



Srpen 2026

Bydlení, sítě a skepse: Prvovoliči ve sněmovních volbách 2025

Jan Rovenský

Shrnutí

Prvovoliči ve sněmovních volbách 2025 potvrdili dlouhodobé poznatky o generaci Z jako digitálně socializované, tematicky orientované a stranicky málo loajální skupině. Klíčovými tématy pro ně byly životní náklady, dostupnost bydlení, vzdělání a ekonomická perspektiva, přičemž politiku sledují především skrze sociální sítě a online prostředí. Přestože se tyto priority v kampaních stran výrazně objevovaly, volební výsledky ukázaly, že tematická shoda sama o sobě nestačí k získání podpory mladých voličů. Velká část prvovoličů navíc k volbám nepřišla. Nejde jen o apatii, ale roli hraje i odlišné chápání politiky a voleb jako nástroje, který má smysl, jen tehdy, pokud mladí lidé vnímají přímou relevanci pro svůj život.

Hlavní body

- Témata důležitější než strany: Prvovoliči reagovali především na otázky bydlení, životních nákladů, vzdělání a ekonomické budoucnosti. Politiku vnímají skrze konkrétní problémy, nikoli skrze tradiční stranické dělení.
- Digitální prostředí a jiný vztah k politice: Mladí lidé sledují politiku hlavně na sociálních sítích a v online médiích, účastní se petic či veřejných debat, ale mají slabší vazbu k samotnému aktu voleb a k institucionální politice.
- Nízká mobilizace a volební dopad: Přestože kampaně některých stran tematicky odpovídaly prioritám mladých, nižší volební účast prvovoličů a jejich slabá stranická identifikace vedly k tomu, že jejich vliv na výsledky voleb zůstal velmi omezený.

Generace Z: globální a digitální

Prvovoliči, tedy věková kategorie od 18 do 22 let, patří do širší generace označované jako generace Z (1997–2012). Jde o první věkovou kohortu, která vyrůstala plně v prostředí permanentního připojení k internetu, sociálních sítí a mobilních technologií. Digitální prostor pro ně nepředstavuje doplněk veřejné sféry, ale její přirozené prostředí. Právě zde se odehrává podstatná část jejich socializace, formování názorů i politického uvažování.

Výzkumy ukazují, že mladí lidé dnes získávají informace o politice primárně prostřednictvím online platform, krátkých videí a sociálních sítí, nikoli z tradičních médií. Tento mediální ekosystém zásadně ovlivňuje způsob, jakým mladí lidé politiku vnímají, i to, jak se je politici snaží oslovit. Politická sdělení jsou personalizovanější, vizuálnější a emotivnější. Politika je tak méně spojena s programy stran a více s konkrétními tématy, příběhy (často virálními a ne nutně spjatými s politikou) a osobnostmi.

Ačkoli většina detailních empirických dat o generaci Z pochází z USA a tyto poznatky nelze mechanicky přenášet do českého prostředí, současně platí, že generace Z napříč západním světem vyrůstá ve velmi podobném mediálním, technologickém a kulturním prostředí. Konzumuje globální obsah na stejných platformách, sdílí podobné digitální návyky a reaguje na obdobná témata, která se v online prostoru šíří bez ohledu na hranice států. I proto jsou některé vzorce politické socializace, které výzkumy identifikují v USA, v modifikované podobě přítomny i mezi mladými lidmi v České republice a dalších západních zemích (Pew Research Center 2019; Pew Research Center 2020).

