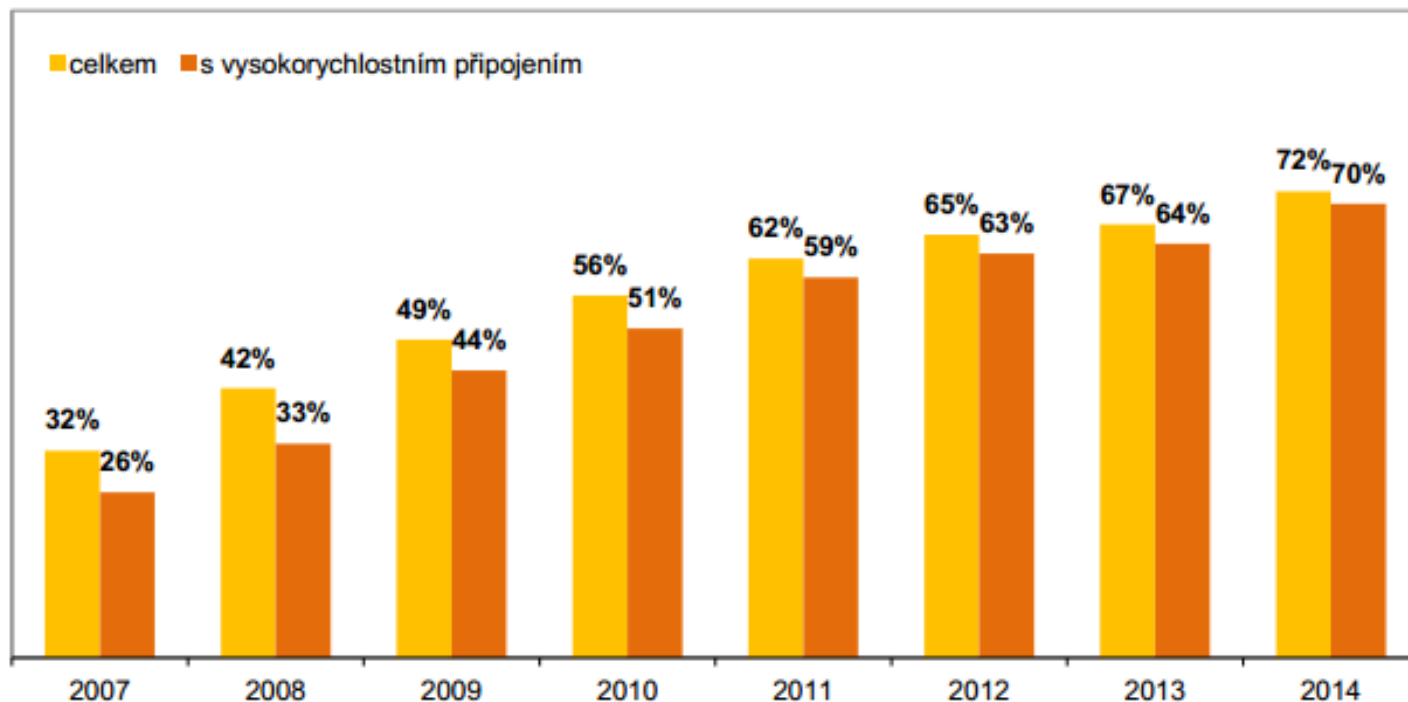


Internet, nová média
&
Výživa

Česká republika

Domácnosti s připojením k internetu (% domácností)

