



## **Alba Radar**

**Lakossági közvélemény-kutatási program Székesfehérváron**

### **7. hullám**

**Lakossági vélemények a Fehérvár Televízióról és a fogyasztóvédelemről a helyi médiában**

**2011. május 5.**

Készítette: Domokos Tamás  
tdomokos@echomail.hu

Echo Innovációs Műhely  
Echo Research Center  
www.echonetwork.hu



## A kutatás háttere és módszertana

Az Echo Survey Szociológiai Kutatóintézet az Echo Nonprofit Network HDA („Helyi Demokrácia Audit”) programjának keretén belül rendszeres társadalomtudományi kutatással vizsgálja a székesfehérvári helyi demokrácia helyzetét. A helyi demokratikus deficit alakulásán túl évek óta vizsgáljuk a lakosok önkormányzattal, az önkormányzati munkával, döntésekkel való elégedettségét is valamint az iskolai demokrácia alakulását. A korábbi kutatási eredmények alapján a jövőben fontos fejlesztési irány a döntéshozók munkájának szakmai támogatása a lakossági vélemények szervezett formában történő feltárásával. Az Alba Radar program éppen erről szó, gyors és olcsó lakossági adatfelvételek (jellemzően telefonos vagy on-line survey kutatások) lebonyolításával egy-egy aktuális közéleti vagy várospolitikai vagy fejlesztési kérdésben megismerni a lakosok álláspontját még a döntés meghozatala előtt és a véleményeket, kutatási eredményeket, úgyis mint a lakosság álláspontját rendszerezett formában megismertetni a város vezetőivel, döntéshozó testületeivel, szakbizottságaival.

Az első Alba Radar adatfelvételt 2010. júniusában került sor, azóta igyekszünk havonta vagy kéthavonta újra lebonyolítani a kutatást. A hetedik hullámra 2011. április 29 és május 2 között került sor, az Echo Innovációs Műhely adatfelvételi részlege 300 fős reprezentatív telefonos kutatást végzett Székesfehérvár felnőtt lakossága körében ebben a hónapban is. A válaszmegtagadásokból fakadó kismértékű torzulásokat többszemponútú matematikai súlyozás segítségével korigáltuk. A beszámolóban közölt adatok kor és nem szerint reprezentálják a város felnőtt lakosságát. A mintavételi hiba jelen kutatás esetén +/- 3-5 százalék. A kérdőívből kinyerhető empirikus adatokat kódolás után számítógépen rögzítettük és ellenőriztük. Az adatelemzést SPSS programmal végeztük.

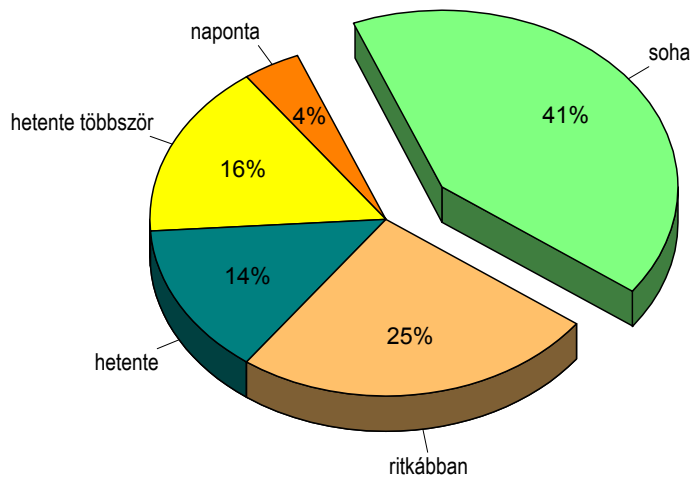
A hetedik Alba Radar kutatás a Fehérvár Televízió nézettségéről, a Civil Piacról szolgáltatásról, az Alba Plázáról és a polgármester megítélésről gyűjtött lakossági véleményeket, a korábbi kutatási eredmények és vizsgált témák elérhetők a [www.echosurvey.hu](http://www.echosurvey.hu) honlapon.

