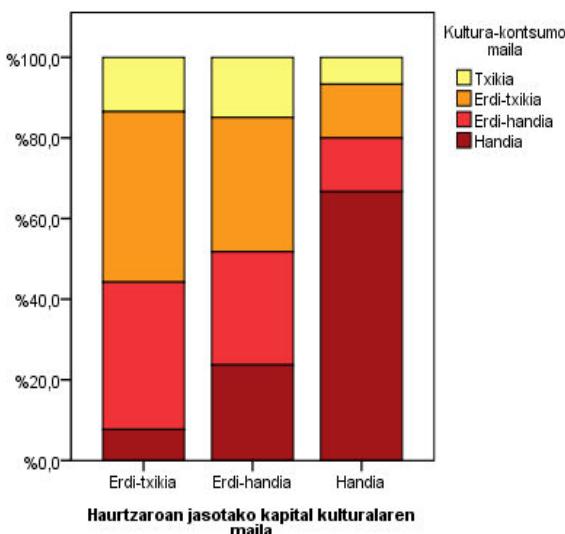


# KULTURA OHITUREI BURUZKO PANELEA - PANEL DE HÁBITOS CULTURALES

1. BULETINA – 2016KO OTSAILA  
KULTURAREN EUSKAL BEHATOKIA- OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA

## HIPOTESI BATZUEN EMAITZAK

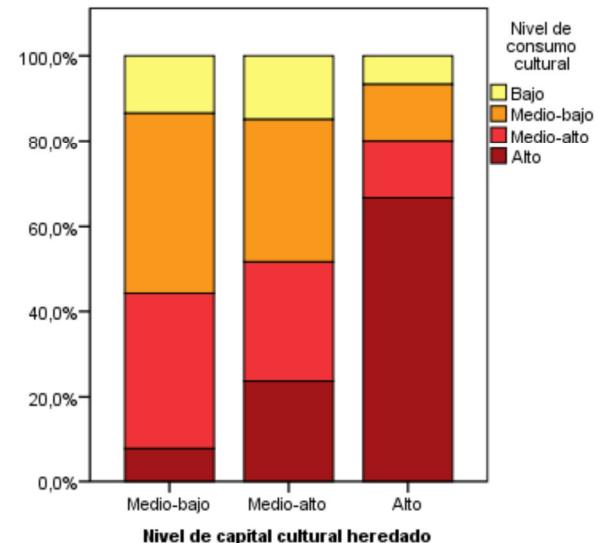
- ✓ LEHEN DATU HORIEI ESKER OHIKO HIPOTESI BATZUK KUANTIFIKATU ETA BERRETS DITZAKEGU:



\*Kapital Kultural Jarauntsiaren eskalak adierazten du zenbateraino **harremana** izan duen pertsonak **kulturarekin haurtzaroko sozializazio-garaian** (esate baterako: etxeak libururik edo musika-tresnarik ba ote zen, kultura ikuskizunetara joaten ote zen, zer praktika zituen...)

## RESULTADOS DE ALGUNAS HIPÓTESIS

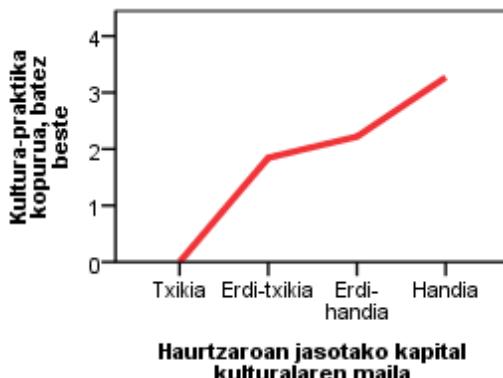
- CON ESTOS PRIMEROS DATOS SE PERMITE CUANTIFICAR Y RESPALDAR ALGUNAS HIPÓTESIS HABITUALES:



\*La escala de Capital Cultural Heredado mide la exposición a la **cultura durante la socialización primaria en la infancia** (por ejemplo: libros o instrumentos musicales en casa, asistencia a eventos culturales, prácticas, etc.)

