

New Media Inspiration 2017

18. února 2017 / 9:00 / Filozofická fakulta Univerzity Karlovy nám. Jana Palacha 2, 116 38 Praha 1

Program akce

Hlavní sál

9:00 - 9:15 Úvodní přivítání

Petr Koubský - Deník N, Ján Simkanič - Deník N

9:20 - 10:00 Propaganda

František Koukolík - Fakultní Thomayerova nemocnice s poliklinikou

Propaganda je pokus nějaké autority, například státní, stranické, církevní přesvědčit o něčem co největší počet lidí, jimž se říká cíl. Propaganda se opírá o čtyři pilíře, využívá velký počet nástrojů, v současnosti internet a Facebook. Lze ji chápat jako druh učení. K povolnosti dokáže přimět velké lidské skupiny.

10:00 - 10:30 Coffee break

10:30 - 10:50 Jak se změnila média "po Facebooku"?

Jindřich Šídlo - Seznam.cz

Před deseti lety objevili čeští novináři Facebook a zamilovali se do něj - stejně jako zbytek světa. Teď jim, nebo aspoň některým, pomalu dochází, že nejrozšířenější sociální síť na světě může být špatný sluha i špatný pán. Prozradí o nich to, co čtenáři ani nechtěli vědět.

10:55 - 11:15 Falešné zprávy na internetu

Pavel Kasík - MAFRA

Po amerických volbách se ukázalo, jak se během kampaně šířily falešné zprávy. Důvodem byla propaganda, potvrzující zkreslení, sociální bubliny i snadný zisk. Chtěl bych ukázat, že falešné zprávy jsou starší a složitější téma, než se zdá. A naznačit, jak žít v tzv. post-truth společnosti...

11:20 - 11:40 Nestalo se, ale mohlo se stát

Jana Leitnerová - HateFree Culture

Žijeme v informační době a poznat, které informace jsou pravdivé, a které smyšlené, je čím dál těžší. Internet a sociální sítě jsou zahlceny hoaxy a manipulacemi. Jak je poznat, jak je vyvrátit a jak bránit jejich šíření? O tom všem a něco navíc.

11:45 - 12:05 Lajkem svět nezměníš (ale bez něj taky ne)

Janek Rubeš - Stream.cz

Popularitu ve své práci považuji za nutné zlo. Nicméně se mi díky ní (a těm lajkům) podařilo změnit v Praze pár věcí k lepšímu. Poslal jsem taxikářského bossa do tepláků a italského frajíra, co okrádal turisty do kuchyně házet pizzu. Připravil jsem londýnskou společnost (která v Praze kradla) o půl milionu jen tím, že jsem jim dělal reklamu. Díky "lajkům" dělám z***y v Praze slavnějšíma a děsně mě to baví.

12:10 - 13:10 Oběd

13:10 - 13:30 Kolik sociálních sítí bylo a neuspělo a proč

Daniel Dočekal

Historie sociálních sítí je plná vznikajících hvězd a vyhasínajících hvězd, ale také mnoha proměn, některých marných nadějí a překvapivých úspěchů. Povídání plné hvězd na zem spadlých a žonglování s miliardami.

13:35 - 13:55 Život po Facebooku

Peter Podolinský - Brandclinic

Po mém odchodu z Facebooku v Dublinu, kde jsem skoro 3 roky působil jako Client Partner, CEE a návratu do Prahy v lednu 2016 se i nadále z pozice Sales Hunter v ROI HUNTER věnuji pokročilému marketingu na Facebooku a spolupracuji s některými z největších evropských eCommerce klientů. Podělím se o zkušenosti ze života s Facebookem po Facebooku a nabídnu inspiraci každému, kdo se chce v kariéře v digitálním marketingu posunout do dalšího levelu.

14:00 - 14:20 Vzestup YouTube celebrity

Jakub Sedláček - sadluck.com

Prozkoumal jsem lajky 5000 českých teenagerů a zjistil, že tradiční celebrity čeká pomalá smrt hlady. Následovalo dlouhé pátrání s cílem zjistit proč: Co je vlastně celebrita? Jakou roli ve společnosti plní? V čem je youtuber tak moc nový, jiný a lepší?

14:25 - 14:45 Bubliny uvnitř Facebooku

Josef Šlerka - MediaRating a Mapa médií Nadačního fondu nezávislé žurnalistiky (NFNZ)

Co mne naučila analýza 200.000 českých facebookových stránek o pestrosti českého Facebooku a našich sociálních bublinách aneb uvnitř Facebooku je ještě jeden, mnohem větší.

