

Abstrakt

Tato bakalářská práce s názvem „Sociální média a gender během politických kampaní: Role partnerů v českém prostředí“ je průzkumnou prací, která analyzuje, jak byly potenciální první dámy zobrazeny svými manžely či partnery, kandidáty v českých prezidentských volbách v roce 2018, během jejich oficiálních kampaní na Facebooku. Cílem je odhalit, jakou roli v kampaních manželky/partnerky měly, jak byly omezeny tradičně ženskými rolemi a jakou reakci jejich přítomnost přinesla. Metodou této práce je obsahová analýza, která je používána nejen jako pouhý nástroj pro sběr dat, který detekuje textovou stránku příspěvků, ale také je aplikována na jejich vizuální stranu. K detekci vizuálních snímků byl použit kódovací nástroj používající Goffmanovu metodu (1979) zobrazování genderu. Textová část komunikace uveřejňované na Facebooku byla tříděna na základě zmínky o manželce/partnerce a dále zkoumána v kódovacím listu složeném celkem z 13 proměnných. Práce analyzuje příspěvky publikované každým kandidátem během oficiální kampaně na jeho facebookové stránce a jejím cílem je ukázat, jak byly potenciální první dámy jako tradiční modelové role, omezené normami a bez další úlohy v politickém procesu. V praktické části práce byly zjištěny analogie mezi přístupy, tématy a celkovým zobrazením potenciálních prvních žen z pohledu jednotlivých kandidátů. Tato práce upozorňuje na důraz kladený na ženské tělo a sleduje, jak jsou partnerky kandidátů zobrazovány a jaká je jejich role v politické komunikaci i mimo ni.