



## **Standard Eurobarométer 76**

**KÖZVÉLEMÉNYKUTATÁS AZ EURÓPAI UNIÓBAN  
2011 Ősz**

**NEMZETI JELENTÉS**

**MAGYARORSZÁG**

A kutatás az Európai Bizottság Kommunikációs Főigazgatósága krésére és koordinálásával zajlott.

Ez a jelentés az Európai Bizottság Magyarországi Képviselete számára készült.

A tanulmány nem az Európai Bizottság véleményét tükrözi.  
Kizárólag a szerzők véleményét és magyarázatait tartalmazza a jelentés.

**Standard Eurobarométer 76 / 2011 Ősz – TNS Opinion & Social**

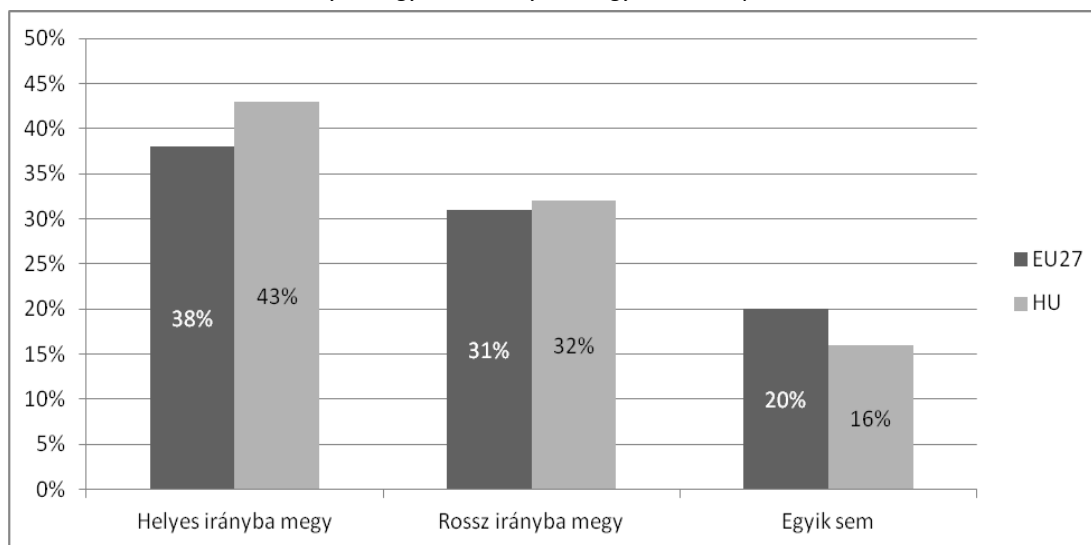
1. AZ EURÓPAI UNIÓ MEGÍTÉLÉSE A GAZDASÁGI-PÉNZÜGYI VÁLSÁG TEKINTETÉBEN .....	2
2. AZ EURÓPA 2020 CÉLKITŰZÉSEINEK MEGÍTÉLÉSE.....	4
3. AZ EURÓPAI UNIÓ PRIORITÁSAI.....	6
4. TÁJÉKOZÓDÁS ÉS INFORMÁCIÓ.....	8
4.1 Médiafogyasztási szokások Magyarországon .....	8
4.2 Tájékozódás uniós és hazai közéleti ügyekben - potenciális csatornák....	10
4.3 A hírek mennyiségének, pártatlanságának a megítélése .....	11
4.4 A közösségi hálózatok mint a tájékozódás eszközei .....	12

## 1. AZ EURÓPAI UNIÓ MEGÍTÉLÉSE A GAZDASÁGI-PÉNZÜGYI VÁLSÁG TEKINTETÉBEN

*A magyar válaszadók relatív többsége szerint az EU jó irányba halad a gazdasági válságból való kiút és az új kihívásokra adott válaszlépések terén. A hazai lakosok az európai uniós átlagnál fontosabbnak ítélik a válság leküzdésére felvázolt lehetséges eszközöket, általánosságban bíznak az Unió kezdeményezéseiben. A felsőoktatás az egyetlen terület, amelyet a magyarok – kis mértékben – az EU átlagnál kevésbé fontos eszköznek tartanak.*

A magyar válaszadók relatív többsége (43%) gondolja úgy, hogy az **Európai Unió jó irányba halad** a gazdasági válságból való kiút és az új kihívásokra adott válaszlépések terén. Ez a szám valamivel nagyobb, mint az EU-s átlag (38%). A magyar válaszadók 32%-ka – az uniós átlaghoz (31%) majdnem arányos mértékben – gondolja úgy, hogy az EU nem a megfelelő irányba halad. A felmérésből az is kiderül, hogy a magyar lakosság **polarizáltabb** a jó/rossz irány kérdésében, tehát az uniós átlagnál több magyar válaszadónak van határozott véleménye az Unió irányáról.

