

# Nové médiá, aktivizmus a kontrola moci

Jozef Karika

■ Čo sú to sociálne či tzv. nové  
médiá?

- Facebook, Twitter, blogy, Youtube, Instagram, Foursquare atď.
- vyradili z hry prostredníka
- umožnili každému komunikáciu „jeden k mnohým“

## Čím sa nové médiá odlišujú od starých

- všetkým – princíp fungovania je iný
- staré médiá sú orientované na tlačenie správy
- nové médiá – na vťahovanie
- **Sociálne médiá sú koktejlová párty.** (David Meerman Scott)

## ■ **Neexistujú žiadne sociálne médiá.** (Gary Vaynerchuk)

- Je to len označenie, ktoré používame na dnešný stav internetu.
- Ísť proti sociálnym médiám alebo ich nevyužívať, znamená ísť proti sile internetu.

## Prečo používať nové médiá v aktivizme?

- pomáhajú získať a upevňovať dôveru
- budujú komunitu alebo kmeň
- slúžia ako indikátor aktuálnych nálad
- urýchľujú šírenie informácií
- krátkodobo zosilňujú nálady
- sú zdrojom podnetov
- môžu sa stať zdrojom vplyvu aj v reálnom svete

## Čo nie sú nové médiá

- žiadny svätý grál spoločenských problémov
- samé o sebe nič nevyriešia
- vytvárajú bublinu, nepredstavujú reprezentatívnu vzorku
- tí, čo kradnú, na nich najčastejšie vôbec nie sú
- podpora v sociálnych sieťach neznamená aj reálnu podporu

## Ktoré sociálne médiá používať

- Facebook
- Blogy
- Youtube

## Ako používať nové médiá

- z dlhodobého hľadiska je zásadná emócia, nie informácia
- dbajte na pomer pozitívnych a negatívnych emócií
- netlačte, vťahujte
- zabudnite na formálnosť

## Čo, kedy, ako?

Hlavné pravidlá:

- nikoho nezaujímate
- nikto na vás nie je zvedavý
- každého na FB zaujíma najmä jeden človek – on sám a jeho vlastné problémy
- nech ste v realite ktokoľvek, na FB ste servisák

Ak neriešite problém/potrebu, stávate sa:

**1. Neviditeľný**

**2. Otravný**

## Obsah príspevkov

- orientovaný na aktuálne a reálne problémy komunity
- obrázkové príspevky majú o 36 % viac lajkov než priemerný príspevok
- návody, tipy, rady majú o 271 % viac lajkov než priemer

(prieskum Pizza SEO, <http://blog.pizzaseo.com/sk/co-funguje-na-facebooku/>)

## Viralita príspevkov

Published	Post	Type	Targeting	Reach	Engagement
7/22/2013 7:57 pm	Obcas sa ma niekto opyta, co citam. Dost tazko sa to vysvetluje. Momen talne okrem e-knih takyto mix, zvyčajne sa pohybujem v podobnych komb	Text	Public	690	230 42
7/17/2013 9:01 am	Po troch dnoch krutych bojov s osami, ktoré sa mi zabývali v mure, som pochopil, cim sa Dan O'Bannon inspiroval, keď vymyslel Votrelca.	Text	Public	930	483 45
7/16/2013 9:01 am	Moja prva poviedka pisana elektronicky. Mal som asi 15 rokov. Ako vidit e, bez som sa moc nekasal so strukturovanim textu. :)	Text	Public	831	398 37
7/09/2013 6:38 am	Zabudol som dat vedieť, že mój román Na smrť je na Ibox.sk už nejaky čas dostupny aj ako e-kniha. S novou verzou čítacej aplikacie Woolly to dá	Text	Public	1,1K	162 39
7/06/2013 3:06 pm	Dnes zbieranie praktických skúseností do kniž...	Text	Public	1,1K	531 90
7/02/2013 4:45 pm	Aj stavbarcina by ma celkom bavila. Inak tu sa bude dobre chytat inspira cia. :)	Text	Public	859	448 43
6/28/2013 9:11 am	Na domacej póde napokon veľmi prijemná akcia bez akýchkoľvek inciden tov. :) Ďakujem knižnici za pozvanie a hlavne všetkým, čo ste prišli.	Text	Public	687	1,3K 15
6/26/2013 8:54 am	Zajtra o 16:30 akcia v ružomberkej knižnici - posledná pred letnými prázdnicami. Akcie na domacej póde sú vždy najemotivnejšie, takže ak ste z	Text	Public	1K	127 3