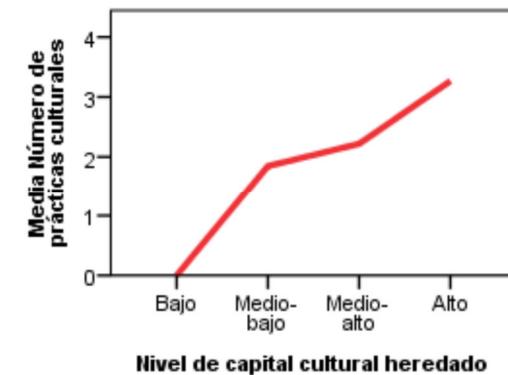
- ✓ Hala, zenbat eta kapital kultural jarauntsi handiagoa, orduan eta kultura-kontsumo handiagoa

"Hautespenaren ondorioz kapital kultural jarauntsi handiko lagunak izanagatik ere, datuek berretsi egiten dute zeinen garrantzi handia duen faktore horrek kultura-kontsumoa"



- ✓ Haurzaroan kultura-praktikekiko kontaktu handiena izan dutenek joera handiagoa dute amateur gisa kultura-praktikak egiteko

"Aunque por el efecto de selección se trata de individuos con un alto capital cultural heredado, los datos confirman su importancia en relación al consumo cultural"



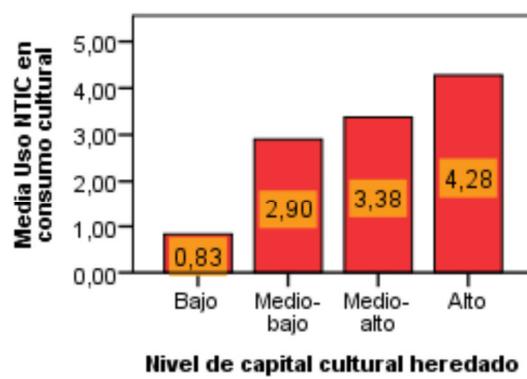
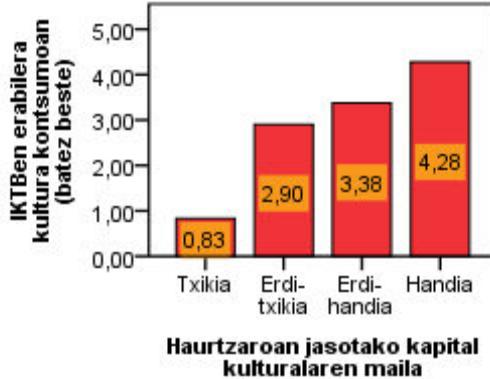
- ✓ Los individuos que más contacto han tenido en su infancia con distintas actividades culturales, muestran más propensión a desarrollar prácticas culturales como amateurs.

# KULTURA OHITUREI BURUZKO PANELE- PANEL DE HÁBITOS CULTURALES

1. BULETINA – 2016KO OTSAILA  
KULTURAREN EUSKAL BEHATOKIA- OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA

- HORREZ GAIN, HIPOTESI BERRI BATZUK AZTERTZEKO ETA PLANTEATZEKO AUKERA EMATEN DU LEHEN LAGIN-ALDIAK, HALA NOLA OHIKO KONTSUMITZAILEEN ARTEKO IKTBEN ERABILERARI BURUZKO HAU

- LA PRIMERA OLEADA, ADEMÁS, PERMITE EXPLORAR Y PLANTEAR ALGUNAS NUEVAS HIPÓTESIS, COMO ESTA EN TORNO AL USO DE LAS NTIC ENTRE LOS CONSUMIDORES HABITUALES



