



Prague Security
Studies Institute

PRAGUE SECURITY STUDIES INSTITUTE
INFORMATION RESILIENCE PROGRAM

VOLBY DO POSLANECKÉ SNĚMOVNY 2025 V ONLINE PROSTORU: ZAMĚŘENÍ NA REGIONY ČERVENEC 2025

AUTOŘI: ONDŘEJ PERUŠIČ, KRISTÍNA ŠEFČÍKOVÁ, PRAGUE SECURITY
STUDIES INSTITUTE

SRPEN 2025



PSSI.CZ

ÚVOD

Prague Security Studies Institute (PSSI) v rámci monitoringu online debaty o volbách do Poslanecké sněmovny 2025 připravuje sérii analýz zaměřených na roli regionů a regionálních témat ve volební kampani. Zatímco v obdobných volebních výzkumech bývají regionální aspekty často opomíjeny, cílem PSSI je zkoumat, do jaké míry a jakým způsobem tato témata vstupují do volební soutěže. Analýzy se zaměří na to, jak se o volbách diskutuje v regionálních médiích, v komunikaci místních struktur politických stran a na komunitně orientovaných stránkách na sociálních sítích.

SHRNUTÍ

Červencový monitoring regionálních zdrojů ukázal, že regionální debata o volbách do Poslanecké sněmovny byla zatím spíše v přípravné fázi a převládal v ní standardní zpravodajský servis – především zprávy o kandidátních listinách a aktivitách politiků v krajích. Nejviditelnější stranou bylo hnutí ANO, především v souvislosti s kampaní Andreje Babiše a krajskými kandidátkami. Na sociálních sítích dominovaly opoziční subjekty, zejména SPD a její spojenci (PRO, Trikolora). Právě toto uskupení vykazovalo v online prostředí výrazně vyšší míru koordinace mezi regionálními a centrálními kanály. Díky tomu dokázalo efektivně prosazovat narativy zaměřené proti EU, migraci a současné vládě. Nejvýraznějším tématem byla kauza trestního stíhání Tomia Okamury, která tvořila 61 % opoziční komunikace a byla často prezentována jako údajný pokus vlády ovlivnit volby.

Regionální témata byla v celostátní debatě o volbách zastoupena jen okrajově, nejčastěji v souvislosti s výjezdy lídrů do regionů nebo fenoménem tzv. „volebního parašutismu“. Viditelná byla například videa ministra dopravy Martina Kupky, která kombinovala dopravní agendu s volebním programem ODS, nebo obsah Lubomíra Volného, který přebíral souhrny aktuálního dění i z problematických zdrojů. Analýza potvrzuje, že pro efektivní komunikaci s velkým dosahem je zásadní vybudovat a koordinovat síť regionálních kanálů, což se dařilo především opozičním stranám. S blížící se horkou fází kampaně lze očekávat, že regionální témata, jako například školství, získají v debatě větší prostor, zejména v závěrečném měsíci před volbami.

Tento projekt je financován z projektu Protecting EU Values and Fundamental Rights through Public Participation and Civil Society Assistance in Central Europe (PROTEUS) nadace Transatlantic Foundation, spolufinancovaného Evropskou unií.

Spolufinancováno Evropskou unií. Vyjádřené názory a stanoviska jsou však výhradně názory autorů a nemusí nutně odrážet názory Evropské unie ani Evropské výkonné agentury pro vzdělávání a kulturu. Evropská unie ani poskytovatel grantu za ně nenesou odpovědnost.

METODOLOGIE

Monitoring probíhal na Facebooku, Telegramu a v online médiích¹ v období 1.–31. 7. 2025 pomocí nástroje Gerulata Juno. Primárně byla analyzována data z regionálních zdrojů - regionální média, sociální média regionálních odnoží politických stran a regionálně zaměřené stránky na sociálních sítích, pomocí klíčových slov souvisejících s volbami do Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR. Sekundárně bylo zkoumáno pronikání regionálních témat do celostátní mainstreamové online debaty o volbách, pomocí vyhledávání klíčových slov souvisejících s volbami a kraji, krajskými městy a okresy ve zdrojích bez regionálního zaměření.

