

Vnímání **úrovně politické komunikace** v ČR

Analytická zpráva z výzkumu

Připraveno pro Asociaci Public Relations v rámci konference Etika a pravidla v politické komunikaci: Jak neukrást volby, 16. 4. 2025

Situace a cíle

Analytická zpráva NMS vznikla jako podklad pro konferenci **Etika a pravidla v politické komunikaci: Jak neukrást volby**, kterou organizuje **Asociace Public Relations (APRA)**.

Půldenní konference reaguje na rizika vulgarizace a možného zneužívání moderních technologií v politickém marketingu a komunikaci. Záštitu nad akcí převzal prezident České republiky Petr Pavel. Konference je určena pro experty v komunikaci, strategy, analytiku, výzkumníky a akademiky, politology a zájemce o obor.

Cílem analytické zprávy je představit **vnímání úrovně politické komunikace** v Česku. Analytická zpráva obsahuje:

- Hodnocení etiky v předvolebních kampaních
- Hodnocení praktik v předvolebních kampaních
- Vztah mladých k etice v politice
- Praktické dopady nedostatku etických standardů



Hlavní zjištění

Pro Čechy je **etika důležitá**, má pro ně ale různé odstíny

Etika v politice a politických kampaních je **pro Čechy důležitá**. Českou realitu ale **hodnotíme pesimisticky** a výhled není lepší.

Etika v politice a politických kampaních je pro **90 % Čechů důležitá**. Zároveň nadpoloviční většina (55 %) věří, že v politice **je možné uspět** a dodržovat přitom **etické zásady**. 81 % Čechů má pocit, že aktuálně **politické kampaně v Česku eticky vedeny nejsou**. Dvě třetiny (67 %) navíc vnímají, že se situace v posledních letech zhoršila a 41 % očekává, že se bude dále zhoršovat.

Češi se **dle svých postojů k důležitosti dodržování etických zásad v politice** dělí na pět skupin.

Moralisté tvoří 28 % populace. Etické chování v předvolebních kampaních je pro ně extrémně důležité. Moralisté uvádí, že by za žádných okolností nevolili politika, který se nechová eticky.

Idealisté tvoří 26 % populace. Ideál etického chování v předvolebních kampaních je pro ně stejně důležitý, jako pro Moralisty. V praxi již připouští, že by volili politika, který se ne vždy chová úplně eticky – zejména pokud by tím reagoval na neetické chování oponenta.

Realisté (24 %) jsou zdrženlivější ohledně důležitosti etického chování v politice. Zatímco pro první dvě skupiny je etické chování zcela zásadní (81 % považuje za velmi důležité), pro Realisty je spíše již jen jedním z důležitých prvků politiky.

Reformátoři tvoří 15 % populace. Etické chování v politice je pro ně méně důležité. Obecně si nejsou jistí, zda se dá s etickým přístupem v politice uspět a nevnímají konkrétní etické prohřešky tak silně.

Poslední skupinou jsou politicky **Nezapojení** (7 % populace), kteří nemají výrazné názory na politiku ani etiku v politice. Do politického života se příliš nezapojují.

Etické přešlapy ovlivňují ochotu Čechů **participovat**

Češi dokážou **dobře identifikovat**, které chování ve volebních kampaních je už **za hranou**. Synonymem pro takové praktiky je kupování hlasů.

To odmítají Češi plošně – pro 79 % představuje **nepříjemný moment** v předvolební soutěži. Na předních příčkách se umístilo **šíření videí či zvukových záznamů vytvořených pomocí AI** (76 %), vytváření falešných účtů a stránek politiků a stran (75 %) a falešné výroky prisuzované jednotlivým politikům (72 %).

Do velké míry **odmítají praktiky**, které jsou **dnes v předvolebních kampaních běžné**.

Přibližně polovina Čechů odmítá **používání botů a placených komentátorů** (56 %) k ovlivňování veřejného mínění na sociálních sítích či sdílení nepodložených spekulací (61 %) o politicích nebo stranách (tzv. přišlo WhatsAppem).

Důležitost etiky v předvolebních kampaních se projevuje i tak, že **58 % Čechů by bylo ochotno anulovat volby** v případě masivního porušení etických principů.

Přítomnost dezinformací v předvolební kampani pak podle slov 46 % Čechů negativně ovlivňuje jejich **chuť účastnit se voleb**.

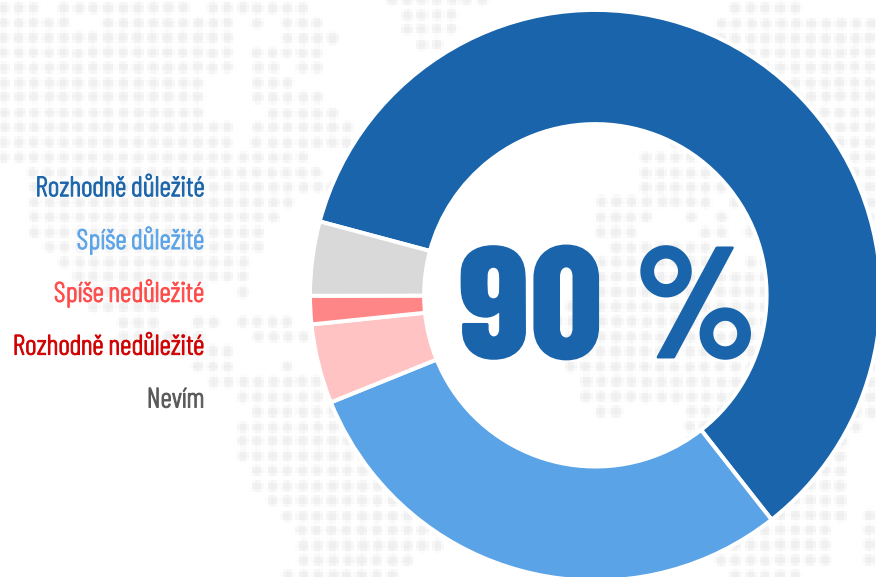
Mladí do 24 let obecně přikládají **menší důležitost dodržování** etických standardů v předvolebních kampaních.

Mladí častěji říkají, že zvažují volbu politika, který se **ne vždy chová eticky** (83 %). Zdůvodňují to tak, že **volí menší zlo** či politika, který je **schopen efektivně prosadit změnu**, někdy i na úkor etických zásad.

An aerial photograph of Prague's Old Town Square, showing a large crowd of people gathered in the square. The Astronomical Clock tower is prominent on the left. The image is overlaid with a red-to-blue gradient.

Etika v politice je pro Čechy důležitá

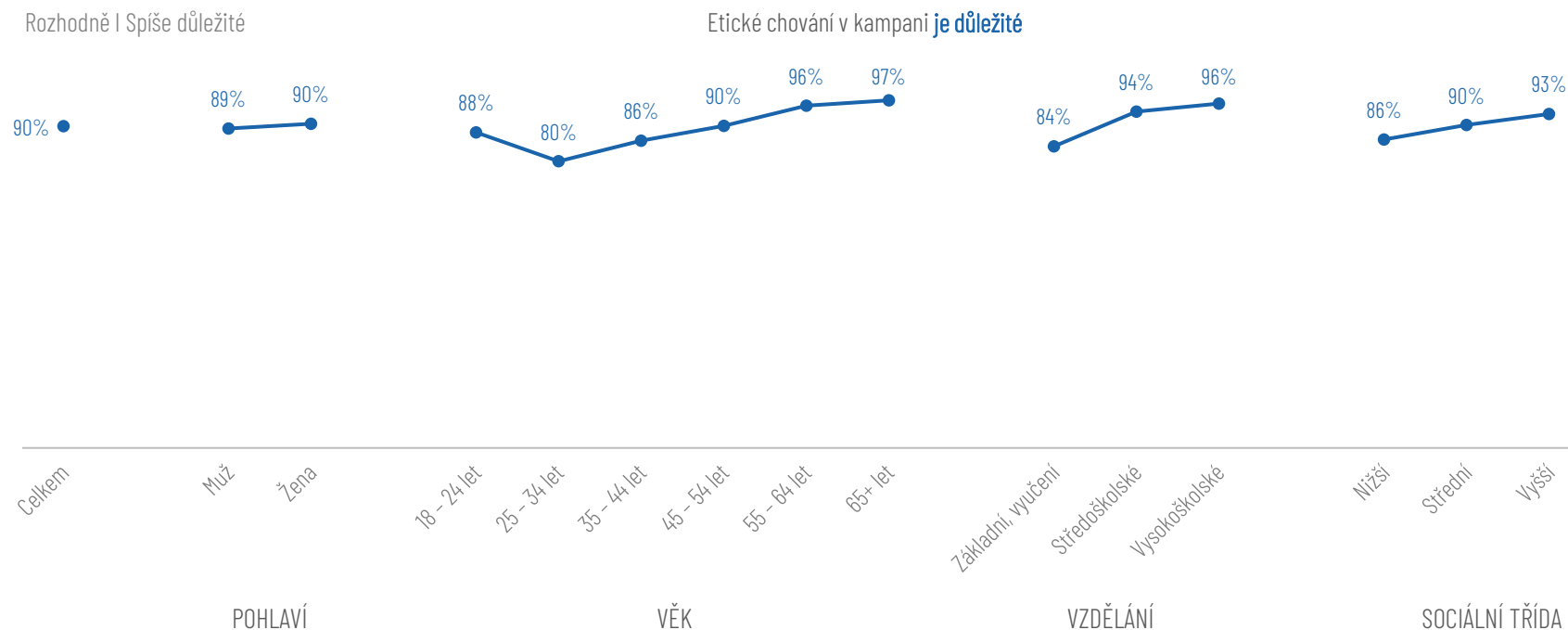
Ideálem Čechů jsou **eticky vedené** předvolební kampaně



