



Postoj veřejnosti k předsednictví ČR Evropské unii

Zpracoval STEM pro Úřad vlády ČR

Úřad vlády České republiky



15. září 2021

Shrnutí

1. **Povědomí** o předsednictví se **zvyšuje**. Nejvíce informovaní a zároveň s nejvyšší důvěrou ke schopnostem české diplomacie jsou lidé nad 60 let.
2. Česko by mělo být **bezpečné a prosperující**. Bezpečnosti přikládají váhu zejména méně vzdělaní respondenti ve vyšším středním věku a ženy.
3. Nejjednoznačněji jsou podporovány **ekonomické aspekty** členství. Evropa by měla být zejména **propojená vnitřním trhem, moderní a prosperující**. Ekonomické aspekty rovněž tvoří oblast **nejvyšší společenské shody**. **Síla a bezpečnost** jsou důležité pro starší respondenty a respondenty s nižším vzděláním.
4. Na hlavních cílech EU do budoucna panuje relativní shoda. Měly by to být **boj proti organizovanému zločinu, ochrana krajiny a zjednodušení daňového systému**. Největší rozdíly jsou založeny na postoji respondentů k EU a týkají se investice do výzkumu a vyšší spolupráce policie a armád. Ženy více podporují enviromentální a sociální témata, muži a vysokoškoláci naopak vědu a výzkum.
5. Mezi respondenty dominuje shoda, že by se EU měla zaměřit na **enviromentální témata**, zejména na zadržování vody v krajině, obnovu smíšených lesů a dosažení energetické soběstačnosti. Jako klíčové je rovněž vnímáno zajištění shodné **kvality výrobků a záruk v EU a zjednodušení evropských předpisů**.
6. V návaznosti na **ekonomické priority členství** se rovněž velká část respondentů přiklání k tomu, aby se EU v budoucnu orientovala na **podporu exportu**. Stejně tak panuje vysoká shoda na podpoře **boje proti terorismu a praní špinavých peněz**. V oblasti kultury a vzdělávání jde pak o **ochranu památek**.

Obsah

Metodologie	4
Povědomí o předsednictví	8
Česko ve sloganech	16
Témata předsednictví dle Východisek	22
Přitažlivost cílů předsednictví	28
Rezortní priority	36
Zájmy veřejnosti	43
Pohledem odbornice na komunikaci	47

Metodika výzkumu

Metoda sběru dat: kombinace online a telefonického dotazování (CAWI+CATI).

Dotázáno 1019 občanů České republiky starších 18 let.

Soubor reprezentuje: dospělou populaci ČR.

Metodika výběru: kvótní výběr podle kritérií pohlaví, věk, vzdělání, velikost místa bydliště, region.

Termín dotazování: 25. 8. – 1. 9. 2021

Postoj k EU a společenská otevřenost

Pro přehledné rozvrstvení české společnosti podle jejího postoje k Evropské unii jsme vytvořili segmentaci, která tyto postoje odráží a ukazuje, jak velké jsou jednotlivé skupiny lidí.

Segmentace stojí na dvou osách:

- otevřenosti vůči české společnosti,
- a přímém názoru na stav a směřování EU.

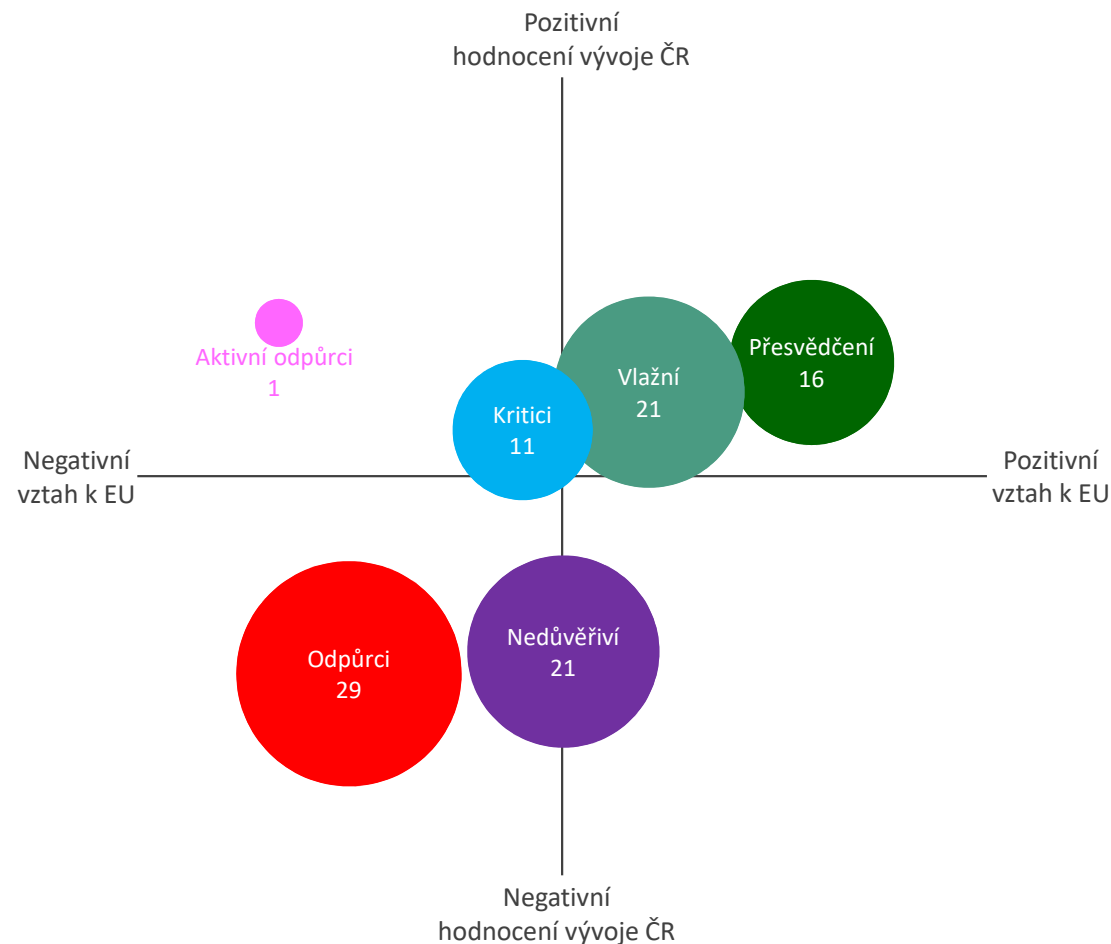
Přesvědčení a **Vlažní příznivci** hodnotí stav EU i české společnosti převážně kladně.

Kritici mají určité výhrady jak ke stavu naší společnosti, tak k fungování EU.

Nedůvěřiví převážně nejsou spokojeni se stavem české společnosti, ale k EU zůstávají spíše nevyhranění.

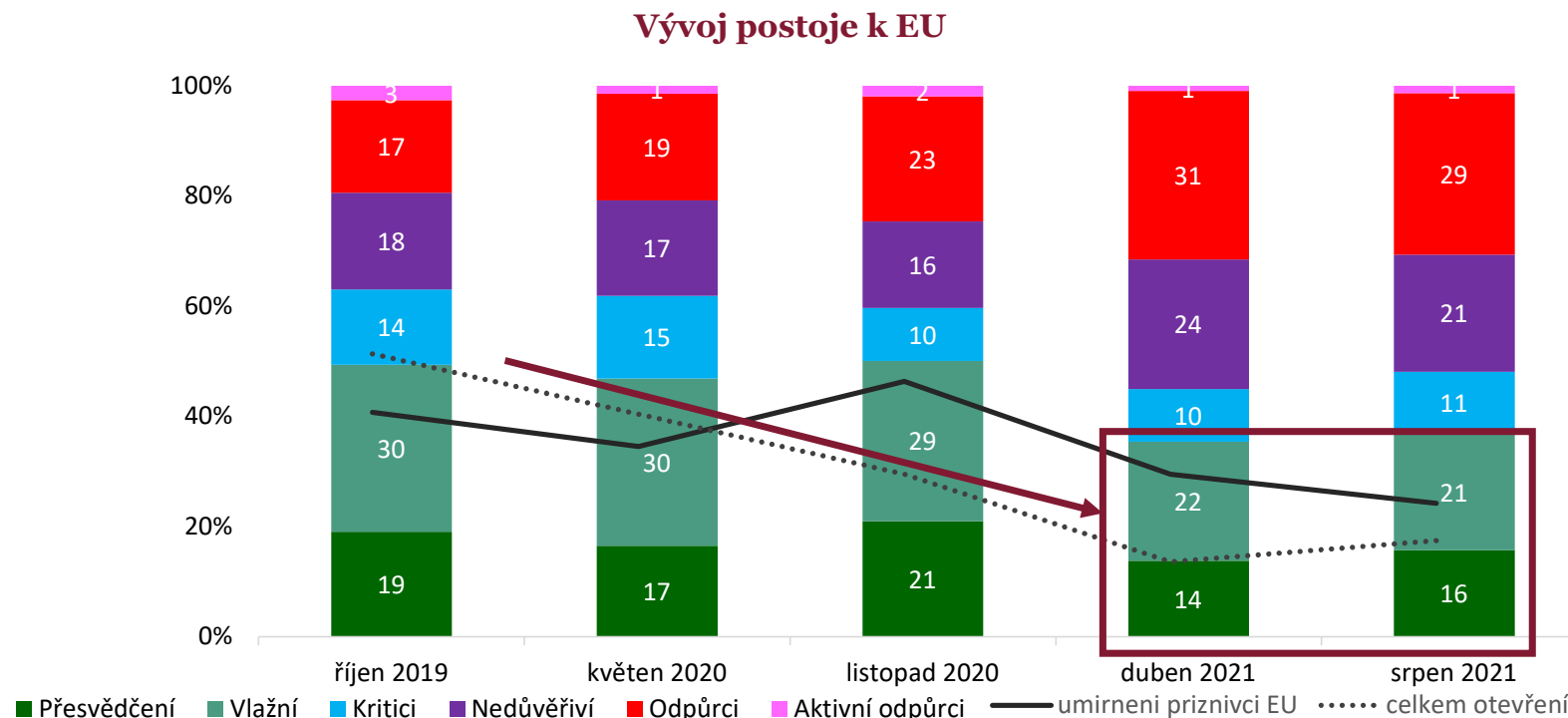
Negativní postoj k EU vykazují **Odpůrci** a **Aktivní odpůrci**, přičemž odpůrců je jednak významně více a jednak mají negativní postoj i k české společnosti.

V současnosti tak sledujeme rozdělení podle intenzity postoje k EU zhruba na třetiny, kdy největší část je k EU převážně shovívavá (37 % Vlažných a Přesvědčených příznivců), další se k EU staví rezervovaně (32 % Kritiků a Nedůvěřivých) a necelá třetina je k ní naladěná nepřátelsky (31 % Aktivních a běžných Odpůrců).

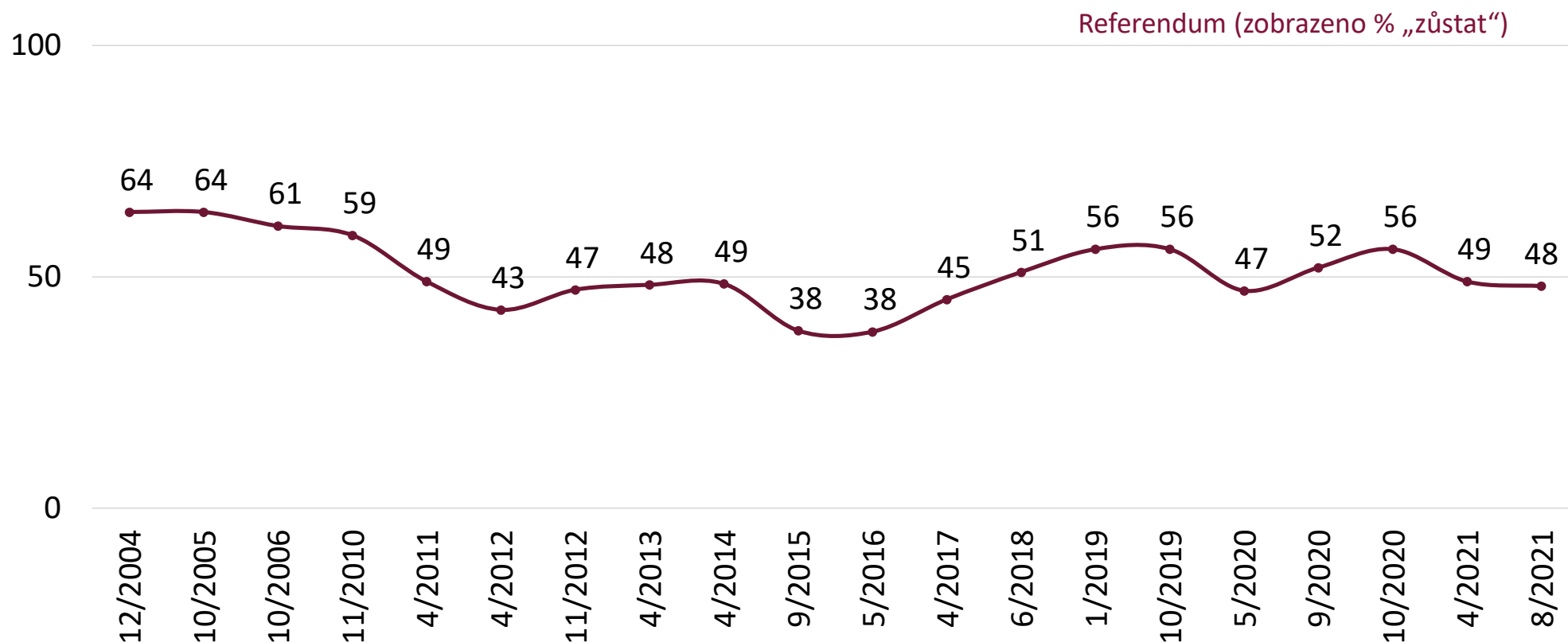


Postoj k EU a společenská otevřenost

Od konce roku 2019 došlo k **výraznému poklesu obyvatel, kteří vnímají pozitivně EU i směřování české politiky**. V naší segmentaci tak značně **poklesl podíl Přesvědčených i Vlažných příznivců EU**. Při bližší analýze této segmentace je patrné, že za pokles byl zodpovědný zejména **setrvalý propad důvěry ve směřování české politiky**. Naopak vnímání EU zaznamenalo v listopadu minulého roku dokonce vzestup. Od dubna 2021 již nedochází k dalšímu propadu a data naznačují dokonce mírný vzestup důvěry ve směřování české politiky a stagnaci důvěry v EU.



