



IKER
GAZTE
NAZIOARTEKO
IKERKETA EUSKARAZ

IV. IKERGAZTE NAZIOARTEKO IKERKETA EUSKARAZ

2021eko ekainaren 9, 10 eta 11a
Gasteiz, Euskal Herria

ANTOLATZAILEA:
Udako Euskal Unibertsitatea (UEU)

GIZA ZIENTZIAK ETA ARTEA

**Euskararen biziberritzea Altsasun:
merkataritzako hizkuntza-paisaia
aztergai**

Idoia Granizo

51-57 or.

<https://dx.doi.org/10.26876/ikergazte.iv.01.06>



Euskararen biziberritzea Altsasun: merkataritzako hizkuntza-paisaia aztergai

Granizo Uribarrena, I.

UPV/EHU

igranizo001@ikasle.ehu.eus

Laburpena

Merkataritza esparruan euskara biziberritzeko helburuarekin, plan ugari egin dira azken hamarkadetan Euskal Herrian. Sakanako Mankomunitateak ere “Merkataritza euskaraz” plana abian jarri zuen, eta, 2020ko udan zehar, Altsasuko establezimenduetan barna mugitu da. Testuinguru honetan, lan hau Altsasuko merkataritzako hizkuntza-paisaiaren analisisira lehen hurbilpena izango da. Emaitzek erakusten dutenez, euskara presente dago Altsasuko merkataritzako hizkuntza-paisaian, baina establezimendu motaren arabera aldaketa garrantzitsuak daude. Horretaz gain, merkatarien zein kontsumitzaileen adin-tarteek ere asko baldintzatuko dute establezimenduetako paisaia linguistikoa.

Hitz gakoak: hizkuntza-paisaia, Altsasu, merkataritza, hizkuntza-politika.

Abstract

The last decades have witnessed a proliferation of language plans, aimed to revitalise the Basque language in the domain of urban commerce. The Community of Sakana in Navarre set up the “Merkataritza euskaraz” plan, which has been implemented since the 2020 summer. In this context, this work constitutes a preliminary approach to the study of linguistic landscape of the commerce in the town of Altsasu, located in Sakana. Results show that Basque is present in Altsasu’s commerce; however, important differences have been identified depending on the type of establishments. Besides, the age of merchants and consumers clearly influence the linguistic landscape of the establishments.

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

1. Sarrera eta motibazioa

Euskararen legeak Nafarroan euskararen territorializazioa dakar, eta horrek eragin nabarmena du hizkuntza honen egoeran lurralde osoan zehar. Altsasu Sakanako (Nafarroa) herririk handiena da, eta eremu euskaldunean kokatuta dagoen arren, euskara biziberritzen ari da. Hari horretatik, D ereduaren eragin positiboa nabarmena da. Ondorioz, euskararen ezagutzari, erabilerari eta jarrerei dagokienez, egoera soziolinguistikoa anitz sortu dira, eta, esate baterako, adin-tarteen arabera, joera ezberdinak nabari dira.

Hurrengo orrialdeetan zehar, joera ezberdin horiek islatzen diren esparru bat aztertuko dugu, hain zuzen ere, merkataritza, eta arreta Altsasuko establezimenduetako hizkuntza-paisaian ezarriko dugu. Uda honetan zehar zabaldu dugu Sakanako Mankomunitateko “Merkataritza euskaraz” kanpaina Altsasun barrena. Kanpaina honekin Altsasuko 53 establezimendu bisitatu ditugu, eta, bien bitartean, establezimenduetako hizkuntza-paisaiaren inguruko corpusa bildu dugu. Tokiko merkataritza izan dugunez aztergai, albo batera utzi ditugu azalera handiko establezimenduak. Hain zuzen ere, hemen aurkezten dugun lan hau lehen hurbilketa bat da. Izan ere, Sakanako Mankomunitateko datu basean 272 establezimendu zenbatu ziren, eta, esan bezala, horietako 53tako datuak bildu dira. Gainera, orain artean Nafarroako hizkuntza-paisaiari buruzko lanik ez dugu ezagutzen. Hurbilketa honetan zehar, uste dugu hurrengo ikerketa batzuentzako material egokia osatu dugula, eta ondorengo azterketei atak zabalik utzi dizkiegula.

