
Sociální média jako nová výzva pro výzkum politické participace*

JAROSLAV ŠVELCH, LENKA VOCHOCOVÁ**

Fakulta sociálních věd, Univerzita Karlova v Praze

Social Media As a New Challenge for Political Participation Research

Abstract: This article aims to synthesise existing theoretical and empirical work on political participation in social media, a topic especially relevant but still under-researched in post-transformation countries such as the Czech Republic. It argues for encouraging productive dialogue between the political science approach to participation research and the work in media and communication studies. First, the article sums up normative and theoretical standpoints taken when discussing and researching new media, society, and participation. It then reviews existing empirical findings from various countries. It concludes that there is no consensus on either the positive or negative effects that social media have on the extent to which people participate in political life. A possible reason for this lack of consensus is that theories of online political participation are underdeveloped. Any such theories should take into account the unique affordances of social media and the resulting social dynamics of their use.

Keywords: political participation, social media, new media, civic engagement, democracy, social movements, public sphere

Sociologický časopis / Czech Sociological Review, 2015, Vol. 51, No. 1: 65–87

DOI: <http://dx.doi.org/10.13060/00380288.2015.51.1.154>

Úvod

Přelom 20. a 21. století byl podle řady politologů ve znamení krize demokracie. Coleman a Blumler hovoří o „všeobecném znepokojení“, plynoucím z toho, že občané, a především mladí lidé, ztrácejí důvěru v parlamentní systémy [Coleman, Blumler 2009: I]. Klesající počet členů stran i volební účast naznačují, že tradiční způsoby politické participace se již vyčerpaly [Norris 2002]. Profesionizace politického marketingu a politické komunikace a jejich orientace na krátko-

* Tento článek vznikl za podpory Grantové agentury ČR v rámci standardního projektu č. 14-05575S „Role sociálních médií v transformaci politické komunikace a občanské participace v České republice“.

** Veškerou korespondenci posílejte na adresu: Jaroslav Švelch, Fakulta sociálních věd, Univerzita Karlova v Praze, Smetanovo nábřeží 6, 110 00 Praha 1, e-mail: svelch@fsv.cuni.cz.

dobé cíle vede ke ztrátě důvěry občanů a celkově cynickému pohledu na politiku [Blumler, Kavanagh 1999; Dahlgren 2013]. Není proto divu, že akademici, politici i aktivisté vkládali a stále vkládají velké naděje do Internetu a dalších nových komunikačních technologií, které mají podle nich vytvořit prostor pro nové druhy politické participace [viz Dahlgren 2005; Poster 1995; Vedres, Bruszt, Stark 2005; Jakubowicz 2013; Davis 2010; Weber, Loumakis, Bergman 2003] a sociálních hnutí [Castells 2010].

Jisté signály těmto vizím nasvědčují. Přelomem ve vnímání blogů a sociálních sítí jako míst pro politickou participaci byl především úspěch Obamovy prezidentské kampaně v roce 2008, která kladla velký důraz na online komunikaci a do značné míry využívala možnosti aktivizovat voliče prostřednictvím Facebooku [Lilleker, Jackson 2010]. Během posledních pěti let hrály sociální sítě významnou roli ve volbách v řadě zemí světa – občané na nich vedli diskuze, přesvědčovali své kontakty o svých názorech a sdíleli s ostatními plody své kreativní práce [Jungherr 2012; Lilleker, Jackson 2010; Parisopoulos, Tambouris, Tarabanis 2012]. Autoři jako Jenkins či Benkler naznačovali, že síťová média a uživatelé vytvořený obsah mohou problematizovat, respektive obejít stávající mocenské struktury [Benkler 2006; Jenkins 2006].

Na druhou stranu však akademici poukazují na to, že užití nových médií a sociálních sítí automaticky nevede k větší „demokratičnosti“. Online participace bývá pomíjivá a často se jí účastní jen omezené skupiny obyvatelstva [Fenton, Barassi 2011; Weber, Loumakis, Bergman 2003]. Podobně jako televize či tisk se i nová média stala nástrojem profesionalizovaného politického marketingu, a ztratila tak nádech autenticity. Hindman v této souvislosti hovoří o mýtu digitální demokracie, jenž sliboval rovnostářský přístup do veřejné debaty – většina publika ovšem i nadále čerpá politický obsah z elitních, zavedených či různými formami moci disponujících zdrojů [Hindman 2009].

Téma politické participace bylo po dlouhou dobu doménou politické filozofie, politologie či sociologie [Verba, Nie 1972; Teorell 2006]. Participační výzkum však v narůstající míře reflektuje i potenciál nových komunikačních technologií [Vedres, Bruszt, Stark 2005; Teorell, Torcal, Montero 2007; Vráblíková 2009; Logiova 2014]. Participace prostřednictvím nových médií je ovšem výrazně ovlivňována vlastnostmi používaných aplikací i vztahy v oblasti distribuce zdrojů a moci v oblasti médií. Otázky týkající se vztahu mezi online participací a klasickými formami politické participace se navíc výrazně překrývají s téměř stoletou tradicí výzkumu účinků médií. Politologické a sociologické bádání tedy konverguje s výzkumem v oblasti mediálních a komunikačních studií.

Otázky ohledně potenciálního dopadu nových forem participace jsou aktuální i v posttransformačních společnostech střední a východní Evropy. Zdejší politici i aktivisté si uvědomují potenciál sociálních médií mobilizovat občany, avšak česká akademická sféra v reflexi tohoto vývoje poněkud zaostává za zahraničím. Mezi nepočetné studie na tato témata patří práce o využití sociálních sítí během volebních kampaní [Macková, Fialová, Štětka 2013; Štětka, Macková,

Fialová 2014] i práce o občanském politickém aktivismu na sociálních sítích [Jelečková 2012; Macková 2013; Macková, Macek 2014]. Některá teoretická východiska shrnuli Macek a Hrdina [Macek 2013b; Hrdina 2013]; online participaci mezi formy participace řadí i širěji pojaté participační výzkumy [Vráblíková 2009]. Kvantitativní studii uživatelské aktivity na facebookových stránkách politických stran během předvolební kampaně nabízejí Štětka a Mazák [Štětka, Mazák 2014]. Soustavnější výzkum online participace je však teprve v počátcích. Tato studie chce proto doplnit doposud nesmělou publikační činnost na toto téma shrnutím zahraničního výzkumu o vztahu sociálních médií a politické participace.

Cílem článku je systematizovat jak teoretické, tak empirické poznatky o participaci v sociálních médiích, jež za poslední dvě dekády vznikly zejména v oboru mediálních a komunikačních studií, a umožnit tak odborníkům z různých oborů na tyto poznatky navázat. K tomu dospěje v několika dílčích krocích – nejprve shrne východiska výzkumu, poté teoretické přístupy k němu a nakonec samotné výsledky. V první fázi ukáže, jakým způsobem mohou vlastnosti sociálních médií rozšířit aktivity sledované v tradičním výzkumu politické participace, a nastíní základní normativní představy o úloze online participace v demokratických společnostech. Ve druhé fázi identifikuje základní body probíhající akademické debaty a načrtne osy, na nichž se v současné době hodnocení online participace pohybuje. Ve třetí fázi pak shrne samotné výsledky stávajícího výzkumu a vyvodí z nich jak obecnější závěry, tak výzvy pro domácí výzkum. Pokusí se tak obohatit politologický a sociologický diskurz o poznatky ze studia nových médií a provést potenciální badatele labyrintem teoretických konceptů a roztroušených empirických výsledků.

Tradiční pojetí politické participace

Participace je „nestabilní“ koncept, používaný v různých významech v celé řadě oborů, spojený navíc s určitými normativními představami o fungování společnosti a jejím politickém uspořádání [Dahlberg 2011; Carpentier 2011]. Jednotlivé explicitní i implicitní definice politické participace proto odrážejí jak aktuální oborová paradigma, tak faktický stav politického života v daném kontextu.

Politologický výzkum participace navazuje na studie politického chování občanů, jež se původně věnovaly především chování volebnímu. Verba a Nie poté repertoár participačního jednání rozšířili o další možnosti ovlivňování vlády a vytvořili tzv. klasickou definici politické participace, jež podle nich zahrnuje „aktivity jednotlivých občanů, jež více či méně přímo směřují k ovlivňování výběru personálního obsazení vlády nebo k ovlivňování její činnosti“ [Verba, Nie 1972: 2]. Těto definice se s drobnými rozšířeními drží velká část dosavadních národních a komparativních studií politologické tradice [Teorell, Torcal, Montero 2007]. V kvantitativním výzkumu bývá politická participace operacionalizována jako výčet jednotlivých indikátorů, mezi které se obvykle řadí členství ve straně

nebo jiné politické organizaci, kontaktování politiků či státních úředníků, podpis petice, účast na mítinku, demonstraci nebo stávce apod. [Teorell, Torcal, Montero 2007; Vráblíková 2009; Loginova 2014].

Původní, poměrně restriktivní, pojetí participace se od svého uvedení různými směry rozšiřuje, ale jak připomíná Vráblíková, valná většina autorů problém konceptuálního vymezení „vůbec neřeší“ [Vráblíková 2009: 870]. Neexistuje proto jasný konsensus, zda do politické participace řadit deliberaci a účast jedince v politických diskusích či aktivitu v občanské společnosti, ani ohledně toho, kde politická participace končí a kde začínají jiné formy občanské aktivity.

