

## **7. atala.**

### **Irrati-kontsumoa**

Irrati-hargailua ezinbesteko ekipamenduaren zerrendan dago gure etxebizitzetan. Izan ere, informabide modura, baina baita ere konpainia eskainiz, lanean, etxekean eta handik kanpokoan, eta joan-etorrietan, irratia beti dugu piztuta.

Kontsumo-ordutegiari dagokionez, telebistaren antipodetan, goizetik eguerdira artekoa du eremurik ohikoena, lanegunetan sendoago.

Egunero irratia entzunez ematen ditugun minutuak, uhin ertainetik maiztasun modulatura eginiko bilakaera eta emanaldi tematikoek duten garrantzia aztertuko ditugu ondoko lerroetan.

Gainera, interesgarria da oso entzuleriaren perfilean sakontzea, izan ere, irratigintza konbentzionalaren eta tematikoaren artean alde handia baitago.

## 7. ATALA: IRRATI-KONTSUMOA

1. Etxebizitzaren ekipamendua
2. Irratia entzuten
  - Irrati-kontsumoaren bilakaera
  - Irratia entzuteko ordutegia
3. Irratien audientzia-kuotaren bilakaera
4. Perfilak
  - Estatu frantziarreko irrati-audientziaren eta irratigintza orotarikoaren eta tematikoaren entzulearen perfila
  - Estatu espainiarreko irrati-audientziaren eta irratigintza orotarikoaren eta tematikoaren entzulearen perfila (2003)
  - Euskal Autonomia Erkidegoko irrati-audientziaren, SERen, Radio Euskadiren eta Euskadi Irratiaren entzulearen perfila (2003).
5. Bibliografia
6. Gehigarriak
  - Intereseko webguneak

## 1. ETXEBIZITZAREN EKIPAMENDUA

Telebistarekin gertatu den bezala, irratia gure bizitzaren gorabeheretan erabat txertaturik dagoen hedabidea da. Aisialdian zein laneko orduetan entzuten da irratia, etxean, lantokian zein autoan. Gainera, irradiaren kontsumoa sarritan beste egin-behar batzuekin osagarria suerta daiteke, eta aldi bereko kontsumoaren aukera beti uzten du zabalik.

Liburu honen beste atal batean aipatu dugun modura (ikus 3. ataleko 1.1. azpiatala, 125. or.), hedabideen kontsumoa gizarte-denboraren aisia pasiboaren barruan sailkatzen da, eta hor azpimarratzekoa da telebistak duen garrantzia.

Irratiak, ordea, bestelako kontsumo-mota duelakoan gaude. Izan ere, aisialdi pasiboa osatzeaz gain, irratia oso presente dago, baita “lana eta prestakuntza” (203’), “etxeko lanak” (143’) eta “joan-etorriak” (68’) izeneko jardueretan (Eustat, 2003).

Gure bizitzen entzunezko dekoratuan irratia jokatzeko duen papera, informabide gisa duen bat-batekotasuna eta azkartasuna eta baita ere ahotsez eta musikaz jositako entretenimendu gisa duen balioa ikus daiteke kontsumoari dagokionez, baina baita ere etxebizitza ia-ia guztietan dagoelako irratihargailu bat baino gehiago, edota irratia non entzuten den ikusten badugu.

Etxekideen “oinarrizko” ekipamendu gisa hartuta edo —Estatu frantziarrean, esaterako— 5,6 dira etxebizitzako aurki daitezkeen hargailuak (irratikaseteak, HI-FI aparatuek, auto-irratia edota irratihargailuak barne). Omnipresentzia hori, gainera, ondoko taulan ikusten denez, oso zabaldua dago biztanleen artean.