1. ábra: A célkitűzések ismeretében helyes vagy rossz irányba megy-e az Európai Unió?



Az Eurobarometer kérdéseiben szereplő, a válságból kiutat jelentő potenciális eszközök, intézkedések közül a magyarok **legmagasabbra a munkaerőpiac modernizálását, valamint a foglalkoztatás növelését** osztályozták: a 78%-os uniós átlaggal szemben 85%-uk gondolta kifejezetten fontosnak. Az eredmény jól mutatja azt, hogy a foglalkoztatottság, illetve a munkanélküliség problémája ma Magyarországon központi kérdés, annak ellenére, hogy a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) 2012. januári hivatalos adatai szerint **az elmúlt egy évben nem nőtt - 10,6%-on stagnált - a munkanélküliségi ráta.**

A **szociális intézmények fejlesztését**, ezáltal a leszakadó társadalmi csoportok felzárkóztatását az uniós átlagnál (79%) valamivel fontosabbnak tartják a magyar válaszadók (83%). A környezettudatos gazdaság és ipar fejlesztése és az üvegházhatást növelő gázok visszaszorításáról a magyarok (82%) az uniós átlagnál (74%) nagyobb mértékben gondolják azt, hogy kifejezetten fontos eszköz lehet a válság legyőzésében. A magyar válaszadók szintén fontosnak értékelik, az EU-s átlagot meghaladó mértékben, a **vállalkozói attitűd és az ehhez kapcsolódó tudásfejlesztést** (HU:79%, EU27:69%) valamint a **kutatás-fejlesztés és innováció fontosságát** (HU:69%, EU27:60%).

Az EU-s átlaghoz képest a magyar válaszadók meghatározóbbnak tartják a **gyors és megbízható adathálózatok, ezáltal pedig az e-gazdaság fejlesztését**: míg EU-átlagban 49% véli ezt fontosnak, a magyarországi érték 56%.

**A felsőoktatás minőségi fejlesztéséről a magyarok 67%-a tartja azt, hogy a válságból való kitörés kifejezetten fontos eszköze lehet, de ez valamivel alacsonyabb arány, mint az uniós átlag (70%).** A válság leküzdésére alkalmas eszközök közül ez az egyetlen, amelynél a magyarok az EU-s átlagnál elutasítóbb választ adtak. Ez a trend egybevág az oktatás hazai megítélésével, a Magyarországon megszerzett diploma munkaerő piaci értékének, hasznosításának megítélésével.

2. ábra: A gazdasági-pénzügyi válság leküzdésének eszközei, azok megítélése

	Nem fontos		Elég fontos		Kifejezetten fontos	
	EU27	HU	EU27	HU	EU27	HU
<b>Munkaerőpiac modernizálása</b>	4%	2%	14%	11%	78%	85%
<b>Társadalmi felzárkóztatás</b>	4%	4%	15%	12%	79%	83%
<b>Környezettudatos ipar</b>	5%	4%	16%	12%	75%	82%
<b>Vállalkozói attitűd</b>	6%	4%	21%	15%	69%	79%
<b>Felsőoktatás</b>	7%	7%	19%	23%	70%	67%
<b>K+F</b>	11%	8%	25%	19%	60%	69%
<b>E-gazdaság</b>	16%	10%	28%	26%	49%	56%

## 2. AZ EURÓPA 2020 CÉLKITŪZÉSEINEK MEGÍTÉLÉSE

*Az Európa 2020 céljainak többségét a magyarok optimistábban, illetve reálisabban elérhetőnek látják, mint az EU27 átlaga. Az egy évvel ezelőtti eredményekhez képest ez az optimizmus azonban kis mértékben csökkent.*

A **megújuló energia** kérdésében a magyarországi válaszadók optimistábbnak bizonyultak az uniós átlagnál: valamivel kisebb arányuk tartotta reálisnak az ilyen típusú forrásból származó energia 20%-osra növelését a teljes energiafelhasználásban, ugyanakkor 27%-uk, szemben az EU27 19%-ával túlságosan szerénynek tartotta ezt a célkitűzést.

