

A framework for an effective course in personal producing

Olena Ryzhko

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

<https://orcid.org/0000-0003-4478-214X>

Abstract. *The paper outlines an algorithm for developing an effective course in personal producing for the training of media production specialists. The proposed approach is based on introducing students to such concepts as the goals and values of a personal brand, strategies and tools of personal producing, as well as competent and result-oriented interaction with the subject of producing.*

Keywords: *personal brand, subject of producing, course content.*

Як створити ефективний курс із персонального продюсування

Олена Рижко

Київський національний

університет імені Тараса Шевченка, м. Київ

<https://orcid.org/0000-0003-4478-214X>

Анотація. *У тезах виступу запропоновано алгоритм створення ефективного курсу з персонального продюсування для підготовки фахівців із медіапродюсування, який ґрунтується на ознайомленні студентів із такими поняттями, як цілі та цінності персонального бренду, стратегія та інструменти персонального продюсування, грамотна та результативна взаємодія з суб'єктом продюсування.*

Ключові слова: *особистий бренд, суб'єкт продюсування, зміст курсу.*

Курс із персонального продюсування є частиною підготовки фахівців із медіапродюсування в Навчально-науковому інституті журналістики КНУ імені Тараса Шевченка вже п'ять років. І хоч дисципліна входить у блок вибірових, студенти обирають її для вивчення щороку. Також значимість її у підготовці майбутніх фахівців засвідчує й те, що основні поняття курсу увійшли в "Короткий словник медіапродюсера" [3], а студенти обирають теми, пов'язані з персональним продюсуванням, для підготовки кваліфікаційних робіт на здобуття бакалаврського ступеня, як-от роботи цьогорічних випускниць освітньої програми "Медіапродюсування" Софії Жилінської ("Персональне продюсування письменниці Сани Дутки") чи Анни Алабутової ("Продюсування професійного профілю фотографіні в соціальній мережі Instagram").

Ми розуміємо персональне продюсування як "діяльність, спрямовану на просування персонального бренду суб'єкта продюсування, виходячи зі стратегічної мети, пов'язаної з тим, що для суб'єкта продюсування важливо сказати, який продукт чи послугу представити і що про нього мають знати інші" [3, с. 236], а також підкреслюємо, що основою стратегії персонального продюсування є стратегічна мета [3, с. 236].

У різних вишах курс може складатися з різної кількості годин, але, як засвідчує п'ятирічний досвід його викладання, він буде ефективним, якщо вибудувати його довкола персонального (особистого) бренду суб'єкта продюсування, бо, власне, без персонального бренду нема персонального продюсування.

На наш погляд, у процесі вивчення дисципліни, студент має ознайомитися з такими поняттями, як цілі та цінності персонального бренду, стратегія та інструменти персонального продюсування, грамотна взаємодія з суб'єктом продюсування: його експертність, унікальна особистісна пропозиція, стиль, особисті історія, кодекс і технологія створення та представлення продукту чи послуги, бар'єри в спілкуванні та представленні себе як фахівця, здобутки та прорахунки (вдалі та невдалі робочі кейси, досягнення в цифрах тощо); а також зрозуміти, що вдалу співпрацю з суб'єктом продюсування можливо вибудувати лише тоді, коли засадничі цінності продюсера та суб'єкта продюсування збігатимуться.

Виходячи зі сказаного вище, можна обрати для курсу такі основні змістові компоненти:

1. Специфіка продюсування у сфері креативних індустрій.
2. Основи персонального (особистого) бренду.
3. Психологія особистої взаємодії та ортобіоз продюсера.
4. Стратегія персонального продюсування з урахуванням шляхів досягнення стратегічної мети і конкретних КРІ.
5. Офлайн та онлайн-інструменти персонального продюсування (від івентів до просування в соцмережах, сторітелінгу та нетворкінгу).
6. Співпраця з медіа. Медіакіт суб'єкта продюсування.
7. Кризові комунікації.
8. Створення ком'юніті як елемент реалізації стратегії персонального продюсування.

Працюючи з кожним компонентом, важливо добирати й аналізувати вдалі та невдалі кейси.

Крім того, для самостійної роботи студентів дієвим і цікавим, як, знову-таки, свідчить досвід, є реалізація проєкту з персонального продюсування. Робота над таким проєктом охоплює всі етапи його підготовки та реалізації: від визначення

суб'єкта персонального продюсування (можливе самопродюсування, якщо студент представляє себе як суб'єкта креативних індустрій — письменника, музиканта, модельєра і под.) і формування стратегії персонального продюсування до втілення складників означеної стратегії, аналізу їх реалізації та підготовки звіту за проектом.

Також ефективними в процесі викладання курсу є проведення майстер-класів від продюсерів чи фахівців із комунікацій і медіатехнологій. Приміром, студенти відзначили корисність зустрічей із Оленою Морозовою (кандидатка наук із соціальних комунікацій, фахівчиня з комунікацій) та Денисом Каплуновим (засновник агенції копірайтингу Kaplunoff, письменник, приділяє значну увагу персональному брендингу, зокрема у таких своїх книжках, як "Королі соціальних мереж" [1] та "Персональний брендбук" [2]).

Отже, на нашу думку, у процесі підготовки фахівця з медіапродюсування ефективним буде створення курсу з персонального продюсування, який органічно поєднає надання / актуалізацію знань щодо створення дієвої стратегії з персонального продюсування, яка ґрунтуватиметься на розумінні засад вибудовування, функціонування і основних завдань персонального (особистого) бренду будь-якого представника креативних індустрій, та інструментів для успішної реалізації цієї стратегії.

Список використаних джерел

1. Каплунов Д. Королі соціальних мереж. Як підвищити популярність, залучати клієнтів та будувати особистий бренд у соціальних мережах за технологією SOCIAL SELLING / Денис Каплунов; пер. О. Жукова. Київ : Видавництво Букшеф, 2022. 432 с.
2. Каплунов Д. Персональний брендбук. 111 інструментів, щоби стати найбільш затребуваним і високооплачуваним. Київ : Школа копірайтингу Дениса Каплунова, 2024. 288 с.
3. Короткий словник медіапродюсера / За наук. ред. Ю. Бондаря і Т. Крайнікової. Київ : 7БЦ ; ННІЖ КНУ імені Тараса Шевченка, 2025. 356 с.