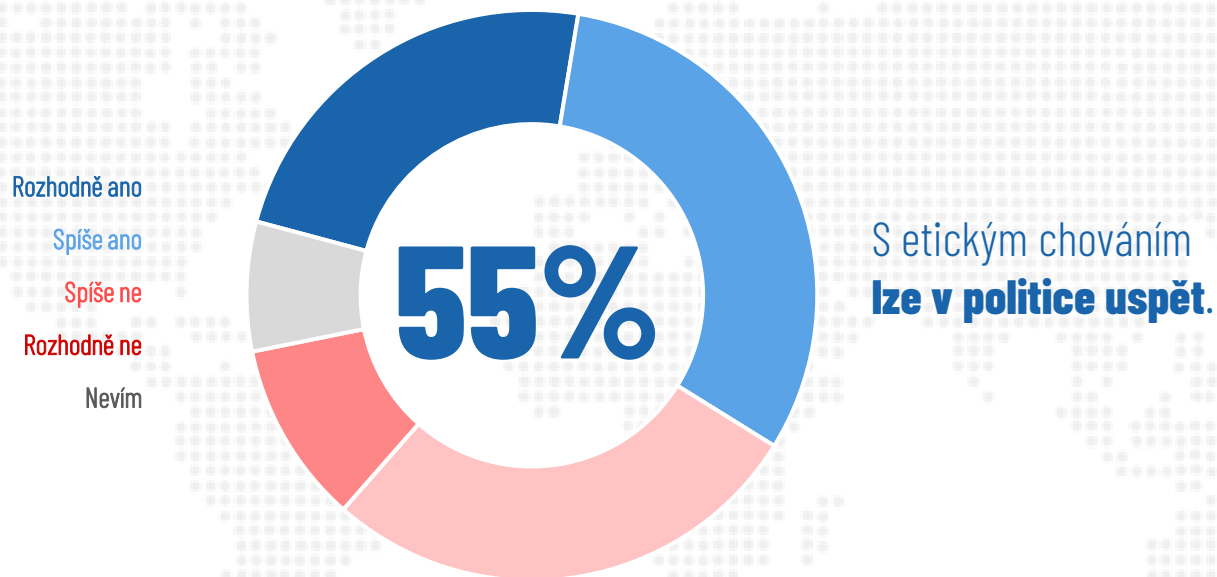
Etické chování v předvolební kampani je **důležité**.

To platí napříč celou českou populací.

Etika je důležitější pro starší a vzdělanější Čechy



Polovina věří, že politika se dá dělat eticky

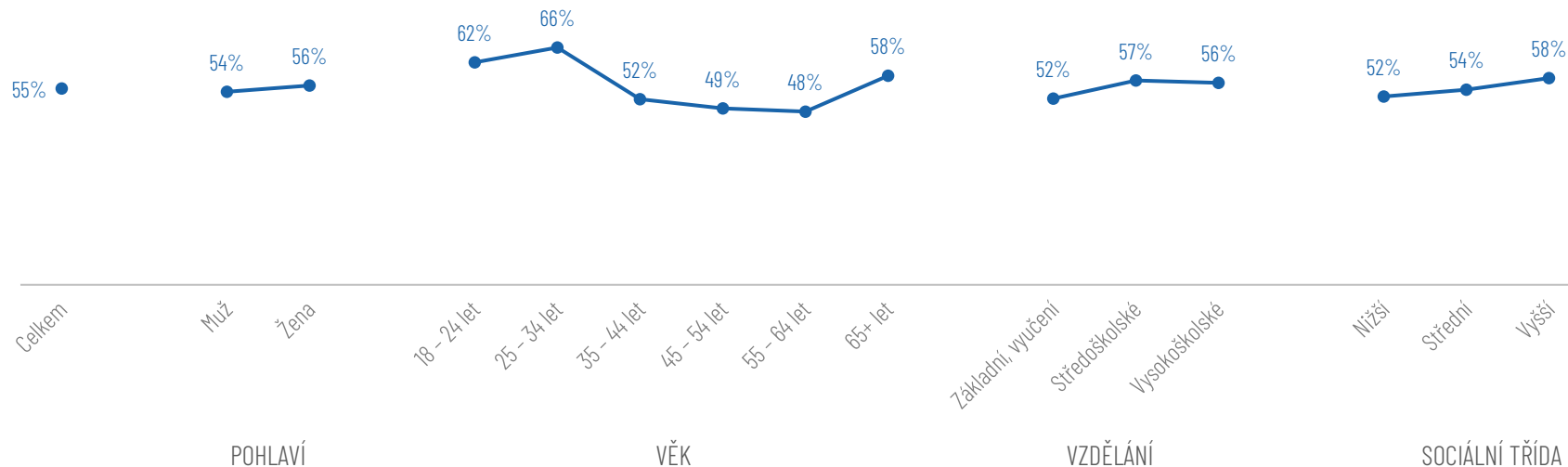


V možnost uspět v politice eticky věří spíše třicátníci

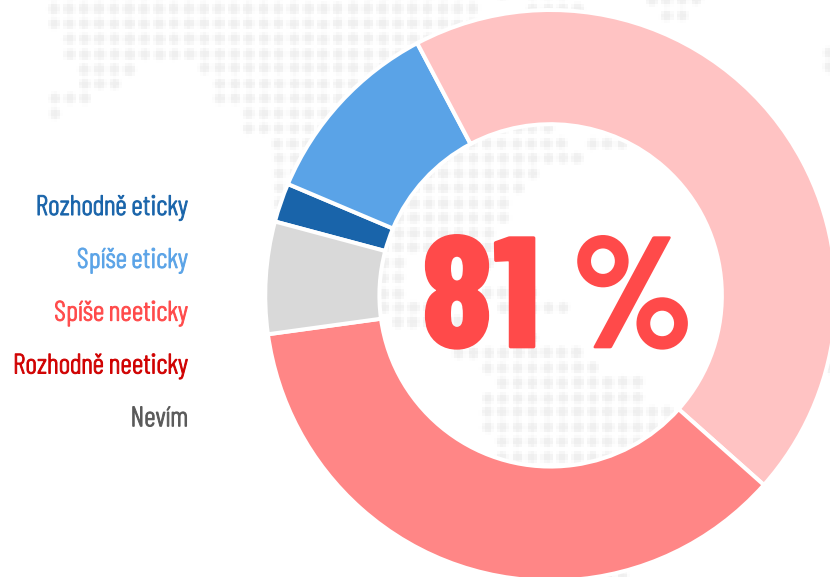
Jsou to zejména ti ve věku 25 až 34 let. Češi ve středním věku jsou skeptičtější, ale v pozdějším věku opět nabývají optimismu.