14:50 - 15:20 Coffee break**15:20 - 15:40 Facebook, politici, občané: Politika v nepolitickém komunikačním prostoru**

Alena Macková

Jsou sociální sítě politickým prostorem? Jak moc slouží Facebook spojení mezi politiky a občany? Čtyři různé výzkumy uskutečněné v období mezi roky 2013 a 2015 pomohou osvětlit to, k čemu českým politikům vlastně slouží Facebook, i to, jak jsou čeští občané ochotní potkávat politiky na svých osobních profilech či se zapojovat do online politických diskuzí.

15:45 - 16:05 Sdílená ekonomika, gentrifikace, komodifikace a sociální sítě

Michal Lehečka - Anthropictures

Prezentace se zaměří na současné krátkodobé i dlouhodobé procesy, jež definují globalizovanou městskou společnost. Na příkladech projevů sdílené ekonomiky a gentrifikace představíme některé nezamýšlené důsledky současných projevů komodifikace bydlení i veřejného prostoru (Marcuse a Madden 2016). Zejména se pak zastavíme u konceptu "dvojí gentrifikace" a pokusíme se poukázat na to, jakou roli v tomto procesu mohou hrát informační technologie a sociální sítě. Teoreticky přitom vyjdeme z konceptu "práva na město" (Lefebvre 1993; Harvey 2008, 2012), který s bydlením ve městě nepracuje jako s komoditou, ale jako s občanských právem na proměnu města skrze změnu městské organizace.

16:10 - 16:30 Kdo na Facebooku není? Kromě mojí babičky

Michal Charvát - Group M

Kdo v roce 2017 nemá Facebook? Jasně, tak nějak intuitivně se nám na jazyk vkrade odpověď „staří lidé“. Stejně tak intuitivně ale tušíme, že to nejsou jen oni, a že i pár našich vrstevníků Facebook buď stále ještě, nebo už zase ignoruje. Co jsou zač? V čem jsou jiní, než ti, kteří Facebooku neodolali? Opravdu moje babička není na Facebooku? To jsou otázky, které mi v noci nedají spát a na které se pokusím odpovědět s pomocí MML-TGI dat.

16:35 - 16:55 Uprchlíci a nastolování agendy: Evidence z přímého měření médií

Lea Michalová - MEDIAN, Daniel Prokop - MEDIAN

Mají média vliv na to, o jakých tématech a jak o nich přemýšlíme? Byli uprchlíci a migrace v Česku 2015 „tématem roku“ právě kvůli tomu, že média tuto agendu nastolila? A jaký vliv má na lidi reklama? O těchto věcech se často diskutuje, ale důkazy chybějí. Zkusíme nějaké ukázat. V projektu adMeter elektronicky měříme sledovanost TV, rozhlasu a internetu. Umíme vypočítat zásah panelistů konkrétními mediálními obsahy a zkoumat souvislost s jejich postoji. V příspěvku ukážeme, jak v létě 2015 souvisely postoje lidí k uprchlíkům a k migraci s tím, kolik viděli TV reportáže na toto téma. A necháme vás nakouknout i do tajů měření efektů reklamy na diváky.

17:00 Předpokládaný konec**17:15 Afterparty**

Bezprostředně po konferenci vás zveme na afterparty do **POPOCAFEPETLU** v Michelské ulici.

Sál č. 200**12:10 - 13:10 Oběd**

13:10 - 13:30 **Čeští hráči a nové trendy v herním průmyslu**

Marek Švrkala - Actum

Herní průmysl v posledních letech zasáhl změny, které procházejí celým zábavním průmyslem. Trh ovlivňuje internet, který umožňuje lidem snadněji vyhledávat to, co je skutečně zajímavé. Lidé mění své nákupní zvyky a tomu se musí přizpůsobovat i herní vývojářské týmy a vydavatelé. Tvůrci her tak mění zažité způsoby monetizace a hráči využívají nové distribuční modely, jež mnohdy prospívají nezávislé vývojářské scéně. S drobným zpožděním oproti vyspělým západním trhům změny, které charakterizuje nástup digitální distribuce, crowdfunding nebo využívání free-to-play modelu, zasáhly i Českou republiku. Chcete vědět jak?

13:35 - 13:55 **Jak kočky zaplavily český Tinder**

Lenka Kotvová - VISIBILITY

Seznamka Tinder se jen hemží samými kočkami. Co když se ale mezi ně připlou ty čtyřnohé? Ukážeme si, jak jsme propašovali útlukové nalezenky mezi početnou skupinu lidí toužících po pohlázení. A jak projekt Chcipohlazeni.cz posunul pravidla hry v českém marketingu.

