Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Diplomová práce

Vliv internetu na funkce a vnitřní organizaci politických stran: případová studie Velké Británie a Německa

Marie Sváčková

Plzeň 2013

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Studijní program Politologie

Studijní obor Politologie

Diplomová práce

Vliv internetu na funkce a vnitřní organizaci politických stran: případová studie Velké Británie a Německa

Marie Sváčková

Vedoucí práce:

PhDr. Mgr. Petr Jurek

Katedra politologie a mezinárodních vztahů

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2013

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2013 ……

Na tomto místě bych chtěla poděkovat vedoucímu mé práce PhDr. Mgr. Petru Jurkovi za jeho vstřícný přístup a cenné připomínky, bez nichž by tato práce nevznikla.

Obsah

1. Úvod 1
2. Internet jako součást komunikační revoluce nových médií 2
2.1 Internet vs. tradiční média 4
2.2 Informační a komunikační kapacita internetu 8
3. Odraz technologického determinismu v teoriích vztahu internetu a politiky 10
3.1 Technologický determinismus 10
3.2 Kritika demokracie a radikální kybernetický optimismus vs. umírněné predikce 13
3.3 Technologický determinismus a funkce politických stran 16
3.4 Technologický determinismus a vnitřní organizace politických stran .. 20
4. Cíle výzkumu a metodologie 24
5. Velká Británie 29
5.1 Politické strany a internet 29
5.2 Vliv internetu na funkce politických stran 32
5.3 Vliv internetu na vnitřní organizaci politických stran 37
6. Německo 41
6.1 Politické strany a internet 41
6.2 Vliv internetu na funkce politických stran 44
6.3 Vliv internetu na vnitřní organizaci politických stran 49
7. Závěr a diskuze 51
8. Seznam použité literatury a pramenů 57
9. Resumé 67
10. Přílohy 68

1. Úvod

Porozumět tomu, jak politické strany fungují, je cílem politických vědců po generace. Masové rozšíření nových komunikačních technologií, zejména internetu, v 90. letech 20. století, přineslo novou agendu do zkoumání politických stran jako organizací s určitou vnitřní strukturou, jež plní své funkce. Internet je v současnosti v západních demokraciích standardním nástrojem politické komunikace. Navzdory tomu zůstává otázka jeho vlivu na politiku stále nezodpovězená.

Cílem této diplomové práce je na základě případových studií politických stran ve Velké Británii a Německu zjistit, zda byly naplněny predikce vědců, které tvrdí, že politické strany se budou s rozšířením internetu jako nového média v duchu techno-deterministických přesvědčení měnit, a to ve smyslu své vnitřní organizace a způsobu vykonávání některých svých základních funkcí. Při tom tato práce setrvává v intencích politického použití internetu, jež zahrnuje on-line aktivitu, jejímž cílem je ovlivnit politickou realitu. Otázky o vlivu internetu na funkce a vnitřní organizaci politických stran se praktická část textu pokouší zodpovědět zejména na bázi kvantitativně kvalitativní obsahové analýzy oficiálních webů vzorku zkoumaných politických stran. Podrobně o cílech výzkumu a metodologii viz čtvrtá kapitola této práce.

Teoretický oddíl textu je rozdělen na dvě části. První z nich se zabývá internetem jako součástí komunikační revoluce nových médií a vysvětluje základní pojmy s ním spojené, které jsou ve zbytku práce používány. Na začátku je přesně definováno, co je v textu chápáno jako internet a proč můžeme příchod nových médií považovat za revoluci v komunikaci. Dále se text zabývá třemi zásadními odlišnostmi tradičních médií a internetu, tedy integrací více druhů médií v jedno, interaktivitou a snadnou dostupností. Poslední podkapitola této části se zaměřuje na informační a komunikační kapacitu internetu. Představuje Bordewijkovu a Kaamovu typologii médií z roku 1982 založenou na dvou nezávislých proměnných – kdo vlastní a poskytuje informace k přenosu a kdo kontroluje jejich distribuci, ze které vychází Ferberův et. al. (2007) model kybernetické interaktivity, který je v praktické části

metodologickým základem pro měření interaktivity zkoumaných webů politických stran.

Druhá část teoretického oddílu textu se zabývá podstatou technologického determinismu, kritikou demokracie a rozděluje kyberneticko-optimistickou literaturu do čtyř kategorií podle dosahu změn politických systémů, které autor očekává, na teorie, jež předikují jejich úplnou erozi, limitovanou erozi a modernizaci či obnovení. V intencích posledních dvou skupin se poté práce drží, když shrnuje technologicko deterministické teorie vlivu internetu na funkce a vnitřní organizaci politických stran. Z nich je poté ve čtvrté kapitole, zabývající se cíli práce a metodologií, vyvozeno sedm otázek, na které se autorka snaží v praktické části textu nalézt odpovědi.

Praktický oddíl textu je rozdělen na případovou studii britských a německých politických stran. V každé z nich je nejprve věnován prostor tomu, jak a kdy politické strany začaly používat internet jako nástroj komunikace, jeho rozšíření mezi občany země a výsledkům dosavadních výzkumů politických vědců, které se zkoumaného problému dotýkají. Následně je na základě předem vytyčených otázek a metodologie analyzován vliv internetu na funkce a vnitřní organizaci politických stran.

2. Internet jako součást komunikační revoluce nových médií

Termín „média“ je plurálem slova médium, které pochází z latiny a jehož původní význam byl střed, prostředník nebo zprostředkovatel. Dnes se s tímto pojmem setkáváme v celé řadě nesouvisejících oborů, jako jsou například výpočetní technika, sociální vědy nebo přírodovědné obory. Ve všech těchto případech jsou za média označovány prostředky sdílení či komunikace (Pavlíček, 2007: 7).

Většina deskripcí mediální historie zdůrazňuje evoluční vývoj velkého množství nových médií v návaznosti po sobě. Podle Jana van Dijka (2006), ovšem za poslední dvě století, došlo v tomto oboru dvakrát k významné

koncentraci inovace, a proto jsou součástí moderní doby dvě velké revoluce v komunikaci. První z nich je spojena s koncem 19. století a začátkem 20. století a médii, která dnes nazýváme jako tradiční[1]. Druhá pak probíhá od poloviny 20. století až do současnosti a v souvislosti s ní hovoříme o vzniku tzv. nových médií[2] (van Dijk, 2006: 3-4).

Nová média je možné rozčlenit do několika skupin, a to na: internetové aplikace nových médií, které jsou pro tuto práci zásadní, počítačové aplikace neboli software (hry, multimédia, groupware[3]), masmediální aplikace (digitální varianta rádia a televize), mobilní aplikace a ostatní hardware aplikace (HW řešení, která patří do nových médií, ale nemají nic společného se softwarem, internetem ani digitální televizí jako jsou například CD/DVD ROM nebo elektronické kiosky[4]) (Pavlíček, 2007: 30-43).

Otázkou pak zůstává, proč je zavedení nových médií spolu s internetem považováno za revoluci v komunikaci a co je na nich skutečně nového. Podle van Dijka musí, abychom mohli používat ve spojení s médii termín revoluce, dojít ke změnám, které mají jednak strukturální, ale také kvalitativně technický charakter. Pokud jde o *strukturální změny*, již dávno před zavedením nových médií došlo ke koordinaci času a prostoru, tzn. přenos informací a komunikace nebyla omezena na jedno místo a jeden časový úsek. Nová média na toto navazují, jejich přidanou kvalitou je ovšem možnost jejich použití jak v online, tak v off-line prostředí. *Technická revoluce* byla v případě tradičních i nových médií pokaždé spjata se změnou ve struktuře spojení, v uchovávání dat a reprodukci obsahu. Zatímco tradiční média jsou spojena s kabelovým přenosem

[1] Vynález telegrafu a telefonu se datuje dlouho před přelomem 19. a 20. století, k představení teletextu, rádia a televize v jejich široce použitelné podobě došlo mezi roky 1890 a 1925. Jejich masové rozšíření ovšem trvalo dalších 50 let (van Dijk, 2006: 6).

[2] Spojení „nová média“ poprvé použil v roce 1953 Marshal McLuhan, ale rozšířilo se až v 90. letech, kdy se objevují nové komunikační technologie. Dnes je používání tohoto obecného termínu způsob, jak se vyhnout technickým a formálním označením, jako jsou „digitální média“, „elektronická média“ či „interaktivní média“, které podtrhují pouze jednu jejich kvalitu (Lister, 2009: 12).

[3] Groupware je programové řešení, které obsahuje celou řadu nástrojů na podporu kooperace skupiny více uživatelů v lokální síti, intranetu nebo internetu (Pavlíček, 2007: 35).

[4] Jedná se o veřejný počítačový terminál, který je připojen k internetu a poskytuje celou řadu interaktivních a multimediálních služeb (Pavlíček, 2007: 42-43).

dat a analogem, všechna nová média, tedy včetně internetu, jsou digitální (často tak hovoříme o digitální revoluci) (van Dijk, 2006: 4-6). Při digitalizaci dochází k převodu vybraných měřitelných fyzikálních veličin daného objektu do numerických hodnot (zpravidla do binární soustavy). Jejich kódování a uložení za účelem pozdějšího vygenerování jiných fyzikálních veličin, s cílem umožnit pozdějšímu uživateli fyziologické vjemy, nahrazují přímé vnímání originálu. Základními stavebními prvky se namísto atomů stávají bity (Pavlíček, 2007: 61). Tak jsou média oddělena od své fyzické podoby, jako je kniha nebo pásek filmu. Dochází k jejich dematerializaci. Dalšími důsledky tohoto pokroku jsou schopnost zhuštění dat na velmi malý prostor, možnost snadnější manipulace a také jejich rychlého zpřístupnění nelineárním způsobem (Lister, 2009: 16-18).

2.1 Internet vs. tradiční média

Protože je tématem této diplomové práce vliv internetu na funkce a vnitřní organizaci politických stran, považuji za důležité na tomto místě přesně definovat, co je v textu chápáno jako internet. Termín internet je, ačkoliv se to tak na první pohled nemusí zdát, poměrně vágní pojem, který lze naplnit různým obsahem. Můžeme ho tak například chápat jako infrastrukturu, která skrze sítě zajišťuje přenos digitálního obsahu z bodu do bodu nebo jako kyberprostor bez své fyzické dimenze, jenž mění kulturní normy. Tento text ovšem pojímá internet jako digitální komunikační technologie ve formě webových aplikací, které jsou dostupné přes standardní webové vyhledávače, tedy jako www stránky, e-mail, blogy, chatové místnosti, sociální sítě a soubor digitálních přehrávačů pro audio a video obsah. Jako takový se poté od tradičních médií kvalitativně odlišuje integrací více druhů médií v jedno, interaktivitou a snadnou dostupností.

Právě z důvodu *integrace více druhů médií v jedno* bývá internet běžně označován jako multimédium. Dochází zde jednak ke konvergenci typů dat, tedy ke spojení zvuku, dat, textu a obrazu, ale také k propojení služeb, a to ve

smyslu služeb informačních a komunikačních (van Dijk, 2006: 6-7). Možnostem, které internet přináší právě v těchto službách je věnována další podkapitola.

Od počátku 90. let, kdy se nová média a internet začínají masově rozšiřovat, se stále větší počet vědeckých prací zabývá *interaktivitou*. Od té doby vznikla řada jejích definic a pokusů o operacionalizaci, na základě které by bylo možné ji měřit. Všeobecně uznávaná definice ovšem stále neexistuje (Lister, 2009: 21; Kiousis, 2002: 367; Jensen, 1999: 185). Podle Aarsetha (1997) je jedním z důvodů ideologická konotace pojmu. Aarseth tvrdí, že *„označit systém za interaktivní znamená přisoudit mu téměř magickou moc“* (Aarseth, 1997, podle, Lister, 2009: 21). Autor této práce ovšem vidí vysvětlení neexistence jednotné definice interaktivity v rychlém vývoji technologie v posledních dvaceti letech. Ačkoliv jsou tradiční média v řadě textů spojována s pasivní účastí uživatele, který je často označován spíše jako spotřebitel a naopak internet s interaktivitou (Lister, 2009: 22), neznamená to, že by byla tradiční média zcela neinteraktivní. Například Rogers (1986) vidí interaktivitu jako intervalovou proměnnou. Zatímco pro některé komunikační technologie je typická její nízká míra (například rádio a televize), jiné jsou vysoce interaktivní (například právě internet) (Jensen, 1999: 192-193). Schéma 1 znázorňuje Rogersem vytvořenou škálu interaktivity, na kterou je zaneseno několik vybraných komunikačních technologií podlé míry interaktivity od nejnižší po nejvyšší.

Stejně tak se míra interaktivity mění v rámci jedné komunikační technologie. Internet je médium, které se nachází v procesu neustálé změny a které se snaží svým uživatelům poskytnout další nové služby. V této souvislosti hovoříme o přechodu od webu 1.0 k webu 2.0. Zatímco na začátku 90. let, která jsou érou webu 1.0, spojujeme internet s interaktivitou, protože to, co zde čteme, sledujeme apod., je produkt našeho selektivního výběru a z pasivních diváků se tak stávají uživatelé, kteří kliknutím na určitý odkaz vyjadřují svůj zájem či preferenci (Lister, 2009: 21-22), v současnosti se nacházíme v éře webu 2.0. Jako první tuto jeho novou kvalitu definoval Tim O´Reilly, podle kterého je „w*eb 2.0 revolucí podnikaní v počítačovém průmyslu, která je zapříčiněna posunem v chápání internetu jako platformy a pokusem porozumět jejím pravidlům. Zásadní, mezi těmito pravidly, je tvoření aplikací, které budou*

prostřednictvím síťového efektu s přibývajícím počtem uživatelů stále lepší“ (O´Reilly, 2006). Web 2.0 existuje jako funkční základna pro široké spektrum aplikací a služeb, disponuje lehkými programovacími programy. Tok informací se tak stává obousměrným, uživatel sám má možnost tvořit obsah webu. Tím se mění způsob komunikace z modelu jednoho k mnoha (one-to-many) na model mnozí k mnohým (many-to-many). K tomu zde lze využít tzv. reputačních systémů, díky kterým uživatel může zhodnotit předkládané informace (hodnocení autorů, příspěvků). Navíc umožňuje přístup z různých aplikací (PC, mobilní telefon atd.), čímž se komunikace zrychluje (Čech, 2008).

Právě s těmito kvalitami webu je v současnosti interaktivita internetu nejčastěji spojována. Web 2.0 totiž umožňuje to, co van Dijk (2006) označuje jako jádro interaktivity, tedy rychlou sekvenci akce a reakce (van Dijk, 2006: 8). Pokud bychom se přidrželi právě této definice interaktivity či definice Jensena (1999), který interaktivitu vidí jako míru schopnosti média dát svým uživatelům moc vytvářet a ovlivňovat obsah a formu zprostředkované komunikace (Jensen, 1999: 201), potom bychom skutečně mohli internet označit jako vysoce interaktivní médium. Například podle Kiousise (2002) ovšem interaktivita nesouvisí pouze s mírou, do které je komunikační technologie schopna vytvářet prostředí, ve kterém mohou uživatelé komunikovat (*one-to-one, one-to-many, many-to-many*), a to flexibilně v čase, tedy synchronně či asynchronně a participovat tak na vzájemné výměně informací. Kiousis bere v úvahu také uživatele a jeho schopnost vnímat tento proces jako reálnou mezilidskou komunikaci (Kiousis, 2002: 372). V případě takovéto definice je možné hovořit spíše o vysokém potenciálu k interaktivitě.

Internet je také, v porovnání s tradičními médii, médiem relativně *jednoduše dostupným.* Vývoj ceny počítačové technologie do současnosti odpovídá predikci Mooreova zákona[5] z roku 1965, podle něhož *„složitost součástek (výkon) se každý rok zdvojnásobí při zachování stejné ceny“* (Moore, 1965: 2). Jinými slovy zhruba každý rok vzroste počet transistorů v počítačových čipech zhruba na dvojnásobek, čímž se zdvojnásobí jejich výkon. Zároveň dojde k neustálému snižování nákladů na výrobu integrovaných obvodů a tedy ve stejném poměru ke snižování jejich ceny. Mluví se o exponenciálním růstu

[5] Gordon E. Moore je chemik a spoluzakladatel firmy Intel (Souček, 2009: 20).

výpočetního výkonu, který je běžně dostupný na trhu. Tento zákon je dodnes, tedy už bezmála půl století, považován za velmi dobrý odhad technologického a ekonomického vývoje (viz obrázek 2). Mooreův zákon charakterizuje technický a ekonomický vývoj, který je v dlouhodobém kontextu přímou příčinou a předpokladem informační exploze. Pochopitelně ruku v ruce se zvyšováním hardwarového výkonu jde i vývoj na poli softwaru. V posledních letech můžeme jako důsledek Mooreova zákona chápat i boom řady služeb webu 2.0, jako jsou úložiště fotografií, videí nebo i navýšení freemailových schránek v řádech gigabytů (Souček, 2009: 20-21).

Ačkoliv Mooreův zákon funguje spolehlivě a společnost 21. století je stále častěji označována jako společnost informační, nelze opomenout fakt určitého jejího digitálního štěpení (*digital divide*) (van Dijk, 2009: 288). Ne všichni mají přístup k internetu a mohou využívat služeb, které webové stránky nabízí. Pokud se na digitální štěpení podíváme z geografického hlediska, data zveřejněná webovou stránkou *Internet World Stats* ukazují, že v roce 2012 existoval značný rozdíl v rozšíření internetu mezi světovými regiony. Zatímco v Severní Americe mělo přístup k internetu 78,6 % obyvatel, v Austrálii a Oceánii 67,6 % a v Evropě 63,2 %, v Jižní Americe a na Středním Východě to bylo pouze 42,9 %, 40,2 %. V Asii byl internet dostupný pouze pro 27,5 % obyvatel, v Africe dokonce pouze pro 15,6 %[6]. Podle dat shromážděných statistickým úřadem Evropské unie *Eurostatem* digitální štěpení na geografické úrovni existuje i v rámci Evropy (obrázek 3 znázorňuje nárůst množství obyvatel s přístupem k internetu od jihu směrem na sever), potažmo samotné Evropské unie. Zde mělo v roce 2011 přístup k internetu 73 % domácností (což představuje od roku 2006 8,3% nárůst) z toho 68 % jsou pravidelní uživatelé, to znamená, že internet využívají minimálně jednou týdně (zde byl zaznamenán nárůst dokonce o 23 %)[7][8].

[6] Internet Users in the World. Distribution by World Regions – 2012 Q2, dostupné na: http://www.internetworldstats.com/stats.htm, 16.2.2013.

[7] Information Society Statistics at Regional Level, dostupné na: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/index.php/Information_society_statistics_at_regional_level, 16.2.2013.

[8] Jedním z hlavních cílů strategie s názvem *Digital Agenda for Europe*, která má napomoci digitálním technologiím v čele s internetem zajistit udržitelný ekonomický růst, je do roku 2015

Digitální štěpení je ovšem možné sledovat i na jiné než pouze geografické úrovni. Například van Dijk (2009) ve svém článku *One Europe, digitally divided* hovoří o vlivu takových proměnných jako je motivace uživatelů (tu spojuje s neochotou učit se novému zejména u věkově staršího obyvatelstva), demografické faktory (věk, pohlaví, stupeň vzdělání, typ zaměstnání) a multimediální gramotnost (van Dijk, 2009: 289-298).

Pro politické organizace je internet ve srovnání s tradičními médii jednoduše dostupný, protože se tak mohou vyhnout praxi tzv. gatekeepingu, tedy procesu, kdy tradiční média vybírají, které informace zahrnou do svého obsahu a které budou ignorovat (Poor, 2006: 43). Tento problém se těší vysoké vědecké pozornosti (srov. např. Clayman – Reisner, 1998; Livington - Lance Bennett, 2003). Gatekeeping nejen kontroluje přístup organizací do médií, ale touto svou kontrolou také jistým způsobem vytváří jejich identitu (Poor, 2006: 42). Podle Meikleho (2002) internet dává prostor těm, kteří jsou mocensky znevýhodněni, a to ať už se týká moci politické, vojenské nebo té, kterou nám dává vlastnictví určitých médií. Takové politické organizace mohou díky internetu gatekeepery obejít a dostat se ke svým příznivcům (Poor, 2006: 43). Navíc pokud k tomu chce organizace využít například vlastních webových stránek, stačí, aby si zaregistrovala doménu, jejíž cena činí asi 10 dolarů na rok a měsíčně uhradila platbu webhostingu, která se pohybuje také okolo 10 dolarů[9].

2.2 Informační a komunikační kapacita internetu

Základní službou všech médií a tedy i internetu je *přenos informací*. V roce 1982 Bordewijk a Kaam vytvořili, na základě způsobu přenosu informací, typologii médií. Tato typologie je založena na dvou nezávislých proměnných –

zvýšit pravidelné používání internetu až na 75 % obyvatelstva EU (Digital Agenda for Europe. A Europe 2020 Initiative, 16.2.2013)

[9] How Much Does It Cost to Set Up a Website, dostupné na: http://www.thesitewizard.com/gettingstarted/cost-setting-up-website.shtml, 16.2.2013.

kdo vlastní a poskytuje informace k přenosu a kdo kontroluje jejich distribuci (Jensen, 1999: 185). Tabulka číslo 1 přílohy znázorňuje matici čtyř principiálně odlišných informačních vzorců.

Zatímco tradiční vysílací média jako rádio a televize jsou spojeny pouze s přenosem informací (informaci vlastní centrální poskytovatel a tentýž také rozhoduje o její distribuci), internet v sobě kombinuje i zbylé tři vzorce – konverzaci, konzultaci a registraci. V případě e-mailů, mailing listů, newsgroups[10] a IRC[11] hovoříme o přesně opačném vzorci. Informace je produkována a vlastněna uživateli, kteří také kontrolují její distribuci. Jedná se o tradiční případ obousměrné konverzace. Pokud je informace produkována z centra, ale uživatel si uchovává vládu nad tím, jaká informace je distribuována a kdy, potom hovoříme o konzultačním informačním vzorci. Uživatel tak požaduje po poskytovatelském centru specifické informace. Sem je možné zahrnout všechny webové stránky. Do posledního informačního typu médií lze zařadit různé internetové registrační systémy fungující na principu získávání informací od uživatelů či o uživatelích a jejich následném předání poskytovatelskému centru. To potom uchovává, přenáší a používá data podle své vlastní vůle. Jak již bylo zmíněno, rozšíření internetu je spojováno s odklonem od prvního vzorce a přechodem k následujícím třem. Stejně jako u interaktivity to ovšem automaticky neznamená, že tyto možnosti budou uživateli skutečně využity (Jensen, 1999: 186-187).

Podle van Dijka (2006) je možné *komunikační kapacitu* tradičních médií a internetu komparovat na základě devíti proměnných (tabulka číslo 2). Internet se vyznačuje v ekonomicky vyspělých zemích vysokou geografickou a sociální dostupností, kapacitou paměti, komplexitou sdělení (mnoho úhlů pohledu), selektivitou (je možné oslovit specifickou vybranou skupinu uživatelů) a množstvím stimulů (již zmíněná konvergence několika typů médií v jedno). Naopak nízká je ochrana soukromí uživatele (je například možné sledovat IP

[10] Newsgroups jsou internetové nástěnky na webových stránkách, které jsou na technickém základě odlišné od diskusních skupin, funkčně jsou jim ovšem podobné (Lister, 2009: 177).

[11] IRC neboli Internet Relay Chat byl jednou z prvních možností komunikace v reálném čase po internetu. Ve své době propojoval významnou část internetových uživatelů. IRC částečně stojí u zrodu chatování. První z nich byl spuštěn na univerzitě v Helsinkách v roce 1988. Patří sem například EFnet, UNDERnet, IRCnet a CZfree (Lister, 2009: 165).

adresu uživatele) a komplexita komunikace (uživatelé si mohou vyměňovat informace, klást dotazy, domlouvat setkání, ale je zde kupříkladu obtížné vyjednávat a blízce druhou osobu poznat). Interaktivitu internetu považuje van Dijk, v komparaci s vysíláním a komunikací tváří v tvář, za střední (van Dijk, 2006: 13-16).

3. Odraz technologického determinismu v teoriích vztahu internetu a politiky

3.1 Technologický determinismus

V současné době je vztah mezi objevem ve vědě, invencí v technologii a inovací ve společnosti chápán jako daný. Dnes již nečekáme staletí než jsou vynálezy uvedeny do praxe. Moderní společnost je automaticky přebírá a používá v běžném životě[12] (Winner, 1977: 73). S tím ovšem přichází otázka po povaze tohoto vztahu. K tomu existují dva zásadně odlišné přístupy, technologický determinismus (ten v sobě zahrnuje i mediální determinismus) a determinismus sociokulturní. V obou případech se jedná takzvaně o teorii změny. Hlavní rozdíl pak tkví v tom, kterou proměnnou (technologii či společnost) je správné chápat jako nezávislou. Z pohledu sociokulturního determinismu technologie a média zcela podřizují svůj vývoj sociopolitickému, historickému a kulturně specifickému kontextu. Druhý přístup, technologický determinismus, z něhož vychází kyber-optimistické teorie vlivu internetu na politické strany, které si tato práce klade za cíl ověřit, vidí naopak právě technologii jako onu nezávislou proměnnou, která určuje, jak bude společnost vypadat na makrosociální i nižší úrovni (Chandler, 1996).

[12] Nebylo tomu tak vždy. Například v době antického Řecka byla věda chápána jako izolované uvažování a ačkoliv nové technologie existovaly, bylo to bez dopadu na sociální praxi, protože se nešířily mezi širokou vrstvu obyvatelstva (Winner, 1977: 73).

Pojem technologický determinismus poprvé použil americký sociolog a ekonom Thorstein Veblen v roce 1929 ve své práci *The Engineers and the Price System* (Ebersole, 1995). Neexistuje všeobecně přijímaná shoda na tom, které teoretiky dnes můžeme zařadit mezi techno-deterministy. Často bývá ale tento směr uvažování dělen na extrémní a měkký technologický determinismus[13] (Winner: 1977; Chandler, 1996). Extrémní technologický determinismus stojí na dvou základních předpokladech. Prvním z nich je přesvědčení, že inovace v technologii je fundamentální podmínkou pro všechny změny vzorců sociální existence. Druhým je pak mínění, že tato inovace je také jediným zdrojem změny ve společnosti (Winner, 1977: 73). Například Jacques Ellul (1964), který bývá řazen do této skupiny techno-deterministů, definuje technologii jako *„komplexní metody, jichž bylo racionálně dosaženo a které mají absolutní vliv na každou oblast lidské aktivity“* (Ellul, 1964, podle, Ebersole, 1995). Měkký technologický determinismus prezentuje technologii jako jeden z klíčových faktorů, který produkuje změny ve společnosti. Leslie White ve své práci *The Science of Culture* (1949) říká, že kulturní systém je možné si představit jako tři horizontálně uspořádané vrstvy. Základy tvoří technologie, vrchol filozofie a uprostřed se nachází společnost. Toto uspořádání pak vyjadřuje roli jednotlivých vrstev v proměnách kultury. Společnost je funkcí technologie a filozofický systém reflektuje jednak technologii, ale také systém společenský. Jinými slovy technologie zůstává hlavní determinantou celého kulturního systému. Filozofie je ovšem zároveň ovlivňována i aktuálním společenským uspořádáním (Winner, 1977: 79). Například Chandler (1996) zdůrazňuje rozšíření a aktivní používání technologie, to teprve může společnost zpětně ovlivnit (Chandler, 1996).

