



Kulturaren Euskal Behatokia
Observatorio Vasco de la Cultura

Kultura Behatokiaren Nazioarteko IV. Lan Jardunaldiak

Turin 2010

Gazteak, Kultura eta Teknologia Berriak

Aurkibidea

Sarrea	3
1. Metodologia.	4
2. Euskal gazteriaren egoeraren argazkia: zenbait datu.	6
3. Gazte-kolektiboen kultura-jardueren azterketa.	8
4. Teknologiaren eragina kulturaren kontsumoan.	14
5. Kulturari lotutako esanahiak, motibazioak eta balioak.	20
6. Kultura-jarduerak eta emozioak.	25
7. Ondorioak.	27
8. Erreferentziak.	32

SARREA

Gaur egungo kultura-politiken kezka nagusietako bat gazteek kultura nola kontsumitzen duten hobeto ezagutzeko premia da. Helburu hori lortzeko asmoz, gazteen kultura-kontsumoen eredu berriak argitzen laguntzeko ikerketak egitea erabaki zuen Euskal Kulturaren Behatokia (KEB-OVC) parte den kultura-behatokien sareak.

KEB-OVCren kasuan, kultura-ohiturei eta -jardueri buruz 2007-2008an egindako inkesta baten emaitzak genituen. Biztanle gazteenen emaitzei buruzko datuak atera, tratatu eta aztertu ondoren, egokitzat jo zen informazio hori osatzeko ikerketa kualitatibo bat egitea. Horretarako focus-group metodoa erabili zen, gazte-kolektiboek euren kultura-jardueri aitortzen zieten zentzuari eta esanahiari buruzko orientabideak eskuratzeko asmoz.

Ondorenean, ikerketa horren emaitza nagusiak eskainiko ditugu, zazpi ataletan sailkatuta.

Metodologia, ikerlan honetan jarraitutako helburua eta metodologia aurkezten du.

Euskal gazteriaren egoeraren argazkia: zenbait datu, euskal gazteriaren errealitatea tes-tuinguruan kokatzeko oinarritzko informazioa eskaintzen du.

Gazte-kolektiboen kultura-jardueren azterketa, gazteen kultura-jardueri buruzko infor-mazio estatistikoan oinarrituz, ibilbide deskriptiboa erakusten du.

Teknologiaren eragina kultura-kontsumoan, teknologia berrien eraginez kultura-kontsu-moan sortzen diren elementu azpimarragarrienak nabarmentzen ditu.

Kulturari lotutako esanahi, motibazio eta balioak, ikerketa kualitatiboan jasotako elemen-tu subjektibo adierazgarrienak jasotzen ditu.

Kultura-jarduerak eta emozioak, gazte-kolektiboek kulturari lotuta adierazi dituzten ele-mentu emozionalak aztertzen ditu.

Ondorioak, ikerketan nabarmendu diren hausnarketa kontzeptual eta metodologiko nagu-siak laburbiltzen ditu.

Azkenik, ikerlanean erabili diren erreferentzia bibliografikoak jasotzen dituen atala erantsi da.

1. METODOLOGIA

Gazteria helburu duen ikerlan batek planteatu behar duen lehenengo kontua zera da, ea nola zedarrizten den aipagai dugun kolektiboa. Alde batetik, adin-tarte bateko kide izatea litzateke elementu nagusia, baina tarte hori kulturaren eta unearen arabera aldatu egin daiteke. Gainera, balio eta jokabide propioen sistema bat ere erantsi behar diogu horri.

Adin tarteari dagokionez, ia inork ez du zalantzan jarriko 15 eta 30 urte bitarteko pertsonak gaztetzat hartzea. Ikerlan honetan, 15 eta 25 urte bitarteko gazteen kultura-jarduera, -balio eta -jokabideak aztertzea planteatu genuen hasiera batean. Azkenean, adin-tartea 35 urteraino luzatzea erabaki dugu, batik bat, gazteei eta kontsumo berriei buruz Behatokiak Martinez de Lunari agindutako artikulua batean egile horrek dioenez, “adin-tarte zabala hartu eta tarte hori bi zatitan bereizteak abantaila analitikoak dakarzkigu, lehen adin-tartea (15-24 urte) lehen gaztarotzat jotzen badugu, eta bigarren adin-tartea (25-34 urte), berriz, iragaitzazko gaztarotzat. Amarru hori erabiliz, azken adin-tarte horri dagozkion datuak irakurtzea, ulertzea eta interpretatzea erraztu dezakegu, sarri askotan hurrengo adin-tarteen (15-24) eta aurrekoen (35 eta gehiago) artean mugitzen baita”. Beste aldetik, Gazteen Euskal Behatokiak argitaratutako Kultura berria, nortasuna eta politika txostenak ohartarazten duenez, kontuan izan behar dugu gaztarotik heldutasunerako pasaia luzatu eta desinstituzionalizatu egin dela, batetik eskola-ibilbideak eta lan-ibilbideak aniztu egin direlako eta, bestetik, jatorrizko familiarekiko emantzipazioa “gaztaroa luzatzea baino, haren desinstituzionalizazioaren ondorioz pasaia luzatzea delako. Izenik ez duen bizi-zikloaren zati bat da; ez dago erritotan gauzatuta eta, hedatua badago ere, zentzu sakonean, anomikoa da”. Ondorioz, posible izan liteke ikerlan honetan jasotzen den adin-tarte helduena “izenik gabea” izatea, edo, behintzat, zentzu hertsian ez litzateke gaztarotzat hartu behar. Baina, aldiz, ikuspuntu analitikotik, kultura praktikatzeko, ulertzeko eta gozatzeko moduetan antzekotasunak eta desberdintasunak aztertzeko kontrapuntutzat balio digu.

Balio eta jokabideei dagokienez, azterlanaren helburua ez da soilik inkestetako datu hutsak aztertzea; aitzitik, hainbat kultura-jarduerak eragiten dizkieten inpresioak, bizipenak eta emozioak ere ezagutu nahi ditu. Halatan, kolektibo horrek kulturaren kontsumoari eta gozamenari lotzen dizkion ethosean eta pathosean sakonduko dugu.

Ikerlan honen hasierako hipotesia honako hau da: kontsumo-erak aldatu egin diren arren, kontsumo-maila zehazten duten aldagaiak ohituraz azaltzen diren berberak izaten jarraitzen

dute. Hartara, kultura-kontsumoari, kultura-jarduerari eta teknologia berrien erabilerari lotuta, gazteen diskurtsoa, zentzua eta jarrerak ezagutu nahi ditu ikerlan kualitatibo honek, ikasketamailaren, adinaren eta sexuaren arabera.

Ikerlana egiteko focus group metodologia erabili da, aztertu nahi den gaiaren planteamendu ireki eta miatzailea egiteko aukera eskaintzen baitu. Aipaturiko aldagaien arabera desberdintasunak bilatzea da helburu nagusia, eta horretarako, honako ezaugarri hauek dituzten bost talde antolatu dira:

- **Focus group 1:** 15-17 urte bitarteko 12 gazte, gaur egun DBH eta Batxilergoa ikasten dutenak. Gasteizko Institutu batean egin da, ikastetxeko zuzendaritzarekin batera antolatuta.
- **Focus group 2:** 20-25 urte bitarteko 8 mutil, goi ikasketarik gabe eta gaur egun lanean, langabezian eta Lanbide Heziketako zikloak ikasten.
- **Focus group 3:** : 20-25 urte bitarteko 11 gazte, goi mailako ikasketak eginda, edo egiten. Bilbon egin da, inkestari erantzun zioten pertsonen artean.
- **Focus group 4:** 20-25 urte bitarteko 10 neska, unibertsitate edo graduondoko ikasketak egiten, edota lanean.
- **Focus group 5:** : 25-35 urte bitarteko 6 gazte, lanean edo langabezian, hainbat bizi-egoeratan (seme-alabekin, gurasoen etxean bizi izaten, haiengandik independizatuta, bikote egonkorrekin edo gabe, ...)

Txostena egiteko bi ibilbide osagarri konbinatu dira, lineala izan nahi ez duen joan-etorriko bidea. Alde batetik, datuetan oinarritu gara, taldeetan jasotako iruzkinekin osatzeko. Helburua zera da, euskal gazteen kultura-errealitateari buruz ditugun datu berriak focus groupetan parte hartu dutenen azterketekin eta balorazioekin aberastea. Kasu honetan, zer egiten duten ez ezik, egiten dutena nola azaltzen duten ere ezagutzea interesatzen zaigu. Bide horri jarraitu diogu KEBen *Kultura-ohiturei, -praktikei eta -kontsumoari buruzko estatistikan* eta Eustaten *Denbora-aurrekontuen Inkestan*.

Beste kasu batzuetan jarraitutako bidea bestelakoa izan da: taldeetan jasotako balorazio eta iruzkinetatik abiatu eta zeharkako iturrietatik ateratako datuekin osatu dira. Egindako ekarpenak kasu pertsonalez harago justifikatzea litzateke kontua, kontsultatu ditugun iturriek eskaintzen diguten

informazioa ikusirik, haien iritzien adierazgarritasuna bilatzea. Ibilbide hori egiteko, sare sozialei, bideo-jokoei, buruzko informazioa erabili dugu.

Ikerketa egokia eta gaurkotasunekoa ote den hausnartu behar dugu lehenengo eta behin. Interneten erabilera, balioak transmititzerakoan duen eragina, nerabeen aisia digitala, ... ikerketa kuantitatibo eta kualitatibo ugari eragiten dituzten gaiak dira. Halere, elementu horiek guztiak kultura-jardueren alorrean duten eragina azpimarratu nahi du ikerlan honek, orain arte esparru hori gutxiago aztertu delakoan.

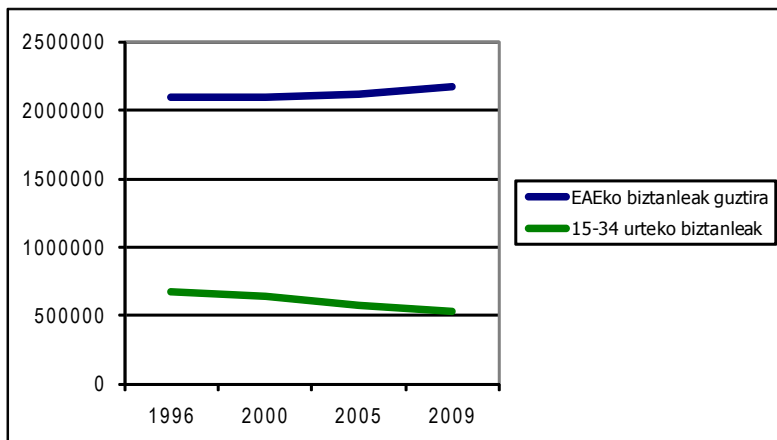
2. EUSKAL GAZTERIAREN EGOERAREN ARGAZKIA: ZENBAIT DATU

Euskal gazte-kolektiboaren kultura-kontsumo eta -jardueren era berriak ezagutzeko, argazki hori jantziko duten datu soziodemografiko batzuk aurkeztea komeni da. Hori egiteko gure oinarritzko erreferentzia, Gazteriaren Euskal Behatokiak 2009ko abenduan egin zuen Euskadiko gazteen egoeraren diagnostikotik ateratako informazioa izan da.

