



Kulturaren
Euskal Behatokia
Observatorio Vasco
de la Cultura

Laburpen
exekutiboa

Publikoen segmentazioa: EAEko parte-hartze kulturalaren patroiak eta profilak

Parte-hartze Kulturalari
buruzko 2024ko Inkestaren
emaitzen azterketa



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

KULTURA ETA HIZKUNTZA
POLITIKA SAILA

DEPARTAMENTO DE CULTURA
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA

Laburpen exekutiboa

Parte-hartze kulturalari buruzko inkesta handi bat egiteak kulturaren eremuan herritarren portaeraren eta iritzien argazki orokor bat lortzea ahalbidetzen du, kulturak duen garrantzi sozial handia kontuan hartuz bereziki. Orokorrean garapen pertsonalerako eta baita gizartearen grapenerako ere funtsezkoak diren praktika sozial batzuez ari gara.

Kulturarako sarbidean pertsonak dituzten partaidetza-patroi edo ereduak, motibazioak eta aurre egin beharreko zailtasun-faktoreak sakonki ezagutzeak hobetzeko arloak eta jarduteko aukerak identifikatzen laguntzen digute. Gainera, azterlan mota honek sarbiderako desparekotasunak eta arrakalak atzematea ahalbidetzen du, konpondu beharrekoak direnak eskaintza kultural inklusiboagoa eta eskuragarriagoa bermatzeko.

Arrazoi horregatik EAEko Parte-hartze Kulturalari buruzko Inkesta Kulturaren Euskal Behatokiaren eragiketa estrategiko bat da. Gauza bera esan daiteke txosten honi buruz, izan ere, datuek eskaintzen dituzten aukera guztien barruan, zehazki parte-hartze kultureko patroiak eta profilak atzematera bideratzen baita.

Zer parte-hartze kultureko patroiak mota daude EAEn? Nolakoak dira patroiak horiek garatzen dituzten pertsonak?

Horiek dira oinarritzko ikerketa-galderak herritarrengan oinarritutako begirada batetik publikoen ezagutzan sakontzeko helburuarekin, politiken orientabide eta diseinurako esanguratsua den ezagutzarako, herritar guztien begirada orokor bat lortuz.

Helburu horretarako, txosten honek, lehenik, emaitzen ondo informatutako irakurketa baterako gako kontzeptual eta metodologikoak aurkezten ditu. Bigarren lekuan, bloke nagusiak atzemandako parte-hartze patroiak aurkezten ditu, bai eta patroiak horietan biltzen diren pertsonen ezaugarriak ere. Lanaren zati nagusia da eta, azken batean, emaitzen sintesi eta interpretazio global batekin ixten da, nabarmenena aipatzeko azken apartatu labur batekin batera.

Profil bakoitzaren fitxa

Omniborismo bizi-bizia		Kultura-zale handien prototipoa
Biztanleriaren % 8,64	113,95 € Hileko gastua kulturean	Asko egiten dute eta askotarikoa

Profil kulturala

Kultur jarduera guztietan parte-hartze oso handia, bai errezeptiboetan bai aktiboetan.

Dantza, museo eta arte-galerietarako maiztasun handiko asistentzia.

Antzerki, kontzertu eta zinemarako asistentzia oso nabarmena.

Asoziazionismoan eta praktika artistiko amateurretan inplikazio handia.

Liburutegien maiztasun handiko erabilera eta irakurketa oso bizia.

Oso aktiboak praktika digital errezeptiboetan eta aktiboetan.

Profil soziologikoa

Hezkuntza-titulazio altuak dituzte, unibertsitate-tituludunen kontzentrazio handia.
Diru-sarrera ertainen maila.

Kulturak motibatu egiten ditu, axola zaie eta identifikatu egiten ditu.
Are gehiago parte hartuko lukete eskaintza zabalagoa balego.

Kultur praktika handia haurtzaroan.
Gurasoen hezkuntza-maila handia.

Kirol-praktikaren, tabernen eta online telesailen aldeko zaletasun hedatua.

Balaunaldiarteko talde bat da baina gaztarorako joerarekin.
Hiriburuetan eta hiri handietan bizi dira bereziki.