Stávající konceptuální nejistota prohlubuje přesun části politických aktivit do prostředí Internetu a sociálních médií. Některé výzkumy proto přidaly indikátory jako „používání Internetu k ovlivňování společnosti“ [Teorell, Torcal, Montero 2007: 339] nebo „účast na internetovém fóru“ [Vráblíková 2009: 883]. Popularita a užití Internetu ovšem proměňují možnosti participace hlouběji, než lze zachytit přidáním jednoho indikátoru – jak kontaktování politiků, tak i například protest či deliberace mohou být zprostředkovány sociálními médii. Tyto online aktivity nelze ignorovat, nelze je však do výše zmíněných rámců politické participace ani jen mechanicky přidat. Výzkum politické participace vyžaduje v současné době i porozumění novým médiím, a to jak v dimenzi technických a strukturálních vlastností, tak v dimenzi užití a uživatelů. Zde mohou být přínosem zkušenosti a znalosti načerpané při výzkumu nových médií.

Sociální média jako platformy pro politickou participaci

Zatímco politologie při studiu participace vychází z tradice výzkumů politického chování, mediální studia ji považují v první řadě za formu mediované komunikace. Participace je tu obvykle vnímána jako alternativa k etablované moci privilegovaných „komunikátorů“, ať už se jedná o moc politickou, ekonomickou nebo o moc autora mediálního obsahu. Realizace participačních aktivit je však komplikována „způsoby, jimiž je [participace] organizována, strukturována, a (tedy) omezována“ [Carpentier 2011: 15]. Tato omezení mají charakter jak sociálních, právních a institucionálních norem, tak materiálních a technologických překážek. Nové mediální technologie, včetně sociálních médií, tedy politickou participaci strukturují novými způsoby – otevírají její nové varianty a přeměňují ty stávající.

Termín *sociální média* „obvykle popisuje softwarové aplikace, které umožňují jednotlivcům a komunitám sdružovat se, komunikovat, sdílet a v některých případech spolupracovat nebo si hrát“ [boyd 2013, n. p.]. V této studii mezi ně tedy řadíme jak internetové *sociální sítě* (social network sites) jako Facebook a Twitter, tak blogy či služby na sdílení obrázků a audiovizuálních obsahů jako Flickr nebo YouTube. Sociální média můžeme považovat za podskupinu digitálních síťových médií, mnohdy též nazývaných „nová média“. Část prací, k nimž v tomto článku

odkazujeme, se zabývá novými médii obecněji. V tom případě z nich čerpáme především ty soudy a poznatky, jež se vztahují i k sociálním médiím.

Sociální média nabízejí celou řadu funkcí a z nich vyplývajících druhů užití. Danah boyd v tomto ohledu hovoří o *affordancích* (affordances) a *dynamice* (dynamics) sociálních médií [boyd 2011]. Termín *affordance*¹ přejímá z teorie designu, jež je definuje jako „vlastnosti světa, jež jsou relevantní pro lidské interakce a zároveň jsou s nimi kompatibilní“ [Gaver 1991: 79]. V případě sociálních médií se tedy jedná o prvky architektury a designu dané aplikace. Patří mezi ně možnost tvořit uživatelské profily, sdílet obsah a reagovat na obsah sdílený ostatními, trvalost a vyhledatelnost jednotlivých příspěvků nebo možnost odkazovat na příspěvky v nejrůznějších kontextech. Za *dynamiku* pak danah boyd považuje sociální praxi uživatelů – tedy to, jak se nabízené možnosti interakce proměňují v realizovaná užití.

Lidé sociální sítě užívají různými způsoby a za různými účely, a proto můžeme očekávat i značnou variabilitu v participačních aktivitách jednotlivých uživatelů, nikoli plošnou změnu politického chování. Mezi užití spojená s politickou participací patří mj. „lajkování“ profilu politické strany, sdílení či komentování zpravodajských obsahů o politice, účast v online politické debatě nebo tvorba vlastního obsahu na politické téma. Významnou teoreticko-metodologickou otázkou ve výzkumu politické participace pak je, které typy užití budeme za participaci považovat, případně v jaké míře. Tato otázka nutně souvisí s normativními představami o politické participaci v nových médiích.

Normativní teorie politické participace na Internetu

Jak připomíná Teorell, studie o politické participaci zpravidla vycházejí z normativních představ o tom, jak by měly demokratické společnosti fungovat, avšak nedostatečně čerpají ze samotných normativních teorií [Teorell 2006]. Podobně tomu je i v případě online participace, přestože i výzkum tohoto tématu je často veden normativními předpoklady.

Práce o participaci v online prostředí bývají spojeny s normativně formulovaným očekáváním, že nové mediální technologie posunou dosavadní hranice účasti jednotlivců na veřejném životě [Poster 1995]. Výklad tohoto očekávání ovšem vždy závisí na normativním rámci, v němž je posuzujeme. Jak připomíná Dahlberg: „Lze pozorovat, že demokratické affordance digitálních sítí jsou vykládány selektivně v souladu s určitými formami demokracie.“ [Dahlberg 2011: 866] Jinými slovy, představy o demokracii, které vyznáváme, ovlivňují to, které *affordance* a která užití sociálních médií vyzdvihujeme coby participační a která naopak opomíjíme.

¹ V angličtině se jedná o neologismus, a proto ho ponecháme nepřeložený. Podle Macka je jedním z možných překladů „jednatelnost“ [Macek 2013a: 108].

Dahlberg vymezil čtyři základní pozice či modely „digitální demokracie“, jež jak v teorii, tak v praxi aktualizují jejich zastánci, ať už se jedná o politiky, aktivisty, novináře či akademiky. Tato pojetí „digitální demokracie“ odrážejí existující typologie přístupů k demokracii [Carpentier, Dahlgren, Pasquali 2013; Ferree et al. 2002; Jakubowicz 2013] a do určité míry se překrývají i s třemi „teoriemi demokracie“, jak je formuluje Teorell [Teorell 2006].

Zastánci prvního, *liberálně-individualistického* modelu Internet vnímají jako tržiště idejí a demokracii jako agregaci individuálních rozhodnutí. Na sociálních médiích pak oceňují to, že dokážou „obejít“ struktury státu a politických stran a do jisté míry i korporátní zájmy a že pomáhají agregovat individuální volby. Praktickými příklady tohoto modelu jsou různé projekty on-line anket, referend a voleb, jejichž příklady uvádí Chadwick [Chadwick 2009]. Model *deliberativní digitální demokracie* vychází z habermasovských představ o veřejné sféře coby prostoru pro racionální diskurz o společenských otázkách [Habermas 2000; Elster 1998]. Zastánci tohoto směru Internet (a sociální média) obvykle vnímají jako *prostor*, v němž může debata probíhat. Model *digitální demokracie kontraveřejností* (counter-publics) má blíže k „agonistickému“ pojetí demokracie tak, jak jej formulovala Chantal Mouffe [Mouffe 2000]. Klade důraz na možnost formování aktivistických a protestních platform (jako například hnutí Occupy), jež by v tradičních médiích neměly šanci prosadit svůj hlas. Konečně čtvrtý model *autonomisticky marxistické digitální demokracie* očekává, že demokratické subjekty svou vlastní produktivní prací vytvářejí alternativní společenské a ekonomické struktury vyvažující státní i korporátní moc [viz Casarino, Negri 2008].

V mediálních studiích se prosazuje zejména deliberativní model, zřejmě díky svému důrazu na komunikaci a diskurz; řada autorů se však začíná přiklánět i k modelu kontraveřejností, který oslabuje důraz prvních dvou modelů na racionalitu subjektu a umožňuje participaci definovat i jako činnost motivovanou a prožívanou afektivně [Rahimi 2011; Jungherr 2012; Gerbaudo 2012]. Výše uvedené modely online demokracie do značné míry ovlivňují představy o tom, jaké jsou žádoucí a hodnotné formy politické participace v sociálních médiích, a tedy i její pracovní definici a konceptualizaci, a určují základní body akademické debaty.

Základní body debaty o participaci v sociálních médiích

Empirický výzkum v oblasti online participace se zaměřuje na různé druhy užití nových médií, která probíhají na dané technologické platformě nebo jsou prováděna určitou skupinou lidí. Tyto aktivity jsou pak obvykle nejen popsány, ale také poměřovány s „příslibem“ sociálních médií, formulovaným v normativní teorii. Normativní teorie tedy do značné míry určují jak jednotlivé body debaty o online participaci, tak i hypotézy a výzkumné otázky jednotlivých studií. V zásadě můžeme odlišit dva proudy akademické debaty na toto téma: debatu o *vymezení*

online participace a o jejím *dopadu*. Obě debaty se pohybují kolem několika základních os, jež postupně představíme v následujících odstavcích.

V první debatě se hledá hranice toho, jaká užití sociálních médií označíme za participaci. Carpentier v tomto ohledu rozlišuje mezi *interakcí* a plnou *participací*.² Zatímco za interakci považuje jakékoli užití předem navrženého technologického systému, participace je podle něj činnost, jež směřuje k vyrovnaní mocenských vztahů v rozhodovacím procesu – je spoluurozhodováním, vědomým ovlivňováním; vyžaduje hlubší zapojení a závazek [Carpentier 2011]. Sociální média nabízejí mnoho možností interakce, ty však nutně neodpovídají Carpentierovým kritériím pro participaci. Klikání na tlačítko „like“ bez účasti na debatě či soustavnější podpory daného politického subjektu či kauzy bývá považováno za „clicktivismus“ či „slacktivismus“, kritizovaný jako falešná náhražka skutečné participace [Neumayer, Schossböck 2011; Vitak et al. 2011]. Jasně určení hranic participace je však problematické, a tak lze spíše hovořit o jejich jednotlivých „stupních“ [Lilleker et al. 2011].

