

Štandardný Eurobarometer 84

Národná správa

Verejná mienka v európskej Únii



Slovenská Republika

Jeseň 2015

Tento výskum bol objednaný a koordinovaný Generálnym riaditeľstvom Európskej komisie pre komunikáciu.

Táto správa bola vypracovaná pre Zastúpenie Európskej komisie v Slovenskej republike.

Tento dokument nereprezentuje stanovisko Európskej komisie. Interpretácie a názory obsiahnuté v tejto správe reprezentujú výlučne pohľad autora.

Štandardný Eurobarometer 84 – Vlna EB84.3 – TNS opinion & social

Štandardný Eurobarometer 84

Národná správa

VEREJNÁ MIENKA V EURÓPSKEJ ÚNII

SLOVENSKÁ REPUBLIKA



Tento výskum bol objednaný a koordinovaný Generálnym riaditeľstvom Európskej komisie pre komunikáciu.

Táto správa bola vypracovaná pre Zastúpenie Európskej komisie v Slovenskej republike.

OBSAH

ÚVOD	3
1 Parametre prieskumu EB 84	3
2 Prioritné témy na rok 2015: občianstvo v EÚ, využívanie médií v EÚ, zamestnanosť a rast, podpora Eura a energetická únia	4
I. OBČIANSTVO V EURÓPSKEJ ÚNII	4
1 Subjektívne vnímanie občianstva	4
2 Miera otvorenosti k EÚ	5
3 Vnímanie úspechov a hodnôt EÚ	7
II. VYUŽÍVANIE MÉDIÍ V EURÓPSKEJ ÚNII	7
1 Využívanie médií a miera dôvery	7
2 Informovanosť a hlavné zdroje informácií o politických záležitostiach EÚ	8
3 Vnímanie online zdrojov informácií o politických záležitostiach	10
III. ZAMESTNANOSŤ A RAST, PODPORA EURA	10
1 Zamestnanosť a rast	10
2 Podpora Eura	11
IV. ENERGETICKÁ ÚNIA	12
ZÁVERY	13

ÚVOD

1 Parametre prieskumu EB 84

Prieskum verejnej mienky Eurobarometer sa v členských krajinách Európskej únie organizuje od roku 1973. Dvakrát ročne sa realizuje tzv. štandardný Eurobarometer, ktorý sa týka širokého spektra otázok súvisiacich s európskou integráciou, domácou politikou, no analyzuje názory Európanov aj na iné, nepolitické témy. Zber dát v rámci prieskumu Eurobarometer 84 prebehol v termíne 7.11. až 17.11.2015 a bol realizovaný prostredníctvom osobných rozhovorov na vzorke 27 681 respondentov starších ako 15 rokov v 28 členských štátoch Európskej únie a v piatich kandidátskych krajinách. Terénny zber na Slovensku zrealizovala agentúra TNS Slovakia na vzorke 1027 respondentov. Všetky dáta uvedené v tejto správe vychádzajú z názorov respondentov opytovaných v rámci tohto výskumu.

Odpovede respondentov na otázky v prieskume Eurobarometer č. 84 mohli byť ovplyvnené predovšetkým utečeneckou krízou, ktorá sa naplno prejavila od augusta 2015 a trvala aj v priebehu zberu dát prieskumu EB 84. Okrem toho významný vplyv na výsledky mohli mať aj teroristické útoky v Paríži, ktoré sa stali niekoľko dní pred ukončením terénneho zberu, preto táto udalosť mohla mať priamy vplyv na odpovede respondentov.

Táto správa obsahuje analýzu niekoľkých vybraných oblastí, ktoré boli obsiahnuté v prieskume: občianstvo v EÚ, využívanie médií v EÚ, priorita zameraná na zamestnanosť a rast a mieru podpory Eura, priorita zameraná na energetickú únia. Analyzujeme občianstvo EÚ, predovšetkým subjektívne vnímanie identity (občianstva) respondentov, do akej miery sú respondenti reálne otvorení voči EÚ a čo sú podľa nich hlavné úspechy EÚ a hodnoty, ktoré EÚ reprezentuje. V prípade médií sa zaoberáme najčastejšie využívanými médiami typmi a dôverou v nich, zdrojmi informácií a mierou informovanosti o domácich politických záležitostiach a záležitostiach EÚ a vnímaním online zdrojov o politike. V prípade priority zameranej na zamestnanosť budeme analyzovať postoje respondentov k súčasnej ekonomickej situácii a vnímanie tvorby pracovných miest. V tejto časti budeme analyzovať aj mieru podpory spoločnej meny Euro. Posledná časť sa bude venovať energetickej únii, predovšetkým postojom k spoločnej energetickej politike, ktoré priority by mala energetická únia presadzovať a vnímaniu jednotlivých cieľov v oblasti energetiky, ktoré by sa mali dosiahnuť do roku 2020. Každá tematická časť obsahuje porovnanie s predchádzajúcou vlnou EB, porovnanie postojov na Slovensku voči priemeru EÚ28 a porovnania na základe rozdelenia podľa veku, vzdelania, pohlavia a iných triedení.