Charakteristickým rysem je také slabší vazba na tradiční politické strany. Prvovoliči nevyrůstali v době dominance několika velkých stran ani v období transformační politiky 90. let. Stranická identifikace je proto u nich obecně slabší a politické preference jsou volatilnější. Je však třeba dodat, že tento jev nesouvisí pouze s generací samotnou, ale i s charakterem současné doby. Fragmentace mediálního prostoru, digitalizace komunikace a personalizace politiky oslabují tradiční model dlouhodobé stranické loajality napříč věkovými skupinami. Důležitou roli zde hraje i proměna samotného chápání politiky. Pro část generace Z není politika primárně spojena s institucemi, parlamentem nebo stranami, ale s tématy, která se bezprostředně dotýkají jejich života a hodnot. Politická účast tak může mít podobu online kampaní, sdílení obsahu, účasti na demonstracích nebo podpory konkrétních iniciativ, aniž by byla nutně spojena s dlouhodobým či stabilním členstvím ve straně nebo politickém hnutí (Fisher 2012; Pinedo, Diemer, Frisby 2024).

Pro každou generaci jsou typické určité „velké příběhy“, které ji formují. Pro starší generace to byla například studená válka, pád komunismu, útoky z 11. září 2001, válka proti terorismu nebo globální finanční krize roku 2008. Pro generaci Z byly takovými formativními momenty především pandemie covidu-19 a ruská invaze na Ukrajinu. Pandemie znamenala dlouhodobé uzavření škol, omezení sociálních kontaktů a přesun velké části života do online prostředí. Krátce poté následovala energetická a inflační krize, růst cen bydlení a nejistota na pracovním trhu. Válka na Ukrajině navíc přinesla do veřejné debaty otázky bezpečnosti, obrany a geopolitiky.

Tato zkušenost odlišuje generaci Z od starších kohort. Zatímco generace jejich rodičů vyrůstala v období ekonomického růstu a relativní stability po vstupu České republiky do Evropské unie, prvovoliči roku 2025 vstupovali do dospělosti v atmosféře dlouhodobé nejistoty. Ekonomická témata proto pro ně nepředstavují abstraktní politickou debatu, ale bezprostřední otázku osobní budoucnosti. Dostupnost bydlení, ceny energií či perspektiva pracovního uplatnění patří mezi klíčové faktory, které ovlivňují jejich politické uvažování (Harvard 2025).

Pokud jde o hodnoty, je tato generace v evropském kontextu často popisována jako otevřenější otázkám rovnosti, menšinových práv či klimatické politiky. Výzkumy ukazují, že mladší generace bývají

obecně tolerantnější ke kulturní diverzitě a více akcentují témata spravedlnosti a práv jednotlivce (Pew Research Center 2020; Pew Research Center 2021). To však neznamená, že by šlo o homogenní „progresivní“ blok. Novější výzkumy z USA zdůrazňují, že i uvnitř generace Z existují výrazné rozdíly podle pohlaví, vzdělání, sociálního postavení nebo míry zapojení do veřejného prostoru (Deckman 2024); totéž bude relevantní i pro ČR.

Český kontext a specifika

V českém kontextu prvoliči sněmovních voleb roku 2025 představují generaci, jejíž politické vědomí se formovalo v digitálním prostředí, pod tlakem ekonomických a bezpečnostních krizí a v atmosféře proměňující se role tradičních institucí. Jejich hodnoty kombinují důraz na osobní ekonomickou stabilitu s citlivostí k otázkám spravedlnosti, práv a budoucnosti. Nejde však o jednotný politický blok, ale o vnitřně diferencovanou skupinu, jejíž politické postoje jsou utvářeny průnikem sociálního postavení, vzdělání, mediálního prostředí a konkrétních životních zkušeností. Data z EP Youth Survey 2024 ukazují, že mladí lidé (16–30 let) v České republice řeší velmi podobné věci jako jejich vrstevníci v celé EU, ale v několika ohledech jsou ještě vyhraněnější. Pro pochopení prvoličů ve sněmovních volbách 2025 je to důležitý základ.

Nejvýraznější je důraz na ekonomickou jistotu. Na otázku, jaká témata by měla být v Evropě prioritou v příštích pěti letech, uvedlo v ČR 42 % mladých lidí rostoucí ceny a životní náklady (průměr EU 40 %). Klima a životní prostředí zmiňuje 34 % českých respondentů (EU 33 %) a ekonomickou situaci a tvorbu pracovních míst 30 % (EU 31 %). Pro českou mladou generaci je tedy zcela zřejmé, že ekonomická otázka není abstraktní politikou, ale osobní zkušeností.