Beraz, Altsasuko merkataritzako hizkuntza-paisaia aztertzeko, hizkuntza-paisaiari lotutako aurrekari batzuk bilduko ditugu, hain zuzen ere, ikerketaren nondik norakoen eta arloaren egoeraren berri emango baitugu. Ondoren, establezimenduetako hizkuntza-paisaia hainbat ikuspegitik begiratzen saiatu gara. Horrela, establezimendu motari, hizkuntzen arteko hierarkiari eta merkatarien zein kontsumitzaileen adin-tarteei erreparatuko zaie, nagusiki. Bildutako corpusaren arabera, Altsasun presente dauden hizkuntzak euskara eta gaztelania dira, baina bakoitza zer testuingurutan eta zer proportziotan agertzen den zehaztuko dugu, eta arrazoen nondik norakoak ematen saiatuko gara.

2. Arloko egoera eta ikerketaren helburuak

2.1. Hizkuntza-paisaia eta merkataritza

Hizkuntza-paisaiaren azterketa, oro har ulertuta, soziolinguistikaren barruan kokatzen da. Kontzeptua definitzeko saio asko egon dira, eta Landry eta Bourhisek (1997:25) ematen dute definizio tradizionala: hizkuntza-paisaia da kale publikoko kartelen, iragarkien, kaleen izenen, leku izenen, denden kartelen eta gobernuen eraikinetako kartel publikoen hizkuntza. Guk hizkuntza-paisaia merkataritzari lotuta aztertuko dugu.

Edwardsen iritziz (2010:27), hizkuntza-paisaiak hizkuntza biziberritzearen parte izan behar du, beraz, hizkuntza politikaren mekanismo bat da (Shohamy, 2006:112), eta botere ekonomiko eta politikoez baldintza dezakete (Moriarty eta Järlehed, 2018). Gainera, hizkuntzek balio ezberdinak har ditzakete eta arraroa da komunikazio tresna hutsa izatea (Bourdieu, 1982). Merkatuaren baitan, balio ekonomikoa eta truke-balioa bereiz daitezke (Bourdieu, 1991), eta, hizkuntza gutxituen kasuan, identitarioa (Landry eta Bourhis, 1997). Hizkuntzak, bestetik, balio dezake jabeek edo enpresariak bezeroak erakartzeko (Moriarty eta Järlehed, 2018).

Hizkuntza-harreman guztiek erakusten dituzte botere harreman jakinak (Kelly-Holmes, 2014), baita hizkuntza-paisaian ere, eta, ondorioz, hierarkiak. Horrela, estatusaren planifikazioa beharrezkoa bihurtzen da hizkuntza gutxituen eremuan (ibid.) eta entzunak izatea bezain garrantzitsua da haien ikusiak izatea (Gorter et al., 2012a). Hizkuntza gutxituek ikusgarritasuna eskatu arren, menperatuak diren neurrian, isiltasunera kondenatuta daude (Bourdieu, 1982), eta hizkuntza-paisaia isila hizkuntza politikaren ondorio da (Calvi, 2018).

Ildo beretik, hizkuntza-paisaiaren inguruko ikerketek erakusten dute nola berau manipulatzeko den prestigio patroiak eta hierarkiak baieztatzeko (Gorter et al., 2012a). Hizkuntza gutxitua hautatzearen arrazoia balio identitarioa da, eta hautu hau markatua da (Kelly-Holmes, 2014). Hortaz, karteletako hizkuntza hautua planifikatua da, eta kartelen praktikak eta politika garapenak alde biko harremana dute (Gorter et al., 2012b).

Hizkuntza-paisaiaren azterketa Euskal Herrira Donostiatik sartu zen (ibid.; Aiestaran et al., 2010; Aiestaran et al., 2013). Haien arabera, udaleko eta gobernuko hizkuntza-politika sendoa denez, euskara presente dago Donostian eta hiritarrak hizkuntza-paisaia eleanitzaren alde daude. Hala ere, euskara H1 hiztunek, gaztelania H1 hiztunekin konparatuta, haien hizkuntza askoz gutxiago ordezkatuta ikusten dute (Aiestaran et al., 2010), eta euskara gehiago erabiltzen da euskarri instituzionaletan pribatuetan baino (Aiestaran et al., 2013).

