New Media Inspiration 2016

13. února 2016 / 9:00 / Filozofická fakulta Univerzity Karlovy nám. Jana Palacha 2, 116 38 Praha 1

Program akce

Program si také můžete stáhnout v přehledné tabulce, kde prezentace najdete seřazené podle času: program NMI v tabulce

---

Velký sál (č. 131)

9:00 - 9:15 **Úvodní slovo**

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

9:20 - 10:00 **Potěmkinovy vesnice ve školství a ScioŠkola**

Ondřej Šteffl - Scio

Školství předstírá, že ví, co budou žáci v životě potřebovat, že ví, jak je to naučit a že to žáci na konci školy umějí. Je to stejná pravda, jako, že v Potěmkinových vesnicích se dá bydlet. Ve Scioškole jsme k sobě otevření.

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

10:30 - 10:50 **Jaká je dnešní mladá generace?**

Stanislav Biler, Lenka Zlámalová - Echo24.cz

Průbojní úspěšní Evropané, nebo ufňukaní mamánci? Nebo něco mezi tím? Oba extrémní názory mají něco do sebe, oba lze doložit fakty a průzkumy. Mohou být pravdivé oba současně? Své vyhraněné názory představí novinářka Lenka Zlámalová a sociolog Stanislav Biler, jejich následnou debatu bude moderovat Petr Koubský.

10:55 - 11:25 **3 generace on-line podnikatelů (proti) sobě**

Oldřich Bajer - ZOOT, Oliver Dlouhý, Jiří Hlavenka - Skypicker.com

Internetové podnikání je tradičně doménou velmi mladých lidí. Nebojí se, mají neotřelé nápady, dovedou se na věci podívat bez profesní slepoty. Zkušenosti v tomto odvětví často zas tolik neváží. Nebo je to jinak? Na to odpoví setkání tří podnikatelských generací zastoupených Jiřím Hlavenkou (který na sebe nejvíc upozornil projekty Computer Press a Fayn.cz), Oldřichem Bajerem (spoluzakladatel portálu Centrum) a Oliverem Dlouhým (který řídí úspěšný startup Skypicker — kde je právě Jiří Hlavenka významným investorem). Tři generace, tři styly, tři vidění světa, jedna debata.

11:30 - 11:50 **Práce musí bavit aneb chcete mít v týmu parťáky anebo jen zaměstnance**

Tomáš Kleňha - Bistro Agency s.r.o.

Při dynamickém růstu firmy jsme si brzy začali klást otázky, co může lidi - kromě práce samotné - motivovat pracovat u nás a pro nás s plným nasazením. Spokojený zaměstnanec přináší totiž nejen mnohem kvalitnější práci, ale je i tou nejlepší reklamou při náboru dalších lidí v našem malém rybníčku. V průběhu prezentace bychom vám rádi ukázali, jak jsme k této problematice přistoupili u nás, jak ji realizujeme a jak to i dále promítáme do práce s našimi klienty.

11:55 - 12:15 **Zprávy. Stručně. Okamžitě. Jinak.**

Filip Horký - Livesport News

Generace našich rodičů v přístupu ke zpravodajství moc na výběr neměla. Zato dnešní internetová doba přináší úplně jiné možnosti. Pokud vás zajímá aktuální dění a stále ještě “jen” sledujete televizi nebo otevíráte zpravodajské servery, existuje tu pro vás alternativa. Třeba aplikace pro chytré telefony nebo Twitter. Pojďte se podívat, jak se ke zprávám dostat nebo je naučit, aby si k vám našly cestu. Zjistěte, jak se dají ověřovat informace na Twitteru, jak se k nim dostat dostatečně rychle nebo na jaké zdroje se dá spolehnout.

12:20 - 13:20 **Oběd**

13:20 - 13:40 **YouTubeři v číslech: Hej kámo, a není to málo?**

Lenka Krsová

YouTubeři jsou šedou zónou českého internetu. S jistotou víme asi jen to, že existují a že počty shlédnutí jejich videí sahají do téměř nesmyslných výšin. Jak je to možné? A co je vlastně "normální" počet shlédnutí? Je 5 000 lajků u fotky na Instagramu hodně nebo málo? Jak se fanoušci projevují na Twitteru? A kdo je, podle čísel, opravdovou královnou české YouTube scény? Zvu vás na datatrip do říše Youtuberů, ve kterém vás budou grafy a čísla vyloženě bavit.

