

STUDENTŲ ĮTRAUKIMO Į MOKSLINĘ VEIKLĄ SKATININAMOJO KONKURSO TEMA

Temos pavadinimas: Video turinio patrauklumo Z kartos atstovams tyrimas
Tikslas: Ištirti skirtingų video pranešimų patrauklumą ir juose naudojamų priemonių tinkamumą Z kartos atstovams.
<p>Trumpas temos vykdymo aprašymas (ne daugiau kaip 2000 ženklų):</p> <p>Socialinėse medijose vis daugiau turinio teikiama video formatu. Gausėja ir populiarnėmis tampa tos socialinių medijų platformos, kuriose teikimas būtent video turinys tiek organizacijų tiek asmeninėms reikmėms. Jų nauda ir pritaikymo galimybės plačiai tyrinėjamos ir mokslininkų, ir praktikų. Ši sritis yra itin dinamiška ir kintanti, o kiekvieno sprendimo tinkamumas ir patrauklumas skirtingo amžiaus vartotojams atskleidžia daug naujų plėtojimo aspektų. Z kartos atstovų elgsena kardinaliai skiriasi nuo X, Y kartų.</p> <p>Vis daugiau dėmesio skiriama Alfa kartos vartotojams ir jų elgsenai, nes tai nauji, vis didesnę perkamąją galią ir norą veikti internete turinti karta.</p> <p>Kartos atstovai renkasi socializuotis naudojantis internetu, vietoje gyvo bendravimo, daug laiko skiria kuriant savo socialinę tapatybę (Vižtelar, 2019; Puiu, 2016). Kinta mąstymas, pavyzdžiui Z kartos atstovai nebesistengia įsiminti pačios informacijos, bet įsimena ir gerai žino būdus ir kelius, kuriais ta informacija bus greičiau pasiekama (Opriš & Cenušă, 2017; Schweiger & Ladwig, 2018). Vis daugiau dėmesio skiriama DI (dirbtinis intelektas) ir jo generuojama turiniui, tačiau kyla klausimas koks turinys labiau skatina Z kartą veikti (kurtas DI ar žmonių, t.y. innfluencerių, menininkų, reklamos agentūrų).</p> <p>Tikslinga ištyrinėti Z kartos elgseną ir išsiaiškinti video produktų plėtojimo gaires, nes būtent ši karta artimuoju laikotarpiu taps pagrindine ekonomikos varomąja jėga.</p>
Temą siūlantis mokslininkas/dėstytojas: Doc. dr. Vida Davidavičienė