V texte a grafoch sú použité nasledujúce skratky:

SR Slovenská republika

EÚ Európska únia

EÚ28 označuje skupinu 28 krajín, ktoré boli v čase realizácie prieskumu členskými krajinami Európskej únie

EK Európska komisia

EB84 Eurobarometer 84

2 Prioritné témy na rok 2015: občianstvo v EÚ, využívanie médií v EÚ, zamestnanosť a rast, podpora Eura a energetická únia

Prieskum EB 84 sa okrem iných politických a nepolitických tém sústredil vo veľkej miere na dve prioritné témy: občianstvo v EÚ a využívanie médií v EÚ. Cieľom EK je, aby prispela k zlepšeniu vnímania EÚ, jej histórie a rozmanitosti, občanmi EÚ. Prostredníctvom priority občianstvo v EÚ chce EK podporiť rozvíjajúce sa európske občianstvo a zlepšiť podmienky pre občiansku a demokratickú participáciu na úrovni EÚ. Tieto ciele by EK chcela dosiahnuť predovšetkým prostredníctvom zvyšovania povedomia o spoločnej histórii, hodnotách EÚ a o hlavnom ciele EÚ – presadzovať mier, hodnoty EÚ a blahobyt jej občanov. Druhá analyzovaná priorita – využívanie médií v EÚ – úzko súvisí s prvou prioritnou témou, s občianstvom v EÚ. Respondenti totiž dlhodobo deklarujú, že z médií nie sú dostatočne informovaní o záležitostiach EÚ. EK preto pre možnosť lepšieho rozširovania informácií o fungovaní, histórii a hodnotách EÚ, považuje za dôležité analyzovať zmeny vo vnímaní médií občanmi EÚ, predovšetkým využívanie médií, dôveru, preferované zdroje informácií a vnímanie online zdrojov. Ďalšia analyzovaná priorita – zamestnanosť a rast – je jednou z hlavných priorít Junckerovej Komisie a jej cieľom je zvýšiť počet pracovných miest bez vytvárania nového zadlženia. Stratégiou je, že popri štrukturálnych reformách a zodpovednom riadení financií, je taktiež potrebné obnoviť vyššiu úroveň investícií. Priorita „Euro“ vytvorila pre občanov a podnikateľov nové možnosti: zjednodušila cezhraničný obchod a investície, priniesla cenovú stabilitu, a zlacnila cestovanie. Posledná analyzovaná priorita, energetická únia sa zameriava na zaistenie bezpečnej, cenovo dostupnej energie, ktorá bude šetrná k životnému prostrediu.

I. OBČIANSTVO V EURÓPSKEJ ÚNII

1 Subjektívne vnímanie občianstva

V tejto časti sa budeme zaoberať tým, ako vnímajú jednotlivci svoju identitu, teda, či sa považujú za Európanov, alebo skôr za príslušníkov národa, do akej miery sú spätí s EÚ, so štátom, mestom/obcou.

Respondenti na Slovensku sa cítia byť vo vyššej miere spätí so svojim regiónom a štátom ako s EÚ a Európou. 92% respondentov vyjadrilo, že sa cítia byť spätí so svojim mestom/obcou a 95% vyjadrilo pocit spätosti so Slovenskom. Spätosť s EÚ vyjadrila necelá polovica respondentov (49%) a s Európou 63%. V porovnaní s predchádzajúcou vlnou EB (82) 3 zo 4 analyzovaných úrovní sú bez väčšieho posunu. Úroveň, ktorá zaznamenala pokles, je spätosť s EÚ (prepad o 5 percentuálnych bodov). Pocit spätosti s EÚ naopak stúpol na úrovni EÚ28 zo

45% na 49%. Na Slovensku môžeme teda sledovať opačný trend ako na úrovni EÚ. Najväčšie zníženie pocitu spätosti s EÚ na Slovensku sme zaznamenali medzi staršími respondentmi, medzi respondentmi s nižším vzdelaním, medzi respondentmi, ktorí nevyužívajú internet a medzi respondentmi, ktorí vyjadrili ľavicovú orientáciu. Je možné predpokladať, že dôvodom poklesu pocitu spätosti s EÚ je práve utečenecká kríza a s ňou spojená negatívna atmosféra v súvislosti s EÚ.

Indikátorom pocitu občianstva je aj otázka o tom, či sa respondenti považujú za Slovákov, Slovákov a Európanov, Európanov a Slovákov, alebo iba Európanov. V jesennej vlne EB sa 7% respondentov vyjadrilo, že sa považujú viac za Európanov ako za Slovákov (pokles o 2 percentuálne body). Podobný pokles sme zaznamenali aj na úrovni EÚ28.