	<b>EAE</b>	<b>NFK</b>	<b>HEH</b>	<b>EE</b>	<b>EF</b>
<b>Irrati-hargailua (edo zelangoa)</b>	98,4	98,6	98,4	96,1	99,1
<b>Irrati hutsa</b>	80,3	85,6	81,4	67,4	-
<b>Irratikasetea</b>	50,4	52,5	50,8	54,3	58,1
<b>Hi-Fi</b>	-	-	-	61,3	81,4
<b>Autoirratia</b>	65,1	63,2	64,7	62,7	81,8

Iturria: Euskal Autonomia Erkidegoa, Nafarroakoa Komunitate Forala eta Estatu espainiarra, AIMC, 2004; Hego Euskal Herria, AIMCtik abiatuz guk kalkulatu; eta Estatu frantziarra, Médiamétrie, 2003.

Lehen esandakoari jarraiki, jendeak irratia entzuteko zein leku eta momentu aukeratzeko duen ikus daiteke ondoko taulan. Bertan agerian gelditzen da sutondoko entzunaldiak garrantzia galduz doazela eta, aldiz, autokoak irabaziz. Kontsumoa ematen deneko tokiei dagokinez ere, Estatu bien arteko aldea nabaria da.

**Irratia entzuteko tokia (astelehenetik ostiralera)**

		<b>Etxean</b>	<b>Autoan</b>	<b>Lantokian</b>	<b>Bestelakoetan</b>
<b>Estatu frantziarra</b>	<b>1998</b>	62	18,9	15,3	3,8
	<b>2001</b>	56,2	22,3	17,7	3,9
	<b>2002</b>	55,7	22,8	17	4,5
	<b>2003</b>	55,3	23,9	16,6	4,2
<b>Estatu espainiarra<sup>1</sup></b>	<b>1998</b>	45,4	9,3	7,3	1,1
	<b>2001</b>	41,4	11,9	7,9	1,1
	<b>2002</b>	41,9	13,6	8,3	1,1
	<b>2003</b>	60,5	13,5	24,7	1,3

Iturria: Estatu espainiarra, AIMC, 2004 eta Estatu frantziarra, Médiamétrie, 2001-2004.

**2. IRRATIA ENTZUTEN**

Hedabide honek herritar askoren egunerokoan duen lekua handia da. Presentzia hori adierazteko, zenbatengana heltzen den eta audientzia osatzen duten horien dedikazioa dira neurgarri gisa erabiltzen direnak.

Berehala ikusiko dugunez, erkatuz gero Estatu espainiarrean eta frantziarrean irratia egunean zenbat minutuz entzuten den, desberdintasunak nabarmenak dira. Kopuru horien bitartean kokatzen da euskaldunona<sup>2</sup>.

**2.1. Irrati-kontsumoaren bilakaera**

Kontsumoari dagokionez, oso egunerokoa den irratia ez du toki guztietan denbora-tarte berbera betetzen. Hala nola, Estatu frantziarrak, audientziari dagokionez ikusi dugunaren ildotik, espainiarraren gainetik kokatzen da, eta bere horretan mantentzen da azken urteotan. Euskal Herri baitako eremu geopolitiko desberdinak Estatu bien arteko batezbestekoa zirriborratzen ari direla dirudi, ikus bestela ondoko taula.

1. AIMCren kasuan ez da zehazten astelehenetik ostiralera edo aste osoa kontuan hartzen ote den.

2. Azpiatal honetako edukian sakontzen dugun neurrian, metodologia nabarmendu behar da: CIESen eta AIMCren ikerketetan 14 urtetik gorako pertsonak eta Médiamétrie-ren kasuan 13tik gorakoak izan direla kontabilizatuak. Bestalde, lehen biek egun osoa aztertzen dute, eta Estatu frantzirreko ikerketa-enpresak, berriz, 05-24 orduetgia erreferentziatzat hartzen duena.