Ve své pesimistické formě (příkladem může být již zmiňované myšlení Jacquese Ellula) je technologie totálně autonomní entita, která má vůli sama o sobě a jakým směrem bude společnost determinovat, záleží jen na ní (Ebersole, 1995). Oponenti této teorie naopak tvrdí, že technologie jsou

[13] Například Bruce Bimber ve své eseji *Three Faces of Technological Determism* (1994) ovšem toto dělení naprosto odmítá. Uvažování, které bývá označováno jako technologický determinismus nejprve rozděluje na tři skupiny: normativní, nomologické a teorii nevyžádaného vedlejšího efektu. Následně dochází k přesvědčení, že za jediné pravé technoderministické uvažování lze považovat nomologický přístup (Bimber, 1994: 79-100).

používány pragmaticky, aby naplnily cíle svých uživatelů. Winner (1977) reaguje na tuto námitku tvrzením, že technologie či médium je schopné výsledek modifikovat. To znamená, že není možné předvídat všechny důsledky jejich uplatnění. Formuluje tak své přesvědčení o jejich nevyžádaném vedlejším účinku (Winner, 1977: 88-100). Ve své optimistické formě pak technologický determinismus přináší víru v pokrok. Podle této teorie nová technologie vyřeší současné společenské problémy. Díky technologii se společnost pohybuje kupředu (Green, 2002: 13-15; Chandler, 1996).

V současném deterministickém myšlení o vlivu internetu na politiku rezonují teorie kanadského filozofa a mediálního teoretika, představitele Torontské školy[14], Marshalla McLuhana[15]. Ten ve své publikaci *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects* (1967) říká, že média manipulují (*massage*) lidským vnímáním a zároveň jsou sami poselstvím (*message*) (Lister, 2009: 79). Výroku, podle kterého jsou média poselstvím, se dostalo řady interpretací. Například Portman (1993) ho chápe tak, že *„každý technologický nástroj v sobě nese ideologii, na základě níž konstruuje svět, preferuje určité hodnoty, umocňuje určité symboly a dovednosti nad jinými“* (Portman, 1993, podle, Chandler, 1996). V díle *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typografic Man* (1962) McLuhan rozděluje vývoj lidské kultury na čtyři období podle médií, která jim dominují. Kultura se vyvíjí od své primitivní, orální podoby k psané kultuře, která s vynálezem knihtisku přechází v kulturu tisku. Vývoj podle něho končí v době elektronických médii (rádia, televize a počítačů). Elektronická kultura je nová, protože je lidstvo stimulováno vizuálními vjemy, ale zároveň v sobě kombinuje všechny předchozí kultury. Autor tak ještě před digitalizací a třicet let před nástupem internetu vlastně predikuje vznik webu (Lister, 2009: 81-82), který, jak již bylo řečeno v první kapitole této práce,

[14] Torontská mediologická škola, jenž hledá souvislost mezi vývojem lidské civilizace a používanými komunikačními prostředky, byla založena Haroldem Innisem, který ve svých dílech *Empire and Communications* (1950) a *The Bias of Communication* (1951) říká, že komunikační prostředky ovlivňují informace a tím i společnost (Chandler, 1996).

[15] Jeho hlavním oponentem byl britský kulturolog Raymond Williams, který ve svých pracích *The Country and the City* (1973) a *Television: Technology and Cultural Form* (1974) zastává postoj kulturního materialisty. Na něho dnes navazují teoretici, kteří vidí politiku v době internetu jako nezměněnou (Lister, 2009: 77-78).

integruje více druhů médií v jedno. V následujícím díle *Understanding Media: The Extension of Man* (1964) navíc přichází s metaforou globální vesnice, jako společnosti, která se sbližuje. Ta je v současné době, kdy zdůrazňujeme internet jako interaktivní médium, hojně používána (Lister, 2009: 85).

3.2 Kritika demokracie a radikální kybernetický optimismus vs. umírněné predikce

Ačkoliv mezi liberálními demokraciemi západního světa můžeme nalézt řadu rozdílů, jedno je jim již od druhé světové války společné. Jsou terčem stále narůstající kritiky. Debata o „krizi demokracie“ prošla od té doby několika stádii. V 70. letech a na začátku let 80. dominují této kritice práce Jürgena Habermase a Clause Offeho. Její podstatou je přesvědčení, že kapitalismus přinesl střet mezi racionalitami trhu, demokracií a byrokracií, který produkuje „patologie v řízení států“ a „krizi legitimity“ či „deficit legitimity“ tohoto řízení (Hoff – Horrocks – Tops, 2000: 3). Jinými slovy kapitalismus, který je řadou autorů považován za podmínku liberální demokracie se pro ni stává problematickým, protože produkuje sociální sílu, která leží kdesi za hranicí demokratické kontroly (Dalgren, 2001: 66).

I když v nadcházející době tzv. státy blahobytu praktikující keynesiánskou politiku prosazují strategie jak s touto tenzí naložit, kritika v podobě deficitu legitimity přetrvává a od konce 70. let, kdy se tyto státy dostávají do problémů, ještě posiluje. Tentokrát jsou jejími nositeli liberálové, kteří upozorňují na „přetížení státu“, který přestává být schopen naplňovat rostoucí požadavky svých občanů. Koncem 80. let se poté terčem kritiky stává vliv privátního sektoru na státní politiky. (Hoff – Horrocks – Tops, 2000: 4).

Do pádu komunismu a rozpadu východního bloku nebyla liberální demokracie západního střihu nikdy tak všeobecně přijímaným modelem uspořádání. Její kritika ale dále roste. Podle Norris (1995) globálně narůstá množství občanů, kteří chápou demokracii jako ideál, který ale fungování jejich politického systému a zejména jeho hlavní reprezentativní instituce nenaplňuje (Norris, 1999: 269). Kritici tvrdí, že občané většiny západních demokratických

zemí jsou přesvědčeni o stagnaci jejich politických systémů, které fungují spíše reaktivně než proaktivně (Dalgren, 2001: 66). Cítí se stále více odtrženi od politického života (od procesu rozhodování a institucí demokratického státu), což vidí jako problém nenaplněných slibů a nedostatečné komunikace. Mají pocit, že nemohou ovlivnit výsledky vládnutí, mají nedostatek informací a politické elity jsou neochotné nebo neschopné jim naslouchat (Coleman – Blumler, 2009: 1-3). Šíří se tak atmosféra anti-politiky. Aréna oficiální politiky se netěší takové podpoře jako v minulosti a občané na ní přestávají participovat. Loajalita k politickým stranám upadá, naopak občané často politiky opovrhují. Roste krize občanské kultury a aktivního občanství (Dalgren, 2001: 3). Nespokojeni ale nejsou pouze občané, nýbrž i politické elity, z jejichž projevů je cítit nespokojenost s nedostatečnou občanskou důvěrou v ně vloženou a nostalgie po době, kdy byli politici respektováni a občané věnovali politice pozornost (Coleman – Blumler, 2009: 2-3).

Politici si tak veřejně stěžují, že se cítí odtrženi od svých voličů, tento pocit přiživují novináři a masová média obecně a političtí vědci publikují práce, ve kterých se ptají „proč Američané nenávidí politiku“ (Dionne 1991) a hovoří o „mizícím voliči“ (Patterson 2002), „krizi komunikace“ (Blumler a Gurewitch 1995) a „defektní demokracii (Pharr, Putnam 2000; Coleman – Blumler, 2009: 2).

V době největší kritiky západní demokracie, ale dochází k rychlému vývoji v kapacitě internetu a také k jeho masovému rozšiřování mezi občany. Robert Putnam navíc ve své práci *Bowling Alone* (2001) tvrdí, že elektronická média, zejména televize privatizují volný čas občanů a mají významný vliv na pokles jejich občanské aktivity (Putnam, 2000: 288). Rozšiřuje se technologicko-deterministický pohled na budoucí vliv internetu na politické systémy, tzv. kybernetický optimismus, jehož představitelé věří, že nová média vyřeší současné problémy demokracie[16]. Ten není doménou pouze vědců, ale také publicistů (mezi nejznámější patří kupříkladu Malcolm Gladwell) a politiků (Oates, 2008: 161). Například Al Gore ve svém projevu k Mezinárodní

[16] Neobjevují se ale pouze teorie, které jsou, co se týče vlivu internetu na západní demokracie, optimistické. Například Margolis a Resnick (2000) tvrdí, že politika v éře nových médií zůstane stejná jako obvykle (Margolis – Resnick, 2000: 15). Barber (2003) dokonce hovoří o jejich negativním vlivu (Barber, 2003: x).

komunikační unii v roce 1994 řekl, že: *„Globální informační infrastruktura (GII) nebude pouze metaforou pro fungující demokracii, ve skutečnosti bude podporovat schopnost národů vzájemně kooperovat. Vidím nový věk athénské demokracie ztělesněný ve fóru, které GII vytvoří“* (Al Gore, 1994, podle, Coleman – Blumler, 2009: 8).

Protože internet přináší občanům informace a dává jim možnost rychle reagovat a mobilizovat se, vidí ho řada teoretiků jako médium, které obnoví přímou demokracii a znovu dá občanům moc. Tato myšlenka je založena na představě vzniku určitého druhu decentralizované veřejné sféry, nad kterou nebudou mít politické elity kontrolu, takže občané budou v určitých hranicích přímo zapojeni. Někteří mediální optimisté nepředvídají přímo revoluci, ale jsou ve svých predikcích umírněnější a potenciál internetu spatřují zejména ve zlepšení tradičního vládnutí skrze online možnosti jako je e-voting, vládou sponzorované chatové místnosti a jiné komunikační nástroje, které má internet potenciál vytvořit (Oates, 2008: 161-162).

Gibson et. al. (2004) rozděluje kyber-optimistickou literaturu do čtyř kategorií podle dosahu změn politických systémů, které autor očekává na teorie, jež predikují jejich úplnou erozi, limitovanou erozi, modernizaci či obnovení[17] (Gibson – Lusoli – Römmele – Ward, 2004: 6). Úplnou erozi dosavadních politických systémů předpokládá zejména první vlna teoretiků vlivu nových informačních a komunikačních technologií na politiku. Ti hovoří o budoucí tzv. e-demokracii či kyberdemokracii. Mezi nejradikálnější z nich patří například Castells (1996), který říká, že internet umožní vznik společnosti sítí, kde výchozím bodem nebude dokonce ani národní stát. Politické aktivity se tak přenesou na nadnárodní úroveň (Webster, 2001: 5). Například i podle Negroponteho (1995) se národní stát „vypaří“. V jeho hranicích setrvávají autoři jako Dahl (1989) podle nějž nová technologie vytvoří „státy pokročilé demokracie“, Etzioni (1993) očekává vznik „teledemokracie“, Grossman (1995) příchod „třetího věku demokracie“ a Browning (1996) hovoří o „elektronické

[17] Přesné zařazení jednotlivých autorů, ale není možné, protože u řady z nich se teorie o vlivu internetu na demokracii měnily v čase. Například Barber v prvním vydání publikace *Strong Democracy* (1984) predikuje, že internet posílí participaci občanů na politice. V předmluvě k jejímu třetímu vydání z roku 2003 je naopak k pozitivnímu vlivu internetu na demokracii skeptický (Barber, 2003: x).

demokracii“. Politické strany jsou pro tyto autory zastaralé struktury a řízení státu bude brzy mít podobu spíše masové vlády (Bimber, 1998: 134).

Další teoretici předpokládají spíše limitovanou změnu dosavadní demokracie. K odstranění reprezentativní vlády nedojde, ale dojde k jejímu sblížení s občany. Například Bellamy a Raab (1999) hovoří o on-line konzultacích budoucích státních politik vyvolaných vládou (Gibson – Lusoli – Römmele – Ward, 2004: 6-7).

Tato práce se dále bude držet v intencích posledních dvou skupin teorií, které předvídají pokrok a řešení současných problémů v rámci zachování reprezentativní demokracie, jejíž základní kámen tvoří politické strany (Norris, 2003: 21-22; Sartori, 1976: 24). Jedná se o teorie, podle nichž dojde buď k modernizaci či obnovení (ve smyslu přeměny nebo vzniku nových kvalitativně odlišných) politických stran. Teoretici modernizace jako například Gibson a Ward (2000) tvrdí, že internet je schopen zlepšit jejich image, a to zejména u mladších voličů. Weby politických stran budou sloužit sedm dní v týdnu dvacet čtyři hodin denně jako rychlý a dostupný informační a komunikační nástroj nejen voličům, ale i svým členům, promění se tak vnitřní uspořádání těchto organizací (Gibson – Lusoli – Römmele – Ward, 2004: 7).

Teoretici predikující obnovu, tedy vznik nového typu politických stran jako například Coleman (1999) tvrdí, že strany budou svým občanům skutečně naslouchat a zapojí je do svého praktického fungování (Gibson – Lusoli – Römmele – Ward, 2004: 7). Margetts (2001) dokonce dává těmto novým organizacím název kyber-strana (Margetts, 2001: 1).

3.3 Technologický determinismus a funkce politických stran

Politické strany nadále zůstávají základním kamenem reprezentativní demokracie. Tímto jejím elementárním prvkem se stávají díky vykonávání řady nezastupitelných funkcí. Žádný text komparativní politologie nenabízí vyčerpávající a univerzálně použitelný seznam rolí politických stran v demokracii, přesto se většina z nich shodne na pěti jejich základních funkcích.

Patří sem: 1) integrace (ve smyslu socializace) a mobilizace občanů (strany poskytují klíč k interpretaci komplikovaného politického světa); 2) artikulace a agregace jejich zájmů (strany hrají roli filtru mezi společností a státem, redukují specifické požadavky občanů a transformují je do balíčků návrhů pro vládní politiku); 3) rekrutování politických lídrů; 4) tvorba parlamentu a vlády a 5) vytváření spojnice mezi státem a společností (Norris, 2005: 4).

Například Sartori (1976) a Lawson (1980) zdůrazňují právě poslední z výše vyjmenovaných funkcí politických stran, tedy vytváření jakéhosi mostu mezi společností a státem (Pederson – Saglile, 2005: 361). Podle Katze (1990) politické strany spojují volené reprezentanty a občany tím, že občanům poskytují kanály pro komunikaci se stranou a pro jejich aktivní participaci. Různé typy politických stran potom poskytují odlišný typ onoho pomyslného mostu. Masová strana se snaží probudit zájem o věci veřejné u obyčejných občanů a usiluje o jejich aktivní zapojení do politiky. Prosazuje tak tzv. participační propojení občana se státem. Pokud vyjdeme z Duvergerova (1954) klasického pojetí masové strany, potom předpokládáme masovou, hierarchicky uspořádanou stranickou strukturu a právě ona struktura zprostředkovává kontakt mezi jednotlivými členy (masou) a politickou elitou, která vede stranu na národní úrovni. Participace se tak uskutečňuje v lokálních strukturách, které jsou připojeny k centrální stranické organizaci. Kontakt mezi stranickou elitou a řadovými členy tedy zprostředkovávají jednak stranické organizace, ale také masmédia. Obojí je problematické, protože informace se lehce ztratí v hierarchii strany a masmédia často zprávu strany ignorují či zjednodušují (Pederson – Saglile, 2005: 361). Postupně však dochází k úpadku členství, což sebou tedy potenciálně přináší i úpadek onoho participačního propojení občana a státu. Pokud vyjdeme z Katzova a Maierova (1997) pohledu na vývoj politických stran od masové (Duverger, 1954), přes *catch-all* stranu (Kirchheimer, 1966) až po kartelovou stranu (Katz – Mair, 1995), pak onou podstatnou proměnou je právě pozice, kterou zaujímají mezi společností a státem. Podle těchto autorů se od 70. let 20. století objevuje trend postupného vzdalování stran od společnosti. U masových stran je ještě zcela zřejmé jejich oddělení od státu a role mostu mezi jím a občanskou společností. *Catch-all* strany již začínají částečně do státu pronikat a vzdalovat se společnosti, protože jsou nuceny flexibilně přesouvat

svou pozornost na jednotlivé zájmy, kterých je mnoho. Stávají se tedy spíše, než mostem, jednatelem. Neartikulují a neagregují pouze společenské zájmy, ale také brání politiku před veřejností. Ve své konečné fázi, v období kartelových stran, se potom tyto organizace stávají státem a jejich úloha prostředníka zcela zaniká (Mair – Katz, 1997: 93-120).

Informační a komunikační struktura internetu, která byla popsána v první kapitole tohoto textu, ovšem ostře kontrastuje s výše nastíněným způsobem propojení či odtržení občana a státu. Internet umožňuje stranickým lídrům obejít masmédia i stranické aktivisty a získat tak přímý kontakt s voličem (Pederson – Saglile, 2005: 362).

Tento přímý kontakt strany s občanem zdůrazňuje Margetts (2001), která hovoří v souvislosti s rozšířením nových informačních a komunikačních technologií o vzniku nového typu stran, tzv. kyber-stran. Základním definičním znakem kyber-strany je aktivní použití webových technologií k posílení vztahu mezi stranou a voličem. Navíc obyčejný občan je pro tento typ strany prioritou, má vyšší váhu než její vlastní členstvo. Díky internetu totiž může strana, zatím aktivně do politiky nezapojené mase, nabídnout nepřetržitě informace, které měli do té doby k dispozici pouze členové stran (programy, názory stranické elity, každodenní aktivity strany atd.) čímž posiluje funkce socializace občana do politiky a vzdálenost mezi ním a stranou se zkracuje (Margetts, 2001: 10-11).

Řada teoretiků také předpokládá pozitivní vliv internetu na aktivní participaci občanů na činnosti politických stran. Norris (2005) říká, že strany formulují cíle své politické komunikace v určitém jejím kontextu. Ten je dán jednak právní regulací (zvláště pokud jde o volební kampaň), ale také strukturou masmédií a stupněm rozšíření nových informačních a komunikačních technologií, zejména internetu a mobilních telefonů mezi občany. Potom mohou strany vést zprávu směřovanou k potenciálním voličům skrze různé komunikační kanály, přímo či nepřímo. Cílem veškeré politické komunikace je podle autorky občany informovat, přesvědčit a mobilizovat. Právě přímá komunikace (tzn. komunikace oproštěná od zásahů dalších médií), která měla do doby masového rozšíření internetu pouze omezený dosah (meetingy politických stran na lokální úrovni, projevy vůdců stran apod.), je v případě

mobilizace občanů nejefektivnější (Norris, 2005: 4-6). Norris (2001) tvrdí, že šetření provedená v USA a Evropě do roku 2000 sice naznačují, že internet je schopen probudit zájem o aktivní participaci zejména u občanů již se stranou sympatizujících či těch, kteří se o politický život vždy aktivně zajímali, z toho ale není možné vyvozovat definitivní závěry, protože internet v té době ještě nebyl rozšířen mezi dostatečné kvantum občanů. Nemůžeme ho tedy vyloučit jako hlavní budoucí motivátor a kanál participace občanů na politice, zejména pokud jde o mladší skupiny voličů, jejichž politická socializace bude probíhat zejména na internetu (Gibson – Lusoli – Römmele – Ward, 2004: 3-5). I Gibson a Ward (2009) zdůrazňují schopnost internetu aktivně zapojit tuto kategorii občanů a mimoto předpokládají, že participace podporovatelů strany na jejím fungování bude díky možnostem, které internet nabízí, brzy pravidelnější. Podle řady studií týkajících se právě politické participace totiž častý kontakt se stranou vyvolává u aktivních občanů dojem, že jejich činnost je efektivní a tím více se zapojují. Navíc tito autoři tvrdí, že tím nedojde pouze ke sblížení strany a občanů, ale také občanů navzájem. Společná participace na činnosti strany jim totiž umožní budovat vzájemnou důvěru a jejich sociální kapitál poroste (Gibson – Ward, 2009: 29-30).

V současnosti je možné již s jistotou říci, že internet se osvědčil jako dobrý nástroj pro artikulaci politických zájmů. První organizace, které ho tímto způsobem začaly aktivně využívat, byly zájmové skupiny, jež jsou skrze něj schopny zájmy často nejen artikulovat, ale také mobilizovat občany pro jejich aktivní podporu. Politické strany ovšem plní funkci nejen artikulace zájmů, ale také jejich agregace a i v tomto směru řada teoretiků predikuje při aktivním používání internetu změnu. Podle některých mohou například právě ze zájmových skupin v budoucnu díky internetu častěji vznikat nové politické strany, protože ten jim umožní zájmy efektivně zjišťovat a následně agregovat. Podle jiných naopak může internet v tomto směru posílit již zavedené velké politické strany. Weby těchto stran totiž umožní občanům veřejný život komentovat a budou tak straně sloužit jako nikdy nekončící průzkum veřejného

mínění[18]. Nevyhnutelně budou fungovat na principu „vytvoř a uč se“ (*„build and learn“*). Nevyhnutelně, protože mezi stranami existuje soutěž a neudělá-li to jedna strana, udělá to druhá a ta v tomto směru méně aktivní se od svých voličů vzdálí, což bude v konečné fázi znamenat její volební neúspěch (Margetts, 2001: 13-15). Takovýto způsob decentralizace politické moci předpokládá například i Cross (1997), jehož argumentace vychází z ekonomických zákonitostí. Protože internet mění pohled na vzdálenost a redukuje cenu přenosu informací, umožňuje firmám rychle přizpůsobit nabídku potřebám svých zákazníků. Autor očekává, že na stejné bázi funguje i veřejný život a strany se v budoucnu zařídí podobně jako firmy (Wedig, 2007: 57). Podle Grossmana (1995) nejen, že všichni občané budou moci jedním kliknutím myší, napsáním či namluvením komentáře sdělit stranickým lídrům seznam svých zájmů, navíc jejich agregace bude probíhat na základě deliberace, tedy strukturované diskuze zaměřené na výměnu názorů s cílem dojít k požadovanému rozhodnutí, a to díky schopnosti internetu zajistit mnohosměrnou komunikaci (model *many-to-many*), která byla popsána v první kapitole této práce (Ferber – Foltz – Puglise, 2007: 392-393).

3.4 Technologický determinismus a vnitřní organizace politických stran

Tato diplomová práce přijímá přesvědčení většiny politických vědců, že strany hrají a budou hrát důležitou roli v liberálních demokraciích i ve věku nových informačních technologií. Budge (1996) ve své knize *The New Challenge of Direct Democracy* říká, že: *„Politické strany jsou ohromným vynálezem posledních dvou století. Bez nich by demokracie v moderním světě vůbec nemohla fungovat. Strany jsou jedinými tělesy, jež jsou schopny rozumně a systematicky zhodnotit současný stav a budoucí vyhlídky celé společnosti a navrhnout střednědobý plán jejího rozvoje. Jako jediné politické organizace jsou*

[18] Například velšská strana Plaid Cymru v minulosti několik měsíců před volbami nabídla občanům na svém webu možnost hlasovat o aktuálnosti tématu velšské devoluce (Margetts, 2001: 14).

také dostatečně jednotné na to, aby prosadily své návrhy ve vládě. Předvolební klání se zaměřuje na jejich témata a jejich kandidáty, organizují legislativu a systematizují vztahy mezi stávající politickou reprezentací a voliči“ (Budge, 1996, podle, Margetts, 2001: 12). I Mair a van Biezen (2001), když analyzují dlouhodobý úpadek individuálního stranictví v Evropě, v letech 1980 až 2000, zdůrazňují, že strany sice rapidně ztrácí kapacitu přeměnit řadového občana ve svého aktivního člena, neznamená to ale, že by se jejich důležitost ve společnosti vytrácela. Stále se totiž nenašel žádný jiný typ organizace, který by byl schopen převzít role, které ve společnosti nadále hrají (Mair – van Biezen, 2001: 13-14).

Jak již bylo řečeno, podle dostupných dat, v liberálních demokraciích od 70. let klesá množství členů politických stran (Katz – Mair, 1994; Scarrow, 1996; Mair – van Biezen, 2001). Navíc je toto členství sociálně omezeno, to znamená, že členskou základnu většiny stran tvoří zejména vzdělaná střední třída, podreprezentovány jsou hlavně ženy, mladší skupiny občanů a etnické minority. Kromě toho upadá i aktivita oněch zbývajících členů. Ti sice platí pravidelně příspěvky, jsou jim poskytovány informace o dění ve straně, ale většina z nich se jinak aktivně života strany neúčastní (Lusoli – Ward, 2003: 3-4).

V 80. letech 20. století začínají politické strany používat nová média jednak pro vnitřní komunikaci, ale i pro komunikaci s občany a od té doby je také technologičtí optimisté považují za nástroj modernizace jejich vnitřního uspořádání (Lusoli – Ward, 2003: 5). Ward a Gibson (2009) vidí v aktivním používání internetu kapacitu pro získávání nových členů a diverzifikování jejich sociální základny. Internet v tomto směru přináší stranám administrativní výhody například v podobě databáze e-mailů případných členů, které mohou rychle, efektivně a za nízkou cenu oslovit a to i v místě, kde strana fyzicky nemá svou lokální pobočku (to přináší benefity zejména malým organizacím s geograficky roztroušenými sympatizanty). Nadto v sobě internet skýtá díky kombinaci textu, audiovizuálních podnětů a interaktivity ohromný marketingový potenciál. Webové stránky se tak stávají atraktivní zejména pro mladší věkové skupiny občanů, které obecně není lehké získat srze tradiční média, ale naopak internet je každodenní součástí jejich života. V současnosti jsou navíc weby schopny získat užitečné informace o svých návštěvnících, což přináší stále

sofistikovanější způsoby zacílení na možné budoucí členy. Svou roli pak sehrává i virální marketing, díky němuž mohou sympatizanti sami šířit sdělení mezi své přátele, kolegy a rodinu (Ward – Gibson, 2009: 28-29).

Rozšíření nových médií s sebou přineslo také úvahy o budoucím vnitřním uspořádání politických stran. Politologická literatura zabývající se jejich fungováním po druhé světové válce se shoduje na postupné centralizaci a stále menší závislosti nejvyšší stranické elity na řadových členech. Strana mas (Duverger, 1954), jenž se opírá o širokou členskou základnu, chápe vnitrostranickou demokracii jako společně sdílený, delegativní proces fungující směrem zdola nahoru, kde důležitou roli hrají lokální elity. Tzv. strany pro všechny, neboli *catch-all* strany (Kirchheimer, 1966) a kartelové strany (Katz – Mair, 1995) zastávají spíše individuální model členské participace. Catch-all strany vidí demokracii jako proces zcela kontrolovaný nejvyšší stranickou elitou, tedy fungující směrem shora dolů. Kartelová strana sice formálně dává svým členům větší moc v podobě přímé participace například na sestavování volebních programů či kandidátek, ale ona sdílená agenda je vždy omezena ze strany nejvyšších elit a Katz s Maierem (1995) navíc argumentují tím, že atomizovaní členové nejsou schopni zpochybnit rozhodnutí stranických lídrů. Navíc, protože strana není finančně závislá na členských příspěvcích, ale snaží se získat peníze na činnost i od pouhých sympatizantů a k tomu je pravidelně subvencována státem, stírá se rozdíl mezi členy a zbytkem voličů. Prakticky autonomními se ale stávají i strany na lokální úrovni (Ward – Gibson – Nixon, 2003: 27-29).