Hasonlóan optimistábbak a magyarországi válaszadók egy hazánkban is kritikus kérdéssel, a **szegénységi küszöb alatt élők 25%-os visszaszorításával** kapcsolatban: ezt a célkitűzést mindössze 19%-uk gondolta túlzónak a 27%-os EU27-átlaggal szemben, míg 38%-uk szerint túl szerény elképzelésről van szó (EU27: 25%).

Nem volt jelentős különbség az **iskolából kimaradók** arányának 10% alá történő csökkentését megcélzó célkitűzés értékelésében. A magyarországi és az uniós országok válaszadóinak hasonlóan 50%-a reálisnak tartja a célt, igaz, az előbbieken ezen a téren is valamivel optimistábbak, azaz túl szerénynek ítélik meg (HU: 32%, EU27: 27%).

A magyar válaszadók az iskolából kimaradók számának csökkentését szerényebb, a **fiatalok legalább 40%-ának felsőfokú végzettségét** azonban az EU-s átlagnál jóval túlzóbb célnak tartják. Ezt a magyarok 44%-a találja túlzónak (EU27:30%) és s mindössze 8%-uk gondolja azt, hogy túl szerény tervről van szó (EU27:17%).

A 2010 őszi Eurobarometer 74 felméréssel összevetve, egy évvel ezelőtt a magyar válaszadók 60%-a még reális célnak tartotta a **foglalkoztatottság 75%-ra növelését**. 2011-ben már csak 54%-uk gondolta ugyanezt. Hasonló módon nőtt a pesszimizmus az iskolából kimaradók arányának csökkentésével kapcsolatban: egy éve még 56% tartotta ezt reálisnak, ma már csak 50%. Ez a **hangulat tükrözi a magyarországi pénzügyi-gazdasági kilátások 2011-es romlását**.

3. ábra: Az Európa 2020 célkitűzések értékelése EU27/HU

HU	Legalább 75%-os foglalkoztatottság	23%	54%	20%
EU27	Legalább 75%-os foglalkoztatottság	21%	60%	16%
HU	A GDP 3% K+F-re	11%	55%	19%
EU27	A GDP 3% K+F-re	12%	55%	17%
HU	Üvegházhatású gázok 20%-os csökkentése 1990-es bázisról	17%	50%	27%
EU27	Üvegházhatású gázok 20%-os csökkentése 1990-es bázisról	20%	53%	19%
HU	Megújuló energia 20%-os növelése	16%	52%	27%
EU27	Megújuló energia 20%-os növelése	17%	57%	19%
HU	Energiahatékonyság 20%-os növelése	13%	57%	24%
EU27	Energiahatékonyság 20%-os növelése	16%	60%	16%
HU	Iskolából kimaradók arányának 10%-ra csökkentése	14%	50%	32%
EU27	Iskolából kimaradók arányának 10%-ra csökkentése	17%	50%	27%
HU	A 30-34 évesek legalább 40%-a felsőfokú végzettséget szerez	44%	42%	8%
EU27	A 30-34 évesek legalább 40%-a felsőfokú végzettséget szerez	30%	38%	17%
HU	Szegénységi küszöb alatt élők számának csökkentése	19%	40%	38%
EU27	Szegénységi küszöb alatt élők számának csökkentése	27%	49%	25%

■ Túlzó  
 ■ Reális  
 ■ Túl szerény

### 3. AZ EURÓPAI UNIÓ PRIORITÁSAI

***Az Európai Unió prioritásait a magyarországi válaszadók az uniós átlagnál valamivel nagyobb mértékben támogatják általában. A munkahelyteremtés, a szegénység elleni küzdelem és a fiatalok elhelyezkedését találják a legégetőbb kihívásoknak.***

Az **innovációs** célokat a magyar lakosság az EU-s átlaghoz hasonló mértékben, de eltérő sorrendben támogatja: kutatási együttműködés (HU:68%, EU27:63%); új kutatási területek – energia, energiahatékonyság, klíma (HU:67%, EU27:67%); pénzügyi támogatások (HU:62%, EU27:59%).

A magyarországi válaszadók a **fiatalok** munkához juttatását az EU-s átlagnál is fontosabb prioritásnak tartják (HU: 86%, EU27: 83%). Közben magasra értékelik az oktatás színvonal-emelésének szükségét, ez a szám mégis valamivel alacsonyabb az EU-s átlagnál (HU:75%, EU27:79%). Ugyanakkor a magyarok az EU-s átlagnál fontosabbnak tartják a külföldi tanulás serkentését (HU:43%, EU27:37%).

