

New Media Inspiration 2013

19. ledna 2013 / 9:00 / Filozofická fakulta Univerzity Karlovy nám. Jana Palacha 2, 116 38 Praha 1

Program akce

Velký sál č. 131 - Data

8:15 - 9:00 **Registrace účastníků**

Těšíme se na vás a pro ty z Vás, kteří přijdou včas bude připravena káva přímo od Starbucks!

9:00 - 9:10 **Úvodní slovo**

Petr Koubský - Deník N, Ján Simkanič - Deník N, Josef Šlerka - Nadační fond nezávislé žurnalistiky

9:15 - 10:00 **Keynote**

Josef Šlerka - Nadační fond nezávislé žurnalistiky

10:00 - 10:30 **Coffee break**

10:30 - 10:50 **Extrakce strukturovaných dat z webových stránek**

Michal Illich - Wikidi.com

Popíšu metody, jakými automatizovaně vyzvedáváme data z webových stránek. Např. technické specifikace mobilů z jejich recenzí. Nebo rozlohu či HDP země z její stránky na Wikipedii. Funguje to napříč jazyky, používá se při tom zpracování textu a strojové učení.

10:55 - 11:15 **Interest positioning: analýza fanoušků za hranicí Facebook insights**

Jan Schmid - Perfect Crowd

Povídat budu především o tom, že veřejně dostupná data skupiny uživatelů na Facebooku nám mohou vyprávět zajímavé a košaté příběhy. Podrobně si projdeme postup, jak taková data získat, smysluplně je interpretovat a jak na jejich základě pronikat do hlubších sfér fanouškovy duše. Prezentace se bude věnovat datové části analýzy a následně i strategické a tvořivé části interpretace výsledků. Během prezentace by si tak měla přijít na své široká škála publika.

11:20 - 11:40 **Predikce výsledků senátních voleb - datová politologie (kohovolit.eu)**

Kamil Gregor - KohoVolit.eu

Tématem vystoupení jsou bayesovské modely ekologické inference, které umožňují odhadovat individuální chování na základě agregovaných dat, konkrétně jejich aplikace na modelování přesunů podpory voličů mezi volbami na základě volebních výsledků agregovaných na úroveň okrsků a obcí.

11:45 - 12:05 **Statistické porozumění textům**

Jiří Materna - Machine Learning College

Sémantická analýza a strojové porozumění přirozenému jazyku má celou řadu praktických aplikací a je jednou z nejintenzivněji zkoumaných oblastí umělé inteligence současnosti. Je to dáno především obrovskými kvanty nestrukturovaných dat, kterými se během posledních dvaceti let plní Internet a ve kterých lidé chtějí efektivně vyhledávat informace. Ukazuje se, že klasické Chomského pojetí jazyka jako systému popsatelného konečným počtem pravidel je pro praktické použití v počítačovém zpracování přirozeného jazyka příliš složité a je mnohem efektivnější pracovat s jazykem statisticky. Cílem přednášky je seznámit posluchače s několika statistickými metodami pro analýzu textů v přirozeném jazyce a demonstrovat jejich sílu a eleganci.

12:05 - 13:30 **Oběd (zajištěn pouze pro účastníky hradící plně vstupné)**

Velký sál č. 131 - Sociální média, internetový marketing

13:30 - 13:45 **Prvních deset věcí, které musíte udělat, když máte problém na Facebooku**

Marek Prchal

V prezentaci se dozvíte praktické tipy, jak se zachovat v případě, když jsou na Facebooku na vašeho klienta zlí. Pokud budete takový problém řešit a budete se řídit touto přednáškou, tak až se pak bude dít cokoli, víte, že jste udělali maximum.