Technologicko-deterministické vize, podle kterých se politické strany díky internetu vnitřně demokratizují ve smyslu oslabení vnitrostranické oligarchie a aktivního zapojení řadových členů do rozhodování o všech stranických aktivitách, vesměs vychází z jeho schopnosti překlenout časovou a místní bariéru komunikace, která je typická pro tradiční média (srov. např. Washbourne, 2001: 129; Bimber – Stohl – Flanagin, 2009: 76; Ward – Gibson, 2009: 31; van Dijk, 2006: 101). Oslabuje tak jeden ze základních předpokladů Michelsova (1915) železného zákona oligarchie, podle kterého čím více se organizace rozrůstá co do množství svých členů a stává se komplexnější, tím méně je její vnitřní život demokratický, a tak oligarchické struktury nakonec

dominují jakékoliv politické organizaci, nezávisle na její politické orientaci. Delegovat moc je podle tohoto autora v jakékoliv velké organizaci nevyhnutelné, protože technicky není možné, aby se všichni členové sešli a debatovali o otázkách jejího fungování. Michels říká: *„I když si představíme lepší prostředky komunikace než ty, které existují dnes, nikdy nebude možné shromáždit takovou masu na jedno místo, v určitém čase a frekvenci, kterou stranický život vyžaduje“*[19] (Michels, 1962: 22).

Podle Warda a Gibson (2009) umožní internet vnitřní demokratizaci politických stran, protože sbližuje všechny členy ve směru vertikálním (stranická elita-řadový člen) i horizontálním (řadový člen-řadový člen). Díky intranetu, vnitřním diskuzním fórům, e-mailů, blogovým a sociálním sítím a tedy rychlému přenosu informací a interaktivitě bude možné rozhodovat o fungování strany na základě deliberace a navíc budou všichni členové strany v pravidelném a častém kontaktu s elitou, což potenciálně zvýší její odpovědnost za chod strany vůči všem. Navíc všichni členové spolu budou moci komunikovat nezávisle, bez použití oficiálních kanálů strany a elita nad nimi ztratí kontrolu (Ward – Gibson, 2009: 31-32).

Politické strany by se tedy, v souladu s těmito normativními předpoklady, měly díky internetu modernizovat a proměnit se v nehierarchické organizace s jednoduchým managementem a širokou členskou základnou, která bude uplatňovat rozsáhlou politickou moc (Bimber – Stohl – Flanagin, 2009: 76). Například podle Tofflera (1981), van Dijka (2006) a Chadwicka (2007) se dosavadní velké byrokratické organizace změní v neformální sítě, které se budou moci rozšířit do velké vzdálenosti a při tom stále aktivně spolupracovat (Wedig, 2007: 57).

[19] Neuskutečnitelnost vnitrostranické debaty všech členů o otázkách veškerého fungování politické strany není jediným důvodem oligarchizace těchto organizací. Důležitou roli sehrávají i takové faktory jako kupříkladu davová psychologie (blíže viz Michels, 1962).

4. Cíle výzkumu a metodologie

Cílem praktické části této práce je zjistit, zda byly naplněny predikce vědců, jež tvrdí, že politické strany se budou s rozšířením internetu jako nového média v duchu techno-deterministického přesvědčení měnit, a to ve smyslu své vnitřní organizace a způsobu vykonávání některých základních funkcí.

Margolis a Resnicks (2000) rozlišují tři druhy internetové politiky. Politiku na internetu, která není nijak spojena s reálným světem, politiku, která ovlivňuje a reguluje internet a politické použití internetu, jenž zahrnuje on-line aktivitu, jejímž cílem je ovlivnit politickou realitu (Margolis – Resnicks, 2000: 8-21). Právě v poslední zmíněné sféře internetové politiky se pohybuje tato práce. Autorka navíc přijímá přesvědčení například Farella (2011), že ovlivňování reálné politiky internetem funguje jako mechanismus, který začíná právě v on-line sféře, kde nejprve musí vzniknout řada často se překrývajících kauzálních prvků (Farell, 2011: 2).

Práce se snaží na případových studiích politických stran Velké Británie a Německa zodpovědět následující otázky, jež vyplývají z kyber-optimistických teorií vlivu internetu na vnitřní organizaci a funkce politických stran, které byly představeny v teoretické části tohoto textu.

Otázky týkající se vlivu internetu na funkce politických stran:

1) Jaký typ informací převládá na oficiálních webech politických stran (o politickém procesu, obecné informace o straně, informace o osobnostech strany, informace pro média)?

2) Dominuje oficiálním webům zkoumaných politických stran jejich informativní funkce nebo nabízí občanům i možnosti aktivně participovat?

3) Pokouší se politické strany na svých oficiálních webech občany mobilizovat?

4) Podporují strany na svých oficiálních webech veřejnou diskuzi (model komunikace many-to-many)?

Otázky týkající se vlivu internetu na vnitřní organizaci politických stran:

1) Došlo, od doby kdy strany vstoupily na internet, k numerickému nárůstu jejich stranické základny?

2) Využívají strany síťovou funkci webu spíše ke spojení s externími organizacemi a nebo k propojování v rámci strany?
3) Do jaké míry formují hlavní oficiální weby stran spolu s přidruženými stranickými weby soudržnou on-line síť?

První sadu otázek o vlivu internetu na funkce politických stran se tato práce pokouší zodpovědět na bázi kvantitativně kvalitativní obsahové analýzy webů vzorku zkoumaných politických stran (viz tabulka číslo 2). Kódovací schéma vychází z metodologie navrhnuté Gibson a Wardem (2000) a Footem a Schneiderem (2006), jíž dále rozpracovala Russman (2010) ve své komparaci stranické webové komunikace během rakouských parlamentních voleb v roce 2008 s německými parlamentními volbami v roce 2009 (celé kódovací schéma viz tabulka číslo 3). Ačkoliv byla tato metoda vypracována zejména pro zkoumání webů během volební kampaně a pro tyto účely byla již mnohokrát použita (srov. např. Gibson – Römmele - Ward, 2003; Gibson – McAllister, 2006; Schweitzer, 2011), Gibson et. al. navrhuje její použití i mezi volbami a také pro další politické subjekty (Gibson - Ward, 2000: 302). Cílům této práce pak plně odpovídá.

Výhodou použité metodologie je systematický přístup ke zpracování dat, který umožňuje srovnání stranické politické komunikace, jednak v rámci různých států, ale i v čase, v čemž Gibson a Ward (2000) vidí největší slabinu ověřování, ale i tvorby hypotéz o vlivu internetu na politické strany a demokracii obecně. Weby politických organizací jsou od počátku používání internetu sférou zájmu akademiků, kteří přijali množství metodologických přístupů k jejich zkoumání. Řada z nich (obzvláště v počátcích výzkumu) byla kvalitativních, deskriptivních a často ne zcela oproštěných od subjektivního pohledu autorů založeného na dojmech. I jedna z nejcitovanějších kritik technologického determinismu, publikace Margolise a Resnicka z roku 2000 *Politics as Usual: The Cyberspace Revolution,* vychází často z takových výzkumů (Gibson – Ward, 2000: 303; Margolis – Resnick, 2000: kapitola 3 a 4).

Použité kódovací schéma je založeno na čtyřech hlavních funkcích stranických webů, podle Foota a Schneidera tzv. webových praktikách. Mezi ně patří informativní, participativní, mobilizační a spojovací/síťová funkce webů.

Všechny z nich tak, jak již bylo uvedeno v teoretické části práce, mohou pomoci stranám naplňovat funkci socializace občana do politiky, jeho mobilizaci, aktivní participaci i agregaci jeho zájmů.

Základní funkcí www stránek je *poskytování informací*. Prakticky všechny on-line struktury přináší informace, některé součásti webu jsou ale spojeny pouze s jejich přenosem. To znamená, že neusnadňují další interakci mezi producentem a uživatelem a od druhého jmenovaného nevyžadují kromě kliknutí myší jinou aktivitu. Strana na svém webu může poskytovat všem uživatelů obecné informace o politickém systému, o straně a jejích členech. Může je ale i zacílit na určitou skupinu návštěvníků, například na média. Tyto informace pak dnes mohou mít podobu nejen textu, ale i audia (často projevy lídrů stran) či videa (Foot – Schneider, 2006: 44-48). Tato funkce webu je pak posílena díky vlastnostem internetu větším množstvím lépe zacílených dat. Navíc strany mohou používat svůj web jako archiv hlavních zpráv (Gibson – Ward, 2000: 305). Vytvářet pravdivý a aktuální informativní obsah stránek vyžaduje od producenta vysoké nasazení. Ten je navíc často vystaven dvojímu tlaku. Musí být schopen naplnit potřeby jednak uživatele, který navštíví web poprvé, ale i toho, který se pravidelně vrací (Foot – Schneider, 2006: 61-62).

Skrze *participativní funkci* webu se strany snaží zvýšit zapojení občanů do politického procesu. Na participaci občanů může mít vliv jednak již popsané rychlejší šíření většího množství informací v multimediální podobě, ale také možnost interaktivní komunikace. Tedy vytvoření on-line struktur zajišťujících interakci mezi uživatelem a stranou, případně uživateli navzájem (Gibson – Ward, 2000: 306). Strana pak může nabídnout řadu možností jak občana aktivně zapojit. Například je mu schopna zajistit rychle dostupné kontakty na své členy, může vytvářet diskusní fóra a chaty, on-line petice či události. Dokonce si dnes může založit vlastní sociální síť.

Mobilizační funkce internetu spočívá v poskytnutí webových prvků, které vyzývají občany, aby byli aktivní ve prospěch politické strany. Její sympatizanti si tak mohou například podat přihlášku ke členství, zaregistrovat se jako dobrovolníci, poskytnout databázi e-mailů svůj kontakt, kde mohou být následně žádání o další podporu nebo jí darovat finanční prostředky. Často je také tato funkce spojována se snahou propagovat stranu nečleny. Hlavní logika takové

mobilizace spočívá v přesvědčení, že díky ní strany dosáhnout na větší kvantum voličů, protože aktivní podporovatelé jim nabízí síť svých kontaktů a obecně zpráva, kterou vysílají, bývá považována za důvěryhodnější než sdělení, které produkuje sama strana. Ona propagace pak může probíhat on-line i off-line. Strana může na svém webu poskytnout podporovatelům materiály pro fyzickou distribuci, čímž prakticky začala v polovině 90. let éra internetových kampaní. Dnes je možné touto cestou šířit i audio a video nahrávky. Podporovatelům bývají poskytnuty i způsoby, jak propagovat stranu on-line, tzn. například bannery, pohlednice a podobně. (Foot – Schneider, 2006: 130-136). Na takovém typu mobilizace v zásadě funguje Barberova (2003) *„silná demokracie“*, kde se všichni občané mezi sebou snaží aktivně prosadit linii, po které chtějí, aby politika kráčela (Barber, 2003: 85).

Čtvrtou otázku o schopnosti strany díky internetu agregovat zájmy na bázi veřejné rozpravy se tento text snaží zodpovědět na základě Ferberova et. al. (2007) modelu kybernetické interaktivity, podle něhož jsme schopni určit, zda weby zkoumaných politických stran, které dnes bezesporu mají možnost zařadit prvky webu 2.0 podporující více směrnou komunikaci, povzbuzují veřejnou diskuzi, či zda jsou slovy Jacksona a Lillekera (2009) *„hybridem nebo dokonce zmrzačením webu 2.0 pro propagační účely“* (Jackson – Lilleker, 2009: 248; Ferber – Foltz – Puglise, 2007: 391).

Interaktivní podstata internetu podporuje představu, že všechny weby politických stran dnes podporují veřejnou debatu a tím i efektivní a demokratické agregování zájmů. Interaktivita je, ale jak již bylo řečeno v první kapitole této práce, podle Rogerse (1986) intervalovou proměnnou. Ačkoliv Rogers ve své době hovoří o rozdílu v interaktivitě mezi tradičními a novými médií, stejně tak existuje rozdíl v interaktivitě jednotlivých prvků v rámci jedněch webových stránek. Ferber se svými kolegy navázal na McMillanovu (2002) koncepci čtyř úrovní interaktivity, jenž se opírá o již zmíněnou Bordewijkovu a Kaamovu (1982) typologii médií založenou na tom, kdo vlastní a poskytuje informace k přenosu a kdo kontroluje jejich distribuci, k níž přidává Grunningovo (1989) dělení na jednosměrnou, dvousměrnou a třísměrnou symetrickou komunikaci viz obrázek číslo 4 (Ferber – Foltz – Puglise, 2007: 400).

Tento model kybernetické interaktivity tedy začíná dvěma typy jednosměrné komunikace, monologickou (většina informací na webu) a komunikací obohacenou o možnou zpětnou vazbu. Druhý sloupec pak představuje dva její dvousměrné vzorce. Odpovědný dialog lze přirovnat k praxi internetového obchodu, kde webové stránky nabízí zboží a uživatel má možnost si ho objednat. Pokud se významně zvýší kontrola informací uživatelem, dochází k vzájemné rozpravě (webové nástěnky apod.). Ferber et. al. argumentuje tím, že další úrovní interaktivity internetu je schopnost dosáhnout veřejné debaty. Přidává proto další sloupec, jenž reprezentuje dva druhy třísměrné komunikace. Zde jeden uživatel svou zprávu adresuje nejen webu, ale i širšímu publiku, které na ni může následně reagovat, tzv. ji publikuje. Jedná se o regulovanou odezvu, to znamená, že web má kontrolu nad obsahem chatu, pokud dojde k hlasování o nějaké otázce, odpovědi jsou předem formulovány atd. Nejvyšší úrovní kybernetické interaktivity je veřejná debata, během které uživatelé tvoří obsah neomezeně. Kontrola je omezena na porušování etických norem webu (Ferber – Foltz – Puglise, 2007: 402-403).

Druhou sadu otázek týkající se vlivu internetu na vnitřní organizaci politických stran se tato práce pokouší zodpovědět na základě analýzy dat o vývoji jejich členských základen následované kvantitativně kvalitativní obsahovou analýzou spojovacích, lépe řečeno *síťových praktik webů*, která je pro tuto práci přínosné jednak z hlediska vnitřní demokracie stran, ale také obecně pro přibližování těchto politických organizací ke společnosti. Díky internetovým odkazům mohou strany a jejich členové vytvářet jednak interní, ale také externí sítě (Gibson – Ward, 2000: 305). Mezi vnitřní odkazy můžeme zahrnout například linky na weby členů strany nebo www stránky lokálních organizací. Externí linky pak mohou znamenat snahu o větší provázanost stran se společností. Můžeme sem zahrnout odkazy na vzdělávací instituce, náboženské organizace, občanská sdružení a podobně. V poslední době umisťují strany na své weby i odkazy na různé sociální sítě jako Facebook, MySpace, Flickr, Youtube a Twitter (celé kódovací schéma viz tabulka číslo 4).

Soudržnost propojení oficiálních stranických webů s přidruženými stranickými weby je následně hodnocena na základě zmapování sítě

hyperlinků[20] (pouze těch, na které strana odkazuje v záložkách, nikoliv linků v textu), přičemž hodnocena je jejich reciprocita. Kódování bylo provedeno manuálně pro následnou vizualizaci, byl použit volně dostupný template pro Excel NodeXL.

5. Velká Británie

5.1 Politické strany a internet

Největší vlna entuziasmu o pozitivním vlivu internetu na fungování politických stran zasáhla bezesporu Spojené státy americké. Evropu a tedy ani Spojené království taková vlna nadšení nepostihla, přesto všechny významné strany v 90. letech založily vlastní webové stránky. Průkopníkem byla v tomto směru Labouristická strana, která spustila svůj web v říjnu 1994. Ovlivněna byla míněním *think tanku* DEMOS, jenž se v té době zabýval potenciálním vlivem internetu na vítězství v nadcházejících volbách roku 1997. Do srpna 1996 ji následovala i Konzervativní a Liberálně demokratická strana a ačkoliv se ukázalo, že webové prezentace (v tomto případě se víceméně jednalo skutečně pouze o prezentaci strany na internetu často formou přenesení materiálů pro distribuci v off-line do on-line prostoru) měly pouze minimální dopad na úspěch v tehdejších volbách, první britské internetové volby posílily spekulace o potenciálu internetu jako masové participativní technologie (Wring – Horrock, 2001: 201).

Z počátku se tedy političtí vědci, kteří ihned se spuštěním prvních webů politických stran ve Velké Británii začali zkoumat jejich vliv na politický proces, zabývali zejména otázkou, zda přítomnost strany na internetu pomáhá v komparaci s tradičními médii vyhrát volby (viz např. Norris, 2000; Norris,

[20] Podobnou metodologii použila Gibson et. al. (2013) pro mapování sítě oficiálních webů a nezávislých blogů Liberálně demokratické strany a Labouristické strany před volbami v roce 2010 (Gibson – Gillan – Lee – Ward, 2013).

2001; Norris – Sanders, 2003). Podle nich pak v roce 2001 byla typická webová stránka bohatá na informace. Politické strany zde zveřejňovaly zejména své volební programy, současnou politiku, informace o kampani a materiály týkající se stranických lídrů a ostatních kandidátů, a to nejčastěji v textovém formátu. Pozitivní vliv na vítězství ve volbách v 90. letech se nepotvrdil (Norris – Sanders, 2003: 237). Například Margolis et. al. (1999) řeší otázku, zda se na internetu sofistikovaněji prezentují velké strany či strany minoritní, tedy zda má internet potenciál demokratizovat mezistranický souboj, přičemž dochází k závěru, že nejpropracovanější jsou právě weby tří nejdůležitějších britských stran (Margolis – Resnick – Wolfe, 1999: 24). V roce 2003 se Ward et. al. začíná zabývat otázkou, zda internet pomáhá v duchu technologicko deterministických teorií stranám naplňovat jejich participační a mobilizační funkci. Dle jeho závěrů weby britských politických stran postrádají on-line nástroje, které jsou nezbytné k naplnění těchto funkcí. Říká ale, že tyto závěry z daleka nemohou být konečné, protože technologie se mohou každým rokem měnit (Ward – Gibson – Lusoli, 2003: 667). Již o dva roky později, po provedení obdobného výzkumu, stejná skupina autorů tvrdí, že internet ve Velké Británii začíná posilovat on-line participaci občanů na životě strany a napadají tak teorie, které tvrdí, že politika zůstane v éře nových médií tím, co bývala (Gibson – Lusoli – Ward, 2005: 578). Ward s Voermanem (1999) také začínají zkoumat na příkladu britské Strany zelených vliv internetu na vnitřní organizaci strany. Tuto stranu si pro svůj výzkum vybrali, protože její ideologie kladla důraz na participativní demokracii a zdůrazňovala důležitost členství v politických stranách. Cílem jejího webu je podle nich ovšem pouze poskytovat informace a vést efektivní kampaň (Ward – Voerman, 1999: 212). Lusoli et. al. (2003) pak řeší otázku, zda jsou Labourická a Liberálně demokratická strana díky internetu schopny navyšovat svou členskou základnu a podněcovat aktivitu stávajících členů, přičemž pozitivní kauzální efekt nenalézají (Lusoli – Ward, 2003: 8). Gibson et. al. (2013) se zabývá tím, zda se politické strany ve Velké Británii demokratizují. Pokládá si při tom otázku, zda stranické blogy poskytují svým členům alternativní hlas. Na což odpovídá tvrzením, že blogy jsou v současnosti opravdu místem stranické diskuse (Gibson – Gillian – Lee – Ward, 2013: 40).

Z předchozího textu tedy vyplývá, že se výsledky výzkumů, týkající se vlivu internetu na vnitřní organizaci a funkce politických stran ve Velké Británii od přechodu od webu 1.0 k webu 2.0 (viz první kapitola této práce), začínají znovu vracet k optimistickým teoriím vlivu internetu na politiku. Svou roli sehrává i stále pokračující rozšiřování internetu napříč Velkou Británií. Podle *Internet World Stats* mělo v roce 2012 přístup k internetu 83,6 % britské populace, čímž se království řadí mezi země s nejhustším připojením v Evropě (ihned po skandinávských zemích, které těmto statistikám tradičně dominují)[21]. Z celkové populace čítající přes 63 milionů obyvatel nikdy během svého života nepoužilo internet asi 8 milionů lidí, tedy přes 16 %. Pravidelné používání internetu se potom váže na různé socioekonomické a demografické charakteristiky, mezi které patří například věk, místo bydliště či případný handicap obyvatel. Podle statistik se méně často na síť připojují lidé nad 65 let věku, ovdovělí a mentálně či fyzicky postižení. V posledním čtvrtletí roku 2011 použila internet většina dospělých všech věkových kategorií kromě skupiny nad 75 let. Z kategorie 16 až 24 let to bylo dokonce celých 98,8 %. V roce 2012 internet využívalo, alespoň jednou měsíčně, 74 % obyvatel, a to nejčastěji z domova. Zvláštností však dnes není ani připojení skrze chytré telefony, tablety a jiná zařízení[22]. Navíc, jak ukazuje graf číslo 1, od roku 2000 stále roste množství hodin, jež Britové stráví průměrně ve svém volném čase během jednoho týdne na internetu.

S rozšířením internetu v britské společnosti a množstvím času, který občané v tomto prostoru tráví, se pro politické strany web stává místem, kde je nutné být přítomen, aby strana zůstala pro britskou populaci důvěryhodnou a především viditelnou. Jeden z webmasterů Labouristické strany k tomu řekl: *„V současnosti by se politické strany chovaly velice pošetile, kdyby hlásaly nutnost nové ekonomiky pro Velkou Británii a při tom adekvátně nespravovaly své webové stránky“* (Ward – Gibson, 2009: 29).

[21] Internet Users in Europe, červen 2012, dostupné na: http://www.internetworldstats.com/stats4.htm#europe, 1.4.2013.

[22] Usage Patterns and Demographic in the UK, dostupné na: http://www.newmediatrendwatch.com/markets-by-country/18-uk/148-usage-patterns-and-demographics, 1.4.2013.

5.2 Vliv internetu na funkce politických stran

Jak již bylo řečeno v teoretické části tohoto textu, díky *informativní funkci webu* může dojít k posílení vztahu mezi politickou stranou a občanem (Margetts, 2001: 1
-11). Podle Warda et. al. (2003) mohou strany na internetu poskytovat občanům větší množství informací, než tomu bylo v době dominance tradičních médií a tím posilovat jednak svou socializační funkci, ale také tím stimulovat aktivní participaci občanů na životě strany i politice jako takové. Internet má tedy potenciál zvýšit množství informací dostupných publiku a následně vytvořit informovanou a zapojenou společnost (Ward – Gibson – Lusoli, 2003: 654). Podle webmastera Kampaně pro nezávislou Británii v roce 2001, *„lidé, kteří si nepřečtou na vašem webu článek, se stejně tak nechystají zapojit do aktivní podpory vaší věci“* (webmaster KNB 2001, podle, Lusoli – Ward – Gibson, 2002: 9).

Použité kódovací schéma pro obsahovou analýzu čítá celkem 29 informativních prvků (viz tabulka číslo 3). Na grafu číslo 2 můžeme vidět, že žádný z webů vzorku politických stran Velké Británie ani z daleka neobsahuje všechny z nich. Přesně na polovinu, tedy 14 prvků, dosáhly Konzervativní a Labouristická strana. Nejvíce informativních prvků pak obsahuje web vládní Liberálně demokratické strany, celkově 21. Informativní funkce webu ovšem dominuje zejména domovské stránce konzervativců (srovnej obrázek 5, 6 a 7).

Žádná ze zkoumaných webových stránek neobsahuje většinu obecných informací, mezi něž patří ty o politickém systému, volebním systému a proceduře ve Spojeném království. Naopak weby všech politických stran zpravují občany o svém postoji k aktuálně řešeným problémům země, a to jednak formou novinek, tedy každodenních zpráv, či v záložkách, kde prezentují svůj dlouhodobý program. Z toho je tedy možné vyvozovat, že strany se prostřednictvím svých webů ani nepokouší občana socializovat do obecné politiky země (co zde chápeme politikou, nejlépe vyjadřuje anglický termín *polity*), ale zaměřují se zejména na politiky, které se snaží prosadit (politiky ve smyslu *policies* a konfliktní aspekt jejich utváření *politics*).

Celkem 15 kódovaných prvků se zaměřuje na informace o straně jako celku. Na webu labouristů a liberálů jich najdeme 11, u Konzervativní strany pouze 8. U všech je možné objevit informace o historii strany a o její vnitřní organizaci. U liberálů i labouristů potom nalezneme i stanovy strany a zprávy o činnosti jednotlivých stranických organizací, což jsou informace směřující zejména k potenciálním členům, jež nejsou občanům tradičními médii běžně nabízeny. Všechny strany na svých webech poskytují informace o dlouhodobě stranou prosazovaných politikách, přičemž obě vládní strany pravidelně zveřejňují své úspěchy, což je možné chápat jednak jako způsob legitimizace vládnutí, ale také jako součást *„nikdy nekončícího postmoderního politického marketingu“* (Norris, 2000: 137). Strömbeck (2007) upozorňuje, že politický marketing strany není pouze o komunikaci svého produktu občanům, ale také o mapování trhu, tedy potřeb občanů (Strömbeck, 2007: 53-54). O to se Konzervativní strana pokouší právě v sekci politiky a úspěchy strany, kde mohou uživatelé zhodnotit činnost strany kliknutím na tlačítko *„like“*, popřípadě mohou sdělení šířit prostřednictvím *„tweetu“*. Můžeme tedy říci, že se tak strana snaží získat zpětnou vazbu o své činnosti, kterou bude mít následně příležitost využít během volební kampaně. V současnosti opoziční Labouristická strana si může dovolit zajít ještě dále a nabízí svým uživatelům možnost podílet se na vytvoření programu pro následující volby v roce 2015.

Žádná z politických stran na svém webu nezveřejňuje články přejaté z jiných médií, ale všechny jejich weby naopak mají bohatou sekci novinky, kterou píší jejich vlastní zaměstnanci. Strany tak využívají možnosti šířit informace bez předchozího zkreslení tradičních médií.