13:45 - 14:05 **Jak to děláme my**

Jonáš Čumrik - Robert Vlach

Hlavní téma mé přednášky bude, jak dělat reklamu pro teenagery. Jak připravovat kampaně, aby byly uvěřitelné a že za každou kvalitní kampaní stojí příběh! Budu mluvit o tom, jak lidé, kteří sledují YTBE, vnímají své novodobé “hrdiny”, a co vše by měla značka o této cílové skupině vědět.

14:10 - 14:30 **Síla sociálních sítí v době influencerů aneb stačí si utweetnout**

David Daneš - O2 Czech Republic, Dorota Kajfoszová - O2 Czech Republic

Žijeme v době, kdy nová média přestávají být nová, protože je používá i vaše máma. Svět mladých a jejich návyky v konzumaci obsahu se mění. Jak na to jako značka reagovat v komunikaci na cílovou skupinu, která vám na banner neklikne? Ukážeme vám, jak v O2 děláme komunikační kampaně pro mladé na 3 konkrétních příkladech. Vánočním videoklipu Johnyho Machette a Teri Blitzen, který vidělo na YouTube přes 2 milionu lidí, CSR kampani s YouTubery O2 SmartUP a Instagramové kampani #Velkočesko.

14:35 - 14:55 **Instagram - nechte za vás mluvit fotky**

Hynek Hampl

Jak být na Instagramu (www.instagram.com/hynecheck) úspěšný, i když nejste celebrita a jak lze jen díky této sociální síti spolupracovat se značkami jako Infiniti, Huawei, O2, či Mazda. Instagram byl dlouho podceňovaným nástrojem pro propagaci, to už však dávno neplatí. Značky se v zahraničí předhání v komunikaci fotkami na této sociální síti a snaží se ukořistit ty nejlepší influencery. A ani v ČR tomu není jinak.

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

15:25 - 15:55 **Product placement u YouTuberů aneb Co vše ještě jejich divák snese**

Petr Michl - Marketing Journal

V roce 2015 se YouTubeři stali nedílnou součástí marketingových strategií mnoha značek. Je ale tato forma propagace skutečně zaručeným receptem na úspěch? Petr ukáže konkrétní příklady toho, jakou podobu může ve videích u YouTuberů nabývat product placement a kde jsou hranice jeho snesitelnosti. Představí povedené i nepovedené kampaně a naznačí také, jak začínají YouTubeři pronikat do klasické reklamy. V roce 2016 zažijeme jistě ještě větší intenzitu komercionalizace české YouTube scény. Pokud ovšem překročí určité hranice, může se obrátit proti jejím současným hvězdám.

16:00 - 16:20 **Jak jde Zeit**

Rostislav Oboňa - Rostislav Oboňa

Jutubeři nemusí být nutně jen mladí, krásní a úspěšní. Když jsem zjistil, že kromě písniček a dokumentů není pro moji věkovou skupinu na českém YouTube žádný kvalitní originální obsah, šel jsem do toho. Výsledkem čtyřměsíčního snažení je, že tam sice stále není žádný kvalitní obsah pro moji věkovou skupinu, ale já mám svůj vlastní kanál. Obsah přednášky se dá shrnout slovy „Neználek na YouTube“.

16:25 - 16:45 **Zkušenosti z rozjezdu B2B e-shopu pro generaci, která je zvyklá objednávat přes telefon**

Jan Ráž - LEIFHEIT CZ

Rozhodli jsme se našim zákazníkům nabídnout možnost objednávání přes e-shop. Vezmou to ale zákazníci, kteří nemají smartphone, nejsou z velkých měst, a byli celý život zvyklí objednávat přes telefon? Na co si dát pozor, jak e-shop nadesignovat a jak celý projekt pojmout bych rád představil.