13:50 - 14:05 Ježíšek online, offline

Eliška Vyhnanáková

Vánoce budou na konferenci čerstvou vzpomínkou. Podíváme se na jejich vyobrazení v klasických a sociálních médiích. Jak o Vánocích psali a mluvili novináři, jaká témata byla nejen letos obsahem jejich článků? Předčasná výzdoba, nákupní horečky, vánoční trendy, povánoční slevy? A co na to uživatelé sociálních sítí? Přežili vánoční nákupy ve zdraví, nakupovali dříve, či na poslední chvíli a dostali, co si přáli? To vše a možná ještě něco více.

14:10 - 14:25 Tvorba obsahu a jeho monetizace

Adam Reinberger

Spousta chytrých hlav si dnes láme hlavu s tím, jak tvořit zajímavý obsah a zároveň na tom vydělat nějaké peníze. Jak vzniká obsah dnes a jak to vypadá s médii do budoucna? Která média prosperují a která naopak krachují? Existuje vůbec zaručený recept? Na všechny tyto otázky se pokusím najít odpověď.

14:30 - 14:45 Prezident na Facebooku?

Jenda Perla - Dataweps

Jak často a jakým způsobem komunikovali jednotliví prezidentští kandidáti na Facebooku? Jaký ohlas se jim podařilo způsobit? Ve volbě máme dokonce kandidáta, jehož nominace vzešla z Facebooku. Je tato síť dostatečně silná, aby kandidátovi přinesla politickou sílu?

14:50 - 15:05 Brands Go Social

Peter Podolinský - Brandclinic

Internet se mění z média propojujícího stránky na nástroj vzájemného propojení lidí. Manažeři značek se musí této změně z digitálního média na sociální přizpůsobit novým myšlením, založeném na unikátním obsahu a podpoře konverzací mezi zákazníky. Stratégy značek nahrazují experimentátoři, kteří se nebojí zkoušet, co funguje a co ne, jsou schopni interpretovat data sebrané nástroji pro správu kampaní a kampaně za běhu na základě těchto data driven insights optimalizovat. Příklady kampaní, které tímto způsobem fungují, představí veterán reklamních a digitálních agentur a značkový stratég Peter Podolinský.

15:10 - 15:25 Guest blogging v praxi

Filip Podstavec - Heureka Shopping

Guest blogging, neboli hostovské příspěvky se v poslední době stávají velmi efektivním a zároveň neinvazivním zdrojem propagace. Přijďte se podívat jak takový hostovský příspěvek sepsat, protlačit do magazínů a jakým způsobem propagovat svou firmu. Tato oboustranně výhodná propagační strategie, hojně používaná v zahraničí, přichází po dlouhé době i do České republiky.

15:25 - 16:00 Coffee break**16:00 - 16:15 Cliché a komunity na Facebooku**

Petr Andryšek - Socialsharks

Základ úspěšného využití potenciálu sociálních sítí je identifikace, pochopení a využití komunit ovlivňujících naši značku. Na konkrétním klientovi si ukážeme způsob identifikace a aktivizace komunit vně i uvnitř firmy. Kampaň klienta byla odbornou veřejností nenáviděna a zatracována, ale cílovou skupinou milována. Na kampani si vylámalo zuby několik rádo by "social media gurus". Cílem prezentace bude předat inspiraci pro práci s komunitami na sociálních sítích.

16:20 - 16:35 Architekti žijí v 19. století

Adam Gebrian

Architekti jsou lidé, kteří nová média příliš nevyužívají. Takže se přiznávám, že mi není úplně jasné, čím bych vás zde mohl překvapit. Leda tak informací, že tady existuje dost velká díra na trhu, kterou byste možná mohli zaplnit právě vy.

16:40 - 16:55 Trendy v komunikaci českých nevládek

Jan Böhm

Český blog Kliktivisti.cz provádí v těchto dnech velký průzkum trendů v komunikaci českých nevládních neziskových organizací. Jedná se o jedinečný průzkum, který ukazuje, které komunikační kanály české organizace preferovaly v roce 2012, které považují za strategické v roce 2013 a jak celkově vnímají význam nových médií pro svou práci. Konference NMI je prvním místem, kde by exkluzivně výsledky průzkumu měly být odhaleny.