Publikoen segmentazioa: EAEko parte-hartze kulturalaren patroiak eta profilak
Parte-hartze Kulturalari buruzko 2024ko Inkestaren emaitzen azterketa

Omniborismo lasaia		Askotariko menua irakurketa azpimarratuta
Biztanleriaren % 8,28	75,46 € Hileko gastua kulturalan	la edozertaz gozatzen dute edozein formatutan

Profil kulturala

Parte-hartze kultural oso handia, baina omniboro bizi-biziek baino gradu bat beherago.	Irakurketa oso handia eta liburutegien erabilera liburuen maileguaz haratagokoa (jardueretara bertaratzea).	Intentsitate ertaineko asistentzia antzerkira, zinemara, kontzertuetara eta museotara.
Intentsitate baxua dantzan, hitzaldietan eta arte-galerietan.	Praktika digitalen gauzatze handia, batez ere formatu errezeptiboan.	Asoziazionismo eta praktika artistiko amateur garrantzitsuak, baina ez nabarmenak.

Profil soziologikoa

Unibertsitate-tituluen kontzentrazio handia. Diru-sarrera ertainen maila.	Esperientzia errezeptibo kulturalen eragin positiboa eta, bereziki, esperientzia aktiboena, haurtzaroan.	Balaunaldiarteko talde bat da baina gaztarorako joerarekin. Seme-alabekin bizi dira proportzio handiagoan.
Kulturak pertsonalki errerealizatzen ditu, naturala suertatzen zaie eta identifikatu egiten ditu. Are gehiago parte hartuko lukete eskaintza zabalagoa balego.	Kirol-praktikaren, paseatzearen, tabernen eta online telesailen aldeko zaletasun hedatua. Etxeko lanera dedikazio handiagoa.	

Publikoen segmentazioa: EAEko parte-hartze kulturalaren patroiak eta profilak

Parte-hartze Kulturalari buruzko 2024ko Inkestaren emaitzen azterketa

Aktiboak eta konektatuak		100% digitalak eta ikus-entzunezko kontsumoa
Biztanleriaren % 14,6	76,46 € Hileko gastua kulturalan	Kultura ikusten eta sortzen dute, bai online ere

Profil kulturala

Presentzialaren eta analogikoaren eta digitalaren arteko parte-hartze ertaina eta orekatua.

Irakurketa-intentsitate aldakorra taldearen barruan.

Gutziz digitalak (errezeptibotik aktibora eta tradizionalenetik modernoenera).

Presentzialean, interes handia zinemagatik eta kontzertuengatik.

Praktika artistiko amateurrek egiteko eta asoziazionismoarako joera nabarmena.

Maiztasun puntuala antzerkian eta museoetan.

Profil soziologikoa

Praktika kultural aktiboa haurtzaroan. Gurasoen hezkuntza-maila ertaina.

Kulturaren balio pertsonala batezbestekoaren gainetik. Hesi psikologiko eta ezagutzako hesirik gabe. Gehiago parte hartuko lukete joateko lagunik edukiko balute.

Zailagoa egiten zaie hilabete bukaerara iristea. Batezbestekotik beherako diru-sarrerak. Hezkuntza-maila altua.

Lan produktiboaren batezbesteko altuena dute ozta-ozta. Denbora libre gutxiagoko taldea.

Talde gazteena da denetan. Euskaldunen proportzio handiagoa. Seme-alaben presentzia txikia.

Beste zaletasun gehiagoko eta intentsitate handiagoko taldea. Sareen erabilerarekiko eta online teleasailekiko zaletasun oso zabaldua. Kirolaren praktikarekiko, tabernetara joateko eta *streaming* eta bideo-jokoekiko zaletasun nabarmena.

Publikoen segmentazioa: EAEko parte-hartze kulturalaren patroiak eta profilak

Parte-hartze Kulturalari buruzko 2024ko Inkestaren emaitzen azterketa

Kontsumo klasiko ertaina		Kultur kontsumitzaileen tropela
Populazioaren % 26.06	77,41 € Hileko gastua kulturalan	Ez asko eta ez gutxi eta ia denetik errezeptiboan, digitala barne

Profil kulturala

Presentzian eta ohikoenean zentratutako noizean behingo parte-hartzea (kontzertuak, zinema, antzerkia).	Museoetarako bisitaldi puntualak nabarmentzen dira.	Praktika artistiko eta jardura digital aktiboen maila baxuak baina badaudenak.
Asoziazionismo praktikoki nulua.	Intentsitate aldakorreko irakurleak.	Errezeptiboetan bakarrik zabalduko praktika digitalak.

