

Tisková zpráva STEM/MARK, kontakt: Radek Pileček, pilecek@stemmark.cz, tel.: 734 832 682

V Praze, 4. června 2024

Průzkum STEM/MARK odhalil, jak Češi vnímají kampaně před eurovolbami. Nejlépe si vede ANO, naopak kampaň SPOLU propadla.

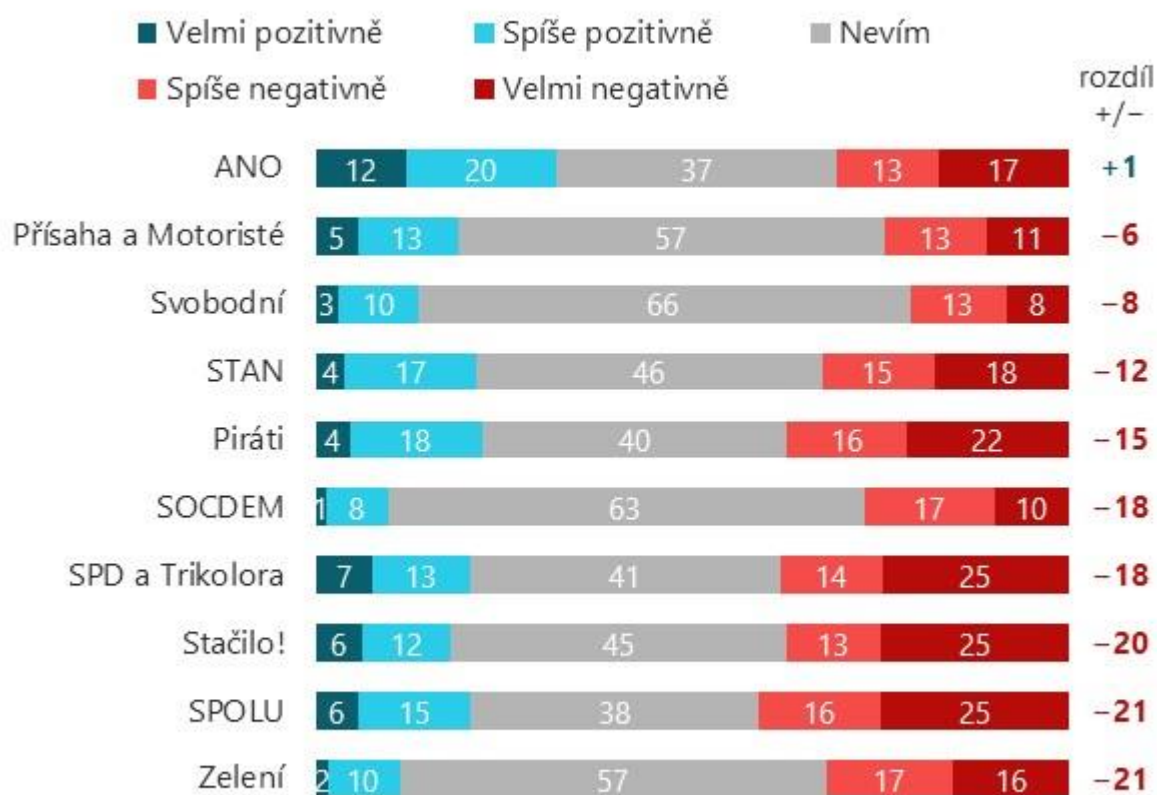


Již tento víkend nás čekají volby do Evropského parlamentu. Většina odborníků se shoduje, že předvolební kampaně jednotlivých stran byly relativně nezáživné, plné prázdných sloganů, ale s docela zajímavými osobnostmi. Výzkum agentury STEM/MARK na reprezentativním vzorku české dospělé populace ukázal, že lidi nejvíce oslovila kampaň ANO, naopak u jeho největšího konkurenta SPOLU bylo hodnocení spíše negativní.