Toto konkrétní zaměření výzkumu ovlivnilo velikost analyzovaného datasetu. Pomocí nástroje Gerulata Juno výzkumníci PSSI identifikovali v regionálně zaměřených zdrojích 90 příspěvků relevantních k volbám. Ve zdrojích bez regionálního zaměření identifikovali jen 17 příspěvků adresujících volby a zároveň regionální tematiku. Obsah byl manuálně kategorizován podle témat, sledovala se jeho popularita v čase a vztahy mezi komunikačními kanály.

ONLINE DEBATA O VOLBÁCH V REGIONÁLNÍCH ZDROJÍCH

Téma voleb se v regionálních zdrojích objevovalo převážně ve formě standardního zpravodajství, především v lokálních denících, které informovaly o průběhu kampaní a změnách na kandidátních listinách.² Z politických stran bylo nejčastěji zmiňováno hnutí ANO, zejména v souvislosti s aktivitami Andreje Babiše či změnami kandidátních listin v Ústeckém a Moravskoslezském kraji.³

Na sociálních sítích dominovaly regionálně zaměřené komunikaci opoziční strany, především hnutí SPD⁴ a s ním spojené subjekty, následované hnutím ANO.⁵ Z bývalé vládní pětikoalice byla částečně viditelná regionální komunikace Pirátů, kteří informovali zejména o odevzdání kandidátních listin.⁶ Podobná snaha byla viditelná i ze strany Starostů, ale vykazovala menší míru koordinace. Výrazný rozdíl byl patrný v přístupu SPD, která systematicky propojovala celostátní a regionální kanály, zejména na Facebooku, čímž dosahovala vyšší efektivity a většího zásahu mezi voliči.⁷ Strany vládní koalice naproti tomu disponovaly slabší sítí regionálních stránek, což omezovalo jejich schopnost přinášet do kampaně regionální témata.

¹ Online média zahrnují zpravodajské, publicistické weby a blogy, které publikují články, analýzy a komentáře veřejně dostupné na internetu. Patří sem jak velké celostátní servery, tak menší portály či tematické weby.

² <https://polar.cz/zpravy/moravskoslezsky-kraj/cely-ms-kraj/11000049681/parlamentni-volby-se-blizi-koho-podpori-lide-v-moravskoslezskem-kraji>
https://karlovarsky.denik.cz/zpravy_region/pirati-nakonec-podrzeli-sveho-volebniho-lidra-votapka-20250731.html

³ <https://brnensky.drbna.cz/zpravy/politika/33827-fotogalerie-klobasy-i-spory-mez-aktivisty-fialova-grilovacka-v-brne-se-vyostila-1.html>
https://ustecky.denik.cz/zpravy_region/hejtman-usteckeho-kraje-brabec-funkce-kumulovat-nebudu-20250702.html

⁴ https://moravskoslezsky.denik.cz/zpravy_region/ostrava-dolni-vitkovice-andrej-babis-ano-program-volby-kampan-202507.html

⁵ Viz například: https://www.facebook.com/1501797940067585/posts/1501797940067585_1179863197514346

https://www.facebook.com/409823852801192/posts/409823852801192_1035068208798174

https://www.facebook.com/958290701017512/posts/958290701017512_1146890064143064

⁶ https://www.facebook.com/219712354825760/posts/219712354825760_1159531429545912

⁷ Viz například: https://www.facebook.com/375868542113/posts/375868542113_1180514714120515

https://www.facebook.com/115602606970/posts/115602606970_1139490014880775

https://www.facebook.com/375868542113/posts/375868542113_1176726987832621

⁷ Například následující příspěvky, které silně rezonovaly i v rámci celostátní komunikace hnutí SPD:

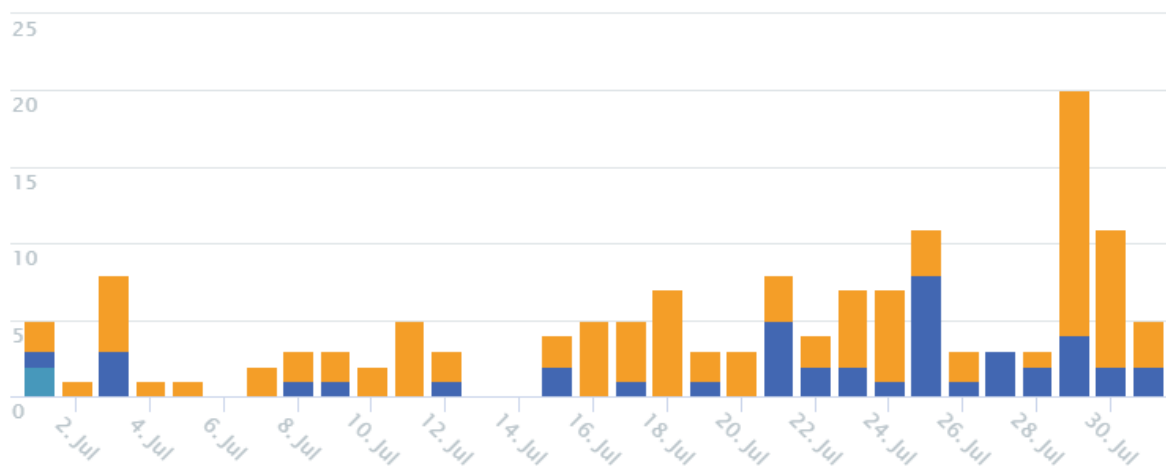
https://www.facebook.com/606412626410556/posts/606412626410556_1187500000077478

https://www.facebook.com/409823852801192/posts/409823852801192_1042198711418457

https://www.facebook.com/108635649009885/posts/108635649009885_122254552640094516

V analyzovaném vzorku převládá co do množství obsah produkovaný regionálními médii, následovaný komunikací opozičních stran na oficiálních krajských a okresních facebookových stránkách. Na Telegramu politické subjekty nedisponovaly propracovanou komunikační strukturou a ani regionálně orientované facebookové stránky zatím nevykazovaly větší zájem o volební témata. S blížící se horkou fází kampaně však lze očekávat, že se situace v těchto kanálech začne měnit.

Regionální zdroje: Srovnání platform za období 1. 7. - 31. 7. 2025



Graf 1: Graf ukazuje poměr jednotlivých platform, jmenovitě Facebooku (modrá barva), online médií (oranžová) a Telegramu (tyrkysová) ve sledovaném období. Kritériem byla pouze četnost zveřejněných příspěvků. Patrná je převaha online médií nad facebookovými stránkami. Druhým poznatkem je, že politické strany a hnutí mnohdy nemají regionální komunikaci příliš dobře pokrytou, což může představovat určitou „díru na trhu“, tedy další způsob jak oslovit významné množství voličů.

DOMINANTNÍ TÉMATA V REGIONÁLNÍCH ZDROJÍCH

Optikou sledovaných témat dominovaly regionálním zdrojům dva hlavní okruhy. Největší prostor získala komunikace týkající se tvorby kandidátních listin a volební soutěže obecně, která představovala přibližně čtvrtinu obsahu, ale generovala až 44 % všech interakcí. Na druhém místě z hlediska interakcí se nacházely opoziční narativy, tvořící 34 % obsahu a 38 % všech interakcí. Více než 95 % opozičních narativů komunikovaly účty spojené s SPD, hnutím PRO a Trikolorou, tedy subjekty kandidující společně na jednotné kandidátce pod hlavičkou SPD. Největší opoziční strana, hnutí ANO, na regionální úrovni informovala zejména o setkáních s voliči a průběhu kampaně obecně.⁸ Zároveň apelovala na své podporovatele, aby se aktivně zapojili do voleb i prostřednictvím účasti ve volebních komisích.⁹ Oproti celostátní komunikaci se však u ANO v rámci regionální úrovně neobjevovala tak výrazná kritika vládních stran jako u SPD.