Jaké jsme zaznamenali reakce? Jak vypadalo zákulisí projektu? A změnil nějak životy svých protagonistů? Stavte se a to všechno se dozvíte – samozřejmě mezi záběry roztomilých koťátek.

14:00 - 14:20 **Doba uchazečů o zaměstnance**

Lenka Holubová - LMC

Že nás na netu všude pronásleduje ta košile, kterou tajně už dva dny checkujeme a čekáme, až ji zlevní, nás asi nepřekvapí. Chystá se ale na nás totéž i s pracovními pozicemi? Dokáže Facebook nebo Google vytyčit, že vás to v práci už prudí, nebo že máte novou známost v jiném městě a zvažujete, že se za ní přestěhujete? Vypadá to, že ano, a proto se sociálním sítím a novým technologiím v HR mrknem na zoubek. Všem navíc nahrává skutečnost, že se momentálně firmy o lidi vyložené perou a na číhanou se nevydávají už jen na pracovní portály.

14:25 - 14:45 **Média po pádu sociálních sítí aneb postapokalyptický svět informací**

Martin Šinkovský - Elite BTW

Až jednou zmizí Facebook (a on zmizí), jaký to bude mít dopad na šíření informací? Hoaxy najednou ztratí hlavní distribuční kanál, pravda bude jen pro nejbohatší. Bude mít práce novináře (jak ji známe dnes) ještě vůbec smysl? Kdo bude vlastnit média? A jakou budou mít média strukturu? Je nasnadě, že současný model je přežitek, který se dlouho neudrží. Součástí prezentace budou i možnosti, aby budoucnost nebyla tak temná.

14:50 - 15:20 **Coffee break**

15:20 - 15:40 **Železná koule: I tělocvičnu můžete mít upřímně rádi**

Lenka Krsová

Lidi máte, produkt máte, marketingové poučky taky. Co když ale pracujete s cílovkou, jejímž hlavním KPI je míra vlastní lenosti?

Povím vám, jak se nám v Železné kouli daří skrz online svět motivovat lidi, aby se k nám přihlásili, cvičili s radostí a ještě u toho vydrželi několik let. A nevynechám ani ukázky toho, jak několik promyšleně zacílených reklam odstartovalo proměny našich studentů z dimenzí vyčerpaných kancelářských krychle do sfér superhrdinů. U nás to Facebookem totiž všechno teprve začíná.

15:45 - 16:05 **Proměna hudebního vzdělávání s příchodem nových médií**

Marta Kolárová

Možnosti (sebe)vzdělávání v oblasti hudby se s rozšířením internetu a sociálních sítí radikálně změnily. Jak moc může být studium harmonie, osvojování si hry na kytaru nebo komponování vlastních skladeb jiné v online prostředí? Hudební kyberprostor je často přístupný zcela zdarma a komukoliv, kdo ví, kde hledat.

16:10 - 16:30 **#Foodporn: Šíření informací online na příkladu české foodie komunity**

Hana Němečková - Seznam.cz

Každý z nás je najde ve svém feedu. Přátele, kteří ze záhadných důvodů dokumentují své brunchy, #coffeewithfriends i večere. Proč to dělají? Kdo se řadí mezi nejvlivnější české foodies? A jaký dopad má online komunikace o jídle na svět offline, tedy na majitele gastronomických podniků a jejich byznys? Přednáška, u které dostanete hlad.

16:35 - 16:55 Vkontakte a Facebook - srovnání uživatelského chování

Aleksei Leontev - Vysoká škola ekonomická, Dr. Antonin Pavlíček - Vysoká škola ekonomická

V naší prezentaci, s panem doktorem Pavlíčkem, ukážeme výsledky výzkumu, ve kterém jsme porovnávali uživatelské chování na dvou rozdílných sociálních sítích – Vkontakte a Facebooku. Snažili jsme se najít podobné rysy i rozdíly v chování jejich uživatelů. Předmětem výzkumu byly oficiální účty velkých brandů (Adidas, Zara, Sony, National Geographic atd.) na obou sítích. Hlavní podmínkou byla totožnost obou komunit jak na Vkonktakte, tak na Facebooku (oficiální stránka, stejné značky, stejné kategorie). Úkolem výzkumu bylo analyzovat klíčové ukazatele zvyšující engagement uživatelů. Jako faktory jsme určili: aktivitu podle dnu v týdnu, čas aktivity, „líky“, sdílení, komentáře, aktivita podle typu obsahu.

(Prezentace v anglickém jazyce bez překladu)