



S krizí média spojovala především firmy, nezaměstnanost a šrotovné Exkluzivní analýza pro Zlatou korunu (V. Finanční fórum Zlaté koruny)

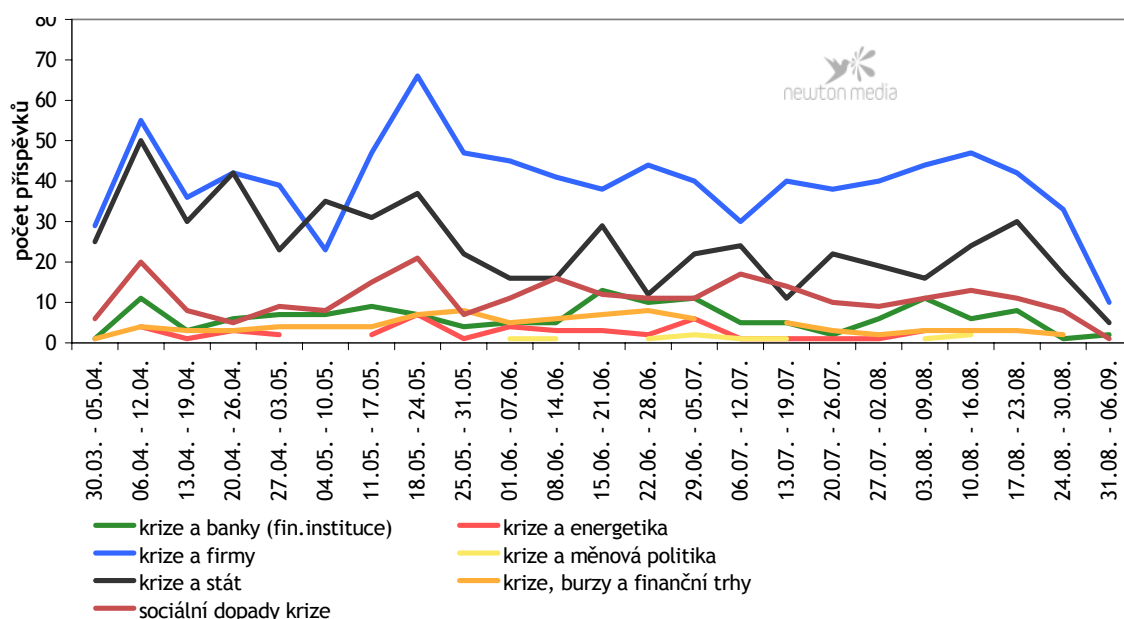
Mediální analýza zpracovaná pro V. Finanční fórum Zlaté koruny na téma „Krise jako šance na změnu?“ společnosti Newton Media, a.s. za období duben-srpen 2009 ukázala, že hospodářská krize v ČR, její příčiny, důsledky a možná řešení byla také z pohledu médií velmi ostře sledovaným tématem. Jen v denících Mladá fronta DNES a Hospodářské noviny se za posledních pět měsíců objevilo více než 1700 článků, které se tímto tématem ve větší míře zabývaly.

Zatímco téma **finanční krize a stát**, jehož součástí byly především příspěvky zmiňující nejrůznější navrhovaná či realizovaná státní protikrizová opatření, si udržovalo celkem stabilní pozornost médií i v době letních prázdnin, skutečným tahounem medializace krize se stalo téma **krize a firmy**. Popisy toho, jak se různé firmy v Česku vypořádávají například s propadem poptávky po jejich zboží a službách a jak řeší horší dostupnost úvěrů pro svůj provoz se staly námětem téměř poloviny všech tematicky zaměřených zmínek o krizi v analyzovaných příspěvcích.

Nejčastěji zmiňovaným dopadem krize v ČR byla **rostoucí nezaměstnanost a propouštění zaměstnanců**. Mezi často zmiňovanými dopady se objevily nejen ty, kterým lze přiřadit negativní znaménko, ale také pozitivní efekty krize, například růst zakázek v některých odvětvích, nebo oživení v některých sektorech finančního trhu či bankovníctví. Nejvíce zmiňovaným a diskutovaným státním protikrizovým opatřením se stalo **šrotovné**, které tvořilo celou pětinu všech zmínek o protikrizových opatřeních. Mezi nejčastěji uváděnými opatřeními ze strany státu dominovaly stimulační a podpůrné kroky, které s sebou nesou navýšení výdajů nebo snížení příjmů státního rozpočtu. Jen asi čtvrtinu zmínek tvořila opatření, která by znamenala úspory nebo navýšení příjmů rozpočtu.