Az **internet** fejlesztésének prioritásait a magyarországi válaszadók az uniós átlagnál fontosabbnak tartják. A célok sorrendisége azonos: a szélessávú internet hozzáférés kiterjesztése (HU:65%, EU27:57%); internet szolgáltatások – pl. e-kormányzás, online-egészségügy (HU:59%, EU27:53%); az elektronikus kereskedelembe vetett bizalom erősítése (HU:54%, EU27:50%).

Az **energia és klíma célokat** a magyar válaszadók az EU-s átlagot valamivel meghaladó mértékben támogatják a következő sorrendben: megújuló energiaforrások (HU:74%, EU27: 73%); kisvállalkozások és háztartások energiahatékonysági törekvéseinek pénzügyi támogatása (HU:70%, EU27:60%); CO<sub>2</sub>-kibocsátás csökkentése (HU:61%, EU27:60%).

Az **ipar** területén a magyarországi válaszadók a zöld gazdaság fejlesztését jelölték meg legfontosabb prioritásként (HU:71%, EU27:62%), az EU-s átlagnál magasabbra értékelve ezt. Hasonlóan, a magyarok az uniós átlagnál jóval fontosabbnak tartják a problémás ágazatok átalakítását (HU:70%, EU27:60%).

A **munkahelyteremtés és képességfejlesztés** terén a magyar válaszadók, az európai uniós átlagnál nagyobb mértékben (HU:81%, EU27:75%), gondolják úgy, hogy az új munkahelyi környezethez történő alkalmazkodás, illetve a karrierváltás jelentik a legnagyobb kihívást. Ugyanakkor az egész életen át tartó tanulást a magyarok kisebb mértékben tartják fontosnak, mint az európai uniós átlag (HU:67%, EU27:75%).

A **szegénység elleni küzdelemben** mind az EU-s, mind pedig a hazai válaszadók (utóbbiak az EU-s átlagot meghaladva – HU:81%, EU27:74%) a szociális biztonság, a nyugdíjrendszer, illetve az egészségügy fenntarthatóságát tartják a legfontosabbnak. Míg az EU-s átlagnál a diszkrimináció elleni küzdelem és a veszélyeztetett csoportok a harmadik, Magyarországon ez a második prioritás (HU:64%, EU27:60%).

4. ábra: az Európai Unió által kitűzött prioritások megítélése (melyik felvetést tartja fontosabbnak, első két hely kumulatív eredménye)

Innováció		Célzott kutatások klímaváltozásra és az energia és erőforrások hatékonyabb felhasználására	Kutatási együttműködések serkentése	Kutatásra szánt költségek növelése
		HU EU27	67% 67%	68% 63%
Fiatalok		Fiatalok külföldi tanulásának serkentése	Oktatás általános színvonalának emelése	Minél több fiatal munkához juttatása
	HU EU27	43% 37%	75% 79%	86% 83%
Internet		Szolgáltatások fejlesztése (e-kormányzat, e-egészség)	Online kereskedelem terjesztése	Szélessávú internet minden EU-polgárnak
	HU EU27	59% 53%	54% 50%	65% 57%
Energia		CO2-kibocsátás csökkentése a közlekedésben	Kisvállalkozások és háztartások energiahatékonysági törekvéseinek pénzügyi támogatása	Megújuló energiaforrások népszerűsítése
	HU EU27	61% 60%	70% 64%	74% 73%
Ipar		Kis- és középvállalatok elindulásának támogatása törvényváltoztatásokkal	Bajban levő ágazatok átalakítása	"Zöld" gazdaság kihasználása (megújuló energia, újrahasznosítás, stb.)
	HU EU27	64% 68%	70% 60%	71% 62%
Munkahely, képességfejlesztés		Segíteni az új és változó munkakörülményekhez való alkalmazkodást	Biztosítani a külföldi EU-s munkavállaláshoz való jogot	Élethosszig tartó tanulás népszerűsítése
	HU EU27	81% 74%	59% 46%	67% 75%
Szegénység		Innovatív tanulási és munkalehetőség biztosítása az arra rászorulóknak	Fenntartható nyugdíj-, szociális és egészségügyi rendszer	Diszkrimináció visszaszorítása, sérülékeny csoportok védelme
	HU EU27	61% 64%	81% 74%	64% 60%