Na priamu otázku o tom, či sa respondenti cítia byť občanom EÚ, odpovedalo 69% Slovákov kladne. Mladí ľudia vo veku 15-24 sa cítia byť občanom EÚ vo vyššej miere ako priemer – 81%, vysokoškolsky vzdelaní ľudia taktiež vo vyššej miere – 85% a respondenti, ktorí sa považujú za pravícových – 79%. Menej, no nadpolovičná respondentov (52%) na Slovensku sa vyjadrila, že vedia aké sú ich práva ako občana EÚ. V prípade tejto otázky mladí ľudia vo veku 15-24 odpovedali kladne vo vyššej miere ako priemer – 59%, vysokoškolsky vzdelaní ľudia taktiež vo vyššej miere – 73%. Na tretiu priamu otázku o občianstve kladne odpovedali takmer tri štvrtiny (71%) respondentov, otázka sa týkala toho, či by respondenti chceli vedieť viac o svojich právach ako občanov EÚ. Nadpriemerne viac pozitívnych odpovedí na túto otázku prišlo predovšetkým od vysokoškolsky vzdelaných ľudí – 81%. Je teda celkom zaujímavé, že napriek tomu, že takmer tri štvrtiny vysokoškolsky vzdelaných respondentov tvrdí, že vedia aké sú ich práva ako občana EÚ, až 81% by chcelo vedieť ešte viac. Na deklaratívnej úrovni je teda pocit občianstva v EÚ na Slovensku pomerne vysoký, pozrime sa však na posuny v porovnaní s predchádzajúcou vlnou a na porovnanie s priemerom EÚ. V prípade prvej priamej otázky (cítite sa byť občanom EÚ) nastal pokles kladných odpovedí o 6 percentuálnych bodov. Na úrovni EÚ28 podobne v tejto otázke nastal pokles zo 67% na 64%. Zaujímavé je, že pokles nastal v oboch ďalších analyzovaných otázkach, týkajúcich sa občianstva, ako na Slovensku, tak aj na úrovni EÚ. V prípade znalosti práv občana EÚ na Slovensku nastal pokles o 3 percentuálne body, na úrovni EÚ28 o 1 percentuálny bod. Ešte väčší pokles nastal v záujme o zvýšenie znalostí o právach občana EÚ, na Slovensku aj na úrovni EÚ28 rovnako 4 percentuálne body.

2 Miera otvorenosti k EÚ

Po subjektívnom vnímaní občianstva EÚ, v tejto časti sme sa zaoberali indikátormi, ktoré nepriamo naznačujú, či respondenti prejavujú náznaky občianstva EÚ, predovšetkým otvorenosť k EÚ. Ide o 5 indikátorov otvorenosti k EÚ: či za posledný rok navštívil/a inú krajinu EÚ, čítal/a knihu časopis v inom ako materinskom jazyku, socializoval sa s ľuďmi z iných členských štátov, pozeral TV programy v inom ako materinskom jazyku a či nakupoval/a cez internet služby alebo tovar inej členskej krajiny EÚ. Následne sa z týchto 5 otázok vypočíta index otvorenosti k EÚ.

57% respondentov na Slovensku sa vyjadrilo, že navštívilo inú členskú krajinu EÚ (pokles o 6 percentuálnych bodov). Podiel respondentov, ktorí navštívili inú členskú krajinu EÚ je o 14 percentuálnych bodov nad priemerom EÚ28. Teda napriek tomu, že na Slovensku v porovnaní s predchádzajúcou vlnou nastal pokles, Slováci do iných členských krajín cestujú viac ako priemer EÚ28. Iné členské štáty EÚ častejšie navštívili mladí vo veku 15-24 (74%), samostatne zárobkovo činné osoby (82%), manažéri (84%) a študenti (75%).

V prípade druhého indikátora otvorenosti k EÚ (čítanie kníh, časopisov v inom ako materinskom jazyku) je Slovensko taktiež nad priemerom EÚ a navyše v tomto prípade nenastal pokles v porovnaní s predchádzajúcou vlnou. 46% respondentov na Slovensku sa vyjadrilo, že v poslednom roku čítali knihu alebo časopis v inom ako materinskom jazyku, v porovnaní s predchádzajúcou vlnou je to nárast o 1 percentuálny bod. Priemer EÚ28 je v prípade tejto otázky na úrovni 28%. Knihu alebo časopis v inom ako materinskom jazyku častejšie na Slovensku čítali mladí vo veku 15-24 (61%), vysokoškolsky vzdelaní ľudia (65%), študenti (75%), manažéri (71%).

Tretí indikátor otvorenosti k EÚ sa týka socializácie s ľuďmi z iných členských štátov EÚ. Aj v prípade tohto indikátora nastal medziročný pokles zo 65% na 58%, no Slovensko aj v prípade tejto otázky je nad priemerom EÚ28, ktorý je na úrovni 51%. S ľuďmi z iných členských štátov sa vo vyššej miere socializovali mladí vo veku 15-24 (73%), vysokoškolsky vzdelaní ľudia (73%), manažéri (80%).