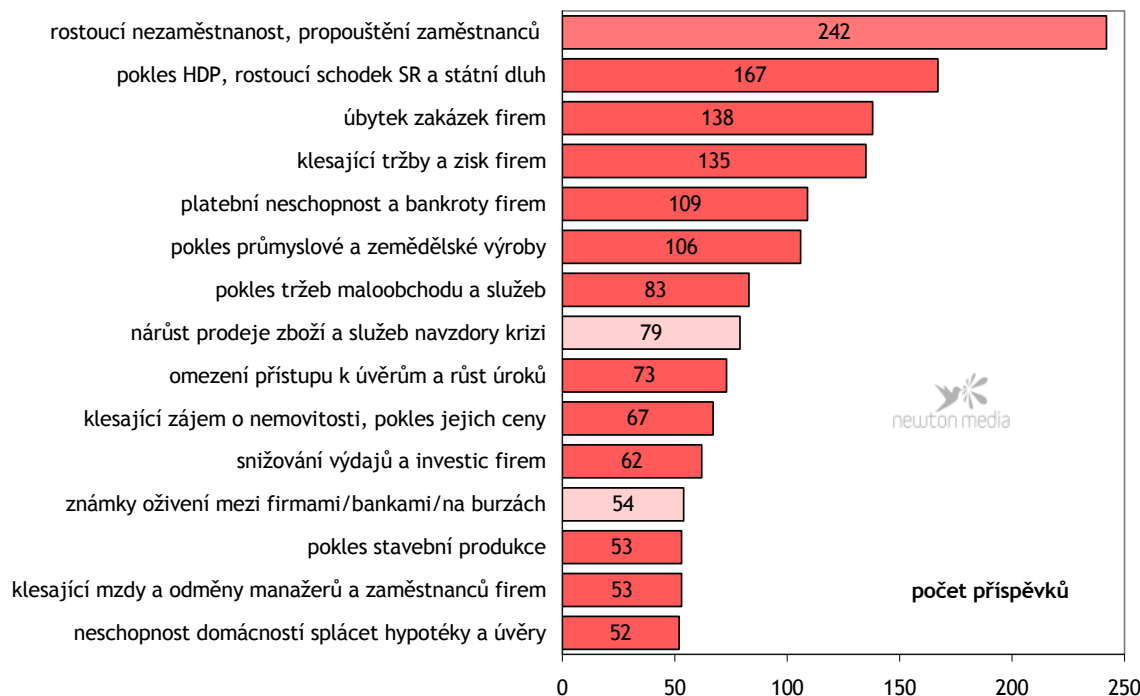
Z politiků si v souvislosti s krizí největší zájem sledovaných médií získal ministr financí vlády Jana Fischera **Eduard Janota**, z příslušníků politických stran pak předseda ČSSD **Jiří Paroubek**. Nejčastěji uváděným expertem byl analytik společnosti Patria Finance **David Marek**, z řad státních úředníků pak guvernér ČNB **Zdeněk Tůma**, jehož medializace však byla přibližně o polovinu nižší.

Vývoj tematického zaměření příspěvků o krizi v denících Mladá fronta Dnes a Hospodářské noviny



