



UMCS

UNIWERSYTET MARII CURIE-SKŁODOWSKIEJ W LUBLINIE
Instytut Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach

**Katedra Informatologii, Bibliologii i Edukacji Medialnej
Instytutu Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach UMCS w Lublinie**

**Department of Social Communication and Information Activities,
Lviv Polytechnic National University**

**Department of Social Communication,
Lesya Ukrainka Volyn National University**

**Department of Media Communications,
Ukrainian Academy of Printing**

mają zaszczyt zaprosić na

**II Międzynarodową Konferencję Naukową
KSI@ŹKA W MEDIACH - MEDIA W KSI@ŹCE
RYNEK - TECHNOLOGIE - KONSUMPCJA**

Lublin, 29-30 czerwca 2022 r.

W epoce ekspansywnego rozwoju mediów i technologii cyfrowych, znaczenia nabierają pytania o przekształcenia procesu komunikacji poprzez książkę, jej miejsce w kulturze zmediatyzowanej oraz charakter relacji pomiędzy słowem drukowanym a innymi mediami. Na przestrzeni ostatnich lat media w sposób znaczący wpłynęły na kształt rynku książki, jej społeczny obieg oraz praktyki lekturowe czytelników/konsumentów. Z jednej strony stanowią otoczenie konkurencyjne dla branży wydawniczej, z drugiej stały się jej istotną częścią. Z kolei książka, stanowiąc wzór i punkt odniesienia dla różnych mediów, jednocześnie przenika do nich, łączy się z nimi i zmienia wskutek ich wielorakich wpływów i oddziaływań.



Media transformują rynek książki w sposób totalny, w aspekcie organizacji, treści i formy. Są narzędziami wykorzystywanymi w komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej przez tradycyjne instytucje rynku książki, autonomicznymi instrumentami rozpowszechniania i promocji publikacji, a wreszcie heterogenicznymi przestrzeniami dla społecznego życia książki. Dzięki mediom i nowym technologiom odbiorca otrzymuje niedostępne wcześniej formaty książki. Media tworzą nową płaszczyznę reprodukcji i prezentacji książki, będąc jednocześnie jej składnikiem tematycznym. Pozwalają także na upowszechnienie i wzmocnienie obecności książki w sferze życia społecznego, gdzie ma ona szansę zaistnienia w *mainstreamie* rozmaitych debat, co przyczynia się do jej popularyzacji. Zatem problem mediów na współczesnym rynku książki to nie tylko sprawa obiektywnej rzeczywistości rozwijającej się technologii oraz nowych potrzeb i praktyk czytelniczych, ale też nowych trendów produkcyjnych i dystrybucyjnych.

Podczas konferencji chcemy zadać pytania o naturę wzajemnych wpływów książki i mediów. Proponujemy rozważenie następujących zagadnień:

- status książki we współczesnej kulturze medialnej;
- mediatyzacja rynku książki;
- wpływ mediów na formę, treść i funkcje książki;
- książka w prasie, radiu, telewizji, kinie, Internecie;
- media społecznościowe jako przestrzeń funkcjonowania/życia książki;
- książka jako towar/produkt medialny;
- media w komunikacji marketingowej na rynku książki;
- media jako składnik tematyczny książki/literatury;
- media i technologie jako narzędzia reprodukcji i dystrybucji książki
- konsumpcja książki w dobie elektronicznej transmisji kultury pisma;
- nowe (zapośredniczone medialnie) praktyki lekturowe.

Można również zgłaszać tematy własne, wychodzące poza proponowane obszary.

Do udziału w konferencji zapraszamy badaczy komunikacji społecznej i mediów, bibliologów, literaturoznawców, filmoznawców, kulturoznawców, językoznawców, antropologów kultury, psychologów, socjologów i estetyków (zwłaszcza zajmujących się socjologią i estetyką książki i mediów) oraz przedstawicieli innych dyscyplin i profesji, którzy centrum swych badań i praktyki zawodowej uczynili książkę i/lub media.

Konferencja odbędzie się zdalnie, za pośrednictwem platformy MS Teams.

Udział w konferencji jest bezpłatny.

Proponujemy Państwu dwa podstawowe języki konferencji: polski i angielski.

Cenimy sobie czynny udział wszystkich uczestników: nie tylko jako referentów, ale także jako dyskusantów i inspirujących badaczy, zapraszamy więc do aktywnego udziału w całej konferencji.

Zgłoszenia udziału i propozycje tematów wraz z abstraktem (do 300 słów), prosimy przesyłać poprzez formularz <https://forms.gle/Cg54L5gAuBpBAHGE6> w terminie do **31 maja 2022 roku**.



Organizatorzy konferencji zastrzegają sobie prawo do wyboru referatów spośród nadesłanych zgłoszeń. **Autorzy zostaną powiadomieni o przyjęciu zgłoszeń w terminie do 5 czerwca.**

Po konferencji planujemy wydanie recenzowanej monografii wieloautorskiej (20 pkt.) w Wydawnictwie UMCS.

Serdecznie zapraszamy!

KOMITET NAUKOWO - PROGRAMOWY KONFERENCJI

Prof. dr hab. Iwona Hofman, Dyrektor Instytutu Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach UMCS w Lublinie

Prof. dr hab. Jadwiga Woźniak - Kasperek, Kierownik Katedry Bibliografii i Dokumentacji, Wydział Dziennikarstwa, Informacji i Bibliologii Uniwersytetu Warszawskiego

Dr Oleksandr Markovets, Head of Department of Social Communication and Information Science Department of Lviv Polytechnic National University

Dr Natalia Vovk, Senior Lecturer of Social Communication and Information Science Department of Lviv Polytechnic National University

Dr Natalia Błagovirna, Prorektor ds. pracy naukowej i komunikacji Lesya Ukrainka Volyn National University

Dr Olena Koszeliuk, Kierownik Katedry Komunikacji Społecznej, Lesya Ukrainka Volyn National University

Dr Maria Rożyło, adiunkt w Katedrze Komunikacji Społecznej, Lesya Ukrainka Volyn National University

Prof. dr hab. Nadiia Zelinska, Head of Department of Media Communications, Ukrainian Academy of Printing

Dr Nataliia Chernysh, Department of Media Communications, Ukrainian Academy of Printing

Dr Oksana Levytska, Department of Media Communications, Ukrainian Academy of Printing

Dr Halyna Lystvak, Department of Media Communications, Ukrainian Academy of Printing

KOMITET ORGANIZACYJNY

dr hab. Anita Has-Tokarz, prof. ucz.

dr Krystyna Kwapisiewicz-Hudzik

dr Renata Malesa

dr Grażyna Piechota

dr Kamil Stępień