Použité kódovací schéma dále obsahuje 7 prvků týkajících se informací o osobnostech strany. Zatímco vládní strany publikují profily nejen osob ve svém vedení, ale i ostatních členů spolu s jejich fotografiemi a v případě Liberálně demokratické strany tyto profily nemají dokonce ani podobu klasického životopisu, ale členové se svým voličům pokouší přiblížit textem psaným v první osobě, labouristé tyto informace neposkytují, pouze na své stránky umisťují aktuální projevy vedení strany. Pokud jde o informace směřované nikoliv k obyčejnému občanovi, ale k médiím, zajímavé je, že Liberálně demokratická strana jako jediná na svých www stránkách vytvořila koutek s názvem Mediální

centrum, kde je možné nalézt nejen tiskové zprávy, ale také například zvláštní kontakt pro média a databázi výroků o aktuálním politickém dění lídra strany v přímé řeči, tak, aby je ostatní média mohla okamžitě přejmout. Na to lze pohlížet jako na pokus prosadit svůj ničím nezkreslený hlas v tradičních médiích skrze média nová. Překvapivé se potom může zdát, že Labouristická strana, tedy strana opoziční, žádnou podobnou službu na svém webu ostatním médií neposkytuje, ačkoliv můžeme předpokládat, že se jí v současnosti v tradičních médiích nedostává stejného prostoru jako stranám vládním. Možným vysvětlením pak může být ještě nedávné postavení Liberálně demokratické strany jako tzv. „třetí strany“ ve Velké Británii, která nebyla oficiálně stranou vládní ani opoziční (Washbourne, 2010: 144).

Dle kyber-optimistických teorií má internet díky interaktivitě potenciál zvýšit participaci občanů na životě strany. Tyto vize se opírají o předpoklady teorie racionální volby, tedy o snížení ceny participace. Teoreticky by se dnes mohl každý účastnit života strany z pohodlí domova, v čase, který si sám vybere a často i stisknutím několika málo tlačítek (Ward – Gibson – Lusoli, 2003: 653). Vytváří však v současnosti weby politických stran ve Spojeném království skutečně občanům *alternativní kanály pro participaci*? Ze 12 participativních prvků zanesených v použitém kódovacím schématu jich nejvíce nalezneme na webu Labouristické strany, (8) za ní následují liberálové (7) a nejméně podporují participaci občanů na životě stany konzervativci (4) (viz graf číslo 3).

Všechny strany poskytují občanům e-mailové i jiné (adresa, telefonní číslo) kontakty na stranu jako celek či na její jednotlivé členy. Konzervativní strana se poté zaměřuje zejména na získání názorů uživatelů na svou politiku, a to formou výzkumů veřejného mínění a on-line anket. Využívají jednak reputačních systémů webu, v tomto případě možnosti *„likovat“* politiku strany (počet přidaných *„liků“* se následně zobrazuje nejen straně, ale každému uživateli), ale také dotazníkových šetření. Aktuální politickou otázkou ve Velké Británii bylo v době provedení výzkumu snížení daní firmám a nejbohatším občanům za účelem redukce státního dluhu a oživení tržní ekonomiky. Konzervativní strana proto umístila ještě před svou domovskou stránku zprávu o plánovaném snížení daní doplněnou o možnost registrovat svůj e-mail a tím

zažádat o dodatečné informace. K tomu připojila jednoduchý dotazník o tom, zda respondenti považují státní dluh za důležitý společenský problém a zda konkrétně jim snížení daní přinese nějaké výhody.

Liberální strana kromě kontaktů umístila na svůj web formulář, přes který je možné jednoduše zasílat vzkazy. Ty se ovšem zobrazují pouze straně, nikoliv všem uživatelům. Ostatní participativní prvky pak fungují v rámci jejich vlastní sociální sítě *Act The Lib Dem Network*, která je určena nejen členům strany, ale i všem občanům, kteří se chtějí aktivně zapojit do jejího života. Zde v současnosti existuje přes 500 diskuzních skupin založených uživateli. Každá z nich je uvedena stručnou zprávou o diskutovaném tématu, po které následuje diskuzní fórum a nástěnka s komentáři.

Jak již bylo řečeno, nejaktivnější jsou v tomto směru labouristé, kteří zveřejňují na svých stránkách všechny vzkazy zaslané prostřednictvím Twitteru. Kromě toho mohou uživatelé přidat svůj názor do sekce s názvem *„proč jsem labourista“*. Na své přidružené stránce *www.campaignengineroom.org.uk*, která je součástí oficiálního webu strany, nabízí uživatelům možnost vytvořit si vlastní kampaň týkající se otázek z oblasti například zdravotnictví, role Velké Británie ve světě, ekonomiky, vzdělání, ekologie a jiných politických a společenských problémů. Každá kampaň ze současných 230 nejprve uživatele informuje o svém obsahu a následně mu nabídne několik způsobů, jak aktivně participovat. Mezi ně patří možnost podepsat petici (každý uživatel může zjistit, kdo již petici podepsal), podpořit kampaň názorem, napsat o ní svým lokálním novinám, případně kontaktovat svého zástupce v parlamentu.

Ze 12 kódovaných participativních prvků jsou téměř všechny až na chat, chat se členy strany a online události, alespoň na jednom ze zkoumaných oficiálních webů politických stran zastoupeny. Zdá se tedy, že v době mimo kampaň se tři hlavní britské strany vyhýbají komunikaci s občany v reálném čase a spoléhají spíše na nástroje, které jsou archivovány a zůstávají alespoň na určitou dobu dostupné širšímu publiku.

Podle řady studií, týkajících se právě politické participace, častý kontakt se stranou vyvolává u občanů dojem, že jejich činnost je efektivní a tím častěji a ve větší míře se zapojují (Gibson – Ward, 2009: 29-30). Jak vyplývá z předchozích řádků, britské politické strany nabízí občanům řadu způsobů jak

virtuálně participovat na životě strany. Snaží se však využít i potenciální *mobilizační funkci* webu a přimět tak uživatele, aby se podíleli ještě aktivněji než pouhou participací v on-line mantinelech www stránek. Všech 12 kódovaných mobilizačních prvků lze nalézt na webu Konzervativní strany, za ní těsně zaostává s 10 prvky Labouristická strana a pouze 8 z nich bylo zaznamenáno u Liberálně demokratické strany (viz graf číslo 4). Mobilizační prvky pak dominují zejména domovské stránce labouristů (srov. obrázek 5, 6 a 7).

Všechny zkoumané weby obsahují on-line přihlášku ke členství, možnost zaregistrovat se jako dobrovolník, podporovat stranu on-line, přidat svůj e-mail na e-mail list strany, zaslat link na stránku příteli, sdílet informace na sociálních sítích, informace jak podpořit stranu finančně a rovnou i možnost zaslat finanční dar straně přímo přes její web. K tomu, v případě Konzervativní strany, stačí kliknout na částku, kterou chce uživatel poskytnout a zaplatit kartou. Labouristická a Liberálně demokratická strana požadují ještě dodatečné informace jako jméno, adresu a e-mail dárce.

Konzervativci a labouristé navíc dále poskytují uživatelům možnost umístit banner na vlastní webové stránky a materiály k distribuci off-line, letáky a plakáty. Konzervativní strana jako jediná na svém webu provozuje internetový obchod, kde si mohou zájemci zakoupit například plakáty, placky, diáře, knihy, ale i oblečení a dárky pro své blízké. Stejně tak zde jako jediná pravidelně vyvěšuje nabídky zaměstnání.

Interaktivní podstata internetu podporuje představu, že by všechny weby zkoumaných politických stran měly podporovat veřejnou debatu a tím i efektivní agregování zájmů občanů. Jak si stojí z pohledu interaktivity jednotlivé prvky www stránek britských konzervativců, labouristů a liberálů se tato práce pokouší určit na základě Ferberova et. al. (2007) modelu kybernetické interaktivity (viz obrázek 4). Obecně lze říci, že co se týče obsahu i designu, jsou si jednotlivé weby podobné. Na všech z nich funguje jednosměrná monologická komunikace (informace o straně, jejích politikách, členech apod.). V tomto případě Konzervativní strana jako jediná i tady umožnuje určitou zpětnou vazbu v podobě „likování“ či sdílení těchto informací na Twitteru.

Weby zkoumaných politických stran ovšem v současnosti podporují i dvousměrnou komunikaci, kde uživatel očekává odpověď, a to v podobě

možnosti zaregistrovat svůj e-mail a získat dodatečné informace či v podobě uveřejnění kontaktů na stranu jako celek, na její jednotlivé členy, ale například i na správce webu. Pokud ovšem chce uživatel kontaktovat stranu jako celek, labouristé a liberálové mu nenabízí pouze kontakt, ale rovnou formulář, kde je třeba vybrat například předmět zprávy, což lze interpretovat jako snahu snížit kontrolu uživatele nad tímto způsobem komunikace.

V současnosti je ovšem možné na webech britských stran skutečně objevit i prvky třísměrné komunikace, kde uživatel adresuje svou zprávu nejen straně, ale i širšímu publiku. Regulovaná odezva funguje u všech stran zejména v podobě petic, anket a výzkumů veřejného mínění, které jsou následně zveřejňovány, ale protože podle Ferbera et. al. (2007) již samotné kladení otázek, popřípadě formulování odpovědí a jejich následná interpretace snižují kontrolu uživatele nad komunikací, není v tomto případě možné hovořit o veřejné diskuzi (Ferber – Foltz – Pugliese, 2007: 398). Tu lze ovšem najít na stránkách labouristů a liberálů. Na sociální síti Liberálně demokratické strany *Act the Lib Dem Network* v současnosti existuje přes 500 diskuzních skupin založených uživateli s diskusními fóry a nástěnkami pro komentáře. Vysoká míra kontroly uživatele je zde dána i tak, že on sám rozhoduje o diskutovaném tématu tím, že diskuzní vlákno založí, není mu tedy téma vnuceno. I labouristé na *www.campaignengineroom.uk* podporují veřejnou diskuzi. Uživatelé zde mohou zakládat kampaně, pod kterými je možné o jejich tématu volně diskutovat. Otázkou však zůstává, do jaké míry správce stránek do diskuze zasahuje, což na základě použitého způsobu obsahové analýzy zjistit nelze.

5.3 Vliv internetu na vnitřní organizaci politických stran

Podle dostupných dat klesá v liberálních demokraciích od 70. let 20. století množství členů politických stran (Katz – Mair, 1994; Scarrow, 1996; Mair – van Biezen, 2001). Provést detailní analýzu členství konkrétně v britských politických stranách není jednoduché, protože ve Spojeném království, podobně jako ve většině demokraciích, neexistuje povinnost tyto vnitrostranické statistiky

veřejně publikovat. V mnoha případech jsou historická data spíše hrubými odhady s tendencemi k přeceňování z důvodu posílení stranické legitimity. Jejich kvalita je tedy rozporuplná a významně se mezistranicky liší. Podstatně přeceněná se zdají zejména ta, která mapují množství členů Konzervativní strany do roku 1993 a Labouristické strany do roku 1980. Od začátku 90. let 20. století musí strany každoročně předložit svůj účet, přičemž jedním z doprovodných požadavků je i zveřejnění aktuální velikosti členské základny. Ačkoliv například Konzervativní strana tato čísla nikdy neuvádí, data uveřejněná za posledních 20 let lze považovat za mnohem přesnější.

Souhrnně se členství v politických stranách ve Velké Británii historicky neustále snižuje. V současnosti je členem některé z nich pouze 1 % z celkové populace, ačkoliv v roce 1983 to bylo podle dostupných statistik celých 3,8 % (McGuinness, 2012: 2). Spojené království tak patří mezi země s nejnižším množstvím členů politických stran v Evropě (Mair – van Biezen, 2001: 9; McGuinness, 2012: 4). Úpadek členství ovšem není mezistranicky konzistentní.

Graf číslo 5 ukazuje vývoj členské základny Konzervativní strany od konce druhé světové války, kdy strana zaznamenala prudký nárůst členství (z čísla 910 tisíc v roce 1946 na 2,8 milionů v roce 1953). Až do poloviny 90. let byli konzervativci stranou s nejpočetnější členskou základnou (400 tisíc členů). V pro tuto práci nejdůležitějším období, mezi lety 2000 a 2010, kdy byla strana již několik let na internetu přítomna, ovšem dochází nejprve k jejímu prudkému úpadku (o více než polovinu v roce 2005), který však v následujících letech zpomaluje.

Labouristická strana (graf číslo 6) množství svých členů zdvojnásobila mezi lety 1928 a 1937. Po druhé světové válce, v roce 1952, dokonce tvrdí, že se jí podařilo dosáhnout až na 1 milion členů. V roce 1979 již hovoří pouze o 666 tisících. Zajímavé je, že o rok později toto číslo snižuje na 348 tisíc, což nasvědčuje tomu, že se změnily standardy publikování těchto statistik a strana je do té doby nadhodnocovala. Celá 80. léta nedochází k významným změnám, až v polovině 90. let lze zaznamenat nárůst členství, ovšem mezi lety 1997 a 2009, kdy byli labouristé stranou vládní, dochází k jeho opětovnému poklesu. Podle posledních statistik z roku 2011 má strana v současnosti okolo 193 tisíc členů.

Graf číslo 7 zobrazuje vývoj členství Liberálně demokratické strany a jejích předchůdců, Liberální strany a Sociálně demokratické strany[23] od roku 1960, kdy dohromady jejich členská základna čítá přes 243 tisíc členů. V roce 1983 společně hovoří přibližně o 145 tisících členech. V roce 1988 již nově vytvořená Liberálně demokratická strana uvádí ve svých statistikách pouze 100 tisíc členů. Od začátku 90. let se množství členů dále pomalu snižuje, k prudkému poklesu dochází v roce 2011. Nejnovější čísla pak hovoří pouze o 49 tisících členech (McGuinness, 2012: 3-4).

Z těchto statistických údajů vyplývá, že od druhé poloviny 90. let, kdy tři hlavní strany spustily své webové stránky, nejen, že nedošlo k nárůstu jejich stranické základny, ale její úpadek dokonce dále pokračuje. Pokud se ovšem na problém podíváme z premisy, podle které nejen informovanost občanů, ale i častý kontakt v podobě participace, ať už off-line či on-line, vede k ochotě zapojovat se do života strany aktivněji (Gibson – Ward, 2009: 29-30), v tomto případě stát se členem strany a podíváme-li se na výzkumy stranických webů od roku 2000, jako nejčastější důvod neschopnosti stran posilovat na internetu svou participační a mobilizační funkci, je uváděn fakt, že weby politických stran postrádaly on-line nástroje, které jsou nezbytné pro jejich naplňovaní (např. Ward – Gibson – Lusoli, 2003: 667). Obsahová analýza provedená v rámci tohoto výzkumu ovšem ukazuje, že www stránky hlavních britských stran již zdaleka neplní pouze informativní funkci a vysokou měrou jsou na nich zastoupeny i právě ony participativní a mobilizační prvky (srov. graf 2, 3 a 4) a navíc narůstá uživatelská základna samotného internetu. Podle názoru autora je proto předčasné činit konečné závěry o budoucím vlivu internetu na množství členů politických stran ve Velké Británii.

Posledním použitým metodologickým nástrojem ke zmapování stranických webových sítí je obsahová analýza oficiálních www stránek vzorku zkoumaných politických stran na základě hyperlinků. Použité kódovací schéma rozlišuje dva typy síťové funkce webu, linky na přidružené stranické weby a linky na weby externí (viz tabulka číslo 4). Celkem rozeznává 9 druhů různých

[23] Liberálně demokratická strana byla ve Velké Británii založena v roce 1988 spojením Liberální strany a Sociálně demokratické strany. Obě strany již dříve úzce spolupracovaly (McGiunness, 2012: 3).

přidružených stranických webů. Konzervativní strana na svých www stránkách odkazuje na 7 z nich, Liberálně demokratická strana na 8 a web Labouristické strany obsahuje pouze 4 druhy linků tohoto typu (viz graf číslo 8). Žádná ze zkoumaných politických stran neodkazuje na ani jeden druh externího webu. Překvapivě ani konzervativci a liberálové neumístili link na vládní web www.gov.uk.

Na všech www stránkách jsou zastoupeny linky na sociální sítě strany, weby přidružených organizací a členů parlamentu. Labouristická strana pak dále odkazuje pouze na sociální sítě členů strany. Konzervativní strana kromě toho také na weby svých členů a regionální organizace[24]. Liberální demokracie umístila všechny kódované linky kromě sociálních sítí členů strany. Nelze tedy vysledovat žádný obecný trend vyhýbat se propojení s weby, na kterých se může potenciálně objevit kritika strany či odchylka od jejího hlavního názorového proudu, a to ani v případě osobních webů či sociálních sítí jednotlivých členů strany.

Graf 9, 10 a 11 zobrazuje i reciprocitu těchto linků. Jak již bylo zřejmé z předchozí obsahové analýzy, všechny zkoumané strany jsou přítomny na sociálních sítích jako Facebook, Flicker, Twitter a YouTube, čímž se snaží proniknout do neformální sféry on-line politiky a přiblížit se svým občanům. Zajímavé je, že právě ony sítě, v případě konzervativců a liberálů, odkazují nejen zpět na oficiální weby stran, ale i na sebe vzájemně.

Důležitou roli v případě všech zkoumaných webů sehrávají linky na přidružené organizace strany, které potom dále odkazují nejen zpět na oficiální weby, ale i na širokou škálu nevládních, náboženských, odborových a jiných organizací stojících mimo politické strany. U konzervativců se jedná například o Konzervativní ženy, Konzervativce v zahraničí a pod.. Labouristé potom odkazují třeba na Mladé labouristy, náboženské skupiny a svou odborovou organizaci. Liberálové mají tento systém nejpropracovanější, weby jejich přidružených organizací (například Liberálně demokratické ženy, Liberálové v zahraničí atd.) mají všechny stejnou podobu a všechny obsahují záložku „Odkazy“ se širokou škálou linků na stranické i nestranické www stránky.

[24] Jako regionální jsou v případě Velké Británie chápány skotské, velšské a londýnské organizace. Nižší úroveň je zahrnuta jako lokální.

Z uvedených grafů je tedy zřejmé, že reciprocita u všech tří stran funguje spolehlivě pouze, co se týče celostranických profilů na sociálních sítích a přidružených organizací. Navíc jednotlivé sítě mají jasné centrum, oficiální stranický web, jinak lze hovořit pouze o jasném propojení mezi weby jednotlivých členů a jejich sociálními sítěmi.

6. Německo

6.1 Politické strany a internet

Celosvětově lze za průkopníka přijetí nových informačních technologií politickými stranami a jejich kandidáty bezesporu považovat Spojené státy americké. V rámci Evropy si jako první tento nový typ politické komunikace osvojily právě britské politické strany, kterými se zabývala předchozí kapitola. Německé politické strany naopak bývají často, co se využívání internetu pro styk s občany týče, považovány za jejich opožděné napodobitele. Stejně jako britské politické strany, začaly i ty německé experimentovat s novou technologií během národních parlamentních voleb. V roce 1998 tak během předvolební kampaně všechny důležité strany založily své oficiální www stránky. V té době to ovšem neznamenalo nic jiného než mít web, jít s dobou a nezaostávat tak za USA či Velkou Británií. O čtyři roky později, během voleb do Spolkového sněmu v roce 2002, již strany začínají používat své weby aktivněji. Stále se však jedná především o jejich experimentální využití. On-line aktivita byla spíše nadstavbou kampaně vedené skrze tradiční média než jejím nepostradatelnou součástí. Strany v tomto prostoru zejména testovaly americké předvolební strategie jako například negativní kampaň. Svoboda byla v tomto směru dána hlavně jejich nižším organizacím (Zielmann – Rötger, 2009: 79-80).

Od roku 2002, tedy od druhých federálních parlamentních voleb, kdy součástí předvolební strategie německých politických stran byl i internet, se političtí vědci zabývají otázkou jeho vlivu na politický proces (viz. např. Marshall,

2001; Gellner – Strohmeier, 2002; Boelter – Cecere, 2003; Mehlhorn, 2005; Russman, 2010, Elter, 2011; Schweitzer, 2011). Pozornost je pak věnována zejména internetovým předvolebním kampaním. Schweitzer (2011) provedla analýzu německých on-line kampaní na federální úrovni od roku 2002 do roku 2009. Na základě kvantitativní obsahové a strukturální analýzy stranických webů se snažila ověřit hypotézy vycházející z normalizační teorie Margolise a Resnicka (1999), podle které internet nezmění způsob komunikace mezi občanem a stranou. Graf číslo 12 znázorňuje vývoj funkcí německých stranických webů od roku 2002 do roku 2009. Autorka dochází k závěru, že ačkoliv od roku 2002 došlo k profesionalizaci jejich domovských www stránek, přetrvává jejich určitá funkční normalizace. To znamená, že stále dominuje *top-down* komunikace a weby obsahují zejména informativní a prezentační prvky (Schweitzer, 2011: 323-325).

V roce 1998, kdy německé politické strany založily své oficiální webové stránky, mělo přístup k internetu méně než 10 % populace. V roce 2000 používalo internet již 30 % obyvatel Německa a o tři roky později více než polovina dospělých nad 14 let věku. V roce 2007 to bylo již 60 % populace (Zielmann – Rötger, 2009: 78-79). Podle *Internet World Stats* mělo v červnu 2012 v Německu z celkového počtu 81,4 milionů obyvatel přístup k internetu 67 milionů, tedy přibližně 83 %[25], čímž se země zařadila mezi prvních 20 států, kde je internet nejvíce rozšířen[26]. Populární jsou zde aplikace webu 2.0. V prosinci 2012 navštívilo některou ze sociálních sítí 46,4 milionů uživatelů. Mezi ty nejpopulárnější patří Facebook, Google+, Xings a Stayfriends[27].

Podle dostupných statistik i v Německu stále existuje určité digitální štěpení. Internet například v roce 2011 pravidelně používalo 87 % mužů, ale pouze 67 % žen. Navíc se většinou jedná o populaci s vyšším formálním vzděláním (39 % těch, kteří měli pouze základní úroveň středoškolského vzdělání, 94 % absolventů univerzity). Pokud se na problematiku digitálního

[25] Internet Users in Europe: June 30, 2012, dostupné na: http://www.internetworldstats.com/stats4.htm, 16.4.2013.

[26] Top 20 Countries with the Highest Number of Internet Users, dostupné na: http://www.internetworldstats.com/top20.htm, 16.4.2013.

[27] The German Social Networking Landscape, dostupné na: http://www.comscoredatamine.com/2013/02/the-german-social-networking-landscape/, 16.4.2013.

štěpení zaměříme z pohledu získávání informací o politickém dění, potom lze vysledovat zřejmé věkové rozdíly. V první třetině roku 2011 více jak 65 % populace do 35 let používalo internet k vyhledávání politického obsahu, nad 35 let to bylo 55 % a nad 59 let věku to bylo již pouze 30 % obyvatel Německa. Podle dat získaných v rámci výzkumu *Wahlen – Forshungsgruppe Wahlen 2011* je tedy typickým uživatelem, který získává politické informace na internetu mladší (do 35 let) muž s vyšším vzděláním, který je s digitálním světem dobře seznámen a je schopen obsah nejen konzumovat, ale také v rámci webu 2.0 sám produkovat (Elster, 2011: 66-67).

Podle Pautze (2010) se v současnosti němečtí občané zajímají o politické dění ve větší míře než tomu bylo v 90. letech 20. století. Jsou ochotni na politice participovat a aktivita občanské společnosti roste (Pautz, 2010: 157). To se projevuje i na digitálním aktivismu. Internetové kampaně se v Německu ukázaly v posledních letech jako efektivní nástroj pro získání pozornosti veřejnosti a politického vlivu. Objevila se celá řada kampaní kritizujících činnost obchodních společností, které nabízejí občanům možnost participovat on-line (například přeposíláním protestních e-mailů, zasíláním finančních darů), ale mobilizují je i k činnosti off-line (distribuci petic, účasti na protestních pochodech apod.). Příkladem mohou být internetová kampaň proti poskytování osobních dat klientů telekomunikačními společnostmi, kampaň na podporu Joachima Gaucka jako kandidáta na prezidenta nominovaného opozičními stranami v roce 2010 či protestní kampaň *„Kein Sttutgart 21“* proti vybudování nového hlavního nádraží ve Sttutgartu. Tyto on-line aktivity ale stále zůstávají doménou mladších mužů s vyšším vzděláním, kteří se aktivně zajímají o politické dění. To ukazuje i výzkum návštěvníků on-line nástroje *Wahl-O-Mat*, který má občanům pomoci rozhodnout se koho volit (Chan – Nissen – Reljić – Southwood – Starks – Tambini, 2011: 35-37).

6.2 Vliv internetu na funkce politických stran

Poskytování dostatečného množství informací občanům je zásadní nejen pro jejich socializaci do politického života, ale i pro jejich následnou participaci, mobilizaci a efektivní agregování jejich zájmů (Foot – Schneider, 2006: 44-48). Jak jsme se již mohli dozvědět z předchozí kapitoly, britští konzervativci, labouristé i liberálové jsou si důležitosti *informativní funkce* svých webů vědomi a občanům nabízí na svých www stránkách opravdu rozsáhlé množství informativních prvků. V tomto ohledu za nimi německé politické strany nijak nezaostávají (srov. graf číslo 2 a 13). Informativní funkce jejich domovským stránkám, stejně jako těm britským, dominuje (srov. obrázek číslo 5, 6, 7, 8, 9, 10 a 11)[28]. Z celkových 29 informativních prvků, zanesených v použitém kódovacím schématu, jich nejvíce nalezneme na webu Křesťanskodemokratické unie Německa (CDU) a Sociálnědemokratické strany Německa (SPD), a to 21, www stránky Svobodně demokratická strany (FDP) jich obsahují 18 a web Křesťansko-sociální unie Bavorska (CSU) vykazuje těchto prvků pouze 14 (viz graf číslo 8).

Co se obecných informací týče, všechny jmenované strany poskytují informace o postoji strany k aktuálnímu dění. Pouze křesťanští demokraté poskytují informace o volebním systému a proceduře spolu s archivem výsledků voleb. Obecné informace o politickém systému nenajdeme u žádné z nich.

Weby všech zkoumaných stran obsahují poměrně rozsáhlou sekci „historie strany“. Sociální demokraté dokonce odkazují na web *www.150-jahre-spd.de*, který je celý zaměřen na vývoj strany a její úspěchy. Jeho motto zní „lepší země nikdy nevznikne sama od sebe“. Všechny také poskytují informace o struktuře strany a její vnitřní organizaci a zveřejňují své jednotlivé politiky, které je možné sdílet na několika sociálních sítích a podrobný kalendář akcí strany. Kromě CDU publikují také své stanovy a jiné oficiální dokumenty, jako kupříkladu každoroční vyúčtování. Rozsáhlá je i sekce novinky, která zahrnuje informace o každodenním životě strany. CDU na svém webu dokonce nabízí

[28] Ačkoliv cílem této práce není komparace používání internetu britskými a německými politickými stranami, občasnému srovnání se nelze vyhnout.

občanům možnost strávit jeden den s jednotlivými členy. Obecně lze říci, že životu strany jako celku věnují německé strany významně větší prostor než strany britské, které se zaměřují spíše na informace o osobnostech.

Ani jeden ze zkoumaných webů německých politických stran neignoruje tradiční média, naopak běžné jsou záložky s názvy „tiskové centrum“ či „informace pro média“, kde pravidelně zveřejňují tiskové zprávy, svůj newsletter a kalendář tiskových konferencí. Obvyklé je i umisťování tiskových fotografií jednotlivých členů. CDU dokonce poskytuje multimediální databanku, kde je možné stáhnout fotografie a videa ze života strany, popřípadě další materiály pro distribuci off-line.

