

Krize a její odraz v médiích

výsledky exkluzivní analýzy společnosti Newton Media, a.s.

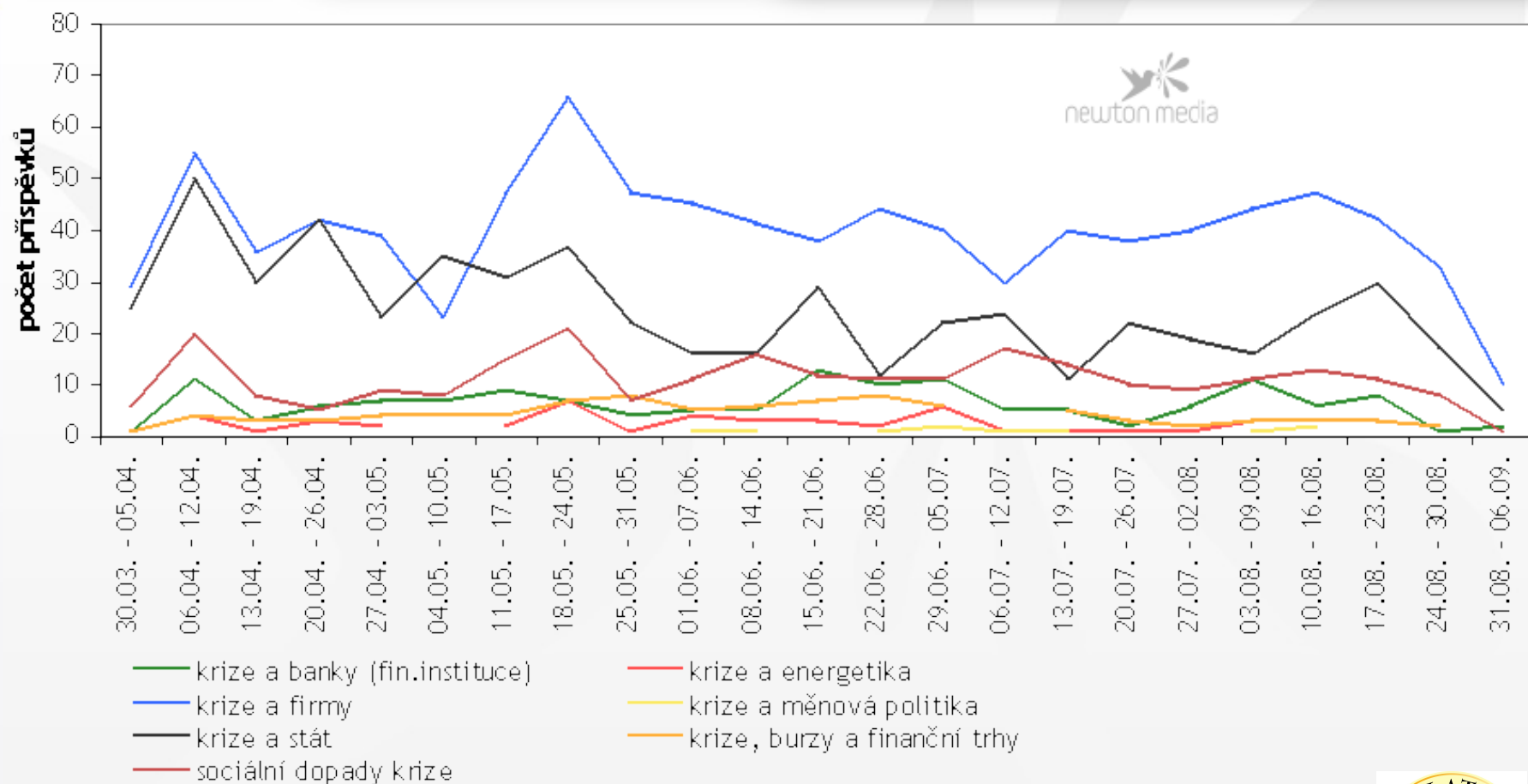
pro Zlatou korunu (V. Finanční fórum Zlaté koruny)