Edonola ere, geure azterketaren muina merkataritza arloko hizkuntza-paisaia denez, arlo horretan eginiko azterketei erreparatuko diegu. Izan ere, euskara eta euskal kulturaren ikusgarritasun eta normalizazio nahitik, salerosketara iritsi dira hainbat hizkuntza eta kultur jarduera (Nogueras, 2020). Merkataritzan eragiteko, agerian jarri behar da merkatarien artean euskara erabiltzearen balio erantsia, abantaila, prestigioa, bezeroarekiko arreta hobe eta zerbitzuaren kalitatean hizkuntza txertatzearen garrantzia. Hain zuzen ere, Astorkiak eta Zarrabeitiak (2009) erakusten dute euskararen erabilera produktua saltzeko estrategia bat gehiago dela eta balio ekonomikoa jasotzen duela hizkuntzak zenbait kasutan. Agirretxeren arabera (2000), merkataritza euskalduntzeko planen ondorio nagusiak hizkuntza-paisaian atzematen dira. Orain arteko merkataritza plan gehienak Euskal Autonomia Erkidegoan gauzatu dira, eta, oro har, ondorio positiboak izan dituzte.

2.2. Datu soziolinguistikoak

Altsasu Nafarroako eremu euskaldunean sartzen da, Sakana osoa bezala. Altsasu Sakanako herririk handiena da eta bertan pilatzen dira denda, ikastetxe eta zerbitzu gehienak (Zuazo, 2010). Herria bigarren gune soziolinguistikoan kokatzen da, %26,9 euskalduna baita (Nafarroako Gobernuak, 2020). Euskararen biziberritzea hezkuntzari lotua doa herrian eta, beraz, euskararen ezagutzaren eta erabileraren inguruko daturik altuenak haur eta gazteek dituzte, oro har. Adibidez, 5-14 urte bitarteko haurren %90,6k euskaraz daki, 15-34 urte bitarteko gazteen %43k, 35-64

bitartekoen %13,1k eta 64 urte gorako %7,2k. Horren azalpena hezkuntzan datza, izan ere, D ereduaren daude Altsasuko ikasle gehienak matrikulatuta, zehazki, 2020-2021 ikasturtean, %76,4.

Gainera, herriko euskararen datu guztiek goranzko joera dute azken hamarkadetan. Esate baterako, hezkuntzarekin jarraitzeko, 2011-2012 ikasturtean, ikasleen %73,6 zegoen D ereduaren matrikulatua. Datu hauek pentsatzera garamatzate, helduen euskara gaitasuna txikiagoa izan arren, beren haurren eskolatzeko D ereduaren aldeko apustua egiten dutela, eta, beraz, helduen motibazioa euskararekiko garrantzitsua dela haren biziberritzean, analisisian frogatuko dugun bezala.

2.3. Ikerketaren helburuak

Ikerketa honen helburu nagusia honakoa da: Altsasuko merkataritza esparruko paisaia linguistikoa aztertuta, euskararen sustapena merkataritzan nola dagoen deskribatzea eta egoera zein den aztertzea. Gauzak horrela, hurrengo galderei erantzuten ahaleginduko gara: zein hizkuntza erabiltzen da Altsasuko merkataritzako paisaian? Bereizketarik al dago establezimenduen artean? Bereizketa egotekotan, zeren araberakoa da? Zein garrantzi ematen zaio euskarari paisaian? Bestalde, merkatariek euskarari paisaiaren bidez zer balio ematen dioten jakin nahi da.

Hizkuntza-paisaiaren azterketa orokorraz gain, establezimendu motei erreparatuko zaie, batez ere taberna, kafetegi, okindegi eta paper- eta liburu-dendei, izan ere, sozializazio intentsiboko gune garrantzitsu baitira lehendabiziko hirurak, eta, besteek euskarazko produktuak salgai izan ditzaketela kontsideratzen baita. Bestalde, merkatarien zein kontsumitzaileen adin-tarteei erreparatuko diegu.