V prípade sledovania televízneho programu v inom ako materinskom jazyku je Slovensko taktiež vysoko nad priemerom EÚ, SK: 63%, EÚ28: 38%. Medzi jednotlivými vlnami EB v tejto otázke na Slovensku nenastala významná zmena – pokles o 1 percentuálny bod. Podobne ako v predchádzajúcich otázkach, mladí (82%), vysokoškolsky vzdelaní (76%), študenti (84%), manažéri (81%) sledovali TV programy v inom ako materinskom jazyku častejšie ako priemer.

Posledný indikátor otvorenosti k EÚ – nákup cez internet z iného členského štátu EÚ – je Slovensko bližšie k priemeru EÚ ako v predchádzajúcich otázkach, SK: 29%, EÚ28: 28%. Možným dôvodom je, že v predchádzajúcich otázkach veľká časť kladných odpovedí sa pravdepodobne týkala českého jazyka, no v prípade nákupu cez internet blízky vzťah Čechov a Slovákov nehrá úlohu. V porovnaní s predchádzajúcou vlnou EB na Slovensku nastal pokles o 4 percentuálne body. Mladí respondenti vo veku 15-24 si objednali tovar alebo službu častejšie ako priemer (51%). Nadpriemerne nákup cez internet využívali aj vysokoškolsky vzdelaní ľudia (44%), študenti (51%), samostatne zárobkovo činné osoby (52%) a manažéri (43%).

Na Slovensku 23% respondentov dosiahlo silný index otvorenosti k EÚ. V porovnaní s predchádzajúcou vlnou je to pokles o 3 percentuálne body. Podiel respondentov so silným indexom na Slovensku je vysoko nad priemerom EÚ28: 14%. Ako už však bolo spomenuté, index otvorenosti k EÚ na Slovensku je vo vysokej miere ovplyvnený blízkymi vzťahmi medzi Čechmi a Slovákami. Silný index otvorenosti k EÚ sme vo vyššej miere zaznamenali medzi mladými vo veku 15-24 (35%), medzi študentmi (45%), medzi vysokoškolsky vzdelanými (40%), medzi samostatne zárobkovo činnými osobami (43%), medzi manažérmi (47%).

3 Vnímanie úspechov a hodnôt EÚ

Posledná časť venujúca sa občianstvu EÚ sa venuje tomu ako vnímajú respondenti hlavné úspechy a hodnoty EÚ a či sa zhodujú s úspechmi a hodnotami, ktoré chce EK presadzovať a komunikovať. V tejto otázke budeme analyzovať nasledujúce otázky: najväčšie úspechy EÚ; faktor, ktorý v najvyššej miere vytvára pocit komunity medzi občanmi EÚ, ktoré hodnoty najlepšie reprezentujú EÚ, do akej miery sú si blízke členské štáty v oblasti spoločných hodnôt.

Podľa Slovákov najpozitívnejším výsledkom EÚ je voľný pohyb osôb, tovarov a služieb v rámci EÚ, 75% respondentov označilo túto možnosť za najväčší úspech. Druhým najväčším úspechom je Euro (49%) a mier medzi členskými štátmi EÚ (41%). Poradie na úrovni EÚ28 sa líši od poradia vnímania úspechov na Slovensku. Respondenti na úrovni EÚ28 za najväčší úspech označili mier medzi členskými štátmi EÚ (56%), voľný pohyb ľudí, tovarov a služieb (55%) a Euro (25%).

Druhá otázka sa týka vecí, ktoré vytvárajú pocit komunity medzi občanmi EÚ. Podľa Slovákov najsilnejší faktor, ktorí vytvára pocit komunity medzi občanmi EÚ je geografická poloha (45%), na druhom mieste je história (30%) a na treťom mieste je kultúra (26%). Zaujímavé je, že sa názory respondentov na Slovensku nie úplne zhodujú s priemerom EÚ28. Podľa respondentov na úrovni EÚ28 najsilnejším faktorom vytvárajúcim pocit komunity je kultúra: 28%, história: 24% a na treťom mieste je prekvapujúco šport: 22% (na Slovensku 17%).

Z hodnôt, ktoré najlepšie reprezentujú EÚ si Slováci najčastejšie vybrali mier (40%), ľudské práva (31%) a demokraciu (30%). V prípade hodnôt sa názory Slovákov a priemeru EÚ28 zhodujú vo vyššej miere ako v predchádzajúcich otázkach. Respondenti na úrovni EÚ28 najčastejšie vybrali nasledujúce hodnoty: mier (37%), ľudské práva (37%), demokracia (31%).

V poslednej otázke týkajúcej sa hodnôt a úspechov EÚ sme sa pýtali respondentov, či si myslia, že členské štáty sú si blízke v oblasti spoločných hodnôt. 67% respondentov sa vyjadrilo, že si myslia, že členské štáty EÚ sú si blízke v spoločných hodnotách. V porovnaní s predchádzajúcou vlnou je to pokles o 5 percentuálnych bodov. Presná polovica respondentov na úrovni EÚ28 si myslí, že členské štáty sú si v hodnotách blízke.