Vývoj hlasování v hypotetickém referendu o setrvání v EU



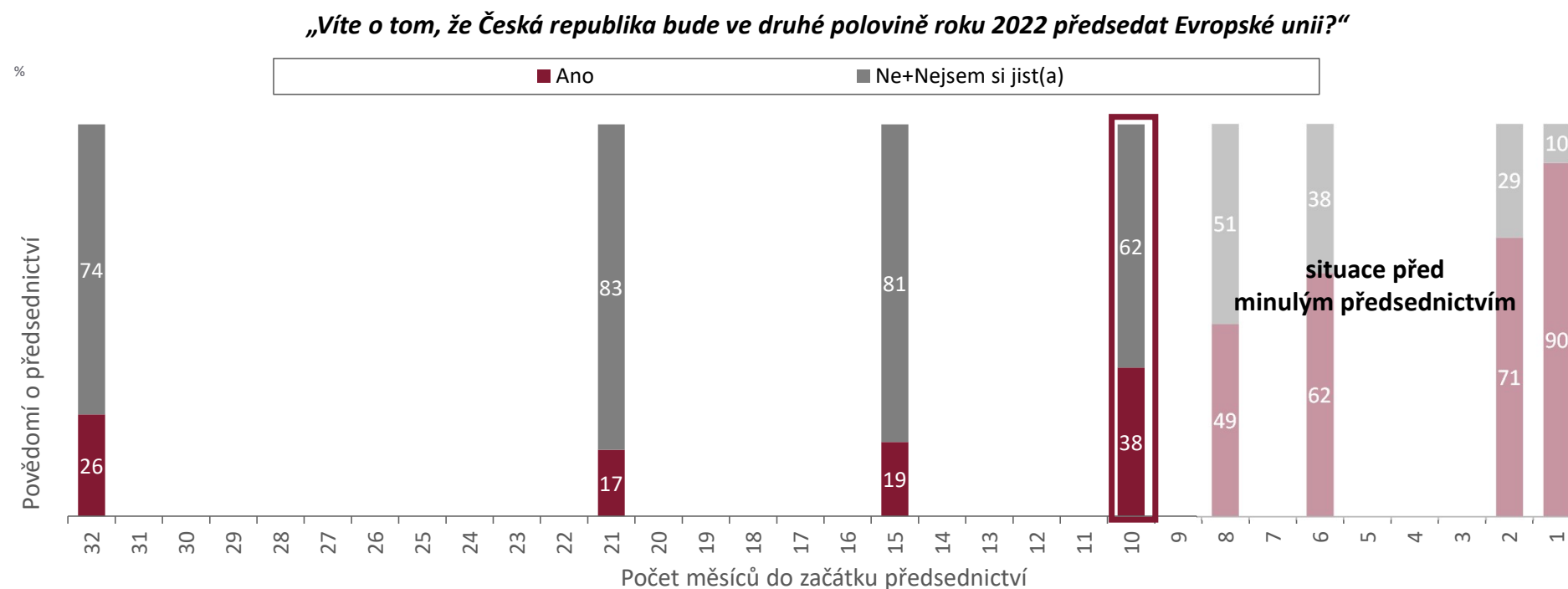
Povědomí o předsednictví a hodnocení připravenosti na něj

Shrnutí- povědomí o předsednictví a připravenost na něj

- S přibližujícím se termínem českého předsednictví EU roste zvolna i povědomí o něm.
- Bude-li podpořeno vhodnou komunikační kampaní, může stále dosáhnout podobné kulminace znalosti jako před minulým předsednictvím.
- Vyšší povědomí vykazují skupiny, u kterých i v jiných tématech tradičně evidujeme větší přehled, typicky tedy více starší lidé, vysokoškoláci a muži.
- Čím vyšší povědomí, tím spíše si lidé myslí, že je ČR na předsednictví připravena.
- Pozitivní hodnocení schopnosti Česka využít příležitosti, které předsednictví přináší, souvisí s důvěrou ve stav a směřování české společnosti.

Povědomí o předsednictví

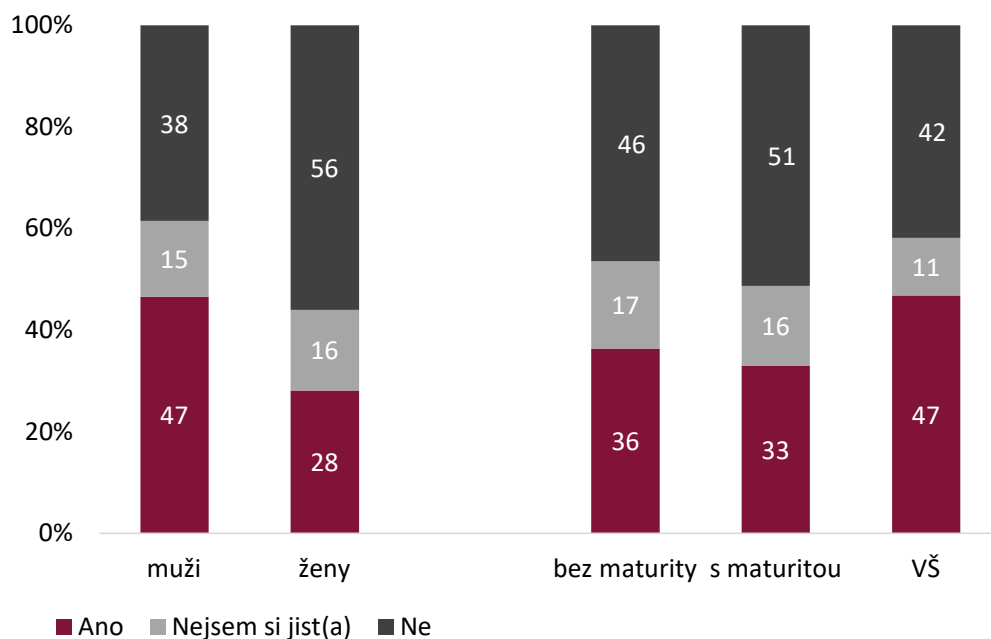
Povědomí o nadcházejícím předsednictví se **výrazně zvyšuje**, v současnosti (konec srpna) o českém předsednictví ví již 38 % dotázaných. S využitím další informační kampaně je tak možné povědomí dále zvyšovat na úroveň srovnatelnou s prvním českým předsednictvím (světlejší sloupce).



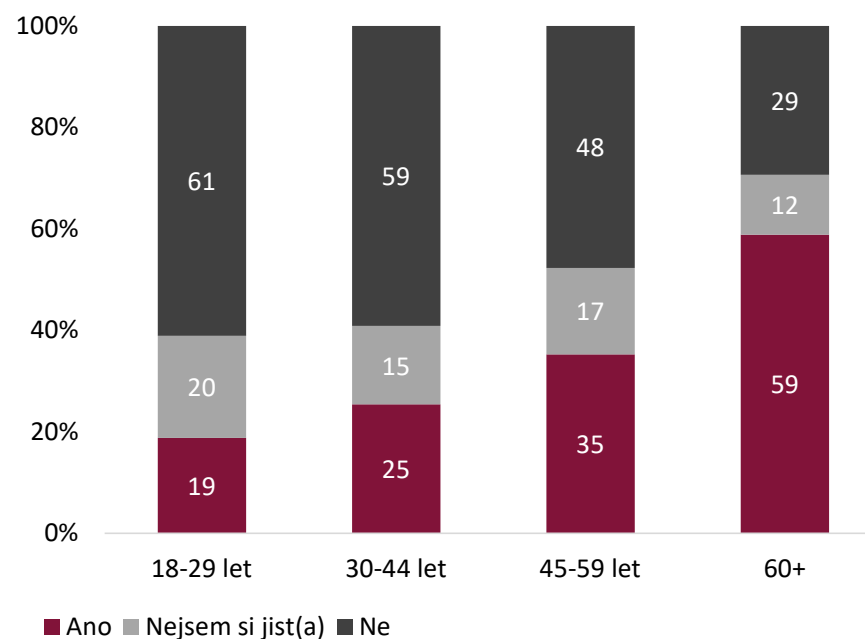
Povědomí o předsednictví dle demografické skladby

Povědomí o předsednictví je nejvyšší mezi **vysokoškoly** a mezi **muži**. Povědomí výrazně vzrůstá s věkem respondentů. Zatímco ve věkové skupině 18-29 let je předsednictví informováno 19 % mezi respondenty nad 60 let je informováno 59 %.

Povědomí o předsednictví dle pohlaví a vzdělání



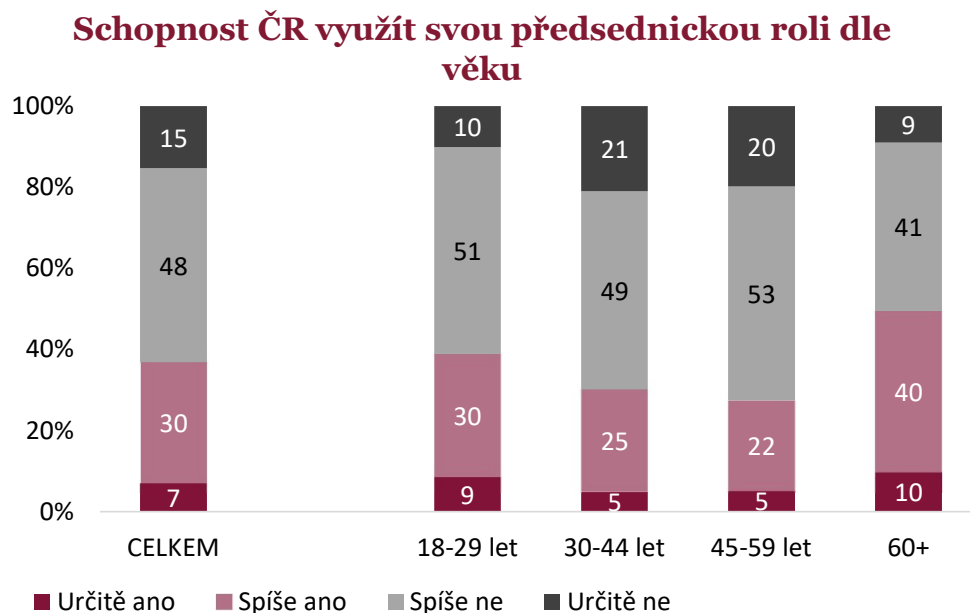
Povědomí o předsednictví dle věku



Znění otázky: „Víte o tom, že Česká republika bude ve druhé polovině roku 2022 předsedat Evropské unii?“

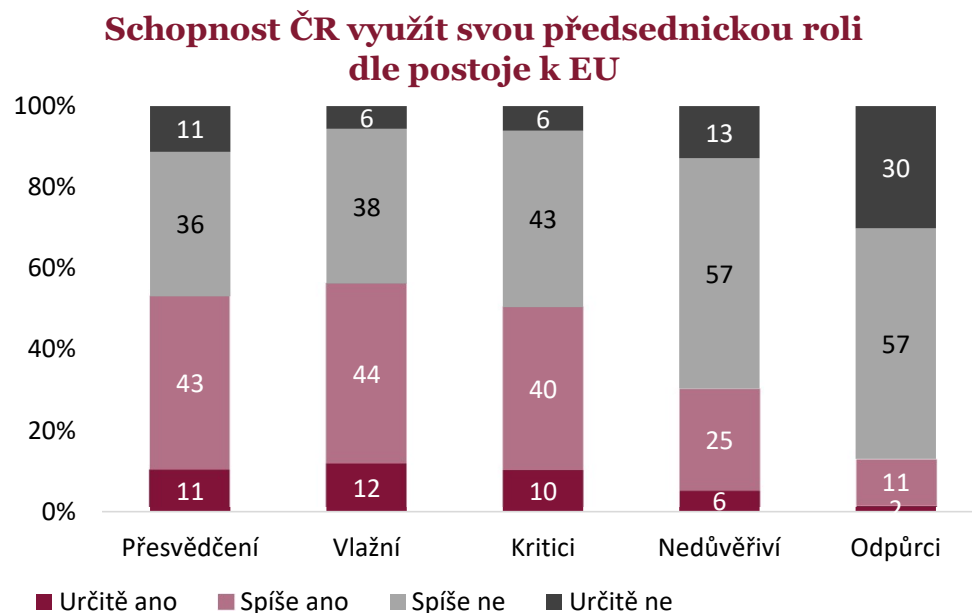
Schopnost ČR využít svou předsednickou roli

Téměř **dvě třetiny veřejnosti** (63 % spíše + určitě ne) se domnívají, že ČR **nebude** schopna adekvátně využít svou předsednickou roli. Nejvýraznější jsou rozdíly v rámci věku – skepticky se ke schopnostem ČR staví zejména **střední generace** (30–59 let). Naopak tradičně nejvyšší podpoře se schopnosti ČR těší ve věkové kategorii nad 60 let.



Schopnost ČR využít svou předsednickou roli

Názor na schopnost ČR využít předsednictví se zásadně liší dle postoje k EU. Nejvíce jsou o schopnosti využít příležitost přesvědčení **podporovatelé EU**, kde se k tomuto názoru přiklání více než **polovina** respondentů. Naopak mezi Odpůrci je o tom přesvědčeno pouze 13 % respondentů (určitě + spíše ano). Jako důležitý motiv pro vyjádření vyšší či nižší důvěry můžeme určit hodnocení stavu české společnosti – segmenty, u nichž převažuje kladné nebo neutrální hodnocení naší společnosti, hledí na možnost využití našeho předsednictví významně lépe.

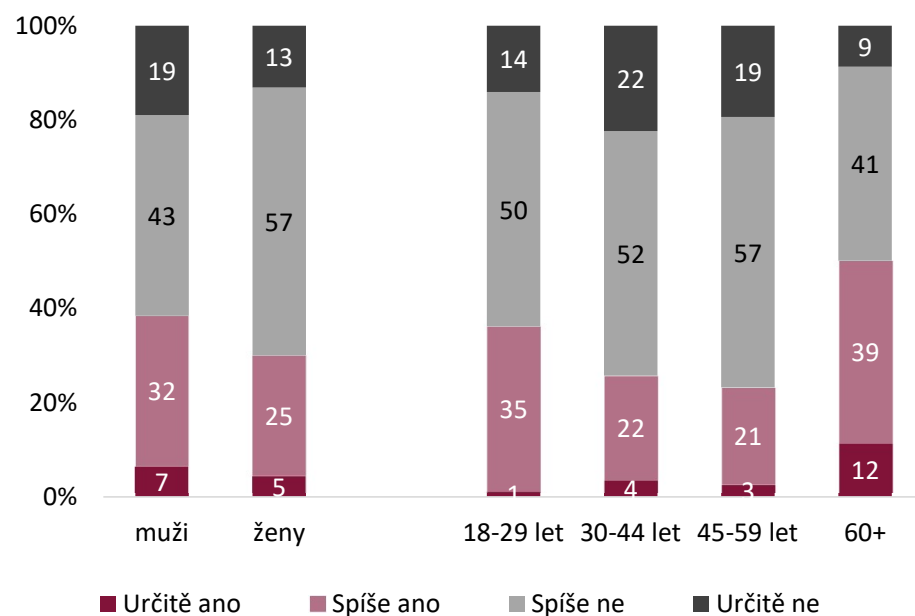


Celková připravenost ČR

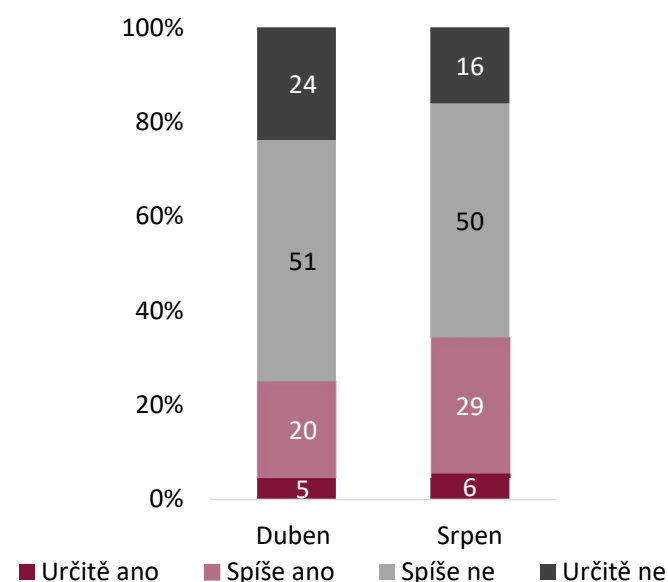
V hodnocení celkové připravenosti ČR na předsednictví jsou opět nejsilněji patrné rozdíly dle věku. I zde je možné pozorovat shodný vzorec, kdy se **nejskeptičtější** k připravenosti ČR staví lidé ve **středním věku** (30-59 let). Zatímco ve skupině 45-59 let se domnívá pouze 24 % (určitě + spíše ano) občanů, že je ČR připravena, mezi respondenty nad 60 let je to již 51 % (určitě + spíše ano). Mírně vyšší rozdíly jsou přítomny i v dělení dle pohlaví – muži (39 % určitě + spíše ano) hodnotí připravenost ČR o něco lépe než ženy (30 % určitě + spíše ano).