16:50 - 17:10 **Rozdíly mezi asijskými a evropskými millennials**

Thu Trang Do - IBM Česká republika

Být dnes millennialem kdekoliv po světě není jednoduché. Konkurence mezi mladými talenty přiostřila, a to i díky naší větší ochotě za prací vycestovat do jiné země. Jak ale mohou kulturní vzorce ovlivnit očekávání a požadavky, která mají millennials v Evropě a Asii při pracovních i osobních rozhodnutích? A nakonec - co obnáší být vietnamským millennialem v České republice?

17:15 **Předpokládaný konec**

17:30 **Afterparty**

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

Sál č. 200

10:30 - 10:50 **Fenomén Minecraft v kostce**

Filip Šelong - Majncraft.cz

Hra Minecraft prodala 70 milionů kopií a víceméně ovládla celou generaci. Nezasvěceným se pokusím objasnit, co to vůbec jejich děti hrají, proč mezi hráči nejsou zdaleka jen děti, a jaký dopad měl Minecraft na život, vesmír a vůbec. Třeba nakonec zaujme i vás.

10:55 - 11:10 **Mediální degenerace XYZ – od Saši Hemaly k Teri Blitzen**

Michal Charvát - WPP Media

Jak vypadají generace X, Y a Z za hranicemi internetu? Tedy mediatypu, který je do značné míry definuje. Dívá se generace Z vůbec ještě na televizi? A pokud ano, tak na co? Zmizí tisk spolu s generací X? Tuší tito lidé, že vedle Spotify stále ještě existuje věc, které se říká rádio? Exkurze do dat z měření jednotlivých mediatypů a dat MML-TGI nabídne odpovědi nejen na tyto otázky, ale možná otevře i řadu dalších.

11:30 - 11:50 **Brzy jazyk nazývat**

Jan Schmid - Perfect Crowd

Srovnání jazykového projevu mladých a starších uživatelů sociálních sítích. Zkusíme na analýze slovníku mladých lidí vysvětlit, proč je jejich vztah k Facebooku takový, jaký je.

11:55 - 12:15 **Jak si vypilovat publikum přes obsahové médium**

Tomáš Peterka - Českomoravská stavební spořitelna

Dostat se k mladým lidem je poměrně obtížný úkol, a to nejen ve finančním sektoru. Jak vyhledat a zaujmout v nastupující generaci tu správnou skupinu pro nás? Klíčová slova: Promyšlený a užitečný obsah, pokročilá analytika, vypilované publikum a spousta času. Případová studie o online magazínu pro mladé Tady je moje.

12:20 - 13:20 **Oběd**

13:20 - 13:40 **Jak vzdělávat děti, které mají svět v mobilu? Stačí dnešní škola tempu doby?**

Hana Friedlaenderová - Nielsen Admosphere

Média a nové technologie významně ovlivňují životy dnešních dětí a také zásadním způsobem zasahují do jejich vzdělávání. Ať se nám to líbí nebo ne, knížky a učitelé postupně ztrácejí roli hlavních informačních zdrojů. Děti mají přístup k obrovskému množství informací na jedno nebo dvě kliknutí. Umějí však s těmito informacemi pracovat? Víme, jak vzdělávat děti, které u zápisu sice neznají barvy, ale v Minecraftu se orientují lépe než celý učitelský sbor? A co by se vlastně měly dnešní děti učit, aby v postmoderní, globalizované a individualizované společnosti uspěly?

13:45 - 14:05 **Post-televizní publika? Stahování a konvergentní vztah k populárním obsahům**

Jakub Macek - MASARYKOVA UNIVERZITA

Jakým způsobem se po nástupu nových médií změnil vztah českých mediálních publik k televizi? Nikoli málo – a to přesto, že televizní i nadále zůstává hlavním zdrojem nejen zpravodajství, ale i filmů a televizních seriálů. Klíčovou změnou, která charakterizuje především praxe mladších diváků, je příklon ke konvergentní recepci reprezentované v Česku především konzumací obsahů stahovaných z neautorizovaných zdrojů. Jak vlastně tyto praxe vypadají? Co k nim členy mediálních publik vede? A jak jsou tyto praxe v české populaci rozšířené?