## Irratiaren audientziaren bilakaera

	EAE		NFK		HEH		EE	EF
	CIES	AIMC	CIES	AIMC	CIES	AIMC	AIMC	Médiamétrie
<b>1992</b>							52,4	77
<b>1993</b>							52,9	78,2
<b>1994</b>							55,4	79,2
<b>1995</b>							56,5	79
<b>1996</b>							56,6	79,1
<b>1997</b>							55	80
<b>1998</b>							53,5	81,4
<b>1999</b>							53	83,3
<b>2000</b>							52,9	83,7
<b>2001</b>	55,9		50,9		54,9		52,4	83,6
<b>2002</b>	56,2		51,3		55,2		54,7	83,3
<b>2003</b>	58,9	66,8	54	55,6	57,9	64,5	57,9	85,2 <sup>3</sup>

Iturria: Estatu espainiarerako AIMC, 2004 eta frantziarrrerako Médiamétrie eta Lagardere Active Publicité; EAerako eta NFKrako CIES eta HEHren kasuan guk eginiko kalkuluak.

## Irrati-kontsumoaren bilakaera; minututan

	EAE	NFK	HEH	EE	EF <sup>4</sup>
<b>1994</b>				103	152,9
<b>1995</b>				101	152,5
<b>1996</b>				102	150,3
<b>1997</b>				100	151,2
<b>1998</b>				96	153,9
<b>1999</b>				95	-
<b>2000</b>	102	96	100,8	95	-
<b>2001</b>	101	91	99	94	-
<b>2002</b>	109	125	121	103	158,3
<b>2003</b>	133	113	128,9	117,7	155

Iturria: Euskal Autonomia Erkidegoa, Nafarroako Komunitate Forala eta Estatu espainiarra, AIMC, 2004; Hego Euskal Herria, AIMCtik abiatuz guk kalkulatuak; eta Estatu frantziarra, Médiamétrie.

3. Kontuan hartzekoa da Akitaniarako audientzia %84,8koa dela eta Ipar Euskal Herria erregio-administratibo horren baitan dagoela kokatua.

4. Médiamétrie-ren txostenak ikasturtearen arabera antolatuta datoz (esaterako, 2002ko iraila-2003 ekaina), guk, hala ere, urte naturala erabiliko dugu etiketa gisa, esaterako; adibidean, 2003 markatuko dugu.

## 2.2. Irratia entzuteko ordutegia

Ia bi orduz irratia entzuteak ez du derrigorrez esan gura entzunaldi hori hasi eta segidan egiten denik. Izan ere, entzuleriaren batez besteko kopuruak aztertuta, irratia entzunez ematen ditugun minutuetatik ia erdia goizean gertatzen da eta, gero, gainontzeko ordu-tarteak antzerakoak egun osoan zehar.

### Irratia entzunez emaniko minutuen banaketa; Estatu espainiarra

	Egunak			
	Aste osoa	Astelehena-Ostirala	Larunbata	Igandea
<b>06:00-12:00</b>	46,9	52,7	35,8	29,2
<b>12:00-16:00</b>	24,8	26,8	22,4	17,5
<b>16:00-20:00</b>	20,7	22,3	14,6	19
<b>20:00-06:00</b>	25,3	26,2	21,1	25,3
<b>Guztira</b>	117,7	127,9	93,8	90,9

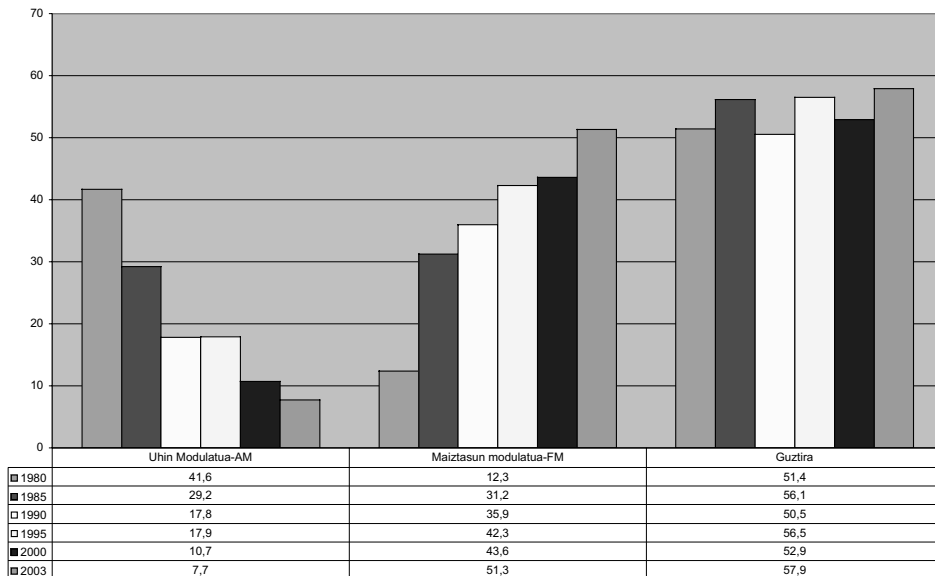
Iturria: AIMC, 2004.