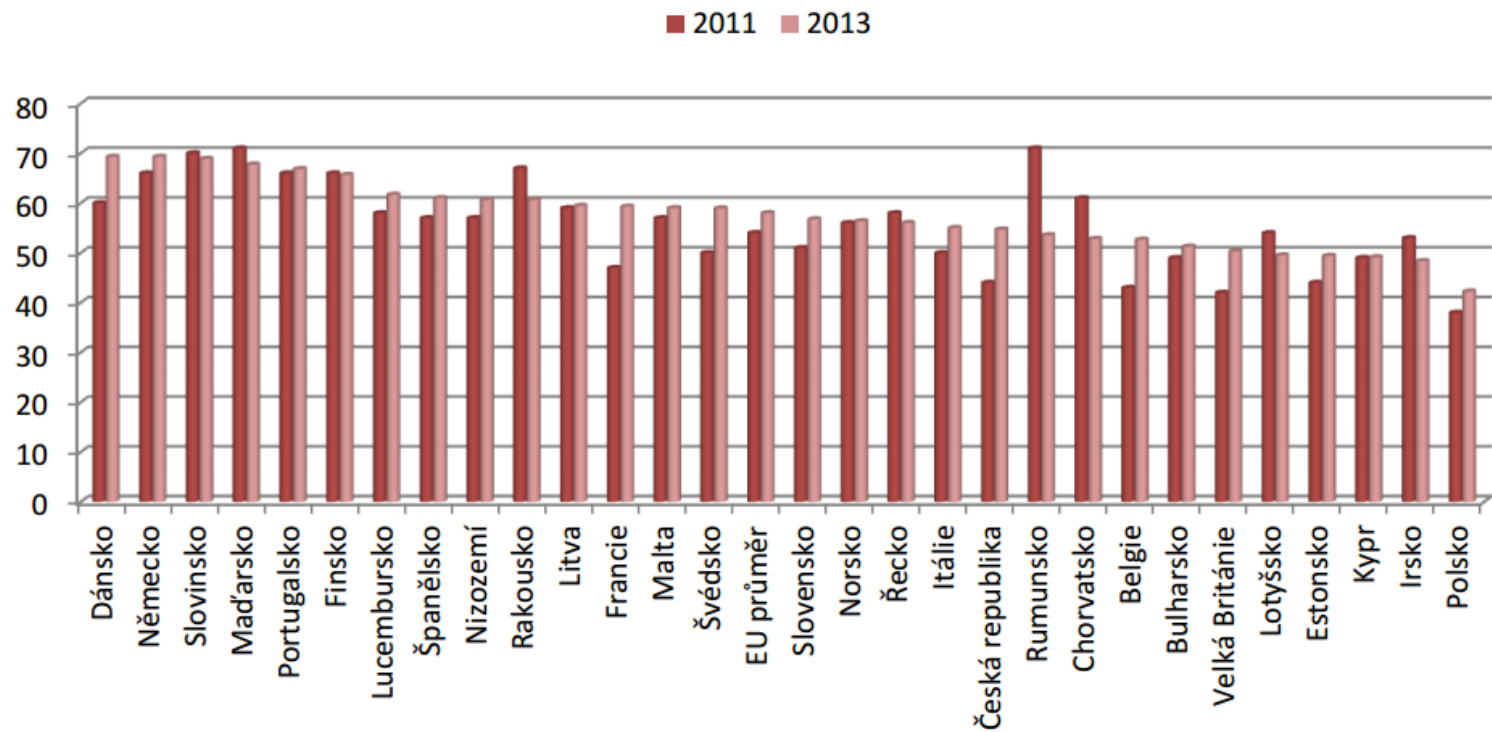


Zdroj: Český statistický úřad, 2014

Informace ve zdravotnictví

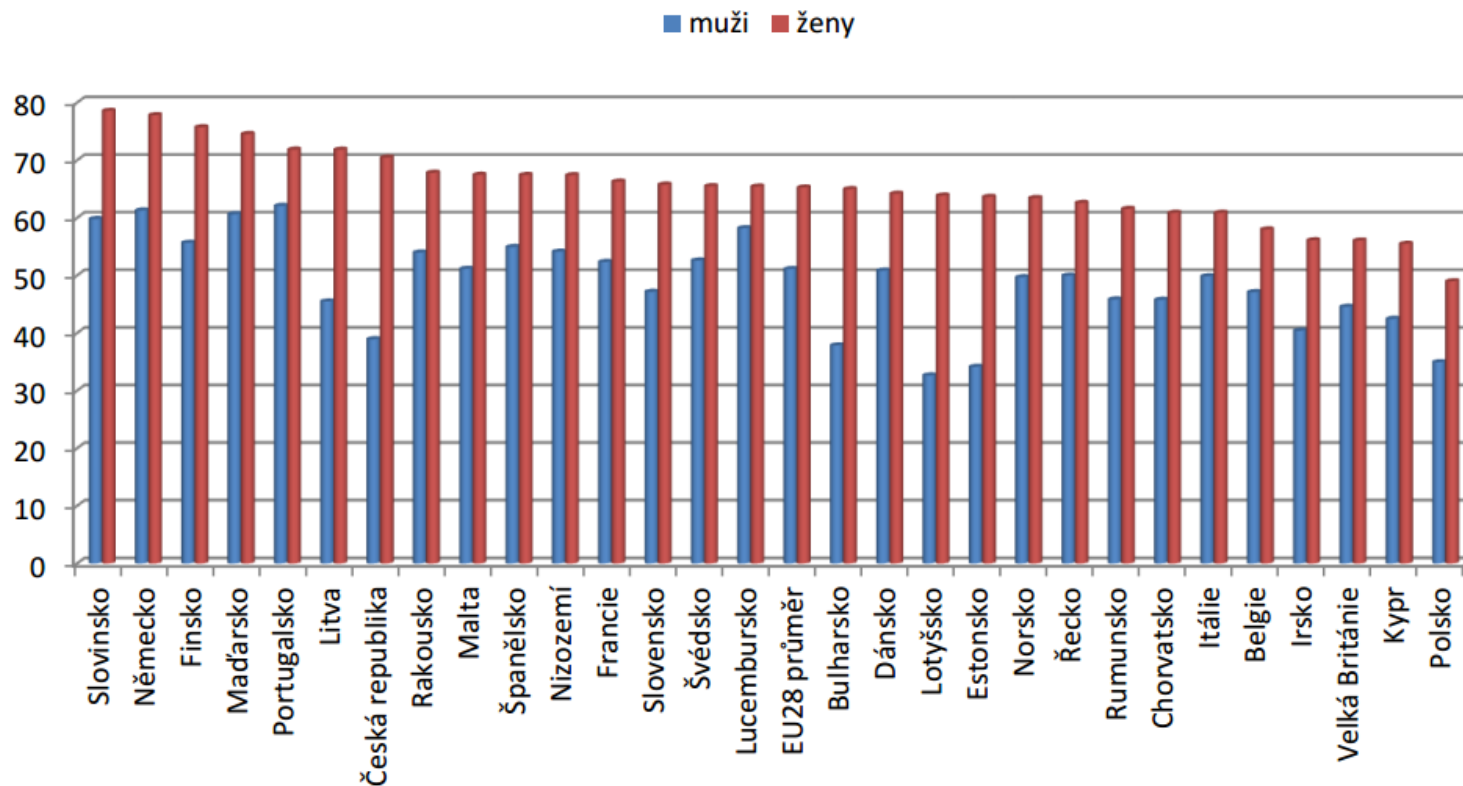
- USA 2012
 - 59 % osob vyhledávalo informace o zdraví
- EU 2011
 - 38 % osob vyhledávalo informace o zdraví
- ČR 2012
 - 36 % vyhledávalo informace o zdraví

Graf 1: Jednotlivci ve věku 16 - 74 let používající internet k vyhledávání informací o zdraví; 2011 a 2013 (v %)



Zdroj: Eurostat, 2015

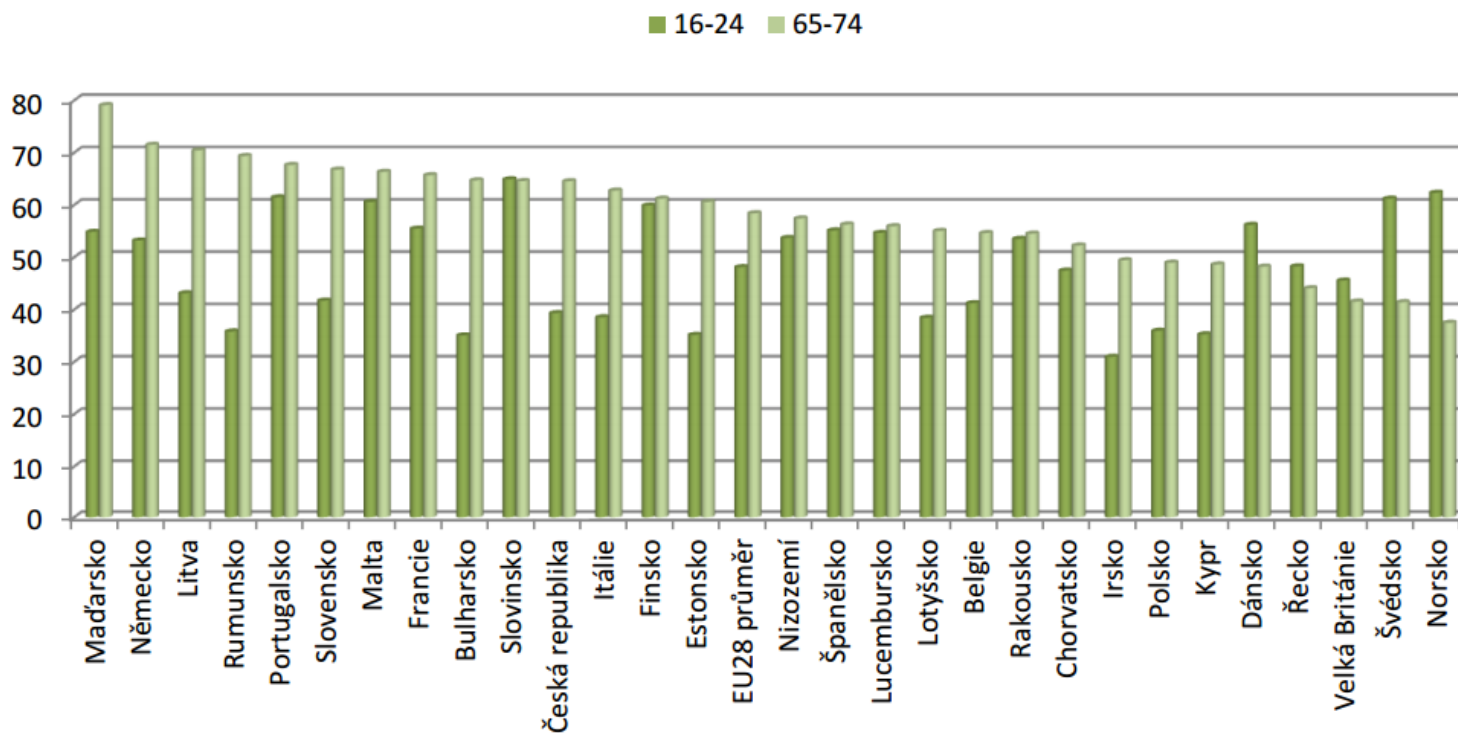
Graf 2: Uživatelé internetu používající internet k vyhledávání informací o zdraví podle pohlaví; 2013 (v %)