Hipotesi orokor gisa, espero izatekoa da merkataritzako hizkuntza-paisaian euskara presente egotea, oro har. Establezimendu motei dagokienez, espero izatekoa da gazteen sozializazio intentsiboko gune deitu ditugun horietan establezimenduek euskara presente izatea eta euskarazko produktuak salgai dituzten establezimenduetan paisaia linguistikoa euskara agertzea. Era berean, aurreikusten da merkatarik zein kontsumitzaile gazteagoen kasuan, hizkuntza-paisaian euskara erabiltzeko joera nabarmenagoa izango dela, dendari eta bezero zaharragoekin konparatuta.

3. Ikerketaren muina

3.1. Metodologia

Altsasuko 53 establezimendu bisitatu eta bertako hizkuntza-paisaiaren inguruko datuak bildu genituen “Merkataritza euskaraz” kanpainaren harira, 2020ko udan. Horretarako, establezimendu bakoitzeko hizkuntza-paisaiaren argazki batzuk atera ziren, eta gure ikerketako korpusa osatzen duten 100 kartel, iragarki eta euskarri jaso eta aztertu ditugu osotara.

Hizkuntza-paisaian merkataria adinak izan dezakeen eragina aztertzeko, 35-40 urteen bueltan kokatu da muga.

Bestetik, establezimendu mota jakin batzuk sakonago aztertu dira, eta, batez ere, sozializazio intentsiboko guneak direnak hartu dira. Sozializazio intentsiboko gune deitzen diegu berrikerarako elkargune diren establezimendu horiei, giro linguistikoa jakin bat sor daitekeelako eta, beraz, bertako hizkuntza-paisaiak eragina izan dezakeelako. Bertan, gazteak biltzen dituzten guneak eman zaie garrantzia (taberna eta kafetegiak), Altsasuko datu soziolinguistikoa altuenak haur eta gazteak dituztela kontuan hartuta. Horietaz gain, okindegiak ere behatu dira, egunero bisitatzen diren establezimenduak diren heinean. Guztira, horrelako 11 establezimendu bisitatu dira. Bestalde, liburu- eta paper-dendetan, euskarazko produktuak haurrentzat izaten direnez, oro har, espero izatekoa da bertan euskara presente egotea.

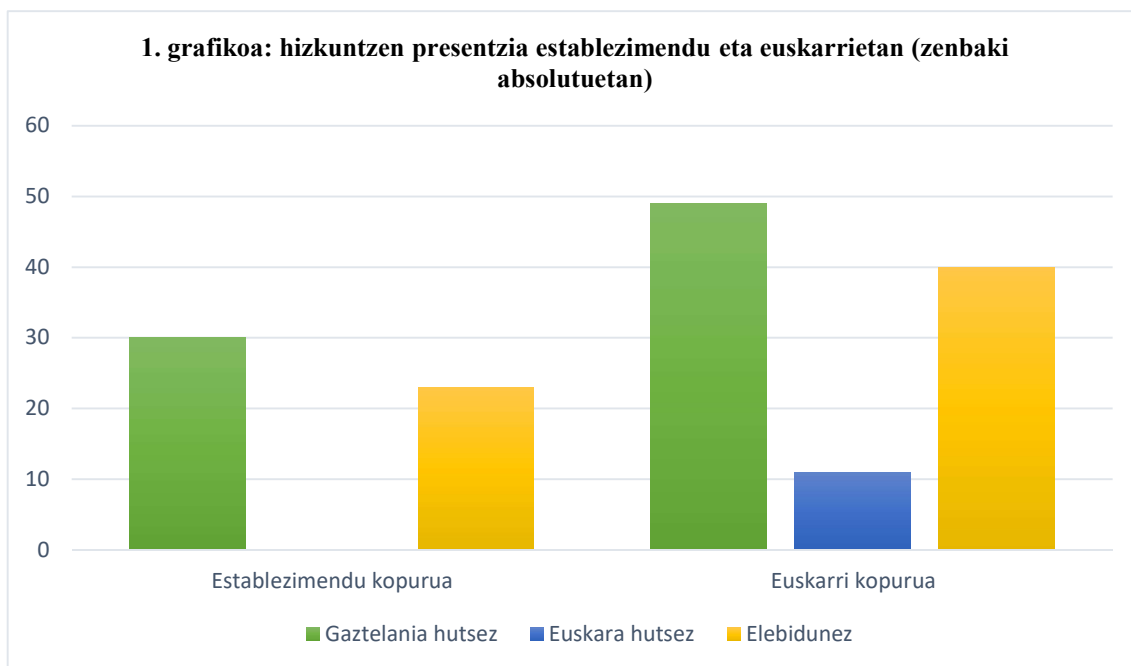
Kontsumitzaileen adin-tarte gaztea aurreko establezimenduekin aztertuko dugunez, bezero helduagoi heltzeko asmoz, farmaziak, estankoak, burdindegia eta elektrizitate-dendak behatuko ditugu; osotara, 13 establezimendutako datuak aztertu ditugu. Bertan, espero izatekoa da euskara aurrekoetan bezain presente ez egotea.