Dalším bodem debaty o vymezení participace je to, které *módy diskurzu* se považují za nositele participace. Ačkoli v tradičních médiích bylo možné vcelku jednoznačně oddělit zpravodajství a komentáře od satiry a vtipů, na sociálních sítích se všechny zmíněné módy diskurzu slévají do rozmanitého proudu sdíleného obsahu. Liberálně-individualistické i habermasovské pojetí digitální demokracie klade důraz na racionalitu diskurzu. Výhradní orientace na racionální debatu ovšem vede k přehlížení „široké škály módů komunikace, jež mohou být pro demokracii podstatné, například mód afektivní, poetický, humorný, ironický a tak dále“ [Dahlgren 2005: 156]. Mnozí autoři se proto začínají zabývat i afektivní stránkou participace a politickým humorem [Jungherr 2012; Shifman, Coleman, Ward 2007; Macková, Macek 2014].

Zatímco do první debaty se mnoho autorů zapojuje pouze implicitně, například volbou výzkumného tématu, do debaty o *dopadu* sociálních médií na fungování demokratického systému se vzhledem k normativní orientaci celého výzkumného pole výslovně zapojuje téměř každá studie online participace. Tato debata se točí kolem tří základních os – *přístupu* k prostředkům online participace, jejího vlivu na *soudržnost* veřejného diskurzu a jejího potenciálu *mobilizovat* občany.

Přístup ke komunikačním kanálům zprostředkovaným novými médii určuje, zda je online participace *exkluzivním*, či *inkluzivním* prostorem. Habermasovský ideál veřejné sféry předpokládá existenci společného prostoru, do nějž vstupují zastánci různých názorů [Habermas 2000; Dahlgren 2005]. Pestrost názorů předpokládají i tři další uvedené modely digitální demokracie. Názorová heterogenost ovšem může být ohrožena nerovnostmi v přístupu k technologiím a rozdíly v mediální gramotnosti a sociálním kapitálu. Některé skupiny jsou ve

² Toto dělení by se nemělo zaměňovat s dichotomií *civic engagement* / *political participation*, jež odlišuje spíše domény jednání než jeho intenzitu.

vztahu k online participaci strukturálně znevýhodněné, zatímco elity mají ke kanálům v sociálních médiích přednostní přístup a dávají tak participaci v sociálních médiích ráz exkluzivity [Dijk 2005; Norris 2001].

Druhým bodem debaty o dopadu online participace je to, zda přispívá k *soudržnosti* politické komunikace a politického života vůbec. Podle optimistických vizí by měla sociální média přispět k *integraci* různých názorových proudů a politické komunikace obecně [Benkler 2006; Dahlgren 2005]. Skeptici naopak předkládají hypotézy o *fragmentaci*, izolaci a polarizaci názorů v online prostředí [Sunstein 2001; viz Dahlberg 2007; Yardi, boyd 2010]. Podle těchto hypotéz se uživatelé sociálních médií uzavírají do názorově spřízněných skupin, v nichž se pouze utvrzují ve svých vlastních názorech a nejsou konfrontováni s názory opačnými. Pokud by se tento předpoklad prokázal, problematizovalo by to jak potenciál sociálních médií stát se habermasovskou veřejnou sférou, tak vzájemnou konfrontaci různých kontraveřejností.

Třetím bodem této debaty je otázka, zda online participace *mobilizuje* občany k dalším formám účasti na veřejném životě. Tato otázka navazuje na klasické představy o politické participaci, jež zahrnovaly offline aktivity jako účast na volbách, působení v politické straně nebo demonstrace ve veřejném prostoru [Teorell, Torcal, Montero 2007; Vráblíková 2009], a online mobilizaci vnímá jako jakýsi předstupeň dalšího zapojení. Oproti *mobilizační* hypotéze, která předpokládá, že online participace má za následek další formy aktivit, například účast na demonstracích, se staví hypotéza *normalizační*, podle níž v online médiích participují ti uživatelé, kteří již byli předem angažováni [Hirzalla, van Zoonen, de Ridder 2010]. Variací na normalizační tezi je hypotéza tzv. „virtuous circle“, podle níž participace vede pouze k tomu, že se stále více aktivizují pouze ti občané, kteří jsou již aktivní [Norris 2000].

V následující části článku se budeme postupně věnovat oběma zmíněným debatám. Nejprve se zaměříme na vymezení participace a v další, obsáhlejší části shrneme dosavadní hodnocení participace v sociálních médiích podle výše naznačených os jejího *dopadu*.

Vymezení politické participace v současném výzkumu

Jak je patrné z předešlých odstavců, normativní teorie a typologie participace obsahují epistemologické i normativní představy o tom, co je participace a jak ji identifikovat. Pohled na konkrétní studie ovšem naznačuje, že jednotliví akademici participaci definují různě, v závislosti na konkrétním zvoleném tématu, a že stejně pestré jsou i metody, jež volí.

Řada výzkumníků explicitně poukazuje na nejednotnost definic politické participace online i metodologie aplikované při jejím studiu a na nutnost v souvislosti s nimi nově promyslet význam zprostředkované politické participace ve společnosti [Effing, Hillegersberg, Huibers 2011; Holt et al. 2013; Fenton, Baras-

si 2011]. Výjimkou proto není zcela obecné vymezení předmětu výzkumu, tedy politické participace online, jako užití sociálních médií pro politické účely nebo politického jednání občanů online [Strandberg 2013; Holt et al. 2013]. Jen několik málo převážně kvantitativně zaměřených výzkumů [Vítak et al. 2011; Vissers et al. 2011; Vesnic-Alujevic 2012] nabízí konkrétní operacionalizaci politické participace. U velké části empirických výzkumů je však nutné odvozovat přístup autorů k online participaci od implicitních zmínek.

V dosavadním výzkumu je velmi běžné řadit do online politické participace různé způsoby *práce s informacemi o politice* – ať už jde o jejich vyhledávání, nebo přijímání, nebo o jejich šíření a především sdílení, typické pro sociální média. Mezi politickými participačními aktivitami na Internetu souvisejícími s *vyhledáváním a přijímáním informací* jsou tak explicitně jmenovány i implicitně zahrnuty např. tyto: sledování volební kampaně online, návštěva stránky politické, sociální nebo environmentální organizace, odebrání e-mailového newsletteru od těchto organizací, získávání informací o politice nebo o kandidátech prostřednictvím Internetu či sociálních sítí, čtení blogu o současných událostech nebo politice či sledování politického videa [Strandberg 2013; Vissers et al. 2011; Vítak et al. 2011; Holt et al. 2013]. Mezi participačními aktivitami, které jinak spadají do oblasti *sdílení informací*, je obvykle uváděno obecné „online sdílení či remix obsahu“ se vztahem k politice [Holt et al. 2013: 21] nebo „přeposlání politické informace druhým“ [Vesnic-Alujevic 2012: 468].

Expresivnější kategorií politické participace je *zveřejňování vlastních politických postojů a diskuse o nich*. Spadá sem například zveřejnění zprávy s politickým obsahem na blogu či sociální síti, tedy sdílení politických komentářů či poznámek a interakce o nich s ostatními (např. „lajkování“ nebo komentování politického obsahu online, tweety s politickým obsahem, diskuse ve skupinách nebo pod online články) nebo psaní textů k aktuálním událostem a jejich komentování [Vissers et al. 2011; Vítak et al. 2011; Holt et al. 2013; Vesnic-Alujevic 2012; Elmer 2012; Strandberg 2013; Gil De Zúñiga, Puig-I-Abril, Rojas 2009; Kushin, Kitchener 2009; Enjolras, Steen-Johnsen, Wollebæk 2012; Brundidge, Rice 2008; Weber, Loumakis, Bergman 2003].

Užší vztah k institucionální politice má typ online participace, který označujeme jako členství, tedy vstup do skupiny fanoušků konkrétní politické strany či politika nebo jejich následování (following) na sociální síti [Vítak et al. 2011; Holt et al. 2013], a také *zpětná vazba politickým aktérům*, jakou může být třeba zaslání e-mailu nebo komentář ke statusu [Vissers et al. 2011]. Pouhé členství ve fanouškovské skupině však mnohdy bývá považováno za nezávaznou interakci, nikoli participaci [Vítak et al. 2011].

Další typy politické participace online přítomné v současném výzkumu mají blízko k *persvazivní komunikaci* a jsou nejčastěji spojovány s námi sledovaným *dopadem* užití sociálních médií: *motivování* druhých k zapojení do politiky [Wolfsfeld, Segev, Sheaffer 2013; Gil De Zúñiga, Puig-I-Abril, Rojas 2009], a *mobilizace a organizování* – tedy mobilizace v rámci občanských protestů, organizace de-

monstrací a flash mobs³ a mobilizace potenciálních účastníků, zapojování občanů do kampaní a práce politických zástupců (crowdsourcing) [Effing, Hillegersberg, Huibers 2011; Wolfsfeld, Segev, Sheaffer 2013; Vitak et al. 2011; Lilleker, Jackson 2010; Enjolras, Steen-Johnsen, Wollebæk 2012; Gustafsson 2012; Jungherr 2012].

Co se týče tematického záběru, značná část studií se zaměřuje na aktivity související s *volbami politických zástupců* a ovlivňováním jejich činnosti a sleduje participační aktivity na sociálních sítích především v souvislosti s předvolebními kampaněmi [Effing, Hillegersberg, Huibers 2011; Elmer 2012; Jungherr 2012; Larsson, Moe 2012; Lilleker, Jackson 2010; Strandberg 2013; Tumasjan et al. 2010; Vitak et al. 2011]. Není však neobvyklé uvažovat o politické participaci širěji. Vis-sers et al. například za participaci považují online aktivity vztahující se k činnosti *sociálně nebo environmentálně zaměřených organizací* [Visser et al. 2011] a Graham a Hajru se zabývají politickými dimenzemi každodenních online diskusí [Graham, Hajru 2011].