Pouze na webu CDU nalezneme všech 7 kódovaných informativních prvků týkajících se osobností ve straně. Profily členů strany mají podobu běžného životopisu, pokud jako například v případě FDP a CSU zcela nechybí. FDP sice neposkytuje jako většina zkoumaných politických stran životopisné informace svých členů, ale jako jediná (včetně britských stran) spravuje rozsáhlou sekci rozhovory, která se z daleka neomezuje pouze na vedení stany. Naopak je zde možné nalézt například rozhovory s nově vstoupivšími členy či starosty měst.

Z předchozí kapitoly již víme, že www stránky britských politických stran nabízejí řadu *participativních prvků*, je tomu však stejně i u stran německých? Ze 12 participativních prvků zanesených v kódovacím schématu jich nejvíce nalezneme na webu SPD (8), za ní následují CDU, CSU a FDP (4) (viz graf číslo 14).

Stejně jako v případě britských stran, všechny zkoumané německé strany poskytují občanům e-mailové i jiné (adresa, telefonní číslo) kontakty na stranu jako celek a její jednotlivé členy. Sociální demokraté (SPD) u každé z novinek i politik strany nabízejí občanům možnost o problému diskutovat, sdílet text na sociální síti (Facebook, Google+, Twitter, Pinterest) či ho zaslat e-mailem, přihlásit se k pravidelnému odběru novinek (uživatel si může vybrat podle tématu nebo autora příspěvků), ohodnotit ho přes reputační systémy (na rozdíl od britských konzervativců k tomu nevyužívají facebookových *„liků“*, ale vlastního hodnocení na základě hvězdiček). Pravidelně také na svých stránkách uveřejňují ankety v podobě otázek, na které je možné odpovědět pouze ano či

ne a po té, co uživatel klikne na vybranou odpověď, zobrazí se mu dosavadní výsledky a je vyzván k diskuzi o tématu. Mají i vlastní sociální síť, která je ovšem určena pouze členům strany.

Na webu Svobodně demokratické strany (FDP) lze nalézt nástěnku, která má podobu dopisů uživatelů. Na svých stránkách také uveřejňují výzkumy veřejného mínění v podobě otázky doplněné o několik možných odpovědí a stejně jako sociální demokraté ankety, na které je možné odpovídat pouze ano či ne. Obě možnosti jsou ovšem doplněny o názor některého ze členů strany.

Křešťanskodemokratická unie Německa (CDU) má na svém webu vlastní sociální síť CDU+, která je určena jak členům, tak i nečlenům, kteří se hlouběji zajímají o život strany, případně na něm chtějí aktivně participovat. To je možné například v sekci kampaně, které ale nejsou vytvářeny občany, jako je tomu u Liberální strany a Labouristické strany ve Spojeném království, nýbrž samotnou stranou, která je doplňuje o řadu informací a materiálů k distribuci. V současnosti zde můžeme nalézt pouze dvě kampaně. Jedna z nich se týká snahy získat nové členy, druhá vyzývá občany, aby pomohli vytvořit nový vládní program. Druhá z nich nese název *„Co máme na srdci!“* a obsahuje několik aktuálních témat (například práce pro všechny, silná Evropa, rodina atd.), které vždy začínají tím, čeho strana již v dané oblasti dosáhla, jaké jsou její další cíle a následně pobízí uživatele, aby sám vyjádřil, co v této oblasti očekává. Nejedná se ovšem o diskuzní fórum, protože zaslané vzkazy nejsou publikovány, ale vidět je může pouze strana.

Křesťansko-sociální unie Bavorska (CSU) sice dává možnost uživatelům vytvářet diskuzní fóra, ale pouze těm, kteří jsou na stránkách zaregistrováni. Jejich sociální síť CSU.net je ovšem určena pouze členům strany, ostatní občané k ní přístup nemají.

Jak je tedy zřejmé, participativní prvky nejsou na webech německých politických stran příliš častým jevem a rozhodně nejsou tak sofistikované jako je tomu v případě stran britských. Vůbec zde nenalezneme on-line události, chaty, petice a ani diskuzní fóra nejsou samozřejmostí. O to více se ovšem strany pokouší využít potenciální *mobilizační funkce* svých webů. Ze 12 kódovaných mobilizačních prvků jich nalezneme 11 na webu CDU, za ní těsně zaostává s 10 prvky CSU a pouze 9 z nich bylo zaznamenáno u SPD a FDP (viz graf

číslo 15). Mobilizační prvky pak jasně dominují právě zejména domovské stránce CDU (srov. obrázek 8, 9, 10 a 11), jejíž web je ovšem rozdělen na dvě části. První z nich, portál, se zaměřuje na mobilizaci občanů. Druhý, stránky strany, pak na jejich dostatečnou informovanost.

Všechny zkoumané weby obsahují on-line přihlášku ke členství ve formátu pdf, kterou ale musí zájemce stáhnout a odeslat poštou. Největší prostor snaze získat nové členy věnuje CDU, která sekci „staň se členem“ začíná projevem Angely Merkel, která v něm vyzdvihuje důležitost široké členské základny pro CDU, následují obecné informace ke členství, často kladené dotazy, kontakt na linku pro budoucí členy a podrobný návod jak se členem stát.

Dále na všech z nich nalezneme možnost stáhnout si stranický banner, podporovat stranu on-line, přidat svůj e-mail na stranický e-mail list, sdílet informace na sociálních sítích a informace jak podpořit stranu finančně, případně možnost zaslat finanční dar přímo přes web strany. FDP na svých stránkách dokonce prostřednictvím barometru zobrazuje množství peněz, které od dárců získala.

Kromě CSU všechny zkoumané www stránky také vybízejí k tomu stát se stranickým dobrovolníkem. V případě SPD tuto mobilizační funkci vykonává záložka *mitmachen.spd.de*, kde si uživatel může vybrat, kolik času chce straně věnovat a podle toho si zvolit adekvátní aktivitu. FDP vyzývá občany k uspořádání akce na podporu strany. Zájemce je vyzván, aby vyplnil na stránkách formulář o detailech této události. To znamená, jaký její typ se chystá upořádat (v nabídce jsou i internetové aktivity) a kolik času, financí a jiné podpory je schopen straně poskytnout.

CDU spolu s CSU také provozují vlastní internetový obchod, kde občané mohou zakoupit politické materiály (jako jsou stranické časopisy, brožury a podobně), propagační materiály (například pera, balónky, pohlednice), ale i dárky pro své blízké.

Otázku, zda německé politické strany na svých oficiálních webech podporují veřejnou diskuzi, se tato práce, stejně jako v případě Velké Británie, pokouší zodpovědět na základě Ferberova et. al. (2007) modelu šesti úrovní kybernetické interaktivity (viz obrázek 4). Všechny sledované weby kladou

důraz na monologickou komunikaci (strany poskytují informace o osobnostech strany, informace pro média, důraz kladou zejména na informace o aktuálním životě strany jako celku). Většinou poskytují úvod do problematiky v podobě kratšího článku, po němž následuje nabídka doplňujících informací, které může uživatel využít, pokud ho téma zaujalo. CDU dokonce své oficiální webové stránky rozděluje na interaktivnější portál a část zaměřenou zejména na informování občanů. Zpětnou vazbu se pak snaží získat uveřejněním kontaktu na stranu pod každým zveřejněným článkem. Když CDU na své sociální síti CDU+ vyzývá občany, aby se podíleli na vytvoření nového volebního programu, nejedná se v tomto případě o dvousměrnou ani třísměrnou komunikaci, protože zaslané vzkazy nejsou publikovány dalším uživatelům, ale ani sám aktivní uživatel na ně neočekává odpověď. SPD umožňuje tuto zpětnou vazbu vytvořením vlastního reputačního systému (uživatelé mohou hodnotit informace na základě hvězdiček) pod většinou informativních prvků.

Weby zkoumaných politických stran ovšem v současnosti podporují i dvousměrnou a třísměrnou komunikaci, i když v mnohem menší míře než britské politické strany (většina interaktivních prvků týkajících se kybernetické veřejné diskuze je součástí participativní funkce webu, proto srov. graf číslo 3 a 14). Dvousměrnou komunikaci, kde uživatel očekává odpověď, se snaží rozvíjet v podobě možnosti zaregistrovat svůj e-mail a získat dodatečné informace či v podobě uveřejnění kontaktů na stranu jako celek, na její jednotlivé členy, ale například i na správce webu. Stejně jako v případě britských labouristů a liberálů ovšem nenabízí pouze kontakt, ale většinou rovnou formulář, přes který uživatel straně zprávu zasílá, což snižuje kontrolu uživatele nad tímto způsobem komunikace.

Prvky třísměrné komunikace, kde uživatel adresuje svou zprávu nejen straně, ale i širšímu publiku lze v případě německých politických stran nalézt v podobě regulované odezvy zejména u SPD a FDP jako následně publikované výzkumy veřejného mínění či on-line ankety. Veřejnou diskuzi na svém webu podporuje pouze CSU, která dává k tomuto účelu možnost registrovaným uživatelům vytvářet diskuzní fóra. SPD sice nabízí u téměř každého informativního prvku možnost téma diskutovat, ale kontrola komunikace zůstává

na straně webu, protože téma je předem dáno, navíc diskuze v době provedení výzkumu nebyla příliš aktivní.

6.3 Vliv internetu na vnitřní organizaci politických stran

Graf číslo 16 zobrazuje vývoj členských základem CDU, CSU, FDP a SPD od roku 1946 do roku 1989. Podle dostupných dat klesá v liberálních demokraciích od 70. let 20. století množství členů politických stran (Katz – Mair, 1994; Scarrow; 1996, Mair – van Biezen, 2001). Z tohoto grafu je ovšem zřejmé, že od 50. let 20. století množství členů sledovaných politických stran naopak postupně narůstalo. Zatímco v 50. a 60. letech nebyl tento nárůst nijak markantní, v 70. letech začíná množství členů německých politických stran prudce stoupat (Niedermayer, 2012: 27). Wiesendhal (2006) tento nárůst interpretuje jako výjimečný fenomén spojený s událostmi roku 1968 a polarizací politického spektra, tedy vyhrocenou soutěží mezi sociálně liberálním a křesťansko-konzervativním proudem v zemi, jejímž následkem byla vysoká politická mobilizace občanů (Klein – von Alemann – Spier, 2011: 20). V 80. letech 20. století již začínají tato čísla postupně stagnovat (v případě SPD a CSU a FDP), popřípadě klesat (v případě CDU) (Niedermayer, 2012: 27). Po sjednocení Německa přirozeně dochází k opětovnému nárůstu členských základen. V tomto směru stagnuje pouze CSU, což bylo dáno její činností výhradně na úrovni spolkové země Bavorsko (srov. graf číslo 17 a 18).

Od začátku 90. let 20. století ovšem můžeme skutečně sledovat prudký úpadek členství největších německých politických stran (viz graf číslo 17 a 18), který je často místními masmédii, ale i politickými vědci interpretován jako krize politických stran či úpadek demokracie (Kleinert, 2007: 3-11; Mielke, 2007: 63-71). Například Klein et. al. (2011) ovšem důležitost široké členské základny pro vykonávání funkcí politických stran zpochybňuje (Klein – von Aleman – Spier, 2011: 19).

Po sjednocení, v roce 1990, měla CDU 789,6 tisíc členů. V roce 1998, kdy strany zakládají své první oficiální webové stránky, to bylo již pouze 626,3

tisíc a v roce 2002, kdy se internet definitivně stal stranickým nástrojem politické komunikace, měla strana 594,3 tisíc členů. Nejnovější statistiky z roku 2011 potom hovoří o 489,9 tisících členech. Od roku 1990 tak strana přišla o 38 % své členské základny. Obdobný vývoj můžeme sledovat i u zbytku zkoumaných politických stran (SPD: 1990 - 943,4 tisíc členů, 1998 – 775 tisíc členů, 2002 – 594 tisíc členů, 2011 – 490 tisíc členů; FDP: 1990 – 168,2 tisíc členů, 1998 – 67,9 tisíc členů, 2002 – 66,6 tisíc členů, 2011- 63,1 tisíc členů; CSU: 1990 – 186,1 tisíc členů, 1998 – 178,8 tisíc členů, 2002 – 177,7 tisíc členů, 2011 – 150,6 tisíc členů) (Niedermayer, 2012: 2).

Z těchto statistických údajů vyplývá, že od druhé poloviny 90. let 20. století, kdy všechny zkoumané politické strany založily své oficiální www stránky, nejen, že nedošlo k nárůstu jejich členské základny, ale její úpadek, stejně jako v případě Velké Británie nadále pokračuje.

Posledním použitým metodologickým nástrojem ke zmapování stranických webových sítí je obsahová analýza oficiálních www stránek vzorku zkoumaných politických stran na základě hyperlinků. Použité kódovací schéma rozlišuje dva typy síťové funkce webu, linky na přidružené stranické weby a linky na weby externí (viz tabulka číslo 4). Celkem rozeznává 9 druhů různých přidružených stranických webů. CDU na svých www stránkách odkazuje na 6 z nich, FDP na 5, SPD na 4 a CSU pouze na jeden link tohoto typu (viz graf číslo 19). Žádná se zkoumaných politických stran neodkazuje, stejně jako v případě stran britských, na ani jeden druh externího webu.

Na všech www stránkách jsou zastoupeny linky na sociální sítě strany (většinou se jedná o Facebook, Youtube, Google+, Twitter, Flickr a Xing). CDU, FDP a SPD dále odkazují na web předsedy strany a dalších svých členů. Všechny tři také odkazují na sociální sítě svého předsedy, ale žádný z nich již neumisťuje linky na sociální sítě ostatních členů. Na webu CDU a FDP nalezneme linky na regionální organizace, lokální organizace[29] nejsou zastoupeny na žádném ze zkoumaných webů. CDU a FDP dále odkazují na řadu svých přidružených organizací. Žádný z webů neumisťuje link na svou

[29] Jako regionální organizace jsou v případě německých politických stran chápány jejich organizace na úrovni jednotlivých zemí. Nižší úroveň je zahrnuta jako lokální. V případě CSU byla tedy sledována pouze lokální úroveň.

parlamentní frakci. V komparaci s britskými politickými stranami tedy můžeme hovořit o menší propojenosti oficiálních www stránek jednotlivých politických stran s přidruženými stranickými weby (srov. graf 8 a 19). Obecně lze v případě německých politických stran hovořit o mnohem nižší míře propojení s weby, na kterých se může potenciálně objevit kritika strany či odchylka od jejího hlavního názorového proudu.

Graf 20, 21, 22 a 23 zobrazuje reciprocitu těchto linků. Stejně jako strany britské jsou všechny zkoumané německé politické strany přítomny na sociálních sítích, čímž se snaží přiblížit svým občanům. Ve všech případech je umístění linků na oficiálním webu a na sociální síti vzájemné. Pouze v případě CSU ovšem sociální sítě odkazují i na sebe navzájem.

Z uvedených grafů je zřejmé, že jednotlivé webové sítě mají jasné centrum, kterým je oficiální stranický web, na který ve většině případů přidružené stranické weby odkazují. Jejich další vzájemné propojení však téměř neexistuje.

7. Závěr a diskuze

Cílem předkládaného textu je na případových studiích politických stran Velké Británie a Německa zjistit, zda byly naplněny predikce vědců, jež tvrdí, že politické strany se budou s rozšířením internetu jako nového média v duchu techno-deterministického přesvědčení měnit, a to ve smyslu své vnitřní organizace a způsobu vykonávání některých svých základních funkcí.

Se vznikem nových médií a postupným rozšiřováním internetu mezi světovou populaci vznikají i techno-deterministické teorie, které tvrdí, že internet se svou informační a komunikační kapacitou, posílenou o integraci více druhů médií v jedno, snadnou dostupnost a interaktivitu, vyřeší současné problémy politického života. Podle některých kyberneticko optimistických teorií dojde k úplné či limitované erozi politických systémů a vzniku tzv. e-demokracie či kyberdemokracie. Tato práce se ovšem drží v intencích těch teorií, které očekávají jejich modernizaci popřípadě obnovení, tedy předvídají pokrok a

řešení současných problémů v rámci zachování reprezentativní demokracie, jejíž základní kámen tvoří politické strany.

Podle nich bude mít používání internetu jako média zprostředkovávajícího komunikaci politických stran a občanů pozitivní vliv na vykonávání jejich základních funkcí, tzn. jejich opětovné přiblížení se společnosti a znovuobnovení role prostředníka mezi občany a státem; navýšení participace občanů na činnosti politických stran; schopnosti mobilizovat občany pro aktivní podporu jejich věci a efektivnější zjišťování a agregování zájmů, které povede až k deliberativnímu rozhodování o budoucích cílech strany.

Řada kyberneticko optimistických teorií také tvrdí, že internet bude mít pozitivní vliv na vnitřní organizaci politických stran, považují ho tedy za nástroj modernizace jejich vnitřního uspořádání. Někteří autoři vidí v aktivním používání internetu kapacitu pro získávání nových členů. Další hovoří o oslabení vnitrostranické oligarchie, demokratizaci a přeměně dosavadních velkých byrokratických organizací v neformální sítě, které se budou moci rozšířit do velké vzdálenosti a při tom efektivně spolupracovat.

Praktická část této práce se pohybuje ve sféře politického použití internetu, jenž zahrnuje on-line aktivitu, jejímž cílem je ovlivnit politickou realitu. Autorka totiž přijímá přesvědčení, že ovlivňování reálné politiky internetem funguje jako mechanismus, který začíná právě v on-line sféře, kde nejprve musí vzniknout řada často se překrývajících kauzálních prvků. Nastíněné technologicko-deterministické teorie se proto práce pokouší zodpovědět zejména na základě kvantitativně kvalitativní obsahové analýzy oficiálních webů hlavních politických stran Velké Británie a Německa.

Podle kyberneticko optimistických teorií mohou strany na internetu poskytovat občanům větší množství informací, než tomu bylo v době dominance tradičních médií a tím posilovat jednak svou socializační funkci, ale také stimulovat aktivní participaci občanů na životě strany i politice jako takové. Téměř žádná ze zkoumaných webových stránek neobsahuje většinu obecných informací, mezi něž patří ty o politickém systému, volebním systému a proceduře. Naopak weby všech politických stran spravují občany o svém postoji k aktuálně řešeným problémům země a to formou novinek. Strany se tak prostřednictvím svých webů ani nepokouší občana socializovat do obecné

politiky země (co zde chápeme politikou, nejlépe vyjadřuje anglický termín *polity*), ale zaměřují se zejména na politiky, které se snaží prosadit (politiky ve smyslu *policies* a konfliktní aspekt jejich utváření *politics*). Všechny politické strany poskytují rozsáhlou škálu informací o straně jako celku. Obecně lze říci, že tomuto druhu sdělení věnují německé strany významně širší prostor než strany britské, které se zaměřují spíše na informace o osobnostech strany. Pokud jde o informace směřované nikoliv k obyčejnému občanovi, ale k tradičním médiím, ani jeden ze zkoumaných webů německých politických stran tato média neignoruje. Jedinou britskou politickou stranou, která na svém webu vytvořila koutek s názvem Mediální centrum, jsou labouristé.

Obecně lze říci, že na webech zkoumaných politických stran stále převládají prvky informativní (viz graf číslo 24 a 25). Přesto zde můžeme nalézt řadu participativních prvků. Všechny strany poskytují občanům e-mailové i jiné (adresa, telefonní číslo) kontakty na stranu jako celek či na její jednotlivé členy. Běžné jsou i výzkumy veřejného mínění a on-line ankety. V případě britských politických stran jsou vrcholem on-line zapojení občana do politiky sociální sítě liberálů a labouristů, jež jsou určeny všem občanům, kteří se aktivně chtějí zapojit do jejich života. Participativní prvky na webech německých politických stran rozhodně nejsou tak sofistikované jako je tomu v případě stran britských. Sociální sítě jsou, kromě CDU+, určeny zejména členům stran a ani diskuzní fóra zde nejsou samozřejmostí.

Podle řady studií, týkajících se právě politické participace, častý kontakt se stranou vyvolává u občanů dojem, že jejich činnost je efektivní a tím častěji a ve větší míře se zapojují. Jak vyplývá z předchozího textu britské i německé politické strany již na svých oficiálních www stránkách pobízejí občany k aktivní participaci. Ještě ve větší míře se je ovšem snaží mobilizovat k další samostatné akci. Na zkoumaných webových stránkách je tak možné nalézt většinu mobilizačních prvků zanesených v použitém kódovacím schématu.

Interaktivní podstata internetu podporuje představu, že by všechny weby zkoumaných politických stran měly podporovat veřejnou debatu a tím i efektivní agregování zájmů občanů. Jak si stojí z pohledu interaktivity jednotlivé prvky zkoumaných politických stran se tato práce snažila určit na základě Ferberova et. al. (2007) modelu kybernetické interaktivity. V současnosti je skutečně

možné na webech britských stran objevit i prvky třísměrné komunikace, kde uživatel adresuje svou zprávu nejen straně, ale i širšímu publiku. Regulovaná odezva funguje u všech stran zejména v podobě petic, anket a výzkumů veřejného mínění. V případě labouristů a liberálů již ovšem můžeme hovořit i o prvcích, které umožňují veřejnou diskuzi, a to na sociálních sítích *Act the Lib Den Network* a *www.campaignengineroom.uk*, kde uživatelé sami vybírají a následně zakládají témata, o kterých později diskutují. I některé weby německých politických stran v současnosti podporují prvky třísměrné, i když v mnohem menší míře než britské politické strany. Regulovanou odezvu nalezneme na stránkách FDP a SPD v podobě následně publikovaných výzkumů veřejného mínění či on-line anket. Veřejnou diskuzi ovšem na svém webu podporuje pouze CSU, která dává k tomuto účelu možnost registrovaným uživatelům vytvářet diskuzní fóra.

Co se týče vlivu teorií o vlivu internetu na vnitřní organizaci politických stran, z analyzovaných statistických údajů vyplývá, že od druhé poloviny 90. let, kdy všechny zkoumané strany spustily své webové stránky, nejen, že nedošlo k nárůstu jejich stranické základny, ale její úpadek dokonce dále pokračuje. Pokud ovšem na problém nahlédneme z premisy, podle které nejen informovanost občanů, ale i častý kontakt v podobě participace, ať už off-line či on-line, vede k ochotě zapojovat se do života strany aktivněji, v tomto případě stát se členem strany a podíváme-li se na výzkumy stranických webů obou zemí od roku 2000, je zřejmé, že oficiální weby zkoumaných politických stran dlouho postrádaly on-line nástroje, které jsou nezbytné pro jejich naplňování. Obsahová analýza provedená v rámci tohoto výzkumu ovšem ukazuje, že zejména www stránky britských i německých politických stran již z daleka neplní pouze informativní funkci. Podle názoru autora je proto předčasné činit konečné závěry o budoucím vlivu internetu na množství členů politických stran ve Velké Británii i Německu.

Obsahová analýza oficiálních www stránek vzorku zkoumaných politických stran na základě hyperlinků odhalila, že strany využívají síťovou funkci webu pouze pro propojení s přidruženými stranickými weby, nikoliv ke spojení s externími organizacemi. Z přiložených grafů je zřejmé, že jednotlivé sítě mají jasné centrum, oficiální stranický web, na který ve většině případů přidružené

stranické weby zpětně odkazují. Jejich další vzájemné propojení však téměř neexistuje.

Dochází tedy skutečně s rozšířením internetu, jako nového média k proměně politických stran v duchu kyberneticko optimistických teorií? Na základě tohoto výzkumu je bezpochyby možné tvrdit, že oficiální weby britských a německých politických stran jsou i v době, kdy neprobíhá předvolební kampaň, živým komunikačním nástrojem, který se již dávno vzdálil původním internetovým prezentacím ve formě převedení materiálů pro distribuci off-line do on-line prostoru. Všechny zkoumané www stránky vykonávají funkci informativní, participativní, mobilizační i síťovou. Německé politické strany ovšem, pokud se jedná o interaktivní prvky webu, za těmi britskými stále poněkud zaostávají, a to ačkoliv se aktivní používání internetu občany rozšiřuje v obou zemích stejně. Pokud ovšem zasadíme tento výzkum do kontextu výzkumů podobných, provedených politickými vědci do současnosti, můžeme říci, že weby politických stran se rok od roku proměňují, stávají se stále sofistikovanějšími a dnes již skutečně obsahují prvky, které jim potenciálně mohou pomoci efektivněji vykonávat jejich funkce a demokratizovat stranickou organizaci. Strany tedy pomalu, ve sféře politického použití internetu, směřují k naplnění onoho prvního kroku potřebného pro další vývoj, k vytvoření dostatečného množství kauzálních mechanismů, které mohou politiku dále ovlivňovat.

Zkoumání obsahu webů politických stran je, ale samozřejmě pro určení reálného vlivu používání internetu na jejich fungování metodou, naprosto nedostačující. Je třeba se zaměřit jednak také na samotné producenty webového obsahu, tedy politické strany a snažit se zjistit například jaké důvody je vedou k umisťování jednotlivých webových prvků, zda informace získané od uživatelů prostřednictvím internetové komunikace následně ovlivňují jejich politiku a podobně. Předmětem zkoumání by pak měli být i samotní uživatelé, tzn. například jejich motivace ke komunikaci se stranou on-line, vliv této komunikace na jejich následnou aktivitu a pocit identifikace se stranou a další. Mezi metody, které mohou pomoci vědcům tyto informace zjistit, patří například dotazníková šetření, rozhovory, experimenty či analýzy uživatelských statistik. Všechny z nich se postupně začínají v pracích politických vědců, zabývajících

se tímto tématem objevovat, protože se ale neustále proměňuje samotná technologie, ale i její uživatelská základna, je předčasné v současné době vyvozovat o vlivu internetu na funkce a vnitřní organizaci politických stran konečné závěry.

8. Seznam použité literatury a pramenů

Literatura:

Barber, B. R.: 2003. *Strong Democracy: Participatory Politics for a New Age*. University of California Press: Berkley, London, Los Angeles.

Bimber, B.: 1994. Three Faces of Technological Determinism. In: Smith, M. R. – Marx, L. (eds.). *Does Technology Drive History?: The Dilemma ot Technological Determinism*, 79-100.

Bimber, B.: 1998. The Internet and Political Transformation: Populism, Community, and Accelerated Pluralism. *Polity*. 1/31,133-160.

Bimber, B. – Stohl, C. – Flanagin, A. J.: 2009. Technological Change and the Shifting Nature of Political Organizations. In: Chadwick, A. – Howard, P. N. (eds.). *Routledge Handbook of Internet Politics*. Routledge: London and New York,72-86.

Boelter, D. – Cecere, V.: 2003. Die Internet-Strategie der SPD. In: Altahous, M. – Cecere, V. (eds*.). Kampagne! 2. Neue Strategien für Wahlkampf, PR und Lobbying*. Lit-Verlag: Münster, 366-384.

Clayman, S. – Reisner, A.: 1998. Gatekeeping in Action: Editorial Conferences and Assessments of Newsworthiness. *American Sociological Review.* 4/63, 178–99.

Coleman, S. – Blumler, J. G.: 2009. *The Internet and Democratic Citizenship: Theory, Practice and Policy*. Cambridge University Press: New York.