Rozhodně i spíše ano

S etickým chováním lze v politice uspět.



Kampaně v Česku nejsou vedeny **eticky**



**Politické kampaně
v Česku **nejsou**
vedeny eticky.**

To platí napříč celou
českou populací.

67 %

vnímá, že se úroveň etiky v české
politice v **posledních letech zhoršila.**

41 %

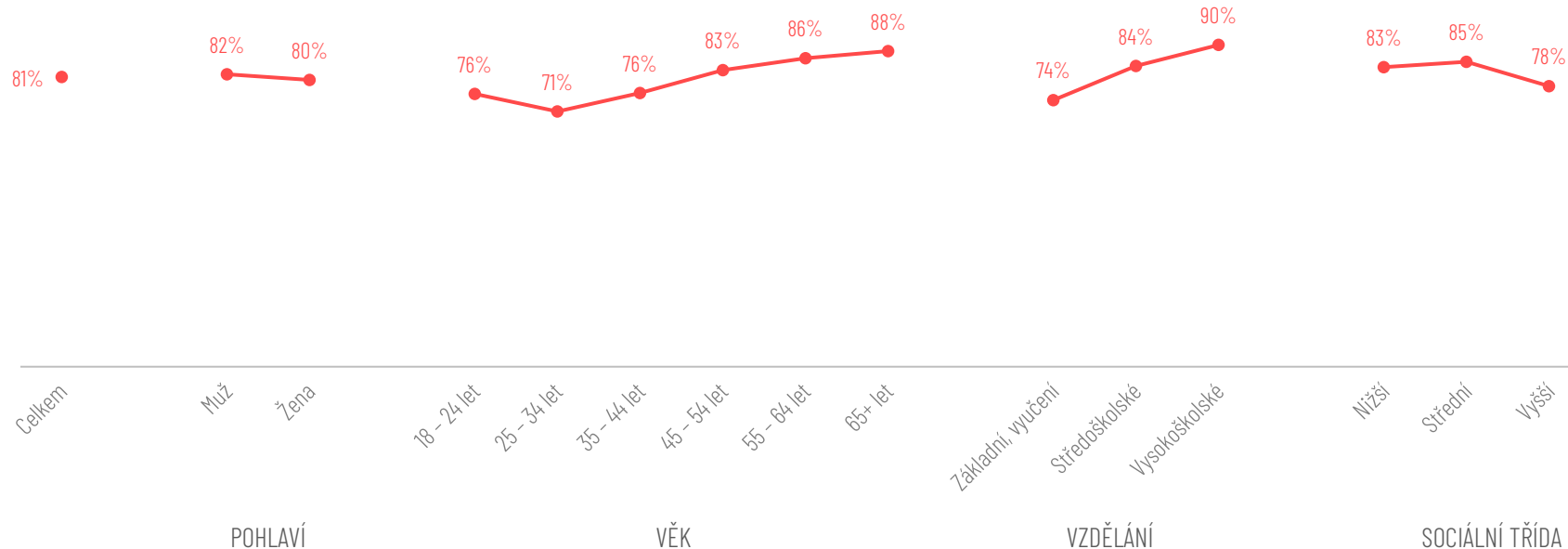
se domnívá, že se úroveň etiky v
politice **bude dále zhoršovat.**

Vyšší věk = vyšší nároky na etické vedení kampaní

Zatímco mladí hodnotí úroveň etiky v kampaních o něco lépe, stále však napříč Českou společností převažuje názor, že v Česku politické kampaně eticky vedeny nejsou.

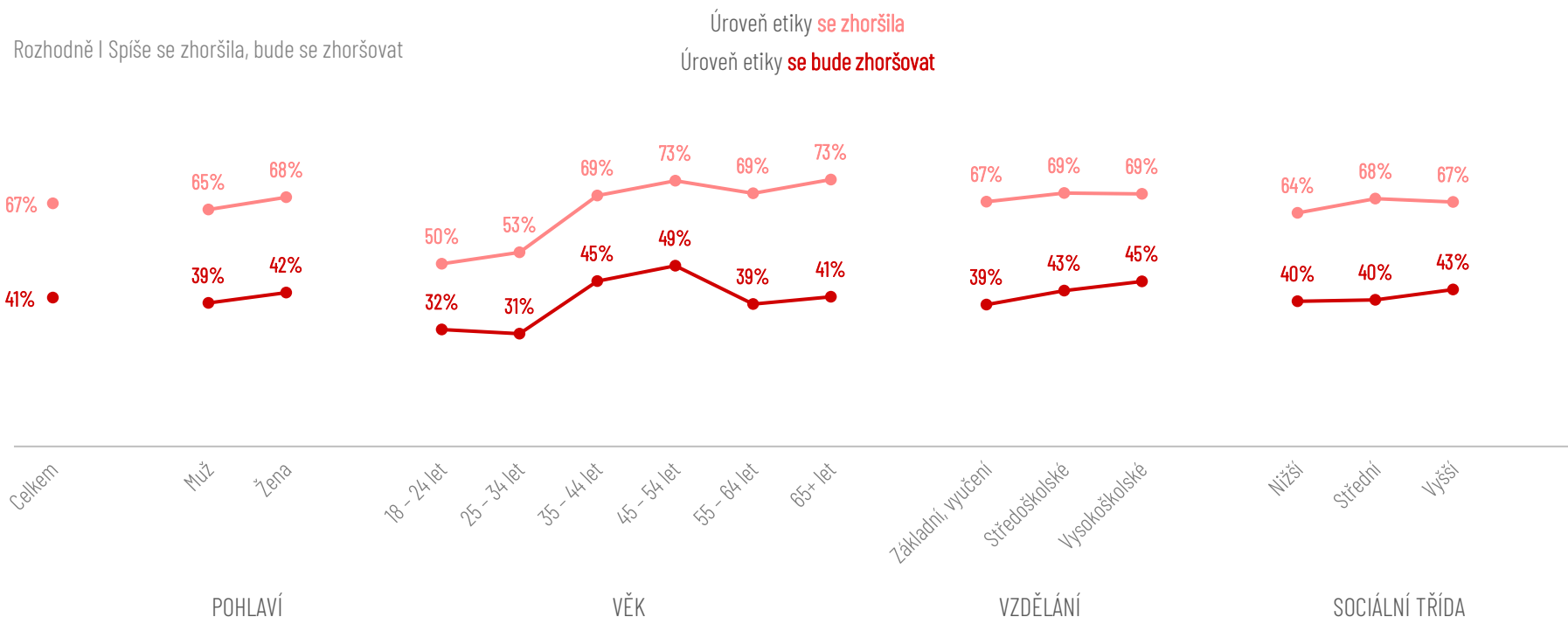
Rozhodně neeticky | Spíše neeticky

Kampaně v Česku jsou **NEJSOU** vedeny eticky



Úroveň etiky se bude zhoršovat, myslí si starší Češi

Nejskeptičtější k úrovni české politiky jsou lidé středního věku; ti také nejméně věří v úspěch slušných politiků. Názor na úroveň politiky příliš nezávisí na vzdělání a sociální třídě.





Ne pro všechny je etika důležitá stejně
#segmentace



MORALISTÉ

28%



Muži 45 % - Ženy 55 %

55 let a více

ABCDE klasifikace: A+B

Normální volební účast

Volili SPOLU, PirSTAN



IDEALISTÉ

26%



Muži 45 % - Ženy 55 %

65 let a více

ABCDE klasifikace: C

Vyšší volební účast

Volili jako zbytek ČR



REALISTÉ

24%



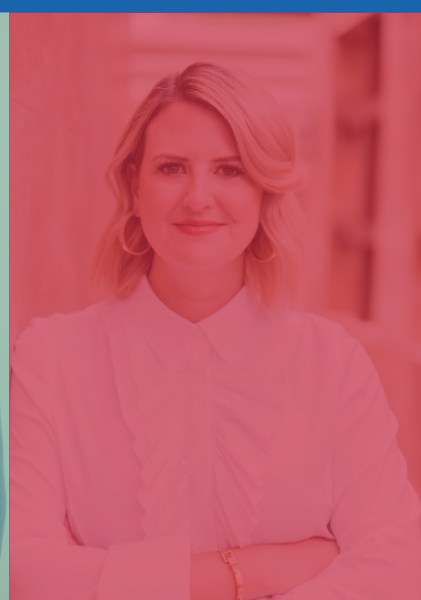
Muži 61 % - Ženy 49 %

18 až 24 let

ABCDE klasifikace: A+B

Nižší volební účast

Volili jako zbytek ČR



REFORMÁTOŘI

15%



Muži 50 % - Ženy 50 %

25 až 34 let

ABCDE klasifikace: D+E

Nižší volební účast

Volili ANO, SPD



NEZAPOJENÍ

7%



Muži 34 % - Ženy 66 %

25 až 34 let

ABCDE klasifikace: D+E

Nižší volební účast

Nevolili

Etické chování v předvolebních kampaních je pro Moralisty **extrémně důležité**.