Profil soziologikoa

Bitarteko posizioa herediatutako kapital kulturalari dagokionez.	Batezbesteko hezkuntza-maila ona, unibertsitateen gehiengoarekin. Zailtasun ekonomikorik gabe.	35etik 54 urte arteko helduen presentziak markatutako taldea. Hiriburuak eta hiri handiak.
Seme-alabekin bizi dira batezbestekoa baino proportzio handiagoan. Gizonen kontzentrazio pixka bat handiagoa.	Karakterizazio psikologikoko itemetan bitarteko posizioa.	Kirolaren praktikarekiko zaletasun handia, bai eta online telebista eta sareekikoa, tabernetara joateko eta paseatzeko. Lan produktiborako dedikazio-batezbesteko handiagoa.

Publikoen segmentazioa: EAEko parte-hartze kulturalaren patroiak eta profilak

Parte-hartze Kulturalari buruzko 2024ko Inkestaren emaitzen azterketa

Aldian behingo analogikoak		Gutxi eta analogikoa kontsumitzen dute
Biztanleriaren % 6.72	56,45 € Hileko gastua kulturalan	Nolabaiteko aniztasuna, baina maiztasun txikia

Profil kulturala

Intentsitate baxuko parte-hartzea eta analogikoan zentratua.	Oso noizean behingo irakurketa.
Praktika digital anekdotikoak.	Praktika artistiko amateurretan eta jarduera asoziatiboan inplikazio urria.

Profil soziologikoa

Kultur praktika txikia haurtzaroan. Gurasoen hezkuntza-maila urria.	Hezkuntza-titulazio oso zeharkakoa, nahiz eta bigarren hezkuntzako kontzentrazioarekin. Zailtasun ekonomiko txikiak, batezbestekoaren pareko diru-sarrerekin.	55 urtetik gorakoen presentzia handia, bereziki 64tik gorakoena. Emakumeen kontzentrazio handiagoa.
Kulturaren balioa batezbestekoan. Informazio-maila kulturala maila onerako joerarekin. Hesi psikologikoak eta ezagutza-hesiak batezbestekoan.	Batezbestekoak baino denbora libre gehiago duen taldea (lan produktiboak oso denbora gutxi kentzen die batez beste, nahiz eta etxeko lanean oso goitik dauden).	Paseatzeko eta telebista ikusteko zaletasuna batezbestekotik gora.

Publikoen segmentazioa: EAEko parte-hartze kulturalaren patroiak eta profilak

Parte-hartze Kulturalari buruzko 2024ko Inkestaren emaitzen azterketa

Digital errezeptiboak		Digitalak, ikus-entzunezkoak eta aldian behingo irakurleak
Biztanleriaren % 25.13	40,53 € Hileko gastua kulturean	Kontsumo digitalean nabarmentzen dira

Profil kulturala

Kontsumo errezeptibo bat egiteko bitarteko digitalen erabilera-maiztasun handia.	Jarduera presentzialetan oso parte-hartze kultural urria, zineman, kontzertuetan eta neurri txikiagoan antzerkian zentratua.	Oso intentsitate txikiko irakurketa.
Jarduera asoziatibo nulua.	Formatu digital aktiboetan jarduera urria.	

Profil soziologikoa

Sozializazio kultural baxua haurtzaroan.	Lanbide-heziketaren pisu garrantzitsua, unibertsitate-maila izanik atzetik.	Zailtasun ekonomiko markatuagoak, nahiz eta ez diren diru-sarrera txikiak dituztenak.
Publiko ez hain aktiboan artean, nabarmen gazteagoak dira.	Artea eta kultura beraiek bezalako jendearentzat ez direla sentitzen dute. Informazio kultural urria dute.	Zaletasun nabarmenena sare sozialak dira, telesailak eta paseatzea.