Zdroj: Eurostat, 2015

Graf 3: Uživatelé internetu používající internet k vyhledávání informací o zdraví ve věkové skupině 16-24 a 65-74; 2013

% uživatelů internetu v dané věkové kategorii



Zdroj: Eurostat, 2015

Zdroje

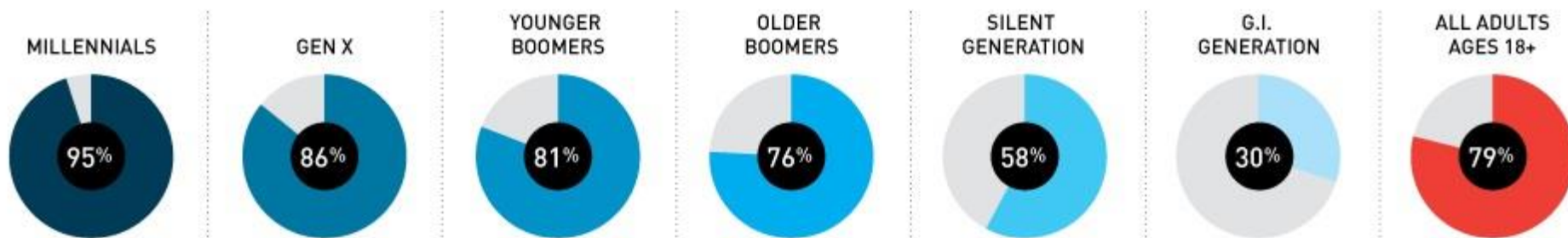


Pew Internet
Pew Internet & American Life Project



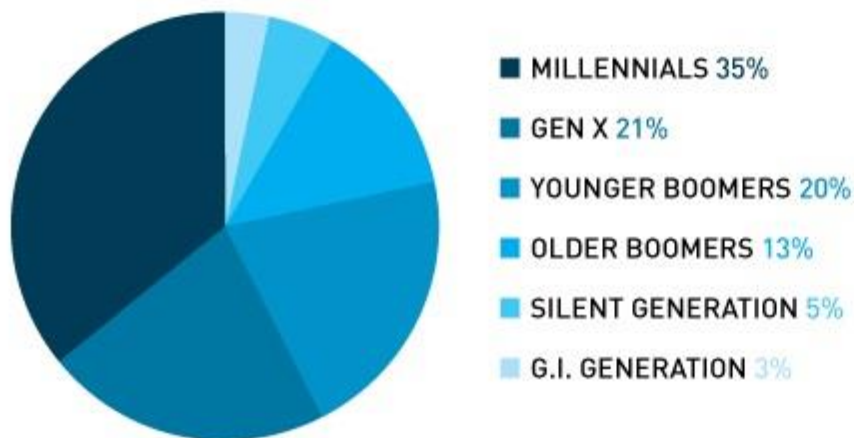
Informace, komunikace

THE PERCENT OF EACH GENERATION ONLINE

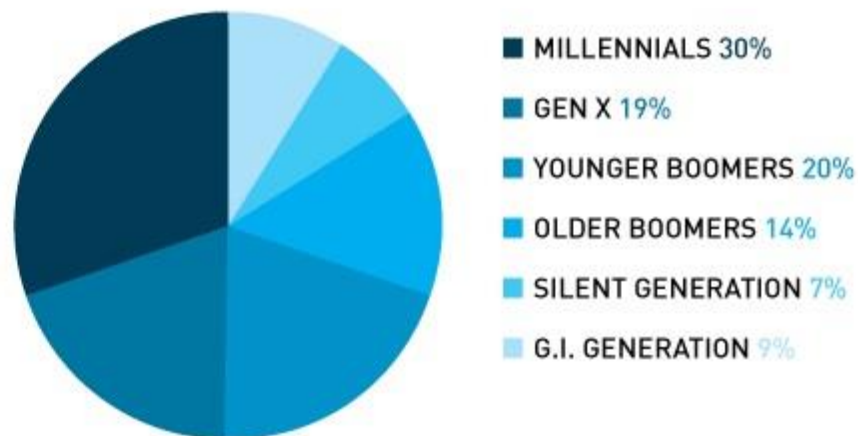


COMPARING GENERATIONS: ONLINE VS. OVERALL POPULATION

ONLINE POPULATION



GENERAL POPULATION



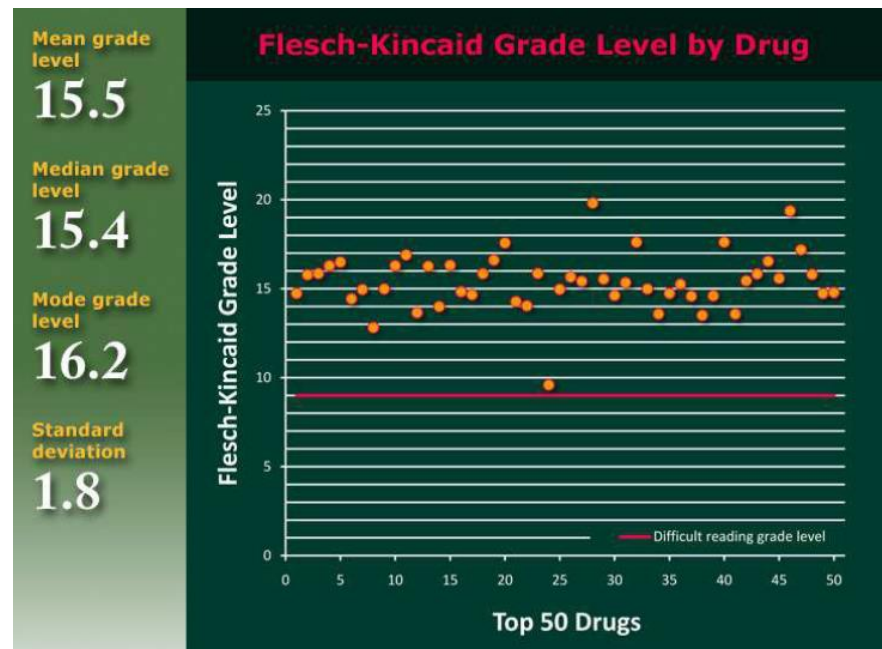
Mobilní technologie

- Návrh webu
- Objednávací formuláře
- Dotazníky
- ...



