

Abstrakt

Předmětem zájmu této práce je analýza způsobů, kterými organizace občanské společnosti mohou prostřednictvím Facebooku ovlivňovat debatu o imigraci do Evropy. Závěry prezentované v práci se opírají o vlastní empirický výzkum a studium literatury zaměřené na oblast public relations. Výzkum je koncipován jako případová studie facebookové komunikace Lékařů bez hranic. V práci se zabývám tematickou a argumentační bohatostí komunikace organizace, reakcemi ze strany publika a interakcemi mezi publikem a organizací. Pojednávám o významu, jaký má nejen obsahová, ale také vizuální a formální stránka příspěvků pro oslovení co nejširšího publika, jehož názory se organizace snaží formovat a ovlivňovat. Výzkum poukazuje na nevyváženost komunikace Lékařů bez hranic o imigraci do Evropy, která se především odvíjí od činnosti a poslání organizace. Tuto nevyváženost do určité míry kompenzuje angažované publikum organizace, které debaty pod facebookovými příspěvky organizace obohacuje o rozmanitá témata a názory. V práci poukazuji na význam pnutí mezi organizací a jejím publikem, která vyvolávají podnětnou diskuzi, jež by v případě absolutního konsenzu nevznikla.

Klíčová slova

komunikace, public relations, imigrace, Facebook, hatespeech, organizace občanské společnosti, kontroverzní téma