Gazteen indizea atzeraka

EAEan, biztanleen % 24k 15 eta 34 urte bitartean dauzka. Azken urteetan, biztanleriak oro har gora egin duen arren, gazteen indizeak¹ behera egin du eta 1996an % 24 bazen, 2009an % 16ra jaitsi zen. Italiako antzeko indizea daukagu (% 16,2), baina gainerako Estatuan (% 18,9) eta Frantzian (% 19) baino txikiagoa.

1. irudia. EAEko biztanleen bilakaera 1996-2009.

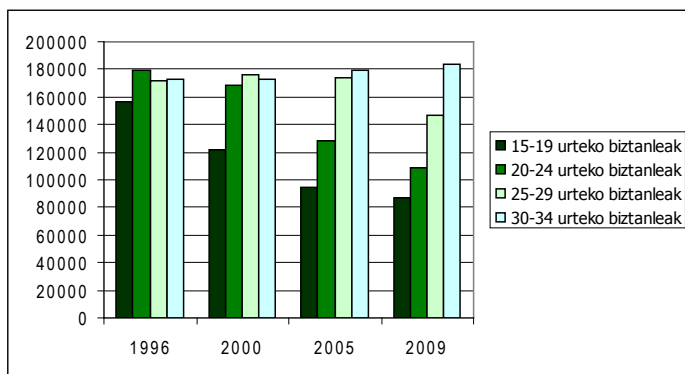


Iturria: geuk eginda, Biztanleen Udal Erroldako datuekin (EIN).

¹ Pertsona gazteen (15-30 urte) proportzioa, biztanle guztiekiko.

Azken urteetan kolektibo honen zahartze-prozesua ematen ari da, adin-tarte gazteenak (15-19 eta 20-24) etengabe murrizten ari dira eta.

2. irudia. 15-34 urteko biztanleen banaketaren bilakaera, adin-tarteen arabera.



Iturria: geuk eginda, Biztanleen Udal Erroldako datuekin (EIN).

Geroz eta kolektibo askotarikoagoa nazionalitatea dela eta

Gazteen taldearen osaera nabarmen aldatu da, kolektiboaren osotasunean atzerriko jatorria duten pertsonen pisua hazi egin da eta (% 0,6 1996an, % 11,2 2008an).

Prestakuntza-maila, euskararen ezagutza eta erabilera

EAEko hamar gaztetatik zortzik (% 80,8) derrigorrezko bigarren hezkuntzaren ondoko maila amaitu du gutxienez. Euskararen ezagutzari eta erabilerari dagokionez, gazte elebidunen hazkundea etengabea izan da: duela hamar urte lau gaztetik bat elebiduna bazen, 2006an erdiak baino gehiago ziren elebidunak (% 57,5).

Lan-jarduna eta erosteko ahalmena

2009an euskal gazteen lan-jardunaren tasa (%56,2) biztanle guztien tasaren ia berdina zen (% 55,3). Alabaina, biztanle gazteen lan-indarrean atzerakada eman da, tasa hori 6,8 puntutan murriztu da eta.

Horren harira, lan-merkatuaren hondatze bizkorra eta langabeziaren hazkundera azpimarratu behar dira, azken hori 2008ko % 7,3tik 2009ko bigarren hiruhileko % 16,1era iragan baita. Gaur egun, gazteen artean, langabezia-tasa biztanle guztien tasaren (% 7,8) bikoitza da.

Egoera ekonomikoari eta erosteko ahalmenari dagokionez, gazte-kolektiboaren % 43,7 batik bat jatorrizko familiaren sarrerei esker bizi da. % 21,6k baino ez du esaten bere diru-sarreretatik bizi dela eta, horien artean, erdiak baino gehiagok (% 58,1) jatorrizko familiarekin bizi izaten jarraitzen du, eta ondorioz ezin da esan ekonomikoki independenteak direnik.

Diru-eskuragarritasunari dagokionez, euskal gazteen ia erdiak hileroko 300 euro baino gutxiago ditu, eta % 19k baino gutxiago 900 euro baino gehiago.

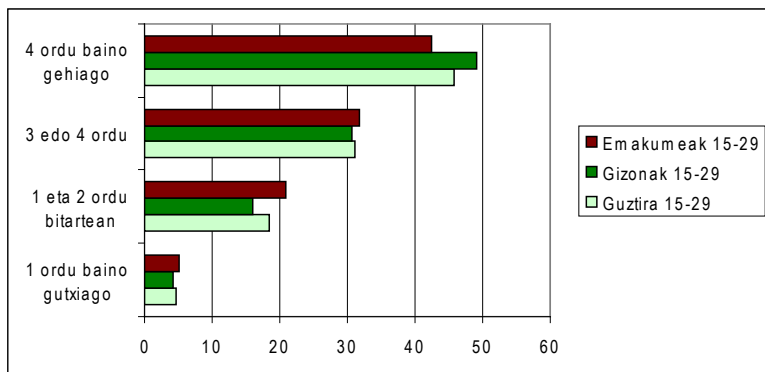
3. GAZTE-KOLEKTIBOEN KULTURA-JARDUEREN AZTERKETA

Gazteek aisia nola erabiltzen duten eta zer kultura-jarduerak dituzten aztertu nahi da atal honetan. Ibilbide deskriptibo gisa planteatu da, horri buruz dagoen informazio estatistikoa jaso, eta bertan oinarritu dira eztabaida-taldeetan aztertu diren kultura-jokabideak.

Aisialdirako eskuragarritasuna eta haren erabilera

Eustaten Denbora-aurrekontuen Inkestaren arabera (2008), 15 eta 29 urte bitarteko gazteen % 76,5k hiru orduko aisialdia, edo gehiago, dauka astean zehar. Astegunetan aisialdirako denbora hori daukaten gizonen portzentajea handiagoa da emakumeena baino (% 79,8 eta % 74,2, hurrenez hurren).

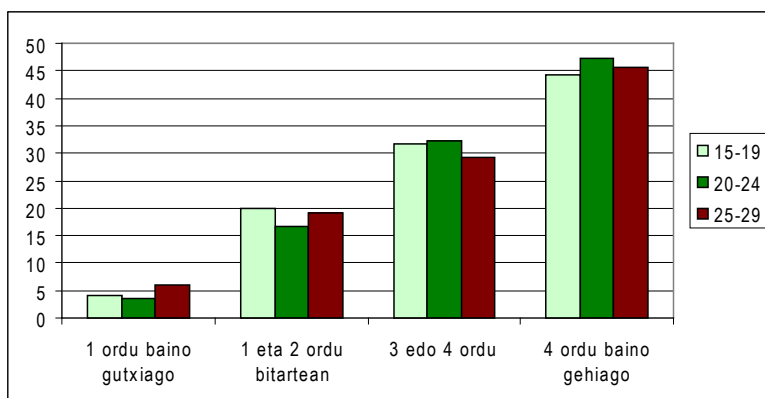
3. irudia. Aisialdirako denbora lanegunetan 15-29 urte bitartekoen artean, sexuaren arabera. 2008



Iturria: geuk eginda, Denbora-aurrekontuen Inkestatik ateratako datuekin (EUSTAT).

25 eta 29 urte bitarteko pertsonak daukate aisialdi gutxien astean zehar, eta 20-24 urte bitartekoek dute aisialdi gehien.

4. irudia. Aisialdirako denbora lanegunetan 15-29 urte bitartekoen artean, adin-tarteen arabera. 2008.



Iturria: geuk eginda, Denbora-aurrekontuen Inkestatik ateratako datuekin (EUSTAT).

Gazteriaren Euskal Behatokiaren datuen arabera, astean zehar duten aisiako jardura nagusiak telebista ikustea (%49), lagunekin edo bikotekidearekin egotea (% 45) eta musika entzutea (% 42) dira. Kirola egitea (% 26) eta etxean ordenagailuarekin ibiltzea (% 24) ere askotan agertzen dira. Asteburuan denbora emateko lehentasunak aldatu egiten dira, sozializazio-jardueren kasuan izan ezik. Lagunekin eta bikotekideekin egotea (% 59) da gazteek asteburuetan gehien egiten duten jardura, eta gero datoz taberna eta kafetegietara joatea (% 33), dantzalekuetara joatea (% 23), kirola egitea (% 22) eta atsedena hartzea (% 19).

Eztabaida-taldeetan agertu diren iritziek neurri batean berretsi dute baieztapen hori. Talde horietan agertuenez, aisialdia batik bat sozializazio-jardueretan ematen dute: lagunekin irteten, poteoan, kafea hartzen. Kulturari hertsiki lotuago daudela jotzen den jardueretan ere (zinemara joatea, kontzertuetara, ...), alderdi sozializatzaileak nagusitzen dira. "Lagunekin zinemara joan eta gero erabakiko dugu dauden filmen artean zein aukeratuko dugun".

Inkestako datuekiko kontraesana, telebista-kontsumoan eta ordenagailuaren erabileran agertzen da. Taldeetan jasotako informazioak bigarren mailako funtzioa eskaintzen dio TBarri, ordenagailuaren eta Interneten erabileraren atzetik (sare sozialetara konektatzeko, musika beheka kargatzeko, bideoak eta serieak streaming-ean ikusteko, ...), musikaren atzetik, edota bideojokoen atzetik, mutilen kasuan.

OCENDI aisialdiaren eta entretenimendu digitalaren Behatokiaren azken aldiko ikerlanek adierazten dutenez, gazteek baztertzen dute gehien telebista kontsumitzeko ohiko jarduera. Telebista ikusteko ohitura gehien baztertzen dutenak 14 eta 25 urte bitarteko gazteak dira. Aurreko hamarkadetan ikusle nagusiak izatetik (1995ean % 20 ere izan ziren, esate baterako), gutxien ikusten dutenak izatera igaro dira, umeez baino gutxiago ere bai (% 6, Nielsenen eta TNSren azken ikerlanen, eta 2009ko EGMren arabera). Telebistari kendutako denbora Interneten ematen dutela dirudi.

Ondorioz, eztabaida-taldeetan jasotakotik, TB agortuzat emateko zer nolako indarra jartzen duten nabarmendu behar dugu. Bi arrazoi aipatzen dituzte horretarako: programazioa, eta Interneteko edukietan duen konpetentzia. “Internet kultura eskura edukitzea da, eta TB erabateko deskulturizazioa”, “dena nahierara aukeratzen ikasi dugu, eta dagoeneko ez gara konformatzen eskaintzen digutenarekin”. Haien ustez TB proiektzio-pantaila handiagoa da, ia-ia hornidurarako eta lagun egiteko elementua: “lagun egiteko azpiko soinu gisa ipintzen duzu, etxe guztietako ohiko elementua da”, “atzean dagoen zerbait da, ez diot jaramonik ere egiten”.

Ez da alde nabarmenik atzeman taldeen artean, iragaitzazko gazteek eurek ere ildo bera adierazi dute. Nabardurak beste nonbait atzematen dira: Internet eta ordenagailua nola erabiltzen dituzten, hain zuzen. Azken batean, badirudi belaunaldi horien artean joera telebista baztertzea eta ordenagailua nagusitzea dela.