Podoba informací

- Čitelnost, sémantická obtížnost textu
- Porozumění a interpretace
- Pacienti informacím nerozumí
- Compliance



https://www.youtube.com/watch?v=PWkdy_RtdUk

(Věda – (Terminologie + Odrážky) / Relevance) x Vášeň = Srozumitelnost

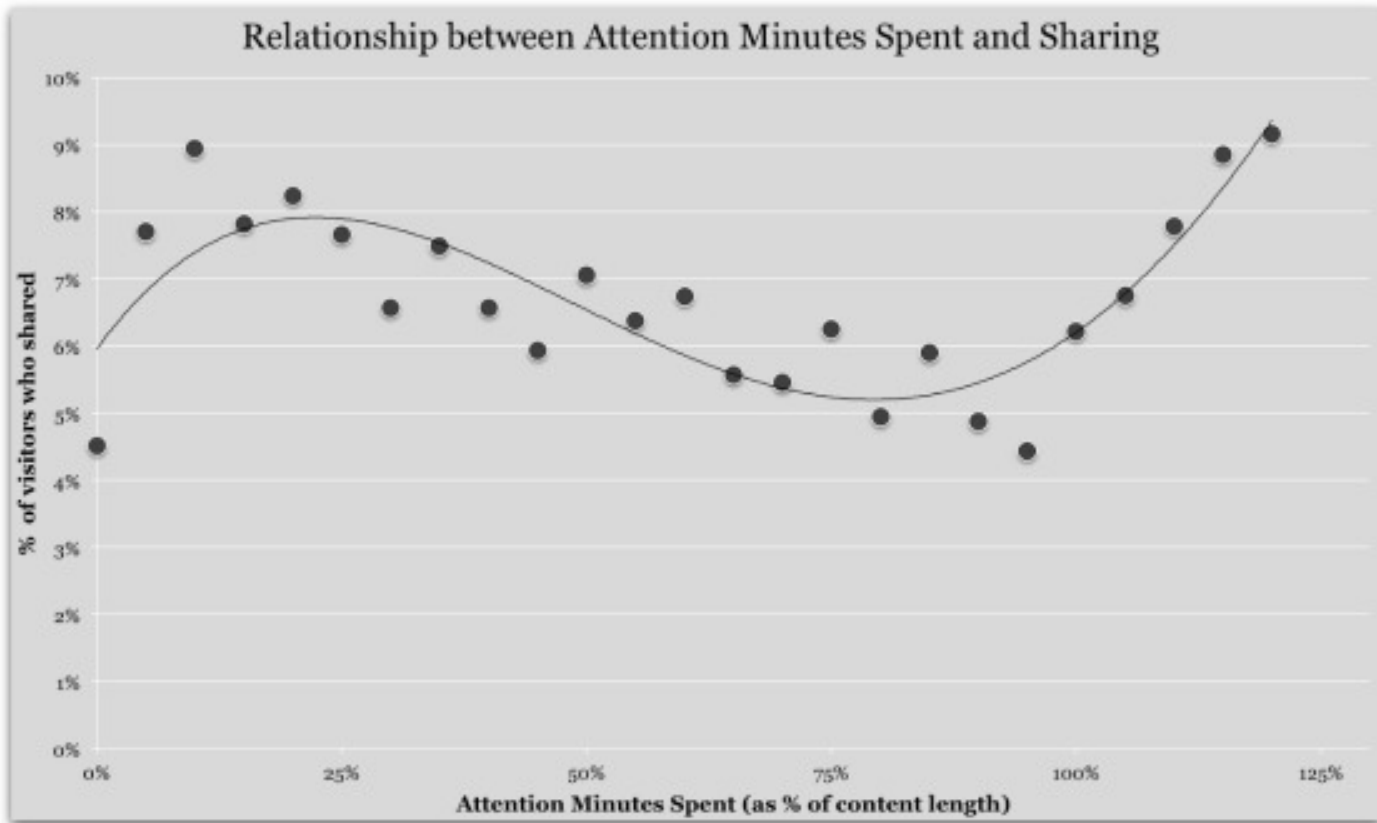
Melissa Marshall

<http://goo.gl/BP5BeU>

HONCode

- Autorská oprávněnost
- Komplementarita informací
- Důvěrnost údajů
- Specifikace stránek
- Odborná prokázanost
- Průhlednost autorství
- Průhlednost sponzorství
- Přiznání reklamy

www.hon.ch



<http://blog.upworthy.com/post/76538569963/3-interesting-things-attention-minutes-have>

Informační zahlcení znamená pouze chybně vybrané informační zdroje a chybně nastavené filtry.

Nová média

Social media

Social media consists of various user-driven (inbound marketing) channels (e.g., Facebook, Twitter, blogs, YouTube). These channels represent a stark difference from the advertiser-driven (outbound marketing) push model. As the principal owner of the customer relationship in the firm, typically, the marketing department is

responsible for managing these social media channels. Although some may argue that the customer relationship is “everyone’s” responsibility in the firm, the overarching responsibility rests with the marketing department as the champion for the customer. Cheryl Burgess

Social media is today’s most transparent, engaging and interactive form of public relations. It combines the true grit of real time content with the beauty of authentic peer-to-peer communication. Lisa Buyer