Azkenik, euskara presente dagoen establezimendu horietan (euskarri elebakar zein elebidunetan), establezimendu bakoitzak zein hizkuntzari ematen dion garrantzi handiagoa neurtu nahi izan da. Horretarako, zenbait irizpide erabili dira: letra tamaina, mota, kolorea...

3.2. Emaitzak

Hizkuntzen erabilera paisaia

Dokumentatu den paisaia linguistikoan, bi hizkuntza ikusten dira: euskara eta gaztelania. Establezimenduei dagokienez, kartelak gaztelaniaz baino ez dituzten establezimenduak 30 dira, neurri handiagoan edo txikiagoan hizkuntza-paisaia elebiduna dutenak 23 dira eta paisaia linguistikoa euskara hutsez duen establezimendurik ez dago (ik. 1. grafikoa). Euskarriei erreparatuta, gaztelania hutsez, euskara hutsez eta elebidunez idatzita dauden materialak daude ikusgarri herrian zehar. Geure datuen arabera, 100etik 49 kartel gaztelania hutsez daude, 11 euskara hutsez eta 40 elebidunez (ik. 1. grafikoa).

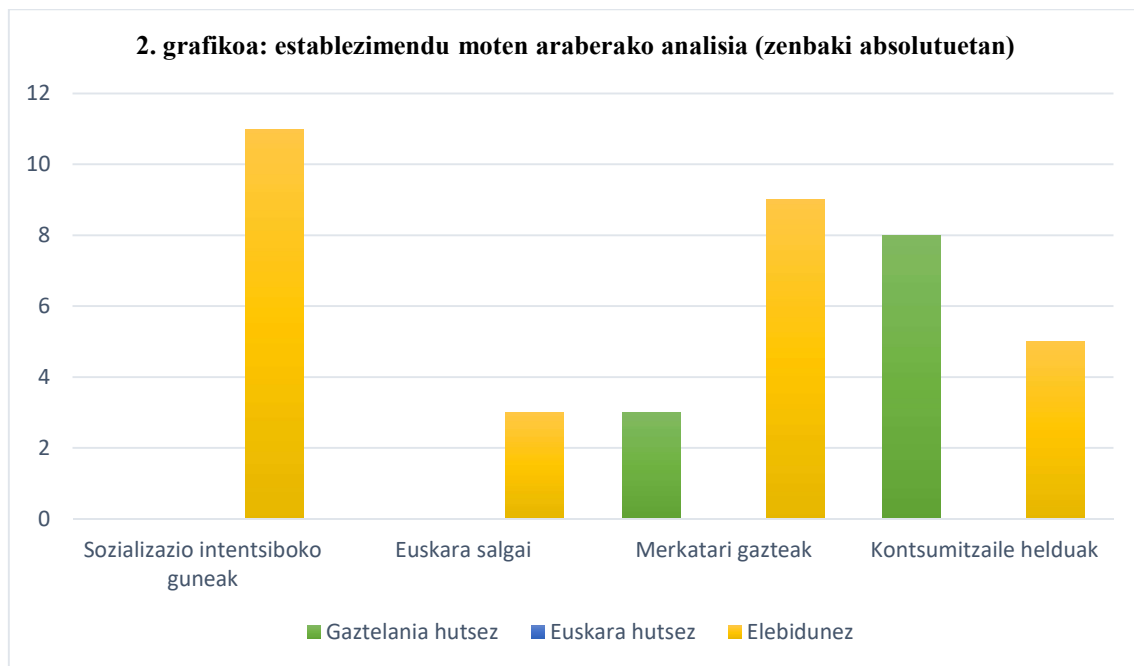


Establezimendu motaren arabera

Sozializazio intentsiboko gune (taberna, kafetegi eta okindegiak) deitu ditugun establezimendu guztietan (%100ean) hizkuntza-paisaia elebiduna zaintzen dela ikusi da (ik. 2. grafikoa). Hala ere, euskarri elebakarrak egotekotan, gaztelaniaz daude, zehazki 11 establezimendutik 7tan zenbatu dira kartelak gaztelania hutsez.