⁸ https://www.facebook.com/219712354825760/posts/219712354825760_1159531429545912

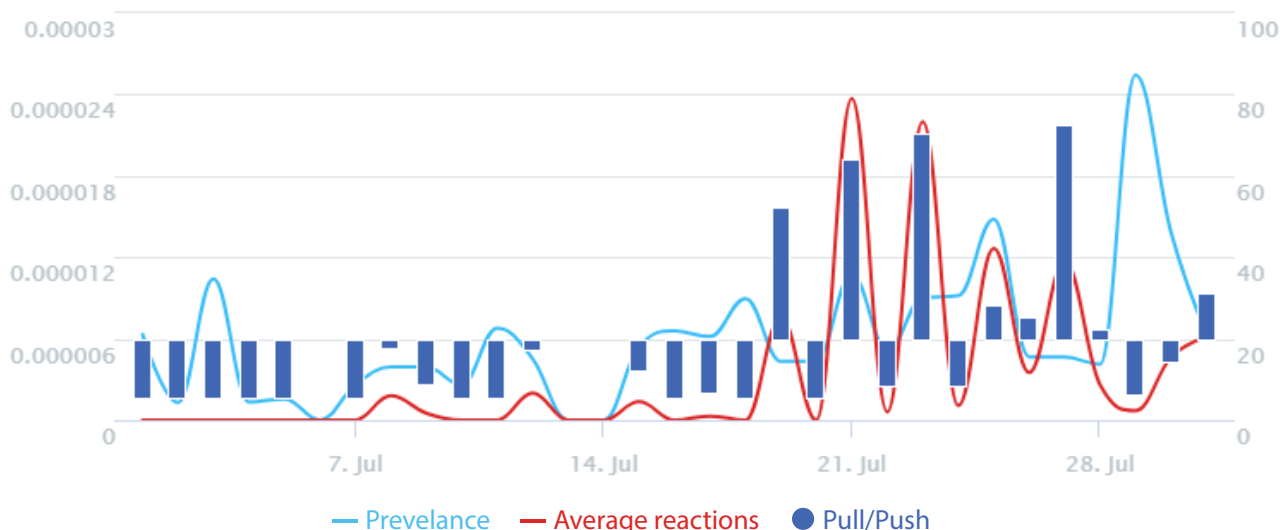
https://www.facebook.com/475787975837992/posts/475787975837992_1049018184073570

⁹ https://www.facebook.com/475787975837992/posts/475787975837992_1046072021034853

Opoziční narativy se nejčastěji vymezovaly proti EU, migraci a aktuální vládě, například v souvislosti s tzv. bitcoinovou kauzou či rekordně vysokým státním dluhem.¹⁰ Nejsilnějším opozičním narativem co do počtu příspěvků byl s výraznou převahou případ trestního stíhání a obžaloby Tomia Okamury kvůli kontroverznímu protiimigračnímu plakátu z loňských voleb, který tvořil 61 % opozičních narativů.¹¹ Tento případ byl často rámován jako údajná snaha vlády Petra Fialy ovlivnit volby ve svůj prospěch a oslabit opozici.

Celkově analýza ukázala, že regionální komunikaci jasně dominovaly opoziční strany, zejména hnutí ANO a subjekty kandidující pod vedením SPD. Právě SPD prokazovala vysokou míru spolupráce a koordinace mezi jednotlivými účty – jak horizontálně mezi regionálními organizacemi, tak vertikálně vůči centrálním profilům v podobě sdílení a vzájemné interakce.

Regionální zdroje: Pull-Push analýza v období 1. 7. - 31. 7. 2025



Graf 2: Graf znázorňuje Pull-Push analýzu relevantních příspěvků v regionálních médiích, stejně jako regionálních facebookových stránkách a telegramových účtech. Ukazuje vztah mezi množstvím publikovaného obsahu v určitém časovém bodě (Prevalence, nebo také Push) a celkovým zájmem o tento obsah, vyjádřený počtem reakcí (Average reactions, nebo také Pull). Výsledná hodnota Push-Pull tedy ukazuje, do jaké míry byl zveřejněný obsah efektivní v oslovení adresátů, respektive jakou míru interakce v poměru ke zveřejněnému množství obsah generoval.

