

ČASOPEACE

TAK OTOČ STRÁNKU!



ROZHOVOR S
LUKEFRYM



CO NA TO
MIKÝŘ?



INFLUENCERŮ A
MARKETING



FAKE
SPOLUPRÁCE



AMERIČAN
ODPOVÍDÁ



75kč / €3.15



Obsah

3: Jak rozeznat fake spolupráci?

4-5: Sociální sítě a influenceri

6-7: Jak to vidí společnost?

8-9: Čas být offline!
Mikýř a Nicolas Russo

10-11: Jak funguje marketing?

12-13: Rozhovor s Lukefrym

14-15: Tips & Tricks jak být youtuberem

Vítejte!

A je to tady! První číslo ČASOPEACU. Přinášíme vám jedinečnou příležitost lépe porozumět těm, kdo dokážou ovlivnit a inspirovat miliony lidí prostřednictvím sociálních médií.

Připravte se na poutavé články, exkluzivní rozhovory a nejnovější trendy z této dynamické oblasti.

Nabízíme vám pohled do světa influencerů a marketingu, fun facty, tipy, triky a mnoho dalšího!

Ať už vás zajímá móda, cestování, zdravý životní styl, fitness, nebo hledáte zábavné čtení, tak tady si přijdete na své.

Nechte se unést do světa, kde každý příspěvek může změnit život a každý influencer může zanechat stopu.

Tak peace! 

Zápeaceník
* fake spolupráce
□ neoznačené spolupráce,
soutěže bez výherců

Jak poznat fake spolupráci?



Zkus posoudit, jestli se produkt hodí k tématu kanálu

1

Zkontroluj si důvěryhodnost značky

2

Zamysli se, jestli influencer produkt přehnaně nevychvaluje

3

Polož si otázku, zda je reklama transparentní. Přiznává tvůrce otevřeně spolupráci?

4

Ověř si informace a srovnej si je s jinými zdroji

5

FUN FACT

Každou minutu se na youtube nahraje dohromady zhruba 72 hodin videa.



Trend sociálních sítí

Sociální sítě se staly nepostradatelnou součástí dnešní společnosti a jejich zásah do našich životů pozorujeme v mnoha směrech.

Sami se zamyslete, určitě už jste dnes poslali zprávu třeba na Instagramu. Nebo na Messengeru. Nebo na Whatsappu, Discordu, Viberu, Skypu... Seznam podobných aplikací by mohl pokračovat dál a dál. Všechny tyto platformy umožňují sdílet různé fotografie a videa, ale třeba i zprávy a myšlenky. A všechno zdarma, jen když zhlédnete pár reklam.

Není se tedy čemu divit, že třeba na Islandu má účet na sociálních sítích 91% obyvatelstva. Je důležité si uvědomit, že vzhledem k obrovské popularitě těchto platform je téměř nemožné vyhnout se jejich vlivu. Představte si, že jste jediný člověk ve svém okolí, kdo na těchto sítích není aktivní. Nemáte přístup do skupinových diskusí. Často netušíte, o čem se vaši přátelé baví. Směji se vtipům, kterým nerozumíte. Radši než být neustále vyčleňován stáhnete si je taky. A tak se s narůstajícím trendem na sociální sítě připojují další a další uživatelé.

A jak se dá využít místo, kde se propojuje většina obyvatelstva z vyšších tříd? Přece na vydělávání penízků.



FUN FACT

Fenomén "influencer pets" jsou zvířata slavných osobností. Mají velkou základnu fanoušků.





Kdo je to influencer?



Mnoho sociálních sítí jako například Instagram, Youtube, Twitter nebo Twitch, fungují na principu sledujících. Projíždíte příspěvky, dáváte jim srdíčka nebo palce nahoru, a když se vám nějaký zalíbí, rozhodnete se sledovat uživatele, který obsah publikoval. Poté se vám opakovaně zobrazují fotky a videa právě od tohoto tvůrce.

Je tedy přirozené, že některé osoby nabydou na sociálních sítích větší popularity než ostatní. Těmto lidem říkáme influenceri od anglického slova influence neboli ovlivnit.

Své zástupce můžeme najít v mnoha odvětvích od módy, fitness a zdravého životního stylu až po cestování, finance nebo technologie. Už podle názvu a rozšíření je nám nejspíš všem jasné, jak moc mohou zasahovat do chování a myšlení běžného člověka. Netrvalo dlouho, než lidem došlo, jak efektivně se to dá využít v marketingu.

