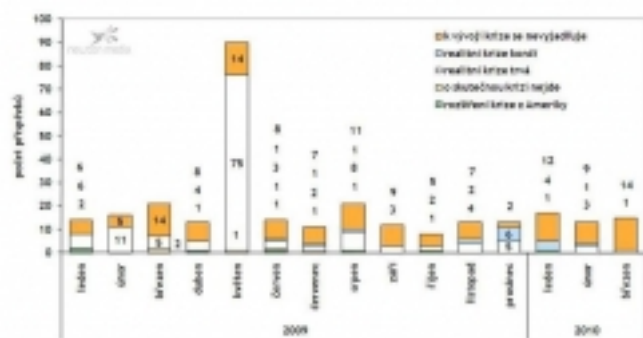


Konec krize? Novinářská obec krčí rameny



Author: Tomáš Fošum, Newton Media | Published: 09.04.2010

Média ve sledovaném období také přinášela příběhy známých osobností, na něž realitní krize dolehla. Například v září 2009 poukázaly deníky Mladá fronta DNES a Blesk na potíže exministra financí Ivana Pilipa, jenž přebudoval tři činžovní domy naproti Národnímu divadlu na luxusní byty, pro něž pak nemohl sehnat kupce. Z jednotlivých firem působících na tuzemském realitním trhu bylo v médiích v souvislosti s krizí nejčastěji uváděno jméno společnosti Orco, která se dostala do vážných problémů. Jejího šéfa, Jeana Francoise Otta, dokonce deník E15 nazval „realitním gamblerem“ (30. 12. 2009).

Druhá skupina příspěvků (45 %) odkazovala na pokračování krize, aniž by viděla „blýskání na lepší časy“. Podle autorů těchto příspěvků realitní segment z krize jen tak nevybědne. Za všechny citujeme Davida Černíka ze společnosti Maxima Reality, jehož názor se objevil na stránkách Mladé fronty DNES: „Pozitivní je, že krize urychlila návrat k normálu, racionalizovala ceny, zvýšila poptávku po kvalitě produktů i služeb, pročistí trh. Světlo na konci tunelu je ovšem zbožným přáním, naopak hrozí, že je to protijedoucí rychlík“ (9. 9. 2009). Optimistických zvěstí hlásajících konec krize bylo v médiích jako šafránu. Dohromady se jednalo o 16 příspěvků, což odpovídalo necelým 6 % medializace propadu na realitním trhu. Jako první zavěštila obrat k lepšímu středočeská příloha MF DNES, která poskytla prostor k vyjádření Tomáši Kučerovi ze společnosti ORIGINAL REALITY: „Trh se začíná rozbíhat a nafouknutá bublina jménem realitní krize už pomalu splaskává.“ (10. 6. 2009).

Okrajově v médiích zazněly hlasy, že o skutečnou krizi na realitním trhu se vlastně nejedná (6 příspěvků, tj. 2 %). Podle některých odborníků by spíše bylo namístě mluvit o krizi z nadvýroby. Patří mezi ně i David Krajný ze společnosti RE/MAX: „Já bych to nepovažoval za nějakou krizi. Spíše si myslím, že se tempo růstu dostalo do normálu ... Dochází k regulaci, ale paušálně o poklesu trhu mluvit nelze. Všichni totiž vycházejí ze situace developerů, kteří neodhadli poptávku a dali na trh mnoho bytů - a ty jsou teď neprodejné.“ (Hospodářské noviny 6. 3. 2010). Časopis Realit (1. 7. 2009) zase upozornil na „zlaté časy“ golfových areálů, jejichž výstavba utěšeně roste. Celkem sedm příspěvků cílilo na situaci na americkém trhu, odkud se realitní krize začala šířit do celého světa včetně ČR.

Zaměříme-li se na vývoj medializace sledované problematiky, zjistíme, že názor shrnutý do hesla „realitní krize trvá“ rezonoval nejsilněji v prvním pololetí roku 2009. Publicita tohoto postoje vyvrcholila v květnu, kdy Deníky Bohemia a Moravia v 69 mutacích publikovaly článek nazvaný „Ceny bytů klesají, u dna však ještě nejsou“ (25. 5. 2009). V dalších měsících ustoupily pesimistické prognózy do pozadí a média se věnovala spíše popisu jevů provázejících krizi a k dalšímu vývoji na realitním trhu se většinou nevyjadřovala. Na přelomu let 2009 a 2010 dali o sobě vědět optimisté, neboť právě do tohoto období se soustředila většina příspěvků zmiňujících se o konci realitní krize. V závěru prvního čtvrtletí letošního roku se ovšem média vrátila k zpravodajskému informování o krizi a názory ohledně budoucnosti realitního trhu

se v médiích vyskytovaly jen výjimečně.

Ze sledovaných skupin médií se realitní krizí nejvíce zabíraly celostátní deníky (100 příspěvků) a regionální tituly (99). Ekonomické časopisy otiskly celkem 41 příspěvků na dané téma, ostatní tisk obsahoval 31 referencí. Publicita realitní krize ve skupině televize a rozhlas (ve zpravodajství a publicistika) čítala 20 příspěvků.

Grafy: Newton Media

1. Vývoj medializace příspěvků o realitní krizi (po měsících, dle hodnocení)

Graf zachycuje publicitu realitní krize v jednotlivých měsících sledovaného období s ohledem na hodnocení jejího dalšího vývoje. Do analýzy vstoupily pouze příspěvky týkající se dění v České republice.

2. Zastoupení příspěvků vyjadřujících se k prognóze dalšího vývoje krize

Graf ukazuje poměr příspěvků, v nichž se objevilo hodnocení vývoje realitní krize v ČR.

3. Skupiny médií o vývoji krize v realitách

Graf znázorňuje, jak se jednotlivé skupiny médií vyjadřovaly k výhledu vývoje krize na tuzemském realitním trhu.

09.04.2010 09:17, Tomáš Fošum, Newton Media