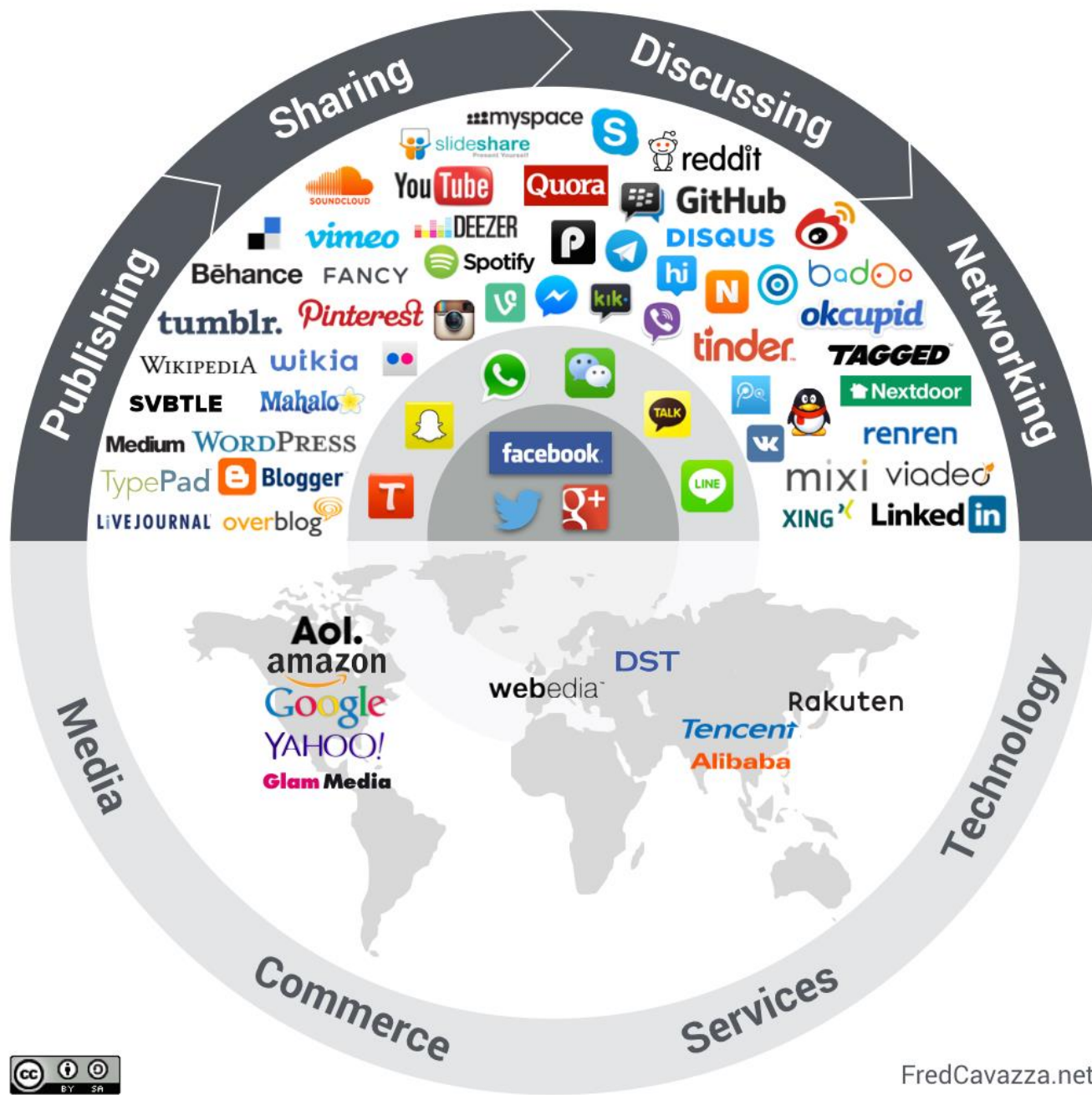
Social media is the tools, services, and communication facilitating connection between peers with common interests. Chris Garrett

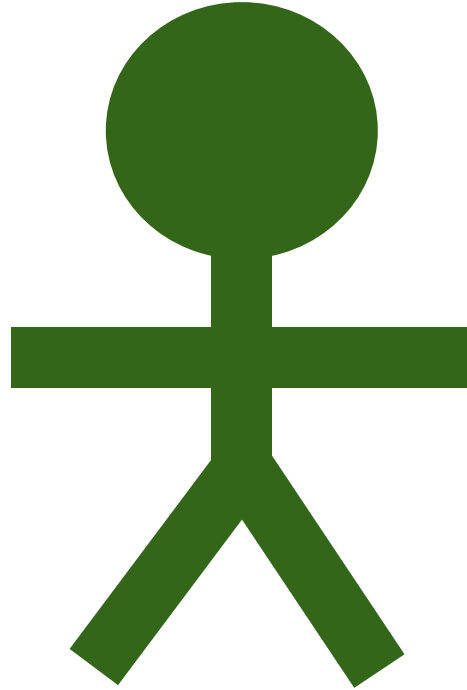
Social media are the online technologies and practices that people use to share content, opinions, insights, experiences, perspectives, and media themselves. They are

media for social interaction. You can tell social software because it is no fun to use by

yourself – an account with no friends connected has no value. Howard Greenstein

Social Media Landscape 2014





„Social media is about the **SOCIAL**, not the media.“

Osoba

eOsoba

Pasivní

Aktivní

Informace je mu sdělena

Informace vyhledává

Podřízená role pacienta

Partner ve zdravotní péči, spolupráce

Paternalistický přístup

Zdravotní péče s účastí pacienta

Životnost informace

Twitter

Minuty až hodiny

Facebook

Hodiny až dny

Webová stránka

75 dnů (44–100 dnů)



Social media revolution 2013

<http://goo.gl/220xVi>

Social Media Revolution 2015 #Socialnomics

<http://goo.gl/v9sNT8>

Co se změnilo s novými médii?