Streamer Czechcloud

5

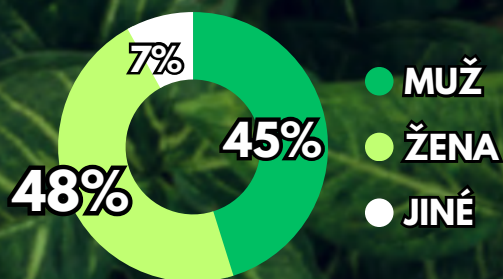
Opravdu ovlivňují společnost?

Přes sociální sítě jsme uspořádali výzkum na téma „Vliv influencerů na lidi“ a zúčastnilo se jej téměř 200 respondentů.

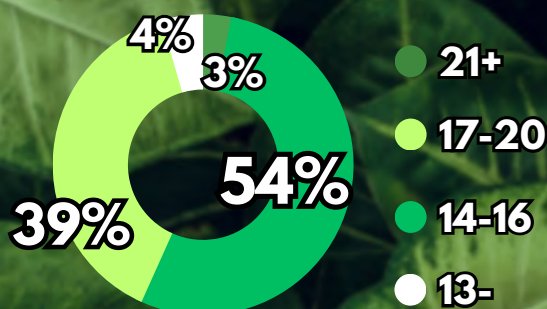
Jaké sledují influencersy? Ovlivňují je jejich propagace? A jak často konzumují obsah svých „vzorů“ denně?

To vše se dozvíš o řádek níže...

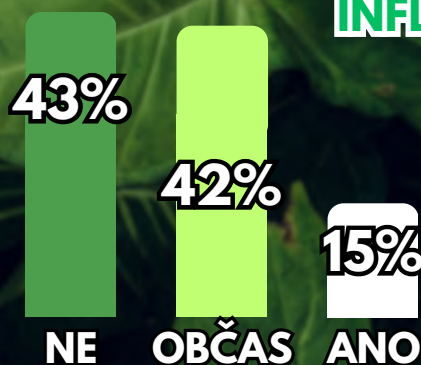
GENDER SLEDUJÍCÍCH



VĚK SLEDUJÍCÍCH



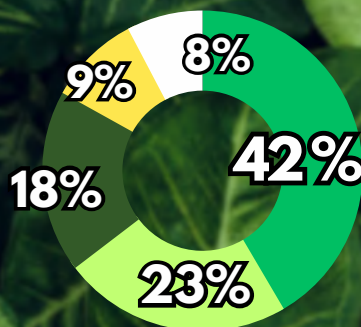
CÍTÍTE SE OVLIVNĚNI REKLAMAMI INFLUENCERŮ?



Otoč stránku a povím ti jaký je můj pohled na věc!

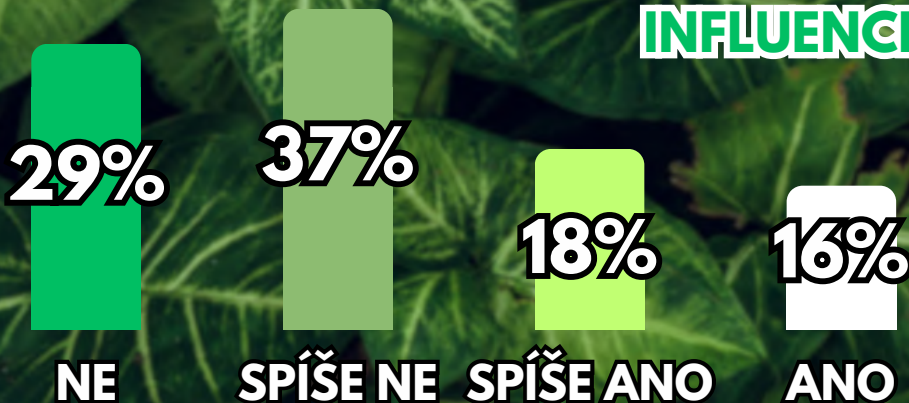


JAK ČASTO JSTE NA SÍTÍCH?



- KAŽDÝ DEN NĚKOLIKRÁT
- KAŽDÝ DEN 1x-2x
- OBČAS V TÝDNU
- SKORO VŮBEC
- NESLEDUJI

MÁTE TENDENCI SE SROVNÁVAT S ŽIVOTEM A VZHLEDEM INFLUENCERŮ?



PROČ SLEDUJETE INFLUENCERY NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH?

MOTIVACE
ZÁJMY
NOVINKY
MÓDA
UČENÍ
ZÁBAVA
INSPIRACE
FOTKY
HRY
ZNALOSTI
NUDA

Bud' offline!



