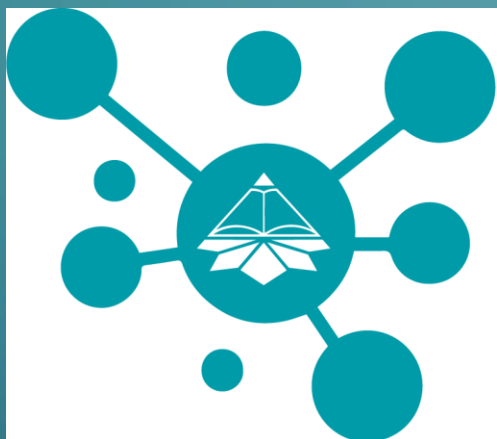


Київський університет
імені Бориса Грінченка



1874

КИЇВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА



Фестиваль науки – 2022

в Університеті Грінченка
(до Дня науки в Україні)
10-27 травня 2022 року

Круглий стіл

*«МЕДІАПРОСЬЮМЕРИЗМ ЯК ЯВИЦЕ
ІНФОРМАЦІЙНОГО СУСПІЛЬСТВА»*

12 травня 2022 року, м. Київ



МЕТА КРУГЛОГО СТОЛУ

Обговорити можливості взаємодії споживача контенту із засобами масової комунікації, культуру споживання та виготовлення власного медіапродукту, різні підходи до створення й передачі інформації завдяки медіа.



ПОНЯТІЙНИЙ АПАРАТ

Медіапросьюмер – активний споживач медіа, особа, яка володіє проблематикою ринку, вміє створювати медіапродукт.

Тож, медіапросьюмер – споживач-виробник у різних сферах медіа, напівпрофесіонал у сфері споживання.

Медіапросьюмеризм – явище компетентного медіаспоживання, яке виявляється в опануванні інформаційних технологій і самостійного виробництва повідомлень споживачами, здатності аналітично оцінювати й вибирати медіапродукти, підтримувати діалог із засобами масової комунікації та впливати на їхні концепції тощо.

media



ВСТУПНЕ СЛОВО:

Вікторія Іващенко, доктор філологічних наук, старший науковий співробітник, заступник директора Інституту журналістики з наукової роботи;

Олена Григоревська, доктор наук із соціальних комунікацій, старший науковий співробітник, завідувач кафедри бібліотекознавства та інформології Університету Грінченка.

Модератор:

Тетяна Поліщук, старший викладач кафедри бібліотекознавства та інформології Університету Грінченка.

ТЕМИ ДОПОВІДЕЙ

- *Катерина Балабанова, кандидат педагогічних наук, заступник директора Інституту журналістики з науково-педагогічної та соціально-гуманітарної роботи: «Психологія медіапросьюмерів»;*
- *Ольга Дудок, заступник директора Публічної бібліотеки імені Лесі Українки для дорослих м. Києва з науково-методичної роботи та бібліотечно-інформаційного обслуговування: «Роль соціальних медіа в роботі публічної бібліотеки»;*
- *Анастасія Салтикова, фахівчиня відділу обслуговування, бібліотекарка I категорії Бібліотеки Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського: «Медіапросьюмеризм. Волонтерство. YouTube»;*

ТЕМИ ДОПОВІДЕЙ

Вікторія Мостова, SMM спеціалістка UA: Радіо “Промінь”, продюсер експертів SMM: «Де брати ідеї для контенту?!»;

Дар’я Скирта, студентка 3 курсу освітньої програми “Журналістика” Інституту журналістики Університету Грінченка: «Мультимедійний проєкт «інше життя війна»»;

Олена Алфьорова, провідний бібліотекар відділу нестационарного обслуговування Публічної бібліотеки імені Лесі Українки для дорослих м. Києва: «Соціальні мережі та комунікації у роботі відділу публічної бібліотеки»;

ТЕМИ ДОПОВІДЕЙ

Єлизавета Галактіонова, студентка 3 курсу освітньої програми “Інформаційна, бібліотечна та архівна справа” Інституту журналістики Університету Грінченка: «Соціальні медіа національної онлайн-платформи «Дія. Цифрова освіта»»;

Валерія Ковбаса, студентка 2 курсу освітньої програми “Інформаційна, бібліотечна та архівна справа” Інституту журналістики Університету Грінченка: «Медіапросьюмери в проєкті кафедри бібліотекознавства та інформології «LIME. Go to read!»»;

Софія Середа, студентка 1 курсу освітньої програми “Інформаційна, бібліотечна та архівна справа” Інституту журналістики Університету Грінченка: «Створення контенту для мережі Tik Tok».



ПЕРЕВАГИ ПРОСЬЮМЕРИЗМУ ТА ЦИФРОВОЇ КУЛЬТУРИ

- Визначення ефективних каналів комунікацій з користувачами з метою популяризації діяльності.
- Вивчення інноваційного потенціалу споживачів-просьюмерів.
- Вивчення та розробка методів оцінки ефективності роботи з просьюмерами з позицій отримання взаємної вигоди в процесі обміну цінностями.
- Грамотне використання ідей користувачів для привернення уваги до теми.
- Збільшення залученості аудиторії до створення контенту.
- Активних користувачів можна розглядати як потужний додатковий ресурс, який може допомогти в опануванні медіапрактиками та охоплення аудиторії.



ДЯКУЄМО ЗА УВАГУ!

#ВСЕ_БУДЕ_УКРАЇНА

UKRAINE



will win