Moralisté uvádí, že by za **žádných okolností** nevolili politika, který se nechová eticky.

Ideál etického chování v předvolebních kampaních je pro Idealisty **stejně důležitý**, jako pro Moralisty.

V praxi již ale **připouští**, že by volili politika, který se **ne vždy chová úplně eticky**. Zvažovali by to zejména tehdy, kdy se politik nechová eticky v reakci na **neetické chování** oponenta, či pokud by **přiznal svoje pochybení** a slibil by nápravu.

Realisté jsou **zdrženlivější ohledně důležitosti etického chování** v politice. Zatímco pro první dvě skupiny je etické chování zcela zásadní, pro Realisty je spíše již jen **jedním z důležitých** prvků politiky.

Realisté jsou v určitých situacích **ochotni volit politika**, který se **ne vždy chová eticky**. Aplikují pragmatický přístup k politice, kdy mezi hlavní důvody této volby patří, pokud je **kandidát menším zlem** než jeho soupeř, nebo je jeho **program zásadní** pro budoucnost ČR.

Pro Reformátory je etické chování v politice méně důležité. Obecně si **nejsou jistí**, zda se dá s **etickým přístupem v politice uspět** a nevnímají konkrétní etické prohrašky tak silně.

Neetického politika by volili v případě, že by pro ně představoval **menší zlo** než oponenti a častěji než zbytek populace v případě, že by neetický politik byl **schopen efektivně prosazovat změnu**.

Nezapojení **nemají výrazné názory** na politiku ani etiku v politice. Do politického života se příliš nezapojují.

MORALISTÉ

28%



Muži 45 % - Ženy 55 %

55 let a více

ABCDE klasifikace: A+B

Normální volební účast

Volili SPOLU, PirSTAN

IDEALISTÉ

26%



Muži 45 % - Ženy 55 %

65 let a více

ABCDE klasifikace: C

Vyšší volební účast

Volili jako zbytek ČR

REALISTÉ

24%



Muži 61 % - Ženy 49 %

18 až 24 let

ABCDE klasifikace: A+B

Nižší volební účast

Volili jako zbytek ČR

REFORMÁTOŘI

15%



Muži 50 % - Ženy 50 %

25 až 34 let

ABCDE klasifikace: D+E

Nižší volební účast

Volili ANO, SPD

NEZAPOJENÍ

7%



Muži 34 % - Ženy 66 %

25 až 34 let

ABCDE klasifikace: D+E

Nižší volební účast

Nevolili

Etika je důležitější pro Moralisty a Idealisty



Ohledně budoucnosti jsou ale pesimističtější. Pro Realisty a Reformátory je etika také důležitá, ale již ne tak silně jako pro první dva segmenty. Zároveň budoucnost nevidí tak černě.