## 4. TÁJÉKOZÓDÁS ÉS INFORMÁCIÓ

### 4.1 Médiafogyasztási szokások Magyarországon

*Az uniós átlaghoz hasonlóan Magyarországon továbbra is a televízió az elsődleges tájékoztató csatorna. Az internet a hazai és uniós hírekről való tájékozódás másodlagos forrása annak ellenére, hogy a lefedettség Magyarországon alacsonyabb mint az EU-s átlag. A televízió domináns szerepe a tájékozódásban a nyomtatott sajtó és a rádió kárára alakult ki. Az uniós átlag másodlagos tájékoztató forrása a nyomtatott sajtó.*

A polgárok médiaszokásait vizsgáló kérdésnél az adott médiatípus használatának gyakoriságára kellett választ adni. Az összegzett válaszokból kiderül: a különböző média használatában és hozzáférési gyakoriságában nincs jelentős eltérés a magyarországi eredmények és az uniós átlagértékek között. Komolyabb különbség az internethasználatra vonatkozó kérdésből derül ki: **jól látható, hogy Magyarország jelentős elmaradásban van az internetellátottságot tekintve az uniós többi országához képest** (a megkérdezett magyar válaszadók 22%-nak nincs internet hozzáférése, ez több mint kétszerese a 9%-os uniós átlagnak).

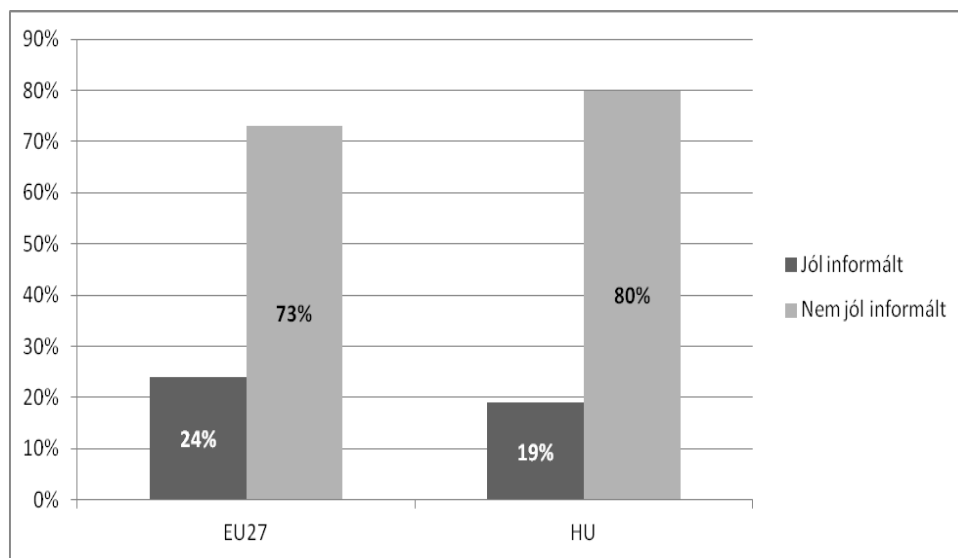
Az **EU-s ügyekben való tájékozottság** terén a magyar válaszadók jóval negatívabban ítélik meg a teljes **lakosság tájékozottságát**, mint az EU27 átlaga. A magyar válaszadók 80%-a szerint honfitársaik nem jól informáltak és csak 19%-uk szerint megfelelő a tájékozottság uniós ügyekben. Az uniós átlag ezt néhány százalékponttal (24%) pozitívabban ítéli meg.

A magyarok **saját maguk** EU-s ügyekben való tájékozottságát a teljes magyar lakossághoz képest pozitívabban látják (30%-ban tartják saját magukat tájékozottnak, 69%-ban nem jól informáltak). Ugyanakkor ez a szám az EU-s átlaghoz viszonyítva valamivel alacsonyabb (az EU átlag 33%-a ítéli meg úgy, hogy saját maga tájékozott az EU ügyekben, 66%-a tartja magát nem jól informáltak).