Haien kultura-jardueren deskribapen orokorra

Kulturaren Euskal Behatokiaren *Kultura-ohiturei, -praktikei eta -kontsumoari buruzko estatistika, 2007-2008n* jasotako datuen arabera, bi adin-tarte horietan nabarmentzen diren jarduerak, musika entzutea, zinemara joatea eta kontzertuetara joatea dira. Biztanleen multzoarekiko beste gauza batean ere nabarmentzen dira gazteenak: liburutegiak/mediatekak erabiltzerakoan, eta bertso-saioetara joaterakoan.

5. irudia. Pertsonak, azken urteko kultura-jardueretarako ohituraren arabera (%).

	Guztira	15-24 urte	25-34 urte	35-44 urte	45-54 urte	55-64 urte	64 urtetik gora
Musika entzun	79,4	96,8	91,3	83,3	80,7	72,4	59,2
Aisialdiari lotutako liburuak irakurri	69,5	68,2	75,9	80,9	78,7	64,6	50,7
Zinemara joan	54,8	88,3	73,7	64,9	55,0	39,1	20,6
Kontzertuetara joan	38,2	69,1	50,2	37,0	33,2	29,1	21,1
Museoetara joan	37,5	35,9	39,5	41,6	45,6	38,8	26,3
Liburutegietara/mediateketara joan	31,4	57,9	38,0	40,0	30,1	19,1	11,9
Galeria eta erakusketetara joan	22,4	22,2	23,9	26,3	24,7	24,7	14,9
Antzerkira joan	21,9	19,3	25,1	23,5	26,2	22,2	15,6
Bertso-saioetara joan	7,6	11,1	4,8	7,9	7,9	7,4	7,4
Dantza-ikuskizunetara joan	9,5	11,6	9,2	10,4	10,5	10,7	6,2
Opera-ikuskizunetara joan	6,9	3,1	5,0	6,3	7,8	9,0	8,8

Iturria: Kultura-ohiturei, -praktikei eta -kontsumoari buruzko estatistika, 2007-2008, Kulturaren Euskal Behatokia.

Musikarekiko zaletasuna oso hedatuta dagoen kultura-jarduera bada ere, belaunaldi gazteen eta zaharren arteko elementu bereizgarri nabarmena da. Eztabaida-taldeetan baieztatu ahal izan dugunez, musika entzuteak (zuzenean ere bai) eta ikus-entzunezko edukiek (sarearen bidez eta, maila txikiago batean, zinema-aretoetan) hartzen dute haien kultura-kontsumoaren zati handiena.

Taldeetan, galdera ireki bidez, kultura-jarduera ohikoenak zein diren galdetuz jaso ditugun erantzunak eta inkestako datuak alderatzen baditugu, deigarria da ez dutela ia musika aipatzen. Gerta daiteke erantzunik ezaren atzean zera egotea: musika-jarduera hain barneratuta dutela ezen ez baitute kultura-jardueratzat ere hartzen. Musika entzutea haien bizitzaren konstantea da, ia arnasa hartzearen parekoa. Etengabe egoten da haiekin, edonon. Ia guztiek esaten dute musika “egunero” entzuten dutela: “musika beti dago jarrita, nonahi egonik ere”, joan-etorrietan “ez naiz kaleratzen kaskorik gabe”, autoan, sarean nabigatzen duten bitartean, etab.

Taldeetan atzemandako beste elementu interesgarri bat filmak eta serieak online kontsumitzea da, eta horren ondorioz zinema-aretoen ikuslegoa murrizten da, nahiz eta gazte gehienek zinema-aretoetara joatea esperientzia atsegintzat hartzen duten. Ohitura hedatua izaten jarraitzen duen arren, geroz eta gutxiagotan joaten dira. Prezioa, erosotasuna eta kalitate-eza dira zinema-aretoetara ez joateko arrazoiak, parte-hartzaileen esanetan. Informazio baliotsua da jakitea gazteek zinema ordaintzeko orduan positiboki baloratzen dutela filmak 3Dan ikusi ahal izatea, beharbada une honetako nobedadea delako.

Informazio hori neurri batean bat dator inkestako datuekin, bertan agertzen baita zinemara gehiagotan joan nahi luketen artean prezioa oztoppo dela. Halere, eskaintzaren gabeziari buruz

desadostasuna dago, alderdi hori asko nabarmendu baita taldeetako partaideen artean, eta inkestan, aldiz, gutxi aipatu delako. Geroago aipatuko dugun faktore bat egon liteke horren atzean: gaur egun sarean aurkitzen duten eskaintza demasa. Taldeetako partaideentzat erreferentzia bada ere, garai hartan inkestari erantzun ziotenen artean ez zegoen horren presente.

6. irudia. Zinemara gehiagotan ez joateko eragiten duten faktoreak (erantzun anitza) (%)

	Guztira	15-24 urte	25-34 urte	35-44 urte	45-54 urte	55-64 urte	64 urtetik gora
Denborarik eza	49,4	34,3	48,4	70,0	58,7	42,2	18,6
Kostu ekonomikoa	41,8	69,6	57,2	32,9	30,2	26,9	25,2
Eskaintza ez dut gustuko	8,3	7,1	7,8	7,5	6,6	12,2	11,3
Eskaintza ez da nahikoa	5,4	4,7	3,4	2,9	7,5	9,6	8,9
Nahiago dut TB/Bideo/Irrati bidez ikustea/entzutea	4,7	1,7	2,0	3,4	5,6	9,7	10,8
Ordutegiak ez dira egokiak	4,2	3,5	1,9	4,2	6,4	7,4	3,3
Ez dut interesik	3,3	0,9	1,3	2,1	4,3	4,1	11,1
Informazioerik eza	0,4	0,0	0,4	0,3	0,3	1,6	0,5
Besterik	9,2	4,4	5,3	5,3	9,8	16,5	24,7

Iturria: *Kultura-ohiturei, -praktikei eta -kontsumoari buruzko estatistika, 2007-2008*, Kulturaren Euskal Behatokia.

Eztabaida-taldeetan alde nabarmenak atzeman ditugu irakurtzeari dagokionez. Esanguratsua da literaturako narrazioa ez dena ez dutela irakurketatzat, eta halatan, beste belaunaldi batzuetako pertsonak irakurtzeaz zuten pertzepzioa birproduzitu egiten dute. Beste aldetik, muturreko profilak atzematen dira: ez dute ezer irakurtzen ala asko irakurtzen dute. Nolanahi ere, pertsona bakoitzaren bereizgarritasunak gelditu dira agerian, eta aztertutako aldagaiei erreparatuz ezinezkoa zaigu ondorioak ateratzea. Euren burua liburu-irakurletzat dutenek adierazi dutenez, liburuak aukeratzeko orduan lagunen gomendioei jarraitzen diete, liburuen sinopsietan oinarritzen dira, edota prentsan irakurri eta irratsaio espezializatueta entzundako kritikak hartzen dituzte kontuan. Batik bat gaztelaniaz irakurtzen dute, interesatzen zaizkien liburuak euskarazko eskaintza murrizta delako. Dena dela, azpimarratu behar da biztanle elebidun gazteenek (15-25) irakurtzen dutela gehien euskaraz (% 45,1, biztanle guztien batez bestekoa % 36,8 den bitartean).

Esanguratsua da gazteek bertso-saioetarako duten zaletasuna. Martinez de Lunaren argudioei jarraituz, gazteen artean bertso-saioek duten arrakastaren atzean bertsolari-eskolak ez ezik, beste diziplina batzuekin bilduz sortzen diren bertsolaritza-era berriak ere badaude, gazteen artean elebidunak geroz eta gehiago direla ahaztu gabe.

Generoari dagokionez, biztanle guztien artean ematen dena errepikatzen da neska-mutil gazteen artean ere: neskek mutilek baino irakurzaletasun handiagoa dute, eta gehiagotan joaten dira liburutegietara/mediaketetara eta arte eszenikoen ikuskizunetara. Mutilak, aldiz, gehiagotan joaten dira musika-kontzertuetara.

Hain zuzen, eztabaida-taldeetan ikusi da neskek gehiagotan hitz egiten dutela antzerkira joateko esperientziez, edo irakurle gisako gustuez. Alabaina, ezin da esan halako jardueretan alde nabarmenik dagoenik. Alde horiek badaude, ordea, bideojokoei edo sare sozialei buruz hitz egiterakoan, adibidez.

Ondorioz, aztertutako aldagai batek ere ez dakar, bere horretan, alde nabarmenik. Aitzitik, aldagai batzuen nahasketaren ondorioz sortzen dira alde handiak (ikasketa-maila, adina, sexua, bizi-egoera).

Jarduera aktiboetan parte hartzea

7. irudia. . Pertsonak, azken urtean parte hartu duten kultura-jardueren arabera (erantzun anitza) (%).

	Guztira	15-24 urte	25-34 urte	35-44 urte	45-54 urte	55-64 urte	64 urtetik gora
Argazkigintza	30,1	26,4	35,5	44,7	32,5	24,8	9,9
Margogintza	19,1	25,4	21,9	16,0	20,1	17,9	13,9
Musika-tresna jotzea	17,2	34,3	21,6	17,0	10,5	12,1	7,0
Idazketa	16,8	21,3	15,8	13,0	17,4	18,4	17,2
Beste arte plastiko batzuk	13,0	6,5	10,7	12,1	14,1	16,1	19,1
Dantza	12,2	21,1	10,6	10,8	12,5	8,8	10,1
Abesbatza	9,6	7,6	3,2	6,5	7,9	14,8	21,1
Bideogintza	9,3	9,1	10,6	15,9	7,1	6,9	3,4
Ikus-entzunezkoak	5,3	5,7	6,0	5,6	4,2	2,6	6,9
Antzerkia	3,2	4,8	3,2	2,6	4,1	1,7	2,6
Bertsolaritza	2,5	3,4	1,4	1,4	1,8	1,8	5,7
Besterik	10,6	5,7	6,4	8,3	9,7	11,2	23,3

(*) Oinarria: Azken urtean beste kultura-jarduera batzuetan parte hartu duten pertsonak, biztanleen % 34,7
Iturria: *Kultura-ohiturei, -praktikei eta -kontsumoari buruzko estatistika, 2007-2008*, Kulturaren Euskal Behatokia.

Gazte-kolektiboak du parte-hartze aktiboena kultura-jardueretan (% 42,2, biztanle guztien artean % 34,7 den artean). Musika-tresna jotzea, argazkiak edo pintura egitea, idaztea eta dantzan egitea dira jarduerak gustukoena. Iragaitzazko gazteen artean (25 urtetik 35era) musika-jardunaren ordez argazkigintza da zaletasun nagusia.

Kasu honetan, eztabaida-taldeen arteko aldeak sumatu dira. Kultura-jardueretan zein parte-hartze maila egongo den zehazten duten faktoreen artean, ikasketa-maila eta gizarte-geruza aipa daitezke, eta baita sexua ere. Generoari dagokionez, nesken kolektiboak abesteko, musika-tresnaren bat jotzeko, margotzeko, irakurtzeko edo dantzan egiteko zaletasun handiagoa erakutsi du. Mutilek kirol asko egiten dute; denek aipatzen dute hori. Kultura-jardueren artean, musika-tresna jotzea edo musika pintxatzea dira aipatzen dituzten aukerak. Berriz ere musikari lotutako jarduerak, beraz. Adinak direla eta, askotan aipatzen da zaletasun horiek txikitan sortzen direla baina gero eginbeharrak eta denbora-eza direla eta, baztertu egiten direla. Horrek azal lezake jarduera horiek apurka-apurka utziz joatea.