Vzhledem k zakotvení tohoto výzkumu v oblasti mediálních a komunikačních studií se většina studií zaměřuje na participaci ve formě komunikace. Konkrétní pojetí participace však často plyne z implicitně nebo explicitně vyjádřených normativních stanovisek zastávaných jednotlivými autory a opakovaně a široce využívané konceptualizace jsou doposud spíše výjimkou. To sice znesnadňuje nalezení porovnatelného indikátoru participace pro kvantitativní výzkum, ale zároveň poskytuje výzkumníkovi značnou flexibilitu při konceptualizaci participace. Vznikají tak proto i kvalitativně zaměřené studie nebo jejich části, jejichž cílem je zjišťovat, jak význam sociálních médií pro politickou participaci vnímají sami jejich uživatelé [Gustafsson 2012; Vitak et al. 2011; Fenton, Barassi 2011].

Kdo jsou „online občané“? Inkluzivita online participace

Prvním a do značné míry determinujícím bodem debaty o dopadu participace v sociálních médiích je *přístup* k nástrojům a kanálům online participace. Řada studií věnujících se online politické participaci stojí na předpokladu, že domnělý osvobozující a emancipační potenciál Internetu není neomezený, ale že toto prostředí naopak zrcadlí, případně zvyrazňuje společenské nerovnosti [Davis 2010; Larsson, Moe 2012; Weber, Loumakis, Bergman 2003; Zillien, Hargittai 2009]. Takové očekávání se tak automaticky spojuje se zájmem o to, které strukturní faktory, tedy především které sociodemografické charakteristiky ovlivňují aktivitu aktérů online a jimi preferované formy politické participace.

Stále aktuální je tak perspektiva konceptu „digital divide“, podle kterého nejen že Internet neodstraní dosavadní nerovnosti v přístupu k informacím a v zastoupení hlasů ve společnosti, ale vlivem nerovného přístupu ke komuni-

³ Jedná se o performativní akce nejčastěji davového charakteru zorganizované po Internetu během krátké doby.

kačným technologiím ještě prohloubí dříve existující socioekonomické nerovnosti [Brundidge, Rice 2008; Davis 2010; Gustafsson 2012; Larsson, Moe 2012; Norris 2001; Weber, Loumakis, Bergman 2003; Zillien, Hargittai 2009]. Mezi významné faktory ovlivňující aktivitu lidí v prostředí Internetu se přitom řadí jejich obecná politická či občanská angažovanost, socioekonomický status a některé demografické faktory, mezi nimiž z hlediska četnosti výzkumů dominuje věk. S ním jsou spojována především očekávání, že mladší lidé jsou aktivnějšími uživateli digitálních médií, což může do určité míry kompenzovat jejich odklon od tradiční politické komunikace. Právě tento předpoklad a slabá podpora, které se mu dostává na základě konkrétních výzkumů [Enjolras, Steen-Johnsen, Wollebæk 2012; Holt et al. 2013; Junco 2013; Vitak et al. 2011; Weber, Loumakis, Bergman 2003], je jedním z nápadných projevů častého rozporu mezi (normativními) teoretickými východisky a empirickými daty.

Vráblíková shrnuje výsledky studií týkajících se vlivu *socioekonomického statusu* na offline participaci a vyvozuje, že „typickým [...] jedincem, jehož hlas je slyšet, [...] je ve zkratce řečeno ‚vzdělaný, bohatý muž středního věku‘“ [Vráblíková 2009: 872]. Dominanci elit, tedy význam socioekonomických vlivů v prostředí sociálních médií, zdůrazňují Larsson a Moe. Jejich studie v prostředí sociální sítě Twitter odhalila, že mezi menšinu politicky neaktivnějších uživatelů patří novináři, politici a jiní aktéři (informačně) privilegovaní i v profesním životě [Larsson, Moe 2012]. Hindman podobně dochází k závěru, že v blogosféře, jež by podle optimistických předpovědí měla diverzifikovat názorové spektrum, se největšímu vlivu těší členové elitních skupin [Hindman 2009].

Jak naznačuje Junco, význam socioekonomických faktorů není možné podceňovat ani při zájmu o konkrétně vymezené věkové skupiny uživatelů. Na základě dotazníkového šetření mezi studujícími zjistil, že i v rámci jedné věkové skupiny existují nerovnosti na základě sociodemografických charakteristik, a to zejména ve způsobech užití sociálních sítí – studující z nižších socioekonomických skupin v jeho výzkumu užívali sociální síť Facebook méně než ostatní pro komunikaci, sdílení a propojování se s druhými, tedy „přesně pro ty aktivity, kvůli nimž byl Facebook vytvořen“ [Junco 2013: 2334]. Podobně Weber et al. konstatují, že Internet zřejmě ještě posiluje význam socioekonomických rozdílů ovlivňujících občanskou a politickou participaci.⁴ Ve vztahu k digital divide jsou ale optimističtí – spoléhají na postupné oslabování bariér v souvislosti se zvyšující se dostupností technologií [Weber, Loumakis, Bergman 2003].

Řada studií se zaměřuje na to, zda je možné identifikovat rozdíly ve vzorcích politického užívání Internetu, resp. sociálních médií, na základě *věku* uživa-

⁴ Z hlediska jiných než socioekonomických faktorů je však podle Weber et al. politická participace v prostředí Internetu mnohem méně elitní než tradiční politické a občanské aktivity, zejména s ohledem na vyšší participaci etnických menšin. Přiznávají však, že může jít o zkreslení vyvolané vysokou přítomností lidí s vyšším vzděláním v jejich vzorku [Weber, Loumakis, Bergman 2003].

telů. Na pozadí této výzkumné otázky je spor o to, zda je Internet novým nástrojem pro občanskou a politickou aktivizaci lidí, nebo je od těchto forem participace spíše odvádí [Gil De Zúñiga, Puig-I-Abril, Rojas 2009; Weber, Loumakis, Bergman 2003], a zda tedy může do určité míry kompenzovat nezájem mladých o tradiční politickou komunikaci [Holt et al. 2013; Vitak et al. 2011]. Holt et al. identifikovali jasné rozdíly ve vzorcích politického užívání médií v závislosti na věku respondentů. Skupina nejmladších podle jejich závěrů ve srovnání s vyššími věkovými skupinami výrazně více užívá sociální média pro politické účely, zatímco mezi uživateli tradičních médií (televize, noviny, rozhlas) naopak dominuje skupina respondentů nejvyššího věku [Holt et al. 2013].⁵ Tento vzorec je podle autorů natolik konzistentní, že odkazuje k jasným rozdílům v užívání médií na základě věku. Ke stejnému závěru docházejí také Weber et al., podle nichž politicky a občansky nejangažovanějšími na Internetu jsou skupiny mladých (mužů), přičemž zejména občanská participace offline je doménou lidí vyššího věku (a žen) [Weber, Loumakis, Bergman 2003].

Je tedy zřejmé, že zatímco většina zmíněných charakteristik je považována za významné determinanty politické participace i v online prostředí, věk zůstává faktorem, který prozatím participační mainstream a výstupy týkající se digitálních médií rozděluje. Otázkou pro detailnější bádání však zůstává, jakých forem nabývá participace mladých na Internetu a zda je možné je zařadit mezi tradiční indikátory politické participace.

Dalším potenciálním faktorem, jenž může ovlivňovat online participaci, je obecnější *politická a občanská angažovanost*, popřípadě *zájem o politiku*. Gustafsson tvrdí, že politická aktivita uživatelů sociálních médií v jejich každodenním životě je hlavním faktorem ovlivňujícím jejich politickou aktivitu online. Z výsledků kvalitativního výzkumu vyvozuje, že užívání sociálních sítí samo o sobě nevede politicky původně neaktivní lidi k politické participaci, a že tedy i online politická aktivita je především doménou určité skupiny „aktivních“ [Gustafsson 2012]. Podobně Weber et al. předpokládají, že ti, kdo jsou již politicky angažovaní, pravděpodobně častěji užívají Internet, a to jak obecně, tak k politickým účelům [Weber, Loumakis, Bergman 2003]. Tyto závěry do velké míry odpovídají výsledkům výzkumů klasických forem participace, které ukazují, že „samotný zájem o politiku“ je „nutnou podmínkou politické participace“ [Vráblíková 2009: 874]. Gustafsson však v souvislosti s digitálními médii považuje za užitečné zaměřit se na rozdíl mezi manifestní a latentní participací, jelikož i domněle neaktivní uživatelé sociálních sítí jsou vystaveni politickému obsahu na profilech svých přátel nebo aktivizačním informacím jiných subjektů [Gustafsson 2012].

⁵ Přitom obecný politický zájem a politická participace mimo prostředí Internetu podle Holta et al. jednoznačně vzrůstají s věkem, s výjimkou „expresivnějších“ aktivit, jakými jsou podle autorů účast na demonstracích, podepsání petice nebo diskutování o vlastním názoru [Holt et al. 2013].

Davis v souvislosti s občanskou aktivitou jednotlivců a jejím možným vlivem na participaci zmiňuje dva protichůdné trendy, které podle něj charakterizují soudobou „hutnější, širší formu elitní polyarchie“ nebo také „tlustou demokracii“ (*fat democracy*). Pro aktéry, kteří jsou již angažovaní, se politika díky ICT stává potenciálně pluralističtější, inkluzivnější a zároveň propracovanější, zatímco „masa neangažovaných občanů je vystavena ještě intenzivnějšímu komunikačnímu vyloučení a vzrůstá její netečnost“ [Davis 2010: 746]. Informační technologie tak podle něj rozšiřují „participující centrum“, kterému poskytují také více prostoru pro diskusi, více kontextualizace a kontroverzních témat, ale o to více tomuto centru vzdalují neangažovanou většinu [ibid.].⁶ Jeho závěry tedy potvrzují výše představenou hypotézu „virtuous circle“ [Norris 2000].