## Fehérvár Televízió nézettsége

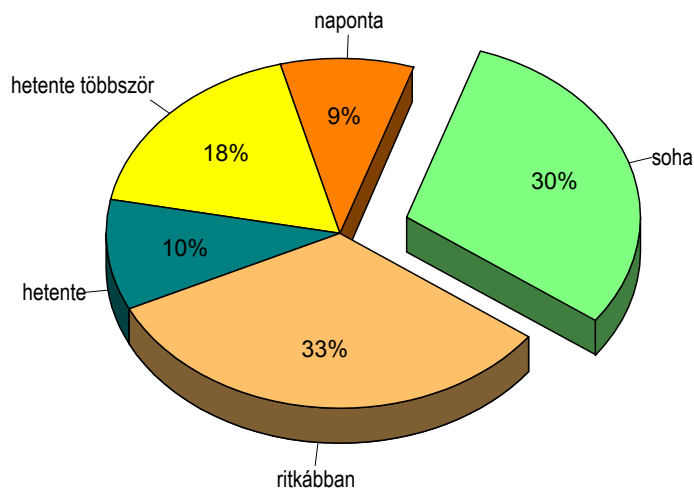
Két hónappal korábban a 2011 február végi telefonos közvélemény-kutatásunk adatai alapján a Fehérvár Televízió műsorait a lakosság egyharmada követte figyelemmel hétről-hétre, további egyharmaduk ennél ritkábban, azok aránya, akik minden nap nézték a csatorna műsorait, a teljes felnőtt népesség közel egytizedét tették ki a városban.

Idén május elején közel 10 százalékponttal alacsonyabb nézettséget mértünk, mint februárban, a napi rendszerességgel nézők aránya a 9-ről 4 százalékra esett vissza, azok aránya pedig, akik hetente többször nézik a Fehérvár Televízió műsorait 18-ról, 16 százalékra mérséklődött. Ezzel párhuzamosan a 30 százaléknyi teljes elutasító, 41 százalékra bővült. A mintavételi hibát is figyelembe véve a februári napi 7-11 ezer néző 3-5 ezerre csökkent.

### Milyen gyakran nézi Ön a Fehérvár Televízió műsorát? (2011. május)



## Milyen gyakran nézi Ön a Fehérvár Televízió műsorát? (2011. február)



Változó	Kategória	Soha	Ritkábban	Hetente	Hetente többször	Naponta
Nem	Férfi	37	27	13	20	3
	Nő	45	24	16	12	3
Korcsoport	18-34 év	52	25	18	4	1
	35-59 év	39	26	9	23	3
	60 év és idősebb	32	26	15	21	6
Iskolai végzettség	nincs érettségi	35	21	25	17	2
	Érettségizett	46	26	11	14	3
	Diplomás	39	32	5	18	7

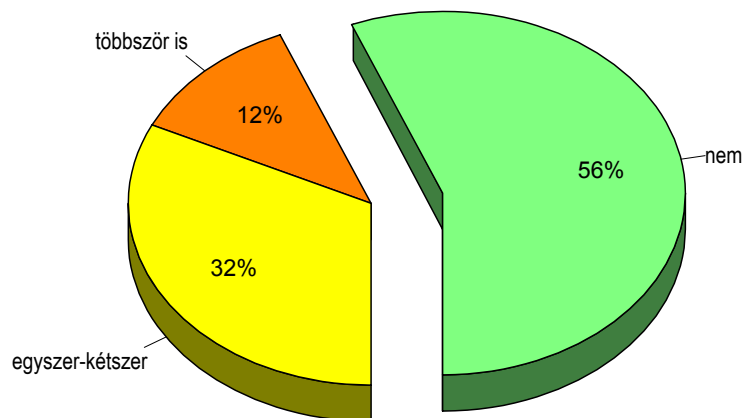
*Sorszázalékos megoszlás*

Részleteiben is megnézve a kapott adatokat, az derült ki, hogy nők, a fiatalabbak és az érettségivel nem rendelkezők körében az átlagnál nagyobb arányban vannak olyanok, akik sohasem nézik a Fehérvár Televízió műsorait (37-45 százalék). A csatorna műsorait naponta nézők aránya jellemzően magasabb az idősebbek és a diplomások, míg a képzetlenek és a fiatalabbak döntően csak heti rendszerességgel kapcsolnak át a Fehérvár Televízióra.

