. eta Basurto, A. (2012) "Hizkuntza-erabileraren neurketaren metodologia". *BAT soziolinguistika aldizkaria*, 84, (17-30 or.). Andoain.