Aurreko taulak markatzen duen joerari jarraiki, eta ordutegi horietan lortzen diren audientziak aztertuta, irrati-kontsumoaren kokapen tenporala nolakoa den ikus daiteke. Ondoko taulan, gainera, Estatu espainiarreko telebistaren kontsumoaren patroia sartu dugu, bi hedabide horiek oso kontsumo-ordutegi desberdina dutela agerian uzteko. Grafikoan ikusten da, gainera, Estatu frantziarrean, irrati-gintzak askoz ere hedapen-maila altuagoa duela.

## 3. IRRATIEN AUDIENTZIA-KUOTAREN BILAKAERA

Azpiatal honetan, uhinetan aurki daitezkeen irratiek zenbateko audientzia-kuota eskuratzeko gauza diren ikusiko dugu. Hala ere, interesgarri deritzogu, joera nagusien mugari gisa, uhin- eta emisio-motari dagokionez azken urteotan eman diren aldaketak aztertzeari, labur bada ere. Jakina baita biak oso erlazionatuta daudela, irratigintzan gertaturiko berrikuntza teknologikoak eta edukietan ezagutu ditugun aldaketak kausa-ondorio kate berekoak direla. Ondoko taulan ikus daiteke nola uhin modulatuaren garrantzia galduz doan eta kontrako bidea hartu zutela aspaldi maiztasun modulatuan aritzen diren emisorek. Azken horien kalitatea, ahalbidetzen duen segmentazio geopolitiko eta, bereziki, irratigintzaren espezializazio tematikoa errazteak ekarri du FMren gorakada etengabea.

**Irrati-audientziaren eta uhin-motaren bilakaerak; Estatu espainiarra  
(1980-2003) (AIMC)**



Bestalde, emisio-motari dagokionez, irratigintza tematikoaren hazkundera eta orotarikoaren beherakada motela agerian gelditzen dira honako taulan. Joera hori, bestalde, modu bertsuan gertatzen da Estatu frantziarrean, eta, orain arte ikusi ditugun datuen arabera, Euskal Herrian ere bai.

**Irrati-audientzia emisio-motaren arabera;  
Estatu espainiarra eta frantziarra<sup>5</sup> (1990-2003)**

	Estatu espainiarra				E. frantziarra	
	1990	1995	2000	2003	2003	2004
<b>Orotarikoa</b>	34,6	38,7	30,8	31,4	38,1	37,9
<b>Tematikoa</b>	20,5	23,7	24,6	29,1	61,9	62,1
<b>Irratia guztira</b>	50,5	56,5	52,9	57,9	86,8	84,8

Iturria: AIMC, 2004 eta Médiamétrie, 2004.

Aurrekoak dira irradi- eta uhin-motari dagozkion datak, ikus dezagun orain zelakoa den irradi-emisora bakoitzak eskuratzen duen merkatu-kuota. Horretarako, telebistarekin egin genuen bezala, eremu geopolitiko desberdinak hartu ditugu:

5. Estatu frantziarraren kasuan, "Tematikoa" etiketapean sartu dugu orotarikoa ez den guztia. Baina, zalantzarik ez dago ezen Médiamétrie-k egiten dituen kalkuluen arabera, "Tematikoa" delako multzoan denetarikoa daudela, baita emisio-eremu txikikoak direnak eta programazio orotarikotik oso hurbil dauden irratik ere.