## Ako sa šíri príspevok?

- priemerný príspevok uvidí cca. 10 % vašich fanúšikov
- čím viac lajkov, ale najmä komentárov príspevok získa, tým viac ľuďom sa zobrazí
- dôležitá je aj rýchlosť pribúdania lajkov a komentárov po zverejnení

## Kedy prispievať?

- príspevky cez víkendy sú o cca. 20 % viac lajkované než príspevky cez pracovné dni
- najviac reakcií majú príspevky zverejnené medzi 20:00 – 00:00
- najmenej lajkov majú príspevky zverejnené v pondelok a štvrtok

(prieskum Pizza SEO, <http://blog.pizzaseo.com/sk/co-funquje-na-facebooku/> )

## Najlepší čas prispievania

- Najviac lajkov medzi 20:00 – 00:00, až 30 % nad priemerom
- Najmenej lajkov medzi 12:00 – 16:00, až 12,7 % pod priemerom

(prieskum Pizza SEO, <http://blog.pizzaseo.com/sk/co-funguje-na-facebooku/> )

## Ako zistiť najlepší čas?

- praxou
- kontaktom s vlastnou komunitou
- čím zaujímavejší a hodnotnejší obsah a silnejší kontakt s komunitou, tým menej podstatné, kedy pridávate príspevky



## Ako formulovať príspevky

- čo najmenej formálne (formulácia, výzor, emócia)
- civilne, uvoľnene, ľudsky
- v sociálnych médiách ste človek, nie funkcionár, politik, aktivista

## Ako reagovať

- čo najrýchlejšie
- reagovať na negatívne aj pozitívne príspevky
- vyhýbať sa mazaniu a banovaniu užívateľov
- problémových upozorniť, stiahnuť na súkromnú komunikáciu; mazanie a banovanie až krajná možnosť po vyčerpaní všetkých ostatných
- musí byť jasné, prečo k zákazu dôjde – stanovte a zverejnite pravidlá hneď na začiatku

## Ako vystupovať

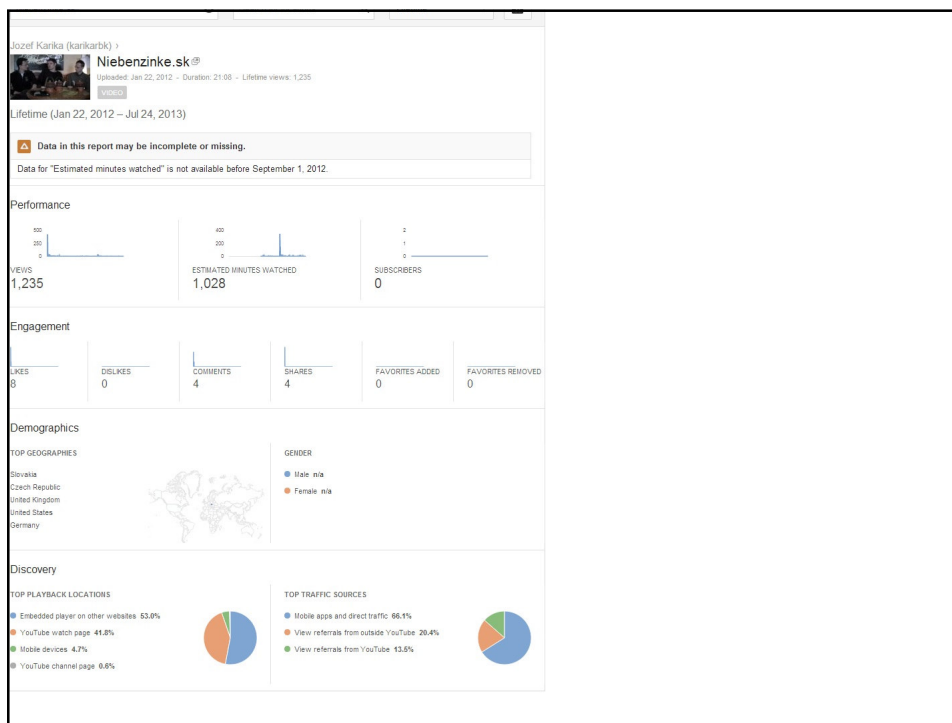
- autenticky
- čestne, úprimne a transparentne – v nových médiách má lož či zavádzanie obzvlášť krátke nohy
- priznajte si chybu, buďte otvorení
- úprimnosť sa cení viac než bezchybnosť