Období: 1.4.2008 - 31.8.2009



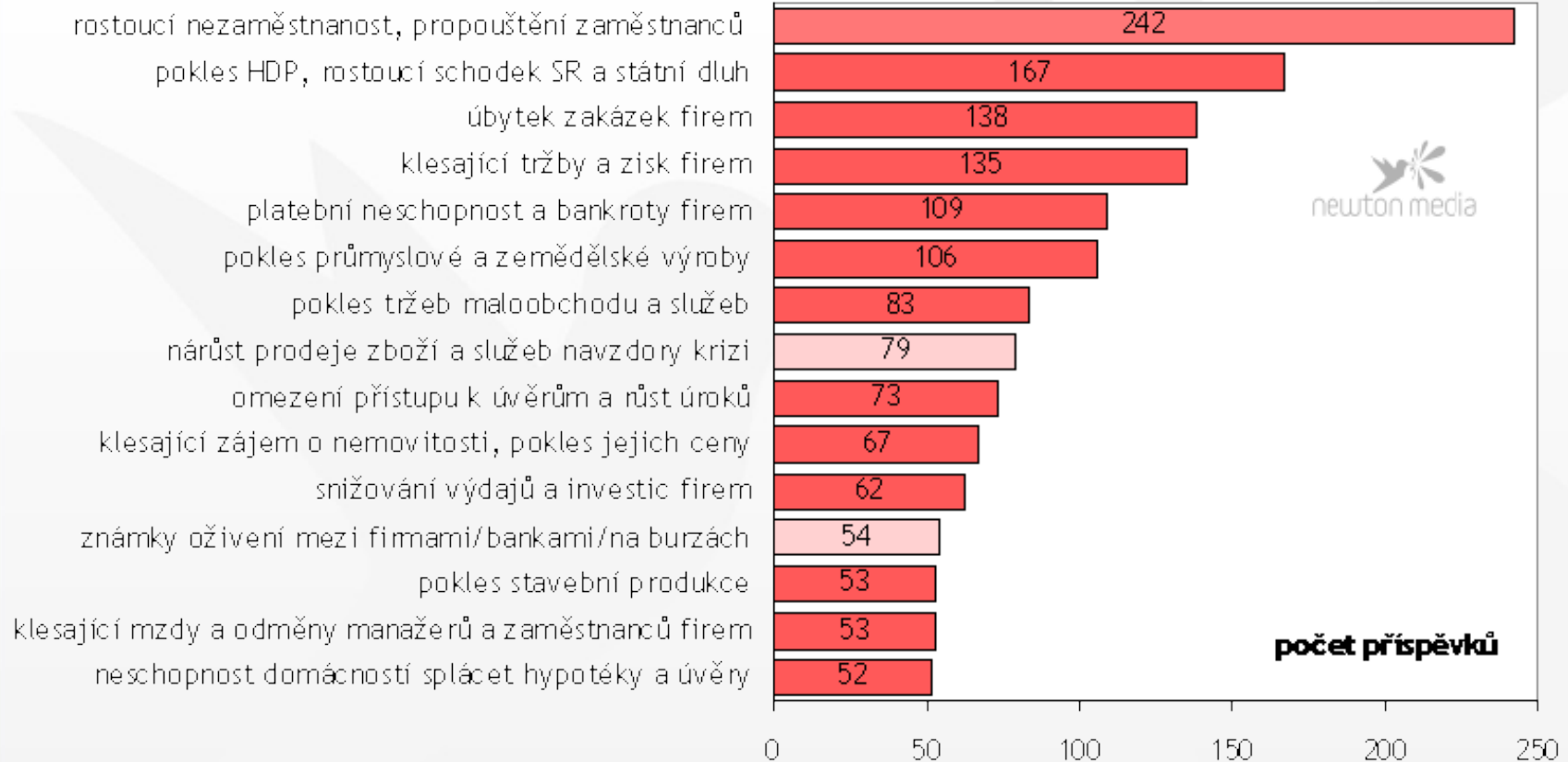
- Proč právě MF Dnes a Hospodářské noviny?
- Jak jsme vybírali články?
- Co nás v nich nejvíce zajímalo?