Komunikace

Informace a jejich dostupnost

Zákazníci a jejich potřeby

Pracovní rutina

Management

Důležité pojmy

- Health Promotion
- Public Health
- Public Relations
- Mediální panika

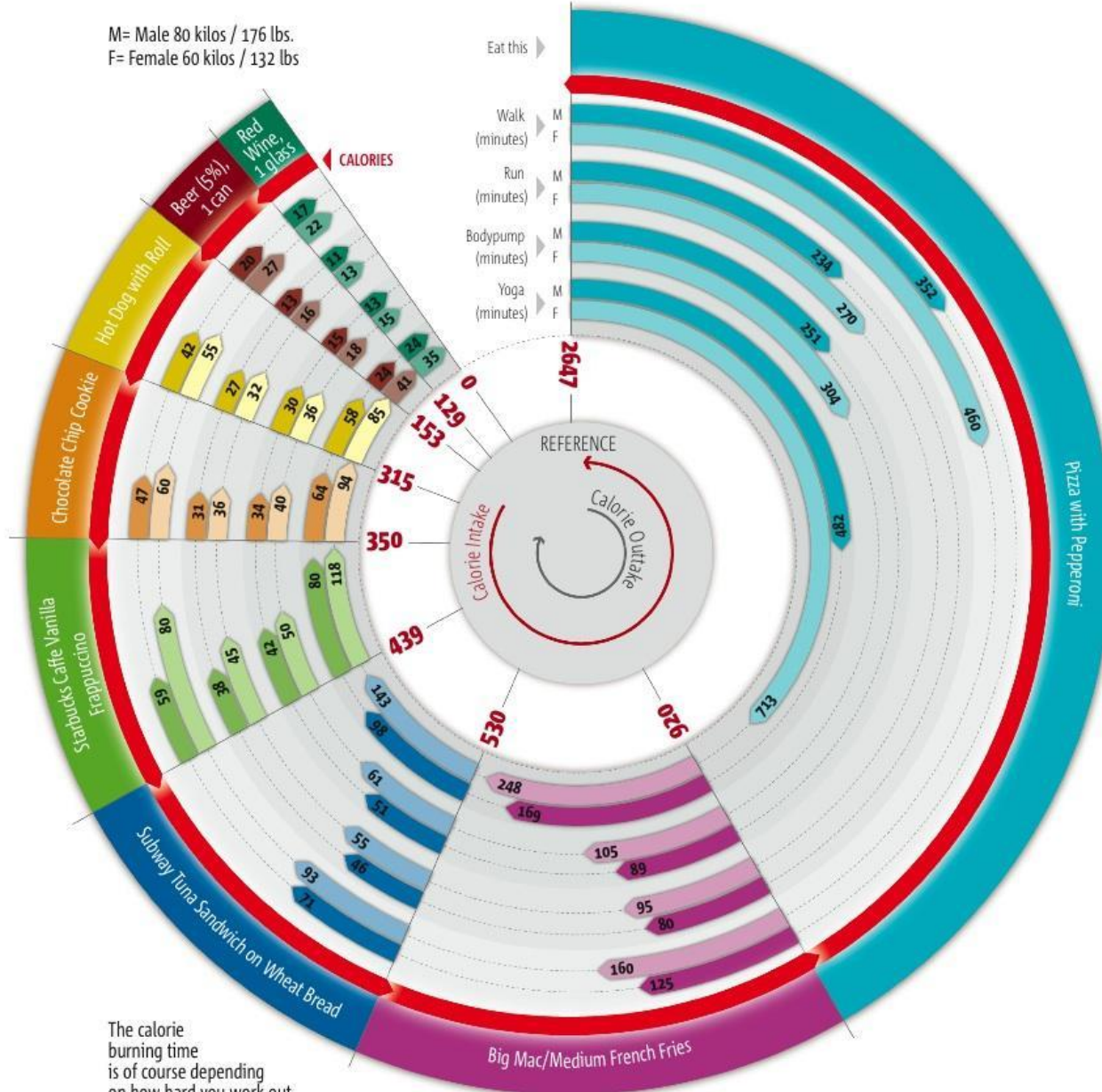
Propagace zdraví

- Propagace zdraví se nikdy nemůže týkat pouze změn jednotlivců, ale týká se společenských změn.
- Propagace zdraví vyžaduje vzdělání, dovednosti, schopnosti sám sebe rozvíjet a sebeúctu.

Calorie Intake and Outtake

Most people don't really know how many calories their every day food contains. Or how hard they actually have to work to get rid of that extra energy. So make 2009 a year when you make conscious decisions and stop the weight to sneak up on you.

M= Male 80 kilos / 176 lbs.
F= Female 60 kilos / 132 lbs



The calorie burning time is of course depending on how hard you work out.

<http://www.informationisbeautiful.net/play/snake-oil-supplements/>

Jak na to reaguje vzdělávání
budoucích odborníků?

Web 2.0?

Komunikace
Komunity
Spolupráce

Long Tail

Web 2.0?!

Kdo čte

- Wikipedii?
- Wikiskripta?
- Blogy?
- Odborné články z oboru?

Web 2.0?!

Kdo edituje/komentuje

- Wikipedii?
- Wikiskripta?
- Blogy?
- Odborné články z oboru?

https://cs.wikipedia.org/wiki/Biogenn%C3%AD_aminy

Web 1.0**Web 2.0**

Dunbarovo číslo

Teoretický limit počtu stabilních sociálních vazeb:

150

Jak jste zkušení na SM?

The Evolution of Dance

The Diet Coke & Mentos Experiments

EFSA's Communications Strategy: 2010 – 2013 perspective

- EFSA will therefore develop social media guidelines for use by EFSA staff and a social media strategy

A dlouhou dobu byla neúspěšná...



efsa
European Food Safety Authority

60
ROME

#EU60

Tweety
3 532

Sledovaní
229

Sledující
20,2 tis.

Sledovat

EFSA
@EFSA_EU

European Food Safety Authority - Trusted science for safe food
Parma, Italy • efsa.europa.eu

Sledován(a) uživateli: [Martina Stankova](#)

Změna.

LinkedIn

Profese

Profesní diskuze

Kontakty

Vizitka

Konference



Linked 

ResearchGate

Věda

Sociální síť vědců

Přístup k vědeckým článkům

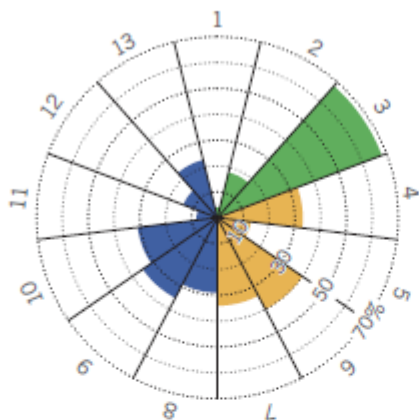
Komunikace s/mezi vědci

The logo for ResearchGate, featuring the word "Research" in white and "Gate" in green, set against a dark gray rectangular background.

ResearchGate

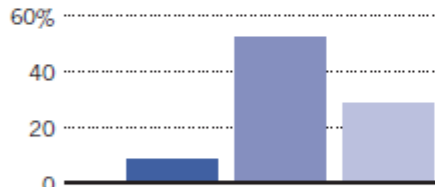
RESEARCHGATE

1,589 regular visitors

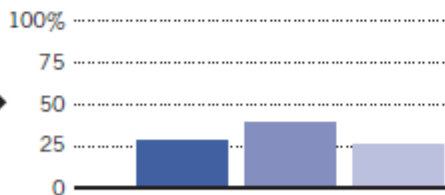


How do you use this site professionally?

Approximately how often do you visit this site in a professional capacity?



How long have you had a profile on this site?

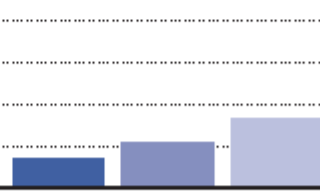
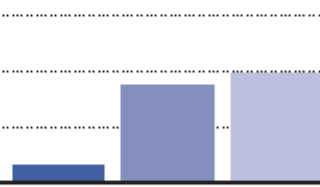
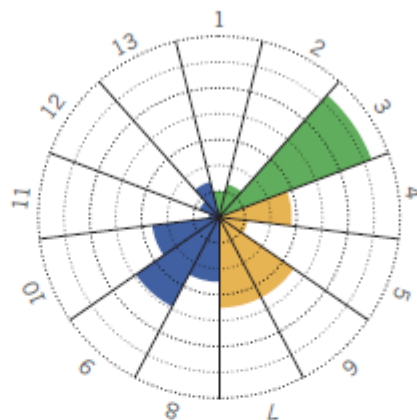


"Mainly, a source of stress every time an e-mail pops in showing that my colleagues/competitors are publishing more than myself."
AGE 35-44, PROFESSOR, BRAZIL