Z perspektivy optimistických vizí o demokratizačním potenciálu Internetu jsou dosavadní výzkumy toho, *kdo* politicky participuje v online prostředí, tedy spíše pesimistické: různé skupiny obyvatelstva podle nich mají kvalitativně i kvantitativně odlišný potenciál účastnit se takzvané digitální demokracie. Ačkoli některé skupiny mohou svou participaci online doplnit či kompenzovat nedostatečné zapojení v tradičních formách participace, jiné zůstávají nezapojené. Významnou otázkou pro další výzkum online politické participace také zůstává, zda i v prostředí Internetu význam některých demografických charakteristik (např. pohlaví) v západních demokraciích postupně oslabuje, jak uvádějí některé studie klasické politické participace [Coffé, Bolzendahl 2010; Vráblíková 2009].

Dialog hluchých? Vliv sociálních médií na integraci veřejné sféry

Jak jsme již zmínili, politickou participaci v tomto článku rozumíme potenciál lidí ovlivňovat veřejný prostor ve větší míře než jen při volbách politické reprezentace. Zásadní otázkou v debatě o dopadu sociálních médií však zůstává, zda online participace rozmnožuje demokratický diskurz *integrací* nových hlasů do veřejného prostoru, nebo zda v tomto prostředí dochází spíše k *fragmentaci* a zúžení spektra názorů, jimž jsou lidé vystaveni, a to především díky možnosti uzavírat se do názorově homogenních komunit. Otázky fragmentace jsou aktuální zejména v habermasovském pojetí veřejné sféry, jež předpokládá racionální výměnu argumentů.

⁶ Podobně Zillien a Hargittai považují digital divide za věčnou, ačkoli ne přímo v souvislosti s politickou participací online. Jejich výzkum zaměřený na způsoby, jakými Internet užívají lidé s různým socioekonomickým statusem, potvrdil, že lidé s vyšším společenským postavením se v prostředí digitálních médií mnohem častěji věnují aktivitám, které budují jejich sociální kapitál. Díky tomu ti již privilegovaní nadále profitují ze svých aktivit online. Podle autorek přitom technické vybavení ani dostupnost technologie nejsou významnými faktory, které by výše zmíněný závěr ovlivňovaly [Zillien, Hargittai 2009].

Studie zaměřující se na tuto oblast nenabízejí na výše uvedené otázky definitivní odpovědi, jednoznačné přijetí teze o názorové homogenizaci však není patrné v žádné z nich. Mnohé naopak konstatují, že účast lidí v online diskusích částečně přispívá k pestrosti politických hlasů, jimž jsou vystaveni [Brundidge, Rice 2008; Kushin, Kitchener 2009; Yardi, boyd 2010]. Brundidge a Rice tak například konstatují, že jsou-li lidé v diskusi vystaveni reakcím, které odporují jejich názoru, může to přispívat k heterogenitě politické diskuse. Ve spojení s narůstáním informačních propastí však autoři v tomto trendu spatřují spíše cestu k „elitní demagogii“ – Internet je totiž také nástrojem politického marketingu, který může podle autorů zamlčovat skutečné motivy agitujících i jejich politické cíle. Ve spojení s tím, jak je společnost zahlcena vzrůstajícím množstvím soupeřících postojů, je pak podle autorů obtížné formovat „koherentní a ustálené veřejné mínění“ [Brundidge, Rice 2008: 154]. Také Kushin a Kitchener na základě svých závěrů z analýzy diskusí ve facebookové skupině polemizují s hypotézou o uzavírání se jednotlivců do názorově homogenních komunit. Přestože 73 % hlasů vyjadřovalo podporu názoru, který skupina deklaruje, přítomnost opozičních hlasů považují za narušení této teze [Kushin, Kitchener 2009]. Ačkoli například i Yardi a boyd připouštějí, že lidé na síti Twitter jsou vystaveni širšímu názorovému spektru a účastní se diskusí s těmi, jejichž názory by je jinak pravděpodobně minuly, dospívají k závěru, že vystavení se nesouhlasným postojům je v rámci diskusí online spíše menšinovým jevem a lidé mají obecně tendenci interagovat více s těmi, kdo sdílejí jejich názory [Kushin, Kitchener 2009; Yardi, boyd 2010; Ruiz et al. 2011]. To, že lidé aktivně diskutují i s těmi, s nimiž nesouhlasí, však podle nich nelze považovat za bezvýznamné [Yardi, boyd 2010].

Je zřejmé, že výzkum heterogenity online politických diskusí úzce souvisí s habermasovskou normativní představou o demokratické deliberaci, která je základem řady studií v této oblasti. Ruiz et al. [2011] explicitně zmiňují své zaměření na studium „kvalit demokratické diskuse“ [Ruiz et al. 2011: 463] a k debatě o fragmentaci a homogenizaci online prostředí přispívají identifikací dvou typů „komunit“ diskutujících, které rozlišili mezi diskutujícími pod příspěvky v online verzích denního tisku. Ve většině případů, které sledovali, se jednalo o tzv. „homogenní komunity“ (*homogeneous communities*). Formu debaty v nich autoři metaforicky označují jako „dialog hluchých“, který je charakteristický tím, že příspěvky jsou nejčastěji soudržnou „kolektivní reprodukcí stejného názoru“ [Ruiz et al. 2011: 482]. U diskusí k příspěvkům ve dvou denících však Ruiz et al. identifikovali odlišný trend – ve skupinách, které nazvali „diskusní komunity“ (*communities of debate*), je tolerována alternativní, menšinová perspektiva, která slouží k posílení diskuse. Přesto však konstatují, že v obou typech komunit většina diskutujících zastává ideologické postoje redakce [Ruiz et al. 2011]. Také Tumasjan et al. ve svém výzkumu ověřovali, zda jsou sociální sítě místem, na kterém dochází k politické deliberaci, nebo spíše ke stvrzování předem daného postoje [Tumasjan et al. 2010]. Analyzovali twitterové aktivity související s německými spolkovými volbami v roce 2009 a dospěli k závěru, že více než jedna třetina všech zpráv

(tweetů, jejichž maximální délka je 140 znaků) byla součástí nějaké konverzace. To podle autorů dokazuje, že Twitter neslouží jen k šíření politických názorů, ale také k diskusi o těchto názorech mezi dalšími uživateli sítě. Upozorňují však na dominanci elitních uživatelů – jen 4 % uživatelů vytvořila 40 % zpráv [Tumasjan et al. 2010].

Dosavadní výzkum tak doposud na otázku fragmentace jednoznačně neodpovídá, ale spíše inspiruje k novým výzkumným otázkám a k méně dogmatickému či polarizovanému pohledu na charakter politické diskuse v sociálních médiích. Další výzkum konkrétních online prostorů či komunit může přinést doklady o tom, že některé *affordance* sociálních médií nebo rysy daných online komunit umožňují či přímo podporují jak izolaci od hlasů, s nimiž nechceme být konfrontováni, tak deliberaci o klíčových politických otázkách.

Mobilizace, nebo normalizace? Vliv sociálních médií na další formy participace

Silnou tradicí ve studiu politické participace v prostředí digitálních a sociálních médií je sledování účinků online politické participace na politickou aktivitu a chování mimo prostředí Internetu. Jednou z klíčových otázek je přitom kauzalita vztahu mezi politickým zájmem a užitím médií (v našem případě „sociálních“), ve kterém proti sobě stojí *mobilizační* teze považující média za možný nástroj aktivizace jednotlivců, a *normalizační* teze, podle níž lidé vyhledávají mediální obsahy na základě své předchozí (politické) aktivity.

Mobilizační tezi jednoznačně potvrzují Enjolras et al. [Enjolras, Steen-Johnsen, Wollebæk 2012], kteří srovnávali vliv tradiční mobilizace a mobilizace prostřednictvím sociální sítě Facebook na účast na demonstracích. Sociální média jsou podle nich alternativou k tradičním médiím a mohou přispět k aktivizaci jiných segmentů populace, zejména mladších lidí a lidí s nižším socioekonomickým statusem. Vliv účasti ve facebookových skupinách na mobilizaci těchto skupin přitom Enjolras et al. považují za silný a nezávislý [Enjolras, Steen-Johnsen, Wollebæk 2012]. Význam především pro politickou kultivaci mladých občanů připisují sociálním médiím také Vitak et al. [2011], Neumayer a Schossböck [2011] nebo Holt et al. [2013]. Posledně jmenovaní tvrdí, že „užívání sociálních médií pro politické účely má stejný pozitivní vliv na politický zájem a politickou participaci offline jako pozornost věnovaná politickému zpravodajství tradičních médií“ [Holt et al. 2013: 31].⁷

⁷ Autoři jako jeden z významných faktorů ovlivňujících užití médií sledují věk a potvrzují domněnku, že „častější užívání sociálních médií k politickým účelům mezi mladšími lidmi může kompenzovat jejich slabší zájem o politické zpravodajství v tradičních zpravodajských médiích“, a může tak vyvažovat rozdíly v politickém zájmu a aktivitě mezi mladšími a staršími občany [Holt et al. 2013: 32].

Boulianne polemizuje s tezí o „virtuous circle“ a dochází k závěru, že online média mají, spolu s tiskem a na rozdíl od televize, silnější účinek při vyvolávání politického zájmu než při jeho posilování [Boulianne 2011]. Podle Boulianne je to dáno především množstvím nejrůznějších nástrojů pro vyhledávání informací online, které zaujmou téměř každého, a také nutností věnovat obsahům online (podobně jako tištěným obsahům) při jejich čtení nepřetržitou pozornost (klikání, rolování, vyhledávání) [Boulianne 2011].