Hodnocení připravenosti ČR se mírně zlepšilo v časovém srovnání, kdy přibýlo těch, kteří si myslí, že ČR je spíše připravena (+ 9 p. b.).

Připravenost ČR dle pohlaví a věku



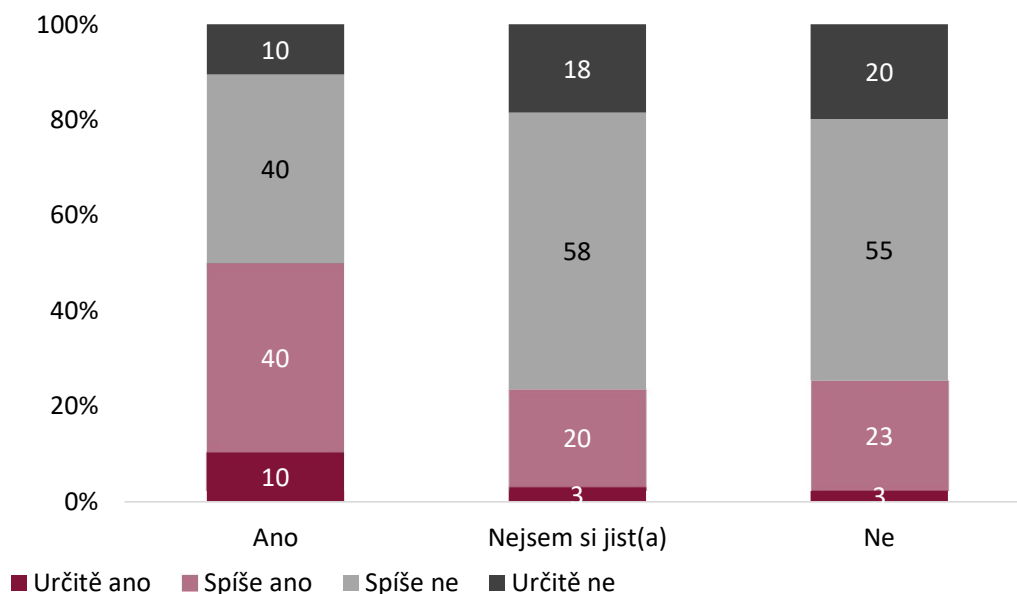
Připravenost ČR v časovém srovnání



Celková připravenost ČR a povědomí o předsednictví

Občané, kteří jsou informováni o nadcházejícím předsednictví, se častěji domnívají, že je ČR na předsednictví dobře připravena. Mezi těmi, kteří jsou o předsednictví **informováni**, se polovina (50 % určitě + spíše ano) domnívá, že **ČR je na předsednictví připravena**. Naopak mezi těmi, kteří o předsednictví dosud nevěděli, tento názor sdílí pouze čtvrtina (26 % určitě + spíše ano).

Připravenost ČR dle povědomí o předsednictví



Česko ve sloganech

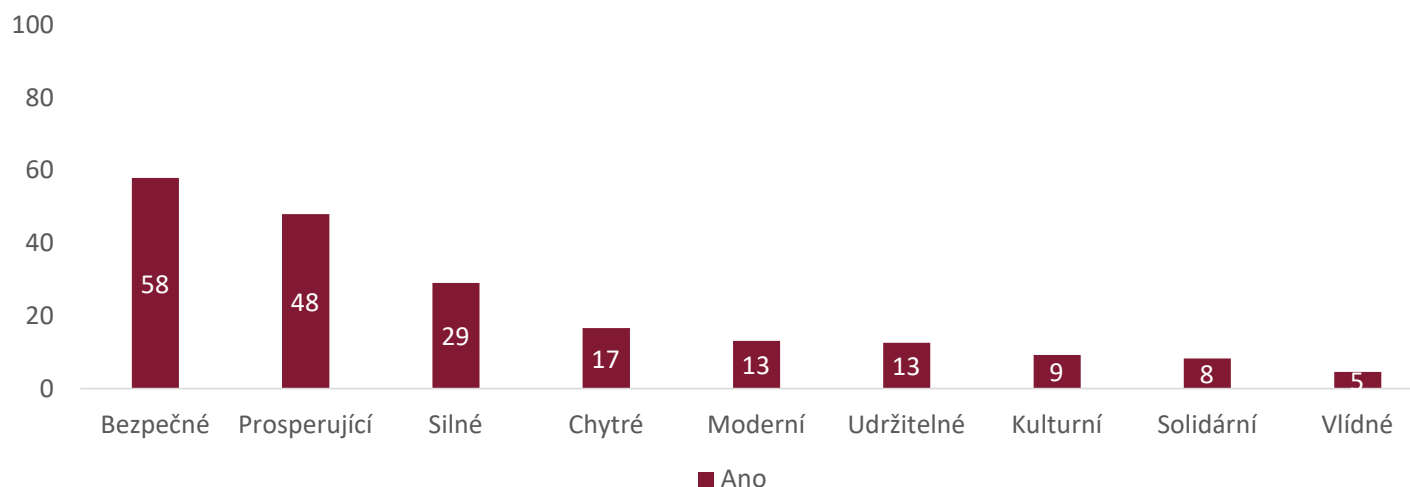
Shrnutí – sebeprezentace Česka

- Bezpečnost a prosperita jsou s přehledem hlavními vlastnostmi, které by česká veřejnost ráda spojovala (dovnitř i navenek) s Českem.
- Jde o hlavní určující bod, prolínající se celým výzkumem, na významu obou atributů navíc panuje celospolečenská shoda.
- Podpurnými vlastnostmi pak mohou být ještě síla a chytrost Česka.
- Rozdíly podle různých sociodemografických a jiných charakteristik existují, ale jde jen o různou intenzitu – základní rozvržení a hierarchie důležitosti jednotlivých vlastností zůstávají shodné.

Česko ve sloganech

Pro největší část veřejnosti by Česko mělo být zejména **bezpečné** (58 %) a **prosperující** (48 %). Tyto priority sdílí občané napříč sociodemografickými vlastnostmi, i když se značně mění důraz na tyto komponenty a rovněž existují rozdíly v hodnocení následujících položek. Dvě další vlastnosti v pořadí, Česko silné (29 %) a chytré (17 %), vnímáme jako podporující dvě hlavní ve smyslu „bezpečí skrze sílu“ a „prosperita skrze chytrost“.

„Se kterými dvěma vlastnostmi byste chtěl(a), aby ČR byla do budoucna v Evropě nejvíce spojována?“



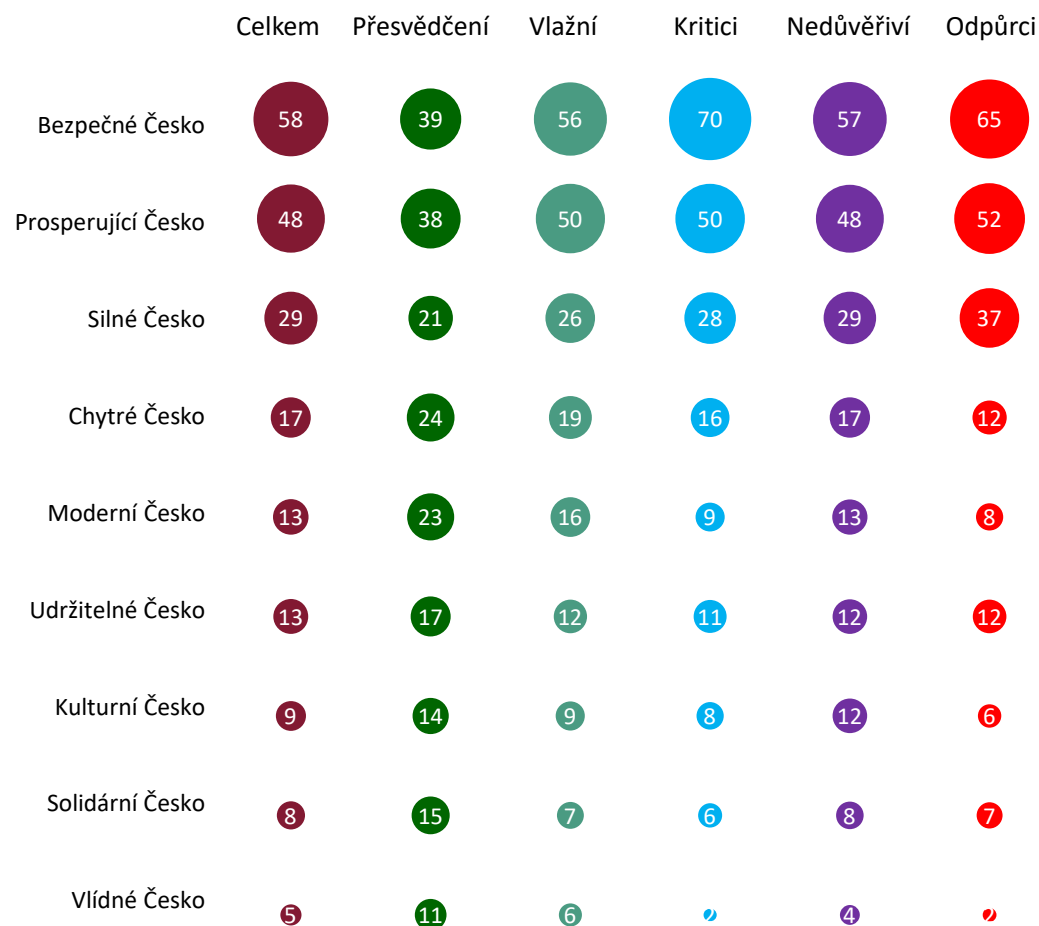
*Respondenti volili až dvě z uvedených vlastností.

Česko ve sloganech dle postoje k EU

V pořadí představ o prezentaci Česka panuje mezi jednotlivými segmenty podle postoje k EU relativní shoda.

Přesvědčení podporovatelé EU se od ostatních skupin odlišují tím, že o něco více zmiňují i okrajovější možné vlastnosti Česka, zejména **Moderní Česko** a **Solidární Česko**.

Kritici i **Odpůrci** EU častěji upřednostňují **Bezpečné Česko** a mezi Odpůrci navíc nejsilněji rezonuje také **Silné Česko**.

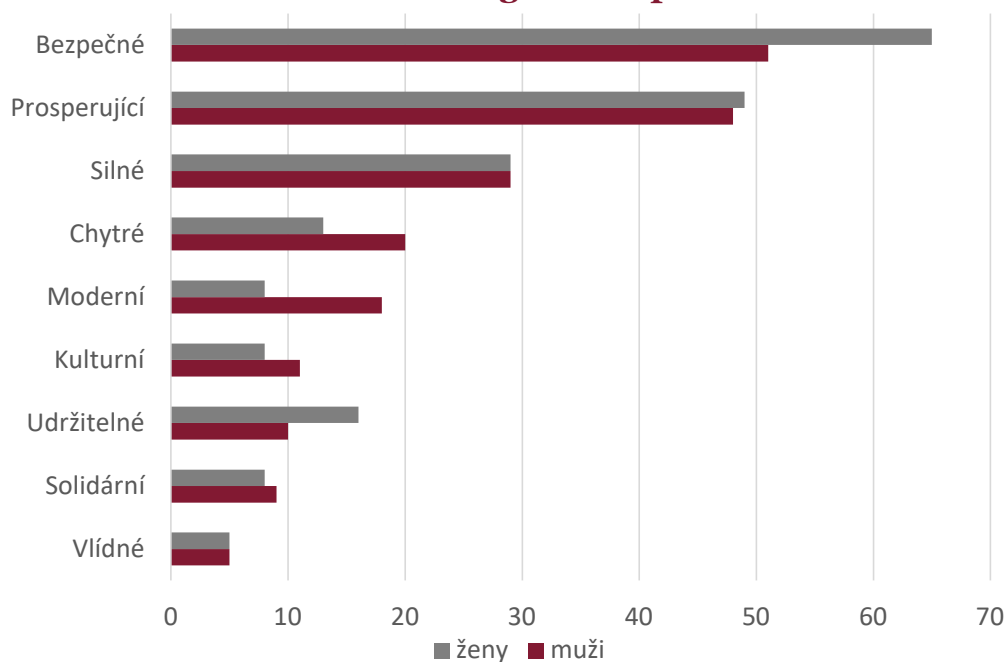


*Podpora danému sloganu v procentech v dané skupině

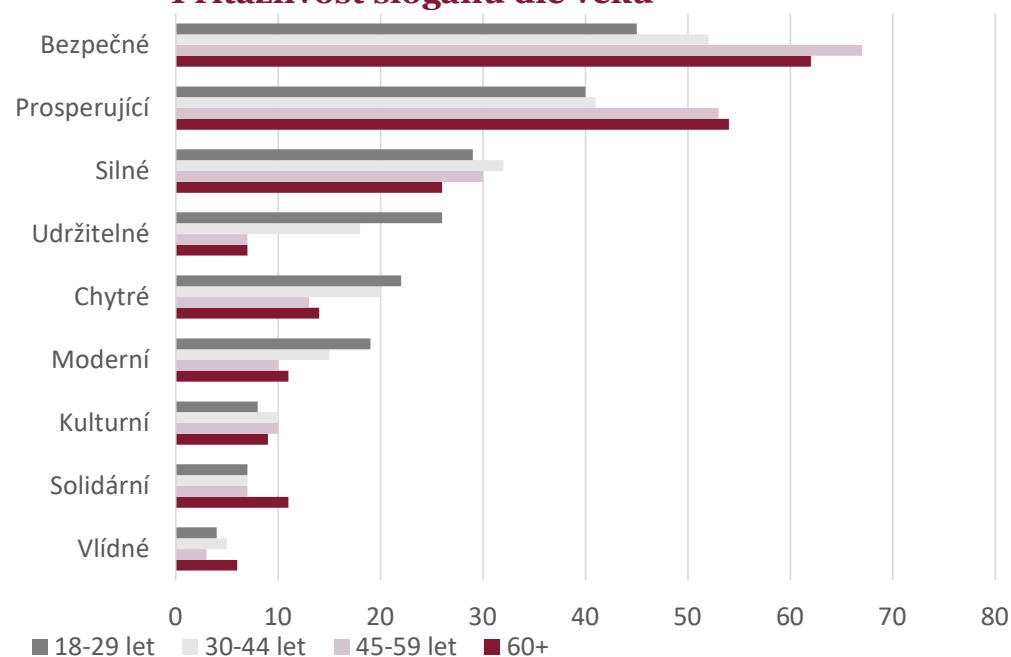
Česko ve sloganech

Bezpečné Česko je výrazně více akcentováno **ženami** (rozdíl 14 p. b.), zatímco pro muže jsou přívlastky bezpečné a prosperující téměř stejně populární. Stejně tak je pro **ženy** přitažlivější **udržitelné** Česko (rozdíl 6 p. b.). **Muži** naopak více slyší na přívlastky **moderní** (rozdíl 10 p. b.) a **chytré** (rozdíl 7 p. b.). Při dělení dle věku je zřejmé, že **bezpečnost a prosperita** jsou v nejvyšší míře akcentovány **starší střední a starší generací**. Bezpečnost je nejpřitažlivější pro skupinu 45-59 let (rozdíl 22 p. b. oproti nejmladší skupině). Pro **mladší respondenty** je naopak přitažlivější **udržitelnost** (rozdíl 19 p. b. oproti starší střední a starší generaci), dále pak chytrost a modernita (obojí rozdíl 9 p. b. proti starší střední generaci),