Hnutí ANO je jediným kandidujícím uskupením, u kterého převažuje pozitivní vnímání kampaně do eurovoleb nad negativním. Na 2. místě se v tomto ohledu umístila společná kandidátka Přísahy a Motoristů, jež staví dominantně na osobě Filipa Turka, který boduje zejména u mladších voličů. Na opačném konci žebříčku skončili například Zelení, ale překvapivě také koalice SPOLU, jejíž kampaň sice hodnotila přibližně pětina dotázaných kladně, avšak více než 2/5 záporně.

Existuje jednoznačná a logická souvislost mezi vnímáním kampaní jednotlivých stran a volebními preferencemi. Jsou však patrné značné rozdíly ve spokojenosti voličů s kampaní jimi preferované strany. „Zatímco 88 % pravděpodobných voličů ANO se jeho kampaň do eurovoleb líbila, u voličů SPOLU je tento podíl podstatně nižších 68 %. Ukazuje se tak, že voliči SPOLU jsou kritičtější, ale i přes nespokojenost tuto koalici stejně nejspíše ve volbách podpoří,“ říká analytik Radek Pileček ze STEM/MARK.

Graf 1 – Vnímání kampaní jednotlivých politických stran/uskupení před volbami do Evropského parlamentu



Odpovídali všichni respondenti, N=1009 [údaje v %]
(prezentována pouze hesla uskupení, která by pravděpodobně překročila volební zisk 1,5 %)

Klíčovými faktory s ohledem na hodnocení předvolebních kampaní jednotlivých uskupení jsou věk, dosažené vzdělání či životní úroveň. Lidi z domácností s vyššími příjmy, vzdělanější a mladší věkové skupiny spíše oslovily kampaně stran současné vládní pětikoalice, zatímco méně vzdělané, starší a nízkopříjmové skupiny obyvatel více sympatizují s kampaněmi ANO, Stačilo! nebo SPD a Trikolory. „Trochu specifický obrázek pozorujeme u koalice Přísahy a Motoristů. Zde největší rozdíl panuje nezvykle u pohlaví, kdy pozitivní reakce přicházejí hlavně od mužů,“ dodává volební analytik Radek Pileček.

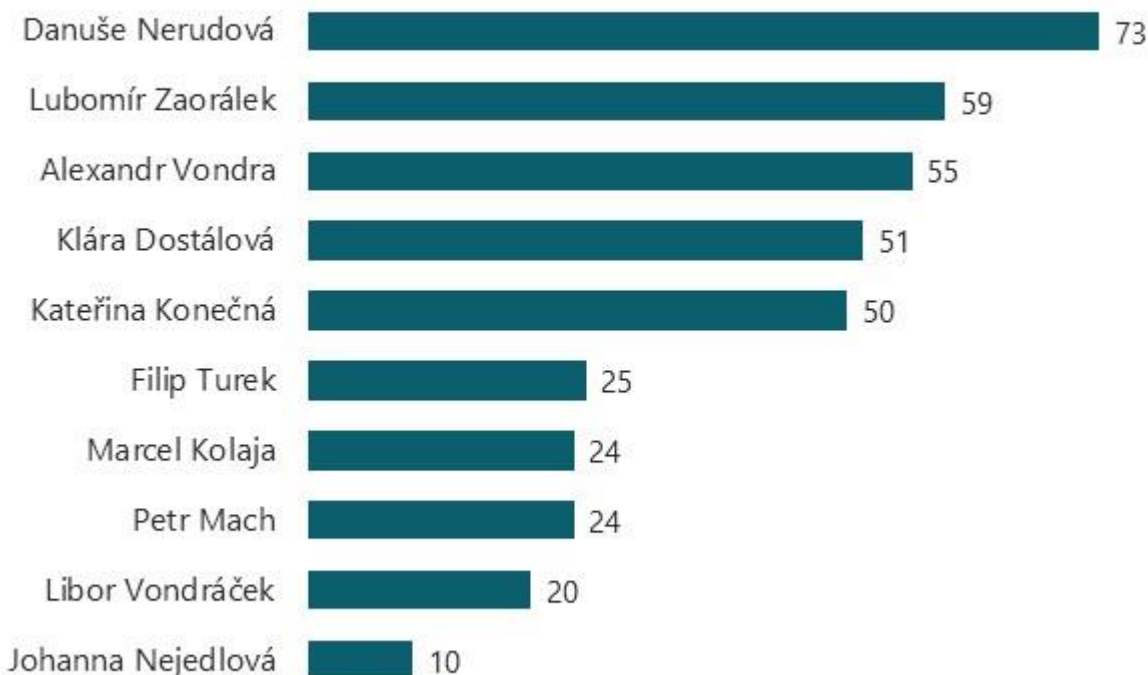
Nejvýraznější osobností kampaní je Danuše Nerudová