"It is the only useful community website for research purposes."
AGE 55-64, PROFESSOR, HUNGARY

ACADEMIA.EDU

283 regular visitors

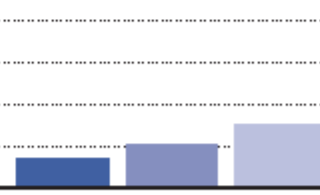
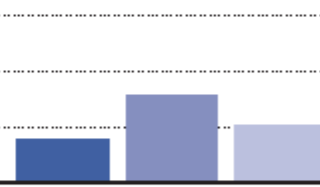
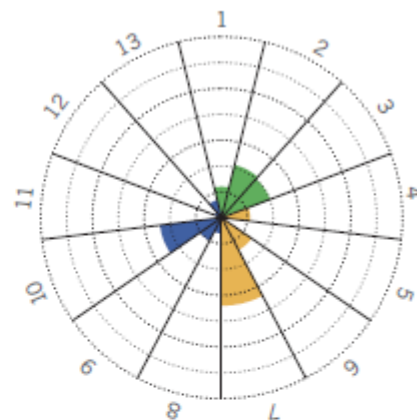


"Has led to invites to referee papers/external assessments."
AGE 45-54, POSTDOCTORAL FELLOW, UNITED KINGDOM

"I have been able to post old papers which otherwise would be inaccessible to people."
AGE 55-64, PROFESSOR, UNITED STATES

MENDELEY

198 regular visitors



"Primarily still a reference manager for me. The social component is less important."
AGE 35-44, RESEARCH SCIENTIST, CANADA

"Fairly useful as a documents clearinghouse for lab group."
AGE 25-34, POSTDOCTORAL FELLOW, UNITED STATES

Each wedge in the circular charts corresponds to a question on the right. The answers are grouped by the intensity of user engagement they imply: low (green), medium (yellow) and high (blue).



1. Do not use professionally
2. Curiosity only; not maintaining profile
3. In case contacted



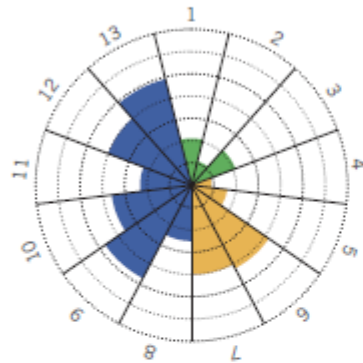
4. Track metrics
5. Discover jobs
6. Discover peers
7. Discover recommended papers



8. Contact peers
9. Post (work) content
10. Share links to authored content
11. Actively discuss research
12. Comment on research
13. Follow discussions

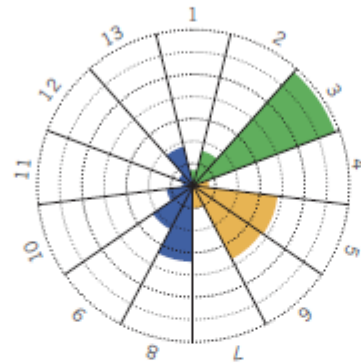
TWITTER

330 regular visitors



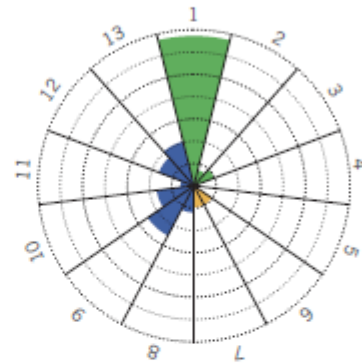
LINKEDIN

389 regular visitors



FACEBOOK

340 regular visitors



"Extremely useful in conference settings."
AGE 35-44, RESEARCH SCIENTIST,
UNITED STATES

"Great way to keep up-to-date on what is
happening NOW in the research community."
AGE 45-54, HEAD OF ACADEMIC
DEPARTMENT, UNITED STATES

"Mainly useful for job hunting."
AGE 25-34, PHD STUDENT, UNITED STATES

"It is too much like Facebook — fluff forwards
and such that are not scientific or related to
professionalism."
AGE 45-54, ASSOCIATE PROFESSOR,
UNITED STATES

"Facebook has zero credibility in my
professional life."
AGE 35-44, STAFF SCIENTIST,
UNITED STATES

"The (invitation-only) groups for professional
astronomers and pulsar astronomers have
become vibrant discussion fora."
35-44, RESEARCH SCIENTISTS,
UNITED STATES

World Health Organisation

Twitter and other social media tools might not bring health to all, but they can help to bring accurate health information to many more people than ever before.

After all, one fact sheet or an emergency message about an outbreak can be spread through Twitter faster than any influenza virus. It's an opportunity for health professionals to explore, listen and engage.

Digital in Healthcare (2013)

<https://www.youtube.com/watch?v=bmrwIMabNiA>

Rady

- Poslouchejte a učte se od mladších.
- Tvořte obsah a plánujte (strategie).
- Komunikujte, diskutujte.
- Řešte problémy.

Rady

- Nová media jsou jen určitou formou komunikace.
- I přes určitá rizika mohou nová média být prospěšná.
- Mohou pomoci čas trávit efektivně.

SM a výživa

- Subjekty v oblasti výživy
 - Anonymizované vyhledávání klíčových slov
 - Vyhledávání subjektů dle krajů
 - Ruční editace na základě znalosti této oblasti
 - 185 subjektů
 - Doba: 2009–2013