- Datuek iradokitzen dute kapital kultural jarauntsi handieneko lagunek gehiago erabiltzen dituztela IKTBak kultura kontsumitzeko

Laginaren %15,6k erabilia du inoiz internet arte eszenikoetako ikuskizunen bat ikusteko

- Los datos apuntan que los individuos con mayor capital cultural heredado usan más las NTIC para consumir cultura

Un 15,6% de la muestra ha utilizado internet para ver un espectáculo de artes escénicas

Zergatik erabili dute Internet?		(“Oso” edo “Nahiko garrantzitsua” zenbatek erantzun duten)
1	Urrun ematen zutelako	%74,2
2	Denbora-ezagatik	%65,6
3	Informazioan sakondu ahal izatearren	%50,0
4	Etxetik ez irtetearren	%46,9
5	Doan zelako	%45,5
6	Aspaldikoa zelako	%37,5
7	Garestia zelako	%34,4
8	Argitaratu gabea zelako	%34,4

“Honek aukera ematen du interpretazio hau egiteko: Internet gehiago erabiltzea, hainbat oztopori aurre eginez, kontsumitzen jarraitzeko estrategia da,

¿Por qué utilizaron internet?		(Respuesta en la opción “Bastante o muy importante”)
1	Lejanía geográfica	74,2%
2	Falta de tiempo	65,6%
3	Poder profundizar en información	50,0%
4	Para no salir de casa	46,9%
5	Por ser gratuito	45,5%
6	Era antiguo	37,5%
7	Era caro	34,4%
8	Era material inédito	34,4%

“Esto permite interpretar que usar más Internet es una estrategia para seguir consumiendo a pesar de algunas barreras”

- Beraz, internet erabiltzeko arrazoiek zerikusi handiagoa dute oztopo geografikoekin edo betarik ezarekin doan izatearekin baino.
- Hala, lagina hautatzean aldez aurretik kultura kontsumitzen dutenak hartu izanak eragina izan dezakeela onartuz, hauek dira ondorioak:
  - astirik ezak** ez dakar kontsumitzeari uztea, baizik eta bestela kontsumitza (IKTB).
  - arrazoi ekonomikoa** ez da nagusia.

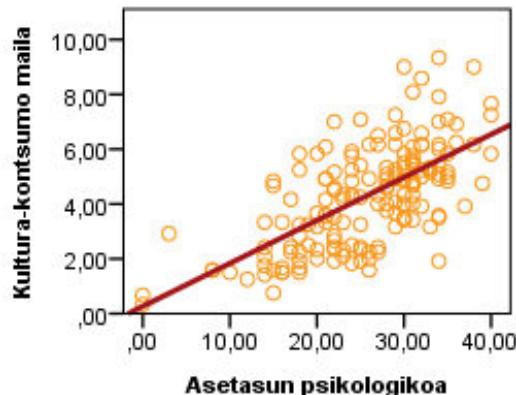
- Así, los motivos para usar internet, tienen más que ver con barreras geográficas o de tiempo que con su acceso gratuito.
- De esta forma, y reconociendo el efecto de selección de individuos con un mínimo de consumo cultural, se entiende que:
  - el **tiempo** no implica dejar de consumir, sino consumir de otra manera (NTIC).
  - el **argumento económico** no sea el principal.

# KULTURA OHITUREI BURUZKO PANELEA - PANEL DE HÁBITOS CULTURALES

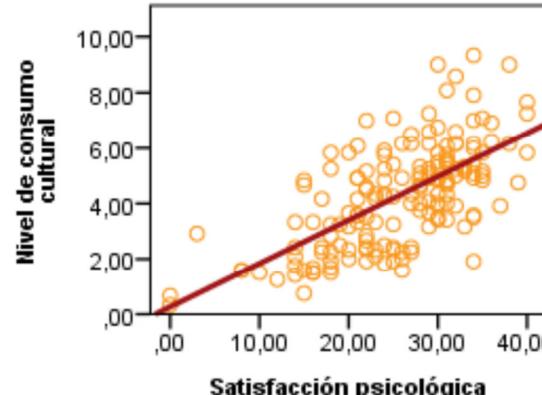
1. BULETINA – 2016KO OTSAILA  
KULTURAREN EUSKAL BEHATOKIA- OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA