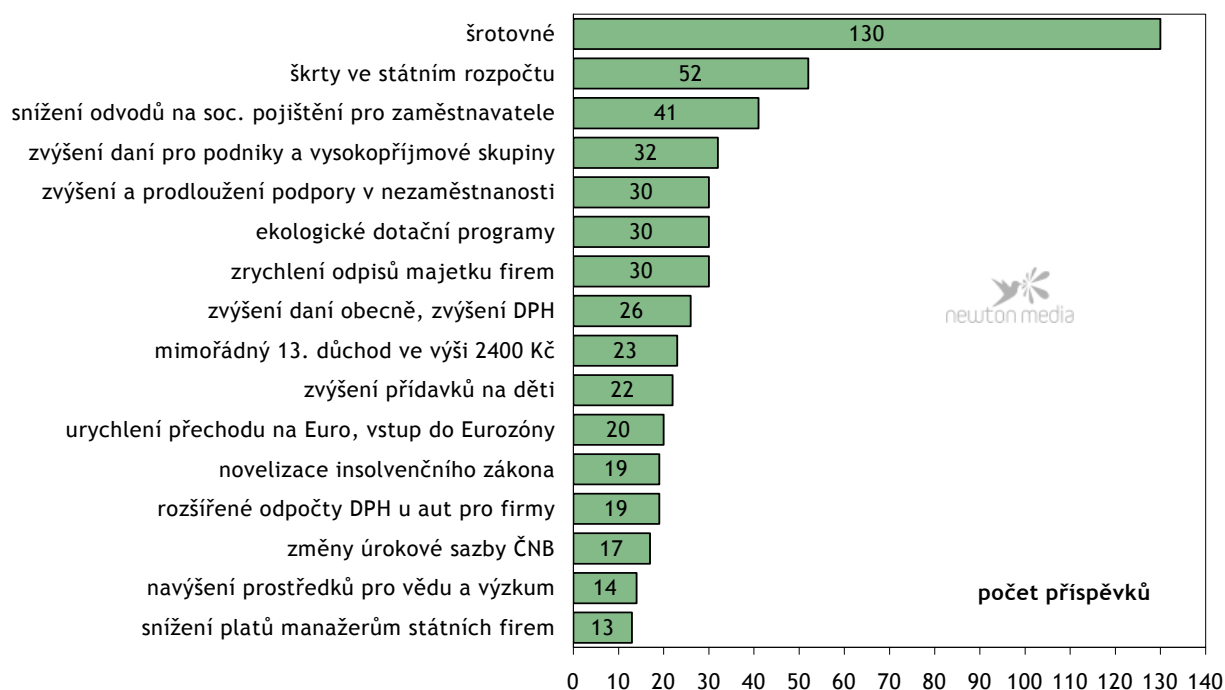
Graf znázorňuje, v jakých souvislostech se autoři příspěvků MF Dnes a HN zmiňovali o krizi.

Dopady krize nejčastěji zmiňované v denících MF Dnes a HN



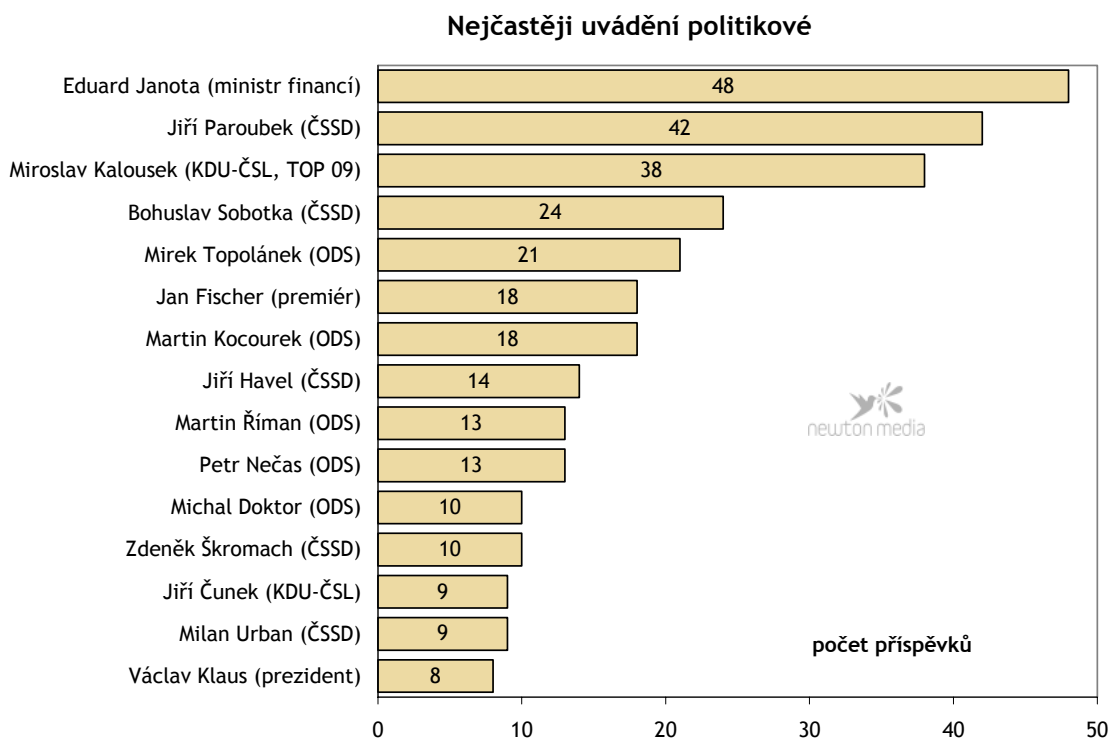
Graf uvádí, o jakých dopadech krize se nejčastěji psalo v denících MF Dnes a HN. V grafu jsou uvedeny dopady krize, o nichž se psalo v 52 a více příspěvcích.