Etika v kampani **JE DŮLEŽITÁ**

MORALISTÉ



IDEALISTÉ



REALISTÉ



REFORMÁTOŘI



Rozhodně | Spíše důležitá

Kampaně v Česku **NEJSOU VEDENY ETICKY**

MORALISTÉ



IDEALISTÉ



REALISTÉ



REFORMÁTOŘI



Rozhodně | Spíše souhlasím

Úroveň etiky se **BUDE DÁLE ZHORŠOVAT**

MORALISTÉ



IDEALISTÉ



REALISTÉ



REFORMÁTOŘI



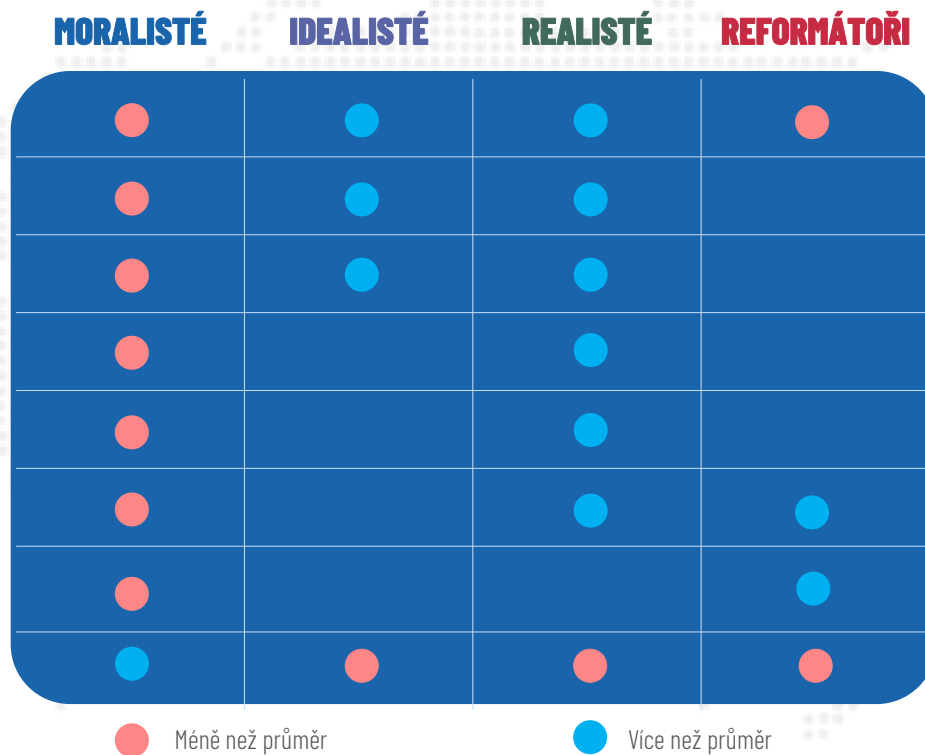
Výrazně | Spíše zhoršovat

Češi jsou někdy ochotni etiku upozadit



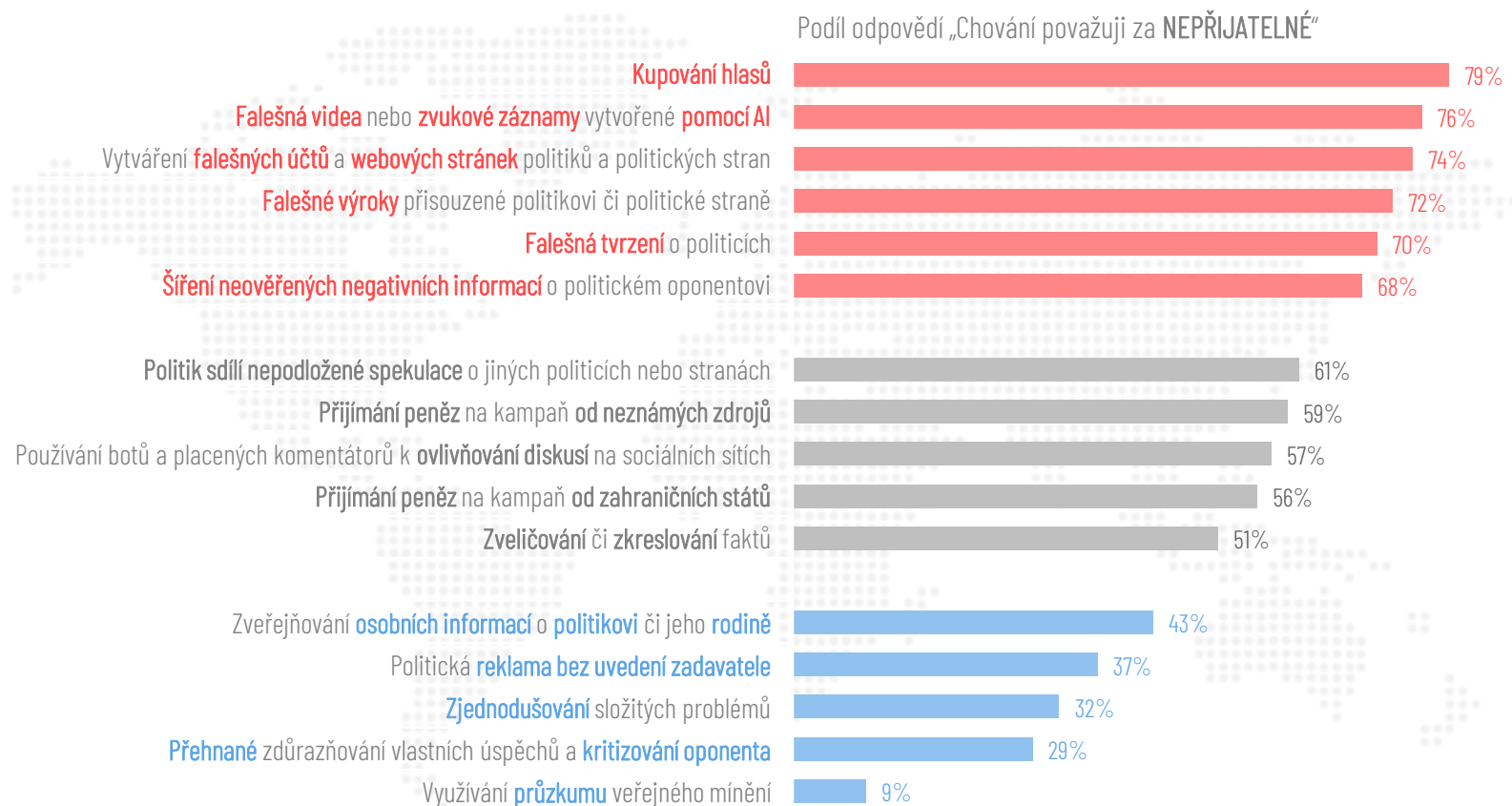
Idealisté jsou toho schopni v případě, že si politik uvědomí svoji chybu a snaží se polepšit. Realisté si volbu neetického politika odůvodňují tím, že má dobrý politický program či zastává hodnoty, se kterými souzní. Pro Reformátory je důležitá především efektivita v prosazování změn.

V jakém případě byste zvažoval/a volbu politika / političky, který se nechová eticky?



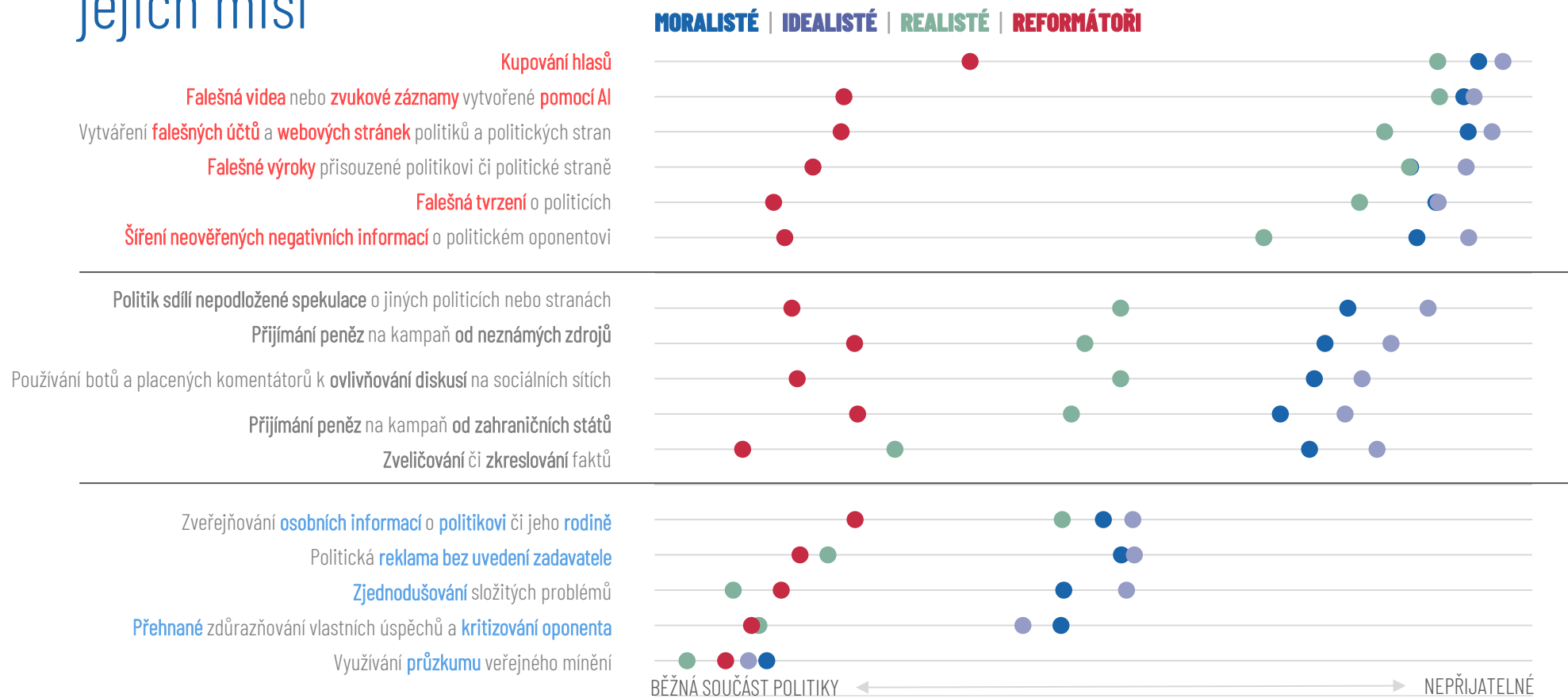
Hodnocení etičnosti jednotlivých praktik při kampani

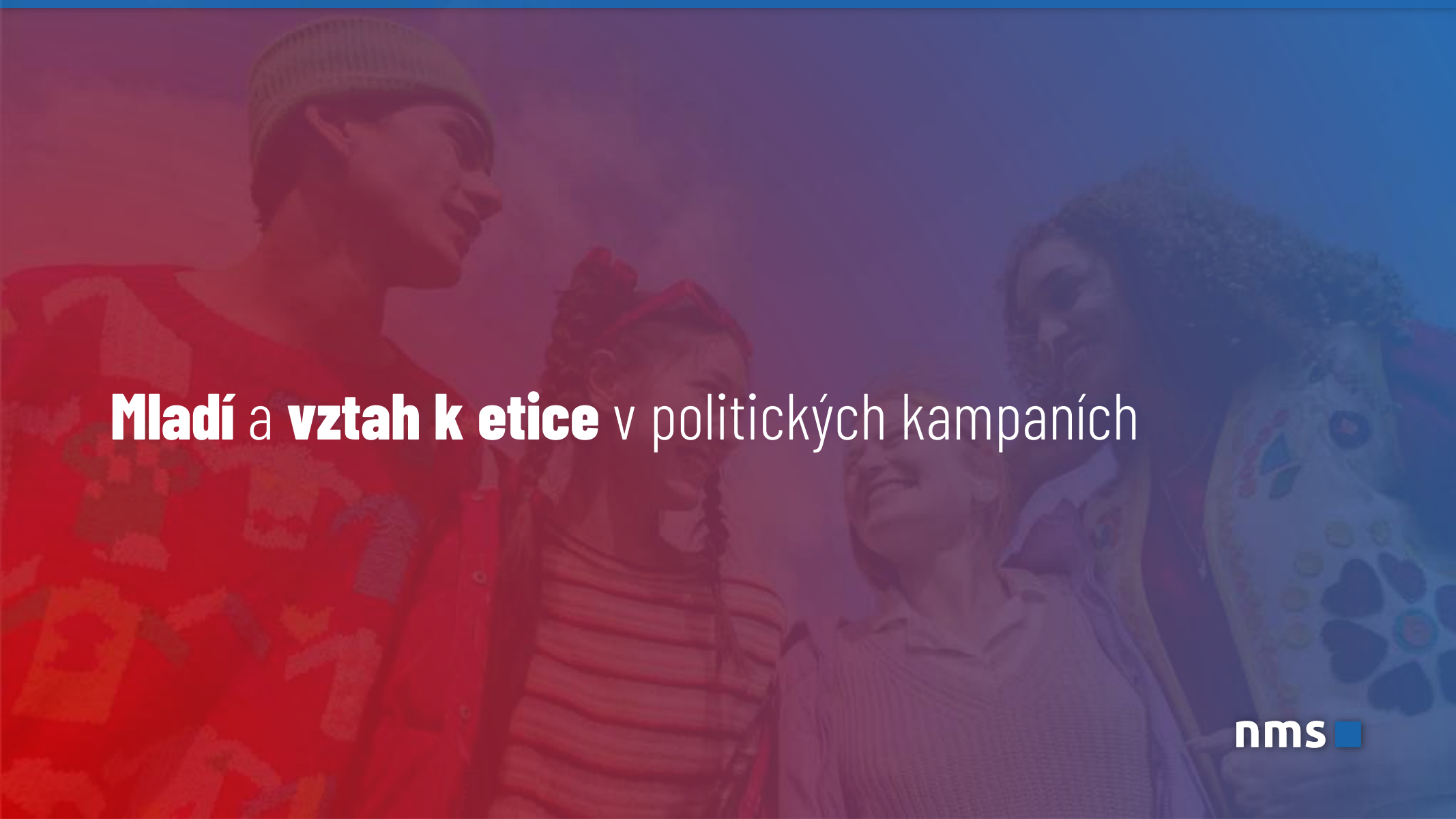
Češi se shodnou na nepřijatelných praktikách





