

Така стратегія сприяла б інтеграції українського креативного сектору в європейський простір та сприятиме розвитку культурного та творчого потенціалу України відповідно до Угоди про Асоціацію з ЄС.

Отже, розвиток креативного сектору України в контексті європейської інтеграції є важливим завданням, яке може призвести до зростання економічного потенціалу країни, підвищення її міжнародного престижу та покращення якості життя українських громадян.

Список використаних джерел

1. Іванов О.П. Креативний сектор України: сучасний стан та перспективи розвитку. Київ: Видавництво "Нова думка", 2021.
2. Петров В.М. Інноваційний розвиток креативного сектору в Україні. Львів: Видавництво "Університетська книга", 2020.
3. Сидоренко І.О. Аналіз впливу креативного сектору на економіку України. Економіка та інновації. 2022; 5(2): 45-58.

УДК 7.075:008:338.3-028.26

КРЕАТИВНІ ТРЕНДИ ПРОДЮСУВАННЯ В ЕПОХУ ЦИФРОВІЗАЦІЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СФЕРИ

С. В. Матяш, кандидат філософських наук,
доцент кафедри сценічного мистецтва і культури
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: продюсування, культура, соціокультурний простір, медіакомунікації.

Сучасні креативні практики в культурному середовищі базуються на такому інформаційному фундаменті, що дає мільйонній аудиторії можливість доступу до різноманітного контенту. А водночас брати участь в його створенні та поширенні всіма варіативними засобами. Це принципово змінює характер як комунікацій, так і продюсерських підходів до менеджменту в нових умовах.

Соціокультурне середовище перетворюється в позу локальну систему, де головними елементами є соціальна мережа, блог та різного роду видовищні «атракціони», транс медіа та інше.

Мільярди людей сьогодні живуть у мережевому просторі без кордонів.

Військові операції, Олімпійські ігри та виверження вулканів стають глобальним видовищем. А серіал завдяки постачальнику потокового мультимедійного контенту глядач бачить у всьому світі в день виходу.

Розмиваються чи взагалі зникають межі між інформацією і розвагою, між агрегатором мистецького контенту і його споживачем. Виникають принципово нові відносини і взаємодії між фахівцями креативних індустрій.

Мережевізація, цифровізація, трансмедійність та індивідуалізація комунікаційних дій призвели до фрагментації аудиторії, формування non-stop culture з глобалізованими ринками комунікацій. Відповідно, продюсери «цифрового» покоління, для яких зазвичай думати нелінійно та амбівалентно створюється перспектива стати самостійним виробником будь якого контенту без редакції, медійного каналу, великої творчої команди.

Якщо в традиційному розумінні продюсерська діяльність це фінансування, виробництво, розповсюдження продукту та його «монетизування», то інша творча і бізнес-стратегія стає домінуючою. Сучасна соціокультурна сфера передбачає насамперед придумати та продюсувати «історію», а потім втілити її засобами медіатехнологій в певну творчу індустрію. Портал про їжу, косметику, цифрову книгу, методи оздоровлення, віртуальний музей.....

Перелік може бути безкінечний. Інтеграція та синтез медіаплатформ, мережевого менеджменту, використання різних форматів та пошукових систем формує нові сучасні продюсерські бізнес-моделі.

Нова цифрова реальність стрімко створює умови для синергії традиційного кіно-, теле-, аудіовізуального і мульти-медійного продюсування. Воно перетворюється в трансмедійне, тобто стає частиною майбутньої DIY-культури (зроби сам). А коли продюсерський задум перетворюється на продукт, минаючи обов'язковий технологічний шлях, віртуальна соціокультурна реальність за рахунок включення в творчий процес емоцій інтерактивної публіки виникає нове продюсування — індивідуальне і колективне одночасно. В свою чергу поняття «креативні індустрії» є предметом широкої полеміки. А саме в сфері культури це явище зовсім нове. Його різноманітність досить широка - від кіно до комп'ютерних ігор, від музеїв до мультимедійної продукції.

Цифрова реальність є чинником креативної галузі культури та водночас рушійною силою її розвитку.

Саме тому подальші дослідження продюсерської діяльності в структурі соціокультурної сфери дозволяють виявляти проблеми в її реалізації, розуміти оптимальні стратегії її розвитку.

Розуміючи, що ефективність продюсерського менеджменту є своєрідним показником і каталізатором соціокультурного розвитку суспільства.