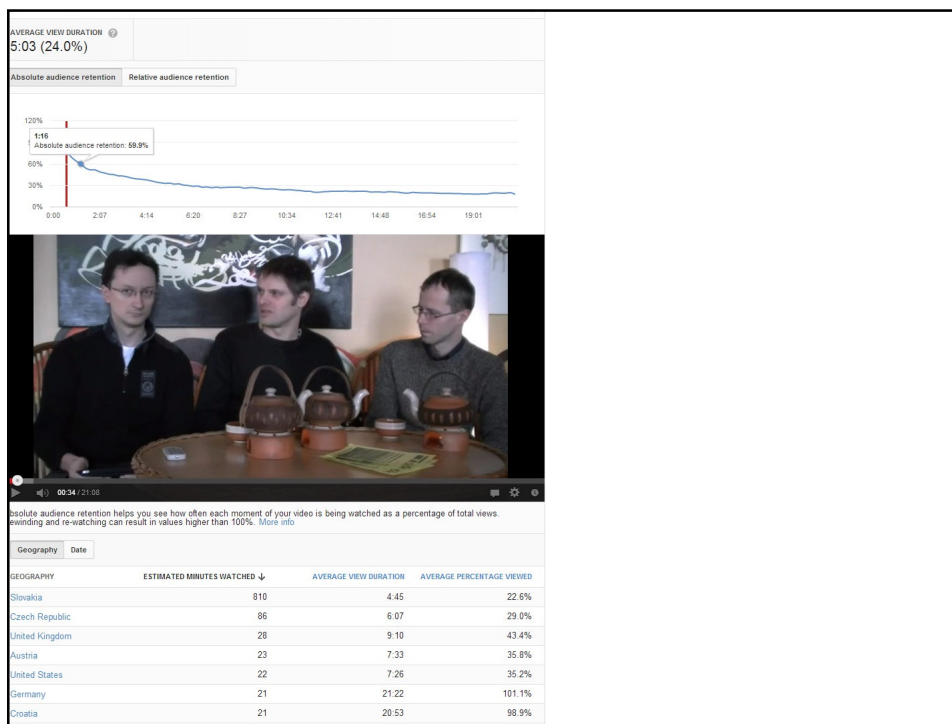
## Ekosféra

- prepájajte FB s blogmi a videami
- využívajte pluginy na šírenie
- vytvárajte vlnu synergického efektu

## Využívanie videa

- zachyťte „buzz“ – šum na Facebooku
- vytvorte video – hodnotný obsah
- vložte na Facebook a blog
- aktívne sa zapájajte do vzniknutej diskusie





## Čo nerobiť

- byť aktívny iba pred voľbami alebo inou udalosťou
- neriešiť problémy ľudí, ale svoju kampaň
- písať od vecí alebo o sebe, byť neúprimný
- nereagovať na otázky a komentáre, mazať svoje alebo cudzie vyjadrenia

Keď budete neúprimní, všetky výhody nových médií sa otočia proti vám.

Nové médiá trestajú všetky chyby, ktoré urobíte.

Neexistuje „súkromné vyjadrenie“ na Facebooku. Nikdy nepíšete nič, čo by ste nechceli vidieť na billboarde spolu so svojou fotkou.

## Ako pomocou nových médií dosiahnuť reálnu zmenu

- vybudujte komunitu
- vytvorte politické prepojenie
- vytvorte prepojenie na občianskych aktivistov
- využite vhodný čas
- sociálne médiá poskytujú palivo
- nasmerujte vlnu do občianskeho a politického aktivizmu