Publikoen segmentazioa: EAEko parte-hartze kulturalaren patroiak eta profilak
Parte-hartze Kulturalari buruzko 2024ko Inkestaren emaitzen azterketa

Publikoa ez dena		Asko urrundutako taldea eta interes gutxi duena
Populazioaren % 10,57	14,95 € Hileko gastua kulturean	Urrunduak eta asko markatutako hesiekin

Profil kulturala

Edozein parte-hartze modutan jarduera minimoa edo nulua.	Antzerki, dantza edo zinemarako asistentzia oso-oso urria.	Termino erlatibotan (kontsumo kultural oso baxuko testuingurua), irakurketaren probabilitatea nabarmentzen da.
Kontzertuak eta praktika artistiko amateurren bat kasu anekdotikoetan.	Neurri bateko kontsumo digitala, baina errezeptiboa eta erro analogikokoa (online irakurtzea, ikuskizunak edo erakusketak online ikustea...).	Asoziazionismo nulua eta praktika digital aktiboak.

Profil soziologikoa

Hautzaroko sozializazio kultureko indizerik txikiena daukate.	Ikasketarik gabeko pertsonen edo derrigorrezko lehen eta bigarren hezkuntzakoak dituzten pertsonen kontzentrazioa. Zailtasun ekonomiko markatuak, diru-sarrera baxuenekin.	64 urteak gainditzen dituzten pertsonen pisu handieneko taldea. Emakumeen kontzentrazio handiagoa.
Ezagutza-hesia eta hesi psikologikoa markatuagoak. Ez lukete gehiago parte hartuko hurbilean eskaintza zabalagoa balego. Prezioa ez da arazoa.	Denbora libre gehien duen taldea (batezbesteko adina kontuan hartuz, lanak oso denbora gutxi hartzen die, nahiz eta etxeko lanean batezbestekotik gora egon).	Paseatzen eta telebista ikusten batezbestekotik gora daude. Ez dute sare sozialik erabiltzen eta ez dute denborarik ematen tabernetan.

Alderdi nabarmenak

Txosten honek EAEko 2024ko Parte-hartze Kulturalaren Inkestaren emaitzak aurkeztu ditu biztanleengan parte-hartze kulturalako profil eta patroiak identifikatzeko helburuarekin. Ezagutza hau baliagarria da herritarrek artearekiko eta kulturarekiko dituzten desberdintasunak eta lehentasunak ezagutzeko eta politika kultural informatuagoetan aurrera egiteko; ebidentzia enpirikoari babesak emanaz orientatu ahal izateko eta bere helburuak lortzeko ahaleaginean hobetzeko.

EAEko publiko kulturalen segmentazioak zazpi profil desberdindu erakusten ditu, parte-hartzearen intentsitatearen eta motaren arabera: *omniboro bizi-bizietatik ez-publikoraino*. Sailkapen honek gehiago nork parte-hartzen duen atzemateaz gain, nola egiten duen ere atzematen du: jarduera aniztasun gehiagorekin edo gutxiagorekin, formatu presentzialetan, digitaletan, aktiboetan edo errezeptiboetan. Hiru talde aktiboek biztanleriaren % 31,5 biltzen dute, eta aktibitate gutxieneko hiruek % 42,4 batzen dute.

Profil bakoitza praktika kulturalen konbinazio espezifikoen arabera eratzen da, ez bakarrik bolumenagatik. Talde batzuek kontsumo digitaleranzko lehentasunezko joera bat erakusten dute (*digital errezeptiboa bakarrik*), beste batzuek analogikoa digitalarekin konbinatzen dute (*aktiboak eta konektatuak*), eta batzuk ia bakar-bakarrik jarduera tradizional presentzialetan zentratzen dira (*kontsumo klasiko ertaina edo aldian behingo parte-hartze analogikoa*). Aniztasun horrek zera iradokitzen du, sarbide-mota, ohiturak eta motibazioak egindako jarduera kopurua bezain garrantzitsuak direla.