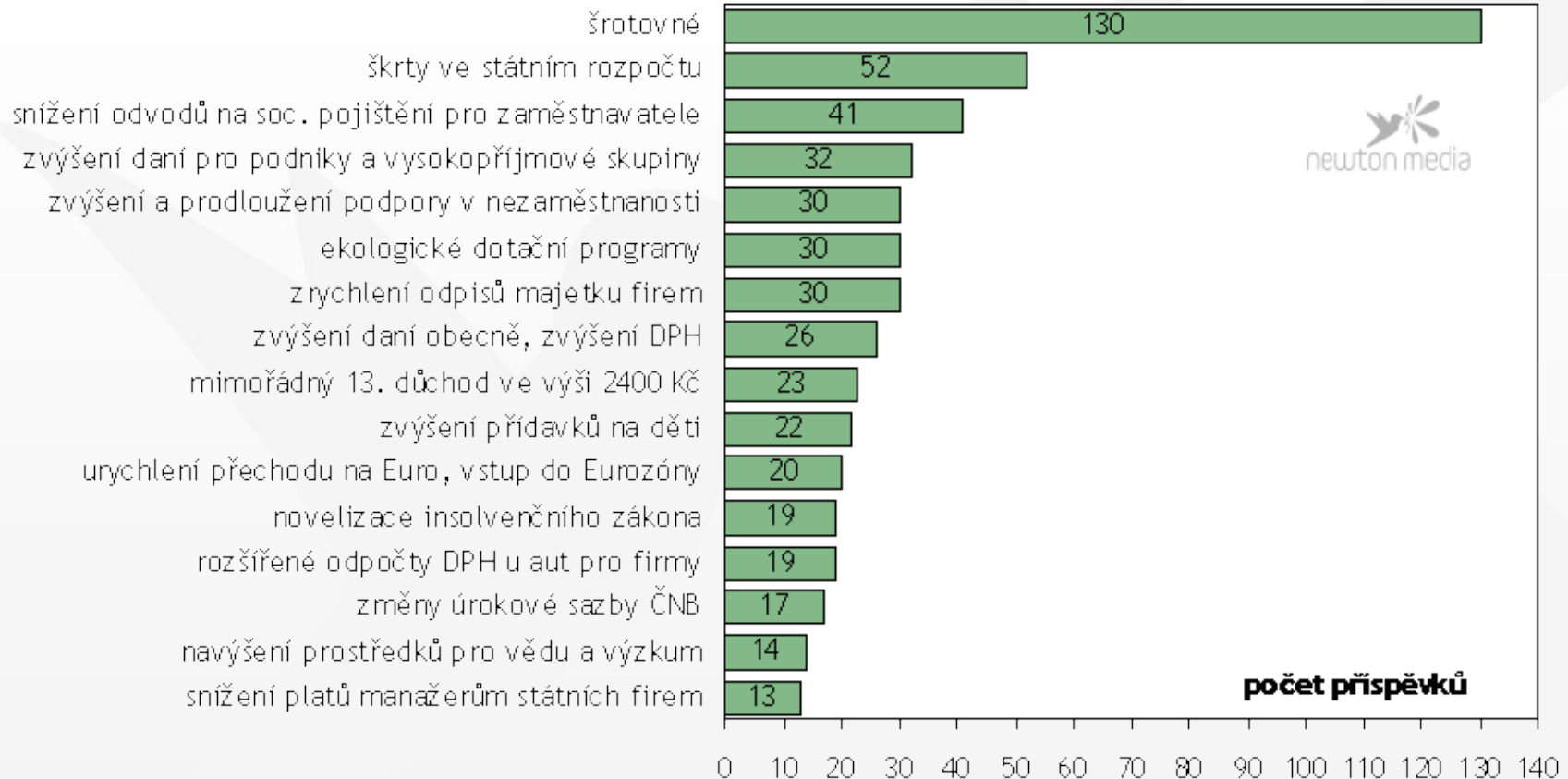


Graf znázorňuje, v jakých souvislostech se autoři příspěvků MF Dnes a HN zmiňovali o krizi.





Graf ukazuje, o jakých dopadech krize se nejčastěji psalo v příspěvcích MF Dnes a HN.



Graf zachycuje státní protikrizová opatření nejčastěji uváděná v příspěvcích MF Dnes a HN.



- Tahounem publicity krize byly problémy firem
- Nejčastěji se psalo o nezaměstnanosti a propouštění zaměstnanců
- Média se snažila o vyváženost - nechyběly ani pozitivní příklady
- Největší pozornost poutalo šrotovné (pozitivně i negativně)
- Častěji byli zmiňováni zástupci ČSSD než ODS (43 % : 33 %) – má

ČSSD lepší PR?

- Chyběl sociologický aspekt krize – nepružnost akademické sféry nebo jednostranná orientace novinářů na experty finanční sféry?



Newton Media, a.s.

Na Pankráci 1683/127

Praha 4

E-mail: analyzy@newtonmedia.cz

Tel. +420 225 540 501