4. TEKNOLOGIAREN ERAGINA KULTURAREN KONTSUMOAN

Pantailari lotutako belaunaldia

Historian zehar gaztetasuna eta teknologien erabilera beti lotuta agertu dira; hori ez da inolako berrikuntza. Eustatek etxean dauden ekipamenduei eta Interneti buruz 2009an kaleratu zituen emaitzek halaxe adierazten dute (15-25 urte bitarteko gazteen % 91,7k, eta gazte helduen % 80k, erabiltzen dute Internet). Ez zaigu interesatzen belaunaldi honek aurrekoekiko duen intentsitatea berrestea, eta bai aldiz teknologia nola erabiltzen duten ezagutzea, bereziki kultura-kontsumoari dagokionez, kolektibo hori aparteko joera-laborategia da eta.

Felix de Azuak berrikitan elkarrizketa batean esan zuenez, “zeinu batek duen alde garrantzitsuena zera da, zure bizitza eraikitzen duela, baina zu horretaz gehiegi ohartu gabe. Gaur egungo gazteena, pantaila da. Haiek jakinda edo jakin gabe, hor errealitate bat dago eraikita. Pantailan agertzen denean, orduantxe bihurtze zaie esanguratsu errealitatea”.

8. irudia. Internet erabiltzen duten 15 urtetik gorako biztanleen bilakaera, sexuaren, adinaren, ikasketa-mailaren eta jardueraren arabera. (biztanleriaren %).

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Sexuaren arabera						
Gizona	35,3	41,6	44,6	50,6	55,0	56,0
Emakumea	38,1	34,2	38,2	44,4	46,2	47,7
Adinaren arabera						
15-24 urte	76,2	77,9	82,0	91,4	88,2	91,7
25-34 urte	56,0	60,9	68,1	75,9	79,2	80,0
35-44 urte	43,5	47,2	52,1	62,6	70,1	71,5
45-54 urte	31,7	36,4	41,3	47,4	51,3	19,1
55 urte eta gehiago	6,0	7,7	8,9	8,8	9,4	10,9
Ikasketa-mailaren arabera						
Lehen mailako ikasketak	3,4	4,1	4,0	5,6	6,3	7,0
Bigarren mailako ikasketak	40,2	44,7	50,1	56,7	60,7	63,7
Goi mailako ikasketak	77,6	77,2	80,2	85,7	88,7	86,7
Jardueraren arabera						
Ikasleak	88,7	88,2	91,4	95,5	95,4	97,0
Langileak	46,2	49,8	55,4	64,0	68,7	70,5
Langabetuak eta jarduerarik gabeak	5,6	12,0	12,5	15,3	17,7	20,4
BIZTANLERIA OSOA	34,9	37,8	41,3	47,4	48,9	51,7

Iturria: EUSTAT, ESI-Familiak.

Gazteriaren Euskal Behatokiaren datuen arabera, gazteen ia erdiak (% 49,8) dio astean ordu bat eta zazpi ordu bitartean erabiltzen duela Internet; beste multzo handi batek dio sarea astean ordu bete baino gutxiago erabiltzen duela (% 18,4), eta % 17,8k, aldiz, astean zazpi eta hamabost ordu bitartean erabiltzen duela. Azkenik, gazteen % 9,2k dio astean 20 ordutik gora erabiltzen duela Internet.

Sarea, batik bat, harremanetarako, jolasteko eta informatzeko erabiltzen dute. Bigarrenik, ikasteko eta prestatzeko. Ia ez da erabiltzen erosketak egiteko eta ezezagunekin harremanetan jartzeko. Era berean, gazteen ustez Internet batez ere komunikazioa (% 44,2), baliagarritasuna (% 32,9) eta "ezinbestekotasuna" (% 32,8) da.

Kataluniako Universitat Obertak egindako ikerlan batek norabide berbera azpimarratzen du: inoiz sareari lotu zaizkion kontsultatuen % 95,1 bat dator Internetek denbora ematen edo/eta atsegin hartzen laguntzen diela. Gero, % 81,9k dio argazkiak eta bideoak partekatzeko aukera ematen diela, % 81,8k inguruan zer gertatzen den jakiteko aukera ematen diela, eta % 80,2k Interneten beti aurkitzen dutela bilatzen duten informazioa. Azken batean, aisialdirako eta atsegin hartzeko tresna gisa barneratzen da, eta ez hainbeste ikasteko edo prestatzeko tresna gisa.

Eztabaida-taldeetan, Internet eta teknologia berriak horretarako erabiltzen direla baieztatu ahal izan dugu, eta ez da atzeman alde nabarmenik taldetik taldera. Ez da atzeman eten digitalik ere

aztertutako kolektiboen artean; guztiek daukate konektatzeko ahalmen eta ezagutza nahikoa. Baliagarritasunari buruz jaso ditugun balorazioak ildo berebean doaz.

Azken batean, eztabaida-taldeetan ateratako datuetatik eta ondorioetatik ondoriozta dezakegunez, beraien offline bizitza online luzatzeko aukera eskaintzen die sareak gazteei, eta beste bizitza horren ezaugarriak soziabilitatea, kontsumoa eta ikaskuntza dira.

Aldiberekotasuna, konbinazioa, multiataza

Aurreko kapituluan azaldu dugunez, eta 2001ean Prenskyk azaldu zuenez, teknologia berriak erabiltzearen eta haiekin elkarreragitearen ondorioz, funtzio eta egitura mental berriak eskuratzen dituzte “jaiotzez digitalak” diren horiek. Halatan, multiatazak eginez, hainbat erabilera aldi berean burutuz, ahalmen berriak dituen adimen-mota berria sortu da. Etxera heldu, ordenagailu aurrean eseri eta sarean lagunekin konektatzen diren artean, YouTube bideo bat ikusten dute; abesti bat edo gustuko seriearen kapitulu berri bat behera kargatzen duten artean, lagunekin txateatzen ari dira.

Joseba Elolak azaltzen duenez “konektatuta hazi dira, ADSL topera ari zenean. Ez dute jasaten zain egon behar izatea, nahi duten guztia klik txiki bateko tarte laburrean dago. Ez dute konturik entzun nahi, informazioaren sekuentzia lineala arbuatzen dute, prozesuaren parte-hartzaile izan nahi dute, klik egin eta nahi duten lekura joatea. Ez dira edukien kontsumitzaile pasiboak, aktiboak baizik: edukiak sortzen dituzte, elkarri bideoak bidaltzen dizkiote, argazkiei ukituak egin eta aldatu egiten dituzte, editatu egiten dituzte, oso sortzaileak dira. Horrexegatik guztiagatik, telebistari zaharkitua deritzote, pantaila laua izanik ere”.

Gailuei dagokienez, eramangarritasuna geroz eta gehiago balioztatzen dute. Mahaiko ordenagailuarekin ez, haren erabilera ikastearekin eta edukiak behera kargatzearekin lotzen baitute, baina ordenagailu eramangarriarekin gora eta behera ibiltzen dira, etxean daudenean ere (logelan, egongelan, ... gusturen dauden tokian, gainerako etxekoei traba egiten ez dieten bitartean). Azpimarratzeko beste kontu bat, alderdi ludikoan eramangarria gehiago erabiltzen dela, mahaiko ordenagailua baino. Ez dago esan beharrik beste euskarri batzuk nonahi aurkitu ahal ditugula: telefono mugikorra, mp3ak, ipodak, etab.

Eztabaida-taldeetan kontu horiek guztiak behin eta berriro jaso ahal izan ditugu. Aztertu ditugun adin-tarteetan zaharrenek, etorkin digitalek, teknologia beste modu batean erabiltzen dutela

nabarmendu behar dugu: baliagarritasun praktikoa bilatzen dute, aurretiko asmo batekin: bidaia prestatzea, informazioa bilatzea, seriea bat ikustea... Teknologia erabiltzerakoan sakabanaketa txikiagoa ematen dela atzeman dugu. Kontua ez da etxera heldu eta konektatzea, “zerbaiterako” konektatzea baino.

Gazteak eta weba: kultura bizi izateko moduak

Kultura-ohiturei, -praktikei eta -kontsumoari buruzko estatistikan agertzen diren datuek adierazten dutenez, gazteek aurreko belaunaldiek baino gehiago erabiltzen dute Internet, eta aurrekoek baino askoz gehiago erabiltzen dute kultura-helburuetarako. Kultura-kontsumoan duen eragina agerikoa da. Orain, beste kontsumo batzuetan zer nolako eragina duen, eta gazteek hori nola baloratzen duten, aztertuko dugu.

9. irudia. Internetarako sarbidea kultura-kontsumoren bat egiteko.

	Guztira	15-24 urte	25-34 urte	35-44 urte	45-54 urte	55-64 urte	64 urtetik gora
Pertsonak, Internetara zer kultura-kontsumo egiteko sartzen diren arabera							
Maiztasunez erabiltzen dute	41,4	68,2	63,3	54,0	41,5	24,0	7,7
Ez dute maiztasunez erabiltzen	58,6	31,8	36,7	46,0	58,5	76,0	92,3
Interneten erabiltzen dituzten kultura-edukiak, bitarteko hori kultura-kontsumorako erabiltzen dituzten pertsonak soilik oinarri hartuta (*)							
Kultura-gaiak aztertzeko webak kontsultatu	60,5	54,4	60,1	61,5	64,1	68,5	55,6
Egunkariak irakurri	42,5	34,1	48,5	43,7	40,1	40,8	46,2
Interneten musika entzun	38,9	63,5	42,4	33,4	28,5	17,0	11,3
Sarrera-txartelak erosi	32,0	28,9	39,7	35,7	25,3	24,2	12,1
Bideoak edo filmak ikusi	26,8	44,8	30,4	24,1	15,9	8,7	9,5
Dokumentazio-zentroak eta liburutegiak kontsultatu	19,0	18,0	17,0	21,0	21,7	17,4	18,9
Musika erosi (abestiak, cd-ak, dvd-ak, etab.)	8,8	8,7	9,4	8,0	9,9	5,8	12,0
Kultura-foreoetan parte hartu	8,1	10,4	9,3	5,2	7,6	4,7	13,5
Filmak erosi	4,9	5,8	5,0	5,7	5,1	1,6	1,8
Besterik	20,3	16,3	18,7	22,1	20,8	25,0	28,7

(*) Oinarria: Kultura-kontsumoren bat egiteko Interneten sartzen diren pertsonak, biztanleen % 41,4

Iturria: *Kultura-ohiturei, -praktikei eta -kontsumoari buruzko estatistika, 2007-2008*, Kulturaren Euskal Behatokia.

Datu horietan oinarrituz Martinez de Lunak dioenez, “frogatutzat egotetik urrun dauden teoria eta hipotesietatik larregi urrundu gabe, eskura dugun informazioak erakusten digu gazte eta helduen -batik bat 50 urtetik gorako- artean eten ikaragarria dagoela Internet musikarako eta zinemarako erabiltzeko orduan, baina ez aldiz, sareak eskaintzen dituen gainerako kultura-aukeren kasuan”. Izan ere, taldeetan jaso ditugun iritziek horretarako erabiltzen dela baieztatu dute.