Hainbat faktore soziologiko nabarmentzen dira profilen egituratzaile gisa, hauek nabarmentzen direlarik:

- Adina bizi-ziklo gisa: honako hauekin lotutako alderdiak mugatzen edo kondentsatzen ditu: denbora libre, konpetentzia digitalak, testuinguru familiarra eta gaitasun ekonomikoa. Eragin handia dauka, klabe horretan ulertu daitekeena.
- Kapital kultural heredatua: Haurtzaroan praktika kulturalen eraginpean egon izana modu argian lotzen da helduaroko parte-hartze handiagoarekin, gaitasunak eskuratu direlako, gustuaren garapenagatik eta hesi psikologikoak saihesten dituelako agian.
- Hesi psikologiko eta jakintzakoak (“autoestimua kultural” baxua eta “alfabetizazio” artistikorik eza). Aldagai hauek indar esplikatibo indartsua dute eta ez dira beti kontuan hartzen. Parte-hartze baxuarekin estu lotuta daude, batzuetan modu independentean hezkuntza-mailarekiko edo beste aldagai garrantzitsuekiko.

Publikoen segmentazioa: EAEko parte-hartze kulturalaren patroiak eta profilak

Parte-hartze Kulturalari buruzko 2024ko Inkestaren emaitzen azterketa

Beste aldagai batzuek, diru-sarrerak, sexuak eta hiriaren tamainak eragin espezifikoagoak edo mugatuagoak dituzte. Ohar garrantzitsu bat, konplexutasun maila bat gehitzen duena zera da, parte-hartze kulturalarekin modu linealean erlazionatzen ez diren faktore batzuk badaudela: badira aldagai batzuk eta aldagai hauetako kategoria batzuk profil batzuetarako eragina dutenak, baina beste batzuetarako eraginik ez dutenak. Horregatik da profilen karakterizazio zabala (bakoitzaren **fixetan** laburbildua), eta hauen guztien irakurketa zeharkako edo konparatua, hain garrantzitsua egoera hobeto ulertzeko: kasu askotan kontraposizioak dira ezaugarri propioak nabarmentzen laguntzen dutenak.

Hemen aurkeztutako emaitzek publikoen segmentaziotik sustapenera itzultzeko potentziala daukate. Publikoen segmentazioa da ekintza estrategiko espezifikoaren orientabiderako oinarria. Modu orientatiboan, identifikatutako profiletatik abiatuta, kasu bakoitzerako ad-hoc neurriak asma daitezke:

- Omniboro bizi-bizirik (% 8,6): Oso aktiboak dira eta aliatu estrategikoak izan daitezke modu aktiboan, “prosumitzaile” moduan.
 - Programazio espezializatua, koprodukzio-guneak eta bitartekaritzarako edo boluntariotza kulturalerako aukerak eskaintzea beraiei.
- Omniboro lasaia (% 8,3): Asko parte hartzen dute baina bizi-bizirik baino intentsitate txikiagoarekin.
 - Jarraitasuna eta fidelizazioa sustatzea proposamen hibridoaren bidez (presentziala/digitala) eta sarbide familiarra edo taldekoa erraztea.
- Aktiboak eta konektatuak (% 14,6): Gazteak, aktiboak eta digitalak.
 - Sortzaile gisa duten rola indartzea programazio partizipatiboan, eduki digitalen lineako komunitateen sorkuntzan inplikaturik, eta beste gazte batzuekiko enbaxadore gisa jardun dezatela erraztea.
- Kontsumo klasiko ertaina (% 26,1): Talde majoritario eta egonkorra, baina gutxi inplikaturik.
 - Eskaintza konbentzionala dibertsifikatzea praktika berriak estimulatzeko (adibidez, aurretiko tailerrak, bisitaldi komentatuak).
- Aldian behingo parte-hartze analogikoa (% 6,7): Gutxi parte hartzen dute eta bakarrik tradizionalenean.
 - Eskuragarritasunarekin lotutako alderdiak indartzea, hurbiltasunetik jardutea eta konpromiso baxuko esperientzia sartzaileak erraztea.
- Digital errezeptiboa bakarrik (% 25,1): Publiko gaztea, digitalki konektaturik eta interesaturik baina praktika presentzialetatik urrundua.
 - Kontsumitzen duten eskaintza digitalarekin zubiak sortzea eta taldeko esperientziak erraztea.
- Ez publikoa (% 10,6): Urrundua eta metatutako hesiekin, adin aurreratukoa.
 - Bitartekaritza, komunitariotik eta beste eremu batzuekiko intersektioetik lan egitea (hezkuntza, osasuna, gizarte-zerbitzuak).