Euskal Autonomia Erkidegoa, Nafarroako Foru Komunitatea, Estatu espainiarra eta frantziarra.

Lehen taula honetan, 2003an Hego Euskal Herriko komunitate autonomo bietako berezitasunak ager daitezzen, berezita emango ditugu datuak; ondoko grafi-koan, aldiz, Hego Euskal Herria bere osotasunean ageri da. Horretarako, irrati-emisora bakoitzaren batezbestekoa eta entzule diren guztien arteko kuota kalkulatu ditugu (bikoizketak barne).

**Euskal Autonomia Erkidegoa, Nafarroako Foru Komunitatea eta Hego Euskal Herriko irrati-audientzia; absolutuak eta audientzia-kuotak (2003)**

	EAE		NFK		HEH	
	Abs.	%	Abs.	%	Abs.	%
SER Formula	149.000	12,9	30.000	11,5	179.000	12,6
SER Orotarikoa	251.000	21,7	39.000	14,9	290.000	20,4
RNE 1	85.000	7,3	26.000	10,0	111.000	7,8
COPE	60.000	5,2	40.000	15,3	100.000	7,0
Onda Cero	62.000	5,3	28.000	10,7	90.000	6,3
Cadena 100	29.000	2,5	14.000	5,4	43.000	3,0
RNE Formula	-	0,0	24.000	9,2	24.000	1,7
Radio Euskadi	242.000	20,9	12.000	4,6	254.000	17,9
R. Universidad	-	0,0	8.000	3,1	8.000	0,6
Euskadi Irratia	61.000	5,3	8.000	3,1	69.000	4,9
Kiss FM			22.000	8,4	22.000	1,5
R. Europa			7.000	2,7	7.000	0,5
Net 21			3.000	1,1	3.000	0,2
Nervión-Gorbea	97.000	8,4			97.000	6,8
Popular	64.000	5,5			64.000	4,5
Euskadi Gaztea	59.000	5,1			59.000	4,2

Iturria: CIES, 2003en datuetatik guk eginiko kalkuluak.

Esana dugun bezala, audientzia-kuota horiek ez dira tamaina berekoak izan azken urteotan. Hori dela eta, ikus ondoko grafikoa, non irrati-emisora bakoitzak entzuleriaren zati bat bereganatzen duen.



## Estatu espainiarreko irrati-audientzien kuoten bilakaera

		Estatu espainiarra				
		1995	2000	2001	2002	2003
<b>Orotarikoa</b> (% 100)	<b>SER</b>	23,7	34,2	34,3	35,2	39,8
	<b>Onda Cero</b>	17,7	14,8	19,9	18,4	16,9
	<b>RNE 1</b>	12	15,3	14,4	14,2	-
	<b>COPE</b>	22	16,4	12,8	12,8	12,3
	<b>Catalunya R.</b>	3,4	4,9	4,4	4,3	4,5
	<b>Sur Radio</b>	1,7	1,6	2,2	2,2	2,2
	<b>R. Euskadi</b>	0,9	1,1	1,4	2	2
	<b>R. Galega</b>	0,9	0,9	0,9	1	1
	<b>RAC 1</b>	-	-	0,1	0,4	0,8
	<b>Com Radio</b>	-	0,6	0,6	0,5	0,6
	<b>Ona Catalana</b>	-	-	0,4	0,5	0,5
	<b>Euskadi Irrat.</b>	0,3	0,3	0,2	0,5	0,5
	<b>Radio 9</b>	0,7	0,3	0,3	0,2	0,3
	<b>R. Vitoria</b>	-	-	0,1	0,2	0,2
<b>Bestelakoak</b>	36,7	9,6	8	7,6	18,4	
<b>Tematikoa</b> (% 100)	<b>C40</b>	27,1	26,4	25,1	24,3	21,3
	<b>Dial</b>	21	18	17,7	17,4	14,9
	<b>Kiss FM</b>	-	9,2	-	-	9,8
	<b>C100</b>	8,6	7,4	8,6	7,7	6,9
	<b>M80</b>	6	0,6	7,7	5,9	3,9
	<b>Canal Fiesta R.</b>	0,7	5,6	2	4,1	3,8
	<b>Radio Olé</b>	4,5	2,1	5,7	5,1	3,8
	<b>Bestelakoak</b>	32,1	30,7	33,2	35,5	35,6