Bitxikeria gisa, eztabaida-taldeetan adierazi da sarea ia ez dela erabiltzeko sortzeko gune gisa, eta telefono mugikorraren bidez bideoak egin eta sare sozialaren bidez lagunen artean banatzera mugatzen dela. Dena dela, esan behar da 25 eta 35 urte bitarteko gazteen multzoan agerian gelditu dela interesatzen zaizkien gaien inguruko ezagutza partekatzeke erabiltzen dutela sarea: literaturako blogetan parte hartzen dute, sukaldaritzari buruzko foroetan, Interneten ingurukoetan, ekonomiari buruzkoetan, zientzia-berrikuntzari buruzkoetan, ... Zentzu batean, ekontsumintzaile (ekoizle/kontsumitzaile) aktiboenak izango lirateke. “Harrotasunagatik eta norbere burua aberasteko, ezagutza partekatu eta jendeari laguntzeko” egiten dute.

Azken batean, musika entzuteari, filmak, bideoak eta telebista-serieak ikusteari, informazioa bilatzeari eta prentsa digitala irakurtzeari lotuta daude sarean nagusi diren kultura-jarduerak. Kontua ez da kultura-jarduera batzuen orde besterik jarduera-mota berri batzuk erabiltzen direla, eta bai, aldiz, kultura-kontsumo hori egiteko modua aldatu egin dela.

Sare sozialen gorakada geldiezina

Aurreko belaunaldien aldean, berrikuntza handiena sare sozialen hedapena eta hazkundea izan da. Fenomeno hori mundu osoan ematen da, eta konexio- eta kolektibotasun-dinamikak integratzen dira bertan. Fenomeno geldiezina da eta baten batzuek “masa autokomunikazioa” edo “autonomia kolektiboko eremuak” izena eman diete. Nielsenen datuen arabera¹, konektatuta dauden biztanleen bi herenek sare sozialak eta blogak bisitatzen ditu. Azpimarratzeko beste puntu bat, sare sozialek arrakasta handiena duten herrialdeak, ordenan, Brasil, Espainia eta Italia direla.

Gazteentzat, lagunekin biltzeko, argazkiak eta bideoak trukatzeko, eta iritziak eta interesak adierazteko guneak dira. Ikerketek erakusten dutenez, emakumeak nagusi dira halako tresnak erabiltzeko orduan.

Eztabaida-taldeetan jasotako informaziotik nabarmendu dezakegu gazte gehien-gehienek profilen bat duela sare sozialen batean, batik bat *Tuenti* eta *Facebooken*, eta egunero minutu batzuetan konektatzen direla, azkenengo eskegi dena ikusi edo mezu berriak kontsultatzeko. Adierazi digutenez, nerabeek *Tuenti* erabiltzen duten bereziki, eta *Facebook* helduagoek. Azken horren bidez, munduan zehar barreiatutako lagunekin konektatzen dira.

¹ 2007ko abenduaren eta 2008ko abenduaren artean jasotako datuak.

Aipatzen duten erabilera nagusia, lagunei lotutako jardueri buruzko argazkiak ikustea da: “argazkiak ikusi, edo besteek ikus ditzatela zuk egiten dituzunak”; urrun dauden lagunekin harremana izatea, “lagunek egiten dutenaren berri” izateko. Kasu horietan ohi baino konexio luzeagoa izaten da, baina gutxiagoetan gertatzen da, urrun dauden lagunekin komunikatzen diren bitartean. Aipatzen dituzten beste erabilera batzuk, “ligatzea”, errazagoa delako internet bidez gauzak esatea aurrez aurre baino, eta nagusien artean, berriz, eurek antolatutako ekitaldien berri hedatzea (ikasketa-bidaiak finantzatzeko jaiak, lagunaren arteko futbol-partidak, etab). SMS eta telefonoaren ordean ere erabiltzen direla aipatzen dute, “merkeagoa delako”. Euskara edo gaztelania berdin erabiltzen dituzte komunikazioetan, mintzakideekin erabili ohi duten hizkuntzaren arabera.

Beste alde batetik, ekitaldien berri jasotzeko iturria ere badira: hainbat kontzertutarako gonbidapenak jasotzen dituzte bertan, musika sustatzaileek edo disko-etxeek bide hori erabiltzen baitute euren eskaintzak egiteko, “marketinerakoa sare sozialak funtsezkoak direlako”: sare sozial horietako kide izateko bete behar dituzten datuen bidez, enpresek erabiltzaileen adina ezagutzen dute, haien gustuak, jaietara nora joaten diren, etab. Eta informazio hori erabiltzen dute euren produktuak publiko zehatz bati zuzentzeko. Gazteen ustez, publizitate asko jasotzen dute, “gehiegi, horixe da sare sozialek duten gauzarik txarrena”.

Nagusiek adierazi dute tresna horiekiko prebentzio eta urruntasun handiena, intimitate-eza dela eta, eta gain-esposizioa dela eta. Alabaina, haien esanetan, gaur egun edozein pertsonari buruzko datuak nonahi aurki daitezke, edozein bilatzaile erabiliz.

Teknologia digitala + dimentsio ludikoa = bideojokoak

Bideojokoaren fenomenoak lotzen ditu gaur egungo aisia hobekien definitzen duten bi elementuak, bertan biltzen baitira ludikoa eta digitala. Bideojokoaren erabileraren ezaugarri nagusiak, aurkezten zaizkigun egoeren kontrola, eskuratu nahi ditugun helburuak eskuratzeko erraztasuna, ahaleginen berehalakotasuna eta erabileraren motibazio ludikoa dira.

Eztabaida-taldeetan aipatutakoaren arabera, bideojokoari lotutako hainbat gai azpimarra daitezke: Lehenengo eta behin, taldeetan parte hartu duten gizon eta emakumeen testigantzetan oinarrituta esan daiteke kasu batzuetan joera maskulinoak nabarmentzen direla. Mutilek bideojokoetan denbora asko ematen dutela diote, batik bat “autoekin eta futbolekin”. Neskek, ordea, “Wii eta Mario” nahiago dituzte. Intuizio horiek baieztatu egiten dituzte 12 eta 18 urte bitarteko Espainiako biztanleei UOck berrikitan egindako inkestaren emaitzek. Bertan atzeman daiteke emakumeen eta gizonen artean

alde handia dagoela bideojokoetarako ohiturari dagokionez (% 62,3 eta % 21,0 hurrenez hurren). Adin-tartearen arabera, ikus daiteke 16-18 urtekoen multzoan 12-15 urtekoen multzoan baino gutxiago jokatzen dela (% 35,9 eta % 47,9 hurrenez hurren).

Taldeetan adierazi digutenez, kontsumoa on-line egiten da, etxean edo lagunaren lokalean, eta gehienek lagun artean jokatzea nahiago dute. Bideojokoek leku handia hartzen dute lagunaren lokalean egiten diren jardueretan: “Pro (Pro evolution soccer) lokaletako opioa da”. Bideojokoak nola eskuratzen dituzten galdetuta, denetarik dago: doako behera-kargatzeak, nahiz eta aukera horrek ez dituen konbentzitzen, pirateatutako produktuak erabiliz kontsola hondatzeko arriskua dagoelako; ordaindutako behera-kargatzeak, jokia izateko irrika handia dagoenean; eta denda zehatzetan edo bigarren eskuko dendetan erostea, ez direlako izaten oso garestiak eta kalitate ona eskaintzen dutelako.

5. KULTURARI LOTUTAKO ESANAHIAK, MOTIBAZIOAK ETA BALIOAK

Zer da kultura kolektibo horientzat? Zer balio dakartza bere baitan? Badago alderik aztertutako aldagaien arabera? Zein aldagaik zehazten ditu gehien alde horiek? Atal honetan erantzun nahi ditugun galderetako batzuk dira.

Baina gazte-kolektiboek egindako iruzkinak aztertzen hasi baino lehenago, komenigarria da zehaztea teknologia berriek zein ezaugarri zehatzetan utzi duten beren aztarna, bizi dugun kulturaren eta gazteen kulturaren artean. Halatan, Baumanen ustez¹, “kultura moderno likidoak dagoeneko ez dauka bere burua ikasketa- eta metaketa-kultura gisa. Badirudi, areago, desloturaren, jarraikortasun ezaren eta ahanzturaren kultura dela”. Hain zuzen, iheskortasuna da nolakotasun nagusia; gure begiradak gainbegiratuak izaten dira. Teknologia berrien ahalmenak bultzatutako errealitate aurredigitala ez da gauza berria honezkero. Guztiok gara edukien kontsumitzaile orojaleak, are gehiago gazteak, teknologia berriak asko eta etengabe erabiltzen dituzte eta. Taldeetako batean esan zigutenez, “dena dago eskuragarriago”. Eskuragarritasunaren eta doakotasunaren ondorioz, kultura-edukien kontsumoa izugarri hazi da sarean. Gaur egun, ez “dago” edukirik, desmaterializatu egin dira -liburuaren kasuan izan ezik-, formatuei edo bideei erreparatu gabe mugitzen dira. Eduki digitalak direla eta, “dena kargatzen dugu behera eta gero aukeratu egiten dugu; aitzitik, zuzeneko kontsumoa garestiagoa denez, askoz gehiago aukeratzen dugu”.

¹ Vida líquida, 85. orrial.

Gazte kultura, izatez, ezarritako balioen aurka egin eta haien kontrastea eskaintzen duen kultura da. Nortasun berriak eraikitzean, izateko modu berrietan, oinarritzen da. Eta, hain zuzen, helduen munduarekiko ageriko alde hori beste inon baino argiago agertzen da Interneten. Alde hori “agerrarazteko” marko egokia da teknologia berrien erabilera.

Kultura hitzaren konnotazioak

Haien iritzian, hainbat adierazpen ditu kulturak. Pertsona batzuek ohiko jarduerekin lotzen dute, hala nola antzerkiarekin, musikarekin edo artearekin; “goi kulturatzat” ere definitzen dituzte. Egunerokotasunetik kanpoko ikuskizunak dira eta, zentzu horretan, aparteko jarduerak.

Interesgarria da ideia hori, ordainketa eta kultura lotzea; “ikuskizunetarako eta zinemarako sarrerak ordaintzea”, eduki digitalak doakotzat jotzen diren artean.

Adierazitako beste adierazpen bat ere hartzen du ondarezkoarekiko loturak. Ikuspegi horretan kokatzen dira, halaber, liburutegiak, museoak eta herria ezaugarritzen duten tradizioak.

Azkenik, adierazitako beste ikuspegi batek “kultura orokorrarekin” lotzen du, irakurtzearekin, ikasteari bereziki lotuta dagoen ezagutzarekin baino, pertsona guztiok dugun backgroundarekin. Ildo horretan, kulturari lotutako kontuen artean, norbera aberastea, pertsona gisa aberastea, litzateke gakoa. Adostasun osoa nabarmendu behar dugu kultura eta norbera aberastea lotzeko orduan: “liburuari, arteari, edo pinturari lotuta egon behar izan gabe, aberasten zaituen edozer jarduera izan daiteke kulturala, beti ere jarduera horretatik zerbait ateratzen baduzu edo zerbait ezberdin eskaintzen badizu”.