Chřipka a nová média

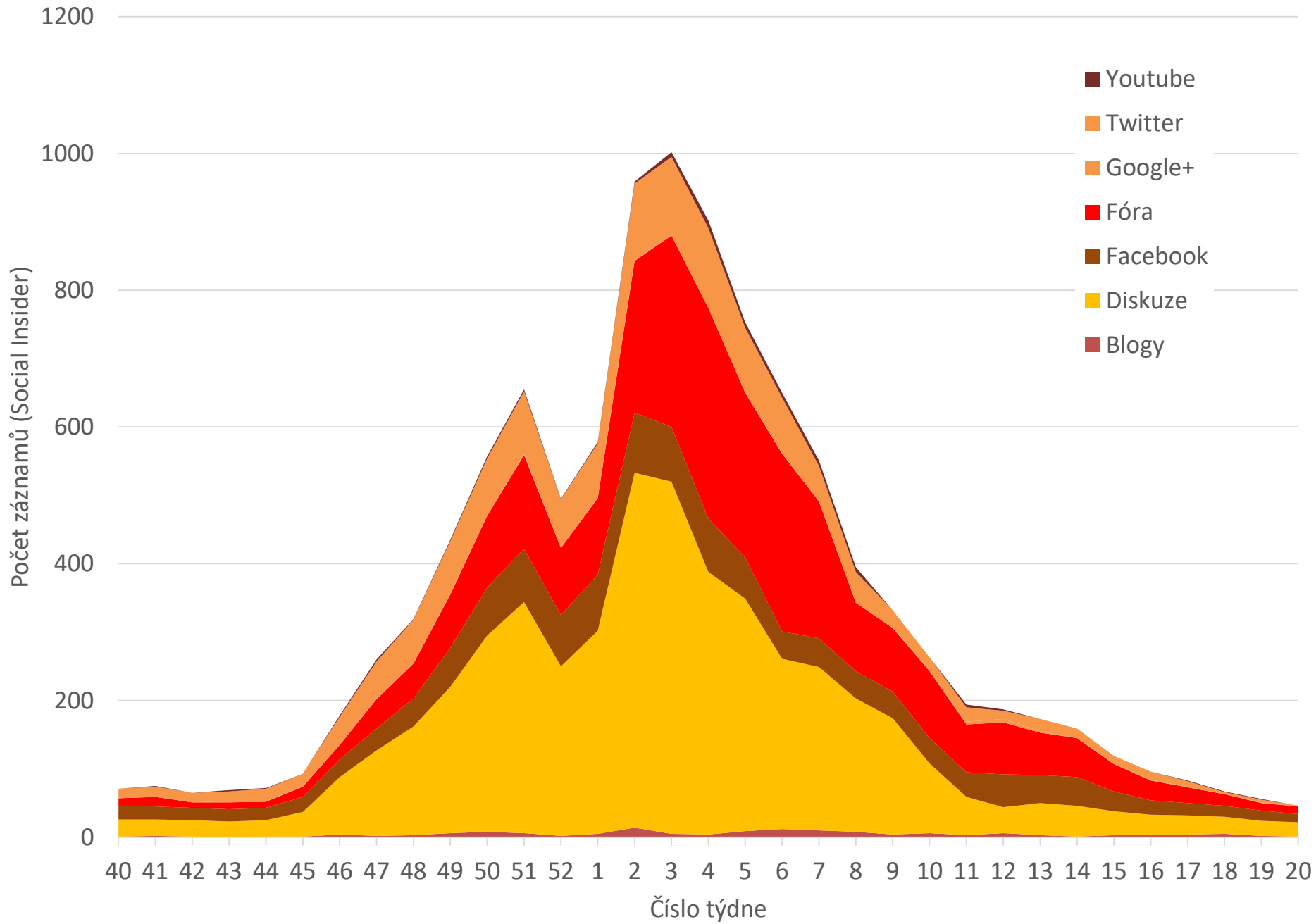
– WHO – SZÚ (NRL)

- ARI/ILI
- Detekce viru
- Sérologie

– Social Insider (dnes SocialWatch)

– <https://trends.google.com/trends/>

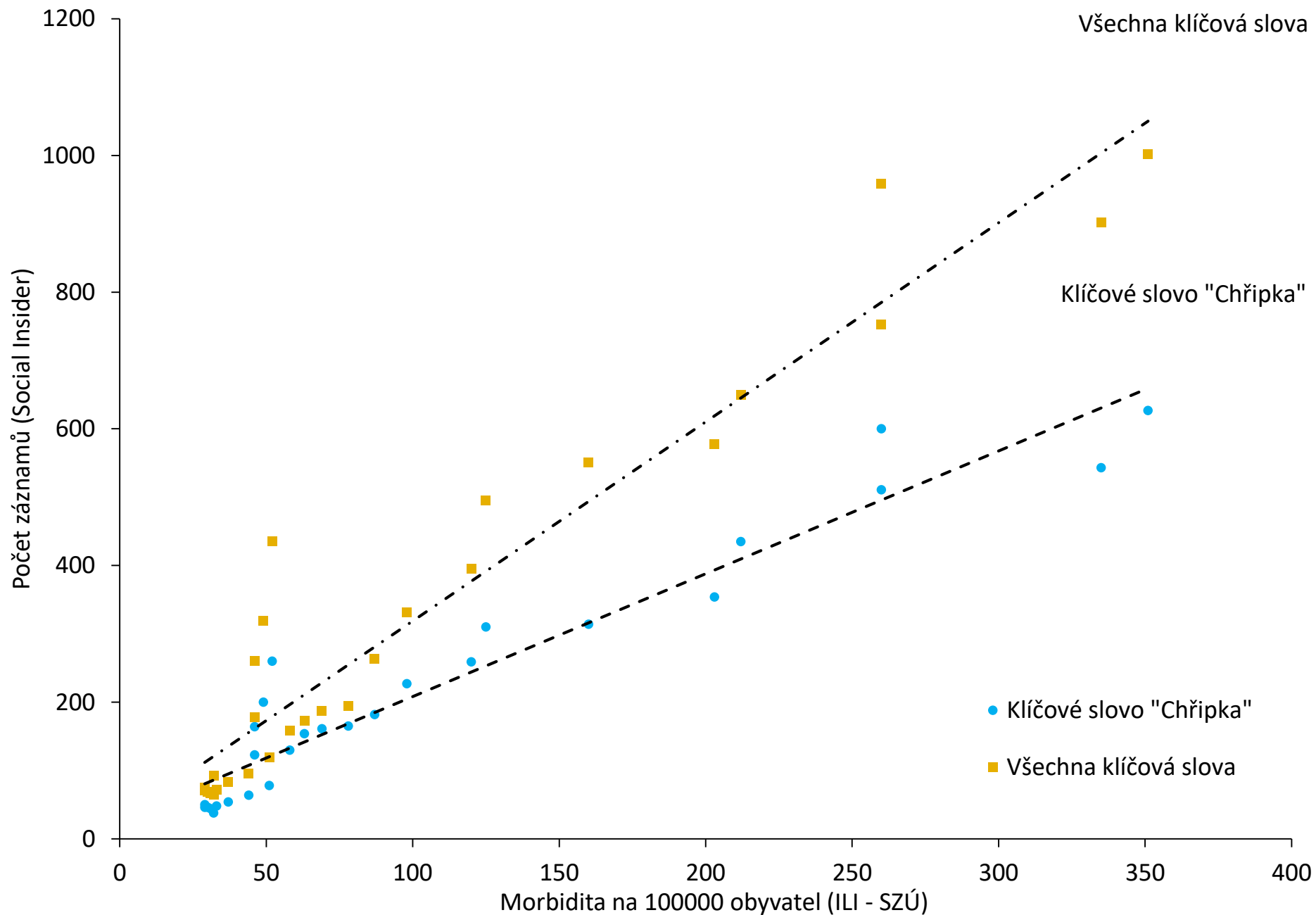
Média



Predikce

- Opravdu predikce?
 - Zlepšení monitoringu průběhu epidemie chřipky.
- Zjištění: 14 dní (posun o 7 dní)

ILI a klíčová slova



<http://www.vjoncology.com/video/zhyfqtonpkw-how-can-social-media-be-used-to-stay-up-to-date-in-uro-oncology/>

Děkuji za pozornost.



Tomáš Pruša

prusatomas@recetox.muni.cz

twitter.com/prusatomascz