Přitažlivost sloganů dle pohlaví



Přitažlivost sloganů dle věku

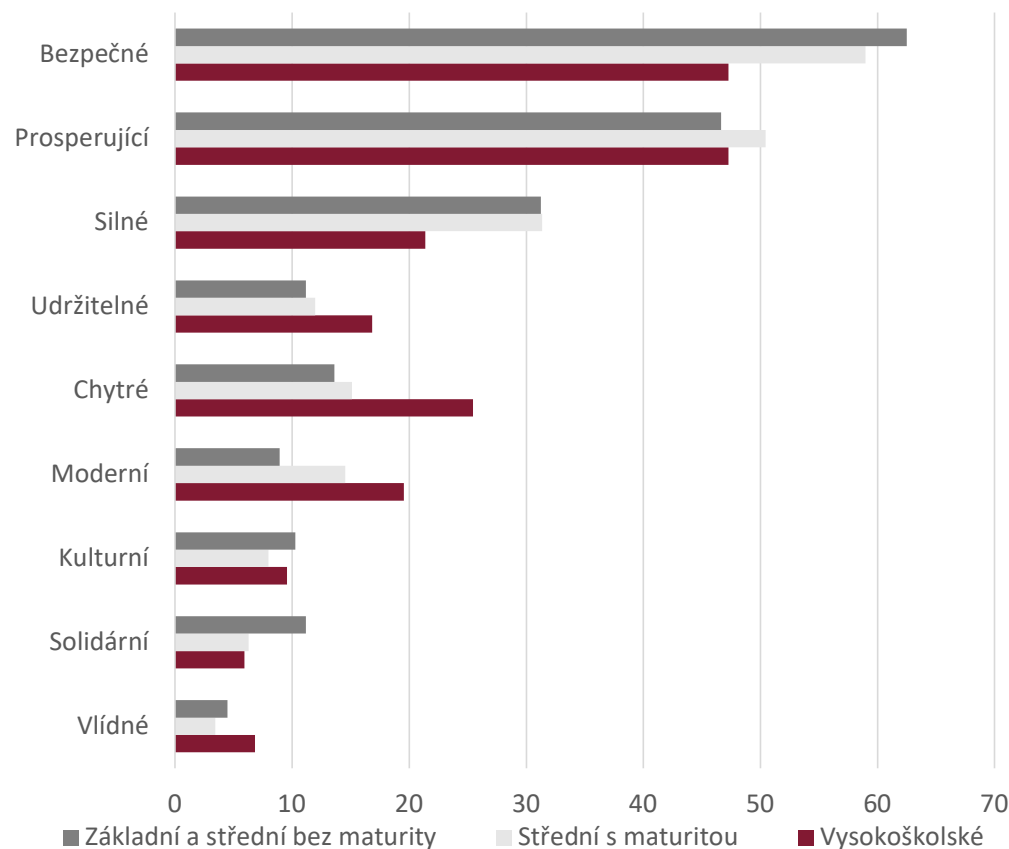


Česko ve sloganech

Bezpečné Česko je přitažlivé zejména pro respondenty **bez vysokoškolského vzdělání** (rozdíl 16 p. b. mezi krajními skupinami). Naopak pro **vysokoškoláky** je **prosperita** a bezpečnost srovnatelně přitažlivá. Lidé **bez vysokoškolského vzdělání** rovněž více preferují **silné** Česko (rozdíl 10 p. b.). **Vysokoškoláci** naopak více slyší na **chytré** Česko nebo Česko **moderní** (obojí rozdíl 11 p. b. mezi krajními skupinami).

V preferencích existují rovněž regionální rozdíly. **Nejvíce se odlišuje oblast Severozápadu**. Zde je výrazně preferováno **silné** Česko (41 %, maximální rozdíl 19 p. b. oproti Jihozápadu), a naopak **nejméně populární** je zde Česko **udržitelné** (7 %, maximální rozdíl 13 p. b. oproti Praze). **Praha** naopak na **udržitelné** Česko slyší výrazně více než ostatní regiony (19 %), výrazně vyšší je zde i podpora **chytrého** Česka (24 %, maximální rozdíl 12 p. b. oproti Severovýchodu). Jihozápad Česka je pak mírně více nakloněn vlídnému Česku (maximální rozdíl 7 p. b. od Severozápadu).

Přitažlivost sloganů dle vzdělání



Témata předsednictví dle Východisek

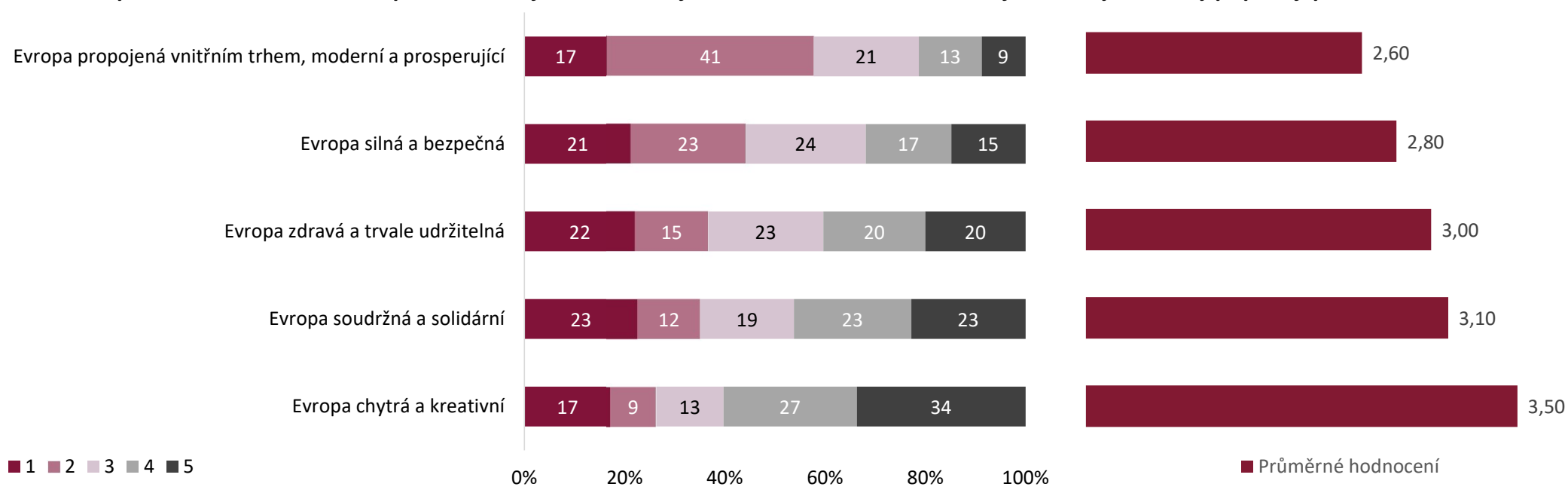
Shrnutí – východiska předsednictví

- Také z hodnocení nejatraktivnějších obecných východisek, kam by se mohla ubírat Evropská unie, sledujeme u české veřejnosti nejsilnější postavení prosperity a bezpečnosti.
- Moderní, propojená a prosperující Evropa není jednoznačně favorizovaným východiskem, jde však o konsenzuální cíl.
- Moderní a propojenou Evropu tak můžeme vnímat jako prostředek, u kterého se většina shodne na tom, že může vést ke kýžené prosperitě.
- Silná a bezpečná Evropa je pak na roveň prosperující Evropě zejména pro starší část společnosti.

Přitažlivost tematických okruhů předsednictví

Jako nejpřitažlivější okruh témat předsednictví je hodnocena Evropa **propojená vnitřním trhem, moderní a prosperující**, nejméně přitažlivá se naopak jeví Evropa chytrá a kreativní. Vize ekonomické prosperity je dobře hodnocena zejména díky tomu, že představuje neproblematickou oblast **společenské shody** – přestože hodnocení známkou 1 je zde spíše méně časté, výrazná část ji dává nadprůměrnou známku 2 a jen málo lidí tuto vizi hodnotí negativně. Dlouhodobý důraz veřejnosti na sílu ekonomiky a její další rozvoj tak vystupuje do popředí i zde.

„Naše předsednictví se zaměří na pět okruhů zájmu. Označujte laskavě školními známkami, jak Vám tyto okruhy připadají přitažlivé“

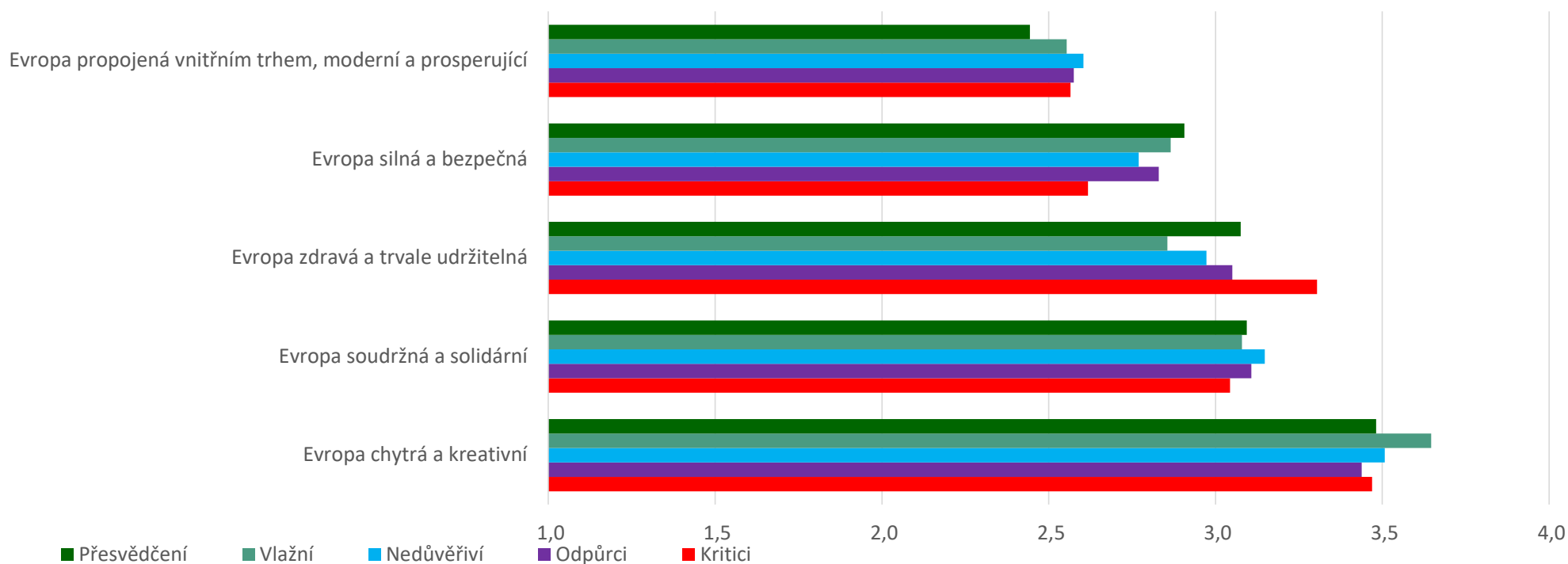


*Průměrné hodnocení na škále 1–5 (1 = nejpřitažlivější, 5 = nejméně přitažlivé).

Přitažlivost tematických okruhů předsednictví

Přitažlivost tematických okruhů je rovněž jen částečně ovlivněna postojem k EU. Pro všechny segmenty populace je **nejlákavější vize Evropy propojené vnitřním trhem**. Pouze pro **kriticky smýšlející** je pak tento okruh srovnatelně přitažlivý s **Evropou silnou a bezpečnou**. Ve vztahu k EU pak méně vyhraněné segmenty populace lépe hodnotí Evropu zdravou a trvale udržitelnou.