Z hlediska politické participace je zajímavé, že 44 % mladých Čechů už někdy hlasovalo v místních, národních nebo evropských volbách (EU 39 %). 35 % podepsalo petici (EU 26 %) a 16 % se zapojilo do dobrovolnické činnosti (EU 20 %). Česká mládež je tedy nadprůměrně aktivní v petičních a volebních formách zapojení, méně však v organizovaném dobrovolnictví.

Důležité jsou i důvody volebního chování. Mezi těmi, kdo volili v evropských volbách v roce 2024, uvedlo 38 % mladých Čechů, že jejich hlavní motivací byla shoda názorů s danou stranou či kandidátem (EU 30 %). 25 % věřilo, že tato strana může něco změnit (EU 25 %). Naopak mezi nevoliči byl v ČR častější pocit nedostatku informací (12 %) a také pocit, že nenašli žádnou stranu nebo kandidáta, který by je reprezentoval (17 %). To ukazuje na již zmíněnou slabší vazbu na stranickou politiku a větší důraz na konkrétní obsah a důvěryhodnost.

Bez zajímavosti není ani to, odkud mladí lidé čerpají informace. V Česku je struktura zdrojů ještě digitálnější než evropský průměr. Sociální sítě jsou hlavním zdrojem informací o politice a společenských otázkách pro 42 % mladých (stejně jako průměr EU), ale online tisk a zpravodajské platformy uvádí v ČR rovněž 42 % respondentů, zatímco v EU je to 26 %. Televize zůstává na 39 %. To znamená, že česká mládež kombinuje sociální sítě s online médii výrazně více než jejich vrstevníci jinde v EU. Instagram jako hlavní zdroj uvádí 53 % mladých (EU 47 %), Facebook 38 % (EU 27 %), YouTube 36 % (EU 37 %) a TikTok jen 20 % (EU 39 %). To naznačuje, že česká generace Z není tolik orientovaná na TikTok jako jinde v Evropě, ale více využívá kombinaci Instagramu, Facebooku a YouTube.

Jak prvoliči zasáhli do sněmovních voleb

Sněmovní volby 2025 velmi přesně potvrdily to, co dlouhodobé výzkumy o generaci Z naznačovaly. Prvoliči se nechovali jako „mladší verze“ starších voličů, ale jako svébytná skupina s jiným vztahem k politice, jinými tématy i jiným způsobem rozhodování.

Klíčové bylo, že velká část z nich vstupovala do voleb jako nerozhodnutí voliči. Podle analýz STEM a Kantar šlo o skupinu, která si často nebyla jistá ani tím, zda k volbám vůbec půjde. Přesto právě tato skupina mohla při účasti kolem 60–65 % představovat až pět procent všech hlasů, což je v situaci těsných výsledků rozdíl, který může rozhodovat o překročení pětiprocentní hranice některých stran (Brodníčková 2025).

Napříč výzkumy se znovu a znovu objevovalo jako dominantní téma bydlení. Pro mladé lidi nešlo o abstraktní problém, ale o osobní otázku budoucnosti. Zatímco seniory v kampani nejvíce zajímaly korupce, zdravotnictví, ceny potravin nebo morální úpadek politiky, mladí hodnotili politické nabídky podle toho, zda jim dávají reálnou šanci na samostatný život (Křížová 2025).

Výrazně se potvrdila i role vzdělání a rodinného zázemí. Analýzy ukázaly, že věk sám o sobě není hlavním prediktorem volebního chování. Mnohem silnější roli hrálo, zda má mladý člověk maturitu, případně studuje vysokou školu. Mladí s maturitou a vysokoškoláci častěji tíhli ke stranám vládního středu (Spolu, STAN, Piráti), zatímco mladí bez maturity výrazně častěji preferovali ANO, Motoristy nebo SPD. U mladých mužů bez maturity dosahovala podpora Motoristů přes 20 %, zatímco mezi mladými ženami se tato strana prakticky nevyskytovala (Brodníčková 2025).