Dalgren, P.: 2001. The Transformation of Democracy? In: Axford, B. – Huggins, R. (eds.). *New Media and Politics*. Sage Publications: London, 64-89.

Elter, A.: 2011. Doch kein Wundemittel: Wahlkämpfe und Web 2.0. *Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen*. 3/23, 64-70.

Ferber, P. – Foltz, F. – Pugliese, R.: 2007. Cyberdemocracy and Online Politics: A New Model of Interactivity. *Bulletion of Science, Technology and Society*. 5/27, 391-400.

Foot, K. A. – Schneider, S. M.: 2006. *Web Campaigning*. The MIT Press: London.

Gellner, W. – Strohmeier, G.: 2002. Parteien in Internet-Wahlkämpfen. In: Aleman, U. – Marshall, S. (eds.). *Parteien in der Mediendemokratie*. Westdeutscher Verlag: Wiesbaden, 189-208.

Gibson, R. – Ward, S.: 2000. A Proposed Metodology for Studying the Function and Effectiveness of Party and Candidate Web Sites. *Political Science Computer Review*, 2/18, 301-319.

Gibson, R. – Römmele, A. – Ward, S.: 2003. German Parties and Internet Campaigning in the 2002 Federal Elections. *German Politics*. 1/12, 79-108.

Gibson, R. K. – Lusoli, W. – Römmele, A. – Ward, S. J.: 2004.: Introduction: Representative Democracy and the Internet. In: Gibson, R. K. – Römmele, A. – Ward, S. J. (eds.). *Electronic Democracy: Mobilization, Organization and Participation via new ICTs*. Routledge: London and New York, 1-16.

Gibson, R. – Gillan, K. – Lee, B. J. – Ward, S.: 2013. Party Organizational Change and ICTs: The Growth of a Virtual Grassroots. *New Media and Society*, 1/15, 31-51.

Gibson, R. – Lusoli, W. – Ward, S.: 2005. Online Participation in the UK: Testing a Contextualized Model of Internet Effects. *British Journal of Politics and International Relations*. 7/2005, 561-583.

Gibson, R. – McAllister, I.: 2006. Does Cyber-Campaigning Win Votes? Online Communication in the 2004 Australian Elections. *Journal of Elections, Public Opinion and Parties*. 3/16, 243-263.

Green, L.: 2002. *Technoculture: From Alphabet do Cybersex*. Allen and Unwin: Maryborough.

Jackson, N. – Lilleker, D.: 2009. Building an Architecture of Participation? Political Parties and Web 2.0 in Britain. *Journal of Information Technology and Politics*. 3/6, 232-250.

Jensen, J. F.: 1999. Interactivity – Tracking a New Concept in Media and Communication Studies. In: Mayer, P. (ed.). *Computer Media and Communicatin.* Oxford University Press: Oxford, 185-204.

Katz, R. – Mair, P. (eds.): 1994. *How Parties Organize: Change and Adaptation in Party Organizations in Western Democracies*. Sage: London.

Kiousis, S.: 2002. Interactivity: A Concept Explication. *New Media and Society.* 4/3, 355–83.

Klein, M. – Alemann, U. – Spier, T.: 2011. Warum brauchen Parteien Mitglieder? In: Spier, T. – Klein, M. – Aleman, U. – Hoffmann, H. – Laux, A. – Nonnenmacher, A. – Rohrbarch, K. (eds.). *Parteimitglieder in Deutschland*. VS Verlag: Wiesbaden, 19-29.

Kleinert, H.: 2007. Abstieg der Parteiendemokratie. *Aus Politik und Zeitgeschichte*. 35-36/57, 3-11.

Lilleker, D. G.- Malagón, K.: 2010. Levels of Interactivity in the 2007 Presidential Candidates´ Websites. *European Journal of Communications*. 1/25, 25-42.

Lister, M.: 2009. *New Media: A Critical Introduction*. Routledge: New York.

Livingston, S. - Lance Bennett, W.: 2003. Gatekeeping, Indexing, and Live-Event News: Is Technology Altering the Construction of News? *Political Communication.* 2/20, 363–80.

Mair, P. – Katz, R.: 1997. Party Organization, Party Democracy, and the Emergence of the Cartel Party. In: Mair, P. *Party System Change: Approaches and Interpretations*. Claredon Press: Oxford, 93-120.

Mair, P. – van Biezen, I.: 2001. Party Membership in Twenty European Democracies, 1980-2000. *Party Politics*. 1/7, 5-21.

Margolis, M. – Resnick, D. – Wolfe, J. D.: 1999. Party Competition on the Internet in the United States and Britain. *The Harward International Journal of Politics*. 4/4, 24-47.

Margolis, M. – Resnick, D.: 2000. *Politics as Usual: The Cyberspace Revolution*. Sage Publications: Thousand Oaks.

Mielke, G.: 2007. Auf verlorenem Posten? Parteien in der Bürgergesellschaft. *Forschungsjournal Neue Soziale Bewegungen*. 4/20, 63-71.

Michels, R.: 2001. *Political Parties: A Sociological Study of the Oligarchical Tendencies of Modern Democracy*. Batoche Books: Kitchener.

Moore, G. E.: 1965. Cramming More Components onto Integrated Circuits. *Electronics*. 8/38, 1-4.

Norris, P.: 1999. *Critical Citizens: Global Support for Democratic Government*. Oxford University Press, Oxford.

Norris, P.: 2000. *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies.* Cambridge University Press: Cambridge.

Norris, P.: 2001. *Digital divide: Civic engagement, information poverty and the Internet worldwide*. Cambridge University Press: New York.

Norris, P. – Sanders, D.: 2003. Message or Medium? Campaign Learning During the 2001 British General Election. *Political Communication*. 20/2003, 233-262.

Norris, P.: 2005. *Political Parties and Democracy in Theoretical and Practical Perspectives: Developments in Party Communications*. National Democratic Institute for International Affairs: Washington.

Oates, S.: 2008. *Introduction to Media and Politics*. Sage Publications: London.

Pautz, H.: 2010. The Internet, Political Participation and Election Turnout: A Case of Germanny´s www.abgeordnetewatch.de. *German Politics and Society*. 28/96, 156-180.

Pavlíček, A.: 2007. *Nová média a web 2.0*. Oeconomica: Praha.

Pederson, K. – Saglie, J.: 2005. New Technology and Ageing Parties: Internet Use in Danish and Norwegian Parties. *Party Politics*. 3/11, 359-377.

Poor, N.: 2006. Playing Internet Curveball with Traditional Media Gatekeepers. *The International Journal of Research into New Media Technologies.* 1/12, 41-53.

Putnam, Robert D.: 2000. *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community.* Simon and Schuster Paperbacks: New York.

Sartori, G.: 1976. *Strany a stranické systémy: schéma pro analýzu*. Centrum pro studium demokracie a kultury: Brno.

Scarrow, S.: 1996*. Parties and their Members*. Oxford University Press: Oxford.

Schweitzer, E. J.: 2011. Normalization 2.0: A Longitudial Analysis of German Online Campaigns in the National Elections 2002-9. *European Journal of Communication*. 4/26, 310-327.

Strömbäck, J.: 2007. Political Marketing and Professionalized Campaigning: A Conceptual Analysis. *Journal of Political Marketing*. 2/3, 49-67.

van Dijk, J. A. G. M.: 2006. *The Network Society: Social Aspects of of New Media*. Sage Publications: London.

van Dijk, J. A. G. M.: 2009. One Europe, digitally divided. In: Chadwick, A. – Howard, P. N. (eds.). *Routledge Handbook of Internet Politics*. Routledge: London and New York, 288-305.

Ward, S.- Gibson, R. – Lusoli, W.: 2003. Online Participation and Mobilization in Britain: Hype, Hope and Reality. *Parliamentary Affairs*. 56/2003, 652-668.

Ward, S. – Gibson, R. – Nixon, P.: 2003. Parties and the Internet: An Overview. In: Gibson, R. – Nixon, P. – Ward, S. (eds.). *Political Parties and the Internet. Net Gain?* Routledge: London and New York, 11-39.

Ward, S. – Gibson, R.: 2009. European Political Organizations and the Internet: Mobilization, Participation, and Change. In: Chadwick, A. – Howard, P. N. (eds.). *Routledge Handbook of Internet Politics*. Routledge: London and New York, 25-39.

Washbourne, N.: 2001. Information Technology and New Forms of Organising? Translocalism and Networks in Friends of the Earth. In: Webster, F. (ed.). *Culture and Politics in the Information Age. A New Politics?* Routledge: London and New York, 129-142.

Washbourne, N.: 2010. *Mediating Politics*. Open University Press: Maidenhead.

Webster, F. (ed.): 2001. *Culture and Politics in the Information Age: A New Politics?* Routledge: London and New York.

Wedig, T. E.: 2007. *The Internet and Political Organizations: Force, Tool or Wildcraft?* [dissertation thesis] (Maryland: University of Maryland).

Winner, L.: 1977. *Autonomou Technology: Technics-out-of-Control as a Theme in Political Thought.* MIT Press: Cambridge.

Winner, L.: 2003. The Internet and Dreams of Democratic Renewal. In: Anderson, D. M. – Cornfield, M. (eds.). *The Civic Web: Online Politics and Democratic Values*. Rowman and Littlefield Publishers: Maryland, 167-185.

Wring, D. – Horrocks, I.: 2001. Virtual Hype? The Transformation of Political Parties? In: Axford, B. – Huggins, R. (eds.). *New Media and Politics*. SagePublications: London, 191-210.

Zielmann, S. – Röttger, U.: 2009. Characteristics and Developments of Political Party Web Campaigns in Germany, France, the United Kingdom, and the United States Between 1997 and 2007. In: Baringhorst, S. – Kneip, V. – Niesyto, J. (eds.). *Political Campaigning on the Web.* Transcript: Bielefeld, 69-92.

Internetové zdroje:

British Social Attitudes Information System, dostupné na: http://www.britsocat.com/Home.

Comscore: Analytics for a Digital World, dostupné na: www.comscore.com.

Čech, Martin: 2008. Web 2.0 jako základní kámen Library 2.0. *Informational Journal,* 16.6. 2008. Dostupné na: http://www.inflow.cz/web-20-jako-zakladni-kamen-library-20, 2.2. 2013.

Ebersole, S. E.: 1995. Media Determinism in Cyberspace, dostupné na: http://faculty.colostate-pueblo.edu/samuel.ebersole/mdic/index.html, 8.3.2013.

Eurostat, dostupné na: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page portal/eurostat /home/.

Farell, H.: 2011. The Internet´s Consequences for Politics, dostupné na: http://crookedtimber.org/wp-content/uploads/2011/09/ARPS.pdf, 26.3.2013.

Chan, Y. – Nissen, Ch. S. – Reljić, D. – Southwood, R. – Starks, S. – Tambini, D.: 2011. Mapping Digital Media: Germany. *Open Society Foundation*,

16.7.2011. Dostupné na: http://www.opensociety foundations.org/sites/default/files/mapping-digital-media-germany-20111028.pdf, 16.4.2013.

Chandler, D.: 1996. Engagement with Media: Shaping and Being Shaped. *Computer-Mediated Communication Magazine*, 2.2.1996. Dostupné na: http://users.aber.ac.uk/dgc/determ.html#Top, 8.3.2013.

Internet World Stats, dostupné na: http://www.internetworldstats.com/.

Let´s Have a Conversation, dostupné na: http://letshavetheconversation.blogspot.cz/.

Lusoli, W. – Ward, S. – Gibson, R.: 2002. Political Organizations and Online Mobilization: Different Media – Same Outcomes? Dostupné na: http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid=8DE5702319ABCCE151F2A4EB06E132E2?doi=10.1.1.198.4245&rep=rep1&type=pdf, 29.3.2013.

Lusoli, W. – Ward, S.: 2003. Digital Rank-and-file: Party Activists´Perceptions and Use of the Internet. Paper for the Annual Meeting of the American Political Science Association, 28.4.2003. Dostupné na: http://lusoli.info/papers/lusoli_ward_apsa 2003.pdf, 19.2.2013.

Margetts, H.: 2001. The Cyber Party. *Paper to workshop 'The Causes and Consequences of Organisational Innovation in European Political Parties'*, 6.4.2001. Dostupné na: http://www.governmentontheweb.org/sites/governmentontheweb.org/ files/Cyber_party_paper.pdf, 10.3.2013.

McGuinnes, F.: 2012. Membership of UK Political Parties, dostupné na: http://www.parliament.uk/Templates/BriefingPapers/Pages/BPPdfDownload.aspx?bp-id=SN05125, 1.4.2013.

New Media Trend Watch, dostupné na: http://www.newmediatrendwatch.com/.

Niedermayer, O.: 2012. Parteimitglieder in Deutschland: Version 2012, dostupné na:

http://www.polsoz.fuerlin.de/polwiss/forschung/systeme/empsoz/schriften/Arbeitshefte/ahosz19.pdf, 10.4.2013.

O´Reilly, Tim: 2006. Web 2.0 Compact Definition. O´Reilly Radar, 10.12. 2006. Dostupné na: http://radar.oreilly.com/2006/12/web-20-compact-definitiontryi.html, 2.2. 2013.

Russmann, U.: 2010. Parties and Candidates on the Web – A Cross-national Comparison of Party and Candidates Website Communication in the 2008 Austria and 2009 German National Election, dostupné na: http://drupals.humanities.manchester.ac.uk/ipol/sites/default/files/ecco/Russman.pdf, 22.3.2013.

Souček, M.: 2009. Informační věda, dostupné na: www.informacniveda.cz/dwn/1003/1162_informacni_veda.pdf, 12.3.2013.

Thesitewizard.com: website design, promotion, programming and revenue making, dostupné na: www.thesitewizard.com.

Ward, S. – Voerman, G.: 1999. New Media and New Politics, dostupné na: http://dnpp.eldoc.ub.rug.nl/FILES/root/jb-dnpp/jb1999/ward.pdf, 1.4.2013.

Weby zkoumaných politických stran:

Velká Británie

Conservative Party, dostupné na: www.conservatives.com.

Labour Party, dostupné na: www.labour.org.uk.

Liberal Democrats, dostupné na: www.libdems.org.uk.

Německo

Christlich Demokratische Union Deutschlands – CDU, dostupné na: www.cdu.de.

Christlich-Soziale Union in Bayern – CSU, dostupné na: www.csu.de.

Sozialdemokratische Partei Deutschlands – SPD, dostupné na: www.spd.de.

Freie Demokratische Partei – FDP, dostupné na: www.fdp.de.

.

.

9. **Resumé**

Political parties have a long history around the world. With no shortage of scholarly work examining the topic, understanding how parties work has clearly been a goal for generations. Since the tentative beginning, the internet has bocome a standard feature of political parties communication with citizens. However, although internet usage by political parties has become standard during the past decade, our understanding of this usage remains limited. In short, we know that something important is happening and that may have some effect on politics, but the questions of why and how remain elusive.

Some perspectives have evolved that seek to explain how internet usage effects political parties. For some authors, the internet is seen as a force that transforms the organization at a fundamental level due to the inherent characteristics that the technology possess. This view is called the Techno-determinist perspective in this work.

The main aim of the diploma thesis is to find the answers to seven main research questions which arise from this Techno-determinist view based on the content analysis of the oficial websites created by british and german main political parties.

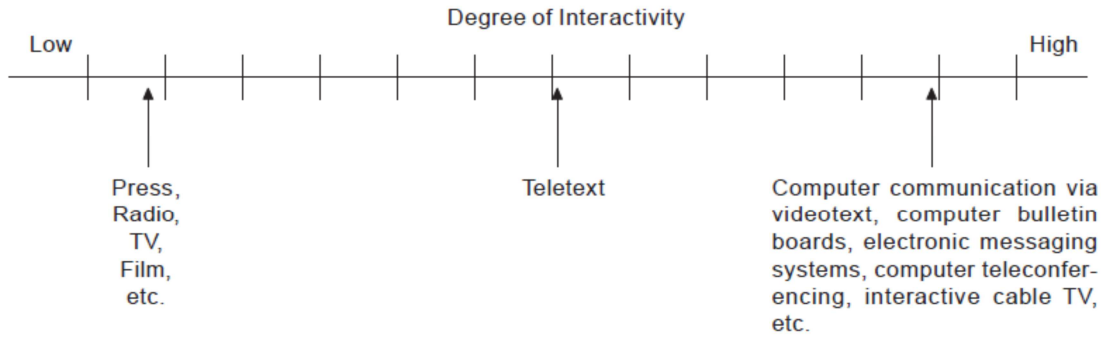
The text of the thesis is divided into two parts. The theoretical part deals with the special characteristics of the internet, the crises of democracy and political parties in general and with the techno-determinist predictions for the functions and inner organization of political parties. The practical part tries to verify the predictions based on the content analysis of the party websites.

According to the results, the british and german main political parties have started to adapt the interactive features which are needed for the change but the topic have to be examined also by other scientific methods in future.

10. Přílohy

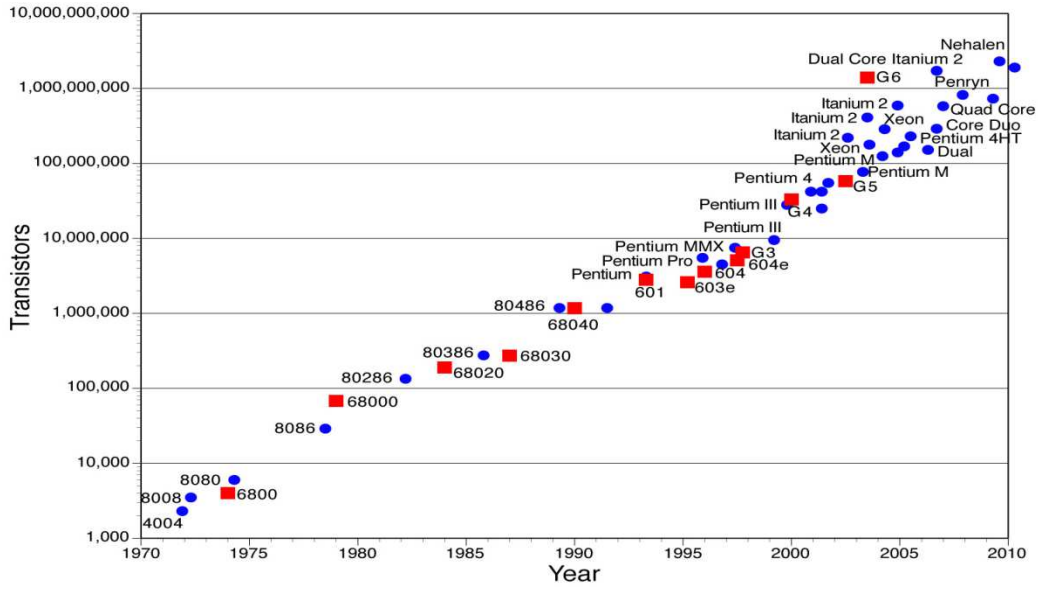
Obrázky

Obrázek 1: Rogersova škála interaktivity



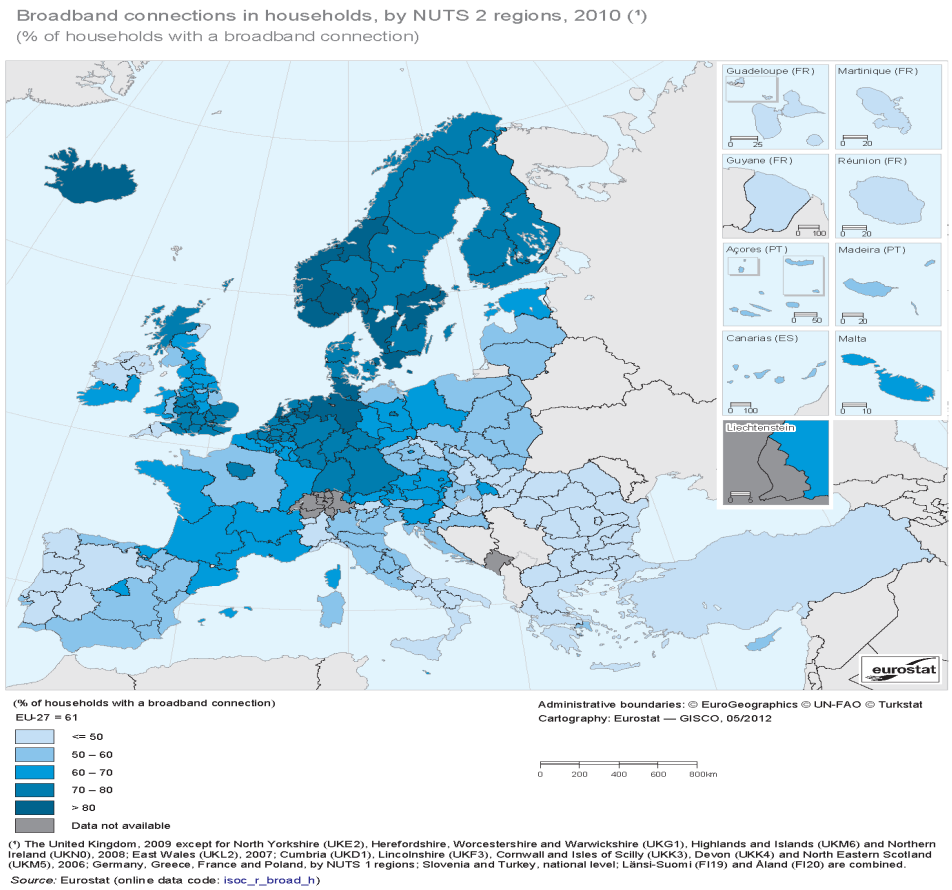
Zdroj: Jensen, 1999: 193

Obrázek 2: Mooreův zákon – graf počtu transistorů na různých procesorech během času



Zdroj: http://letshavetheconversation.blogspot.cz/2011/11/moores-law-economics-of-abundance.html, 13.2.2013.

Obrázek 3: Digitální štěpení v Evropě v roce 2010



Zdroj:http://epp.eurostat.ec.europa.eu/statistics_explained/images/c/cc/Broadband_connections_in_households%2C_by_NUTS_2_regions%2C_2010_(1)_(%25_of_households_with_a_broadband_connection).png, 13.2.2013.

Obrázek 4: Ferberův et. al. model kybernetické interaktivity

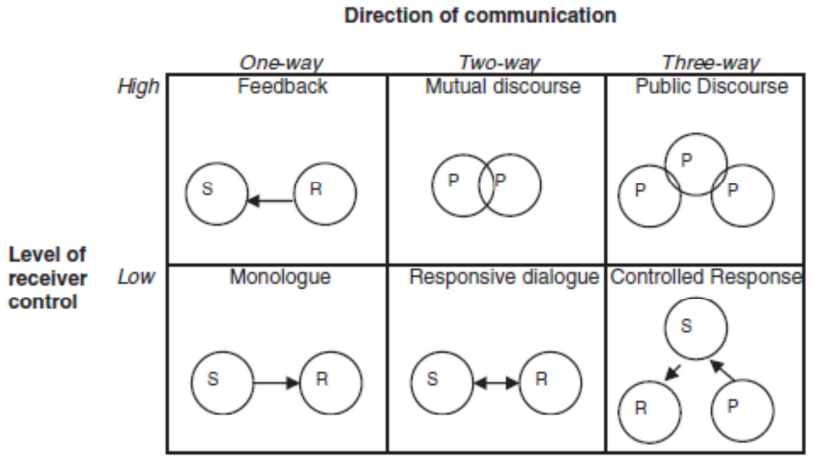


Figure 2. A Six-Part Model of Cyber-Interactivity
Note: S = sender; R = receiver; P = participant (where sender/receiver roles are interchangeable).

Zdroj: Ferber – Foltz – Pugliese, 2007: 393

Obrázek 5: Screenshot domovské stránky Konzervativní strany VB

Zdroj: http://www.conservatives.com/default.aspx, 3.4.2013.

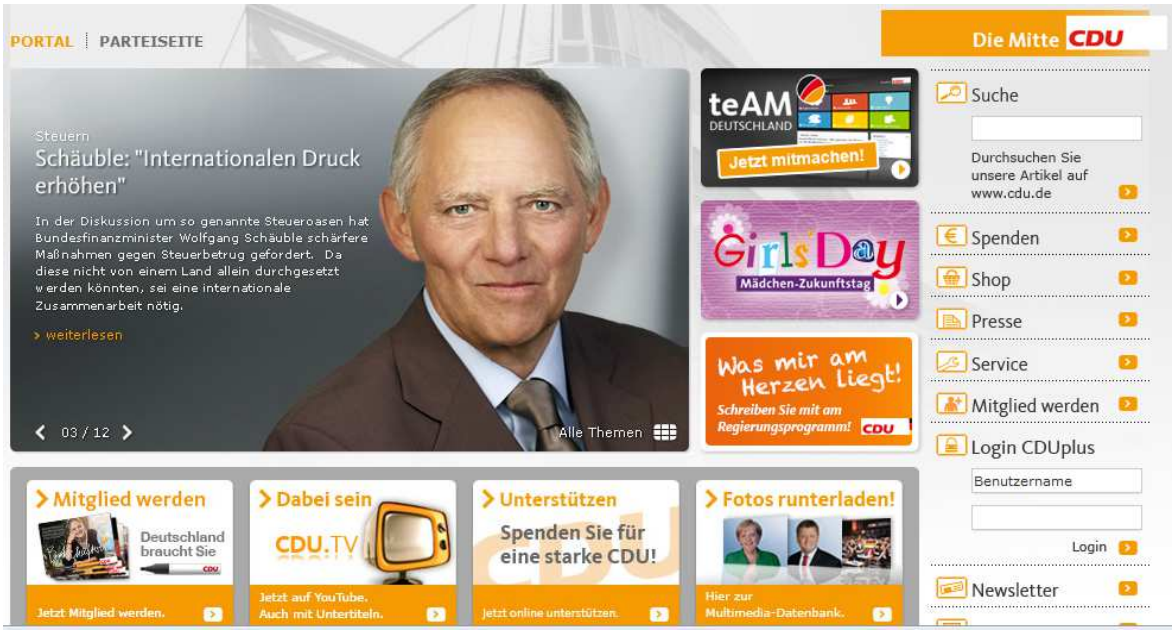
Obrázek 6: Screenshot domovské stránky Liberální strany VB

Zdroj: http://www.libdems.org.uk/home.aspx, 3.4.2013.

Obrázek 7: Screenshot domovské stránky Labouristické strany VB

Zdroj: http://www.labour.org.uk/home, 3.4.2013.

Obrázek 8: Screenshot domovské stránky Křesťanskodemokratické unie Německa (CDU)



Zdroj: http://www.cdu.de/, 10.4.2013.

Obrázek 9: Screenshot domovské stránky Křesťansko-sociální unie Bavorska (CSU)

Zdroj: http://www.csu.de/partei/index.htm, 10.4.2013.

Obrázek 10: Screenshot domovské stránky Svobodně demokratické strany (FDP)

Zdroj: http://www.fdp.de/, 10.4.2013.

Obrázek 11: Screenshot domovské stránky Sociálnědemokratické strany Německa (SPD)

Zdroj: http://www.spd.de/, 10.4.2013.