Euskara salgai den establezimendu kontsideratu dira liburu- eta paper-dendak, eta, osotara, herrian hiru daude. Hauen corpora 9 materialek osatzen dute eta guztiak elebidunak dira (%100) bigarren grafikoan ikus daitekeen bezala. Alde batetik, hezkuntzari erabat lotuta dagoen materiala saltzen da bertan. Bestetik, euskara bera ere salgai jartzen da, beraz, hizkuntzaren presentziak balio ekonomikoa hartzen du.

Adin-tarteari dagokionez, merkatarri gazteak dituzten 15 establezimendu identifikatu dira, 9tan hizkuntza-paisaia euskara hutsez edo elebidunez dauden materialak dituzte, 3tan gaztelania hutsezkoak eta beste 3tan ezin izan dugu daturik bildu (ik. 2. grafikoa). Kontsumitzaile helduak dituzten 13 establezimenduetatik (farmaziak, estankoak, burdindegia eta elektrizitate-dendak), 5ek hizkuntza-paisaia elebidunez (eta kasu batean elebidunez eta euskara hutsean) agertzen dute eta 8k gaztelania hutsean (ik. 2. grafikoa). Hala ere, aipatu beharra dago elebidunez eta euskara hutsez euskarriak dituzten bi establezimendutan gaztelania hutsez daudenak ere bildu direla.



Euskararen balioa

Gorago adierazi bezala, euskara presente 23 establezimendutan dago. Hizkuntzen arteko hierarkia neurtzeko, hainbat faktore hartu dira kontutan: letra tipoa, letraren kolorea, letraren tamaina, kokapena... Gauzak horrela, 23 establezimenduetatik, 8k ematen diote lehentasuna euskarari, 5ek gaztelaniari eta 10ek agertzen dituzte parekide. Hala ere, zehaztea komeni da, gure azterketak aurrera egin ahala, establezimendu bakoitzean euskarritik euskarrira hizkuntzen arteko hierarkian aldeak aurkezten zirela ikusi genuela. Lan honen tamainatik kanpo geratzen zaigunez gero, aztertzeke utzi beharko dugu momentuz.

4. Ondorioak

Analisi eta azterketa hauek ikusita, merkataritzan euskararen egoeraren inguruko lehen hurbilketa egin da. Sakanako Mankomunitateko merkataritza plana bezalakoek ondorio positiboak izaten dituzte establezimenduetako egoera linguistikoetan. Altsasuko hizkuntza-paisaian euskara presente dagoela ikusi dugu. Alde horretatik, Edwardsen (2010) ildotik, uste dugu hizkuntza-paisaia euskararen biziberritzearen parte dela Altsasun.

Bestalde, atera daitekeen ondorio nagusia da faktore askok eragiten dutela establezimenduetako hizkuntza-paisaiaren hautuan, batez ere Altsasu bezalako egoera soziolinguistikoa duten herrietan. Horietako batzuk aztertu ondoren, ikusi da, sozializazio intentsiboko guneetan, hizkuntza-paisaia elebiduna establezimendu guztietan dagoela, ziurrenik giro linguistiko euskaldunak eta gazteen demandak eraginda. Hala ere, gaztelania hutsezko materialak dituen establezimendu kopurua nahiko altua da.

Era berean, euskara salgai duten dendetan, eta hezkuntzari lotutako produktuak saltzen dituztenetan, paisaiaren %100 da elebiduna, eta haietako batzuk euskarari lehentasuna ematen diote hizkuntzen hierarkian. Dagoeneko Noguerasek (2020) horren berri ematen digu, eta euskararen eta euskal kulturaren ikusgarritasun eta normalizazio nahitik salerosketara zenbait jardura iritsi direla frogatzen du honek. Hori ez da kasualitate hutsa, eta, gure iritziz, sorgin gurpil moduko baten ondorio da. Izan ere, helduek murgiltze ereduaren aldeko apustua egiten dute beren haurren hezkuntzari dagokionez, haurrak D ereduaren eskolatzek establezimendu mota hauetako hizkuntza-paisaia elebiduntzea dakar eta hizkuntza-paisaia elebidunak haur, gazte eta helduen jarrera eta motibazioan eragin dezake, azken hauek, berriro ere, murgiltze ereduaren aldeko apusturantz bultzatuz. Gainera, aipatzekoa da establezimendu hauek helduentzako materialak ere salgai dituztela, eta, beraz, haur eta gazteak ez direla kontsumitzaile bakarrak.