## Fogyasztóvédelmi rovatok a Fehérvár Médiacentrumban

A Fehérvár Médiacentrum sikeres rovata illetve műsora volt a fogyasztóvédelemmel kapcsolatos program. A székesfehérvári felnőtt lakosok 12 százaléka többször is találkozott a Fehérvár Televízióban vagy a Fehérvár újságban fogyasztóvédelmi rovattal, 32 százalékuk egyszer-kétszer látta/olvasta, míg azok aránya, akik soha nem találkoztak vele 56 százalék. Számszerűen is becsülve azt mondhatjuk, hogy a Fehérvár Médiacentrum fogyasztóvédelmi rovataival a Fehérváron lakó felnőttek közül kb. 10-12 ezer ember már többször is találkozott.

### Találkozott Ön a Fehérvár Televízióban vagy a Fehérvár újságban fogyasztóvédelmi rovattal?



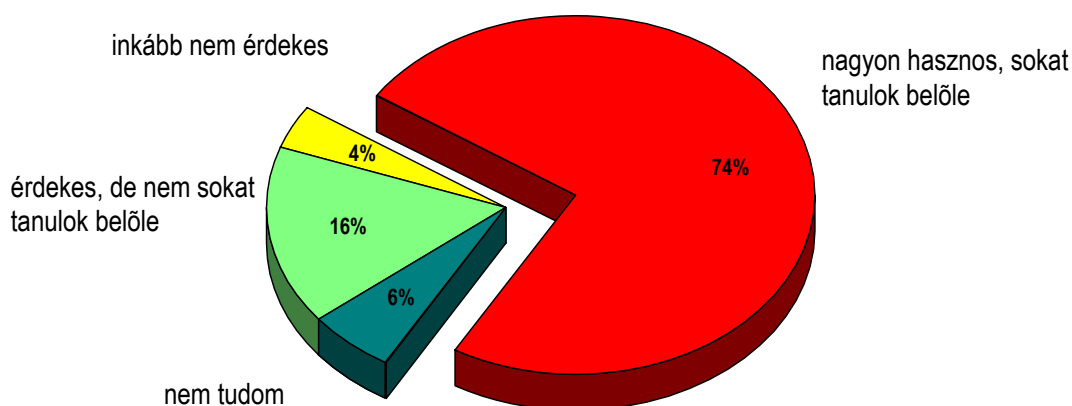
Változó	Kategória	Soha	Egyszer-kétszer	Többször is
Nem	Férfi	49	39	12
	Nő	64	25	11
Korcsoport	18-34 év	72	24	4
	35-59 év	53	31	16
	60 év és idősebb	49	38	13
Iskolai végzettség	nincs érettségi	55	27	18
	Érettségizett	60	33	7
	Diplomás	47	41	13

*Sorszázalékos megoszlás, azok körében, akik kapcsolatba kerültek már legalább egyszer a Fehérvár Televízió műsoraival*

A fogyasztóvédelmi műsorok rendszeresebb nézői elsősorban a férfiak, a középkorú illetve idősödő valamint az érettségivel nem rendelkező társadalmi csoportokból kerülnek ki.

Azok, akik látták vagy olvasták már a Fehérvár Médiacentrum fogyasztóvédelmi műsorait (a teljes népesség kb. harmada) rendkívül pozitív véleménnyel vannak róla, 74 százalékuk úgy gondolja, hogy nagyon hasznos, sokat tanul belőle, s további 16 százalék is érdekesnek tartja, de ők nem gondolják, hogy tanulnának belőle. Akik teljesen negatív véleménnyel vannak a Médiacentrum fogyasztóvédelmi rovatairól, a minta 4 százalékát teszik ki.

