

Hodnocení A – ředitel/ka organizace 1

Mediální analýza této autorky je hodně popisná., Informuje o celkovém počtu článků, dále v který měsíc bylo článků nejvíc, bez toho, aby analyzovala, proč tomu tak je (např. že v květnu se slaví Den otců a LOM je jedním z propagátorů jeho oslav a tím pádem autorem projektu „Táta dneska frčí“). Vůbec není zmíněno, kterou tematikou se zabírají regionální periodika, kterou celostátní., že LOM se objevuje jen ve zpravodajských pořadech ČT a v pořadech nejen Českého rozhlasu ale také Rádía Impuls.

Formální a jazyková stránka: Text působí dojmem, že autorka ho psala narychlo, asi v časové tísní, a pak už po sobě nepřčetla. Formulace jsou často vágní, často se opakující, chybí zasazení do kontextu, např. M. Jára je autorkou často označován jako „odborník“, nebo „osvědčený odborník“ není patrné na jakou problematiku.

Závěrečná shrnutí jsou nejednoznačné. Autorka poukazuje na to, že LOM sama o sobě není příliš propagovaná, že veškerá medializace je skrze osobu M. Járy, zároveň však oceňuje, že tato medializace M. Járy probíhá. Prostor, který LOM dostává, je autorkou považován za adekvátní. Ocenila bych spíše návrhy na zlepšení, na které periodika se zaměřit, které rozhlasové a televizní stanice využít apod.

Hodnocení:

představení organizace	5 b
analýza – struktura	6 b
vyhodnocení závěrů	3 b
zhodnocení mediálního potenciálu	1 b
Celkem:	15 b

Hodnocení A – ředitel/ka organizace 2

Po formální stránce dodržuje analýza povolený rozsah, přičemž se pohybuje okolo středního rozsahu, odkazuje však pouze na jeden zdroj. Text není nijak zvlášť strukturován, není nijak obsáhlý, neobsahuje žádné tabulky ani grafy. Gramatiku hodnotím kladně, ze stylistického hlediska se vyskytuje stejná chyba, jako v Analýze 1 („samotná“).

Text je přehledný, i když ne příliš obsáhlý, pozitivně však hodnotím originální pojetí (oproti Analýze 1) a zejména širší a konkrétnější představení organizace a jejích činností.

Po obsahové stránce je tedy organizace představena dostatečně právě z důvodu podrobného popisu činnosti. Zhodnocení mediálního obrazu LOM je taktéž dostatečné, navíc je inspirativní a podnětné pro zamyšlení se nad budoucí mediální strategií.

Hodnocení:

Představení organizace: 8 bodů

Analýza: 14 bodů

Zhodnocení mediálního potenciálu: 3 body

Celkem: 25 bodů

Hodnocení B – pracovník/ce mediální agentury

Nastane pro LOM mediální zLOM?

Body: 15 celkem (představení 4, analýza 9, zhodnocení mediálního potenciálu 2)

Hodnocení:

Stylisticky i gramaticky je analýza zdařilá, rozsah analýzy byl dodržen, analýza obsahuje odkaz na použité zdroje. Postrádám členění textu na podkapitoly, tabulky a grafy, které by činily analýzu přehlednější. Celkově má text spíše charakter prostého popisu než analýzy. Text nám poskytuje základní informace o tom, co je LOM za organizaci, v čem spočívá její činnost, nicméně stránku mediální analýzy obrazu organizace považuji za nedostatečnou, je opět spíše popisná. Autorka má jistě potenciál pro další rozvoj, jen by bylo zapotřebí jít do větší hloubky a zaměřit se více na samotnou analýzu než popis. Díky vtipnému verši je logo snadno zapamatovatelné, trefně také vystihuje současný stav mediálního obrazu organizace.

Představení organizace:

Představení organizace nám dává základní údaje o organizaci a jejím zaměření, oceňuji, že zmiňuje stěžejní programy organizace, když už byly ale zmíněny čtyři přesvědčení organizace (tzv. 4 O), doporučila bych alespoň nastínit, co jednotlivá hesla pro organizaci znamenají. Pozitivně hodnotím uvedení hlavních představitelů organizace a jejich činnost, kterou pro organizaci vykonávají, dále pak uvedení konkrétních aktivit, které organizace pořádá. Doporučila bych se však více věnovat financování, toto téma zde téměř postrádám, zejména oblast sponzoringu by mohla být zajímavá a také využitelná pro vytváření mediálního obrazu organizace.

Analýza:

Analytickou část zde téměř chybí, v textu by jí mělo být věnováno více prostoru, dále zde postrádám metodologickou část analýzy, stejně tak považuji za nedostatečné použití jednoho klíčového slova pro vyhledávání v databázi Anopress. Postrádám zde tabulky, příp. grafy pro prezentaci výsledků analýzy.

Zhodnocení mediálního potenciálu: Zhodnocení mediálního potenciálu je v textu formulováno velmi obecně a vágně, lze ho z textu spíše vytušit. Kladně hodnotím, že text upozorňuje na nedostatky současné prezentace, kdy vyjádření organizace slouží spíše jako doplňující informace k dalším tématům, chybí však mediální prezentace jí samotné, její činnosti a pilířů její činnosti.