Opatrnější ve vztahu k aktivizačnímu potenciálu online médií jsou autoři, kteří je považují jen za doplněk jiných forem politické komunikace [Gil De Zúñiga, Puig-I-Abril, Rojas 2009; Junco 2013]. Vissers et al. pak v souvislosti s mobilizační tezí médií nabízejí protitezi, že účinky médií se projevují pouze v tom prostředí, v němž k mobilizaci dochází (jsou tedy *medium-specific*): mobilizace v online prostředí má podle nich prokazatelné důsledky jen ve vztahu k participaci na Internetu, podobně i osobní mobilizace má vliv jen na jednání offline [Vissers et al. 2011: 164]. Rozdíly v účincích jednotlivých forem mobilizace vysvětlují Vissers et al. jednak technologickými vlivy („je snadné kliknout“), jednak strukturními rozdíly mezi online a offline participací (je těžší dělat cokoli offline, „skutečně“) [Vissers et al. 2011: 164–165].

Také Vitak et al. jsou vůči schopnosti sociálních sítí přesvědčovat druhé nebo je získávat pro politické aktivity spíše skeptičtí. Ačkoli považují politickou aktivitu mladých na Facebooku za významný prediktor jiných forem politické participace a toto prostředí podle nich může sloužit pro trénink občanských dovedností, upozorňují na spíše povrchní charakter politických aktivit, kterým se mladí na Facebooku věnují. To podle nich potvrzuje obava, že mladí občané se stávají „slacktivisty“,⁸ tj. že se angažují především v příjemných politických aktivitách, které mají minimální nebo žádný dopad na možnou společenskou změnu [Vitak et al. 2011].

V literatuře je patrný i *skeptický pohled na mobilizační tezi* a příklon k *normalizační hypotéze*. Podle Gustafssona [Gustafsson 2012] užívání sociálních médií samo o sobě nevede politicky původně neaktivní lidi k politické participaci (viz výše). Podle Strandbergova výzkumu z finských voleb v roce 2011 je vliv sociálních médií na rozhodnutí, pro koho hlasovat, velmi malý, a dokonce ze všech médií nejslabší, a to ve všech věkových kategoriích [Strandberg 2013]. Podle Wolfsfelda et al. sociální média nemají moc iniciovat sociální protesty, přestože mohou být důležitým nástrojem při jejich organizaci. Vyšší intenzita užití nových médií je podle nich spíše důsledkem vzrůstajícího počtu protestních aktivit, než že by jim předcházela [Wolfsfeld, Segev, Sheaffer 2013].

⁸ Výraz je složeninou anglických slov „slacker“ (flákač) a „activist“ (aktivista) a odkazuje k aktivitám, které jejich nositele nestojí příliš úsilí – jsou jimi například sdílení určitého obsahu online, kopírování již existujících obsahů na vlastní profily, podepsání internetové petice atd.

Debatu o této otázce provází metodologická diskuse o samotném smyslu výzkumu účinků. Jedním z tradičních závěrů je, že je obtížné prokázat univerzální účinky užití médií na politickou angažovanost a participaci, protože ty ovlivňuje řada faktorů (typ média, osobní motivace k užití médií a jeho intenzita apod.) [Holt et al. 2013]. U většiny výzkumů účinků je navíc podle některých kritiků obtížné jednoznačně prokázat kauzalitu [Gil De Zúñiga, Puig-I-Abril, Rojas 2009; Vissers et al. 2011]. Vissers et al. uvádějí, že jakýkoli vztah mezi online a offline participací může být důsledkem předchozí občanské angažovanosti a že i samotná participace ovlivňuje zpětné vnímání toho, jak byl člověk aktivní před ní [Vissers et al. 2011]. Oproti této skepsi jiní autoři zdůrazňují, že zatímco prokázané účinky mohou být spíše malé, jsou většinou pozitivní a mohou přispět k posílení zájmu občanů o politickou komunikaci [Boulianne 2011; Enjolras, Steen-Johnsen, Wollebæk 2012; Holt et al. 2013]. Hirzalla et al. upozorňují na to, že mobilizační výzkumy závisejí na konkrétní operacionalizaci participace a na zvolené skupině obyvatelstva. Podle jejich výzkumu provedeném v Nizozemí platí mobilizační teze pro mladé, zatímco u starších obyvatel lze hovořit o normalizaci [Hirzalla, van Zoonen, de Ridder 2010].

Jak je tedy patrné z výše uvedeného, debata na ose mobilizace–normalizace stále pokračuje. Zdánlivou protichůdnost některých výsledků týkajících se prostředí sociálních médií při tom způsobuje nekompatibilita jednotlivých konceptualizací online participace.

Závěr

Ačkoli se výzkum politické participace v prostředí digitálních médií doposud nachází ve fázi exploração, tento článek ukázal, že i přesto lze v současných akademických debatách nalézt několik zřetelných tendencí. Autoři v oboru mediálních a komunikačních studií kladou podle očekávání důraz na komunikační aspekt participace. Liší se ovšem v tom, jaký druh komunikace považují za participační. Ačkoli za dominantní lze považovat habermasovské představy o deliberaci ve veřejné sféře, poměrně mechanicky přenesené do prostředí nových médií, stranou hlavního proudu je možné nalézt i empirické studie a teoretické texty, které vyzývají k nutnosti participaci nově definovat v prostředí digitálních médií [Dahlgren 2005; Hirzalla, van Zoonen, de Ridder 2010; Jenkins, Carpentier 2013]. Ačkoli je takováto konceptuální pluralita pochopitelná a vítaná, neexistence shody na vymezení participace komplikuje zejména porovnatelnost výsledků dotazníkových šetření.

Co se týče inkluзивity participace v sociálních médiích, dosavadní výzkum stvrzuje dominanci elitních komunikátorů, ale připouští možnost většího zapojení mladých lidí. Potenciální mezery ve výzkumu se týkají dalších skupin občanů, například venkovského obyvatelstva nebo seniorů. Výzkum o fragmentaci, popřípadě integraci veřejného diskurzu, opět těsně spojený s habermasovským

konceptem veřejné sféry, doposud přináší velmi dílčí výsledky. Vyplývá z něj, že obě tendence se na různých online platformách projevují, ale doposud nelze posoudit, která převažuje. Obojí totiž ve velké míře závisí i na konkrétních affordancích jednotlivých komunikačních nástrojů, jako jsou Facebook, Twitter apod. V otázce mobilizace výzkum koriguje přehnané soudy o twitterových revolucích a sociálních sítích jako „vítězích“ voleb a poukazuje na komplexitu vztahů mezi užitím a sociálním kontextem. Ani zde ovšem nepanuje široký konsensus.

Z dosavadního výzkumu na mezinárodním poli vyplývají pro budoucí studium online participace tři základní výzvy: teoretická, metodologická a institucionální.

Co se týče teorie, ta se doposud ve velké míře vyrovnává s utopickými vizemi z počátků Internetu o jeho demokratizačním potenciálu a široce inkluzivním charakteru. Empirický výzkum tyto vize převážně nepotvrzuje. Data naznačují spíše přetrvávající vliv tradičních strukturních faktorů na míru participace jednotlivců (participace je tedy nadále vnímána jako spíše elitní či menšinová) a neexistuje konsenzus, který by potvrdzoval vliv participace na Internetu na tradiční (či méně tradiční) politické jednání offline.

Nejednotnost závěrů a skepse vůči vlivu online médií je ovšem do jisté míry způsobena tím, že dosavadní výzkum je často svázán teoretickými koncepty (jako např. veřejná sféra), jež se v online prostředí ukazují jako zastaralé. Téma participace v sociálních médiích je proto důležitým úkolem pro teorii, jež v tomto ohledu zaostává za sociální změnou i za empirickým bádáním. Ačkoli je příliš brzy na formulování komplexnějších závěrů o vztahu mezi politickou participací a digitálními a sociálními médii, nemůže k němu dojít před důkladnou reformulací teorií politické participace právě s ohledem na její potenciální nové formy v prostředí Internetu. Věříme, že nové teorie participace by měly reflektovat specifické affordance jednotlivých platform sociálních médií i poznatky o jejich každodenním užití [viz Halpern, Gibbs 2013]. Toho lze docílit mimo jiné orientací na kvalitativní výzkum, který může odhalit, jakou roli hraje online participace v životě jednotlivců.

Z hlediska metodologie oscilují citované empirické studie mezi tradičními dotazníkovými šetřeními, obsahovými analýzami či případovými studiemi a novými digitálními metodami umožňujícími analýzu síťových spojení nebo pracujících s velkými objemy uživatelských dat (tzv. „big data“). V překotně se měnícím prostředí sociálních médií jsou metodologické inovace na místě – a reformulované teorii by měla odpovídat i aktualizovaná metodologie. Úkolem pro budoucí výzkumy je ovšem také hledat takové metody, které by při zachování metodologické plurality vedly k závěrům srovnatelným mezi jednotlivými autory, regionálními kontexty i demografickými skupinami, a umožňovaly tak vyšší stupeň zobecnění. Důležitá je mimo jiné elementární shoda na vymezení participačních aktivit, vycházející z přepracované teorie.

S tím souvisí i výzva institucionální. Online participaci je třeba i v České republice etablovat jako životaschopné a respektované výzkumné téma, a to

prostřednictvím grantových projektů a vytváření sítí českých, slovenských i zahraničních výzkumníků. Zvláštní zřetel bychom při tom měli věnovat interdisciplinárnímu charakteru tohoto tématu, jež se nachází v průniku politologie, sociologie a mediálních studií.