Zjisti, co jsi za influencera!

Ve svém volném čase bych nejraději:

- a** zůstal/a doma s knihou
- b** se věnoval/a nějakým zimním sportům
- c** zpíval/a nebo maloval/a
- d** hrál/a týmový sport jako třeba fotbal

Moji přátelé by o mně řekli, že jsem:

- a** sebevědomý/á
- b** aktivní
- c** kreativní
- d** inteligentní

Z následujících barev mám nejraději:

- a** fialovou
- b** červenou
- c** žlutou
- d** modrou

Najdi 15 slov!

E	E	O	E	O	I	I	T	T	G	F	M	E	F
O	M	I	N	I	C	O	M	M	E	N	T	P	O
U	R	E	C	N	E	U	L	F	N	I	T	O	T
O	G	M	M	T	L	O	K	Y	Y	N	L	S	K
I	E	I	A	E	K	E	G	M	O	E	I	T	A
E	A	I	S	R	O	F	D	A	U	K	F	P	O
T	P	N	F	N	K	I	K	L	T	I	O	R	S
E	P	S	E	E	E	E	T	K	U	L	R	M	M
E	F	T	P	T	F	R	T	R	B	E	P	S	S
M	O	A	L	I	B	O	M	I	E	B	C	D	D
E	L	G	W	A	T	M	M	V	N	N	T	U	O
M	L	R	E	T	E	L	S	L	T	G	D	E	K
E	O	A	C	C	N	L	L	I	O	O	S	O	T
S	W	M	K	U	N	S	T	V	D	V	V	L	A

VLIV, FOLLOW, MARKETING, FOTKA, INTERNET, PROFIL, TREND, COMMENT INSTAGRAM, LIKE, INFLUENCER, MEMES, MOBIL, YOUTUBE, POST



Výhodnocení

za každou odpověď si přičti:

- a** 1 bod **b** 2 body
- c** 3 body **d** 4 body

0-3 body - Rachel Hollis

americká bloggerka, motivační řečnice a autorka

4-6 bodů - Mikýř

český bavič, youtuber a autor pořadu Mikýřova úžasná pouť internetem

7-9 bodů - NotSoFunnyAny

zakladatelka kosmetické značky Any cosmetics

9-12 bodů - Nicolas Russo

6 let působil jako učitel geografie v USA, nyní motivuje lidi učit se anglicky

Jak s vlivem nakládají influenceri?



Mikýř

Považuji své influencerské působení za privilegium. Uvědomuju si, jaký vliv mám na své sledující, zvláště když se často vyjadřuju i k politickým tématům a ve svých videích bývám kritický. Myslím si, že bych dlouhodobě nemohl fungovat na žádných platformách, kdybych si nedával pozor na to, co říkám. Bylo by extrémně jednoduché mě diskreditovat.

Svou moc se snažím využívat co nejvíc zodpovědně, pokud netvořím čistě komediální tvorbu, kterou nepovažuji za využívání svého vlivu. Hledám témata, která mohou významným způsobem působit jako prevence, aby se lidé nenachytali na podvodné a manipulativní praktiky primárně v oblastech zdraví a financí.

**"I just try to be me and
that's really easy."**



Nicolas Russo



I was a teacher for 12 years so I understand what it takes to be an appropriate role model. Rarely any alcohol, cussing or drugs. Maintaining a clean, light and entertaining image is a priority for me. I take my responsibility very seriously and I acknowledge that my behavior influences younger kids whose brains are still developing. I do not engage in any "fake" or morally questionable activities. I always try to promote good products, keep it positive and keep it informative.

He noted he just tries to be authentic. For him, being honest and genuine is more valuable than making money. He tries to promote his lifestyle which is healthy and full of learning.

He said it has been really fun. As he grows and grows he tries to stay humble and ignore the really mean hate comments. He personally doesn't have a role model so he's a trailblazer, a trend setter.



Jak funguje marketing?

Influencer marketing vznikl s myšlenkou využít vlivu osobností s velkým počtem sledujících a s velkou sférou vlivu. Vzhledem k tomu, že influenceréři mají schopnost efektivněji přesvědčit uživatele ke koupi nějakého produktu, jsou nejvhodnější k propagaci všelijakého zboží. Tohle může vypadat třeba tak, že si konkrétního influencerera vyhlédne nějaká firma a nabídne mu spolupráci. Ten se pak může objevovat v reklamách, ukazovat zmíněný produkt na svém profilu a celkově tak o něm zvyšovat povědomí. Mnoho influencerů si také založí značku vlastní a posunou tak celé své podnikání na novou úroveň.