17:00 - 17:15 **Softwarová analýza dat z monitoringu internetových diskusí: Cesta do pekel**

Martin Petrášek - eMerite

Případová studie porovnávající obsah a sentiment dat vyhledaných softwarem pro Social Media Monitoring, s daty očištěnými od nerelevantních příspěvků, s ručně opraveným sentimentem. Názorně ukazuje, jak zavádějící a nesmyslné výsledky poskytuje stroj v porovnání s obsahovou analýzou dat člověkem.

17:20 - 17:35 **Příběhy na sociálních sítích**

Roman Hřebecký - Pábení.cz

Prezentace bude:

O tom, jak příběhovost pomohla kampani Týdne barev značky Dulux v přechodu z nebrandované do brandované komunikace a maximálně eliminovala negativní reakce fanoušků.

O tom, jak dostal příběh sto padesát lidí do realitní kanceláře a zajistil, aby byli z návštěvy nadšení.

O tom, jak s příběhy pracuje aktuální kampaň Jeleního loje. Proč milujeme nostalgii a jak toho lze využít.

17:40 - 17:55 **Tóny, hluky, data**

Filip Dědic

Radary, zpěv ptáků, zvuky veleryb, morseova abeceda a geigerův počítač. Zvuky nás obklopují neustále a ze všech stran. Jsou nehmotné, ale doplňují naši každodenní zkušenost. Podobně i data jsou všude kolem a nejsou vidět. Chceme je analyzovat, přenášet a zpřístupnit a přitom hledáme vizuální metafory, které jsou často stejně abstraktní jako data samotná. Pouze zobrazování dat nestačí: zvuky, tóny a hluky by je měly oživit.

Sál č. 200 - Sociální média, internetový marketing

10:30 - 10:45 **Je výživa online?**

Tomáš Pruša - MASARYKOVA UNIVERZITA

Význam nových médií ve zdravotnictví bude růst zejména v oblasti prevence zdraví a podpory komunit pacientů. Téma výživy má tak zajímavý zdravotnický i marketingový potenciál. Přednáška ukáže trendy ve výživě v nových médiích, významné zahraniční projekty, nové podoby sběru nutričních dat, mobilní aplikace v oblasti výživy, foodies ve světě a v ČR a vizualizace nutričních dat. Příklady budou ilustrovány i na vlastním akademickém projektu.

10:50 - 11:05 **Dvě tváře webového obsahu**

Jakub Křenek - Adison

Téma prezentace je založeno na mé aktuální pracovní pozici (oficiálně se jmenuje Vodafone Corporate Web Content Owner, osobně jí však raději říkám WebChef), která je poměrně netradiční a zahrnuje v sobě činnosti v několika rozličných oblastech - od copywritingu, přes UX či analytiku až třeba po projektové řízení. Tím mě na jednu stranu dohání k myšlenkám na sebevraždu, na tu druhou mě však vzdělává v řadě oblastí, poskytuje mi množství prostoru a určitou pravomocnou sílu, která se dá efektivně využívat - a to nejen k dobru mému zaměstnavateli, ale především pro dobro návštěvníků webu, pro které jsem, jak rád říkám, vlastně lobbistou a ambasadorem.

11:10 - 11:25 **Vizualizace blízkosti sledovaných témat**

Václav Novák - Memepower

Měření korelace mezi tématy umožňuje při analýze sociálních médií posoudit správnost identifikace témat a zjistit mezi nimi zajímavé souvislosti. Při větším počtu témat je ale korelační matice málo přehledná a sledovat její vývoj v čase obtížné. Řešením problému je podobnost vizualizovat, například mnohorozměrným škálováním, které používají Yeseter a kohovolit.eu. Ukážeme základy techniky, její varianty a aplikaci na analýzu sociálních médií.