V rámci lídrů/lídryň kandidujících subjektů, které by dle aktuálních volebních preferencí překročily zisk 1,5 %, zaznamenali Češi v předvolební kampani nejvíce Danuši Nerudovou z hnutí STAN (celým názvem Starostové a osobnosti pro Evropu). S její tváří nebo jejím jménem se v průběhu kampaní před eurovolbami setkala 73 % oslovených. Hodně vidět je v kampani rovněž Lubomír Zaorálek ze SOCDEM (59 %) či lídr SPOLU Alexandr Vondra (55 %). Přibližně polovina respondentů uvedla, že v souvislosti s kampaněmi jednotlivých stran do evropských voleb zaregistrovali Kláru Dostálovou (ANO) a skoro stejný podíl i Kateřinu Konečnou (Stačilo!).

Kolem čtvrtiny Čechů si všimlo, že se o post europoslance uchází jako lídr kandidátky Filip Turek (Přísaha a Motoristé). Na srovnatelnou míru zaregistrování kandidáta v kampani se dostali Marcel Kolaja (Piráti) a Petr Mach (SPD a Trikolora). „Samotné zaznamenání kandidáta v kampani nemusí

být jen čistě pozitivní záležitostí. Důležité je, jak jednotlivé kandidáty voliči vnímají a zda je neznají pouze proto, že se o nich v médiích mluvilo v souvislosti s nějakou kauzou,“ upozorňuje výzkumný analytik STEM/MARK Radek Pileček.

Graf 2 – Zaznamenal/a jste následující lídry/lídryně kandidátek do Evropského parlamentu v rámci předvolebních kampaní?



Odpořídali všichni respondenti, N=1009 [údaje v %]
(prezentováni pouze lídři uskupení, která by pravděpodobně překročila volební zisk 1,5 %)

Nejvíce se lidem líbí volební heslo Svobodných, ovšem skoro nikdo neví, že náleží právě jim

Agenturu STEM/MARK v průzkumu dále zajímalo, jak se lidem líbí volební hesla/slogany, s nimiž se kandidující uskupení v kampani do eurovoleb prezentují. Volební heslo Svobodných „Patříme do Evropy, ne Evropě“ zaujalo ze všech nejvíce, ovšem pouze v rámci provedeného dotazníkového šetření. Ve skutečnosti skoro nikdo z oslovených netuší, komu tento slogan náleží, tudíž je jeho mobilizační potenciál vstříc podpoře dané strany velmi omezený.

Většina volebních hesel si mezi dotázanými vedla vzájemně podobně, s podílem pozitivních reakcí kolem 40 %. Větší rozdíly jsou evidentní u míry správného spojení konkrétního hesla s příslušnou politickou stranou. „Spolu do Evropy“ zřetelně odkazuje na koalici SPOLU, stejně jako heslo „Diktát Bruselu? Stačilo!“ rovněž přímo zahrnuje název kandidujícího uskupení. Více než třetina (36 %) dotázaných věděla, že heslo „Peníze Čechům, ne Ukrajině“ patří koalici SPD a Trikolory. Podobně u hesla „Česko, pro Tebe všecko“ vědělo 35 % respondentů, že jde o motto hnutí ANO.