Influencer marketing používá hned několik psychologických strategií, které působí na lidskou mysl:

1

Sociální schválení

Lidé přirozeně napodobují chování jiných v situacích, se kterými se dosud nesešli. Tento fenomén byl poprvé popsán v roce 1984 americkým psychologem Robertem Cialdinim. Například v marketingu si můžeme všimnout, že většina z nás si určitě nejdříve projede reference než si pořídí nějaký nový produkt. Influencer, na kterého se mnoha sledujících cítí napojená a vnímá ho jako jakousi autoritu, nám poskytuje tohle schválení. Už jenom myšlenka, že se přiblížím někomu, kdo se teď zdá tak vzdálený, je velmi lákavá.

Emocionální spojení

2

Hledat si vzor na internetu je jako hledat si kamaráda. Chceme, ať má stejné zájmy, podobné myšlenky. Tohle už samo o sobě vytváří mezi nabízejícím a poptávajícím pouto. Jednoduše se pak může stát, že budeme mít pocit, jako bychom celebritu skutečně znali. Zároveň si obvykle influencera a produkt začneme spojovat s něčím nám blízkým. Představte si, že jste fanoušek fotbalu. Je samozřejmé, že si spíše budete pamatovat reklamu, kterou jste viděli na fot-balovém zápase než v brožurě o baletu.



3 Konzistence

Lidé často mají tendence zaujmout k věci určitý postoj a pak ho neradi mění. To jim dává pocit bezpečí, jistoty a emocionální stability. Influencer může být někým, komu se rozhodnou věřit. A pokud se nijak drasticky nemění ve svém vystupování nemají jeho fanoušci potřebu měnit. Když poté sledující vědí, co mají od svého idolu čekat, mnohem více mu důvěřují a stejně tak i jeho produktu.

HalóEfekt 4

"Efekt prvního dojmu"

Při tomhle psychologickém jevu dochází na základě prvního či nejsilnějšího dojmu k potlačení všech ostatních, a to vyvrcholí ve zkreslené vnímání dané věci. Například pokud mě někdo charismatický okouzlí, budu mít tendence všechny jeho vlastnosti hodnotit kladně. V Influencer marketingu to funguje na stejném principu. Modelka na Instagramu použije řasenku a svěří se divákům, že to je kouzlo k věčně dokonalým očím. Dívky, uchvácené myšlenkou, že se mohou přiblížit její kráse jen za 150 korun, letí do drogerie.



FUN FACT

MrBeast, známý YouTube influencer, v jednom svém videu rozdál 1 milion dolarů svým přátelům.



5 FOMO

"Fear of missing out"

Jedná se o druh úzkosti, při které máme pocit, že o něco přicházíme. Obecně uživatelé sociálních sítí tímto často trpí. Při pohledu na cizí zajímavější příspěvky je často provází pocit prázdnoty. A co obecně děláme s prázdnými místy? Snažíme se je zaplnit. Pokud vidím, že nějaký produkt získává na popularitě a všichni mí přátelé ho mají, nechci zůstat pozadu. A tak si ho koupím.

Zdroj:

digidetox.me/blog/fomo-strach-ze-o-neco-prijdeme/

Rozhovor s Lukefrym



Lukáš Fritscher je český youtuber, bavič a moderátor.

Říká si Lukefry a točí originální videa plné humoru, vtipných komentářů a zajímavých challengů.

Lukefryho jsme si pozvali, aby nám odpověděl na dotazy ohledně vlivu lidí jako je on - influencerů.

Proč jsou některé spolupráce nemorální? A bere vliv jako privilegium nebo jako zodpovědnost?

Umíš naložit s vlivem, který máš na své sledující?

Práce s vlivem není jednoduchá a naprosto rozumím tomu, proč řada lidí s rychle nabytým vlivem vlastně neví, co si s ním počít a jak se chovat. Já se obecně snažím, abych svým chováním a vyjadřováním příliš neovlivňoval, ale spíš otevíral témata. Nechci hned neservírovat odpovědi, ale spíš klást otázky - což je ovšem velmi utopické a já sám si uvědomuji, že v reálném světě je taková situace prakticky nedosažitelná - absolutní objektivita neexistuje, obzvlášť ve chvíli, kdy je člověk de facto tematickým komentátorem.