II. VYUŽÍVANIE MÉDIÍ V EURÓPSKEJ ÚNII

1 Využívanie médií a miera dôvery

V prvej časti venujúcej sa využívaniu médií v EÚ sme analyzovali najviac využívané média typy a mieru dôvery v jednotlivé média typy na Slovensku a v EÚ. Venovali sme sa nasledujúcim médiám: televízia, rádio, tlač, internet.

Televízia je najviac využívaným médiom na Slovensku, aj na úrovni EÚ28. Až 80% respondentov sleduje televíziu denne alebo takmer denne na Slovensku, na úrovni EÚ28 je to podobný podiel respondentov: 82%. V porovnaní s predchádzajúcou vlnou EB v miere sledovanosti televízie nenastali výrazné zmeny. Televíziu vo vyššej miere sledujú starší respondenti, 93% respondentov vo veku nad 55 rokov sleduje televíziu denne alebo takmer denne. Televízii dôveruje 62% Slovákov, je to nárast o 3 percentuálne body v porovnaní

s predchádzajúcou vlnou EB. Miera dôvery televíziám na úrovni EÚ28 je výrazne nižšia ako na Slovensku. Necelá polovica (48%) respondentov sa vyjadrila, že dôverujú televízii. Napriek tomu, že starší respondenti pozerajú televíziu častejšie ako priemer, ich miera dôvery nie je výrazne vyššia ako priemer - 68% respondentov nad 55 rokov sa vyjadrilo, že dôverujú televíziám.

Rádio na Slovensku denne alebo takmer denne počúva 56% respondentov, na úrovni EÚ28 je to 50%. Na Slovensku podiel tých, ktorí počúvajú rádio denne alebo takmer denne, klesol o 9 percentuálnych bodov v porovnaní s predchádzajúcou vlnou. Podobne ako v prípade televízie, rádio vo vyššej miere počúvajú starší respondenti. Rádiám dôveruje viac Slovákov ako televíziám. 66% respondentov sa vyjadrilo, že dôverujú rádiám, na úrovni EÚ28 je to 55%. Rádiám v najvyššej miere dôverujú respondenti vo veku 15-24 rokov - 74% sa vyjadrilo, že dôverujú rádiám.

Tlač je najmenej často využívaným médiom na Slovensku, aj na úrovni EÚ28. Na Slovensku 19% respondentov číta denne alebo takmer denne tlač, na úrovni EÚ28 je to 31% respondentov. V porovnaní s predchádzajúcou vlnou EB nenastala žiadna zmeny v miere využívania tlače. Starší respondenti a ľudia s vysokoškolským vzdelaním čítajú noviny častejšie ako priemer. Tlač zaostáva za rádiami a televíziami v miere dôvery, 51% respondentov dôveruje tomuto média typu. Na úrovni EÚ28 tlačí dôveruje 43% respondentov. Podobne ako v prípade rádií, tlačí dôverujú skôr mladší respondenti vo veku 15-24 rokov.

Využívanie internetu na Slovensku, aj na úrovni EÚ28 medzi jednotlivými vlnami EB ostalo stabilné, na Slovensku internet denne alebo takmer denne využíva 53% respondentov, na úrovni EÚ28 je to 59% respondentov. Internet vo vyššej miere využívajú mladší respondenti vo veku 15-24 rokov: 91%. V miere dôvery je internet na rovnakej úrovni ako televízia, 48% respondentov dôveruje tomuto médiu. Na úrovni EÚ28 je to 35%. Mladí respondenti vo veku 15-24 dôverujú internetu (66%) vo výrazne vyššej miere ako priemer.

Na základe deklarováných úrovní dôvery v jednotlivé média typy sme vypočítali index dôvery v médiách. Na Slovensku vysokú úroveň indexu dôvery dosiahlo 35% respondentov. V porovnaní s predchádzajúcou vlnou EB je to nárast o 4 percentuálne body. Úroveň celkovej dôvery na Slovensku je výrazne vyššia ako na úrovni EÚ28, kde má vysoký index iba 19% populácie. Najväčší podiel respondentov s vysokým indexom dôvery je medzi mladými vo veku 15-24 rokov, až 60% z nich má vysoký index dôvery v médiách.

2 Informovanosť a hlavné zdroje informácií o politických záležitostiach EÚ

V druhej časti venujúcej sa médiám sa budeme zaoberať zdrojmi informácií o politických záležitostiach EÚ a pre porovnanie aj zdrojmi informácií o národných politických záležitostiach. Ďalej sa budeme venovať informovanosti o EÚ, ako respondenti vnímajú

vlastnú informovanosť o EÚ. Posledná tematická oblasť v tejto časti sa venuje tomu, ako vnímajú respondenti jednotlivé médiá z pohľadu informovania o záležitostiach EÚ, či jednotlivé médiá pokrývajú tematiku EÚ dostatočne a či o EÚ hovoria objektívne.