Přitažlivost tematických okruhů dle postoje k EU

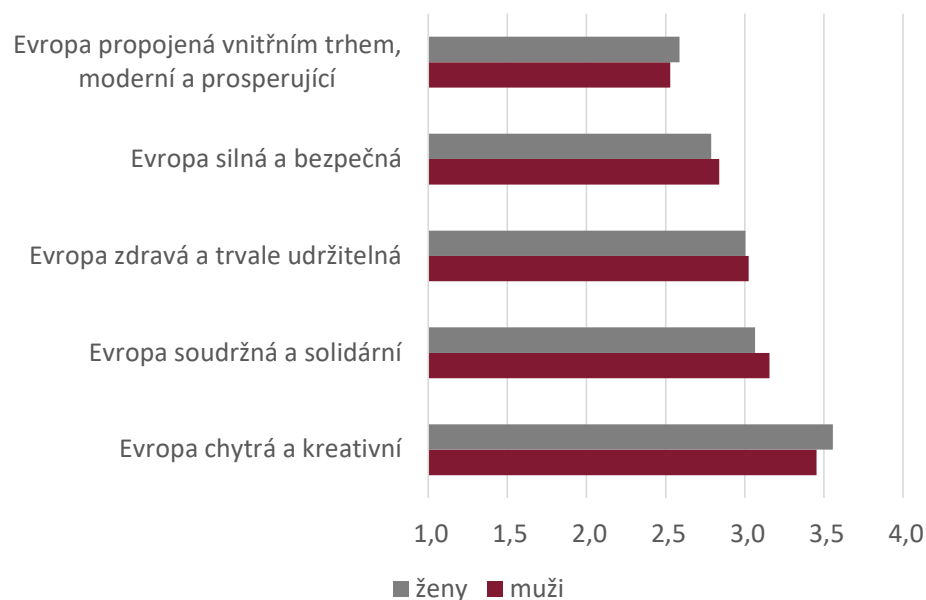


„Naše předsednictví se zaměří na pět okruhů zájmu. Oznámujte laskavě školními známkami, jak Vám tyto okruhy připadají přitažlivé“

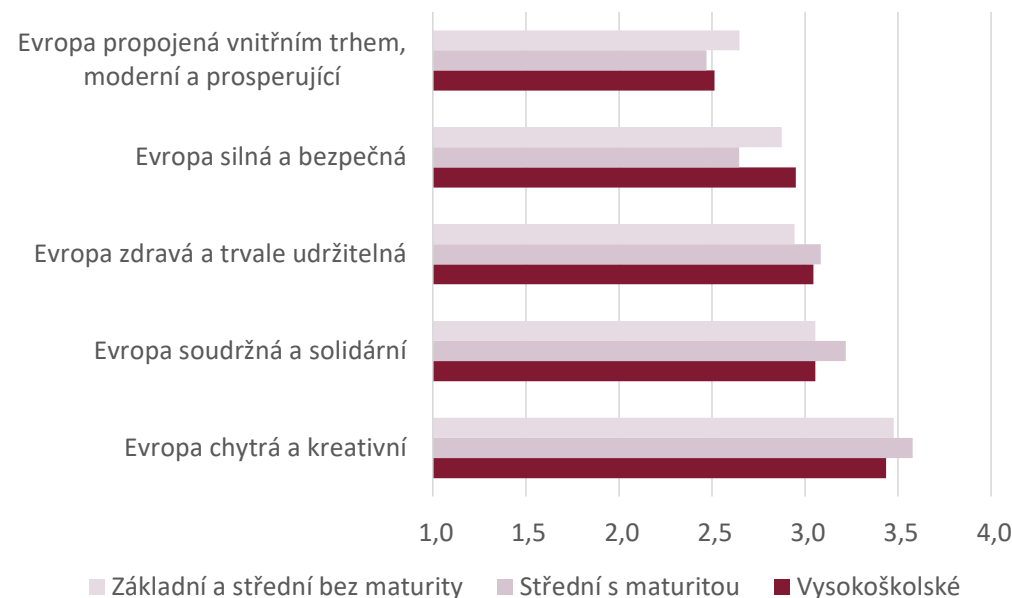
Přitažlivost tematických okruhů předsednictví

Základní demografické vlastnosti nemají klíčový vliv na hodnocení jednotlivých tematických okruhů. Při dělbě dle vzdělání se v hodnocení nejvíce odlišuje veřejnost s **maturitním vzděláním**. Ta je více oslovena vizí Evropy, která je **silná a bezpečná**. Oproti ostatním skupinám je pak naopak **méně oslovena** představou Evropy **soudržné a solidární** a Evropy **chytré a kreativní**. Lidé bez maturity hodnotí mírně pozitivněji Evropu zdravou a trvale udržitelnou. Zdálnivě nízká rozdílnost průměrů je dána konzervativním chováním aritmetického průměru.

Přitažlivost tematických okruhů dle pohlaví



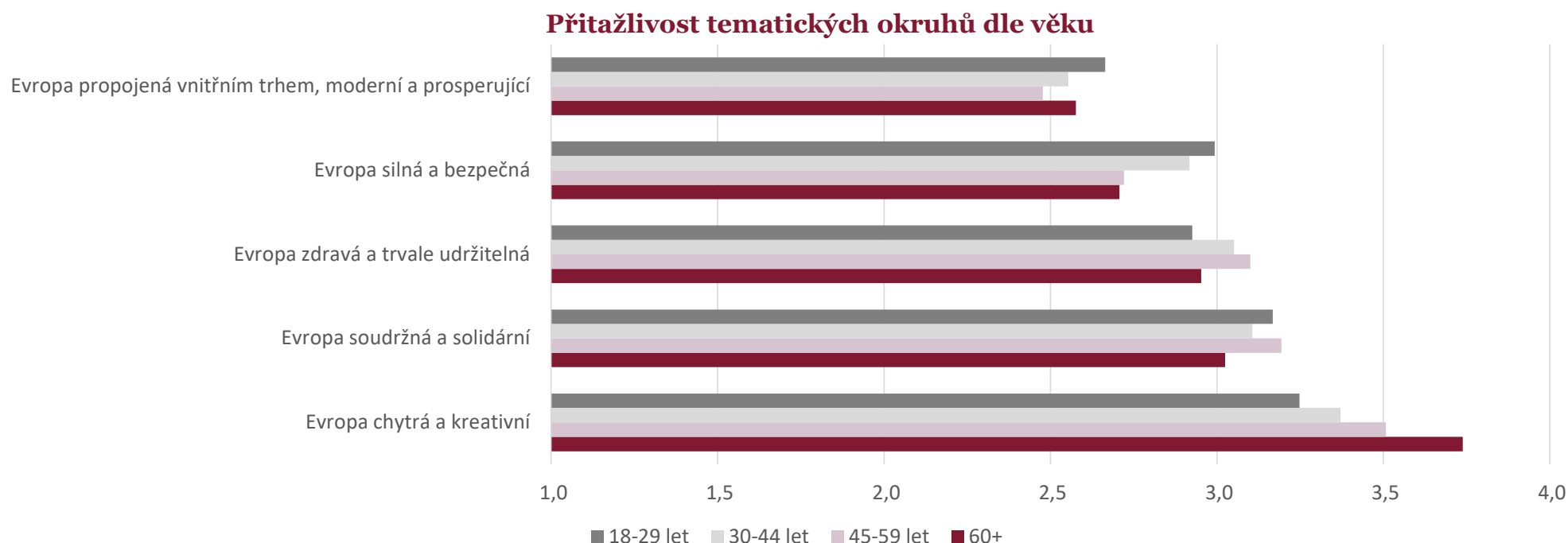
Přitažlivost tematických okruhů dle vzdělání



„Naše předsednictví se zaměří na pět okruhů zájmu. Oznámujte laskavě školními známkami, jak Vám tyto okruhy připadají přitažlivé“

Přitažlivost tematických okruhů předsednictví

Při dělbě dle věku je patrné, že **ekonomické faktory** jsou významnější pro věkovou skupinu **nad 30 let**. Nejvýraznějším rysem je pak důraz kladený na Evropu **silnou a bezpečnou** mezi respondenty **nad 45 let**. Evropa **zdravá a udržitelná** je naopak více favorizována zejména **mladší** částí veřejnosti a do jisté míry rovněž respondenty **nad 60 let**. Jasný trend vyplývající z věku je přítomen u hodnocení Evropy jako **chytré a kreativní** – se **vzrůstajícím věkem** význam těchto hodnot výrazně **klesá**.



Přitažlivost dílčích cílů předsednictví

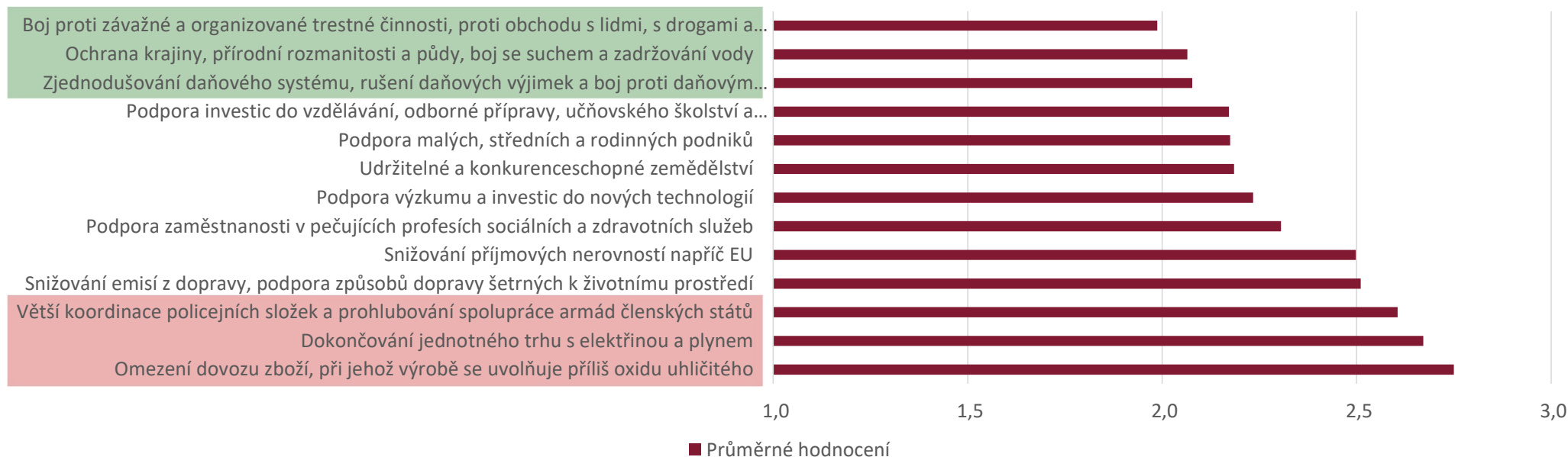
Shrnutí – přitažlivost dílčích cílů

- Nejpřitažlivějšími možnými cíli českého předsednictví jsou boj proti organizovanému zločinu a terorismu, ochrana krajiny a zjednodušení daňového systému.
- Nejvíce kontrastní je přístup k problematice koordinace policejních složek a spolupráce armád a podpory výzkumu a investic, ty výrazně více podporují příznivci EU.
- Ženy více podporují zejména enviromentální a sociální témata. Vysokoškoláci a pak zjednodušení daňového systému a investice do výzkumu. Starší lidé pak lépe hodnotí většinu témat, která se umístila na prvních příčkách stejně jako sociální témata a investice do výzkumu.

Přitažlivost cílů předsednictví

Při hodnocení konkrétních cílů je jako nejpřitažlivější vnímán **boj proti organizovanému zločinu**, dále pak **ochrana krajiny a zjednodušení daňového systému**. Relativně pozitivně jsou hodnoceny i investice do vzdělávání, podpora malého podnikání a rozvoj zemědělství a výzkumu. Nejhorše jsou hodnoceny naopak dokončování jednotného trhu s elektřinou a omezení zboží s vysokými emisemi.

„Nyní školními známkami ohodnoťte přitažlivost možných cílů Evropské unie.“



*Průměrné hodnocení na škále 1–5 (1 = nejpřitažlivější, 5 = nejméně přitažlivé).

Zkrácené texty cílů pro lepší čitelnost v grafech

Omezení dovozu zboží, při jehož výrobě se uvolňuje příliš oxidu uhličitého = Omezení dovozu "neekologického" zboží

Dokončování jednotného trhu s elektřinou a plynem = Jednotný trh s elektřinou a plynem

Větší koordinace policejních složek a prohlubování spolupráce armád členských států = Bezpečnostní spolupráce

Snižování emisí z dopravy, podpora způsobů dopravy šetrných k životnímu prostředí = Doprava šetrná k životnímu prostředí

Snižování příjmových nerovností napříč EU = Snižování příjmových nerovností

Podpora zaměstnanosti v pečujících profesích sociálních a zdravotních služeb = Zaměstnanost v pečujících službách

Podpora výzkumu a investic do nových technologií = Technologický výzkum a investice

Udržitelné a konkurenceschopné zemědělství = Udržitelné zemědělství

Podpora malých, středních a rodinných podniků = Podpora menších podniků

Podpora investic do vzdělávání, odborné přípravy, učňovského školství a celoživotního učení = Investice do vzdělávání

Zjednodušování daňového systému, rušení daňových výjimek a boj proti daňovým únikům = Zjednodušování daňového systému

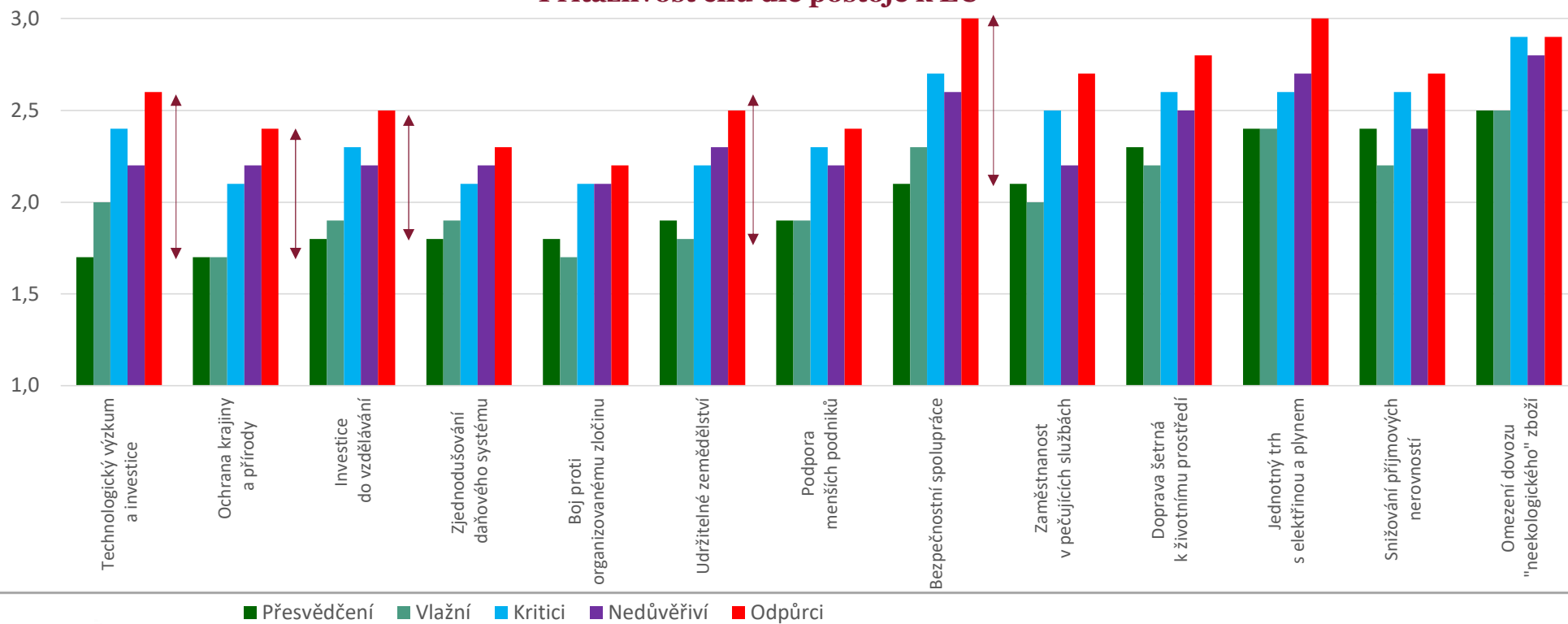
Ochrana krajiny, přírodní rozmanitosti a půdy, boj se suchem a zadržování vody = Ochrana krajiny a přírody

Boj proti závažné a organizované trestné činnosti, proti obchodu s lidmi, s drogami a zbraněmi = Boj proti organizovanému zločinu

Přitažlivost cílů předsednictví

Lidé s pozitivním přístupem k EU hodnotí jednotlivé položky lépe. Největší rozdíly mezi jednotlivými segmenty panují v oblasti **větší koordinace policejních složek a spolupráce armád a podpory výzkumu a investic do nových technologií**, které výrazně více podporují **příznivci EU**. Větší podporu mezi nimi má i **ochrana krajiny, podpora investic do vzdělávání nebo udržitelné a konkurenceschopné zemědělství**.