Iturria: AIMC, 2004

### Estatu frantziarreko irrati-audientzien kuotak (1998-2004)

	Estatu frantziarra <sup>6</sup>						
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
<b>Europe 1</b>	6,1	6,8	7,8	9,5	7,8	8	8,5
<b>France Inter</b>	10,8	10	9,7	10,2	10,5	10,5	9,6
<b>RMC Info</b>	3,1	2,1	2	1,3	1,6	2,3	2,6
<b>RTL</b>	18,5	17,6	18,3	13	13,5	11,5	12
<b>Sud Radio</b>	0,9	1	0,9	1,1	1	1	0,9
<b>Chérie FM</b>	3,8	4,3	3,5	4	3,9	3,9	4,6
<b>Europe 2</b>	4	4,5	2,6	2,9	3,9	4,5	4,2
<b>Fun Radio</b>	2,9	2,9	3,3	4,6	4	3,8	3,3
<b>MFM</b>	1,1	1,1	1	1,2	1	1,1	1
<b>Nostalgie</b>	3,9	5,8	6,6	6,6	6,7	6,1	6,2
<b>NRJ</b>	6,8	7,8	6,2	7,5	7,1	7,5	7,2
<b>RFM</b>	3,4	3,3	3,1	3,1	2,8	3,2	3,5
<b>Rire et chansons</b>	-	1,6	1,8	1,8	2	1,9	1,6
<b>RTL 2</b>	2,9	2,9	2,8	2,7	2,7	2,9	2,8
<b>Skyrock</b>	3,5	3,9	4,1	3,8	4,7	4,1	4,6
<b>France Info</b>	4,5	4,7	5,2	4,5	4,5	4,2	3,6
<b>Bestelakoak</b>	23,8	19,7	21,1	22,2	22,3	23,5	23,8

Iturria: Médiamétrie eta UDA SJTIn (1999) aipatuak eta Les Independents-en Tout la Radio Regionale (<http://www.lesindependants.com>) webguneko informazioa. Urte bakoitzeko lehen olatuko datuak erabili ditugu; urtarrila eta martxoa bitartekoa.

### Ipar Euskal Herriko irrati-audientzia metatua (2002-2003, 2003-2004)

	Ipar Euskal Herria	
	2002-2003	2003-2004
<b>NRJ</b>	22	18,1
<b>France Bleu Pays Basque</b>	15,3	16,1
<b>France Inter</b>	16,4	13,9
<b>Europe 2</b>	11,5	12
<b>France Info</b>	11,3	11
<b>RFM</b>	10,8	11
<b>RTL</b>	8,9	9,2
<b>Europe 1</b>	9,1	
<b>RTL 2</b>	8,5	
<b>RMC Info</b>	6,9	
<b>Sud Radio</b>	4,5	
<b>Irulegiko Irratia</b>	3,6	
<b>France Musiques</b>	3,2	
<b>France Culture</b>	2	
<b>Gure Irratia</b>	1,8	
<b>Nostalgie</b>	1,7	
<b>Bon Humeur</b>	1,2	
<b>Fun Radio</b>	0,6	
<b>Xuberuko Boza</b>	0,5	

Iturria: Médiamétrie (2002-2003, 2003-2004).

6. Kasu guztietan urteko audientzia metatu ez dugunez, urtarrila-martxoa bitarteko epea hartu dugu. Iturria, beti bezala, Médiamétrie-ren 75.000 inkesta.