JAROSLAV ŠVELCH je výzkumníkem a pedagogem na Fakultě sociálních věd UK. Na téže fakultě vystudoval žurnalistiku (Bc.) a mediální studia (Mgr., Ph.D.) a dvouobor lingvistika a fonetika / překladatelství a tlumočnictví: angličtina (Mgr.) na Filozofické fakultě UK. V letech 2007–2008 působil jako hostující výzkumník na oddělení Comparative Media Studies na Massachusetts Institute of Technology; v roce 2012 pobýval na doktorandské stáži v Microsoft Research New England. Mezi jeho akademické zájmy patří sociální užití digitálních médií, počítačové hry a jazykový management v online prostředí. V současnosti působí na FSV UK a ve výzkumné skupině PolCoRe se věnuje zejména kvalitativním analýzám politické participace prostřednictvím humoru a remixu.

LENKA VOCHOCOVÁ je výzkumnou a pedagogickou pracovnící katedry mediálních studií Fakulty sociálních věd UK. Na téže katedře vystudovala obory žurnalistika (Bc.) a mediální studia (Mgr., PhDr., Ph.D.). Mezi její odborné zájmy patří oblast kritických teorií, zejména politické ekonomie komunikace, genderová mediální studia a teorie veřejných sfér. V současnosti působí ve výzkumné skupině PolCoRe na FSV UK a věnuje se studiím politické participace v prostředí sociálních médií.

Literatura

- Benkler, Y. 2006. *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. New Haven: Yale University Press.
- Blumler, J. G., D. Kavanagh. 1999. „The Third Age of Political Communication: Influences and Features.“ *Political Communication* 16 (3): 209–230, <http://dx.doi.org/10.1080/105846099198596>.
- Boulianne, S. 2011. „Stimulating or Reinforcing Political Interest: Using Panel Data to Examine Reciprocal Effects Between News Media and Political Interest.“ *Political Communication* 28 (2): 147–162, <http://dx.doi.org/10.1080/10584609.2010.540305>.
- boyd, d. 2011. „Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications.“ Pp. 39–58 in Z. Papacharissi (ed.). *A Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*. New York: Routledge.
- boyd, d. 2013. „Social Media Is Here to Stay ... Now What?“ [online]. *Microsoft Research* [cit. 8. 4. 2014]. Dostupné z: <http://www.danah.org/papers/talks/MSRTechFest2009.html>.
- Brundidge, J., R. E. Rice. 2008. „Political Engagement Online: Do the Information Rich Get Richer and the Like-Minded More Similar?“ Pp. 144–156 in A. Chadwick, P. N. Howard (eds.). *Routledge Handbook of Internet Politics*. London: Routledge.
- Carpentier, N. 2011. *Media and Participation: A Site of Ideological-Democratic Struggle*. Bristol, Chicago: Intellect.
- Carpentier, N., P. Dahlgren, F. Pasquali. 2013. „Waves of Media Democratization: A Brief History of Contemporary Participatory Practices in the Media Sphere.“ *Convergence*:

- The International Journal of Research into New Media Technologies* 19 (3): 287–294, <http://dx.doi.org/10.1177/1354856513486529>.
- Casarino, C., A. Negri. 2008. *In Praise of the Common: A Conversation on Philosophy and Politics*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Castells, M. 2010. *The Power of Identity*. Malden, MA: Wiley-Blackwell.
- Coffé, H., C. Bolzendahl. 2010. „Same Game, Different Rules? Gender Differences in Political Participation.“ *Sex Roles* 62: 318–333, <http://dx.doi.org/10.1007/s11199-009-9729-y>.
- Coleman, S., J. G. Blumler. 2009. *The Internet and Democratic Citizenship: Theory, Practice and Policy*. Communication, Society, and Politics. Cambridge, New York: Cambridge University Press, <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511818271>.
- Dahlberg, L. 2007. „Rethinking the Fragmentation of the Cyberpublic: From Consensus to Contestation.“ *New Media & Society* 9 (5): 827–847, <http://dx.doi.org/10.1177/1461444807081228>.
- Dahlberg, L. 2011. „Re-Constructing Digital Democracy: An Outline of Four ‘Positions’.“ *New Media & Society* 13 (6): 855–872, <http://dx.doi.org/10.1177/1461444810389569>.
- Dahlgren, P. 2005. „The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation.“ *Political Communication* 22 (2): 147–162, <http://dx.doi.org/10.1080/10584600590933160>.
- Dahlgren, P. 2013. *The Political Web: Media, Participation and Alternative Democracy*. Basingstoke, New York: Palgrave Macmillan, <http://dx.doi.org/10.1057/9781137326386>.
- Davis, A. 2010. „New Media and Fat Democracy: The Paradox of Online Participation.“ *New Media & Society* 12 (5): 745–61, <http://dx.doi.org/10.1177/1461444809341435>.
- Dijk, J. van. 2005. *The Deepening Divide: Inequality in the Information Society*. Thousand Oaks: Sage.
- Effing, R., J. van Hillegersberg, T. Huibers. 2011. „Social Media and Political Participation: Are Facebook, Twitter and YouTube Democratizing Our Political Systems?“ Pp. 25–35 in E. Tambouris, A. Macintosh, H. de Bruijn (eds.). *Electronic Participation: Third IFIP WG 8.5 International Conference, ePart 2011, Delft, The Netherlands, August 29 – September 1, 2011. Proceedings*. Berlin: Springer.
- Elmer, G. 2012. „Live Research: Twittering an Election Debate.“ *New Media & Society* 15 (1): 18–30, <http://dx.doi.org/10.1177/1461444812457328>.
- Elster, J. (ed.). 1998. *Deliberative Democracy*. Cambridge Studies in the Theory of Democracy. Cambridge, U.K., New York: Cambridge University Press, <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9781139175005>.
- Enjolras, B., K. Steen-Johnsen, D. Wollebæk. 2012. „Social Media and Mobilization to Offline Demonstrations: Transcending Participatory Divides?“ *New Media & Society* 15 (6): 890–908, <http://dx.doi.org/10.1177/1461444812462844>.
- Fenton, N., V. Barassi. 2011. „Alternative Media and Social Networking Sites: The Politics of Individuation and Political Participation.“ *The Communication Review* 14 (3): 179–196, <http://dx.doi.org/10.1080/10714421.2011.597245>.
- Ferree, M. M., W. A. Gamson, J. Gerhards, D. Rucht. 2002. „Four Models of the Public Sphere in Modern Democracies.“ *Theory and Society* 31 (3): 289–324, <http://dx.doi.org/10.1023/A:1016284431021>.
- Gaver, W. W. 1991. „Technology Affordances.“ Pp. 79–84 in *Proceedings of the SIGCHI Conference on Human Factors in Computing Systems*. New York: ACM, <http://dx.doi.org/10.1145/108844.108856>.
- Gerbaudo, P. 2012. *Tweets and the Streets: Social Media and Contemporary Activism*. London: Pluto Press.

- Gil De Zúñiga, H., E. Puig-I-Abril, H. Rojas. 2009. „Weblogs, Traditional Sources Online and Political Participation: An Assessment of How the Internet is Changing the Political Environment.“ *New Media & Society* 11 (4): 553–574, <http://dx.doi.org/10.1177/1461444809102960>.
- Graham, T., A. Hajru. 2011. „Reality TV as a Trigger of Everyday Political Talk in the Net-Based Public Sphere.“ *European Journal of Communication* 26 (1): 18–32, <http://dx.doi.org/10.1177/0267323110394858>.
- Gustafsson, N. 2012. „The Subtle Nature of Facebook Politics: Swedish Social Network Site Users and Political Participation.“ *New Media & Society* 14 (7): 1111–1127, <http://dx.doi.org/10.1177/1461444812439551>.
- Habermas, J. 2000. *Strukturální přeměna veřejnosti: zkoumání jedné kategorie občanské společnosti*. Praha: Filosofie.
- Halpern, D., J. Gibbs. 2013. „Social Media as a Catalyst for Online Deliberation? Exploring the Affordances of Facebook and YouTube for Political Expression.“ *Computers in Human Behavior* 29 (3): 1159–1168, <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2012.10.008>.
- Hindman, M. S. 2009. *The Myth of Digital Democracy*. Princeton: Princeton University Press.
- Hirzalla, F., L. van Zoonen, J. de Ridder. 2010. „Internet Use and Political Participation: Reflections on the Mobilization/Normalization Controversy.“ *The Information Society* 27 (1): 1–15, <http://dx.doi.org/10.1080/01972243.2011.534360>.
- Holt, K., A. Shehata, J. Strömbäck, E. Ljungberg. 2013. „Age and the Effects of News Media Attention and Social Media Use on Political Interest and Participation: Do Social Media Function as Leveller?“ *European Journal of Communication* 28 (1): 19–34, <http://dx.doi.org/10.1177/0267323112465369>.
- Hrdina, M. 2013. „Technologie není apolitická: poznámky ke studiu politické komunikace v nových médiích.“ *Mediální studia* 8 (3): 291–308.
- Chadwick, A. 2009. „Web 2.0: New Challenges for the Study of E-Democracy in an Era of Informational Exuberance.“ *I/S: A Journal of Law and Policy for the Information Society* 5 (1): 9–41.
- Jakubowicz, K. 2013. *Nová ekologie médií. Konvergence a mediamorfóza*. Zlín: Radim Bačuvčík – VeRBuM.
- Jelečková, P. 2012. *Online sociální sítě a politicky a sociálně motivované jednání*. Diplomová práce. Brno: Masarykova univerzita.
- Jenkins, H. 2006. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Jenkins, H., N. Carpentier. 2013. „Theorizing Participatory Intensities: A Conversation about Participation and Politics.“ *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 19 (3): 265–286, <http://dx.doi.org/10.1177/1354856513482090>.
- Junco, R. 2013. „Inequalities in Facebook use.“ *Computers in Human Behavior* 29 (6): 2328–2336, <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2013.05.005>.
- Jungherr, A. 2012. „The German Federal Election of 2009: The Challenge of Participatory Cultures in Political Campaigns.“ *Transformative Works and Cultures* [online] 5 (10) [cit. 8. 4. 2014]. Dostupné z: <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/310/288>.
- Kushin, M. J., K. Kitchener. 2009. „Getting Political on Social Network Sites: Exploring Online Political Discourse on Facebook.“ *First Monday* [online] 14 (11–12) [cit. 8. 4. 2014]. Dostupné z: <http://firstmonday.org/article/view/2645/2350>.
- Larsson, A. O., H. Moe. 2012. „Studying Political Microblogging: Twitter Users in the 2010 Swedish Election Campaign.“ *New Media & Society* 14 (5): 729–747, <http://dx.doi.org/10.1177/1461444811422894>.