Interesgarria da bideojokoak direla eta aipatzen duten ñabardura: ez dituzte “kulturatzat” jotzen zentzu generikoan, jokoaren arabera baizik. Jokoak osagarri didaktikoa izan behar du eta hori, itxuraz, derrigorrezkoa da kulturaltzat jo ahal izateko.

Beste muturrean, eta batik bat ikasketa-maila baxuena duten gazteen artean, kultura hitzak arbuioa eragiten du. “Goi mailako” jarduera “aspergarriekin” lotzen da, adibidez museora joatearekin, irakurtzearekin, etab. “Kulturizatzeke” interesik ez dutela ere esan dute. Ez dute euren burua kultura-kontsumitzaile handitzat edo, behintzat, haiek kulturatzat jotzen duten horren kontsumitzailetzat. Halatan, diotenez, kirol prentsa baino ez dute irakurtzen, eta itxura

denez horixe da irakurtzeko gehien interesatzen zaien gaia. Haietako batek zera dio horren inguruan: “ez dut irakurriko interesatzen ez zaidan zerbait, besterik gabe kulturizatzeke”.

Gazte kultura terminoa garaikidetasunarekin identifikatzen dute, “klasikotik urruntzen” denarekin, azaleratzen ari den arte-jarduerarekin, kaleko ikuskizunekin, diseinuarekin, artista berritzaileekin eta graffitiarekin.

Kultura kontsumitzera bultzatzen dituzten motibazioak

Gustua, lasaitzea, dibertsioa eta garapen pertsonala dira kultura kontsumitzeko motibazio nagusiak. Kultura-jarduerak egiten dituztenak gustatzen zaizkielako egiten dituzte, lasaitu egiten dituztelako eta pertsoneri kultura bidez pertsona gisa garatzea dagokielako. Ikasteko egiten dute, entretenitzeko, pentsatzeko. Zuzenean diren ikuskizunen kasuan, aparteko esperientziak bizi izateko. Irudimena pizten duten jarduerak dira; irakurtzeak, adibidez, “zeure mundua eraikitzeke eta historia zeure erara irudikatzeke aukera ematen dizu, zinemak ez bezala, horrek historia ‘eginda’ ematen baitizu”.

Beste maila batean, kultura sarean kontsumitzeko arrazoietakoa bat hegemonikoa den eskaintzatik ihes egitea da, horrela globalizazioari ihes egiten diotelako. Zentzu horretan, haien esanetan, Internetek “nahierara” kontsumitzeko aukera eskaintzen du, ohiko bideetan edo nagusi diren bideetan aurkitu ezin diren kultura-produktuak eskura daitezke: dokumentalak, musika, informazioa, etab. Gainera, kultura-kontsumoa demokratizatzeke bidetzat jotzen dute sarea. Haren funtzio soziala nabarmentzen dute, beste modu batean kultura-produktu horiek eskuratzeko aukera ez luketen pertsonen bide horretatik eskura ditzaketelako.

Gustuak direla eta

Interesgarria da gazte helduen edo iragaitzazko gazteen artean jasotako iruzkina, hau da, gustua sortzeke unean “txikitan irakatsi eta transmititu dizutenak eragin handia” duela. “Nerabe-aroko asaldatze-garaia ostean, nolabait, hasierako funts horretara itzultzen zara, baina ez berdin, zeure bizipenek aberastu egin zaituztelako. Txikitan ikasitakoak eragin handia dauka, eta zuk zeure kabuz deskubritu duzunarekin jantzen duzu. Batik bat familiak transmititu zizun hasierako funts haren artean eta zeuk sortzen dituzun gustuen artean nahasketa egiten duzu. Hasieran, mundu guztiak entzuten duena entzuten duzu, eta gero bakoitzak bere aukerak egiten ditu,

kontzertu bat entzun ondoren, eman dizutena ikusiz, gustuko dituzun taldeen antzekoek eskaintzen dutenaren arabera, eta horrela aukeraketa zabalduz zoaz”.

Teknologia berriei lotutako balioak

Teknologia berriei lotutako balioei dagokienez, eztabaida-taldeetan parte hartu dutenek “azken-azkenera egotearekin” lotzen dute teknologia, nahiz eta iritzi desberdinak dauden: “Internet gabe bizi” daitekeela uste dute batzuek (oso gutxik), eta “sarea hondatuz gero” hondamendia egongo dela diote besteek. Halere, gehiengoak ez du imajinatzen errealitatea teknologia horiek gabe, eta horietako batzuekiko, batik bat telefono mugikorrarekiko, menpekotasuna aitortzen dute.

Teknologia horiei lotutako abantaila edo balioak aipatuz, globaltasuna, sarbide mugagabe eta doakoa, erosotasuna, erraztasuna, bizkortasuna eta berehalakotasuna aipatzen dira. Teknologia berriak zerekin lotzen dituzten galdetuta, komunikazioa, gizarte-balioa, partekatzea, erosotasuna, bizkortasuna, aniztasuna, merketasuna eta pareko kontzeptuak aipatzen dituzte. Eguneroko bizimoduan teknologiek hartzen duten tokia euskarriaren arabera da. Halatan, Internetek, nahiko merke eta erraz, etxetik mugitu gabe eta “klikatze hutsarekin” ia edozer eskuratzeko aukera ematen dien artean, telefono mugikorrari esker eguneko 24 orduetan aurkitzeko moduan daude, eta “zerbait gertatuz gero” segurtasun puntua eskaintzen die. Haien esanetan, premia bakoitzerako teknologia bat dago, erraz erabiltzeko moduan, eta “estualditik ateratzen zaituzte”. Musikari dagokionez, esaten dutenez, “bizkorragoa da disko osoa behera kargatzea, abesti zehatz bat baino, denbora gehiago ematen delako abesti zehatza bilatzen”. Beste abantaila bat musika “nahierara” aukeratu ahal izatea da, abesti bakar bat eskuratzeko, disko osoa erosi behar izan gabe.

Errealitate horren ifrentzua, erabilera desegokia edo gehiegizkoa eta menpekotasuna dira. Beste alde hori grafikoki azaltzen dute: “Internetek bi historiagile bil ditzake, baina baita bi pederasta ere”. Era berean, datu pertsonalak ematerakoan sarearekiko segurtasun gabezia sentitzen dutela azaltzen dute. Gazteen ustez, sarearen arriskuekiko kontzientziarik ez duten arren, badakite menpekotasuna sortzeko, edota gezurrak edo nortasun faltsuak emateko, arriskua dagoela. Batzuek, teknologiekiko menpekotasunak eta etengabe aurkitzeko moduan egoteak dakartzaten eragin negatiboak aipatzen dituzte: “ezinbestekoak direla uste dugun premiak sortzen ditugu baina benetan ez dira halakoak”; “dena emanda ematen digutenez, alfertu egiten gara”;

“dagoeneko ez dut erabiltzen telefono mugikorra, ez baitzait gustatzen etengabe telefono-deiak jasotzen ibiltzea”.

Sarean dagoen informazioaren sinesgarritasunarekiko prebentzioa adierazten dute eta eskuratzen dituzten informazioak kontrastatzen saiatzen dira, “Internetek informatzeko balio baitezake, baina desinformatzeko ere bai”. Zentzu horretan, Wikipediaren adibidea jartzen dute: pertsona ezezagunei beren testuak idatzi eta hedatzeko aukera eskaintzen die, baina gezurrezko edukiak zabaltzeko ere erabil daiteke.

Ordainketaren eta doakotasunaren inguruko eztabaida

Musika eta ikus-entzunezko materialari dagokionez, halako edukiak ohiko formatuetan (CDak, DVDak, zinema-aretoa joanez) kontsumitzeak kostu ekonomikoa dakar eta parte-hartzaileak ez daude hori onartzeko prest, batik bat haien ustez azkenean ez duelako artistak irabazten, bitartekariak baino (disco-etxeak, ekoizleak, etab.): “daukadan musika guztia erosi behar izan banu, sosik gabe egongo nintzateke”. Baten batzuk prest egongo lirateke artxibategiak behera kargatzearen truke dirua ordaintzeko, prezioa zentzuzkoa balitz; gainera, haien iritzian, Interneten behera kargatzeak murrizteko metodo egokia izango litzateke, askotan Internetetik edukiak behera kargatzen direnean ezagutzeko baino ez delako izaten, baina ordaindu beharko balitz ez lukete hori egingo, hobeto aukeratuko lukete.

Behera kargatzea erosi aurretiko testa izan ohi da: erabiltzaileak edukiak gustuko baditu, erosteko prest dago, batik bat zuzenean egileak saltzen badu. Gainera, eduki horiek zuzenean ikusteko prest agertzen da, musikaren kasuan.

Erosteko arrazoi nagusia, artistarekiko mirespena eta fideltasuna izaten da. Gazteek gehien kontsumitzen dutena musika eta ikus-entzunezko edukiak direnez, erosteko erabakia hartzeko unean hainbat faktore sartzen dira tartean: artista edo ikus-entzunezko ekoizpen zehatz batekiko mirespena, edo eskaintza ekonomiko interesgarria izatea, edo originala zuzenean artistari erosteko aukera egotea, soilik fabrikazio-kostua ordainduz.

Musika estiloak eta gustuak sarbide-era baldintzatzen dute. Kasu batzuetan, aurreko garaietako musika (rocka, jazz) edo artista gustukoeneren musika bigarren eskuko dendetan erosten da, eta gainerakoa, aldiz, Interneten behera kargatzen da.

Musika doan behera kargatzeak ez dakarkie inolako arazo moralik, eta halako argudioak erabiltzen dituzte: “ez diot ordainduko 20€ nire kontura aberasten ari den morroi bati”, “CDak 18 € balio badu eta SGAEk erdia hartzen badu, ez dut erosiko”, “CDak merkeagoak balira erosi egingo nituzke”. ”. Haien ustez, zuzeneko kontzertuetara joatea musika doan behera kargatzearen ordaina da. Euren ustea arrazoitzeko, halako argudioak erabiltzen dituzte: “musika-taldeak ez dira sortzen dirua irabazteko, denbora emateko edo musika gustatzen zaielako baizik, baina gero disko-etxeak tartean sartzen dira”.

Azken batean, jabetzaren eta doakotasunaren inguruko eztabaidan, talde guztietan doakotasuna nagusitzen da argi eta garbi, musika-talde edo artista gustukoaren edukietan izan ezik.

6. KULTURA-JARDUERAK ETA EMOZIOAK

Ikerlan honen ustekabe handienetako bat, kultura-jarduerei lotutako emozioen azterketan aurkitu dugu. Hainbat diziplinek luze eta zabal aztertu dute edozein arte-adierazpenen eta emozioen artean dagoen lotura estua, eta “Stendhalen sindromea” izenekoaren pareko eragin psikosomatikoak ere antzeman dira. Musika, artea, zinema, literatura, ... emozioak “dira”. Zalantzarik gabe, horixe da haien ezaugarri nabarmenenetako bat.

Emozioen azterketan murgiltzeko asmorik gabe, helburu horrek beste ikuspegi eta hurbilpen metodologiko bat eskatuko bailuke, ez ditugu alboan utzi nahi taldeetan jasotako iruzkin batzuk. Halatan, liturgia, emozioa, ebokazioa, aldarlean duen eragina, intentsitatea, ... eta pareko kontzeptuak aurkitu ditugu kultura-jarduerei lotuta. Azpimarratu egin behar dugu ia talde guztietan iruzkin horiek berez sortu direla.