**EITB taldeko irradi-emisoren audientzia metatua; 1998-2004; milakotan.**

<b>Hego Euskal Herria (000)</b>							
	<b>1998</b>	<b>1999</b>	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004<sup>7</sup></b>
<b>Euskadi Irr.</b>	84	72	71	70	71	69	69
<b>R. Euskadi</b>	147	168	175	180	190	230	260
<b>R. Vitoria</b>	25	23	28	25	25	25	34
<b>Euskadi Gaztea</b>	62	62	55	63	56	62	58
<b>EITB Irratia</b>	-	-	-	5	5	14	10
<b>Guztira EITB</b>	318	325	329	343	347	400	431

Iturria: CIESen datuetan oinarrituta.

**4. PERFILAK**

Eskaintzaren eta kontsumoaren arteko erlazioaz arituko gara ondoren, labur-labur. Horretarako, eremu sozio-demografiko desberdinak erabiliko ditugu. Lehenean, unibertsoa (13 ala 14 urtetik gorako pertsonak, oro har) eta irradi-audientzia aztertuko ditugu. Orokorrenak dira, eta interesgarriak oso, irratia entzuten dutenen izaera sozio-demografikoa nolakoa den azaltzen digutelako.

Gero, orokorretik zehatzagora jauzi eginez, irradi-merkatuan dauden eskaintza desberdinek (prototipikoak diren batzuk besterik ez ditugu erabiliko) landuko ditugu. Modu honetara jakin ahal izango dugu irradi-entzuleen multzotik zenbatek aukeratzen duten irradi bakoitza eta, beraz, tematikoa, orotarikoa ala irradi-formula erabiltzen duen irratia nolakoa duen entzulegoa.

**4.1. Estatu frantziarreko irradi-audientziaren eta irratigintza orotarikoaren eta tematikoaren entzulearen perfila, (Médiamétrie, 1998)**

<b>Talde sozio-demografikoa</b>						
		<b>Unibertsoa</b>	<b>Irrati-audientzia</b>	<b>Europe 1</b>	<b>France Inter</b>	<b>NRJ</b>
<b>Adina</b>		<b>% 100</b>	<b>% 100</b>	<b>% 100</b>	<b>% 100</b>	<b>% 100</b>
	<b>15-19</b>	8,2	8,9	2	1,7	24,1
	<b>20-24</b>	7,6	8,3	4,4	4,4	20,1
	<b>25-34</b>	17,8	18,6	9,2	9,6	30,4
	<b>35-49</b>	26,8	27,8	24	30,1	20,3
	<b>50-59</b>	14,1	14,2	22,7	18,1	3,9
	<b>&gt;60 urte</b>	25,5	22,3	37,7	36,1	1,4
<b>Sexua</b>	<b>Gizonezkoa</b>	48,5	50,2	59,5	53,3	49,2
	<b>Emakumezkoa</b>	51,9	49,8	40,5	46,7	50,8

Iturria: Médiamétrie, 1998. TSJIn (1999) aipatuak.

7. 2004ko lehen olatuko datuak.

**4.2. Estatu espainiarreko irrati-audientziaren eta irratigintza orotarikoaren eta tematikoaren entzulearen perfila (2003)**

<b>Talde sozio-demografikoa</b>				
	<b>Unibertsoa</b>	<b>Irrati-audientzia</b>	<b>Orotarikoa</b>	<b>Tematikoa</b>
<b>Adina</b>				
>14 urte	<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>
14-19	7,7	7,4	2,5	11,9
20-24	8,2	9,2	4,6	14,3
25-34	19,7	22,3	16,8	29,6
35-44	18,4	20,1	20,9	20,4
45-54	14,6	15,3	19,1	11,8
55-64	11,7	10,8	15	5,8
>65 urte	19,8	14,8	21,2	6,2
<b>Sexua</b>				
Gizonezkoa	48,8	53,6	58,8	51,2
Emakumezkoa	51,2	46,4	41,2	48,8
<b>Klase soziala</b>				
Altua	8,3	9,9	12	8,6
Ertain-altua	15,1	16,9	18,4	16,1
Ertaina	41,7	43,9	42,1	45,9
Ertain-baxua	26,9	23,9	22,5	24,3
Baxua	8	5,3	5,1	5,1
<b>Herriaren tamaina</b>				
<10 mila biztanle	23,5	20,7	20,7	20,2
10-50 mila	25,8	25,5	25	25,5
50-200 mila	23	24,1	23,9	24,6
200-500 mila	10,3	11,2	11,5	11,1
>500 mila	17,3	18,3	18,8	18,6