- Lilleker, D. G., N. A. Jackson. 2010. „Towards a More Participatory Style of Election Campaigning: The Impact of Web 2.0 on the UK 2010 General Election.“ *Policy & Internet* 2 (3): 67–96, <http://dx.doi.org/10.2202/1944-2866.1064>.
- Lilleker, D. G., K. Koc-Michalska, E. J. Schweitzer, M. Jacunski, N. Jackson, T. Vedel. 2011. „Informing, Engaging, Mobilizing or Interacting: Searching for a European Model of Web Campaigning.“ *European Journal of Communication* 26 (3): 195–213, <http://dx.doi.org/10.1177/0267323111416182>.
- Loginova, K. 2014. „Young People's Political Participation in the 2011 Parliamentary Elections.“ *Russian Education & Society* 56 (3): 54–79, <http://dx.doi.org/10.2753/RES1060-9393560304>.
- Macek, J. 2013a. *Poznámky ke studiu nových médií*. Brno: Masarykova univerzita.
- Macek, J. 2013b. „More than a Desire for Text: Online Participation and the Social Curation of Content.“ *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies* 19 (3): 295–302, <http://dx.doi.org/10.1177/1354856513486530>.
- Macková, A. 2013. *Nová média a občanská společnost – případová studie protestní skupiny Žít Brno*. Diplomová práce. Brno: Masarykova univerzita.
- Macková, A., M. Fialová, V. Štětko. 2013. „Nová média jako nástroj politické kampaně v České republice: případová studie krajských a senátních voleb 2012.“ *Politologický časopis / Czech Journal of Political Science* 20 (4): 507–525, <http://dx.doi.org/10.5817/PC2013-4-507>.
- Macková, A., J. Macek. 2014. „‘Žít Brno’: Czech Online Political Activism from Jokes and Tactics to Politics and Strategies.“ *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* 8 (3), <http://dx.doi.org/10.5817/CP2014-3-5>.
- Mouffe, C. 2000. *The Democratic Paradox*. London, New York: Verso.
- Neumayer, C., J. Schossböck. 2011. „Political Lurkers? Young People in Austria and Their Political Life Worlds Online.“ Pp. 131–143 in P. Parycek, M. J. Kripp, N. Edelman (eds.). *CeDEM11: Conference for E-Democracy and Open Government*. Krems: Edition-Donau-Universität.
- Norris, P. 2000. *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge University Press, <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511609343>.
- Norris, P. 2001. *Digital Divide: Civic Engagement, Information Poverty, and the Internet Worldwide*. Cambridge University Press, <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9781139164887>.
- Norris, P. 2002. *Democratic Phoenix: Reinventing Political Activism*. Cambridge, UK, New York, NY: Cambridge University Press, <http://dx.doi.org/10.1017/CBO9780511610073>.
- Parisopoulos, K., E. Tambouris, K. Tarabanis. 2012. „Facebook and Greek Elections: New Fad or Real Transformation?“ *IEEE Technology and Society Magazine* 31 (3): 58–64, <http://dx.doi.org/10.1109/MTS.2012.2216705>.
- Poster, M. 1995. „CyberDemocracy: Internet and the Public Sphere“ [online]. Mark Poster (osobní webová stránka) [cit. 8. 4. 2014]. Dostupné z: <http://www.hnet.uci.edu/mPoster/writings/democ.html>.
- Rahimi, B. 2011. „The Agonistic Social Media: Cyberspace in the Formation of Dissent and Consolidation of State Power in Postelection Iran.“ *The Communication Review* 14 (3): 158–178, <http://dx.doi.org/10.1080/10714421.2011.597240>.
- Ruiz, C., D. Domingo, J. L. Mico, J. Diaz-Noci, P. Masip, K. Meso. 2011. „Public Sphere 2.0? The Democratic Qualities of Citizen Debates in Online Newspapers.“ *The International Journal of Press/Politics* 16 (4): 463–487, <http://dx.doi.org/10.1177/1940161211415849>.
- Shifman, L., S. Coleman, S. Ward. 2007. „Only Joking? Online Humour in the 2005 UK General Election.“ *Information, Communication & Society* 10 (4): 465–487, <http://dx.doi.org/10.1080/13691180701559947>.

- Strandberg, K. 2013. „A Social Media Revolution or Just a Case of History Repeating Itself? The Use of Social Media in the 2011 Finnish Parliamentary Elections.“ *New Media & Society* 15 (8): 1329–1347, <http://dx.doi.org/10.1177/1461444812470612>.
- Sunstein, C. 2001. „The Daily We.“ *Boston Review* [online]. Boston: Boston Review [cit. 8. 4. 2014]. Dostupné z: <http://bostonreview.net/BR26.3/sunstein.php>.
- Štětka, V., A. Macková, M. Fialová. 2014. „A Winding Road from ‘Likes’ to Votes.“ Pp. 225–244 in B. Pătruț, M. Pătruț (eds.). *Social Media in Politics*. Berlin: Springer, http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-04666-2_13.
- Štětka, V., J. Mazák. 2014. „Whither Slacktivism? Political Engagement and Social Media Use in the 2013 Czech Parliamentary Elections.“ *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace* [online] 8 (3), <http://dx.doi.org/10.5817/CP2014-3-7>.
- Teorell, J. 2006. „Political Participation and Three Theories of Democracy: A Research Inventory and Agenda.“ *European Journal of Political Research* 45 (5): 787–810, <http://dx.doi.org/10.1111/j.1475-6765.2006.00636.x>.
- Teorell, J., M. Torcal, J. R. Montero. 2007. „Political Participation: Mapping the Terrain.“ Pp. 334–357 in J. W. van Deth, J. R. Montero, A. Westholm (eds.). *Citizenship and Involvement in European Democracies: A Comparative Analysis*. Milton Park, Abingdon, Oxon, New York: Routledge.
- Tumasjan, A., T. O. Sprenger, P. G. Sandner, I. M. Welp. 2010. „Predicting Elections with Twitter: What 140 Characters Reveal about Political Sentiment.“ Pp. 178–185 in *Proceedings of the Fourth International AAAI Conference on Weblogs and Social Media*. Menlo Park, CA: The AAAI Press.
- Vedres, B., L. Bruszt, D. Stark. 2005. „Organizing Technologies: Genre Forms of Online Civic Association in Eastern Europe.“ *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* 597 (1): 171–188, <http://dx.doi.org/10.1177/0002716204270504>.
- Verba, S., N. H. Nie. 1972. *Participation in America: Political Democracy and Social Equality*. Chicago: University of Chicago Press.
- Vesnic-Alujevic, L. 2012. „Political Participation and Web 2.0 in Europe: A Case Study of Facebook.“ *Public Relations Review* 38 (3): 466–470, <http://dx.doi.org/10.1016/j.pubrev.2012.01.010>.
- Visser, S., M. Hooghe, D. Stolle, V.-A. Maheo. 2011. „The Impact of Mobilization Media on Off-Line and Online Participation: Are Mobilization Effects Medium-Specific?“ *Social Science Computer Review* 30 (2): 152–169, <http://dx.doi.org/10.1177/0894439310396485>.
- Vitak, J., P. Zube, A. Smock, C. T. Carr, N. Ellison, C. Lampe. 2011. „It’s Complicated: Facebook Users’ Political Participation in the 2008 Election.“ *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* 14 (3): 107–114, <http://dx.doi.org/10.1089/cyber.2009.0226>.
- Vráblíková, K. 2009. „Politická participace a její determinanty v postkomunistických zemích.“ *Sociologický časopis / Czech Sociological Review* 45 (5): 867–897.
- Weber, L. M., A. Loumakis, J. Bergman. 2003. „Who Participates and Why?: An Analysis of Citizens on the Internet and the Mass Public.“ *Social Science Computer Review* 21 (1): 26–42, <http://dx.doi.org/10.1177/0894439302238969>.
- Wolfsfeld, G., E. Segev, T. Sheaffer. 2013. „Social Media and the Arab Spring Politics Comes First.“ *The International Journal of Press/Politics* 18 (2): 115–137, <http://dx.doi.org/10.1177/1940161212471716>.
- Yardi, S., d. boyd. 2010. „Dynamic Debates: An Analysis of Group Polarization Over Time on Twitter.“ *Bulletin of Science, Technology & Society* 30 (5): 316–327, <http://dx.doi.org/10.1177/0270467610380011>.
- Zillien, N., E. Hargittai. 2009. „Digital Distinction: Status-Specific Types of Internet Usage.“ *Social Science Quarterly (Wiley-Blackwell)* 90 (2): 274–291, <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-6237.2009.00617.x>.