11:30 - 11:45 **Jak zvýšit efektivitu online kampaní o desítky procent?**

Tomáš Bůřil - Seznam.cz

Tlak na cenu je pořád tím nejstandardnějším způsobem optimalizace výkonu mediálních kampaní. Klienti a mediální agentury očekávají pořád výraznější cenové zvýhodnění ve formě slev, agenturních provizí, zpětných bonusů... Uvedený trend je ale dlouhodobě neudržitelný. Nemůžeme přece očekávat, že nám slevy porostou donekonečna. Jak tedy průběžně zvyšovat efektivitu kampaní bez toho, abychom se spoléhali jenom na efektivní mediální nákup? Odpověď je jednoduchá, v éře moderního marketingu už totiž nestačí jenom naplánovat kampaň a čekat, co se stane. Na konkrétních případech ukážeme, jak se dá zlepšit CTR, CPC i CPA kampaní průběžnou optimalizací a agilním přístupem o desítky procent - a tím celou kampaň výrazně zlevnit.

11:50 - 12:05 Vliv počtu odkazů a sociálních metrik na pozice ve výsledcích vyhledávání na Seznamu a Googlu

Robert Němec - RobertNemec.com

V přednášce budu prezentovat některé předběžné výsledky studie naší agentury RobertNemec.com. Studie se zaměřuje na hledání závislosti mezi pořadím ve výsledcích vyhledávání na Seznam.cz a Google.cz a jednotlivými faktory. Mezi hodnotící faktory, které zveřejním na přednášce, patří: a) počet odkazů na stránku, b) počet odkazujících domén na stránku, c) počet odkazujících domén na doménu, d) PageRank, e) počet lajků na Facebooku, f) počet odkazů z tweetů na Twitteru, g) počet plusek na Google+.

12:05 - 13:30 Oběd (zajištěn pouze pro účastníky hradící plné vstupné)

Sál č. 200 - Datový blok

13:30 - 13:45 Data-driven komunikace s gamifikačními prvky - nevyhnutelná budoucnost?

Pavel Hacker - Brandz Friendz, Petr Šimeček - Keboola

Změna pohledu na sociálně-mediální kanály a jejich využití ve chvíli, kdy se jimi dodávané metriky mění na zdroje dat porovnané s dalšími zdroji a výstupy. Problematika docílení dostatečně velkého vzorku pro relevantní analýzu. Externalizace atributů ideálního uživatele na jedné straně a zajímavé výsledky anonymního porovnávání dat s cílem zachytit trendy a závislosti na straně druhé. e-commerce nebo gamifikační projekt jako názorný příklad úspěšného využití analytiky.

13:50 - 14:05 Internet věcí je tady (a s ním také hromada zajímavých dat)

Michal Šrajgr - AVAST Software

Chytré telefony jsou už dnes skoro samozřejmostí a je proto čas na "next big thing". A právě internet věcí (Internet of Things), o kterém už se pár let mluví a polemizuje, by mohl být velkou věcí velmi brzy. V krátké prezentaci se podíváme na to, jak zajímavá data dokáží už dnes sbírat naše chytré telefony a ukážeme si, že u telefonů sběr dat zdaleka nekončí... Už je tady doba, kdy Vaši dietu ohlídá přímo vidlička kterou jíte.

14:10 - 14:25 Jak najít mezi daty správné lidi a správné odpovědi

Pavel Ungr - Pavel Ungr

Jak udělat analýzu klíčových slov, poznat svojí cílovou skupinu a data efektivně analyzovat. To vám prozradím za pouhých 20 minut. Přijďte si poslechnout jaké nástroje při analýze používat, jak z ní získat přehledné grafy a jak z ní vytvářet komunikační strategie pro váš blog, web nebo sociální síť. Přijďte si pro know-how z Ataxa a H1.cz, exkluzivně na New Media Inspiration.

14:30 - 14:45 Realtime analytika velkých dat s Elasticsearch

Karel Minařík

V přednášce si vysvětlíme, proč je fulltextový vyhledávací stroj velmi efektivním nástrojem pro analýzu velkých dat, a předvedeme si ukázky jeho reálného využití i paletu jeho možností.