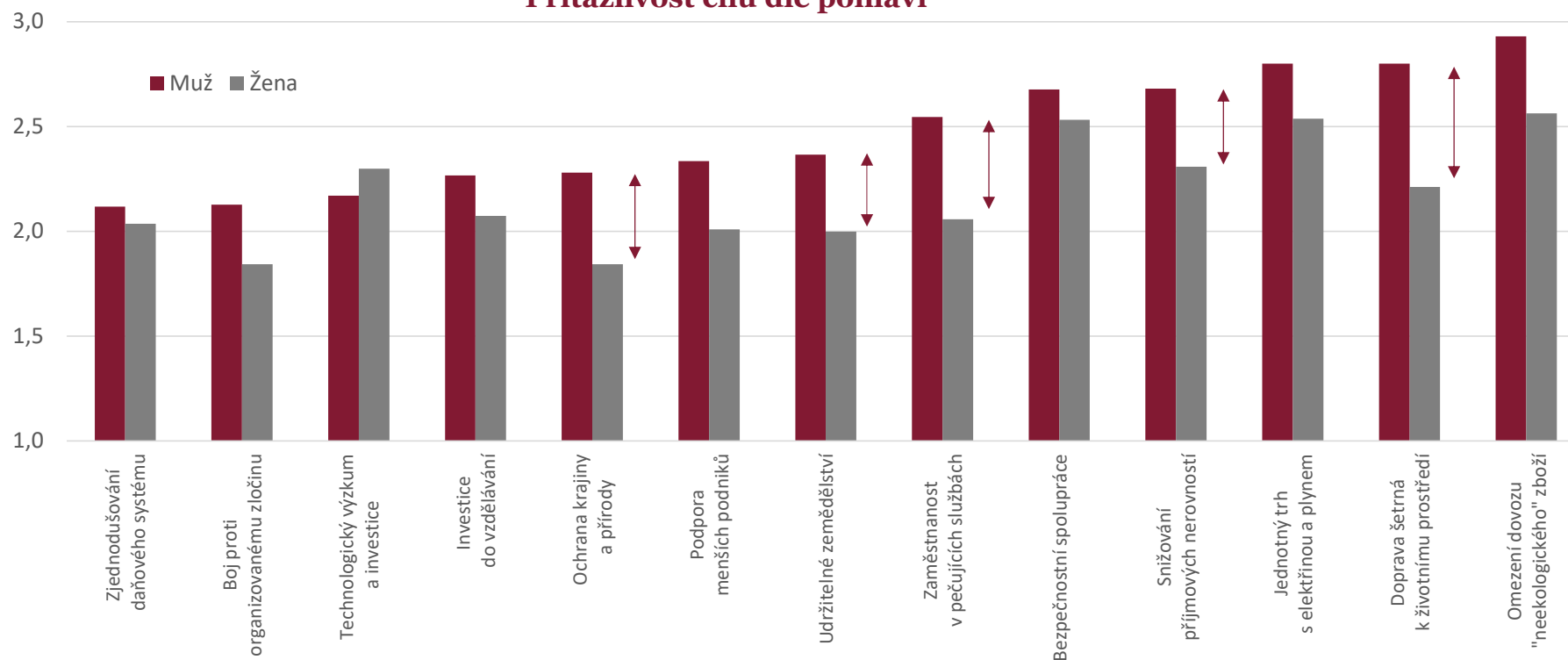
Přitažlivost cílů dle postoje k EU



Přitažlivost cílů předsednictví

Konkrétní cíle hodnotí relativně rozdílně muži a ženy. S výjimkou **podpory výzkumu do nových technologií** jsou ženy v hodnocení pozitivnější. Největší rozdíly jsou patrné v enviromentálních tématech **snižování emisí** a **ochrany krajiny**, dále v oblasti **podpory zemědělství** a v sociálních oblastech podpory **zaměstnanosti v pečujících profesích** a **snižování příjmové nerovnosti** napříč EU.

Přitažlivost cílů dle pohlaví

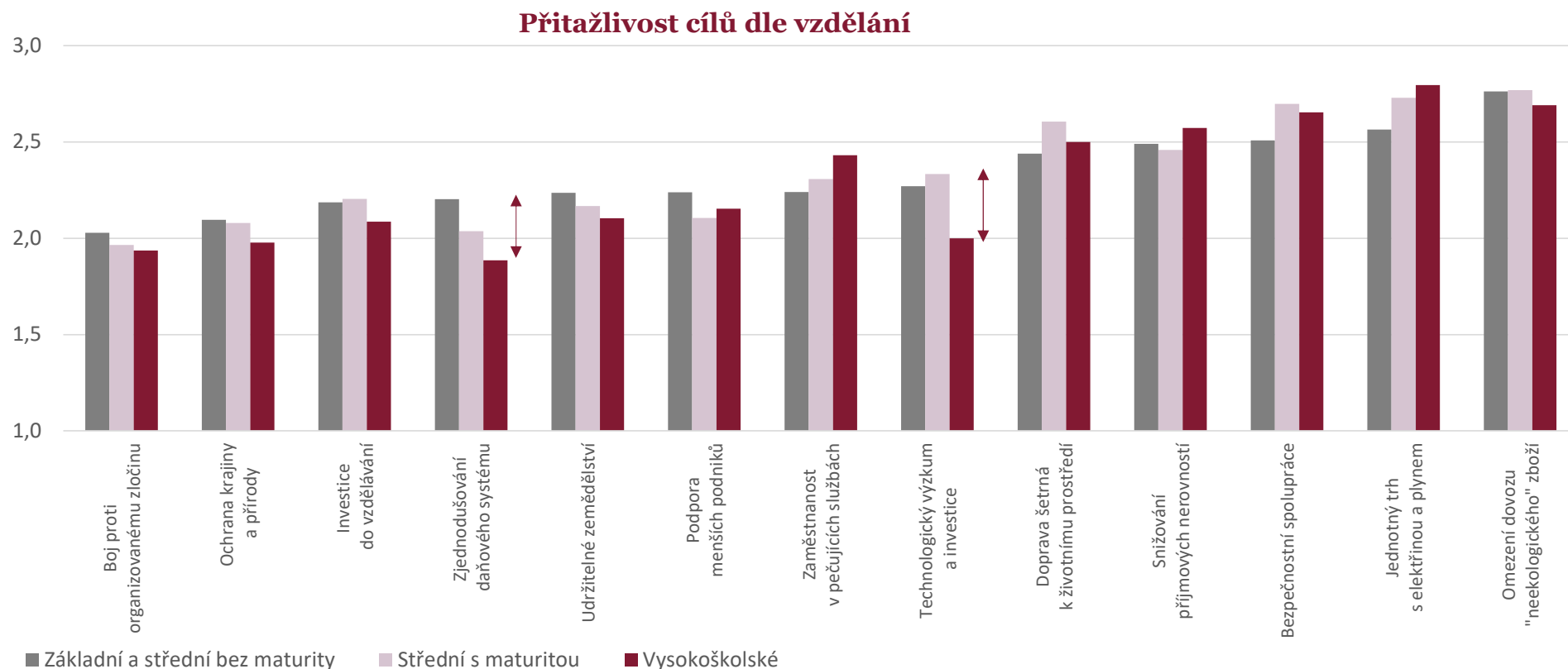


„Nyní školními známkami ohodnoťte přitažlivost možných cílů Evropské unie.“

*Průměrné hodnocení na škále 1–5 (1 = nejpřitažlivější, 5 = nejméně přitažlivé).

Přitažlivost cílů předsednictví

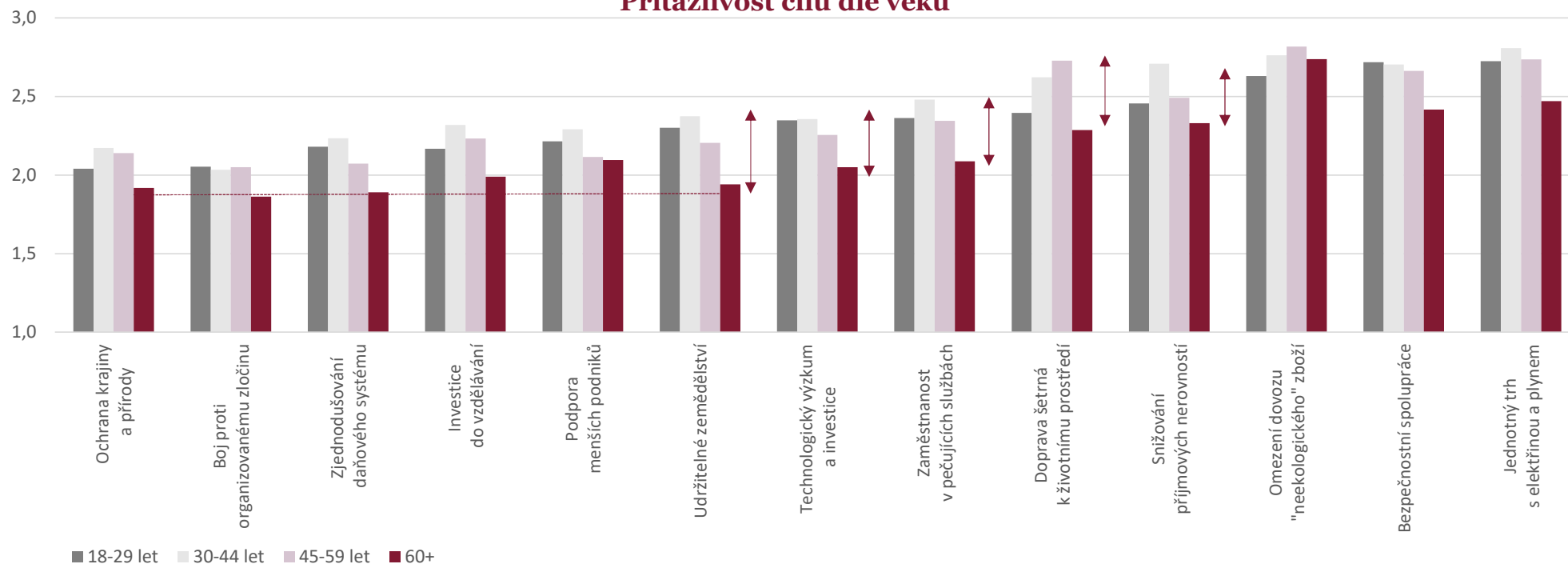
Vzdělání nemá na hodnocení většiny témat silný vliv. **Vysokoškoláci** mírně lépe hodnotí oblasti, na kterých panuje širší shoda – tedy boj proti **organizovanému zločinu**, **ochranu krajiny**, zvláště pak **zjednodušení daňového systému**. Výrazná je rovněž jejich vyšší podpora **investic do výzkumu**.



Přitažlivost cílů předsednictví

Většinu témat hodnotí pozitivněji **respondenti nad 60 let**, pro které jsou rovněž stejně důležitá první **tři vítězná témata**, stejně jako **udržitelné a konkureschopné zemědělství**. Nejkritičtější jsou naopak respondenti v mladším středním věku. Ve většině případů tak lze sledovat rozdíly v hodnocení zejména mezi těmito skupinami. Starší respondenti jsou (částečně díky obecně lepšímu hodnocení) více nakloněni **podpoře výzkumu a investic do nových technologií**, podpoře **zaměstnanosti v pečujících a sociálních službách**, **snížování nerovnosti napříč EU** nebo **snížování emisí z dopravy**.

Přitažlivost cílů dle věku



Rezortní priority

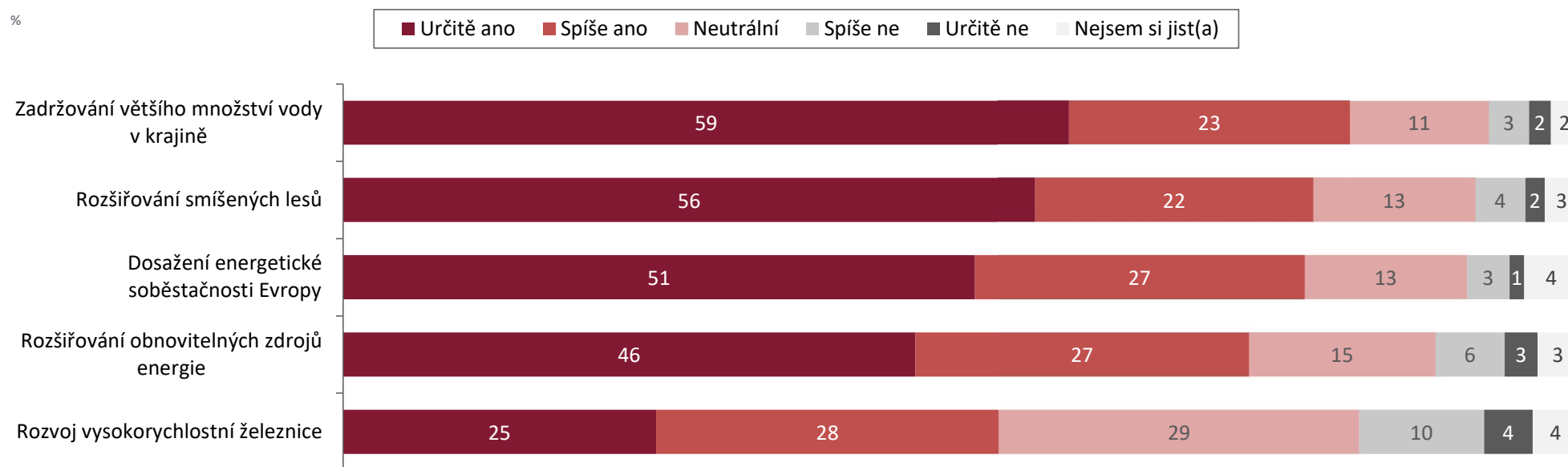
Shrnutí

- Největší míře podpory se těší enviromentální témata zasazená do českého kontextu. Zejména zadržování vody v krajině i podpora obnovy smíšených lesů.
- Obdobně vysoká je i podpora stejné kvality výrobků a záruk napříč EU. Vysokou podporu má rovněž zjednodušení evropských pravidel a předpisů.
- Velice vysoká je i podpora boje proti praní špinavých peněz a financování terorismu, oblast bezpečnosti však obsahuje i témata potenciálně problematická – zejména společnou migrační a azylovou politiku.
- V oblasti kultury a vzdělávání převládá shoda zejména na investicích do ochrany památek a do podpory konkrétních výzkumných projektů.
- Mezinárodní politika nabízí zejména příležitost pro realizaci celkových ekonomických cílů členství – tedy zejména pro podporu exportu do třetích zemí. Stejně tak je zde patrný vliv bezpečnostních aspektů a související podpora stabilizace sousedních zemí.

Životní prostředí

Zaměření činnosti EU na enviromentální témata se celkově těší **velice vysoké podpoře**. **Drtivá většina** (82 % určitě + spíše ano) veřejnosti vnímá **zadržování vody v krajině** jako významné téma. Velice vysokou podporu má i **rozšiřování smíšených lesů** (79 % určitě + spíše ano) a **dosažení energetické soběstačnosti Evropy** (78 % určitě + spíše ano). Níže je naopak v kontextu životního prostředí hodnocen rozvoj vysokorychlostní železnice (53 % určitě + spíše ano). I tato hodnota je však relativně vysoká při srovnání s preferencemi v jiných oblastech (mezinárodní politika). Významným rysem je, že v dotazování nejsou zahrnuty žádné restriktivní politiky, které by mohly podporu ochrany životního prostředí ze strany EU značně snížit.