Hlavným zdrojom informácií Slovákov o EÚ je televízia, 60% respondentov uviedlo televíziu ako primárny zdroj informácií. Druhým najrelevantnejším zdrojom je internet, 22% respondentov ho považuje za primárny zdroj informácií. Na úrovni EÚ28 je televízia taktiež považovaná za primárny zdroj informácií o EÚ, 55% respondentov uviedlo práve televíziu a 15% uviedlo internet. Aj v prípade informácií o národných politických záležitostiach, je hlavným zdrojom respondentov televízia, 63% respondentov ju označilo za primárny zdroj. Internet ako primárny zdroj informácií uviedlo 23% respondentov.

46% respondentov na Slovensku sa považuje za dobre informovaných, v porovnaní s predchádzajúcou vlnou je to nárast o 5 percentuálnych bodov, podiel týchto respondentov je vyšší aj ako priemer EÚ28 (41%). Slováci vlastnú informovanosť o záležitostiach EÚ vnímajú veľmi podobne ako informovanosť ostatných. 45% respondentov na Slovensku si myslí, že ľudia na Slovensku sú dobre informovaní o záležitostiach EÚ. Na úrovni EÚ28 je podiel tých, ktorí si myslia, že ľudia v ich krajine sú dobre informovaní, taktiež nižší. 31% respondentov na úrovni EÚ28 si myslí, že ľudia v ich krajine sú dobre informovaní.

V poslednom tematickom bloku sa budeme venovať tomu, či si respondenti myslia, že jednotlivé médiá pokrývajú problematiku EÚ dostatočne a objektívne. 69% respondentov si myslí, že televízie vysielajú dostatočný objem obsahu o EÚ, 15% si myslí, že príliš veľa a 9%, že príliš málo. V prípade rádii sú názory respondentov veľmi podobné, 68% si myslí, že rádia vysielajú dostatočný objem obsahu o EÚ, 11% si myslí, že príliš veľa a 11% príliš málo. V prípade tlače si 63% respondentov myslí, že objem správ o EÚ je dostatočný a v prípade webových stránok je tento podiel na úrovni 53%. Aj v prípade posudzovania objektivity správ o EÚ najlepšie hodnotenie dosiahla televízia, 61% respondentov si myslí, že televízie vysielajú objektívne správy o EÚ, no pomerne vysoký je aj podiel tých, ktorí si myslia, že televízie prezentujú EÚ v príliš pozitívnom svetle (21%). V prípade rádii považuje 62% respondentov spravodajstvo o EÚ za objektívne, v prípade tlače 56% a v prípade webových stránok 48%. Na úrovni EÚ28 je vnímanie objektivity jednotlivých média typov veľmi podobné, za najobjektívnejšie sú považované televízie a rádia a za menej objektívne tlač a webové stránky.

3 Vnímanie online zdrojov informácií o politických záležitostiach

V poslednej časti venujúcej sa médiám, sa budeme venovať postojom respondentov k online zdrojom, predovšetkým vnímaniu sociálnych sietí ako priestoru na politickú diskusiu.

60% respondentov na Slovensku si myslí, že sociálne siete sú modernou metódou ako získavať informácie o politických záležitostiach. Slovensko je v tejto otázke nad priemerom EÚ28, kde s týmto výrokom súhlasilo 52% respondentov. Slováci vyjadrili aj vyššiu mieru dôvery v informácie o politických záležitostiach na sociálnych sieťach – 34% respondentov nesúhlasí s výrokom: informáciám o politických záležitostiach na sociálnych sieťach nie je možné dôverovať, na úrovni EÚ28 s týmto výrokom nesúhlasí 23% respondentov. Väčšina Slovákov (57%) si taktiež myslí, že sociálne siete môžu vyvolať záujem ľudí o politické záležitosti. V tejto otázke sa postoje Slovákov a priemeru EÚ28 zhodujú viac ako v predchádzajúcich otázkach, 52% respondentov na úrovni EÚ28 súhlasilo s týmto výrokom. Podobná zhoda nastala aj v prípade posledného výroku, 55% respondentov na Slovensku a 51% na úrovni EÚ28 súhlasí s výrokom „sociálne siete sú dobrým spôsob, ako sa vyjadriť k politickým otázkam“.

III. ZAMESTNANOSŤ A RAST, PODPORA EURA

1 Zamestnanosť a rast

V časti venovanej prioritě zamestnanosť a rast budeme analyzovať, do akej miery sú respondenti spokojní so situáciou v národnom hospodárstve, s hospodárstvom EÚ, s ich vlastnou situáciou v zamestnaní, s finančnou situáciou ich domácnosti a situáciou v zamestnanosti na Slovensku. Okrem toho sa budeme venovať názorom respondentov na dve oblasti: vnímanie toho, či súkromný sektor vie lepšie vytvárať pracovné miesta ako verejný sektor a miere súhlasu s tým, že verejné prostriedky by sa mali používať na stimulovanie investícií súkromného sektora.