Reformátoři tolerují prohřešky, když to podporuje jejich misi

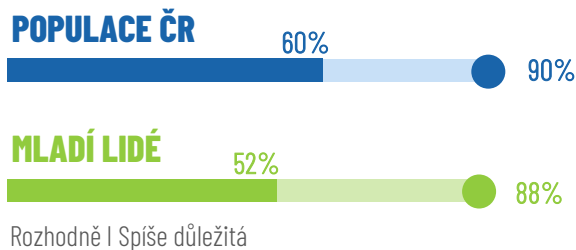




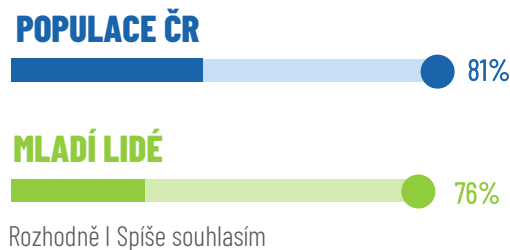
Mladí a **vztah k etice** v politických kampaních

Pro mladé je etika důležitá, ale **ne tak striktně**. Jejich pohled na budoucí kampaně je **optimističtější**

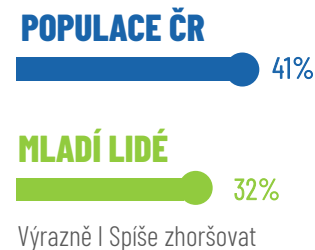
Etika v kampani **JE DŮLEŽITÁ**



Kampaně v Česku **NEJSOU VEDENY ETICKY**



Úroveň etiky se **BUDE DÁLE ZHORŠOVAT**



Neetické chování mladí omlouvají schopností politika **prosadit změnu**

Častěji proto spadají do segmentu Realisté a Reformátoři.

Jsou **častěji ochotni volit neeticky se chovajícího** politika

Přijatelnějšími praktikami v kampaních pro ně jsou

83 %

Mladí ve věku 18 až 24 let

63 %

Populace ČR

Rozdíl +20 p. b.

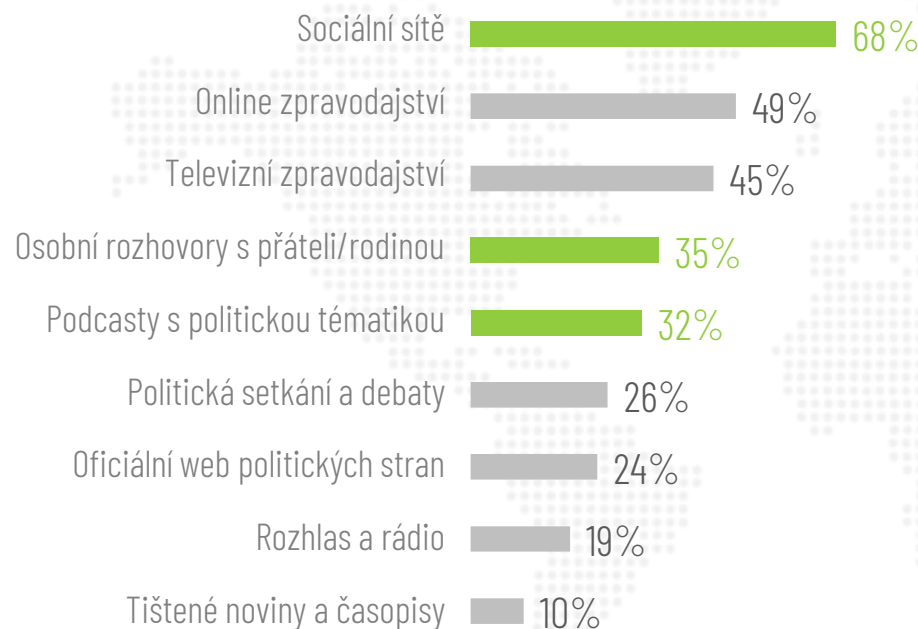
PŘIJÍMÁNÍ PENĚŽ NA KAMPAŇ ZE **ZAHRAŇÍČÍ**

**POUŽÍVÁNÍ PLACENÝCH KOMENTÁTORŮ K
OVLIVŇOVÁNÍ DISKUSÍ**

ZVELIČOVÁNÍ ČI ZKRESLOVÁNÍ FAKTŮ

Vzory hrají důležitou roli...

Informace o politice získávají mladí zejména na sociálních sítích, kde obsah může tvořit kdokoliv. Třetina mladých se v politice orientuje dle toho, co si myslí jejich rodiče, známí nebo přátelé. Jejich politické postoje dnes častěji kopírují postoje, které zastávají jejich rodinní příslušníci.



Zeleně zvýraznění znamená, že mladí zdroj používají signifikantně více, než populace ČR.

Informace o politice mladí častěji získávají

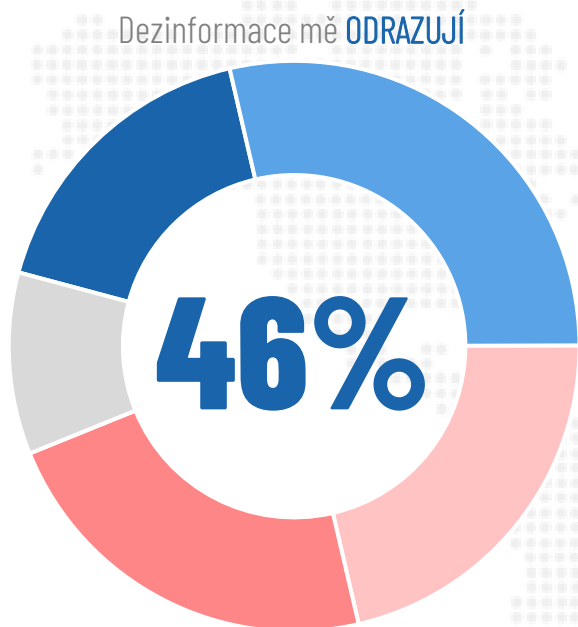
ZE SOCIÁLNÍCH SÍTÍ

OD RODINY A ZNÁMÝCH

Z POLITICKÝCH PODCASTŮ

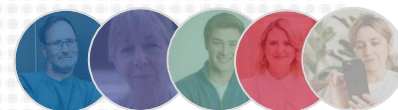
Důležitost etiky se projevuje prakticky

Dezinformace a lži v předvolební kampani snižují ochotu **participovat**



Dezinformace v předvolební
kampani **snižují ochotu
účastnit se voleb**

Rozhodně souhlasím | Spíše souhlasím | Spíše nesouhlasím | Rozhodně nesouhlasím | Nevím



Dezinformace ve veřejném prostoru
častěji odradí **ženy** a **nevoliče**.