Nejméně příznivců si našlo volební heslo Přísahy a Motoristů „Filip nás v Bruselu nezradí“, odkazující na jejich lídra Filipa Turka. Tato koalice očividně zvolila přístup postavený na jedné osobnosti a její propagaci, což ale v rámci volebního motto lidé příliš neocenili. „Je celkem jedno, jestli zhodnotím hesla očima respondentů, kteří se zapojili do našeho průzkumu, nebo svým osobním pohledem“

volebního analytika, téměř všechna působí fádně a nepřinášejí žádnou nosnou myšlenku," glosuje Radek Pileček.

Graf 3 – Povědomí o volebních heslech a jejich hodnocení očima české veřejnosti



Odpovídali všichni respondenti, N=1009 [údaje v %]
(prezentována pouze hesla uskupení, která by pravděpodobně překročila volební zisk 1,5 %)

Nejdůležitějšími tématy eurovoleb i nadále zůstávají bezpečnost a migrace

Stejně jako v minulých dvou vlnách výzkum zjišťoval naléhavost klíčových témat současné politiky EU a jejich vnímanou důležitost českými občany. Za poslední dva měsíce nedošlo v tomto ohledu v podstatě k žádným změnám. Nejdůležitějším tématem nadále zůstává bezpečnost Evropy, která je zásadní pro 9 z 10 dotázaných. Na 2. místo se posunulo téma migrace a boje s nelegální migrací (důležité pro 87 %). V závěsu pak figuruje energetická a surovinová bezpečnost Evropy (85 %) či konkurenceschopnost Evropy (80 %) v kontextu globálních velmocí USA nebo Číny.

Řešení konfliktu na Ukrajině je zásadním tématem hlavně pro VŠ vzdělané a voliče stran současné vládní koalice, mezi kterými ho za důležitý označuje cca 90 %. Green Deal sice k nejpalčivějším tématům vyloženě nepatří, avšak v médiích se řeší skoro každý den. „Zatímco voliči vládních stran či Zelených Green Deal většinou podporují, mezi voliči SPD a Trikolory nebo koalice Přísahy a Motoristů jednoznačně převažují jeho odpůrci, což koresponduje i s rétorikou čelních představitelů těchto politických subjektů,“ doplňuje analytik Radek Pileček.

Graf 4 – Důležitost témat a naléhavost jejich řešení na evropské úrovni (posun za poslední dva měsíce)



Odovídali všichni respondenti, N=1009 [údaje v %]

Data z průzkumu STEM/MARK naznačují, že účast ve volbách do Evropského parlamentu by se letos mohla vyšplhat až ke 40 % a skoro s jistotou by měla překročit účast z roku 2019 (tehdy necelých 29 %). Stejně jako v březnové i dubnové vlně šetření nyní deklarovala pětina voličů, že je zatím zcela nerozhodnutá, komu svůj hlas ve volbách udělí. Zbylé 4/5 již svého favorita mají. „Jedná se o unikátní a velmi zajímavý jev, jelikož podíl nerozhodnutých voličů s blížícími se volbami v průběhu dvou měsíců vůbec neklesl – v březnu byl 21 %, v dubnu 20 % a nyní (ve druhé polovině května) opět 21 %,“ uzavírá výzkumný analytik Radek Pileček ze STEM/MARK s tím, že i tento trend může dokumentovat nepřesvědčivost probíhajících předvolebních kampaní.

Výzkumu agentury STEM/MARK uskutečněného prostřednictvím kombinace online (na Českém národním panelu) a telefonického dotazování se zúčastnilo 1 009 respondentů reprezentujících českou dospělou populaci proporčně podle pohlaví, věku, dosaženého vzdělání, kraje a velikosti obce bydliště. Data byla vážena s ohledem na preference v parlamentních volbách 2021. Šetření probíhalo v termínu od 17. do 27. května 2024. Pokud hodnoty v grafu číslo 1 nedávají v součtu 100 %, jedná se pouze o důsledek automatického zaokrouhlování.