14:10 - 14:30 **Sex na počkání aneb svět seznamovacích aplikací**

Marek Botha - Vysoká škola chemicko-technologická v Praze - fakulta potravinářské a biochemické technologie

Chytré telefony ve spojení s mobilním internetem a GPS redefinovaly způsob, jakým se v současnosti může propojit vzorek zcela neznámých lidí v reálném čase a na konkrétním místě. Aplikace jako jsou Tinder nebo Grindr slibují nepřeberné množství potenciálních partnerů, lásku i sex na dosah ruky a otevírají tak veřejný prostor novým zkušenostem, rychlejším a odvážnějším formám komunikace. Jakým způsobem urychlují tyto aplikace lidské chování? Proč je zrovna Tinder tak populární? A jak je to vlastně s tou promiskuitou a povrchností?

14:35 - 14:55 **Dating strategies of Generation Y, aneb on-line seznamování mladé generace**

Karolína Štěpánková - Vysoká škola ekonomická

V rámci předmětu New Media and Social Networks jsme provedli kvalitativní průzkum (N=230) chování uživatelů sociální sítě Tinder. Metodicky jsme monitorovali chování jedinců a obsah komunikace, zjišťovali jsme rozdíly dané pohlavím, věkem či národností uživatele.

15:00 - 15:35 **Coffee break**

15:35 - 15:55 **Decko.cz – virtuální hřiště ČT aneb malý velký web**

Štěpánka Sunková - Česká televize

Jak snadné je dělat web pro děti? Jsou děti jasná cílová skupina? Jak takové průměrné dítě vypadá? A co všechno se dá nazvat vzděláváním? O tom, jak se snažíme děti zaujmout, bavit i vzdělat zároveň a zda je možné (ne)konkurovat velkým komerčním hrám zábavně-vzdělávacími projekty.

16:00 - 16:20 **Jak jsme zpřístupnili chytrý telefon seniorům**

Josef Slavíček - Koala Phone

Jak pomoci seniorům a lidem s horším zrakem zůstat v kontaktu s rodinou? Tito lidé nyní mohou ovládat chytré telefony jednoduše a bez brýlí. Příběh dvou bratrů, co chtěli pomoci nejen své babičce.

16:25 - 16:45 **DSLR revoluce a její vliv na filmovou tvorbu**

Petr Nuska - FAMU International

V roce 2008 přišel divizi vývoje digitálních zrcadlovek v Canonu navštívit video technik. Když si prohlédl nový model připravovaného fotoaparátu, řekl: „Pokud chcete, mohl bych tam přidat funkci videa.“ Asi málokdo tušil, že tento okamžik změní nejen celosvětovou produkci amatérského videa, ale dokonce výrazně zasáhne do filmového průmyslu. Jak probíhala tzv. DSLR revoluce? Co přinesly digitální zrcadlovky filmové tvorbě? A jak vypadají ozvěny této revoluce v roce 2016? Příspěvek představí příběh o vzpouře nezávislých filmařů proti monopolizovaným molochům filmového průmyslu a bude se věnovat i tomu, jak vypadá růst a vývoj technologie v éře novomediálních komunit.

16:50 **Předpokládaný konec**

17:30 **Afterparty**

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

Workshopy (č.104)

10:30 - 11:30 **Jak poznat co lidé chtějí a na co slyší? Objevte tajemství mood boardu**

Kamil Pavlíček - UNIFER alfa

Na workshopu si účastníci vyzkouší, jak funguje a co všechno lze odhalit pomocí techniky mood boardu. Společně se podíváme, jak odlišné mohou být nejen jednotlivé generace X,Y a Z, ale také na to jak lze mood board využít pro poznání a naladění se na specifické komunity, jež jsou pro tyto generace typické.
Dávka inspirace pro marketéry, kreativce i akademiky je zaručena ;-)

13:20 - 14:20 **Minecraft workshop**

Filip Šelong - Majncraft.cz

Během workshopu si budete moci na vlastní kůži vyzkoušet, o co vlastně jde ve hře Minecraft a proč uchvátila 70 milionů lidí. Pokusíme se společně přežít prvních pár nocí v neznámém světě a možná vytvoříme i něco kreativního. Kde jinde dostanete šanci porazit holýma rukama strom, svézt se na praseti nebo postavit si vlastní hrad?