Altsasun alde handia dago adin-tarteei dagokienez. Horrela, euskaldunen tasari erreparatuta, eta merkatarien zein kontsumitzaileen adin-tarteak aztertuta, hurrengo ondorioztatu da: merkatarik gazteek joera handiagoa daukate hizkuntza-paisaia elebidunez edo euskara hutsez agertzeko, haiek ere euskara gaitasuna izaten duten neurrian; eta, bestetik, kontsumitzaileak zenbat eta helduagoak izan, establezimenduak orduan eta elebakarrago daude gaztelaniaren mesedetan.

Ildo beretik, paisaia linguistikoan hautu markatua (Kelly-Holmes, 2014) egiten duten horien artean, hots, hizkuntza gutxituaren alde kokatzen diren horien artean eta euskara ere presente duten horien artean, hizkuntzen hierarkian ezberdintasunak dituztela ikusi dugu. Hau da, merkatarik batzuek gaztelania lehenesten dute, beste batzuek euskara eta beste batzuek parekide jartzen dituzte.

5. Etorkizunerako planteatzen den norabidea

Alde batetik, datu bilketa zabalagoa egiteak Altsasuko merkataritzan hizkuntza-paisaiaren egoera nolakoa den zehaztasun handiagoz ikertzera eraman gaitzake. Beraz, corpusaren lagina zabaltzea interesgarria izan daiteke, aurretik aipatu bezala (ik. §1), 272tik 53 establezimendutako datuak baititugu. Ildo horretatik eta atera diren emaitzak kontuan hartuta, iruditzen zaigu garrantzitsua izango litzatekeela “Merkataritza euskaraz” kanpainarekin aurrera egitea, Altsasuko eta, oro har, Sakanako establezimenduak, gutxienez, elebidun daitezten. Bide horretatik jarraituz gero, etorkizunean, denbora-tarte jakina utzita, azterketa berregitea beharrezkoa izango litzatekeela uste dugu.

Bestalde, jasotako datuekin bakarrik, badaude azterteke utzi ditugun kontuak, garrantzitsuak baderitzegu ere, geure azterketaren tamainatik at geratu direlako. Esate baterako, sozializazio intentsiboko guneetan (tabernak, kafetegiak eta okindegiak), gazteen eta euskararen presentzia zein eratan dauden lotuta azterteke ekarpen egokia izango litzateke. Bestetik, euskara presente dagoen establezimenduetan zenbateraino dagoen presente sakontasunez aztertu beharko litzateke. Izan ere, zantzu batzuk eman diren arren, bestelako alor batzuk ikertzea interesgarria izan daitekeela iruditzen baitzaigu, hala nola, euskarri bakoitzean dagoen hizkuntza hierarkia, dendaren izena zein hizkuntzatan dagoen, euskaraz agertzen diren kartel horiek zeintzuk diren (guztiek ez baitaude garrantzi bera), eta abar.

Amaitzeko, merkatarien jarreraren inguruko azterketa etorkizunerako utziko dugu. Horri lotutako datu gehiago bildu eta zehaztasunez azterteke erronka egokia litzateke, esate baterako, merkatarik profila ezberdinak elkarriketatuta eta horietatik ondorioak atera litezke.

Hortaz, espero dezagun lan honek etorkizuneko ikerketetarako ateak ireki izana, eta, hurbilpen honetatik, lan zehatzago eta osoagoak aterako direla.