14:50 - 15:05 Včera (data), dnes (informace) a zítra (znalosti)

Ivan Kutil - AppSatori s.r.o.

Existuje nějaká souvislost mezi ekonomickými teoriemi minulosti a dnešním internetem? Jakou roli v něm hrají data, informace a znalosti? Proč Facebook nebo Twitter posílá upozornění na email? Jak je možné, že Google poskytuje většinu nástrojů zadarmo a navíc chce zpřístupnit bezplatně všechny informace světa? Budeme schopni využít v budoucnu znalosti, pokud se orientujeme pouze na data správná a nikoliv přesná? Co lze očekávat v roce 2013 za novinky? A co ukrýval Jan Tleskač? Odpovědi a mnohem více se dozvíte v přednášce.

Sál č. 200 - Inspirace

15:10 - 15:25 Datová žurnalistika na koleně

Jan Cibulka

V současné době je datová žurnalistika módní téma, nicméně ve vedení redakcí stále převládá názor, že takový přístup je neúměrně náročný na čas, prostředky a technické znalosti. Přednáška na příkladech ukazuje, že existují příběhy postavené na datech, které je možné zpracovat rychle, kvalitně a čtenářsky atraktivně. Právě touto cestou má datová žurnalistika šanci vybojovat své místo mezi klasickými redakčními postupy.

15:25 - 16:00 Coffee break

16:00 - 16:15 **Hotkarot Riot**

Hotkarot je foodhackerský projekt, který vznikl kolem myšlenky mrkve v rohlíku. Samotnou mrkev přitom nechápe pouze jako zeleninu, ale spíše jako surovinu, materii, východisko experimentu, nosič připravený k inskripci nekonečného množství významů. Mrkev v rohlíku, tradičně podávanou s personalizovanou omáčkou OpenSauce, tentokrát nabídne především k vizuální a audiální konzumaci. V rámci svého vystoupení představí projekty Eat your Tweet, HotKarat Sonification a OpenSauce Zen a divákům předvede, že hashtag může být kulinářskou ingrediencí, mrkev hudebním nástrojem a omáčka barevným obrazem myslí.

Skupina Cancel dále představí svou interaktivní instalaci [Taboo Socket](#), umístěnou v suterénu budovy, před vchodem do knihovny. Instalace bude zájemcům zpřístupněna po celou dobu konference.

16:20 - 16:30 **QRbodies Open Tattoo**

Máša Dudziaková - HELL. cz

Projekt QRbodies Open Tattoo propojuje tělo a technologii. Jde o QR kód vytetovaný na lidském těle. Pomocí webového rozhraní na stránkách [www.opentattoo.cz](#) je možné se do QR kódu "nalogovat" a libovolně měnit jeho obsah. Tělo se tak otevírá dalším "uživatelům", kteří s ním mohou libovolně manipulovat. Nositel, tedy QRbody, je o každé změně informován mailem, takže může svůj kód okamžitě oskenovat a prohlédnout si nový obsah. Tím se pro tetování otevírá zcela nový horizont.

16:35 - 16:45 **Online den otevřených dveří pro uchazeče o studium**

Juraj Grečnár - ŽILINSKÁ UNIVERZITA V ŽILINE

Případová studie akce „Online den otevřených dveří“ Katedry mediamatiky a kulturního dědičství, Fakulty humanitních věd, Žilinskej univerzity v Žiline, v rámci propagování studijního odboru potenciálním uchazečům. Event byl součástí celkové online komunikační strategie katedry, navzdory „pilotnímu pokusu“ a minimálnímu promování, přinesla 4-hodinová akce cca 100 nových přihlášek a velmi pozitivní odezvu.