¹⁰ V tomto směru byli nejvíce aktivní kandidáti a subjekty kandidující pod hlavičkou SPD:

https://www.facebook.com/661093123987362/posts/661093123987362_1058965473077098
https://www.facebook.com/1501797940067585/posts/1501797940067585_1191963786304287
https://www.facebook.com/108897735292963/posts/108897735292963_731009906412626
https://www.facebook.com/1501797940067585/posts/1501797940067585_1197800719053927

¹¹ Mimo jiné například: https://www.facebook.com/1600005766955141/posts/1600005766955141_1175797947910406
https://www.facebook.com/597980334012769/posts/597980334012769_1137372945106688
https://www.facebook.com/1606261132950825/posts/1606261132950825_1068744218763548

Regionální témata se v zdrojích bez regionálního zaměření objevila jen okrajově – monitoring zaznamenal minimum zmínek (17 příspěvků), které se nejčastěji vztahovaly ke konkrétním kandidátům na krajských kandidátkách nebo k výjezdům celostátních lídrů do regionů, především Andreje Babiše. V médiích rezonovala tato témata o trochu více než na sociálních sítích, online média tvořila 53 % analyzovaného obsahu. Přibližně pětina příspěvků se týkala kandidatur lídrů v krajích, včetně tzv. „volebního parašutismu“, tedy kandidatury v místech, se kterými nemají osobní vazbu, ale kde je jejich účast strategická pro volební výsledek.¹²

Regionální témata: Četnost příspěvků v období 1. 7. - 31. 7. 2025



¹² <https://www.novinky.cz/clanek/domaci-lidri-kandiduji-v-krajich-kde-nejsou-doma-volicum-se-to-nelibi-40529754>
<https://www.reflex.cz/clanek/online-prenos/131343/prazaci-volit-prijdou-prijdte-taky-burcoval-babis-na-morave-glosovali-jsme-jeho-cestu-zive.html>
¹³ https://volnyblog.news/31-07-2025-rozklikni-si%F0%9F%94%9D%F0%9F%94%9D%F0%9F%94%9Dzpravy-denne%F0%9F%9F%A5%F0%9F%94%8AAspecialni-operacezpravy-z-fronty-vsechno-se-zhrutilo-globalni-selhani-zne/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=31-07-2025-rozklikni-si%25F0%259F%2594%259D%25F0%259F%2594%259D%25F0%259F%2594%259Dzpravy-denne%25F0%259F%259F%25A5%25F0%259F%2594%258AAspecialni-operacezpravy-z-fronty-vsechno-se-zhrutilo-globalni-selhani-zne
[https://volnyblog.news/28-07-2025-rozklikni-si%25F0%259F%2594%259D%25F0%259F%2594%259D%25F0%259F%2594%259Dzpravy-denne%25F0%259F%259F%25A5%25F0%259F%2594%258Aevropska-unie-se-rozhodla-jit-do-valky-s-ruskem-eu-vznikla-puvodne-jako-mirovy-projekt-ktery-se-prome](https://volnyblog.news/28-07-2025-rozklikni-si%F0%9F%94%9D%F0%9F%94%9D%F0%9F%94%9Dzpravy-denne%F0%9F%9F%A5%F0%9F%94%8Aevropska-unie-se-rozhodla-jit-do-valky-s-ruskem-eu-vznikla-puvodne-jako-mirovy-projekt-ktery-se-prome/?utm_source=rss&utm_medium=rss&utm_campaign=28-07-2025-rozklikni-si%25F0%259F%2594%259D%25F0%259F%2594%259D%25F0%259F%2594%259Dzpravy-denne%25F0%259F%259F%25A5%25F0%259F%2594%258Aevropska-unie-se-rozhodla-jit-do-valky-s-ruskem-eu-vznikla-puvodne-jako-mirovy-projekt-ktery-se-prome)

DOPORUČENÍ MĚSÍCE:

- Případové studie opozičních stran, které v současnosti dominují online prostoru – zejména na Facebooku – ukazují, že pro dosažení jakékoli efektivní komunikace s vysokým dosahem je klíčové systematické budování sítě regionálních komunikačních kanálů a jejich koordinace s celostátními kanály (například ve formě facebookových stránek).
- Takto nastavená spolupráce nejen posiluje viditelnost kampaní, ale zároveň umožňuje lépe akcentovat regionální témata, která bývají ve veřejné debatě často opomíjena, přestože mají pro cílové skupiny zásadní význam a jsou důležitá pro posilování důvěry voličů.
- Lze předpokládat, že intenzivní fáze kampaně začne až v září a klíčová regionální témata – například školství – se výrazněji prosadí zejména v období posledního měsíce před volbami.

PRAGUE SECURITY STUDIES INSTITUTE (PSSI)
www.pssi.cz