

KKD - Komunikační Karta Dezoláta

Mediální prostor v ČR = 100%

Vliv mainstreamových médií



Vliv

alternativních médií

Mainstream vnáší nějaké svoje téma, např. tvrzení Petra Fialy o možném dosažení německých mezd

Alternativní média téma rozebírají a tvrzení Fialy označují za nereálné, nesmysl nebo přímo lež.

Mainstream může být spokojen, protože jeho téma Fialy a německých mezd se diskutuje ve 100% mediálního prostoru

V alternativních médiích panuje uspokojení, protože se podařilo jednoznačně a přesvědčivě dokázat a doložit, že Fiala opět lže, vymýšlí si a dezinformuje s cílem vyhrát následující volby. Reálně ovšem alternativní média přistupují na hru podle "jejich pravidel" a dělají reklamu, byť negativní, lidrovi, protežovaném mainstreamem. Ve skutečnosti tedy mediální prostor alternativy pracuje ve prospěch a cíle mainstreamu!!!

V obou segmentech mediálního prostoru se projednává téma vnesené mainstreamem. V části ovlivňované a řízené mainstreamem pozitivně v části řízené a ovlivňované alternativou negativně.

Nicméně - i negativní reklama je reklama !!!

VÝSLEDEK:



alternativa diskutuje téma mainstreamu

KKD - Komunikační Karta Dezoláta

Mediální prostor v ČR = 100%

Vliv mainstreamových médií



Vliv

alternativních médií

Mainstream vnáší nějaké svoje téma, např. tvrzení Petra Fialy o možném dosažení německých mezd

Alternativní média téma naprosto ignorují a diskutují svoje pozitivní téma, např. "Jak opravit stávající nefunkční systém".

Mainstreamu se nepodařilo nastolit téma ve 100% mediálního prostoru a přichází s novým tématem,

Alternativní média i nové téma naprosto ignorují a diskutují stále jen svoje pozitivní téma, např. "Jak opravit stávající nefunkční systém" nebo jiné nové

Mainstream zjišťuje, proč se na alternativě nediskutuje jeho téma a přichází s objevem, že dezoláti diskutují o "Změně systému". Lepševici téma rozebírají a označují za nereálné, nesmysl, ruský narativ nebo přímo protidemokratickou činnost

V obou segmentech mediálního prostoru se projednává téma vnesené alternativou. V části ovlivňované mainstreamem negativně v části ovlivňované alternativou pozitivně - situace je tedy opačná.

Nicméně - i negativní reklama je reklama !!!

VÝSLEDEK:



téma alternativy se diskutuje v mainstreamu