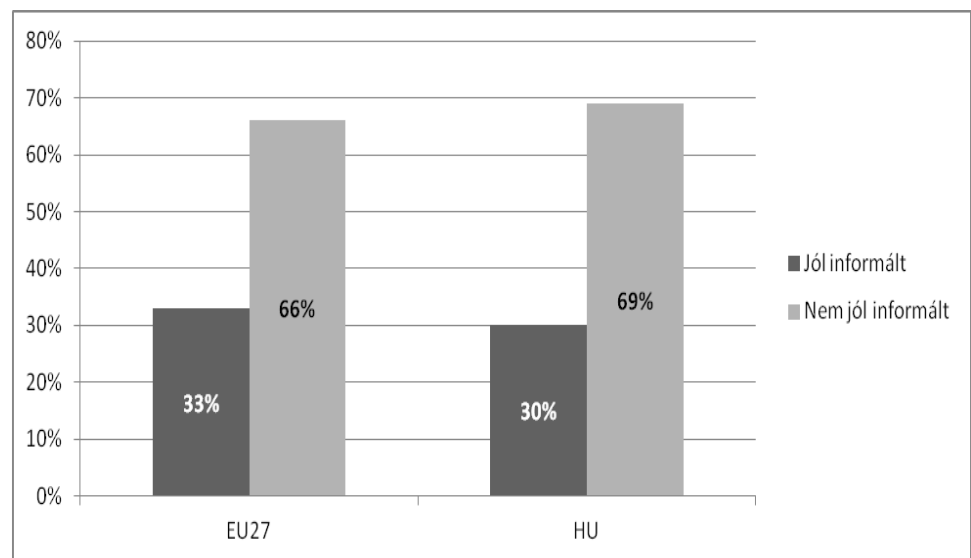
5. ábra: médiafogyasztási szokások a magyarországi válaszadók körében

	Minden nap/ majdnem minden nap		Heti 2-3 alkalommal		Heti egyszer		Havi 2-3 alkalommal		Ritkábban		Soha		Nem jutok hozzá	
	EU27	HU	EU27	HU	EU27	HU	EU27	HU	EU27	HU	EU27	HU	EU27	HU
<b>Televízió</b>	86%	87%	9%	7%	2%	3%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	0%
<b>Televízió az interneten</b>	7%	5%	5%	3%	4%	4%	3%	3%	8%	6%	61%	52%	11%	23%
<b>Rádió</b>	51%	46%	18%	23%	7%	9%	3%	4%	9%	9%	11%	8%	1%	1%
<b>Nyomtatott sajtó</b>	36%	31%	20%	22%	15%	13%	6%	6%	11%	15%	12%	11%	0%	2%
<b>Internet</b>	48%	35%	12%	12%	4%	6%	2%	2%	4%	3%	21%	19%	9%	22%
<b>Közösségi hálózatok</b>	20%	21%	10%	12%	5%	9%	3%	3%	7%	5%	44%	24%	11%	25%