**Mi a véleménye a Fehérvár Médiacentrum fogyasztóvédelmi magazinjáról? (aki ismeri)**

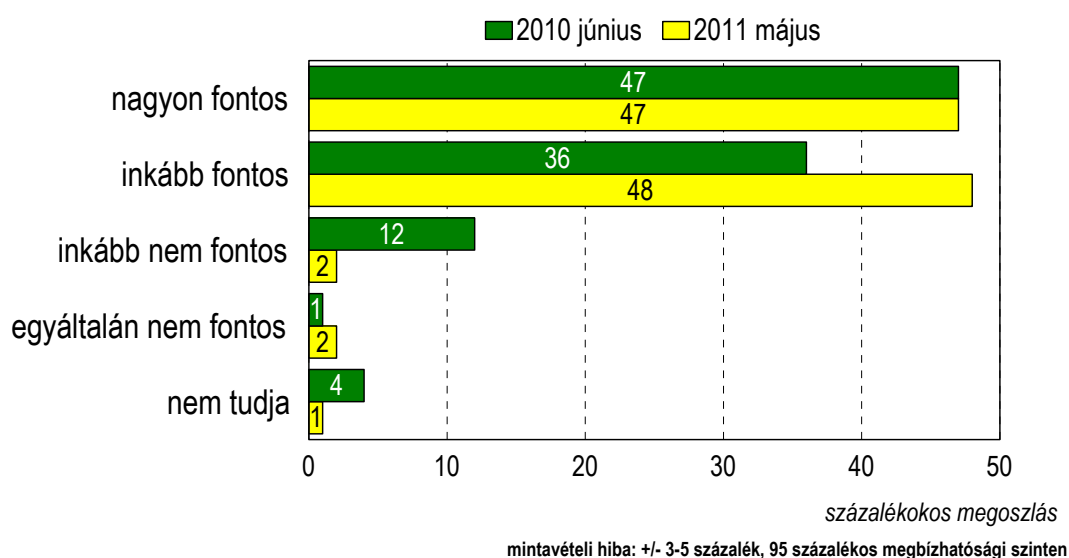


mintavételi hiba: +/- 6-9 százalék, 95 százalékos megbízhatósági szinten

Változó	Kategória	Nem tudja	Nem érdekes	Érdekes, de nem tanul belőle	Hasznos és tanul belőle
Nem	Férfi	4	6	8	82
	Nő	11	0	28	61
Korcsoport	18-34 év	7			93
	35-59 év	8	4	19	69
	60 év és idősebb	4	4	21	71
Iskolai végzettség	nincs érettségi	6	6	13	75
	Érettségizett	11	3	16	70
	Diplomás		6	22	72

*Sorszázalékos megoszlás, azok körében, akik kapcsolatba kerültek már legalább egyszer a műsorról*

## Ön szerint mennyire fontos, hogy a média foglalkozzon fogyasztóvédelmi kérdésekkel?



A székesfehérvári lakosok körében teljes egyetértés van abban, hogy a fontos a média szerepe a fogyasztóvédelemben, 47 százalékuk szerint nagyon fontos, további 48 százalékuk szerint inkább fontos, hogy a média foglalkozzon fogyasztóvédelmi kérdésekkel. Összevetve az egy évvel korábbi véleményekkel, látható hogy ebben a kérdésben mind a bizonytalanok, mind pedig az elutasítók aránya csökkent tavaly óta. Mindez átszámolva százfokú skálára 80 pontos fontossági indexet eredményezett a fogyasztóvédelem megjelenésének, ami nagyon magas és az általános támogatottságot jelzi, hogy 77-83 pont között van minden társadalmi csoportban.

## Demográfiai megoszlás

Az adatfelvételben résztvevők demográfiai megoszlása az alábbiak szerint alakult az Alba Radar e havi adatfelvételében:

Változó	Kategória	%	Összesen
Nem	Férfi	47	100
	Nő	53	
Korcsoport	18-34 év	31	100
	35-59 év	47	
	60 év és idősebb	22	
Iskolai végzettség	nincs érettségi	34	100
	Érettségizett	50	
	Diplomás	16	

### Felnőtt lakosok száma az egyes választókerületekben