Lehenengo eta behin, zuzeneko ikuskizunen garrantzia nabarmentzen da, esperientzia horiek ez baitira “digitagarriak” eta “aura” antzeko zerbait gordetzen dute: aparteko esperientziak, noiz edo noiz gorenak ere bai, leku eta une zehatz batzuetan. Jarduera birtualetan eta zuzeneko esperientzietan gozamen-mota desberdinak izaten direla azpimarratzen dute. Bi jardueren arteko aurkakotasuna baino, jarduera osagarri gisa bizi dituztela ikusi dugu.

Kultura-jarduera zehatz batzuek ilusioa bizi izateko aukera eskaintzen dizute: “zeure bitzitza pixka batean gelditu eta errealtate paralelo batean sartzen zara”, egunerokotasunetik, monotoniatik atera eta beste une bat bizi dezakezu. Beste modu batera sentitzerik ez duzun gauzak sentitu ditzakezu, egunerokotasunean sentitzeko unerik aurkitzen ez duzun emozioak

dira. Eta are hobeto, “horren arrastoa luzea da, liburua irakurtzeko edo musika-kontzertu baten denbora baino askoz luzeagoa”.

Interesgarria da jardueraren arabera sortzen diren emozioak ikustea. Hala, musika eta literatura ebokazioa dira, eta gazteen esanetan euren aldardean eragiten dute; zinemara joatea aparteko esperientzia da, liturgia berezia eskatzen duelako; zuzeneko kontzertuak, aldiz, haien intentsitatea dela eta. Batzuen ustez, ordea, ez dago jarduera-mota bakoitzari lotutako emoziorik, edukiaren ezaugarriari eta edukiaren kalitateari lotutakoak baizik. Esaten dutenez, berdin egin dute negar, edo barre, musikarekin, antzerkiarekin, edo liburu batekin.

Musikarekin hasita, emozioari lotutako aipamen asko egin dira musikarien eskutik, musikari klasikoen nahiz garaikideen eskutik. Musikak emozio sakonak adierazi eta sortarazteko ahalmen zalantzagabea dauka. Horrexegatik, ez da harritzekoa taldeetan behin eta berriro aipatzea hori. Zehazki, horietako batzuek azaldu zuten musikak, beste diziplina batzuen aldean, botere horixe duela: intentsitatea, batik bat zuzenean bizi denean. “Bizkorrago doa, kolperago, adrenalina sortarazten du”. Kontzertu bat bizi izatea musika entzutea baino gehiago da, “barruak hustea dakar”. Taldeko esperientzia da, lagunekin joatean zara, jendea ikusten duzu; haien esanetan “esperientzia kolektibo desberdina da, zuregandik oso bestelakoa den jendearekin bat egitea bailitzan, jendeak inoiz ez bezala dena ematen du, katarsi puntu bat dauka”. Areago sakonduz, pertsonaren batek ikusle gisa parte hartzearen eta musika-talde batean jotzearen artean bereizten du. Kasu horretan, esan digutenez, musika jotzen zuten artean beste inon eta inoiz bizi izan ez dituzten sententzio eta emozioak bizi izan zituzten.

Literatura oroitarazleagoa izan daiteke; irakurtzea lasaitzearen sinonimoa da; “liburua jarraituagoa da, beste mundu batzuetarako, beste errealitate batzuetako atea irekitzen dizu”.

Zinemaren kasuan, eztabaida-taldeetako kideek diotenez, per se dituen konnotazio emotiboez gain, filma zinema-aretoan ikusteak dakartzan inguruko elementuak oso zailak eskura daitezke TBan edo ordenagailuan ikusiz: iluntasuna, soinua, pantailaren tamaina, lagunak, ... azken batean, “zinema-aretoa joatearen xarma edo liturgia”.

Zer kultura-jarduera aukeratzen duten aztertuz, aurretiko aldardeak bata ala bestea aukeratzea eragiten duela diote: zeure egoeraren arabera, nola sentitzen zaren, musika-mota bat edo beste,

liburu bat edo beste, filma bat edo beste aukeratuko duzu. Aurretiko sentimendu horrek dakar jarduerak edo generoak aukeratzea.

Esan behar da industriak -eta ez soilik kulturalak- bektore hori erabili egiten duela, eta asko dira horren adibideak, baten batzuk berri-berriak, hala nola zine independentearen Filmin.es plataforma. Plataforma horrek pertsona bakoitzak nahi duen filma bilatzeko aukera ematen du, generoaren arabera ez ezik, norberaren aldarrearen arabera ere.

Ondorio gisa, publiko orokorrari zuzendutako politiketarako estrategietan, kulturari lotutako emoziozko elementuak aztertu beharreko elementuak dira.

7. KULTURA-JARDUERAK ETA EMOZIOAK

Agertzen diren kontzeptu eta balioei buruz

Kulturari buruz ala aisia digitalari buruz ari gara? Behatoki Nazioarteko III. Jardunaldien ondorioetan adierazten zen bezala, entretenimenduari eta ludikoari, jolasaren aldaera guztiei lotutako jarduerak nagusitzen dira: online, karta-jokoak, ordenagailukoak, apustuak, ... Prenskyk ere aurreratzen zuen hori bere artikulu ospetsuan: “berehalako sari eta ordain narok motibatzen dituzte. Nahiago dute jolastu, lan serioa egin baino”.

Ez da gertaera berria, gizakiaren beraren dimentsioa baizik, gizatasunak beharrezko duen funtsezko funtzioa, J. Huizingak Homo Ludens kontzeptuarekin azaldu zuen bezala. Jarduera askea da, gustukoa, alferrikakoa eta errepikagarria, atsedinari eta dibertimenduari lotua; jarduera konpentsatzailea da, egunerokotik kanpokoa eta dibertimenduari hertsiki lotua. Azken batean, jarduera horren ezaugarri definitzaile nagusiak, gogobetetzea, askatasuna eta alferrikakotasuna izango lirateke.

Dimentsio ludiko horri lotuta, orain arte stricto sensu kulturaren esparrutik bultzatutako ikerketek eta inkestek jaso ez dituzten aisiako era berriak agertzen dira. Izan ere, Espainian 2009tik hartzen da bideojokoa kultura-industriatzat. Beharbada, industria horren arrakastak eta indarrak badu zerikusirik horretan, bereziki biztanle gazteen artean oso errotuta dagoen kultura-jarduera delako.

Bideojokoetan gehien nabarmentzen den alderdietako bat interaktibitatea da. XXI. mendean, aisia digital interaktiboak erabilera-arau desberdinak markatzen ditu, eta beste kultura-eduki batzuetan eragiten dute. Shigeru Miyamotok, bideojokoen “aitak”, dioenez, “azken 40 urteetako aurrerakuntza

teknologikoei esker, geroz eta elementu interaktibo gehiago dugu eskura. Pertsonok, konturatu gabe, gure bizimoduan barneratu ditugu aurrerakuntza horiek. Hemendik aurrera, interakzioa izango da nagusi etorkizuneko produktuetan”.

Irensteko grina eta iheskortasuna, kontsumo-era berriaren gakoak. Azken batean, teknologiaren tresnek eta ahalmenek bultzatzen duten konpulsio kontsumitzailearen beste esparru bat baizik ez da kultura-kontsumoa, “hemen, orain, dena” izateko gogoia areago elikatzen dute eta. Irensteko grina eta iheskortasuna, sarearen bidez ireki den sarbide-ahalmen itzel horrek sortutako kontsumo-era berriaren ezaugarriak dira. Informazio- eta komunikazio-teknologiek biderkatu egiten dituzte aukerak: bitartekoak, edukiak, informazioa, konexioak, ... asko eta gehiago dira. “Klik huts batez” esparru mugagabea irekitzen dute.

Horren ondorioz, zuzeneko kontsumoaren eta kontsumo birtualaren arteko aldeak aldatu eta areagotu egin dira. Esan dezakegu geure ikerketan “orojale digitalak” eta “presentziazko mokofin aukeratzailak” aurkitu ditugula. Deigarria da sarean edukiak era indiskrimatuan kontsumitzen direla. Ondorioz, interesatzen zaizkigun edukiak bilatzeko, aukeratzeko eta iragazteko gaitasunak gero eta garrantzi handiagoa hartzen du. Horrekin paraleloan, zuzeneko esperientzia intentsuak bizi izateko premia ere areagotuz doa, nolabait frenesi digital hori orekatuko duen bizipen gisa. Kultura digitala ez bezala, zuzeneko kultura ondo aukeratzen da, besteak beste ordaindu egin behar delako. Interneten, aldiz, zeharkako bideetatik hori saihestea dago, gazte-taldeek adierazi digutenez. Beste hausnarketa bat dakar horrek: zuzeneko ikuskizun, gertakizun horiek ere ez ote duten joerarik, bat-bateko inpaktu handiena lortu ondoren berehala zaharkituta gelditzeko. Alabaina, ikerlan hau baino harago doan beste hausnarketa bat eskatzen du horrek.

Kultura garaikidearen beste ezaugarri bat iheskortasuna da. Baumanek dioenez, gure errutinak hain doaz bizkor ezen ohiturak errotzeko denborarik ere ez baitago. Horren ondorioz, arte-lanaren eta kulturaren kontzeptuari hain hertsiki lotuta dauden balioek, hala nola iraunkortasunak eta iragangaiztasunak, neurri batean zentzua galdu dute. Willem de Kooning aipatzen du Baumanek, haren esanetan “edukia gainbegiratu” delako, begiratu iragankorra, gainetik begiratzea. Hain zuzen, dirauen bakarra iheskortasun horixe izan daiteke.

Iheskortasunaren ideia hori, edukiak sortzeko eta eskuratzeko aro digitalak sortu dituen era berrietan atzeman daiteke. Narrazioak eta kontatzeko erak aldatu egin dira, errealitatea atzeman eta barneratzeko modua aldatu egin da. Kritikari batzuen ustez, gaurkotasan-zinema onenaren laborategiak diren telebista-serieetan fikzio-zaletasuna nagusitzearen ondorioz, kontatzeko era berriak sortzen ari dira, eta hain zuzen zatiketa eta elipsia dira horien ezaugarriak. Musikaren kasuan

fenomeno berbera ematen dela atzeman dezakegu: albumaren kontzeptuak balioa galtzen du, eta abesti bakarraren aldeko joera nagusitzen da. Eta hain zuzen belaunaldi gazteenak izaten dira kontsumo-era berri horiek barneratzen lehenak. Telebista-serieekiko gustua, mp4etan edo Ipodetan milaka kantu izateko ohitura ekarri digute. Orain arte, irakurtzea aro “predigitalean” gelditu da, baina pentsa daiteke irakurgailu digitalak hedatu ahala hori ere aldatu egingo dela.

Kultura-industriak edukiak eta formatuak aldatzen ditu, balio eta ezaugarri berriei egokitzeko. Gazteen hezkuntzan, eta haiei zuzendutako kultura-politikan, halakoak kontuan izatea komeniko litzateke.

