

Abstrakt

Tato diplomová práce se zabývá humorem na Facebooku, zkoumá témata a postupy vzniku humorných příspěvků, které se váží k přímé volbě prezidenta ČR, konkrétně k dvěma kandidátům, kteří se dostali do druhého kola prezidentské volby, Karla Schwarzenberga a Miloše Zemana.

V úvodu představuji humor a komiku z teoretického pohledu. Vymezuji tři ústřední teorie, typy vtipu a funkci smíchu. V dalších kapitolách definuji základní předpoklady, které vedou k zapojení fanoušků do tvorby online příspěvků, které pak mohou kolovat např. sociálními sítěmi. Představuji nové nástroje v online politickém marketingu a shrnuji základní témata, která nesly oficiální kampaně obou kandidátů.

V praktické části pomocí metody zakotvené teorie analyzuji, jak a proč pracovali uživatelé Facebooku s humorem v příspěvcích, kterými reagovali na prezidentskou volbu. Zkoumaným materiálem jsou obrázkové vtipy, fotografie s textem či bez textu, koláže, komiksy nebo karikatury z oficiálních i neoficiálních facebookových stránek obou kandidátů.

Z výzkumu vyplynulo, že měl humor při kampani primárně negativní roli, sloužil jako nástroj k očernění a zesměšnění daného kandidáta, vtipy měly ukázat jeho nedostatky a varovat voliče, co by se v České republice mohlo po jeho zvolení stát. Prostředí Facebooku se projevilo jako velmi negativní, jako prostor, kde hrají důležitou roli emoce, hlavně ty negativní jako je strach, obavy, nedůvěra a zlomyslnost.