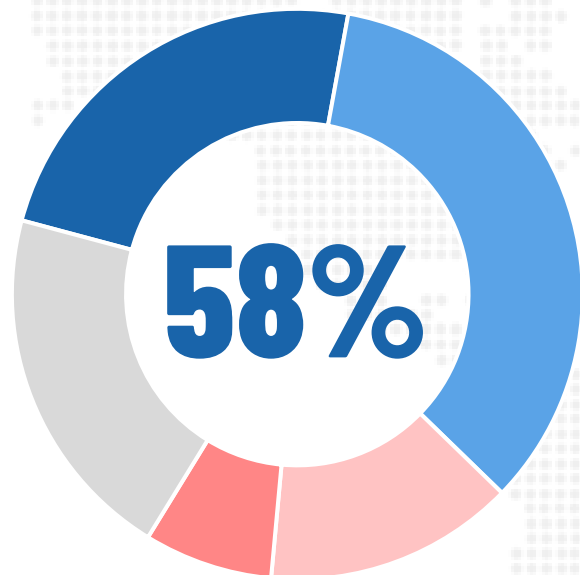


Idealisté jsou na dezinformace **citlivější** a **nechají
se spíše odradit**.



Realisté k volbám **častěji přijdou** i přes
dezinformační smršť.

Anulování voleb připouští Češi **napříč** politickým spektrem

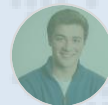


Masivní porušení etických principů by **mělo být důvodem k anulování voleb**

Rozhodně souhlasím | Spíše souhlasím | Spíše nesouhlasím | Rozhodně nesouhlasím | Nevím



Idealisté a Moralisté častěji pro anulování voleb při masivním porušení etických standardů.

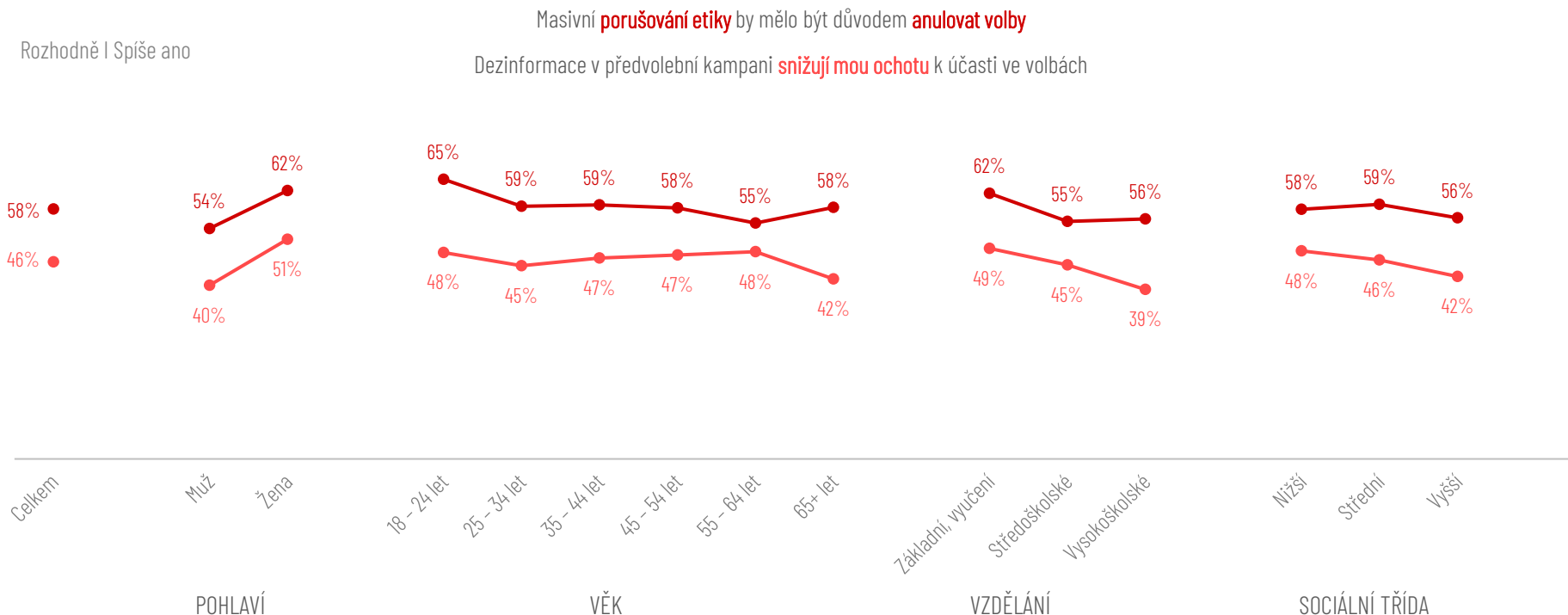


Realisté jsou nejvíce rozpolcení ohledně anulování voleb – 46 % by volby při eticky pochybné kampani zrušilo, 38 % ne.

Shoda panuje i **napříč** potenciálními voliči všech relevantních politických stran v Česku.

Polovina žen při dezinformační kampani **nepřijde** k volbám

Naopak vysokoškoláci a Češi ve věku 65 let a více se nenechají tak snadno odradit.



Q35. Mělo by podezření z masivního porušení etických principů být důvodem k anulování voleb?

Q38. Přítomnost dezinformací a nepravdivých zpráv v době předvolební kampaně snižuje mou ochotu účastnit se voleb. N=1001, všichni respondenti

AI i sociální sítě ohrožují demokracii

Rozhodně | Spíše vnímám jako hrozbu

70 %

Čechů **vnímá AI jako hrozbu**
pro demokratické volby.

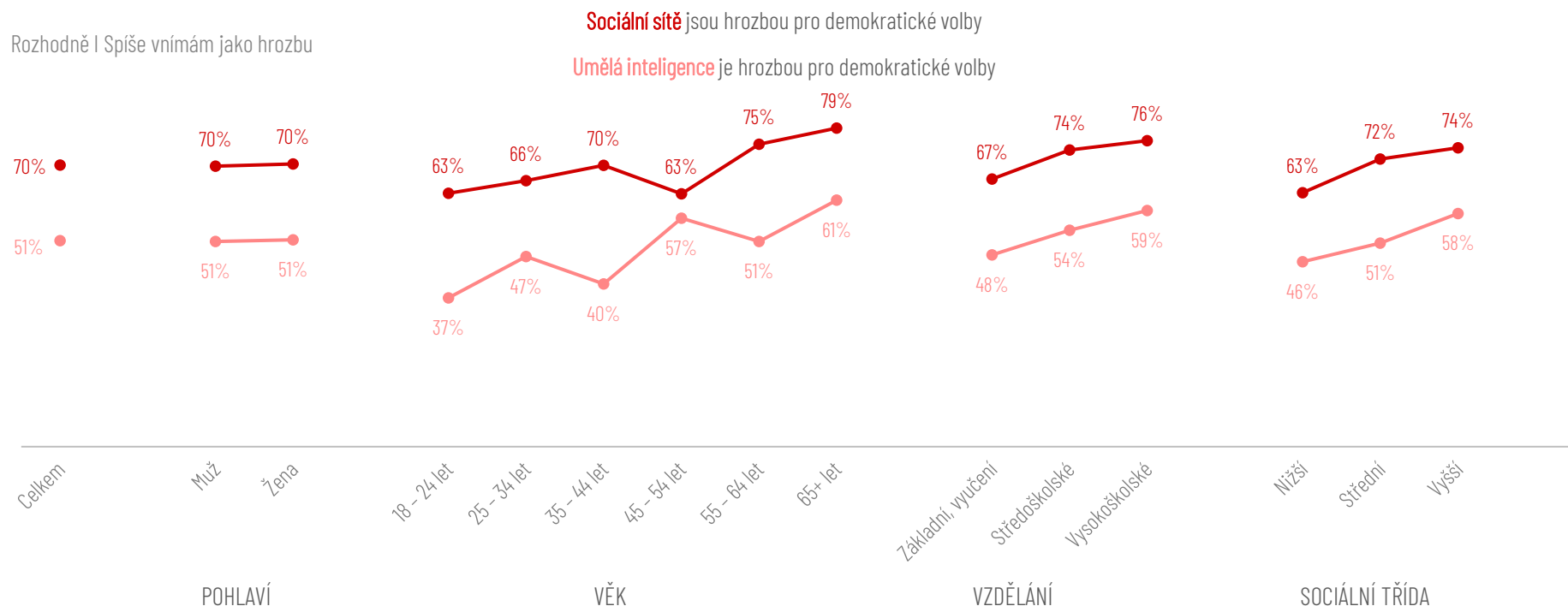
Rozhodně | Spíše vnímám jako hrozbu

51 %

Čechů **vnímá sociální sítě jako hrozbu**
pro demokratické volby.