Současně se potvrdilo, že prvovoliči mají slabší vztah k politickým stranám jako takovým. Rozhodovali se pozdě, reagovali na poslední fázi kampaně a silně na styl komunikace. Z průzkumu STEM/MARK vyplynulo, že na ně překvapivě nepůsobí ani influenceři, ani veřejně známé osobnosti. Vliv rodiny sice zcela nezmizel (31 % jej přiznalo), ale byl výrazně slabší než u předchozích generací (Křížová 2025).

Politické strany se v kampani před sněmovními volbami 2025 vědomě snažily oslovit i skupinu prvovoličů. Výraznou aktivitu ve srovnání s volbami v roce 2021 v tomto směru vyvinulo hnutí ANO, které připravilo dílčí programové akcenty zaměřené na mladé lidi, do komunikace systematicky zapojilo Mladé ANO, své influencerky a výrazně posílilo svou přítomnost na sociálních sítích prostřednictvím odlehčeného, vizuálně orientovaného obsahu s předsedou hnutí Andrejem Babišem.

Témata, která ANO v kampani akcentovalo – zejména sociální problémy, dostupnost bydlení, vzdělání a ekonomickou perspektivu mladých lidí – přitom zřetelně korespondovala s tím, co výzkumy dlouhodobě identifikují jako klíčové priority generace Z a prvovoličů. Na úrovni obsahového sdělení tak mezi deklarovanými požadavky mladých voličů a programovou komunikací hnutí existovala zjevná tematická shoda.

Přesto výsledky voleb ukázaly, že tento tematický soulad ANO s mladými voliči přímý přínos nepřinesl. Velká povolební studie šesti agentur (STEM, Ipsos, Kantar, Median, NMS, Data Collect) v rámci společného datového souboru více než 7 700 respondentů ukázala, že hnutí ANO nezískalo mezi nejmladšími voličskými kohortami výraznou podporu. Ve věkové skupině 18–22 let, která zahrnuje právě prvovoliče, získalo ANO pouhých 12 % hlasů, což se prakticky rovná podpoře malých subjektů, jako byli Motoristé sobě. Mezi studenty mělo ANO podporu jen 5 %, zatímco Spolu, STAN a Piráti měli 28, 26 a 26 % (iRozhlas 2026).

Zajímavý kontext k volbám poskytl dřívější výzkum pro Českou radu dětí a mládeže, realizovaný v rámci studie Kantar Lifestyle 2024. Ten ukázal, že 49 % mladých se o politiku zajímá, ale pouze pro 13 % jde o zásadní téma. Přesto i ti, kteří deklarují nezájem, nejsou apatičtí: 22 % z nich podepsalo petici a 5 % sdílelo obsah upozorňující na nekalé jednání politiků. To přesně odpovídá volební realitě: nejde o nezájem, ale o jiný typ vztahu k politice (Česká rada dětí a mládeže 2024).

Také výzkum CVVM ukázal, že zájem o politiku výrazně roste s věkem. Zatímco ve skupině 55+ se o politiku zajímají dvě třetiny až tři čtvrtiny lidí, ve věku 20–29 let je to 44 % a u nejmladších

ještě méně. Ve věku 15–19 let dokonce o politiku vůbec nejevilo zájem o 22 procentních bodů více respondentů než u seniorů. To ale neznamená apatii ve smyslu nezájmu o veřejné věci. Spíše to ukazuje odlišné chápání toho, co „politika“ je. Pro mladé není politika primárně parlament, strany a institucionální procesy, ale témata, která bezprostředně ovlivňují jejich život (CVVM 2025).