Sare sozialak, agora berriak. Ikerlanean zerbait nabarmendu bada, sare sozialek hartu duten hedapena eta nagusitasuna da, are gehiago gazteen artean eta nesken kasuan. Interes handi-handiko fenomeno da, gaur egunean hortxe biltzen baitira gazteak eta ez hain gazteak; *Facebook* nola hedatu den ikustea baizik ez dago. Berriro ere, web sozialak hartu duen tamainak hainbat kontzepturi eragiten die, adibidez adiskidetasunari, gaur egun helburua ehunka lagun edukitzea baita, lagunaren lagunaren iritziak aldaraz baitezake. Horrek guztiak pribatutasunari eta exhibizionismoari buruzko eztabaida interesgarria eragiten du, geure bizitzako argazki-bilduma eta gure unerik gogoangarrienak partekatu eta erakusten ditugunean geure bizitza ageri-agerian jartzen dugun heinean. Teknologiaren sofistikatze etengabearen ondorioz, sarean egiten ditugun mugimenduen bidez gustatzen zaiguna aukeratu ahal izango dute, eta etorkizunean gure bizitzak kartografiatzea ere gerta daiteke.

Gaur egun gazteei zuzendutako politiken beste gako bat, haien dinamikak eta mekanismoak ulertzea da. Halatan, azken hamarkadetan kontsumoan, gizartean eta teknologian eman diren aldaketei egokitu behar zaizkie kultura-politika berriak eta gazteei zuzendutako politika berriak, hain zuzen aldaketa horiek bereziki gazteenei eragin diete eta.

Doakotasunaren eta prezioaren inguruko gogoetak. Sarean kultura-edukiak pirateatzeko jarduerak eragin ditu azken garaiko eztabaida handienetakoak. Pirateatze hori are gehiago ematen da gazteen artean, beraiek baitira gehien konektatzen direnak eta musika- eta ikus-entzunezko edukiak gehien kontsumitzen dituztenak. Kultura-industriak iraultza bizi du eta, analisten ustez, ez daki horri erantzuten, behintzat garaiak eskatzen duen bizkortasunez.

Hain zuzen, eztabaida-taldeetan adostasun handiena eragin duen gaietako bat eduki digitalen doakotasunaren ideia izan da. Berezkotzat jotzen den kontua da, gaur egun dauden prezio- eta

eskuragarritasun-aukerek dirauten bitartean behintzat. Ez da ahaztu behar gazteek erosteko ahalmen “mugatu” dutela. Harpidetzeko eta erosteko formula berriak bilatuz gero, pertzepzio hori aldatu egin liteke. Ordaintzeko prestutasuna handiagoa da zuzeneko ikuskizunak edo gustu-gustuko dituzten artisten euskarri materialak ordaintzeko unean. Sarean egiten den doako kontsumo indiskriminatua orekatzen dute bi ideia horiek.

Kultura-ohiturak eta -jarduerak ikertzeko metodologiak direla eta.

Metodologia kontzeptuen eta balioen aldaketei egokitzea. Lehen hausnarketa, denboraren eta espazioaren kontzeptuetan izandako aldaketei lotuta dago: informazio- eta komunikazio-teknologia berrien bertutetzat nabarmentzen diren kontzeptuak dira unea, abiada, berehalakotasuna, ubikuitatea eta aldiberekotasuna. Horiek guztiek kultura-kontsumoaren era berrietan eragiten dute.

Beste alde batetik, publikoa-pribatua; kanpoan-barruan; birtuala-erreal; materiala-inmateriala, ... binomioak bereizi egin dira, eta kultura-ohiturak eta -jarduerak ikertzeko hurbiltze-era berriak eskatzen du horrek.

Azterketarako tresnei dagokienez, kualitatiboan indarra jartzeko premia atzematen da, neurtzeko ez ezik jarduerak azaltzeko ere balio izango duen informazioa eskuratu ahal izateko.

Kultura-kontsumoen ikerketa estatistikoetan logika deskriptiboa nagusi bada ere, deskripzio hutsa eta politika eraldatzaileak bateraezinak dira. Izan ere, jarduerak definitzeko eta lehentasunak finkatzeko orduan, gazteek egiten dituzten jardueren eta kontsumo-moduen aurretiko balorazioa egin behar da.

Beste aldetik, zentzuzkoa dirudi sarean gertatzen dena saretik bertatik neurtzea. Kontua zera da, konfidentziasunean eta pribatutasunean arazoak eragin ditzakeela horrek.

Ohiko aldagai argitzaileek kontsumoa zehazten jarraitzen dute. Ikerlan honen hasierako hipotesia baieztatu egin da, hau da, kultura-produktuen kontsumoaren zaletasunak azaltzeko, ohiko aldagaiek nagusi izaten jarraitzen dutela (adina, sexua, ikasketa-maila, bizi-egoera).

Teknologiaren eraginari dagokionez, lerro nagusiak mantendu egiten dira; pertsona bakoitzaren aukeren, gaitasunen eta lehentasunen arabera erabiltzen da, gorago aipatu ditugun aldagaien eraginaren pean. Internetek handietsi, puztu eta biderkatu egiten du, errealitatea handitzen

duen ispilu baten pare jokatzeko du; tamaina kontua da. Azken batean, sarean nagusi diren kultura-jarduerak, musika entzuteari, filmak, bideoak eta telebista-serieak ikusteari, informazioa bilatzeari eta prentsa digitala irakurtzeari lotuta daude. Kontua ez da kultura-jarduera batzuen ordez beste jardueramota berri batzuk erabiltzen direla, eta bai, aldiz, kultura-kontsumo hori egiteko modua aldatu egin dela. Eskala hori kontuan hartuz, ohiko segmentazioa are konplexuagoa da. Hori abantaila da eduki minoritarioentzat eta sarbidea demokratizatzeko orduan.

Azken batean, kultura-politikek eta gazteentzako politikek, beste faktore batzuen artean, ingurune digitalak ekarri dituen kontsumo-era berrietan sakondu behar dute, sareak gazteei beraien *offline* bizitza *online* hedatzeko aukera eskaintzen baitie, soziabilitatea, kontsumoa eta ikaskuntza ezaugarriekin.

8. ERREFERENTZIAK

Aranda, D., Sánchez-Navarro, J., Tabernero, C. (2009), Jóvenes y ocio digital: informe sobre el uso de herramientas digitales por parte de adolescentes en España. Bartzelona: UOC.

http://www.editorialuoc.cat/extra_content/978-84-692-6416-4/Informe_jovenes_y_ocio.pdf

Aranda, D., Sánchez-Navarro, J., Tabernero, C., Tubella, I. (2010), Los jóvenes del siglo XXI, prácticas comunicativas y consumo cultural, AE-IC Malaga 2010 Nazioarteko II. Kongresuan (“Komunikazioa eta garapena aro digitalean”) aurkeztutako txostena.

<http://www.aeic2010malaga.org/upload/ok/204.pdf>

Ararteko, Txosten berezia (2009), Adingabekoei balioak transmititza.

http://www.ararteko.net/RecursosWeb/DOCUMENTOS/1/1_1703_3.pdf

Bauman, Z. (2007), Vida líquida, Bartzelona: Paidós.

Coca, C. (2010) “El arte murió con la religión y la sociedad tradicional”, Felix de Azuari egindako elkarrizketa, El Correo egunkariaren Territorios eranskinean, 2010eko maiataren 22an.

<http://info.elcorreo.com/territorios/articulo/lecturas/1769589/el-arte-murio-con-la-religion-y-la-sociedad-tradicional.html>

Elola, J. (2008) “El tam-tam de los nativos digitales”, El País egunkarian, 2008ko abenduaren 21ean argitaratua.

http://www.elpais.com/articulo/sociedad/tamtam/nativos/digitales/elpepisoc/20081221elpepisoc_1/Tes

Eustat, (2008), Denbora-aurrekontuen inkesta.

http://www.eustat.es/estadisticas/idioma_c/tema_173/opt_0/ti_Uso_social_del_tiempo/temas.html

Eustat, (2009) Inkesta - Informazioaren Gizartea-Familiak.

http://www.eustat.es/estadisticas/idioma_c/tema_133/opt_0/ti_Poblacion_usuario_de_Internet/temas.html

Fernández, L. (2010), Las redes sociales y el ocio, ¿de las calles al ordenador o del ordenador a las calles?

<http://www.slideshare.net/loretahur/las-redes-sociales-y-el-ocio-de-las-calles-al-ordenador-o-del-ordenador-a-las-calles>

Fource, H. (2009), Prácticas emergentes y nuevas tecnologías: el caso de la música digital en España, Fundación Alternativas.

<http://www.falternativas.org/occ-fa/documentos/practicas-emergentes-y-nuevas-tecnologias-el-caso-de-la-musica-digital-en-espana>

Garitaonandia, K. y Garmendia, M., (2007) Cómo usan Internet los jóvenes: hábitos, riesgos y control parental, EU Kids online.

<http://www.ehu.es/eukidsonline/INFORME%20FINAL-INTERNET.pdf>

Huizinga, J., (1987), Homo Ludens, Madril: Alianza Editorial

EIN, (2009), Biztanleen udal errolda

<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft20%2Fe245&file=inebase&L=0>

López Vidales, N. (2010) Preferencia juvenil en nuevos formatos de televisión: tendencias de consumo de jóvenes de 14 a 25 urte, OCENDI

<http://www.aeic2010malaga.org/upload/ok/359.pdf>

Martinez de Luna, I. (2010), Gazteen kultura: kode berriak, jarduera berriak, Kulturaren Euskal Behatokiaren Kultura 08-09n argitaratua.

NIELSEN, (2009), Global Faces and Networked Places,

http://blog.nielsen.com/nielsenwire/wp-content/uploads/2009/03/nielsen_globalfaces_mar09.pdf

Kulturaren Euskal Behatokia (2010), Kultura ohiturak, praktikak eta kontsumoari buruzko azterketa, 2007-2008, Gasteiz: Eusko Jaurlaritzaren Argitarapen Zerbitzu Nagusia.

http://www.kultura.ejgv.euskadi.net/r46-19123/es/contenidos/informacion/est_hp/es_est_hp/est_hp.html

Gazteriaren Euskal Behatokia (2010), Euskadiko gazteriaren egoeraren diagnostikoa, Gasteiz: Eusko Jaurlaritzaren Argitarapen Zerbitzu Nagusia.

http://www.gazteaukera.euskadi.net/r587657/es/contenidos/informacion/9265/es_5561/adjuntos/diagnostikoa.pdf

Gazteriaren Euskal Behatokia (2006), Identitatearen eta politikaren kultura berri baterantz. Euskal gazteriaren joerak, Gasteiz: Eusko Jaurlaritzaren Argitarapen Zerbitzu Nagusia.

http://www.gazteaukera.euskadi.net/r587657/es/contenidos/informacion/9265/es_5561/adjuntos/20_Nueva_cultura_identidad_y_politica_cPDF

Prensky, M. (2001), *Digital Natives, Digital Immigrants*, de *On The Horizon*, MCB University Press.
<http://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>

Sánchez Burón, A., Rodríguez, L., Fernández, M.P. (2009), *Los adolescentes en la red*,
http://www.ucjc.edu/index.php?section=estudiante-2_0/redes-sociales

Suárez, G. (2010), "La historia viva del videojuego", *El País* en argitaratutako erreportajea, 2010eko maiatzaren 23an.
http://www.elpais.com/articulo/portada/historia/viva/videojuego/elpepusoceps/20100523elpepspor_6/Tes