AI je větším ohrožením pro demokracii, než sociální sítě

AI budí větší obavy i proto, že jde o relativně novou a široce dostupnou technologii. Se sociálními sítěmi žijeme již delší dobu a obavy jsou proto menší. Větší strach z obou technologií vykazují starší lidé, vysokoškoláci i lidé z vyšší socioekonomické třídy. Mladí lidé, i proto, že s technologiemi vyrůstají, je nevnímají jako takovou hrozbu.



Sami sobě věříme 3krát více než ostatním, pokud jde o rozpoznání dezinformací

Rozhodně | Spíše ano

59 %

Čechů si myslí, že rozezná pravdivé informace o nepravdivé.

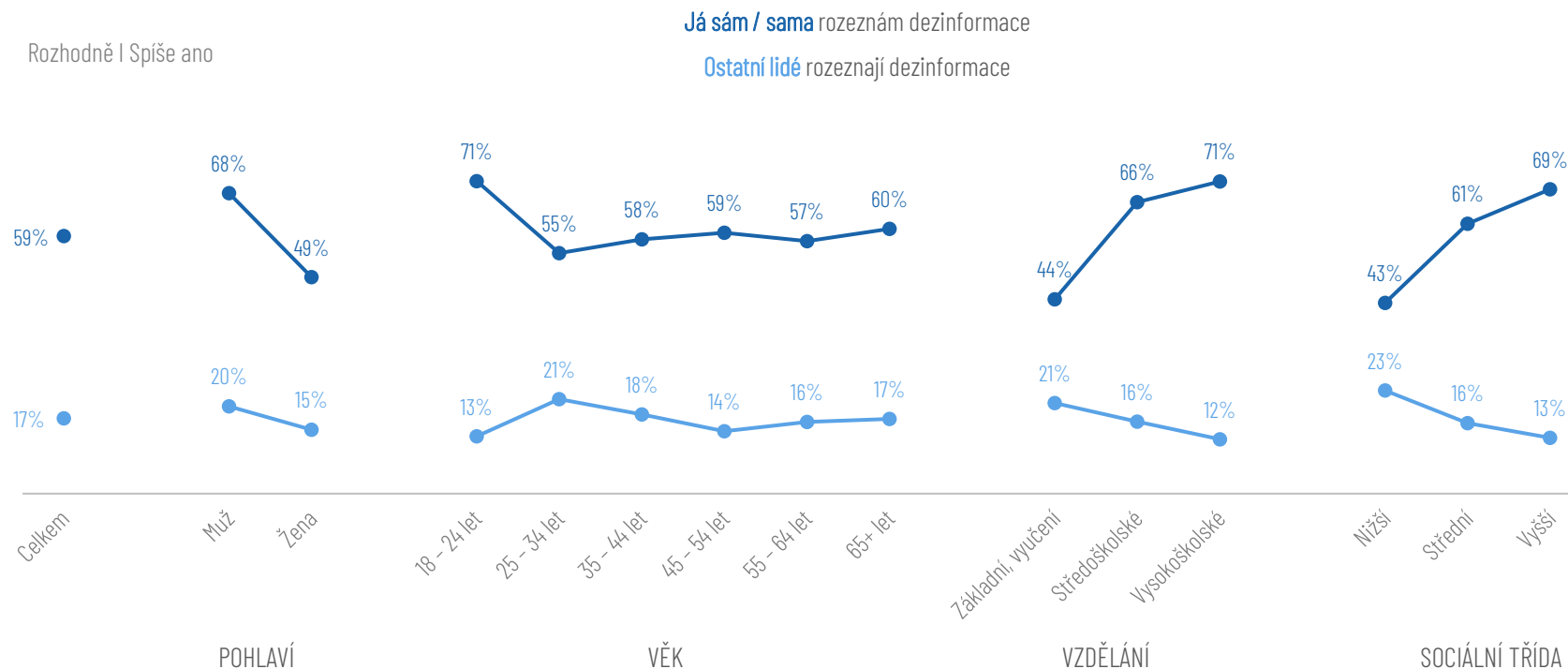
Rozhodně | Spíše ano

17 %

Čechů si myslí, že schopnost rozeznat pravdivé informace od dezinformací oplývají i ostatní Češi.

Muži, vysokoškoláci a bohatší si věří více

Ukazuje se také, že čím více Češi věří sobě, tím méně věří ostatním.





Etiku v politických kampaních bychom měli hlídat

Češi volají po kontrole **etiky v kampaních**

74 % dokáže určit nějakou autoritu, která by měla nad kampaněmi dozorovat. Neexistuje však příliš shoda na to, kdo by to měl být.

74%

Čechů si myslí, že by **na etické chování politiků** mělo být dohlíženo.





0 výzkumu

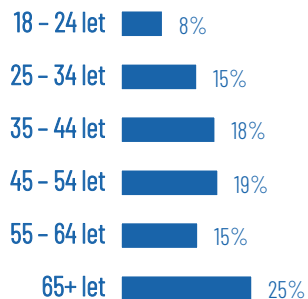
Složení vzorku

N=1001

POHLAVÍ



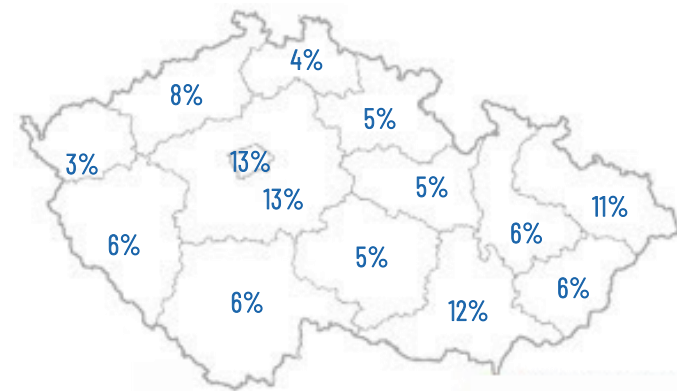
VĚK



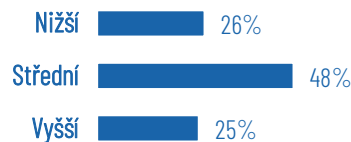
VZDĚLÁNÍ



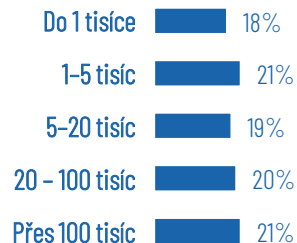
KRAJ



SOCIÁLNÍ TŘÍDA



VELIKOST MÍSTA BYDLIŠTĚ



Metodologie

Sběr dat probíhal online v panelu [National Sample](#). Vzorek je reprezentativní pro populaci ČR ve věku 18+. Sběr dat probíhal od 14. 3. do 17. 3. 2025.

Výzkumu se zúčastnilo 1 001 respondentů.

Vzorek je vážený multidimenzionálním vážením podle následujících kategorií: pohlaví, věk, kraj, velikost místa bydliště, vzdělání, volba ve volbách do PS ČR 2021.



Tereza Friedrichová

Politická analytička NMS

tereza.friedrichova@nms.eu

+420 733 610 461



NMS Market Research

U Nikolajky 13, Praha 5

nms.global/cz