Vo vnímaní situácie v národnom hospodárstve nastal pozitívny posun. 30% respondentov považuje situáciu v národnom hospodárstve za dobrú, kým v predchádzajúcej vlne takto uvažovala iba pätina respondentov. Napriek pozitívnemu posunu však väčšina respondentov (66%) situáciu považuje za zlú. Vnímanie národného hospodárstva je navyše pod priemerom EÚ28, kde 40% respondentov považuje situáciu vo vlastnom národnom hospodárstve za dobrú. Študenti, mladí ľudia vo veku 15-24 a vysokoškolsky vzdelaní ľudia považujú situáciu v národnom hospodárstve za lepšiu vo vyššej miere.

Podobný pozitívny posun nastal aj v prípade vnímania hospodárstva EÚ. Nadpolovičná väčšina respondentov (51%) považuje situáciu v hospodárstve EÚ za dobrú, v porovnaní s predchádzajúcou vlnou je to nárast o 7 percentuálnych bodov. Slováci vnímajú hospodárstvo EÚ pozitívnejšie ako priemer EÚ28, kde sa 38% respondentov vyjadrilo, že

situáciu považujú za dobrú. Situáciu v hospodárstve EÚ za dobrú vo vyššej miere považujú študenti, mladší respondenti vo veku 15-24, manažéri.

Mierny nárast nastal aj v prípade vnímania vlastnej situácie v zamestnaní z 51% na 54% tých, ktorí svoju situáciu považujú za dobrú. Na úrovni EÚ28 situáciu vo vlastnom zamestnaní za dobrú považuje 58% respondentov. Respondenti vo veku 35-44 a vysokoškolsky vzdelaní respondenti považujú svoju situáciu v zamestnaní vo vyššej miere za lepšiu ako priemer, až 70% respondentov v oboch týchto kategóriách považuje svoju situáciu za dobrú. Najviac spokojní so svojou situáciou v zamestnaní sú manažéri (86%).

Zmena nenastala vo vnímaní finančnej situácie vlastnej domácnosti. 55% respondentov na Slovensku považuje situáciu svojej domácnosti za dobrú (v predchádzajúcej vlne 54%). Slováci vnímajú situáciu svojej domácnosti negatívnejšie ako priemer EÚ28, kde 68% respondentov považuje svoju situáciu za dobrú. Mladší respondenti, vo veku 15-24 považujú finančnú situáciu za lepšiu ako priemer, 67% považuje svoju situáciu za dobrú. Za nadpriemerne dobrú svoju finančnú situáciu považujú ešte študenti, vysokoškolsky vzdelaní ľudia, podnikatelia a manažéri.

Mierny nárast nastal v hodnotení situácie v zamestnanosti na Slovensku, 13% respondentov považuje situáciu za dobrú (nárast o 4 percentuálne body). Veľká väčšina respondentov však ešte stále považuje situáciu za zlú v tejto oblasti. Na úrovni EÚ28 je podiel tých, ktorí považujú situáciu v zamestnanosti vo vlastnej krajine za dobrú je 30%.

Respondenti považujú súkromný sektor za vhodnejší na vytváranie pracovných miest ako verejný sektor, 68% respondentov na Slovensku súhlasí s týmto výrokom. Na úrovni EÚ28 s týmto výrokom súhlasí 64% respondentov. Respondenti vo veku 35-44 rokov súhlasia s týmto výrokom (78%) vo vyššej miere ako priemer, podobne aj vysokoškolsky vzdelaní respondenti (76%), podnikatelia (81%) a manažéri (83%).

S výrokom „verejné prostriedky by sa mali použiť na stimulovanie investícií súkromného sektora na úrovni EÚ“ na Slovensku súhlasí 64% respondentov (v porovnaní s predchádzajúcou vlnou nárast o 4 percentuálne body). Na úrovni EÚ28 s týmto výrokom súhlasí 58% respondentov. S týmto výrokom vo vyššej miere súhlasia predovšetkým podnikatelia (71%) a manažéri (78%).

2 Podpora Eura

Podpora Eura v porovnaní s predchádzajúcou vlnou mierne klesla. 78% respondentov na Slovensku podporuje Euro, v porovnaní s predchádzajúcou vlnou je to pokles o 3 percentuálne body. Podpora Eura je na Slovensku vyššia ako na úrovni EÚ28, 56% respondentov na tejto úrovni vyjadrilo podporu Eura. Euro v najvyššej miere podporujú ľudia vo veku 25-39 rokov (83%) vysokoškolsky vzdelaní (86%), až 91% študentov a vysokú mieru podpory Eura sme zaznamenali aj medzi manažermi (85%). Najnižšia miera podpory Eura je medzi nezamestnanými (58%).

IV. ENERGETICKÁ ÚNIA

V poslednej časti venovanej energetickej únii, sa budeme zaoberať podporou spoločnej energetickej politiky, ktoré ciele energetickej únie by podľa respondentov mali byť hlavnou prioritou a vnímaniu cieľov, ktoré by sa mali dosiahnuť do roku 2020.