- HALABER HIPOTESI BERRIAK IRADOKITZEKO AUKERA EMATEN DUTE

TAMBIÉN PERMITE EXPLORAR NUEVOS FACTORES EXPLICATIVOS DE LOS HÁBITOS CULTURALES



**“Faktore soziologikoen ondoren, bada funtsezko beste faktore bat ere: oro har eskuratzen den asetasun psikologikoa”**



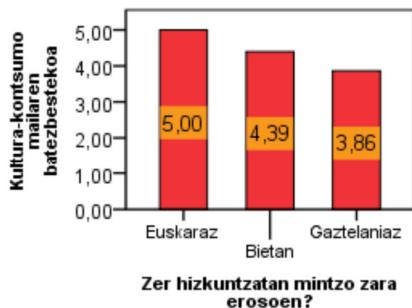
**“Hay un factor que se erige como crucial después de los sociológicos: la satisfacción psicológica que se obtiene en global”**

- ✓ Egiten dituzten jarduerekin zenbat eta pozago direnak, orduan eta gehiago kontsumitzen dute. Horrek esan nahi du badela kultura-kontsumoa eragindako asebetetze psikologikoak, kultura-kontsumoa bera sendotu egiten duen mekanismoren bat. Datozen jasoaldietan ikertu beharreko bide interesarria da hau.

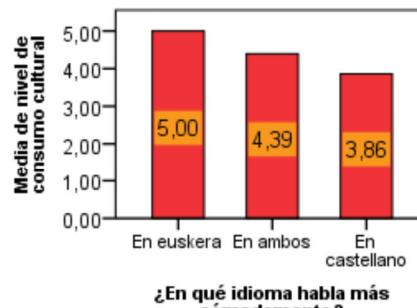
- PROFILEI BURUZ EGIN OHI DIREN HIPOTESIAK BERRETSI DITUZTE LEHEN LAGIN-ALDIKO DATUEK

- ✓ Los individuos más satisfechos con las actividades que realizan consumen más. Esto es indicativo de que existe un mecanismo de refuerzo a partir de la satisfacción de necesidades psicológicas relacionadas con el consumo cultural. Se trata de una interesante vía a explorar en siguientes oleadas.

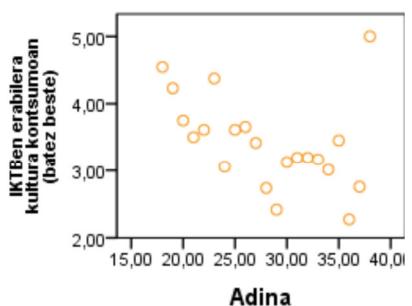
- LOS DATOS DE LA PRIMERA OLEADA CONFIRMAN INTUICIONES HABITUALES EN RELACIÓN A DISTINTOS PERFILES



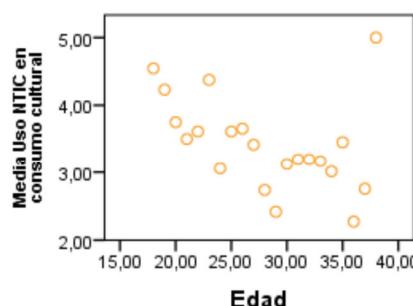
**“Euskaraz ongien moldatzen direnek gehiago kontsumitzen dute kultura, batez beste”**



**“Los que hablan más cómodamente el euskera, muestran una media superior de consumo cultural”**



**“Gazteenek gehiago erabiltzen dute Internet eta teknologia berriak kultura kontsumitzeko”**



**“Los más jóvenes usan más Internet y nuevas tecnologías para consumir cultura”**