Tabulky

Tabulka 1: Bordewijkova a Kaamova matice čtyř informačních vzorců

	Informace produkovány centrálním poskytovatelem	Informace produkovány uživatelem
Distribuce kontrolována centrálním poskytovatelem	**Přenos**	**Registrace**
Distribuce kontrolována uživatelem	**Konzultace**	**Konverzace**

Zdroj: Jensen, 1999: 187

Tabulka 2: Komunikační kapacita tradičních médií a nových médií

	Tradiční média				**Nová média**	
Komunikační kapacita	**Komunikace tváří v tvář**	**Tisk**	**Vysílání**	**Telefon**	**Internet**	**Multimédia**
Rychlost	nízká	nízká/ /střední	vysoká	vysoká	vysoká	vysoká
Dostupnost (geografická)	nízká	střední	vysoká (1)	vysoká (1)	vysoká (1)	nízká
Dostupnost (sociální)	nízká	střední	vysoká (1)	vysoká (1)	vysoká (1)	nízká
Kapacita paměti	nízká	střední	střední	nízká	vysoká	vysoká
Komplexita sdělení	nízká	vysoká	nízká/ /střední	nízká	vysoká	vysoká
Selektivita	nízká	nízká	nízká	vysoká	vysoká	vysoká
Interaktivita	vysoká	nízká	nízká	střední	střední	střední
Množství stimulů	vysoká	nízká	střední	nízká	vysoká	vysoká
Komplexita komunikace	vysoká	vysoká	střední	střední	nízká	střední
Ochrana soukromí	vysoká	střední	vysoká	střední	nízká	střední

(1) Pouze v ekonomicky vyspělých zemích

Zdroj: van Dijk, 2006: 15

Tabulka 3: Vybraný vzorek webů politických stran Velké Británie a Německa

Strany:	Web:
Velká Británie	
Konzervativní strana (Conservative Party)	www.conservatives.com
Labouristická strana (Labour Party)	www.labour.org.uk
Liberálně demokratická strana (Liberal Democrats)	www.libdems.org.uk
Německo	
Křesťanskodemokratická unie Německa (Christlich Demokratische Union Deutschlands – CDU)	www.cdu.de
Křesťansko-sociální unie Bavorska (Christlich-Soziale Union in Bayern – CSU)	www.csu.de
Sociálnědemokratická strana Německa (Sozialdemokratische Partei Deutschlands - SPD)	www.spd.de
Svobodně demokratická strana (Freie Demokratische Partei – FDP)	www.fdp.de

Tabulka 4: Kódovací schéma pro obsahovou analýzu

		Index
Informativní funkce webu		0-29
Obecné informace	0-4	
Informace o politickém systému		
Informace o volebním systému a proceduře		
Vládní program		
Informace o postoji strany k aktuálním otázkám		
Informace o straně	0-15	
Informace o historii strany		
Informace o struktuře strany a vnitřní organizaci		
Dlouhodobý program strany		
Volební program strany		
Politiky strany		
Informace zaměřené na určité cílové skupiny		
Informace o stranických organizacích		
Informace o stanovách strany		
Oficiální dokumenty		
Úspěchy strany		
Fotogalerie		
Akce strany		
Strana v médiích		
Novinky		

Kampaň		
Informace o osobnostech strany	0-7	
Profil osobností ve vedení strany		
Profil ostatních členů strany		
Proslovy lídrů		
Projevy ostatních členů strany		
Rozhovory s lídry		
Rozhovory s ostatními členy strany		
Fotografie členů strany		
Informace pro média	0-3	
Tiskové zprávy		
Newsletter pro média		
Kalendář tiskových konferencí		
Participativní funkce webu		0-12
E-mailové adresy		
Kontakty (jiné než e-mail)		
Nástěnka (vzkaz pro stranu)		
Diskusní fóra		
Chat		
Chat s lídrem strany, stranickými úředníky		
„Opinion board“		
Výzkumy veřejného mínění		
Online ankety		
Online petice		
Online události		
Vlastní sociální síť		
Mobilizační funkce webu		0-12
Online přihláška ke členství		
Možnost zaregistrovat se jako dobrovolník		
Možnost podporovat stranu online		
Možnost přidat svůj e-mail na e-mail list		
Možnost zaslat link na stránku příteli		
Informace jak podpořit stranu finančně		
Možnost zaslat finanční dar přímo přes web strany		
Možnost stáhnout banner		
Možnost stáhnout materiály k distribuci off-line		
Možnost zakoupit propagační předměty		
Možnost sdílet informaci na sociální síti		
Nabídky zaměstnání		
Spojovací/síťová funkce webu		0-17
Linky na přidružené stranické weby	0-9	
Linky na sociální sítě strany		
Link na web předsedy strany		
Linky na sociální sítě předsedy strany		
Linky na weby členů strany		
Linky na sociální sítě členů strany		
Linky na weby regionálních organizací strany		

Linky na weby lokálních organizací strany		
Linky na weby přidružených organizací strany		
Linky na weby parlamentní frakce strany		
Linky na externí weby	0-8	
Link na web vlády		
Linky na weby občanských sdružení		
Linky na weby ostatních politických stran		
Linky na weby mezinárodních organizací		
Linky na weby nevládních organizací		
Linky na weby vzdělávacích institucí		
Linky na weby náboženských organizací		
Linky na weby médií		

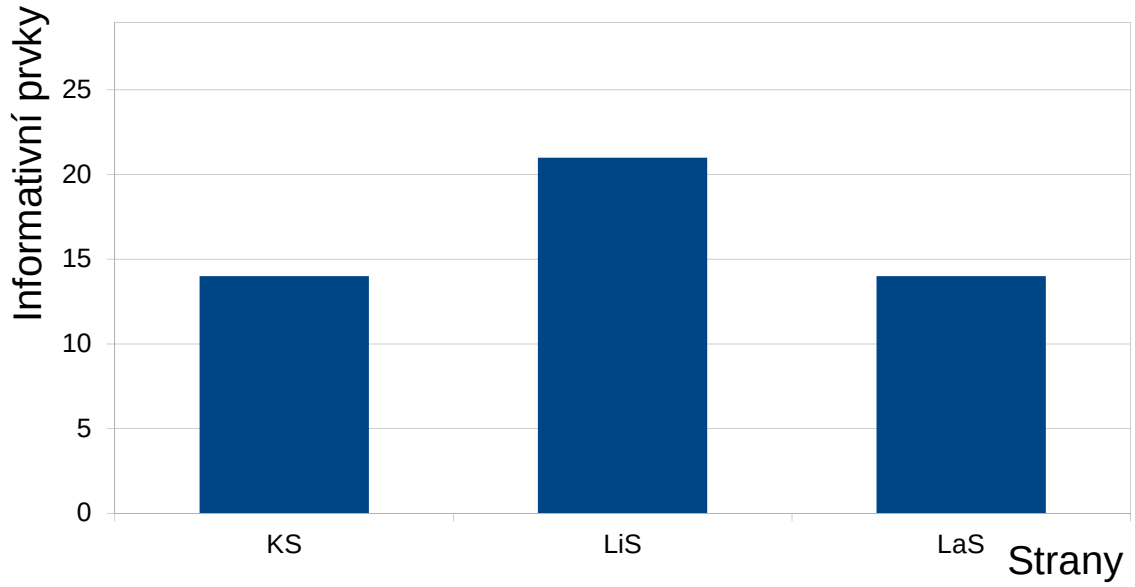
Zdroj: Russman, 2010: 25-26 (s úpravou autora)

Grafy:

Graf 1: Množství hodin, jež Britové strávili ve svém volném čase průměrně na internetu během jednoho týdne v letech 2000-2011

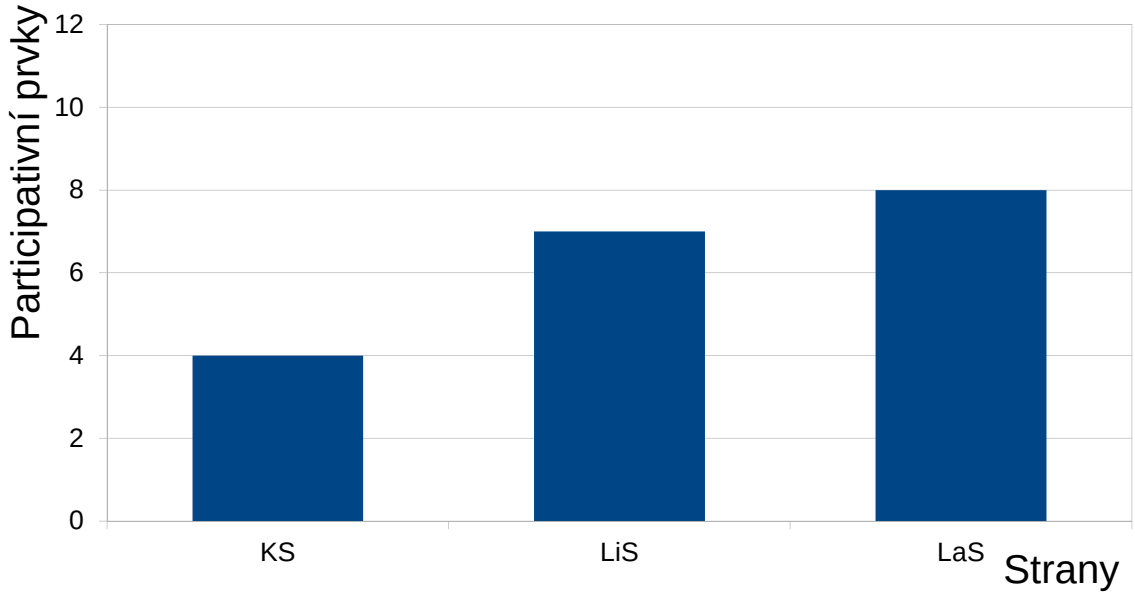
Zdroj: http://www.britsocat.com/BodySecure.aspx?control=BritsocatMarginals&var=WWWHRSWK&SurveyID=27, 5.4.2013.

Graf 2: Informativních prvky na oficiálních webech britských politických stran



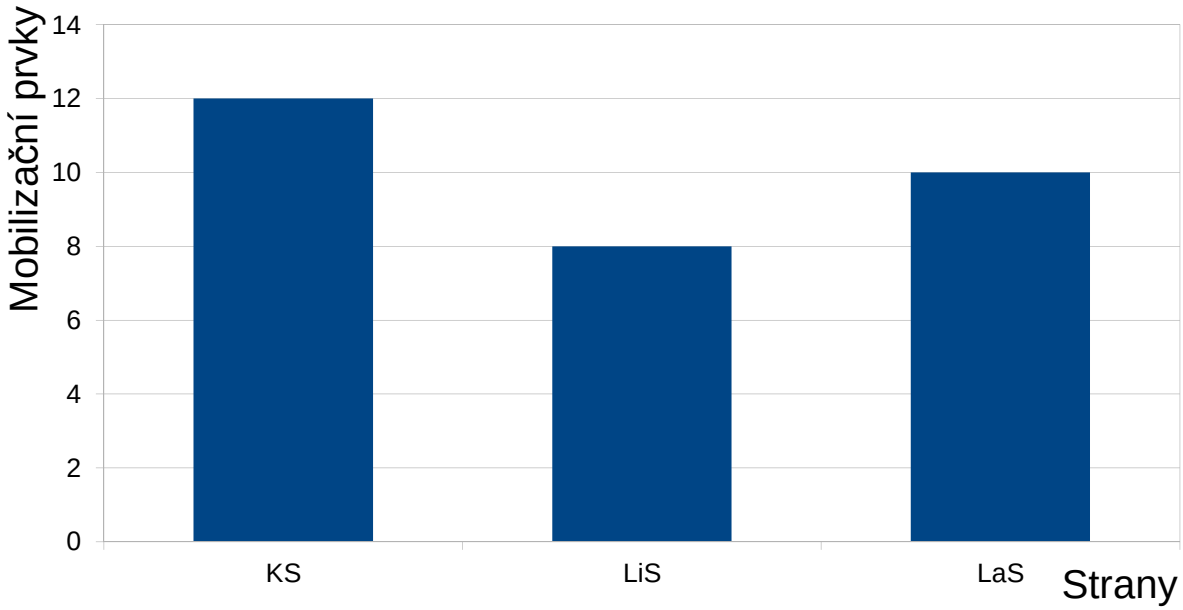
Zdroj: autor práce

Graf 3: Participativní prvky na oficiálních webech britských politických stran



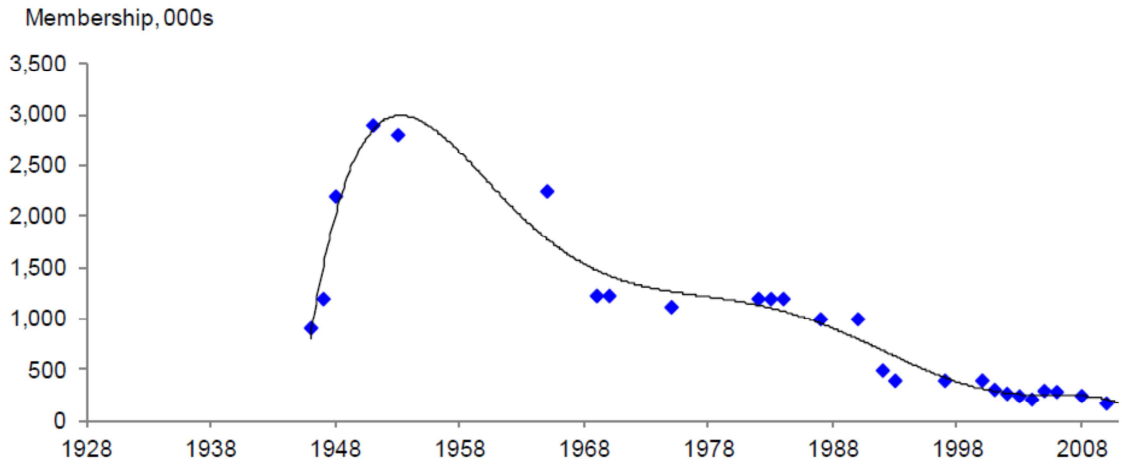
Zdroj: autor práce

Graf 4: Mobilizační prvky na oficiálních webech britských politických stran



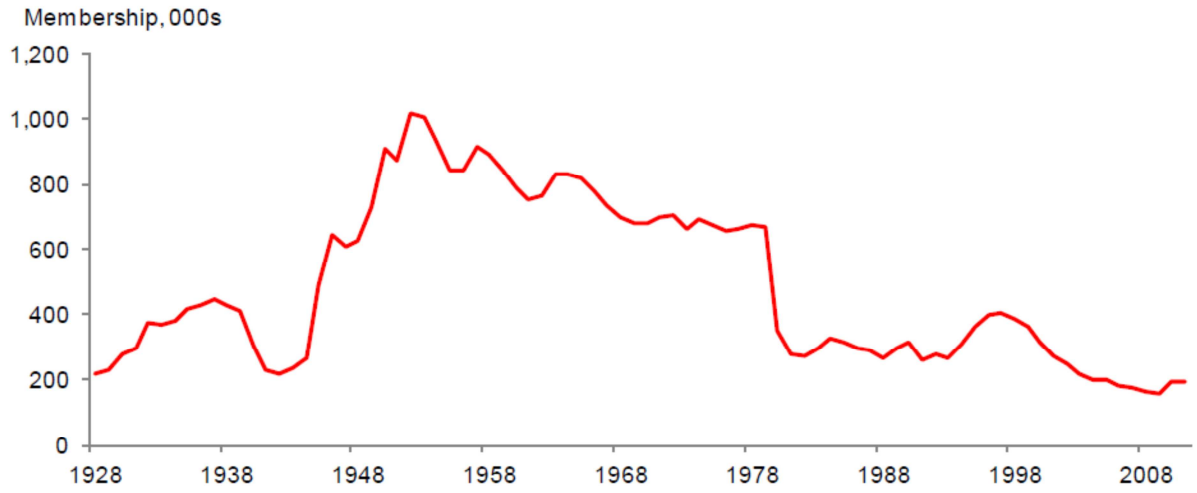
Zdroj: autor práce

Graf 5: Vývoj členské základny Konzervativní strany VB do roku 2011



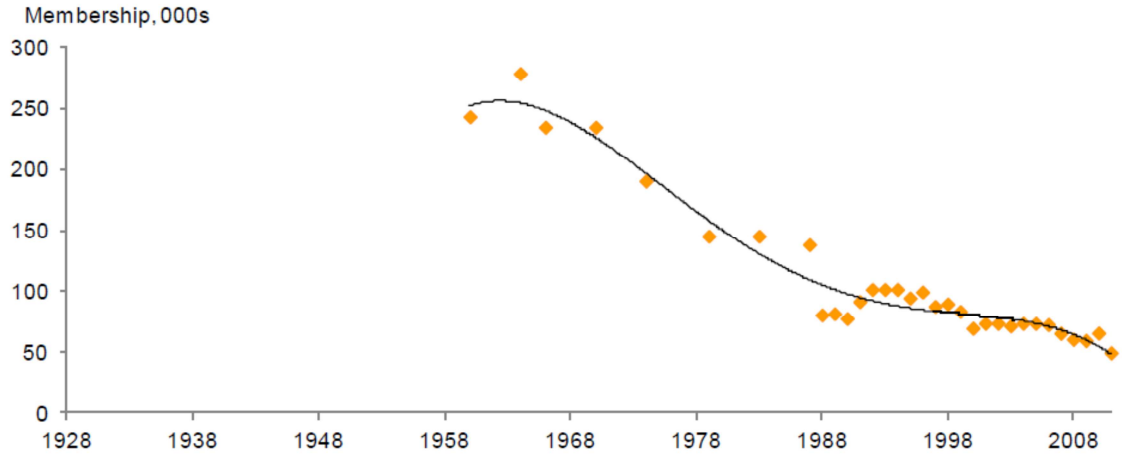
Zdroj: McGuinnes, 2012: 4

Graf 6: Vývoj členské základny Labouristické strany VB do roku 2011



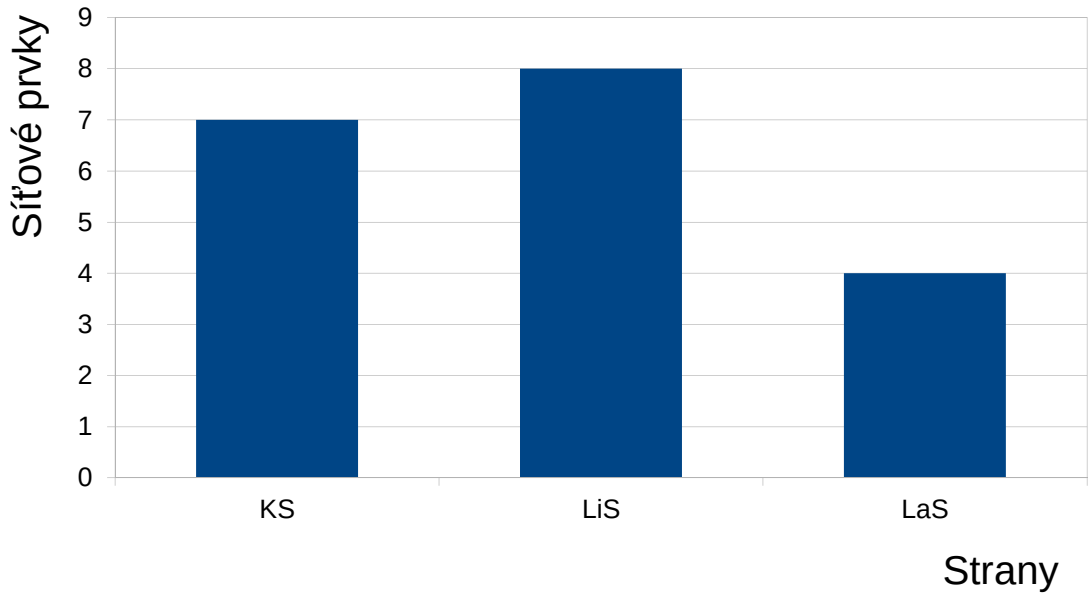
Zdroj: McGuinnes, 2012: 4

Graf 7: Vývoj členské základny Liberální strany VB (a jejích předchůdců) do roku 2011



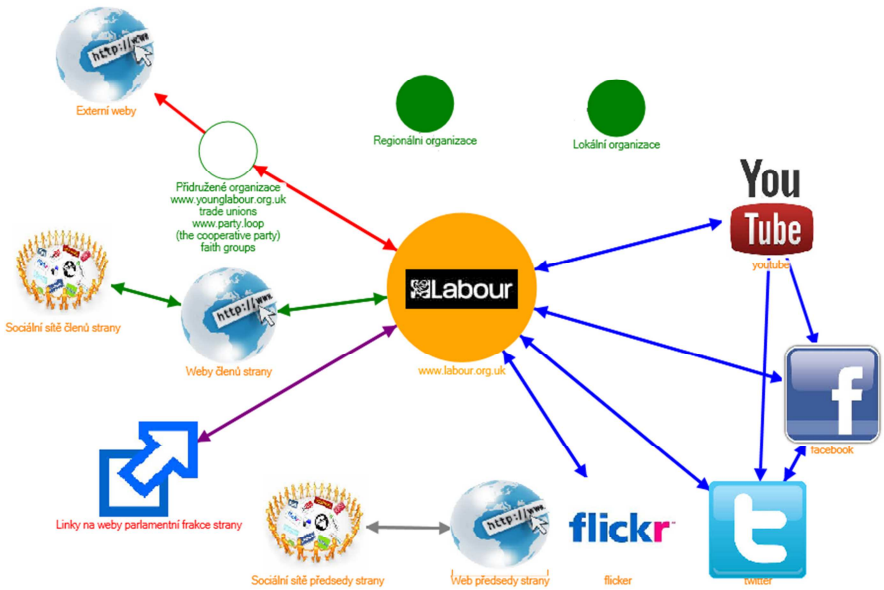
Zdroj: McGuinnes, 2012: 4

Graf 8: Síťové prvky na oficiálních webech britských politických stran (linky na přidružené stranické weby)



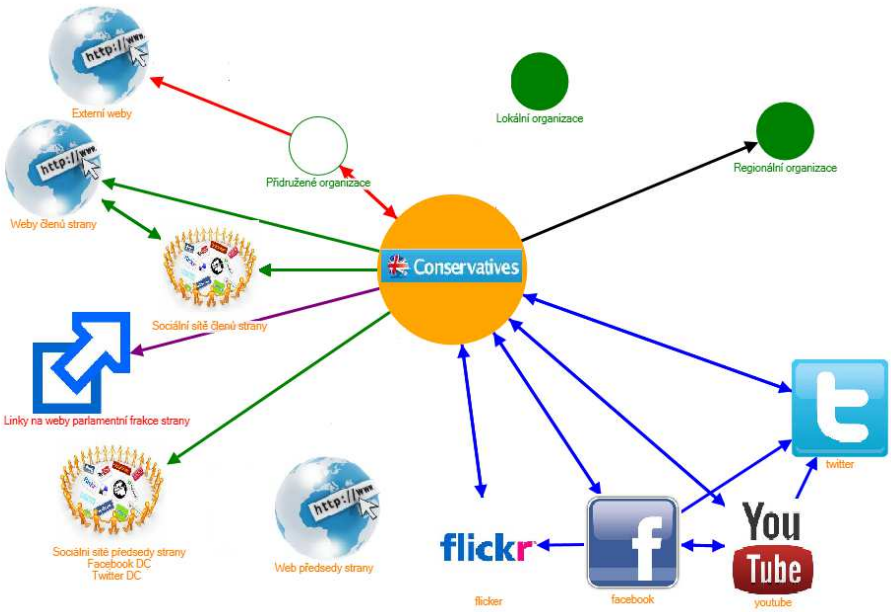
Zdroj: autor práce

Graf 9: Vzájemná reciprocita linků směřujících od domovského webu Labouristické strany



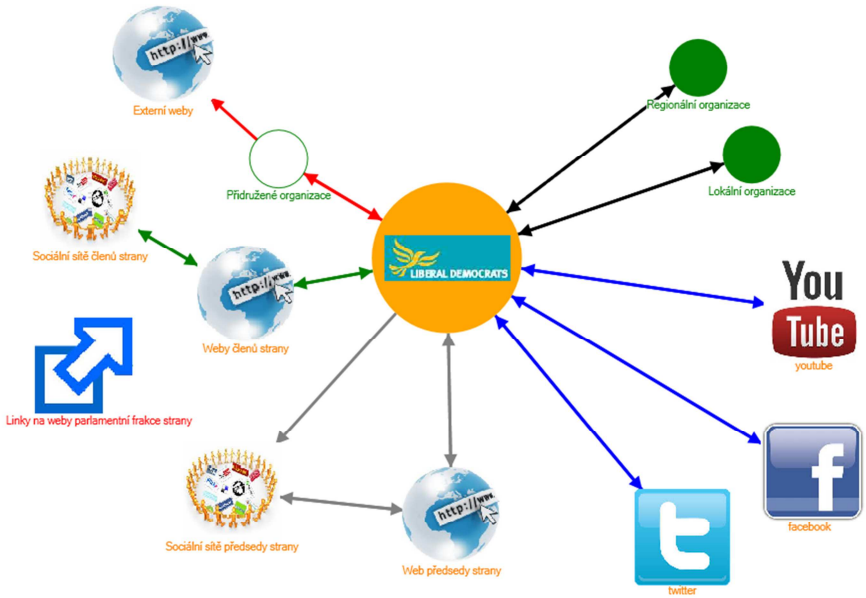
Zdroj: autor práce

Graf 10: Vzájemná reciprocita linků směřujících od domovského webu Konzervativní strany



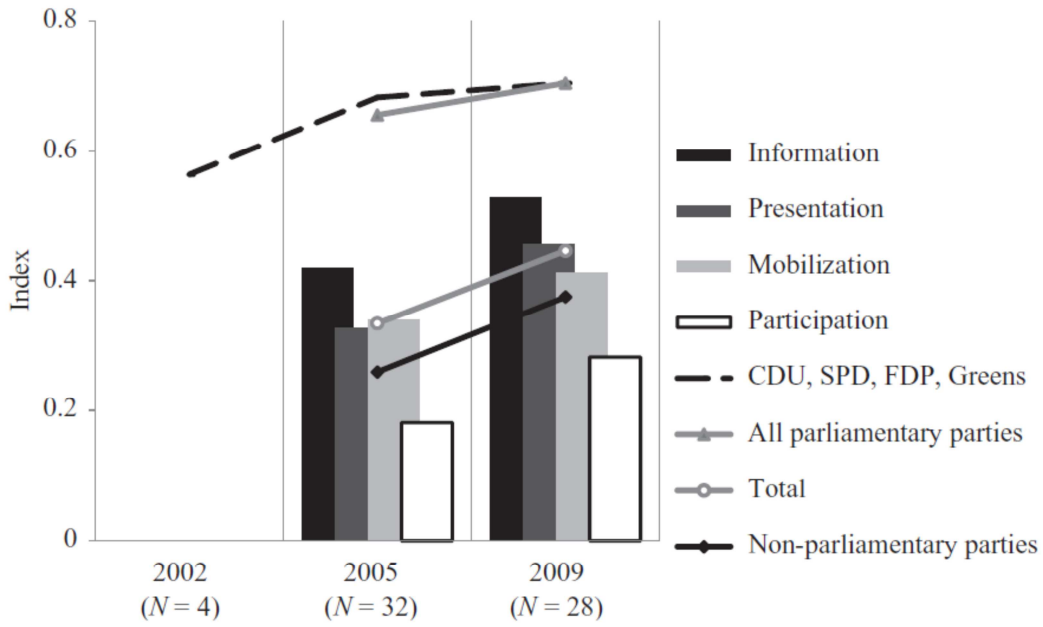
Zdroj: autor práce

Graf 11: Vzájemná reciprocita linků směřujících od domovského webu Liberálně demokratické strany



