

Práce odpovídá na otázku, jak vypadal obraz českého předsednictví EU ve vybraných německých denících v průběhu tohoto předsednictví v první polovině roku 2009. První kapitola se věnuje politologickým základům, konkrétně definici pojmu předsednictví EU, významu tohoto institutu a roli předsedající země. Závěr této kapitoly je věnován shrnutí českého předsednictví ve formě dosažených výsledků a procentu zaznamenání mezi veřejností EU. Druhá kapitola se týká teoretického zakotvení této práce v oblasti masových médií. Konkrétně vztahem politiky a masových médií, principem tvorby a výběru zpráv a teorií nastolování agendy. Rovněž je zde stručně představena německá mediální scéna, charakteristika vybraných titulů i důvody jejich výběru. Praktická část písemné práce byla realizována pomocí metody kvantitativní obsahové analýzy. Třetí kapitola proto obsahuje popis metody a úvodní práce, které jsou součástí výzkumu. Poslední část je věnována praktickému výzkumu, konkrétně zodpovězení jednotlivých výzkumných otázek grafickou i písemnou formou tak, abych se v jejím závěru mohla vyjádřit k výzkumným hypotézám. V analýze jsou rozebírány nejdůležitější události a témata, spjatá s českým předsednictvím EU. Věnuji se také například publicitě vybraných aktérů našeho předsednictví. Závěr obsahuje celkové shrnutí písemné práce.