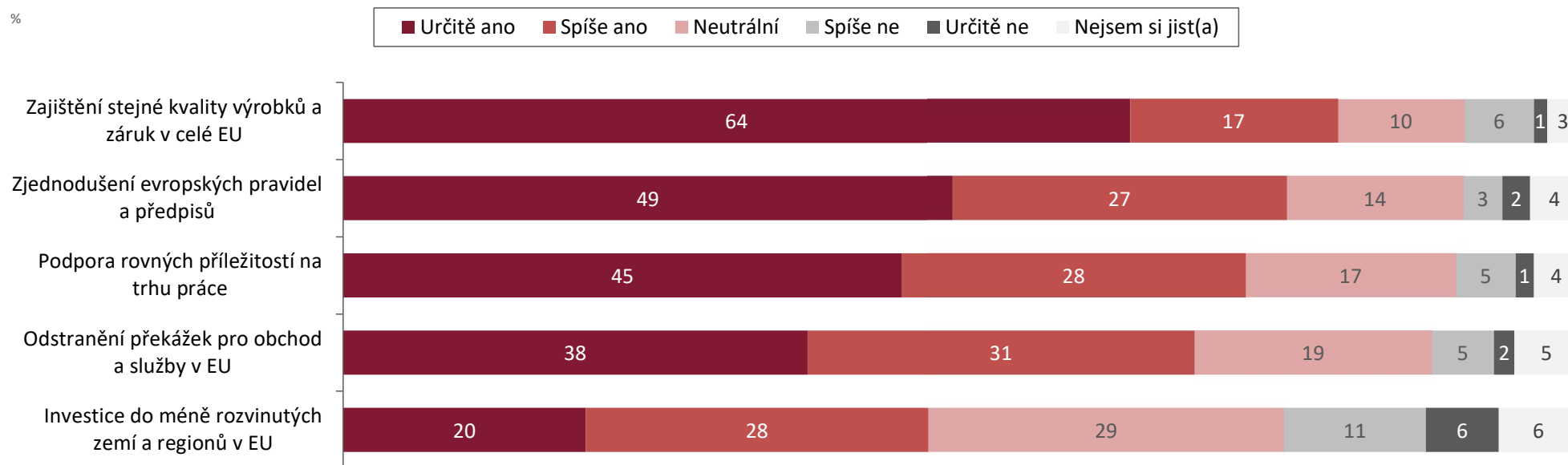
„Měla by Evropská unie v nejbližších třech letech prvořadou pozornost zaměřit na následující úkoly v péči o životní prostředí?“



Hospodářství

Výrazná většina veřejnosti (81 % určitě + spíše ano) se domnívá, že by se EU měla zaměřit na zajištění **stejné kvality výrobků a záruk napříč EU**. Výraznou podporu má rovněž **zjednodušení evropských pravidel a předpisů** (76 % určitě + spíše ano), nebo podpora rovných příležitostí na trhu práce (73 % určitě + spíše ano). Za nejméně podstatné jsou považovány investice do méně rozvinutých regionů EU (48 % určitě + spíše ano).

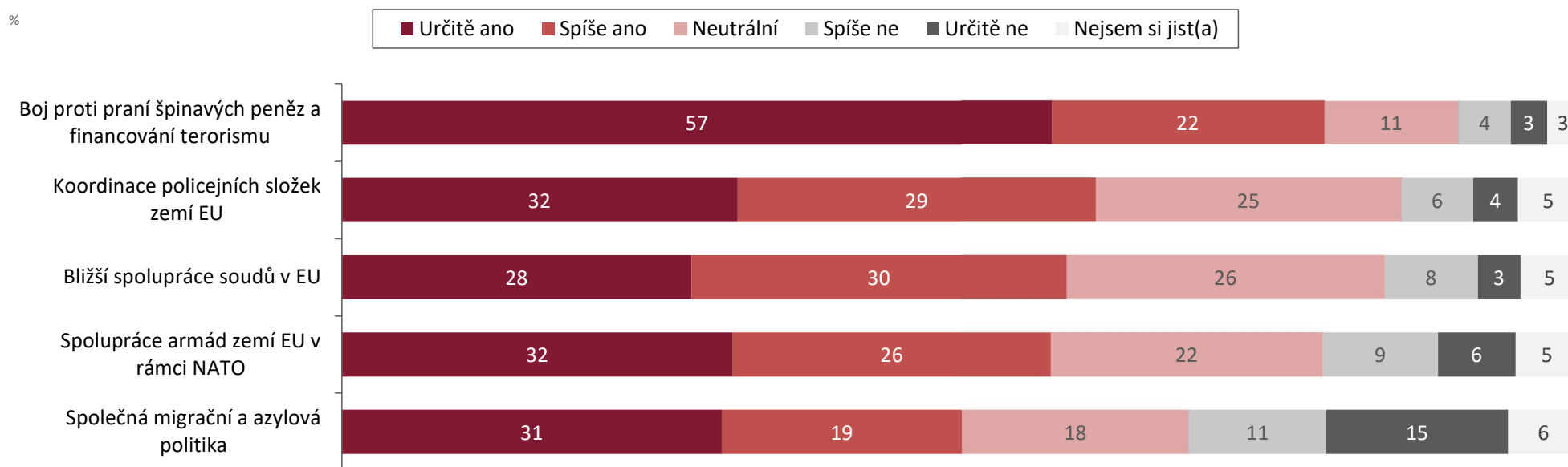
„Měla by Evropská unie v nejbližších třech letech prvořadou pozornost zaměřit na následující úkoly v hospodářské oblasti?“



Bezpečnost

Podle výrazné většiny veřejnosti (79 % určitě + spíše ano), by se EU měla v příštích letech zaměřit zejména na **boj proti praní špinavých peněz a financování terorismu**. S odstupem se umístily ostatní oblasti bezpečnosti. Poněkud problematická je oblast společné imigrační politiky, kde je oproti ostatním položkám výrazný podíl (26 % určitě + spíše ne) těch, kteří se domnívají, že by se EU tomuto tématu věnovat neměla. Jedná se tak o potenciálně kontroverzní téma.

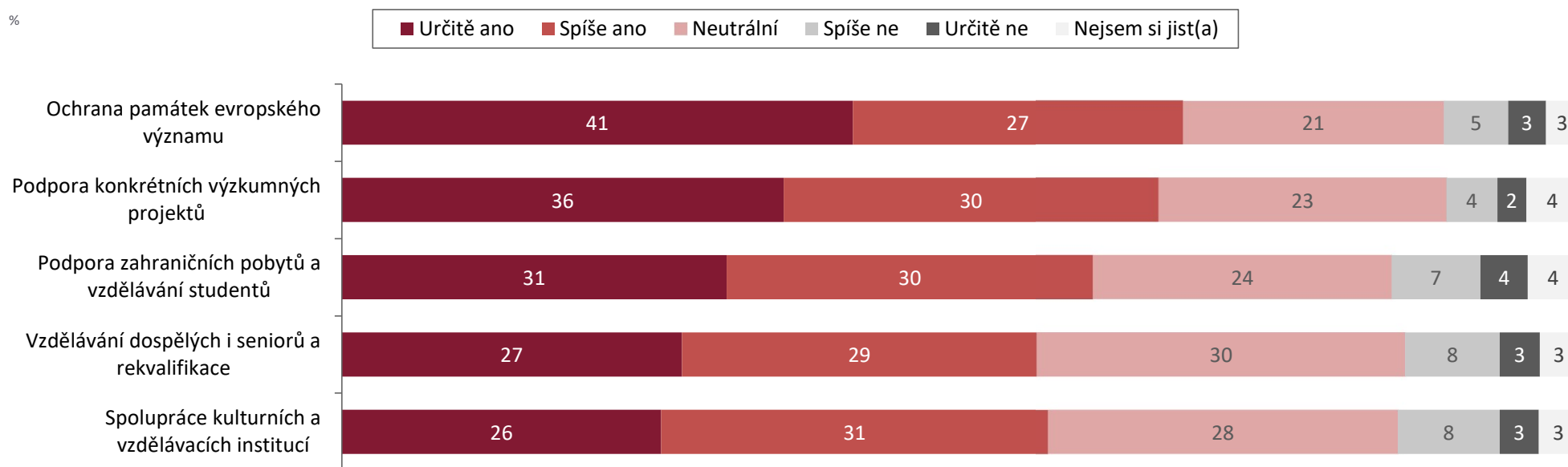
„Měla by Evropská unie v nejbližších třech letech prvořadou pozornost zaměřit na následující bezpečnostní úkoly?“



Kultura a vzdělávání

Více než dvě třetiny (68 %) občanů se shodují, že by se EU měla v příštích letech zaměřit primárně na **ochranu památek**. Vysokou podporu má rovněž podpora **konkrétních výzkumných projektů** (66 %). Nejmenší odezvě se naopak těší podpora spolupráce kulturních a vzdělávacích institucí (57 %). Mezi oblastmi však nejsou klíčové rozdíly.

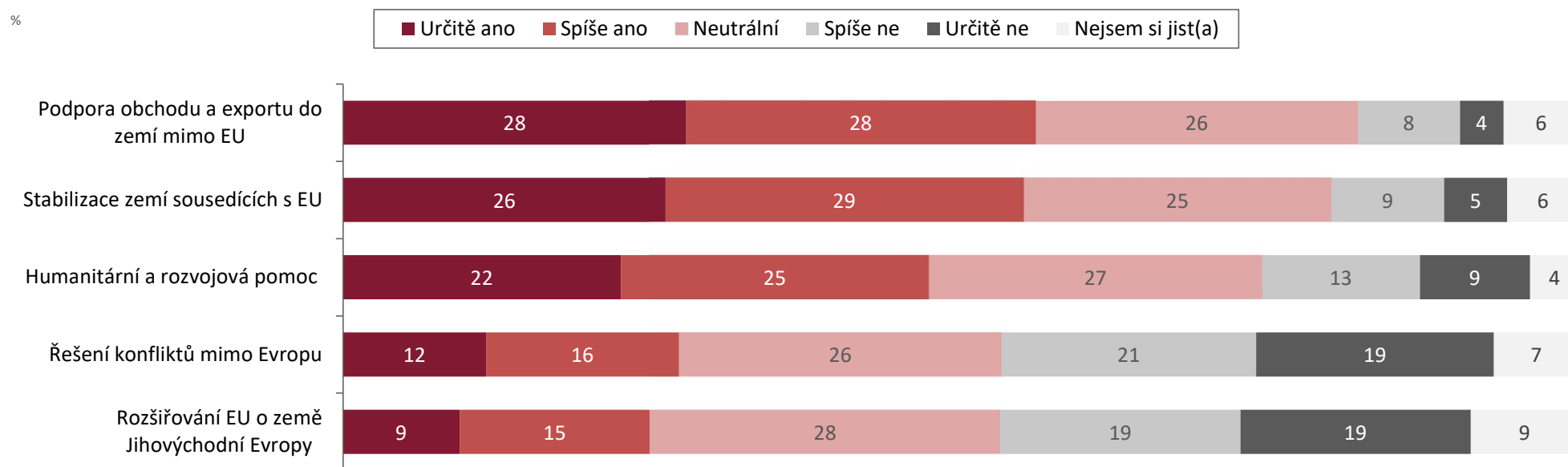
„Měla by Evropská unie v nejbližších třech letech prvořadou pozornost zaměřit na následující úkoly v oblasti kultury a vzdělávání?“



Mezinárodní politika

Klíčový význam ekonomické dimenze členství vstupuje i do náhledu na mezinárodní politiku, nejčastěji vnímanou prioritou je **podpora obchodu a exportu mimo EU** (56 % určitě + spíše ano). Následuje **stabilizace sousedních zemí** (55 % určitě + spíše ano), která patrně vychází ze širších bezpečnostních obav. Tyto motivace vysvětlují i nízkou podporu pro rozšiřování EU (ekonomické úvahy) a řešení konfliktů mimo Evropu (bezpečnost). Relativně vysokou podporu, vzhledem k celkovému náhledu veřejnosti na problematiku solidarity a migrace má pak rovněž humanitární a rozvojová pomoc, která může být vnímána jako možné řešení problémů v místě původu. Celkově však u otázek mezinárodní politiky nepanuje tak jasná shoda jako v jiných oblastech.

„Měla by Evropská unie v nejbližších třech letech prvořadou pozornost zaměřit na následující mezinárodní úkoly?“



Zájmy veřejnosti

Shrnutí – zájmy veřejnosti

- Témata, u nichž sledujeme univerzálně velmi vysoký zájem, jsou ochrana životního prostředí a krajiny, evropská bezpečnost a ochrana spotřebitele.
- Bezpečnost (v Evropě) opět hraje prim u nejstarší věkové kategorie.
- Nejméně se lidé zajímají o témata, u nichž si tolik nedokážou představit dopady do vlastních životů, jako jsou mezinárodní obchod a digitalizace státní správy, jakkoliv jde o oblasti, které je zásadně nepřímo ovlivňují.
- Obecně více se o většinu témat zajímají lidé otevření vůči Evropské unii a kladně se stavějící k české společnosti.

Deklarované zájmy

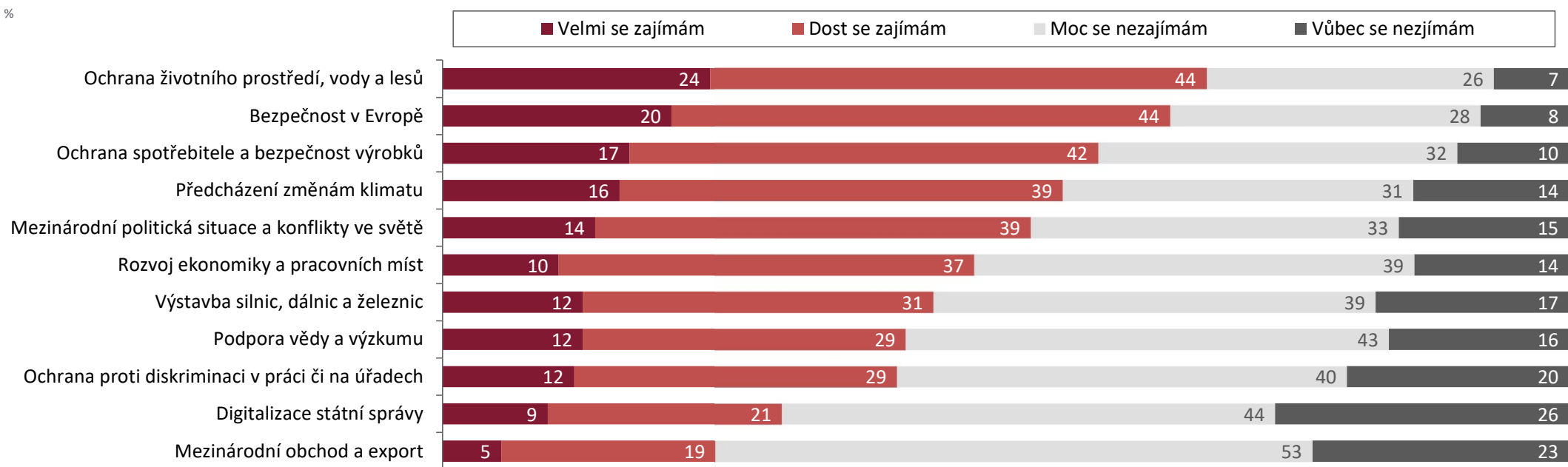
Mezi oblastmi priorit českého předsednictví deklaruje veřejnost nejvyšší míru spontánního zájmu o oblast **ochrany životního prostředí, bezpečnosti a ochrany spotřebitele**.