Spoločnú energetickú politiku podporuje 70% respondentov, je to mierny pokles o 2 percentuálne body. Podiel respondentov, ktorí podporujú spoločnú energetickú politiku na Slovensku sa presne zhoduje s európskym priemerom. Túto politiku v najvyššej miere podporujú mladší ľudia, študenti a manažéri.

Hlavnou prioritou energetickej únie by podľa Slovákov mala byť garancia rozumných cien za energiu, 41% respondentov považuje tento cieľ za hlavnú prioritu. Prioritami podľa respondentov by ešte mala byť ochrana životného prostredia (30%) a rozvíjanie energie z obnoviteľných zdrojov (28%). Kým na Slovensku respondenti považujú za najvyššiu prioritu cenu za energiu, na úrovni EÚ28 hlavnou prioritou je rozvíjanie energie z obnoviteľných zdrojov (41%). 38% respondentov na úrovni EÚ28 za najdôležitejšie považuje cenu za energiu.

Cieľ „znížiť emisie skleníkových plynov v EÚ do roku 2020 o 20% v porovnaní s rokom 1990“ považuje za realistický takmer polovica respondentov (49%), za príliš ambiciózne tento cieľ považuje 29% respondentov. Rovnaký podiel respondentov považuje za realistický cieľ „zvýšiť podiel energií z obnoviteľných zdrojov v EÚ o 20 % do roku 2020“. Za najrealistickejší považujú cieľ „zvýšiť energetickú efektívnosť v EÚ o 20 % do roku 2020“, 54% respondentov považuje tento cieľ za primeraný a 26% za príliš ambiciózne. Na úrovni EÚ28 je vnímanie týchto cieľov podobné. Prvý cieľ za realistický považuje 50%, druhý cieľ 54% a za najrealistickejší považujú tretí cieľ (56%).

ZÁVERY

Na základe udalostí, ktoré sa udiali pred uskutočnením terénneho zberu dát na jesennú vlnu EB a priamo počas neho, by bolo možné predpokladať, že názory respondentov na EÚ budú všeobecne negatívnejšie. Naplnilo sa to iba čiastočne, resp. postoje respondentov v porovnaní s predchádzajúcou vlnou EB zostali v podstate nezmenené. V prípade občianstva EÚ vo väčšine analyzovaných oblastí nastali iba mierne negatívne posuny vo vnímaní občianstva, posuny sa v priemere pohybovali medzi 3 až 6 percentuálnymi bodmi, čo nie je možné považovať za relevantné posuny. Dôležité je poznamenať aj to, že síce je možné sledovať mierne klesajúcu tendenciu vo vnímaní občianstva v EÚ na Slovensku, no väčšina analyzovaných oblastí je stále nad priemerom EÚ28. Postoje respondentov na Slovensku sú teda pozitívnejšie ako priemer EÚ28. Ľudia na Slovensku za najväčšie úspechy EÚ považujú predovšetkým voľný pohyb osôb, tovarov a služieb, Euro a mier, čo je v súlade s cieľmi EK v oblasti budovania pocitu občianstva. Vo všeobecnosti platí, že za občanov EÚ sa vo vyššej miere považujú mladší ľudia, ľudia s vysokoškolským vzdelaním, študenti, samostatne zárobkovo činné osoby a ľudia v manažérskych pozíciách.

V prípade druhej analyzovanej oblasti – využívanie médií v EÚ – Slováci sa považujú za dobre informovaných o záležitostiach EÚ. Zaujímavé je, že toto subjektívne sebahodnotenie potvrdzujú aj dáta o objektívnych znalostiach o EÚ. Kým na úrovni EÚ28 má objektívne znalosti na dobrej úrovni 34% respondentov, na Slovensku je to 51% respondentov. Objektívne znalosti o EÚ sú vypočítané na základe jednoduchých vedomostných otázok o EÚ.

Najčastejšie využívaným médiom na Slovensku je televízia, nasledovaná rádiom, internetom a tlačou. Podobné poradie je aj v prípade dôvery v jednotlivé médiá. Výsledky naznačujú, že veľká časť Slovákov považuje sociálne siete za dôležitý zdroj politických informácií a za médium, kde je možné vyjadriť vlastné politické názory.

Slováci vnímajú stav hospodárstva na Slovensku pozitívnejšie ako pred rokom, no napriek tomu veľká väčšina považuje stav hospodárstva za zlý. Mierny nárast nastal aj v prípade ostatných hospodárskych ukazovateľov. Na Slovensku je teda badateľné mierne zlepšenie vnímania hospodárskej situácie v porovnaní s minulým rokom. V prípade podpory Eura nastal síce mierny pokles, ale podpora Eura na Slovensku je ešte stále vysoko nad priemerom EÚ28.

Väčšina Slovákov podporuje aj silnejšiu spoluprácu na úrovni EÚ v oblasti energetiky. Za najdôležitejšie Slováci považujú cenu za energie a opatrenia spojené s ochranou prírody.