6. ábra: EU-s tájékozottság megítélése a lakosság körében



7. ábra: Saját tájékozottság megítélése uniós ügyekben

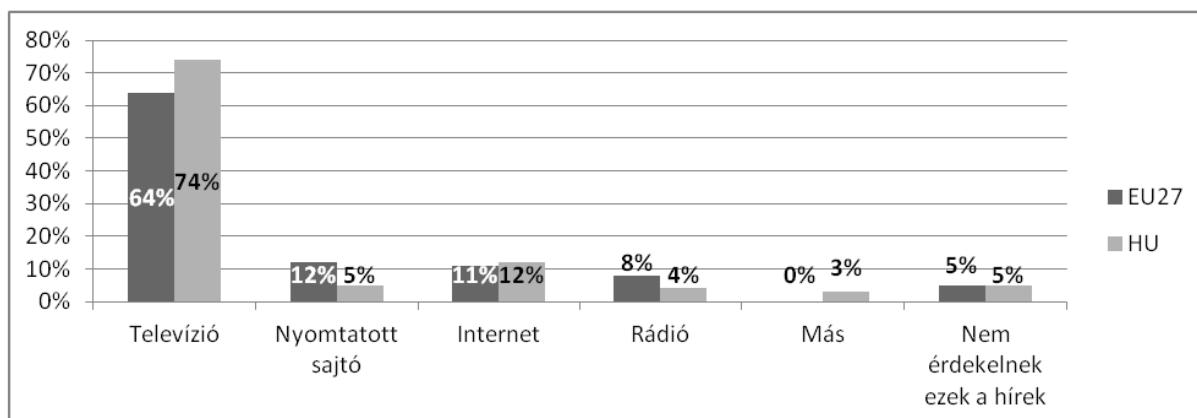


## 4.2 Tájékozódás uniós és hazai közéleti ügyekben - potenciális csatornák

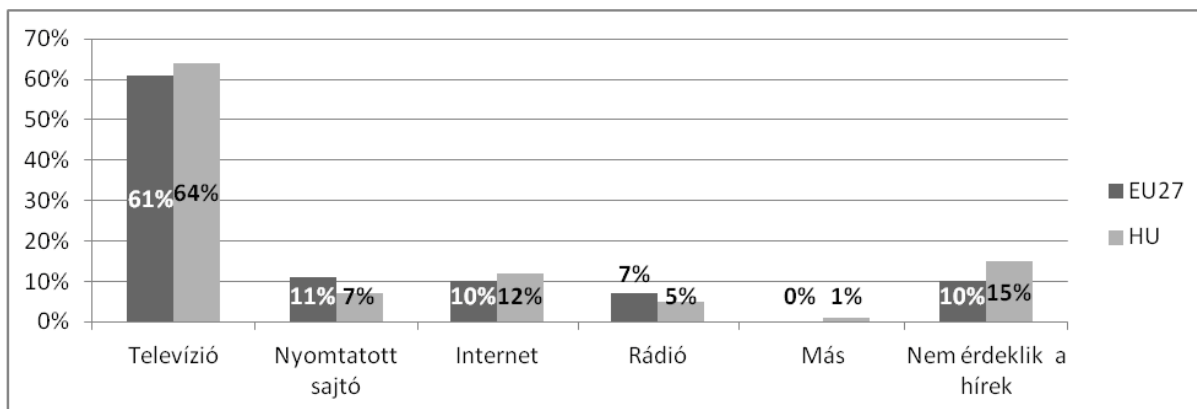
A kérdőív külön foglalkozik annak vizsgálatával, hogy a **lakosság honnan tájékozódik a hazai politikai, közéleti ügyekben**. Az eredmények közül markánsan kitűnik a televízió meghatározó szerepe (74%) a magyarországi hírfogyasztásban az uniós összevetéshez képest (64%). Szintén kiderül, hogy ez a domináns szerep a nyomtatott sajtó és a rádió kárára alakult ki: az Eurobarometer eredményeivel teljes mértékben összeesengenek az elmúlt évek hazai médiapiac mutatói is, amelyek a **nyomtatott sajtó mérsékelt visszaszorulását jelzik**.

Hasonló képet mutat az **Európai Unióról való információszerzés** módja. Amennyiben trendeket hasonlítunk össze, jól látható, hogy mind a magyarországi válaszadók, mind az uniós átlag a televíziót részesíti kiemelkedő előnyben (HU:64%, EU27:61%). Ugyanakkor, a magyar válaszadók mind a hazai, mind pedig az unióról szóló híreket **másodsorban az internetről szerzik** (hazai hírek: 12%, uniós hírek: 12%), miközben az EU-s átlag másodlagos forrása a nyomtatott sajtó (hazai hírek: 12%, uniós hírek: 11%).

8. ábra: hazai politikai/közéleti tájékozottság hírforrásai / elsősorban honnan tájékozódik



9. ábra: EU-s tájékozottság hírforrásai / elsősorban honnan tájékozódik



Jelentős különbség, hogy miközben a hazai hírek mind a magyar mind pedig az EU-s átlagot csupán 5-5%-ban, addig az EU-ról szóló hírek az EU-s átlagot 10%, a magyar válaszadókat 15%-ban nem foglalkoztatják. **A hazai válaszadók tehát a hazai hírekhez képest is, de EU-s összehasonlításban is kevésbé érdeklődnek az uniós hírek iránt.**

#### 4.3 A hírek mennyiségének, pártatlanságának a megítélése

A hírforrások használatának feltérképezése mellett fontos szerepet kap azok mennyisége és objektivitása. **A magyarországi válaszadók valamivel neutrálisabban viszonyulnak az Európai Unióhoz kapcsolódó információk mennyiségéhez** a médiában: médiatípustól függetlenül, az EU-s átlaghoz képest, inkább tartják megfelelőnek a hírek mennyiségét. Továbbá az EU átlagához képest Magyarországon kisebb azoknak az aránya, akik keveslik az uniós tájékoztatás mértékét.