Téma **ochrany životního prostředí** je zajímavé zejména pro starší respondenty. Nižší zájem o něj udávají lidé s maturitou. Vyšší míru zájmu pak udávají shodně respondenti s vysokou školou nebo bez maturity.

Bezpečnost v Evropě představuje klíčový předmět zájmu pro respondenty nad 60 let (79 % velmi + dost se zajímám). Dále se o téma ve větší míře zajímají také respondenti s nižším vzděláním.

Ochrana spotřebitele a bezpečnost výrobků je předmětem zájmu zejména pro respondenty bez vyššího vzdělání. I zde jde o klíčové téma pro respondenty starší 60 let (70 % velmi + dost se zajímám, ve skupině 18-29 let jen 37 %).

„Do jaké míry se zajímáte o následující témata?“



Deklarované zájmy respondentů dle postoje k EU

Respondenti pozitivně naladěni k EU udávají výrazně větší míru zájmu o všechna dotazovaná témata. Výrazně více se zajímají zejména o **podporu vědy a výzkumu, mezinárodní politickou situaci i ekonomická témata**. Pořadí témat z hlediska zájmu však není napříč různými skupinami obyvatel zásadně odlišné.

Shodu v zájmech sledujeme u témat ochrany životního prostředí a krajiny, bezpečnosti v Evropě a ochrany spotřebitele a bezpečnosti výrobků.

	Celkem	Přesvědčení	Vlažní	Kritici	Nedůvěřiví	Odpůrci
Ochrana životního prostředí, vody a lesů	67	79	73	57	66	62
Bezpečnost v Evropě	64	76	69	64	61	58
Ochrana spotřebitele a bezpečnost výrobků	57	64	67	57	53	53
Předcházení změnám klimatu	54	73	60	53	58	40
Mezinárodní politická situace a konflikty ve světě	52	76	66	53	43	36
Rozvoj ekonomiky a pracovních míst	47	67	51	44	42	39
Výstavba silnic, dálnic a železnic	43	62	49	42	33	38
Podpora vědy a výzkumu	41	66	46	32	38	30
Ochrana proti diskriminaci v práci či na úřadech	40	48	46	38	40	34
Digitalizace státní správy	29	48	36	25	24	22
Mezinárodní obchod a export	24	39	25	23	24	16

*Míra zájmu o téma v procentech v dané skupině

PR summary:

Východiska pro komunikaci
na základě postojů veřejnosti
k tématům EU

Celkové rámcování témat

1. **Nejbezpečnější témata dlouhodobě jsou prosperita a ochrana spotřebitele a zdraví** (kvalita potravin, výrobků a životního prostředí). Tato témata mají minimum kritiků a není u nich tak velké riziko, že budou dezinterpretována.
2. **Nestačí mluvit o předsednictví, je třeba vždy ilustrovat či objasnit jeho přínos a „sílu“.** Skeptická část veřejnosti totiž považuje předsednictví za „něco v Bruselu“ a „úřednickou věc“. Toto vysvětlení musí být maximálně jednoduché („řídíme jednání premiérů o klíčových otázkách jako...“). Bez toho půjde pro část veřejnosti o „imaginární“ věc.
3. V době předsednictví se budou pravděpodobně **řešit nejméně dvě otázky, které mohou mít negativní dopad**: FitFor55 (např. elektromobilita) a nový migrační pakt. V druhém tématu je potřeba zdůraznit Frontex a repatriace. V prvním sociální férovost, ekonomický růst, racionalitu a příležitosti pro ČR. A také ochranu krajiny – viz dále.
4. **Bezpečnost** nemusí znamenat jen migraci, ale celkový pocit toho, že na bezpečnost někdo v EU dbá. Veřejnost slyší také na boj s organizovaným zločinem, padělky, kyberzločinem a policejní spolupráci. Veřejnost je k EU v tomto podezřívavá a je proto dobré prezentovat s českým elementem (např. účast českých policistů, úředníků, politiků).
5. **Ekonomické aspekty (prosperita)** členství jsou klíčové, ale nefungují ve formě abstraktních čísel. Nejlépe jsou veřejností přijímány, pokud EU podporuje úspěch českého podnikání ve světě a růst ekonomiky, tedy bohatství. Naopak negativní reakce vyvolává komunikace, že EU nám dává “milodary“ nebo ohledně zahraničních investic (odliv kapitálu). **Evropské fondy** nejsou odmítané. Ale jejich využití musí být ilustrované projektem smysluplným a konkrétním.
6. **Environmentální politika** by měla být vždy prezentována **ve vztahu k české krajině (sucho, lesy)**. Veřejnost souhlasí obecně s dekarbonizací, ale je rozpačitá z dílčích opatření (OZE, EV). To je potřeba vždy reflektovat.
7. **Věda a inovace** jsou sice okrajové, ale fungují, pokud vzbuzují národní hrdost. V tématu GAFA rozhodují detaily, zda je vnímáno jako „regulace“ nebo „ochrana“.

Zastřešující idea Česka v Evropě a Evropy pro Česko

Podíváme-li se na nejvyšší strategickou úroveň, a tedy na kombinaci toho, jakou Evropu by čeští občané rádi měli a jak by rádi viděli svoji zemi v Evropě, ukazuje předložená studie společnosti STEM dva zásadní styčné body, které mají velký potenciál stát se základním stavebním kamenem komunikace (především předsednictví jako značky). Je jimi prosperita a bezpečnost. Dle studie by Češi rádi viděli Evropu propojenou vnitřním trhem, moderní a prosperující. Vedle toho chtějí i Evropu bezpečnou. Totožně se dívají i na ideální obraz Česka v Evropě - to by mělo být prosperující a bezpečné. Komunikace by tedy měla vycházet z tohoto základu na všech úrovních a v ideálním případě propojovat evropskou i českou linii příběhu.

Motiv prosperity a bezpečnosti je přítomen i v tématech a cílech, která jsou pro veřejnost přitažlivá a jejichž naplňování budou chtít lidé ve větší míře sledovat, čehož lze dále využít v komunikaci během předsednictví. Nabízí se proto, chceme-li Evropu prosperující, ukazovat výsledky v cíli odstraňování překážek a usnadňování podnikání pro evropské (a tedy i české!) podniky, konkrétně prostřednictvím zjednodušování daňového systému a podpory modernizace průmyslu. Ačkoli je ekonomický aspekt členství v EU pro Čechy nejzajímavější, téma „prosperity“ lze vysledovat i dále. Češi mají dle studie velký zájem o ochranu životního prostředí, chtějí „prosperující krajinu“, které se „daří dobře“ - konkrétně zadržování vody v krajině, pestré a zdravé lesy, čistý vzduch.

Na individuální úrovni lze v oblasti prosperity klást důraz na komunikaci cíle v oblasti zlepšování kvality života, například prostřednictvím efektivnější ochrany spotřebitele a zajišťování kvalitních a bezpečných výrobků a služeb. Z hlediska bezpečnosti se jeví jako vhodné předkládat cíle a výsledky v oblasti boje s organizovaným zločinem, posilování bezpečnosti ve společném evropském prostoru a ochranu společné hranice agenturou Frontex.

Odlišné cílové skupiny i komunikační cíle

Je důležité otevřeně konstatovat, že komunikační cíle (zejm. na politické a praktické úrovni) směrem do Evropy mohou být odlišné od klíčových sdělení směrem k široké české veřejnosti a to čistě z důvodu, že mnoho pro EU důležitých politik nemusí česká veřejnost považovat za zásadní. Je vhodné proto, například během předsednictví, udržovat základní informační servis pro českou veřejnost a novináře, ale současně si z aktuální evropské agendy vybrat právě těch několik okruhů a témat, které mají potenciál být pro Čechy velmi zajímavé sledovat „v přímém přenosu“. Tato témata by měla vycházet z výše uvedené naznačené vize a pozitivně vnímaných cílů s velkým důrazem na českou roli v nich.

Na obecné rovině je výhodné se v komunikaci orientovat na občany, kteří se obecně o politiku a evropské dění již zajímají a mají pozitivní vztah k Evropské unii. Další vhodnou skupinou pro komunikační aktivity směrem k české veřejnosti z hlediska vztahu k EU jsou vlašští a kritici. Tyto skupiny, včetně vhodných kanálů ke komunikaci, jsou již rozpracovány v dřívějších studiích STEMu.

Zvyšování povědomí

Zvyšování povědomí o blížícím se českém předsednictví je vhodným cílem první fáze komunikačních aktivit. Ačkoliv se informovanost přirozeně zvyšuje, jedná se o velkou příležitost české předsednictví představit, zarámovat, vybudovat důvěru a vlastně i celou „značku“. Z komunikace s médii víme, že po tématech aktivního zapojení ČR do evropské politiky a momentech, kdy je země „na výsluní“, je mezi médii i u veřejnosti dlouhodobě poptávka. Doporučujeme mj. systematicky pracovat například s harmonogramem postupného představování tváře českého předsednictví, a to jak z hlediska vlastní vizuální podoby, tak z hlediska organizačních záležitostí. Např. kde se předsednictví bude odehrávat „fyzicky“ (a jaké události se kde chystají) a kde v digitálním prostoru (účty na sociálních sítích a web), a to i včetně systematického představování klíčových osobností (úředníků) a jejich zkušeností a kompetencí („všední hrdinové předsednictví“, na kterých to celé stojí). Vhodné je budovat ideál „týmu“, kdy jsme jako Češi v předsednictví EU na jedné lodi a víme, pro co si jdeme (souvisí s cíli a základními vizemi výše). Vedle zvyšování povědomí tak lze budovat důvěru, že je předsednictví v dobrých rukou.

Při ambici použití detailnějšího pohledu lze komunikaci s cílem zvyšovat povědomí o předsednictví zaměřit cíleněji na občany v produktivním věku, spíše na ženy a osoby se základním a středním vzděláním. Pro tuto skupinu jsou přitažlivé informace o českém předsednictví například z hlediska tématu kvality života („chceme stejnou kvalitu života jako na Západě - stejně kvalitní a bezpečné výrobky a služby“), ale velmi relevantní je i téma ochrany životního prostředí („chceme pro naše děti čistý vzduch a zdravé lesy“). Vhodné je klást důraz na konkrétní příležitosti v těchto tématech, ve kterých bude mít ČR možná rozhodující vliv.

Obecně však doporučujeme soustředit se spíše na budování znalosti českého předsednictví a jako základních vizí a priorit v souladu s cíli předsednictví – a komunikaci přizpůsobit skupinám dle vztahu k EU. I při cílené komunikaci pro konkrétní cílové skupiny ostřeji ohraničené, např. dle věku, to bude nakonec celkový dojem, který rozhodne. Proto je nutné mít velmi dobře definované „nejvyšší patro“ komunikační strategie (a jak s ní „nižší patra témat“ souvisí) – základní hodnoty a vize. Je to i z toho důvodu, že do komunikace bude vstupovat celá řada aktérů – domácích i zahraničních politiků, samotných médií a základní rysy komunikační strategie, včetně základních sdělení, musí držet pohromadě. Preferované tematické oblasti jednotlivých segmentů veřejnosti je proto vhodné mít na paměti spíše z hlediska využívaných komunikačních kanálů – víme-li, že na Instagramu cílíme na mladší publikum, předkládáme jim spíše obsah, který je může více zajímat, ovšem bez rezignace na hlavní sdělení a cíle komunikace. To samé při práci s dalšími kanály (i v rámci PR a komunikace s médii).

Obecně je vhodné již před začátkem předsednictví v rámci zvyšování informovanosti upozorňovat na konkrétní evropskou agendu, která dopadne na české předsednictví a naše představy o řešení – s důrazem na oblasti, které jsou nejvíce přitažlivé.

V průběhu předsednictví

Zatímco první fáze komunikace by se měla soustředit na budování povědomí a značky, druhá fáze by měla navazovat s konkrétním obsahem a aktivitami předsednictví – tato fáze bude již značně komplikovanější, a to především díky naznačené dvojakosti, kdy faktická agenda a realita předsednictví nemusí nutně vždy korespondovat se zájmy perspektivních cílových skupin (studie STEM koneckonců zkoumá českou veřejnost – i když lze předpokládat, že klíčová bude i „veřejnost v Bruselu“ – politici, stakeholderi a média, která utvářejí obraz předsednictví „venku“).

Studie STEMu přináší základní vodítko i pro jednotlivá ministerstva, kam směřovat konkrétní komunikační aktivity během předsednictví. Z hlediska možného komunikačního cíle informovat českou veřejnost a popularizovat evropskou myšlenku je vhodné důsledněji vybírat a komunikačně podporovat ty momenty, kdy bude ČR rozhodujícím aktérem a navíc půjde o konkrétní výsledky v rámci cílů, která jsou pro veřejnost přitažlivá – např. ochrana přírody (voda v krajině, obnova lesů, čistý vzduch – „Češi domluvili, kam konkrétně Evropa vysadí tři miliardy stromů“ – a toto sdělení rozpracovat dle míry detailu pro publika jednotlivých komunikačních kanálů).

Doporučení k dalšímu postupu

Zpráva společnosti STEM k postojům veřejnosti k předsednictví ČR v Evropské unii je vhodným východiskem pro další rozpracování v komunikační strategii českého předsednictví (se zaměřením na jeho faktický obsah). Při další práci se zde uvedenými daty je vhodné si nejdříve popsat (a vizualizovat) celkovou představu Čechů o tom, jakou Evropu chtějí (svoji domácí optikou) mít a tudíž, o naplňování jaké vize Evropy by česká vláda měla s občany před předsednictvím i v době předsednictví hovořit. Dále je výhodné si popsat (a vizualizovat), jak se chtějí Češi sami v Evropě prezentovat.

Jak již bylo naznačeno, cílů komunikačních aktivit může být postupně několik a je vhodné si hned na začátku ve strategii určit, čeho chceme komunikací českého předsednictví v Radě EU u české veřejnosti dosáhnout. V první fázi (před začátkem předsednictví) doporučujeme komunikační aktivity zaměřovat více na zvyšování povědomí o konání předsednictví - jeho propagaci jako značky. V dalších fázích během předsednictví půjde, vedle pravidelné komunikace aktuální evropské agendy o to ukázat lidem aktivní roli České republiky v Evropě a o obecnou propagaci evropské myšlenky. Z dřívějších studií STEMu víme, že u veřejnosti obecně je vysoká poptávka po aktivním zapojení a viditelnou roli ČR v Evropě. Na tento cíl je vhodné nahlížet i z hlediska toho, o co má klíčová veřejnost zájem – ze studií STEMu se ukazuje, že je to ochrana životního prostředí, bezpečnost a ochrana spotřebitele. Ochrana krajiny a boj s organizovaným zločinem rovněž vystupuje mezi nejpřitažlivějšími cíli předsednictví. Tyto oblasti je vhodné v komunikaci aktivní role Česka akcentovat.



www.stem.cz