Pravděpodobně právě to stojí za tím, proč výzkumy ukazují hlubokou skepsi mladých vůči politickým institucím. Tři čtvrtiny mladých se domnívají, že politiky více zajímá osobní prospěch než situace obyčejných lidí, 61 % věří, že média zkreslují informace, a 43 % si myslí, že země potřebuje silného lídra. Tato kombinace skepse, nedůvěry a zároveň relativně vysoké osobní spokojenosti (89 % mladých je spokojeno se svým životem podle STEM/MARK) vytváří specifický postoj: mladí nejsou nespokojeni se svým životem, ale jsou nespokojeni s tím, jak funguje politika a stát (Česká rada dětí a mládeže 2024; Křížová 2025).

Dopad, respektive „nedopad“, hlasů prvovoličů a mladých lidí ve volbách byl dán také mobilizací. I když byla celková účast ve volbách 2025 na české poměry velmi vysoká (téměř 69 %), mladší věkové skupiny měly nižší účast než starší generace, což samo o sobě snižovalo hlasovou váhu jejich preferencí v celkovém výsledku. To znamená, že i když témata prvovoličů rezonovala napříč některými programy, výsledná volební matematika jejich pozitivní ohlas neproměnila v zásadní posun rozhodující podpory pro politické strany (iRozhlas 2026).

Závěr

Jsou tedy dnešní mladí lidé z generace Z apolitičtí? Nikoliv. Jde ale o generaci, která politiku chápe jinak: méně institucionálně, více bezprostředně a hodnotově. Zároveň ale platí druhá, podstatná část obrazu: ve sněmovních volbách velká část prvovoličů k urnám nepřišla. A právě tento rozpor je pro pochopení jejich vztahu k politice klíčový.

Nejde o nezájem o veřejné dění. Data ukazují, že mladí lidé jsou svým specifickým způsobem politicky aktivní, sdílejí politický obsah, účastní se veřejných debat a politiku intenzivně sledují v online prostoru. Chybí však silná vazba k samotnému volebnímu aktu. Volby pro ně nejsou automatickou občanskou povinností, ale nástrojem, který má smysl pouze tehdy, když cítí, že se jich výsledek bezprostředně dotýká a že některá z politických nabídek skutečně reaguje na jejich situaci.

Nižší volební účast tak lze chápat jako projev selektivní relevance. Mladí lidé nejsou mimo politiku, ale selektivně vstupují jen tam, kde vnímají přímý význam. Volby roku 2025 tak ukázaly dvojí realitu. Menší část prvovoličů se aktivně zapojila a rozhodovala podle témat, která se jich týkají. Větší část však zůstala stranou, přestože politiku sleduje, hodnotí a komentuje. Jak s těmito informacemi budou pracovat politické strany a zda dokážou politický kapitál, který představují prvovoliči, vytěžit, ukáží další sněmovní volby v roce 2029.

