

Hodnocení A – ředitel/ka organizace

Provedená analýza se zaměřovala na mediální obraz organizace Fórum 50 % v období od 1.1.2010 do 15.5.2010. Titulek práce je velmi vhodně zvolený, pro čtenáře je určitě zajímavý a zároveň napovídá, co bylo hlavním cílem provedené analýzy.

Práce je rozčleněna do šesti odstavců. Představení organizace a její činnosti je dostačující, doplnila bych pouze hlavní představitelky (Jana Smiggels Kavková, Halka Jaklová, Marcela Adamusová, Veronika Šprincová). Ve druhém odstavci je stručně popsána metodologie, část odstavce obsahující obecné informace o databázi Anopress je zde zbytečná, a proto bych ji vynechala. V dalších odstavcích se pak dovídáme konkrétní informace. Text by bylo vhodné doplnit tabulkami či grafy, ve kterých se oproti několikařádkovému textu snáze orientuje. Autor analýzy uvádí jak kvantitativní informace (statistika počtu zpráv), tak kvalitativní informace, tedy témata, kterými se články či jiné relace zabývaly, pro snazší přehled bych však věnovala větší pozornost přesnějším rozčlenění do odstavců (nejprve kvantitativní část, poté část kvalitativní). Chybí citované a použité zdroje.

V závěru autor konstatuje, že velkým problémem naší organizace je fakt, že téměř v polovině případů je Fórum 50 % pouze zmíněno jakoby mezi řečí. Poslední odstavec na tuto skutečnost reaguje, takže zde můžeme najít bezpočet dobrých doporučení, kterými bychom se měli v budoucnosti řídit (pronikání do regionálních médií, zřízení tiskové/ho mluvčí/ho, zatraktivnění činnosti organizace, větší snaha o dostání se do povědomí běžných občanů).

Hodnocení - 27 BODŮ

- představení organizace - 4 b (doplnit hlavní postavy organizace)
- analýza
 - o metoda, struktura, koherence - 8 b (grafy, lepší rozdělení do odstavců na kvantitativní a kvalitativní část)
 - o závěry - 10 b
- zhodnocení mediálního potenciálu organizace - 5b

Hodnocení B – pracovník/ce mediální agentury

Mediální analýza organizace Fórum 50 % v období 1.1. – 15.5.2010

Tato mediální analýza nenaplnila zcela svůj potenciál, který mohla mít, a to jak po stránce formální, tak i obsahové. Formálním nedostatkem je její úprava, kdy chybí jakákoli identifikace naší agentury i (kromě sloganu) zadavatele zakázky. Text nepůsobí vizuálně dobře. Chybí upravení do bloku, rozdělení do odstavců, nadpisy apod. Chybí citace použitých zdrojů – minimálně tedy Anopressu, webu Fóra 50 %.

Navzdory těmto formálním nedostatkům je text logicky strukturovaný – přechází od obecných témat ke konkrétním a umí si tak udržet čtenářskou pozornost. Pozitivem textu je

pouze minimum gramatických chyb (z nepozornosti) a dodržení vhodného (požadovaného) rozsahu.

Po obsahové stránce analýza přináší výstižný a nápaditý slogan, který je v souladu s její náplní; dále dostačující představení organizace, vč. jejího financování a popisu činnosti. Zde bych pouze doplnila jméno ředitelky zadavatele (především kvůli její mediální aktivitě). Co bych naopak úplně vynechala, je popis databáze Anopress, z níž autor/ka čerpal/a. Jde o všeobecně dostupné informace, které nejsou relevantní k obsahu analýzy.

Metody získání dat jsou dobře popsány. Analýza obsahu mediální komunikace je víceméně rozdělena na kvantitativní a kvalitativní část. Zvláště kvalitativní obsahy by si zasloužily rozvedení v širších souvislostech a propojení mezi sebou (ředitelka komunikuje nejčastěji, ale o čem?, které projekty zaujaly která média?). Ne pouze konstatování a shrnutí v další pasáži. Bylo by také vhodné získané četnosti a charakteristiky odkazů přehledně rozčlenit tak, aby v součtu dělaly 24 – tedy celkový počet odkazů v databázi. Ideálně pomocí tabulek nebo grafů, které by zajistily lepší orientaci v textu a podpořily validitu analýzy.

Analyzovaná data jsou dobře shrnuta v závěru a následná doporučení hodnotím jako originální a přínosná pro zadávající organizaci. Trefně vystihují „mezery“ v komunikaci organizace a navrhují způsoby, jak je zaplnit. Tuto část analýzy vnímám jako nejzdařilejší.

Navržené hodnocení: 21 bodů – formální stránka 1b, struktura 4b, analýza 6b, závěry a doporučení 5b, přínos 5b. S autorem/autorkou bych pracovní poměr nerozvázala.