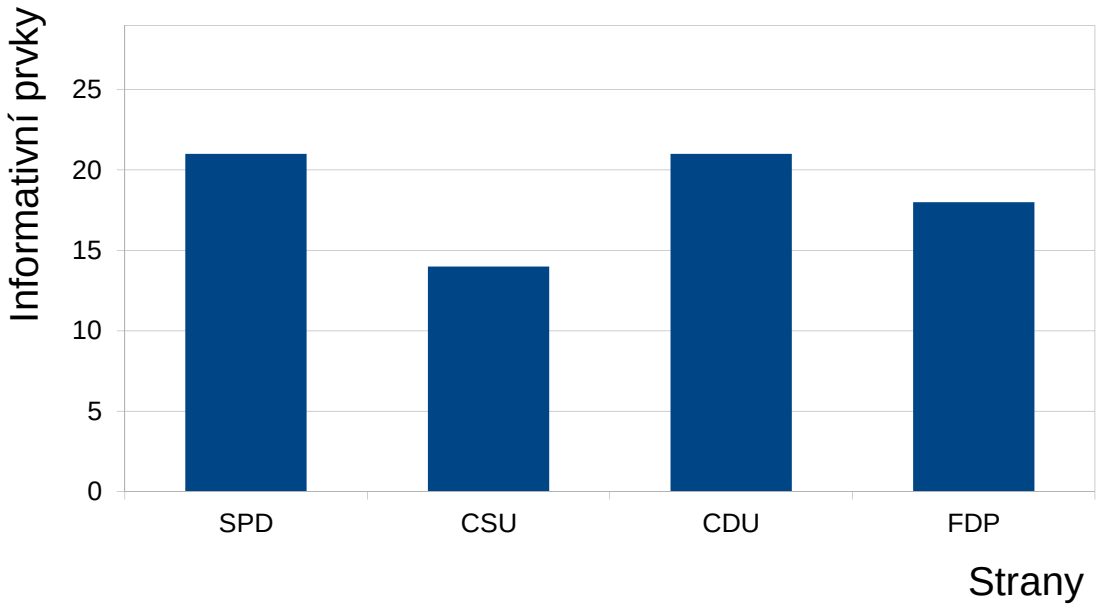
Zdroj: autor práce

Graf 12: Vývoj funkcí německých stranických webů 2002-2009



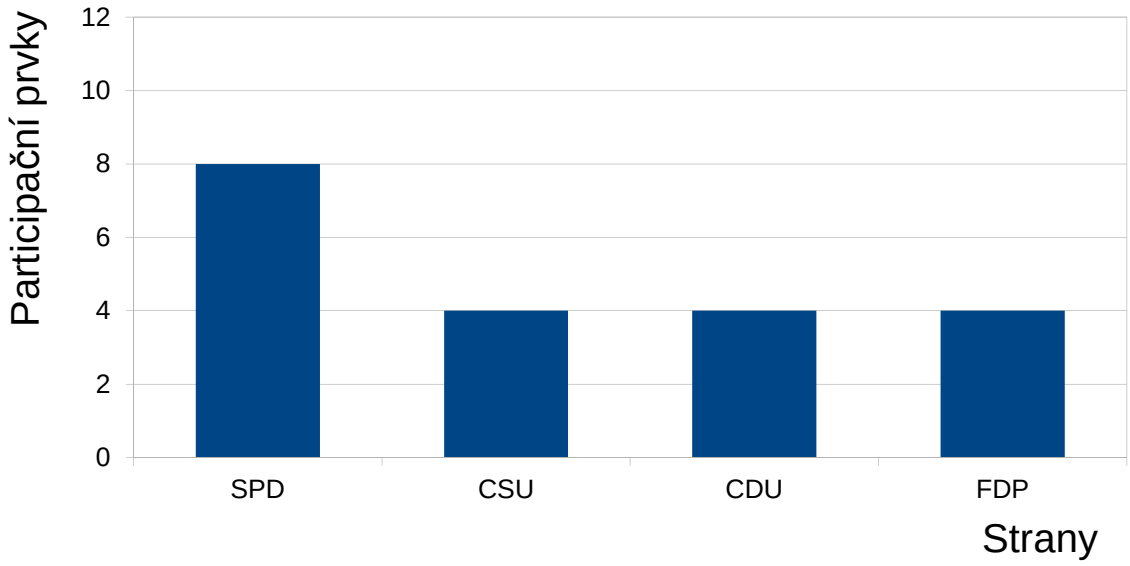
Zdroj: Schweitzer, 2011: 316

Graf 13: Informativních prvky na oficiálních webech německých politických stran



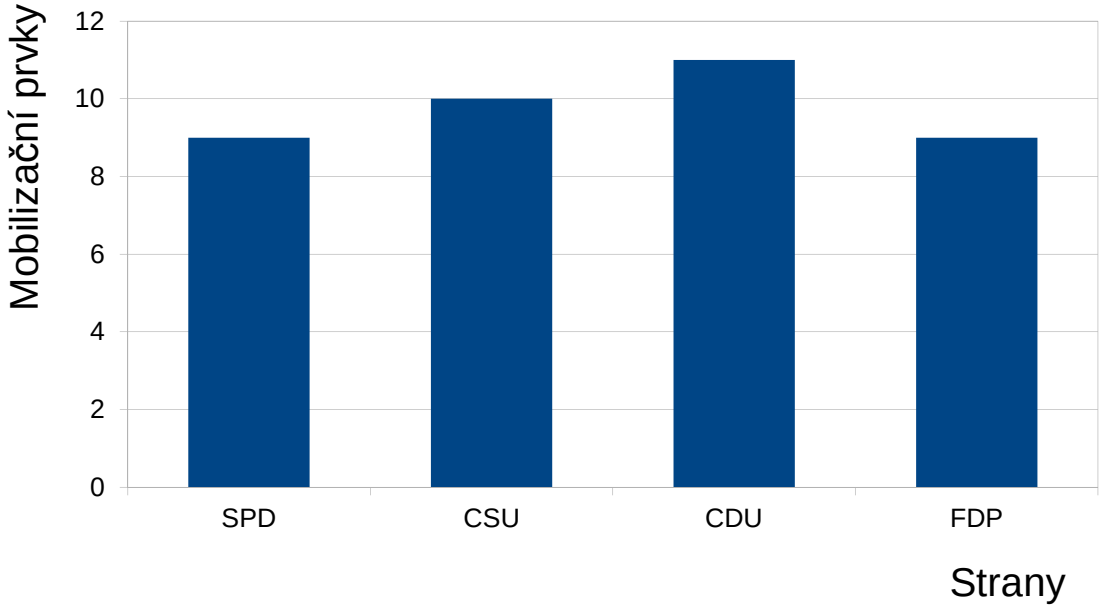
Zdroj: autor práce

Graf 14: Participativní prvky na oficiálních webech německých politických stran



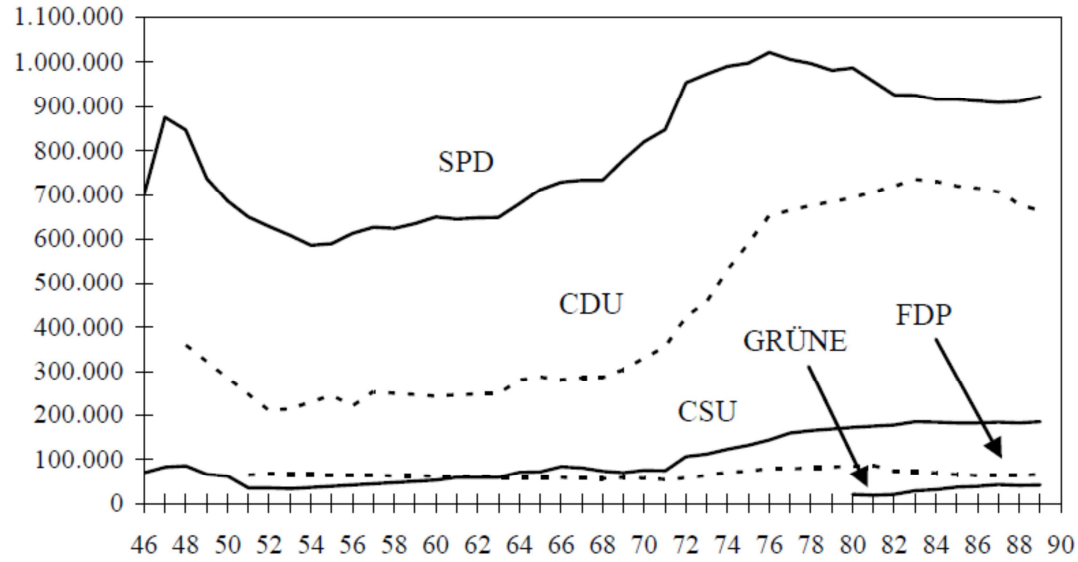
Zdroj: autor práce

Graf 15: Mobilizační prvky na oficiálních webech německých politických stran



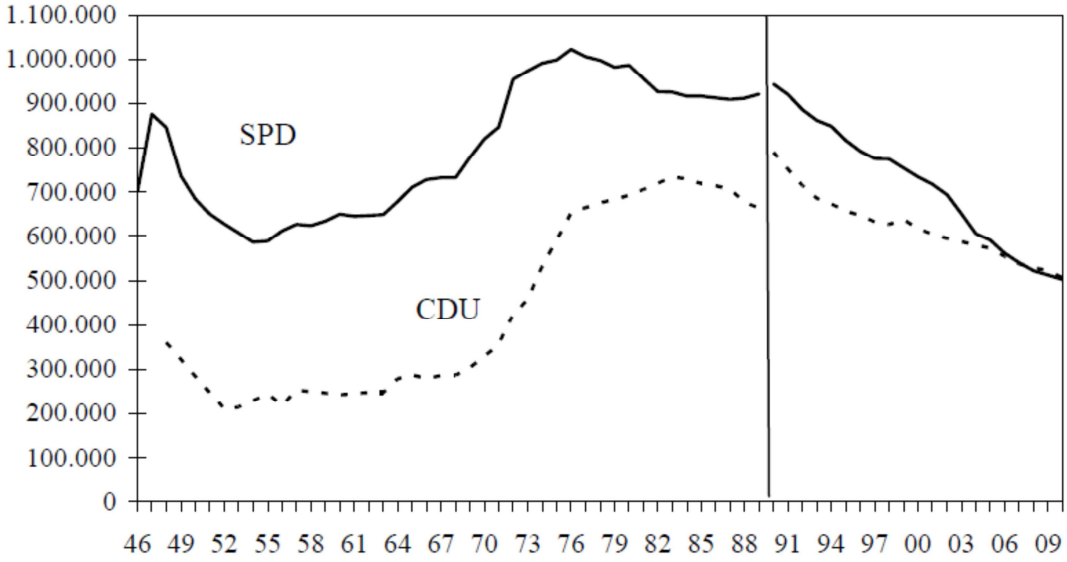
Zdroj: autor práce

Graf 16: Vývoj členské základny německých politických stran 1946-1989



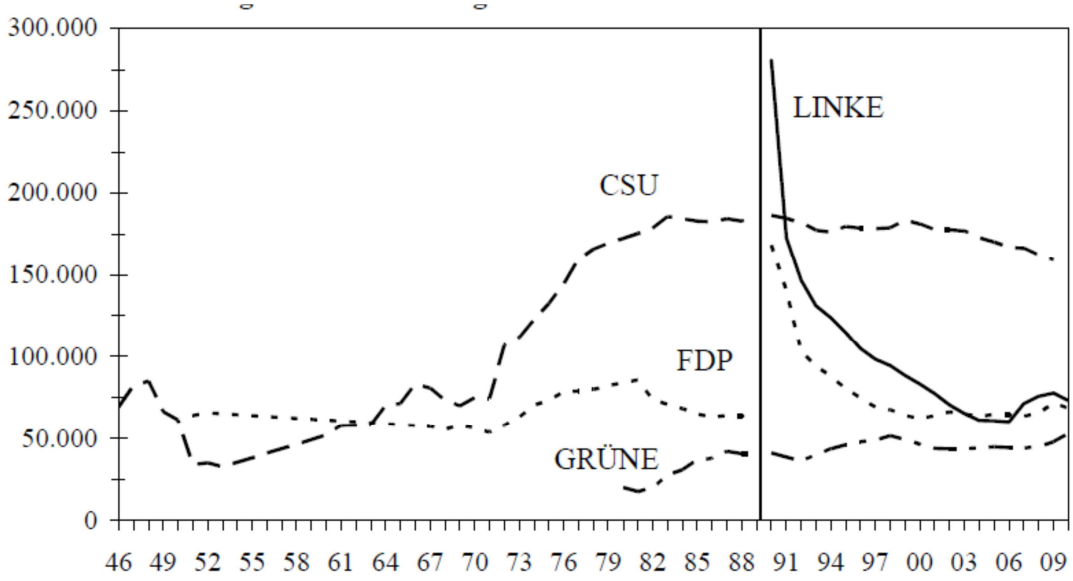
Zdroj: Niedermayer, 2011: 27

Graf 17: Vývoj členské základny SPD a CDU 1946-2009



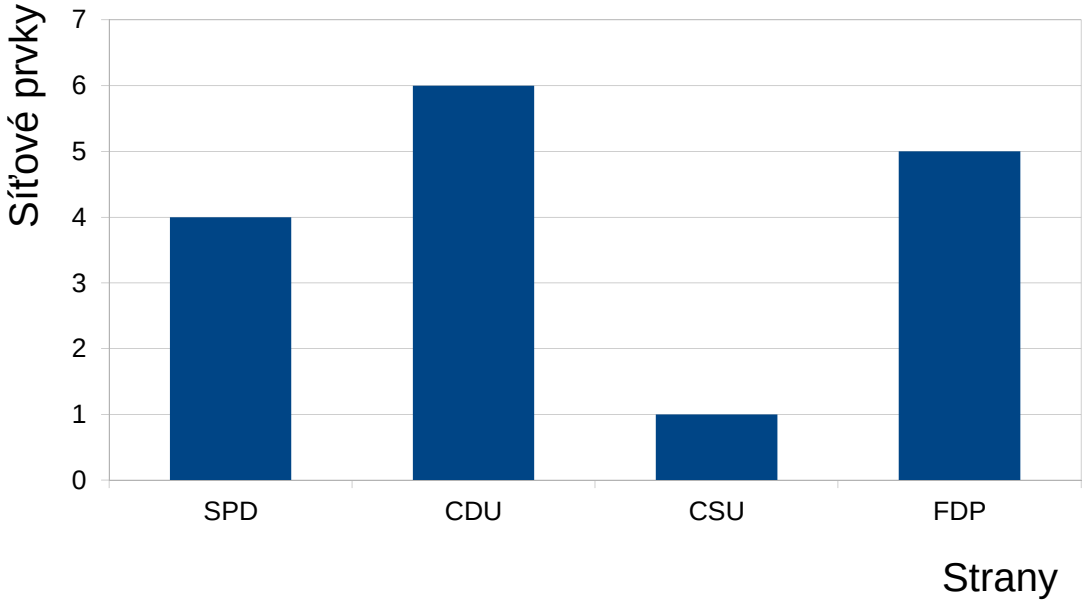
Zdroj: Niedermayer, 2011: 28

Graf 18: Vývoj členské základny FDP a CSU 1946-2009



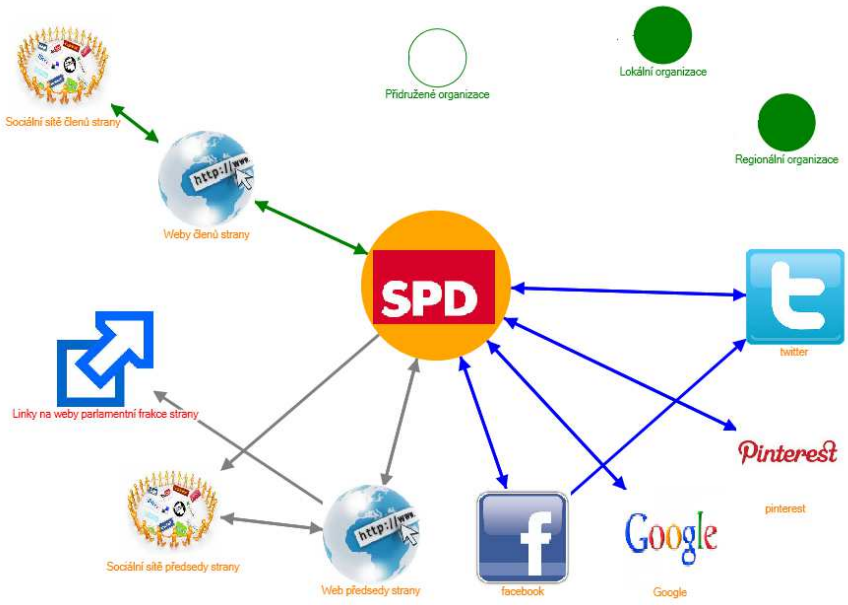
Zdroj: Niedermayer, 2011: 29

Graf 19: Síťové prvky na oficiálních webech německých politických stran (linky na přidružené stranické weby)



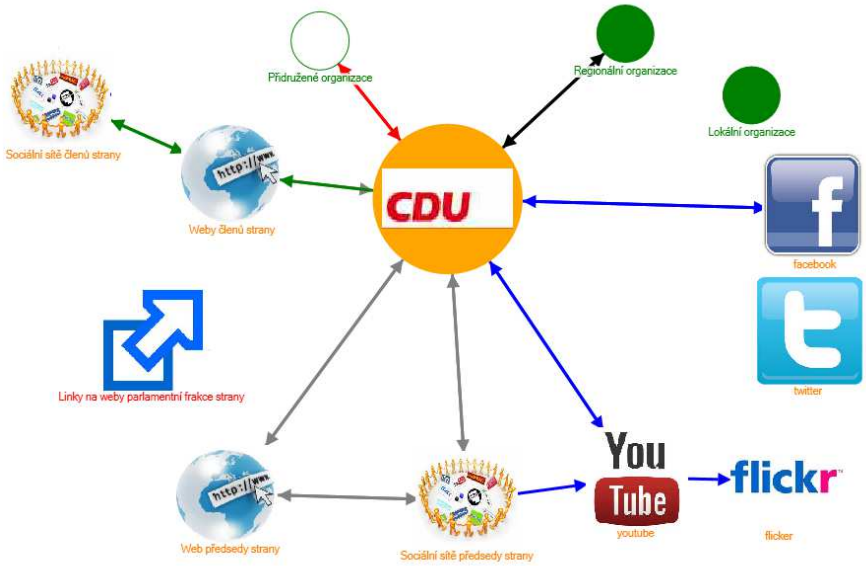
Zdroj: autor práce

Graf 20: Vzájemná reciprocita linků směřujících od domovského webu SPD



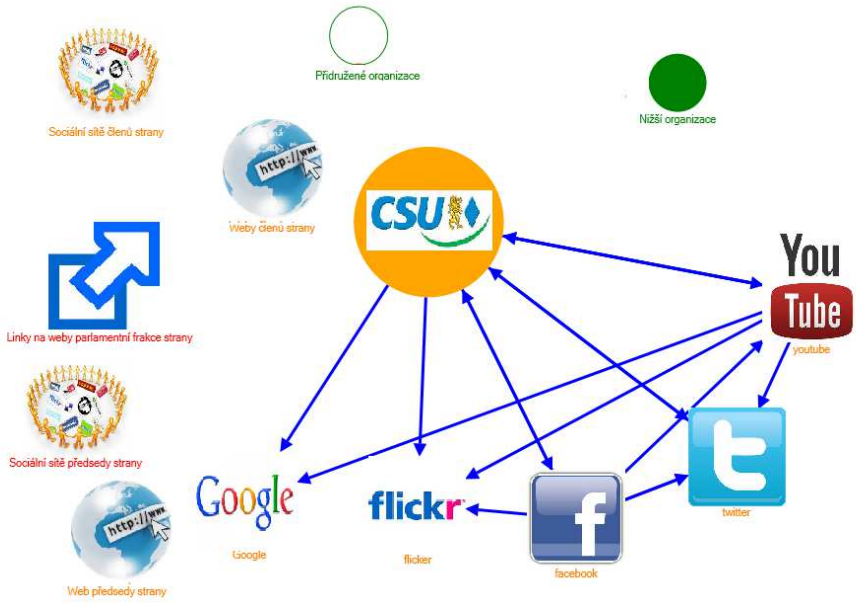
Zdroj: autor práce

Graf 21: Vzájemná reciprocita linků směřujících od domovského webu CDU



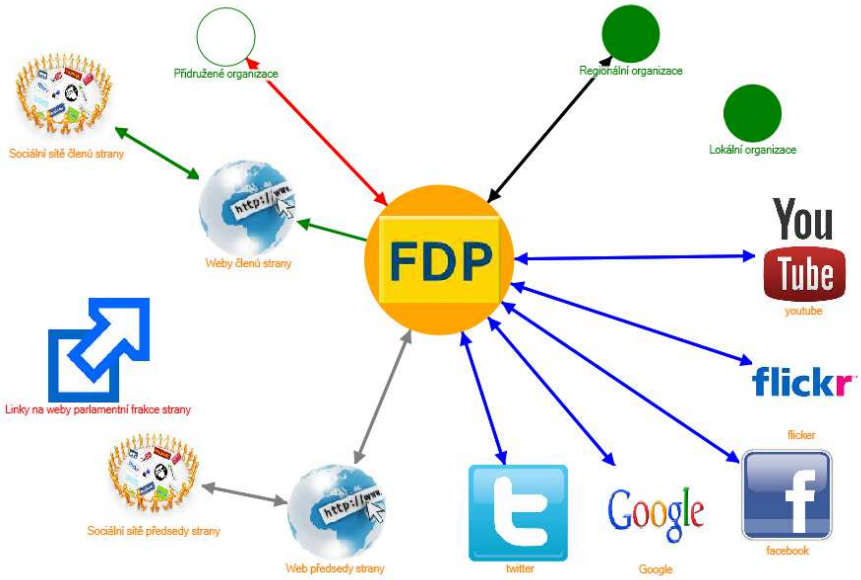
Zdroj: autor práce

Graf 22: Vzájemná reciprocita linků směřujících od domovského webu CSU



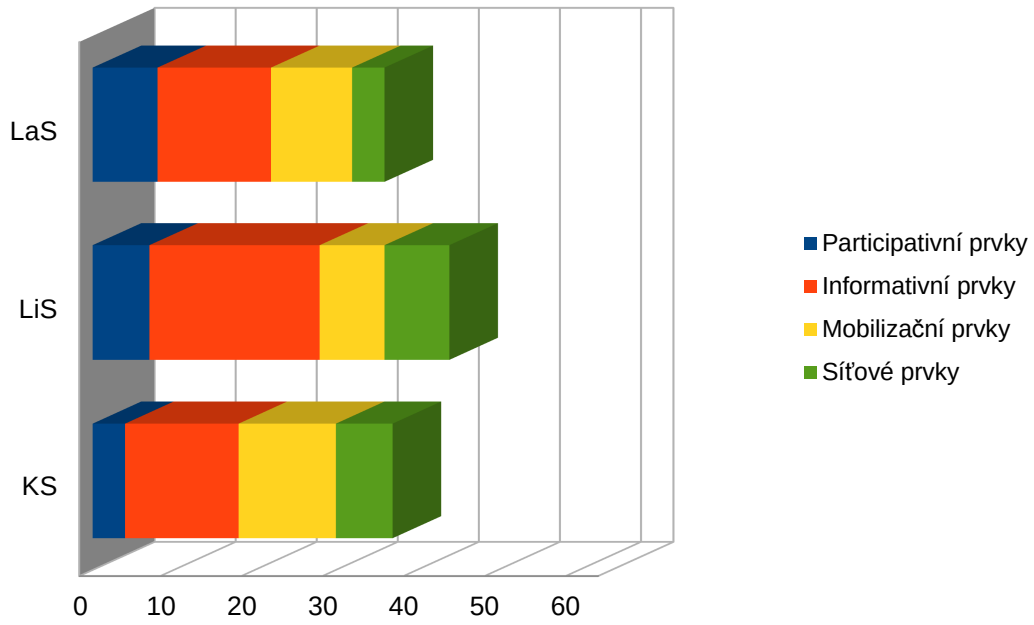
Zdroj: autor práce

Graf 23: Vzájemná reciprocita linků směřujících od domovského webu FDP



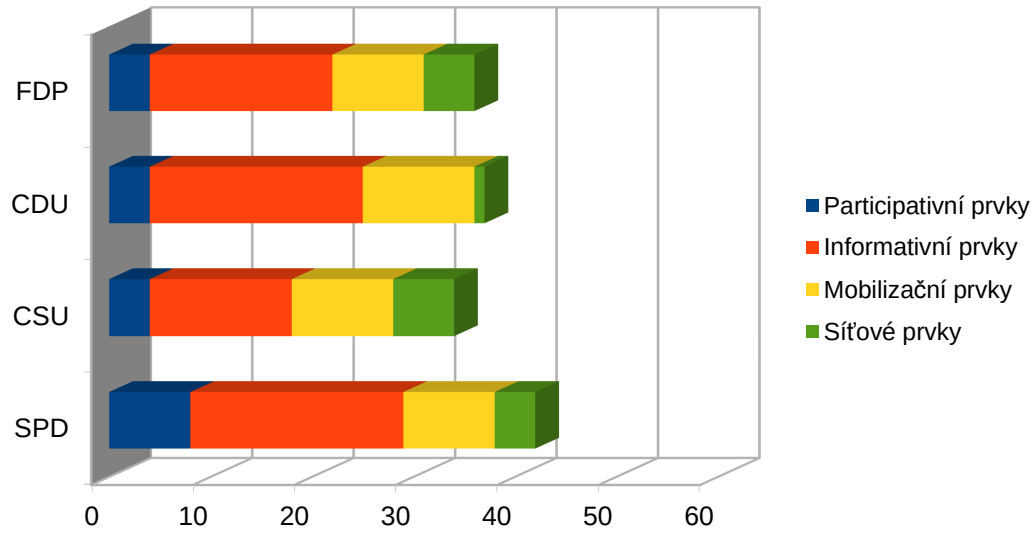
Zdroj: autor práce

Graf 24: Rozložení funkcí oficiálních webů britských politických stran



Zdroj: autor práce

Graf 25: Rozložení funkcí oficiálních webů německých politických stran



Zdroj: autor práce