Sál č. 200 - Ozvěny Křišťálové Lupy

16:50 - 17:00 **Mapakriminality.cz: Policejní data pro veřejnost**

Michal Tošovský - Otevřená společnost

Policie sice publikuje na svém webu data o zjištěné trestné činnosti každý měsíc, ale nalézt je není vůbec snadné a něco z nich vyčíst je takřka nadlidský úkol. Jako u mnoha jiných úřadů, i u policie přitom může řadu jejich neduhů pomoci vyléčit přístup k informacím o tom, čím se zabývá, s jakými zdroji a s jakým výsledkem. Proto vznikl neziskový projekt Mapakriminality.cz. Přednáška stručně pojedná o genezi projektu, o tom, co může přinést jeho uživatelům a o světlých zítřcích zobrazování policejních dat.

17:05 - 17:15 **Inspirace, mapa, služby cyklistům: tři pilíře webu Prahou na kole**

Vratislav Filler - Auto*Mat

Web Prahou na kole má jasný cíl: podpořit jízdu na kole po Praze. Od roku 2008 se snažíme to naplňovat pomocí co nejkompaktnějšího servisu pražským cyklistům. Navíc inspirujeme lidi k tomu, aby se sami snažili podmínky pro jízdu na kole zlepšovat. Základní předpoklad pro vznik dobrého obsahu je pro nás zájem a investovaný čas; pak je možné dělat obsažný web i poměrně úsporným způsobem.

17:20 - 17:25 **Radost z vyprávění příběhů na 50 slov**

Zdeněk Král

Co jsou příběhy na 50 slov. Jak projekt vznikl a kam směřuje. Proč obchodníci a ajťáci píšou mikrostory lépe než spisovatelé, novináři a chrlíci P.R. článků. Paradox svobody uvnitř vězení z padesáti slov. Mikropsaní jako protijed na ustrnulé myšlení. Co přinesl projekt české literatuře. Co projekt přinesl jeho autorovi (Kdy už z toho konečně budou ty velké peníze?).

17:30 - 17:40 **Kouzlo nechtěného marketingu**

Jakub Lohniský - Le Premier

Tak nějak mimochodem se můj blog muživčesku.cz stal jedním z nejnavštěvovanějších v oblasti pánské módy. Možná jsem pouze jednoký mezi slepými, ale odhalím velké tajemství a recept na to, jak si vybudovat publikum, jak nepodlehnout nabídkám PR a mediálních agentur a jak blog propojit s byznysem tak, aby čtenáři neřvali.

Sál č. 301 - Veřejně prospěšné projekty

13:30 - 13:40 **Vášmajetek.cz - jak pomáhat státu i když občas nechce**

Jiří Skuhrovec - Vášmajetek.cz

Ručně i softwarově sbíráme z asi tisícovky míst webu informace o tom co zrovna stát, města či exekutoři prodávají. Že takový prodej nemovitostí probíhá často pod cenou, je veřejným tajemstvím, které otevírá pole působnosti pro náš veřejně prospěšný byznys: doplnit informace, aby mohly konkurovat komerčním nabídkám, dostat je mimo úzký okruh zasvěcených, pomoci městům a jiným institucím prodat svůj majetek za rozumné ceny.

13:45 - 13:50 **Markething.cz**

Ondřej Pavlů - Markething.cz

V prezentaci bude představen Markething.cz, kdo za ním stojí, co je jeho cílem a jaké technologické nástroje nebo new media využívá k jeho naplňování.

13:55 - 14:05 **Vsechnyzakazky.cz - veřejné zakázky jednoduše a přehledně**

Martin Kameník - Oživení, o. s.

Objem zadávaných veřejných zakázek v ČR ročně dosahuje hodnot 500 - 600 mld. Kč. Současný oficiální informační systém veřejných zakázek (Věstník veřejných zakázek) neumožňuje přehledně a souhrnně informovat o struktuře jednotlivých zadávacích řízení a data v systému obsahují mnoho nepřesností (názvy zadavatelů, dodavatelů, ceny smluv). Projekt vsechnyzakazky.cz usnadňuje uživatelům lépe a jednodušeji pracovat s daty z Věstníku veřejných zakázek, vytvářet různé sestavy a statistiky podle řady parametrů (např. druhů zadávacích řízení, zadavatelů, časového úseku, CPV kódu předmětů veřejných zakázek atp.).