6. Erreferentziak

- Agirretxe, J. L. (2000), “Euskara Oarsoaldeko merkataritzara: bost urteko garapena, bilakaera eta gogoeta”, in *BAT soziolinguistika aldizkaria 35, 2000ko uztaila: Hizkuntza eskubideak eta lege eremua*.
- Aiestaran, J., Cenoz, J. eta Gorter, D (2010), “Multilingual cityscapes: perceptions and preferences of the inhabitants of Donostia-San Sebastián”, in E. Shohamy, E. Ben-Rafael eta M. Barni (arg.), *Linguistic landscape in the city*, Multilingual Matters: Bristol, 219-234.
- _____, (2013), “Perspectivas del País Vasco: el paisaje lingüístico en Donostia-San Sebastián”, in *Revista internacional de lingüística iberoamericana*, 21, 23-38.
- Astorkia, E. eta Zarrabeitia, B. (2009), “Gernika-Lumoko udaleko merkataritza plangintzaren ibilbidea”, in *BAT soziolinguistika aldizkaria 73, 2009 (4): Euskara lan munduan... lanean!*, 85-91.
- Bourdieu, P. (1982): *Ce que parler veut dire. L'économie des échanges linguistiques*, Librairie Arthème Fayard, Paris.
- _____, (1991): *Language and symbolic power*, Polity Press: Oxford.

- Calvi, M. V. (2018), “Paisajes lingüísticos hispánicos: panorama de estudios y nuevas perspectivas”, *LynX. Panorámica de Estudios Lingüísticos*, 17, 5-60. Universitat de València:València.
- Edwards, J. (2010): *Minority Languages and Group Identity: Cases and Categories*. Jhon Benjamins: Amsterdam.
- Gorter, D., Marten, H. F. eta Van Mensel, L (2012a): “Studying Minority Languages in the Linguistic Landscape”, in D. Gorter, H. F. Marten eta L. Van Mensel (arg.), *Minority Languages in the Linguistic Landscape*. Palgrave-MacMillan:Basingstroke, 1-15.
- Gorter, D., Aiestaran, J. eta Cenoz, J. (2012b): “The revitalization of Basque and the linguistic landscape of Donostia-San Sebastián”, in D. Gorter, H. F. Marten eta L. Van Mensel (arg.), *Minority Languages in the Linguistic Landscape*. Palgrave-MacMillan:Basingstroke, 148-163.
- Kelly-Holmes, H. (2014), “Linguistic Fetish: The Sociolinguistics of Visual Multilingualism”, *Visual Communication*, 135-151.
- Landry, R. eta Bourhis, R. Y. (1997), “Linguistic Landscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study”, *Journal of Language and Social Psychology*, 16, 1, 23-49.
- Moriarty, M. eta Järlehed, J. (2018), “Multilingual creativity play in the semiotic landscape: an introduction”, *International Journal of Multilingualism*, 16:, 1-6.
- Nafarroako Gobernu (2020): *Nafarroako datu soziolinguistikoak, 2018*. Nafarroako Gobernu, Euskarabidea – Euskararen Nafar Institutua: Iruñea.
- Nogueras, I. (2020), “Euskara merkaturatzen dago”, *Berría*, 2020-12-20.
- Shohamy, E. (2006): *Language Policy: Hidden Agendas and New Approaches*. Routledge: London.
- Zuazo, K. (2010): *Sakanako euskara. Burundako hizkera*. Nafarroako Gobernu, Hezkuntza Departamentua: Iruñea eta Euskaltzaindia: Bilbo.

7. Eskerrak eta oharrak

Amaitzeko, ezin eskertu gabe utzi azterketan zehar ondoan izandako zenbait pertsona eta erakunde garrantzitsu. Lehenik eta behin, datu bilketa hau Sakanako Mankomunitatean praktiketan nengoela egin zenez gero, Mankomunitateari berari esker onak ematea gustatuko litzaidake, batez ere nire tutore Maite Iparraguirreri eta haren lankide Izaskun Errazkini, hauek izan baitziren “Merkataritza euskaraz” kanpainan jardun nendin proposatu eta, ondoren, gidatu nindutenak. Era berean, eskerrik asko Altsasuko herritar eta merkatariei, haien establezimenduetako atek prestutasunez zabaltzeagatik, eta datu-bilketa errazteagatik. Azkenik, eskerrik beroenak Ibon Manterolari, nire praktikaldiko zein Gradu Amaierako Laneko tutore eta zuzendariari, hitzaren bi zentzuetan, ni zuzentzen asmatzeagatik.