Iturria: EGM-Radio XXI, 2003

**4.3. Euskal Autonomia Erkidegoko irrati-audientziaren, SERen, Radio Euskadiren eta Euskadi Irratiaren entzulearen perfila (2003).**

<b>Talde sozio-demografikoa</b>					
	<b>Unibertsoa</b>	<b>Irrati-audientzia</b>	<b>SER</b>	<b>Radio Euskadi</b>	<b>Euskadi Irratia</b>
<b>Adina</b>					
>14 urte	<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>	<b>%100</b>
14-19	9,9	8,1	2	0,5	6,6
20-24	9,5	9,1	4	3,2	8,7
25-34	18,6	18,9	12	13,8	21,1
35-44	17,2	17,9	17,9	22,9	19,2
45-54	15,2	15,9	18,2	19,6	22,3
55-64	12,1	12,4	18,3	15	7,6
>65 urte	17,6	17,8	27,6	25	14,4
<b>Sexua</b>					
Gizonezkoa	48,6	50,2	55,3	54,9	57,3
Emakumezkoa	51,4	49,8	44,7	45,1	42,7
<b>Klase soziala</b>					
Altua	12,4	14,2	14,4	18,1	17,9
Ertain-altua	29,5	30,8	25,9	28,2	38,5
Ertaina	32,4	31,4	31,8	31,1	28,3
Ertain-baxua	12,4	19,7	23,7	18,9	10
Baxua	4,4	3,9	4,3	3,7	5,2
<b>Herriaren tamaina</b>					
<10 mila biztanle	18,9	17,5	10,6	18,2	31,3
10-50 mila	31,4	30,2	24,2	35,3	47,1
> 50 mila	13,9	14,1	19,7	12,4	5,8
Hiriburua	35,8	38,2	45,5	34	15,9

Iturria: CIES, 2003

## 5. BIBLIOGRAFIA

- AIMC (2004): “Marco general de los medios en España-2004”  
<<http://www.aimc.es>>.
- CIES (2003): Komunikabideetako entzulegoaren ikerketa. EAE metatatu. 2003. CIES. Iruñea.
- EUSTAT (2003): “Batez besteko gizarte-denbora, partaide eta tasari jarraiki, jarduera-motaren eta egunaren arabera (orduak eta minutuak)” eta “Batez besteko gizarte-denbora, partehartzaileari eta tasari jarraiki, aisi pasiboaren eta egunaren arabera (orduak eta minutuak)”, <<http://www.eustat.es>>.
- Médiamétrie (2002a): “Equipement Radio (Baromètres – Enquêtes 75 000 + Radio) Médiamétrie – Juillet-Décembre 2002”. <<http://www.mediametrie.fr>>
- , (2002b): “L’année Radio 2001-2002”. <<http://www.mediametrie.fr>>
- , (2003): “L’année Radio 2002-2003”. <<http://www.mediametrie.fr>>
- , (2004): “L’année Radio 2003-2004”. <<http://www.mediametrie.fr>>
- Service Juridique et Technique de l’Information et de la Communication (SJTI) (1999): *Indicateurs Statistiques de la Radio*, SJTI, Paris.

## 6. GEHIGARRIAK

### *INTERESEKO WEBGUNEAK*



AIMC (Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación)

<<http://www.aimc.es>>

CIES (Instituto de Estudios de Opinión, de Mercado y Socioeconómicos)

<<http://www.ciessl.com>>

Eustat (Euskal Estatistika Institutoa) <<http://www.eustat.es>>

Les Independents; Tout la Radio Regionale <<http://www.lesindependants.com>>

Médiamétrie <<http://www.mediametrie.fr>>

UDA (Unión des Annonceurs) <<http://www.uda.fr>>