14:10 - 14:20 **"Zákony pro lidi" - nový koncept právního informačního systému**

Pavel Gardavský - AION CS

Služba Zákony pro lidi přináší uživatelům předpisy Sbírkou zákonů ČR v aktuálním konsolidovaném znění. Zdarma, bez registrace, s jednoduchou obsluhou, zkrátka "pro lidi", přitom však s nejednou unikátní vlastností. Například zajímavě účinným hledáním, nebo citačním asistentem. Zákony pro lidi byly spuštěny v létě roku 2011 a měly doposud tu čest posloužit až neočekávaně velkému publiku v České republice i na Slovensku (www.zakonypreludi.sk). Příspěvek služby Zákony pro lidi stručně představí ve faktech, číslech, živých ukázkách a poodkryje i nějaké plány do budoucna.

14:25 - 14:35 **SmogAlarm - ovzduší ve Vašem mobilu**

Kamila Plocková - Čisté nebe

Můžete u uživatelů mobilních aplikací uspět s pouhým nápadem a nadšením? SmogAlarm je důkazem, že ano. Aplikaci, která zobrazuje aktuální hodnoty kvality ovzduší představila nezisková organizace Čisté nebe v listopadu 2011. Aplikace si od té doby vysloužila přes 15 000 stažení, přičemž počáteční náklady na marketing a tvorbu aplikace byly 0,- Kč.

14:35 - 14:45 **Využití sociálních médií v neziskovém sektoru v České republice: Vznik, koncepce a fungování prezentace FF UK na Facebooku**

Jakub Fiala

Sál č. 301 - Workshop

14:45 - 15:25 **Neumíte animovat? Programujte textovky!**

František Fuka

Ve workshopu se zaměřím na rozbor historie textových her, na to jak jsem já dělal ty svoje, a kam se to může vyvíjet dnes.

15:25 - 16:00 **Coffee break**

Sál č. 301 - Panel absolventů

16:00 - 16:10 **Glitch v novomediálním umění: Technologická chyba jako objekt estetického zájmu**

Filip Šašek - Bastard.cz

16:15 - 16:25 **Vliv pornografie na rozvoj nových technologií**

Matěj Vaněček

16:30 - 16:45 Lesk a bída komerčních Facebookových prezentací

Adam Zbiejczuk - Influencer.cz

V uplynulých dvou semestrech studenti StuNoMe a KISKu vytvořili téměř 40 auditů, ve kterých zhodnotili okolo 200 FB stránek: od politických stran a kandidátů na prezidenta, přes rádia, kluby, hudební skupiny, nakladatelství až po automobilky, hypermarkety či výrobce notebooků. Sledovali jejich profesionálnost, testovali reakce, ptali se a zkoušeli zjistit, co je pro úspěšnou stránku důležité. Rád bych návštěvníkům New Media Inspiration zprostředkoval výsledky jejich usilovné práce. Jak na tom jsou české firmy a instituce na Facebooku - ty, o kterých se case studies obvykle nepíše?

16:50 - 17:00 Tělesné modifikace v kyberpunku

Máša Dudziaková - HELL. cz

Příspěvek prezentuje výsledky stejnojmenné diplomové práce zpracované v tomto roce na oboru Studia nových médií. Práce zkoumá, jaké tělesné modifikace se objevují v kyberpunkové literatuře. Mapuje, nakolik jsou nedílnou součástí žánru a zabývá se také tím, zda a které se dají skutečně provést v prostředí body modification studia.

18:00 Předpokládaný konec konference

18:30 - 0:00 Závěrečná after party ve studenském klubu K4

Pokračujeme v networkingu v [klubu K4!](#)