10. ábra: az EU-val kapcsolatos tájékoztatás mennyiségének megítélése a magyarországi médiában

	Sok		Megfelelő		Kevés	
	EU27	HU	EU27	HU	EU27	HU
Televízió	11%	9%	54%	65%	28%	20%
Rádió	6%	8%	48%	56%	26%	20%
Nyomtatott sajtó	10%	8%	55%	60%	19%	12%
Internet	5%	5%	41%	44%	12%	6%

Érdekes képet mutat a magyarországi média megítélése az Európai Unióval kapcsolatos híradások, tudósítások objektivitásának tükrében. **A magyar válaszadók többsége** – az EU-s átlagnál jelentősebb mértékben – véli úgy, hogy a **magyar média EU-ról szóló tájékoztatása objektív.**

11. ábra: Az Európai Unió bemutatása a médiában

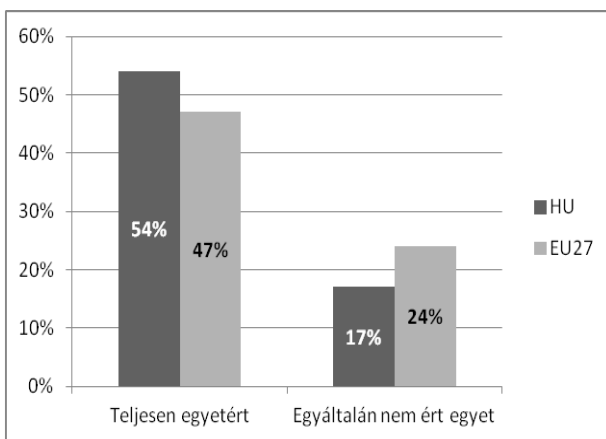
	Túl pozitív		Objektív		Túl negatív	
	EU27	HU	EU27	HU	EU27	HU
Televízió	16%	22%	55%	61%	14%	7%
Rádió	10%	16%	53%	58%	10%	6%
Nyomtatott sajtó	11%	15%	52%	56%	14%	6%
Internet	6%	6%	38%	41%	7%	4%

#### 4.4 A közösségi hálózatok mint a tájékozódás eszközei

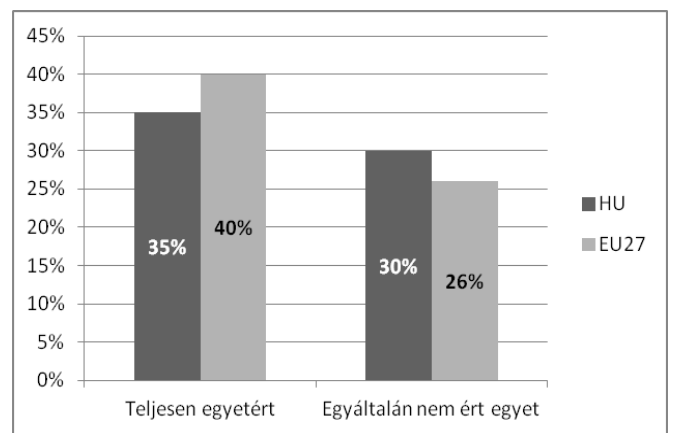
**Az Eurobarometer 76 a válaszadók közösségi hálózatokhoz való viszonyát is feltérképezte. A válaszokból kiderül: a magyar válaszadók sokkal inkább elfogadóbbak az új típusú kommunikációs eszközök iránt, mint az EU 27 átlaga.**

A magyar válaszadók az uniós átlaghoz képest jobban elfogadják az online közösségi hálózatokat mint a politikai tájékozódás, érdeklődés felkeltés és véleménynyilvánítás eszközét. Továbbá inkább megbíznak az ott található információkban.

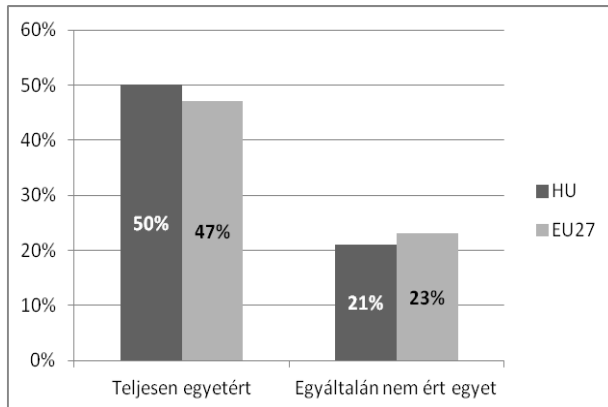
12. A közösségi hálózatok a politikai tájékozódás modern eszközei



13. ábra: A közösségi hálózatokon látható politikai jellegű információk nem megbízhatóak



14. ábra: A közösségi hálózatok segíthetnek az emberekben érdeklődést kelteni a politika iránt



15. ábra: A közösségi hálózatok a politikai véleménynyilvánítás megfelelő eszközei