Cítíš odpovědnost za to, jak tvoje slova a činy ovlivňují lidi? A proč?

Jak jsem již naznačil v předchozí odpovědi, ač se snažím příliš prvoplánově neovlivňovat, uvědomuji si, že realita je trochu někde jinde. Přesto se pokouším si svůj vliv co nejvíce uvědomovat a opakovaně připomínat a nedělat nepromyšlené kroky a činy, které by mohly způsobit více škody než užitku.

CO TVOŘÍM?





Co děláš, aby ses vyhnul negativnímu vlivu na své sledující?

Před vydáním jakéhokoliv tematického videa, ve kterém v nějaké podobě vyjadřuji názory anebo otevírám citlivá témata, se obsah výsledného díla pokouším debatovat se svým mikrotýmem blízkých kamarádů, který jsem si za ty roky složil z lidí s různými politickými názory, smýšlením a původem. Snažím se zkrátka tvořit nástroje, díky kterým (doufám) zamezím přehnaně intenzivnímu ovlivňování smýšlení svých diváků v jakémkoliv směru.

Máš nějaké hodnoty, kterými se řídíš?

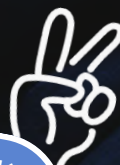
Být upřímný, vždy založený na faktech a nikdy předpojatě neodsuzovat názory jiných. Je správně, že na různé otázky máme různé pohledy, a to se snažím ve svých divácích co nejvíce podněcovat.

Jak se vyrovnáváš se svým vlastním vlivem a jeho dopady na tebe samotného?

Jsem opatrný na to, co říkám, a snažím se nedělat ukvapené a nepromyšlené kroky - jinými slovy, dávám si pozor na pus. (směje se) Dopad na mě to má tedy zřejmě takový, že jsem si začal dávat větší pozor na své chování a vyjadřování.

FUN FACT

Průměrná doba, kterou lidé tráví připojeni k internetu, je nyní 7 hodin denně



Útrpení nebo móda

FRANCIE



Korzety

touha po úzkém pasu
a deformace hrudního
koše

ČINA



Svazování chodidel

snaha o zastavení
růstu chodidel
a lámání kůstek

Extrémní diety

postava jak z časopisu
a vypadávání vlasů,
únava a zvracení

Je na čase sundat si růžové brýle. Krása není něco, pro co by se mělo trpět, plakat a už vůbec ne umírat. Pokud máte pocit, že potřebujete pomoc, nebojte se obrátit na Linku Anabell, tel. 774 467 293

Zdroj:

zpravy.tiscali.cz/male-nozky-jako-symbol-krasy-kruta-tradice-svazovani-chodidel-ma-drsnejsi-vysvetleni-326967

Zápeaceník

 spectit
 pozorovat

A jsme u konce! Nakonec bychom se rádi představili. V našem týmu jsme tři: Viki, Honza a Long. Jsme z Ostravy, kde i studujeme na super gymnáziu Hello.

Rozhodli jsme se spojit mozky a každý z nás jsme při vytváření tohoto časopisu využili svých silných stránek: Viki psaní, Honza grafické dovednosti a Long nás spectil :D

Sociální média jsou v této době tzv. hot topic. Každý je totiž využívá a jsou všude. I v marketingu. Chtěli jsme vám tedy ukázat zálulíš o fungování na sociálních sítích a jak to vnímají aktivní uživatelé a tvůrci.

Poslední slova jdou k Lukefrymu, Mikýřovi, Nicolasovi a Czechcloudovi, kteří nám poskytli rozhovory a práva na fotky a my jim za to děkujeme.

Speacovatelé

Viktorka

Viktorie Patáčková
@viktoriepatocsova

Honzík

Jan Adam
@adahonza

Longí

Long Lý Bao
@longislavek



***tady jsme ještě žili offline**

PEACNIČKA

Dočetls poslední stránky,
ČASOPEACE je u konce.
Dopsali jsme všechny články,
jsme v poslední kolonce.

Připsat básně, peacničky.
Pro vás, i pro babičky.
Když jsme tři, tak jde i lépe,
vymýšlet zápeaceničky.

Snad jste měli dobré čtení,
znáte fun fact, víte všechno.
Peacnička k nezastavení,
chytlavá je jako techno...

OSTRAVA!!!

 GYMNÁZIUM
iHELLO

Všechny obrázky byly použity z bezplatné online fotobanky freepik.com

V PŘÍŠTÍM ČÍSLE UVIDÍTE:

- 1** Závislost
- 2** Technologie
- 3** Návykové látky