Zdroje

- Brodníčková, K. 2025, 13. 3. „Nerozhodnutí prvovoliči mají sílu pohnout s výsledky voleb“. Novinky.cz. Dostupné na: <https://www.novinky.cz/clanek/volby-do-poslanecke-snemovny-nerozhodnuti-prvovoliči-mají-sílu-pohnout-s-výsledky-voleb-40510965>
- CVVM 2025. „Angažovanost občanů a zájem o politiku (květen 2025)“. Sociologický ústav AV ČR, CVVM. Dostupné na: <https://cvvm.soc.cas.cz/cz/tiskove-zpravy/politicke/demokracie-obcanska-spolocnost/6151-angazovanost-obcanu-a-zajem-o-politiku-kveten-2025>
- Česká rada dětí a mládeže. 2024. „Postoje mladých lidí k politické situaci a veřejnému životu v České republice“. Dostupné na: <https://analyzy.crdm.cz/postoje-mladych-lidi-k-politicke-situaci-a-verejnemu-zivotu-v-ceske-republice>
- Deckman, M. 2024. „The Politics of Gen Z: How the Youngest Voters Will Shape Our Democracy“. New York: Columbia University Press.
- Eurobarometer. 2024. „EP Youth Survey 2024“. Dostupné na: <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/3392>
- Fisher, D. R. 2012. „Youth Political Participation: Bridging Activism and Electoral Politics.“ Annual Review of Sociology 38: 119–137.
- Harvard Institute of Politics. 2025, 4. 12. „Harvard Youth Poll, 51st Edition: Fall 2025.“ Harvard Kennedy School. Dostupné na: <https://iop.harvard.edu/youth-poll/51st-edition-fall-2025>
- iRozhlas, 2026, 21. 1. „Velká volební studie: ANO totálně dominovalo u důchodců, snaha získat mladé mu nevyšla“. Dostupné na: https://www.irozhlas.cz/zpravy-domov/velka-volebni-studie-ano-totalne-dominovalo-u-duchodcu-snaha-ziskat-mlade-mu-2601211135_jgr
- Kroupa, J. 2026, 13. 4. „Průzkum: Mladí lidé jsou otevřenější autoritářství než starší generace“. iDNES.cz. Dostupné na: https://www.idnes.cz/zpravy/domaci/pruzkum-generace-vedci-demokracie-stari-mladi-autoritarstvi.A260413_142248_domaci_ikro
- Křížová, I. 2025, 24. 9. „Česko volí: Prvovoliči se změnili. Neposlouchají rodiče, ani influencery“. Seznam Zprávy. Dostupné na: <https://www.seznamzpravy.cz/clanek/volby-do-poslanecke-snemovny-cesko-voli-mlade-volice-zajima-bydleni-seniory-korupce-i-ceny-jidla-286704>
- Pew Research Center. 2019, 17. 1. „Generation Z Looks a Lot Like Millennials on Key Social and Political Issues.“ Pew Research Center. Dostupné na: <https://www.pewresearch.org/social-trends/2019/01/17/generation-z-looks-a-lot-like-millennials-on-key-social-and-political-issues/>
- Pew Research Center. 2020, 14. 5. „On the Cusp of Adulthood and Facing an Uncertain Future: What We Know About Gen Z So Far.“ Pew Research Center. Dostupné na: <https://www.pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far/>
- Pew Research Center. 2021, 26. 5. „Gen Z, Millennials Stand Out for Climate Change Activism, Social Media Engagement With Issue.“ Pew Research Center. Dostupné na: <https://www.pewresearch.org/science/2021/05/26/gen-z-millennials-stand-out-for-climate-change-activism-social-media-engagement-with-issue/>
- Pinedo, A., Diemer, M. A., Frisby, M. B. 2024. „Critical Consciousness and Youth Political Activism.“ Annual Review of Developmental Psychology 6: 351–372.

Autor



JAN ROVENSKÝ

Analytik

Vystudoval Filozofickou fakultu Univerzity Karlovy, obor anglistika a politologie, v roce 2008 získal doktorát z politické teorie na univerzitě LUISS Guido Carli v Římě. Patnáct let pracoval v deníku Právo, kde zprvu působil v zahraniční redakci. Od roku 2009 pracoval v politickém oddělení, od roku 2018 do ledna 2021 na pozici zástupce šéfredaktora. Od února 2021 je poradcem předsedy hnutí ANO v oblasti médií.

Vydavatel



INSTITUT PRO POLITIKU A SPOLEČNOST

Posláním Institutu je zkvalitňování českého politického a veřejného prostředí prostřednictvím profesionální a otevřené diskuse a vytvoření živé platformy, která pojmenovává zásadní problémy, vypracovává jejich analýzy a nabízí recepty pro jejich řešení formou spolupráce expertů a politiků, mezinárodních konferencí, seminářů, veřejných diskuzí, politických a společenských analýz dostupných celé české společnosti. Jsme přesvědčeni, že otevřená odborná diskuse a poznání podstaty a příčin jednotlivých problémů jsou nutným předpokladem jakéhokoli úspěšného řešení problémů současné společnosti.



Martinská 2, 110 00 Praha 1



+420 602 502 674



www.politikaspolecnost.cz



office@politikaspolecnost.cz