Protikrizová opatření státu nejčastěji uváděná v denících MF Dnes a HN



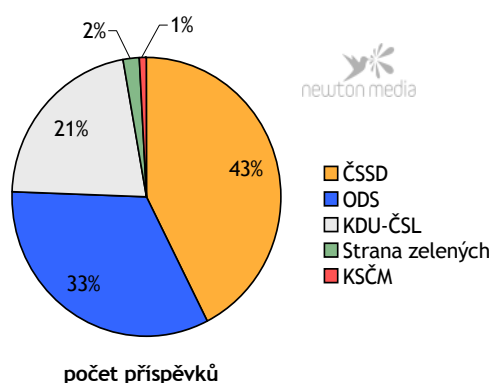
Graf zachycuje, jaká státní protikrizová opatření byla nejčastěji uváděna v příspěvcích tematicky zaměřených na krizi. V grafu jsou uvedena opatření, jež byla uvedena v 13 a více příspěvcích.

Osobnosti nejčastěji uváděné v příspěvcích MF Dnes a HN zaměřených na krizi



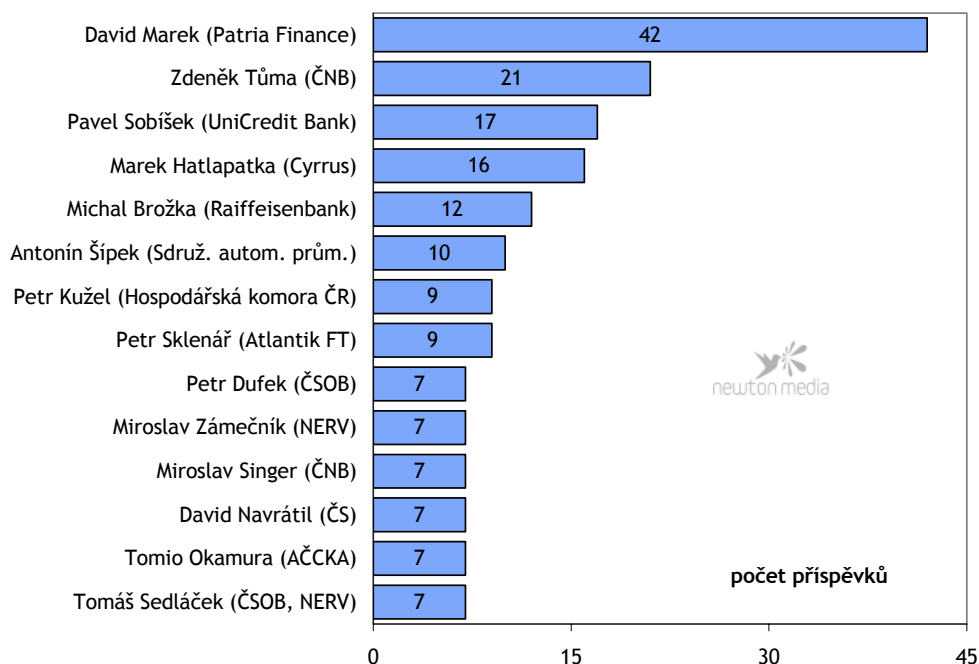
Graf uvádí, kteří politikové byli nejčastěji citováni, parafrázováni či zmíněni v příspěvcích MF Dnes a HN tematicky zaměřených na krizi. Graf zachycuje politiky, jež byli uvedeni v osmi a více příspěvcích.

Poměr zástupců jednotlivých stran



Graf ukazuje poměr vyjádření zástupců pěti politických stran na všech vyjádřeních politiků v příspěvcích zaměřených na krizi.

Nejčastěji uvádění experti



Graf uvádí odborníky, kteří byli nejčastěji citováni, parafrázováni či zmíněni v příspěvcích MF Dnes a HN tematicky zaměřených na krizi. Graf zachycuje odborníky uvedené v sedmi a více příspěvcích.

NEWTON Media, a.s. dodává v elektronické podobě plný obsah zpráv z tisku (novin, časopisů), zpravodajských pořadů televizních a rozhlasových stanic, agenturního zpravodajství a internetu. Obsah periodik získává z jednotlivých médií přímo od redakcí a vydavatelů na smluvním základě a zpracovává jej na jednotnou platformu - archiv. Tento mediální archiv sahá až do roku 1989, a obsahuje 59 mil. článků v plném znění. Informace zpracovává na vysoké profesionální úrovni a poskytuje celou paletu služeb založenou na práci s nimi. Dodává klasický monitoring, mediální analýzy, oborové výběry, manažerské a znalostní produkty, zprávy včasného varování a další služby šité na míru klientům.

www.newtonmedia.cz

analyzy@newtonmedia.cz