

V diplomové práci si kladu za cíl analyzovat některé prvky mediálních kampaní zaměřených na referendum o vstupu ČR do Evropské unie (EU), které se konalo 13. a 14. června 2003. Kampaně zmiňuji v množném čísle, protože šlo o aktivity různých subjektů, což bude třeba rozlišovat. Kampaně v různých podobách probíhaly delší dobu; já jsem zvolila období května a června 2003, tedy měsíc a půl před samotným hlasováním, kdy vrcholily.