

МЕНЕДЖМЕНТ И ЕГО ВИДЫ В ТЕЛЕПРОИЗВОДСТВЕ

**Малика Гафуровна Исламова**

*Имени Мирзо Улугбека Национальный университет Узбекистана*

*Ташкент, Узбекистан*

*[malika.daniyeva@gmail.com](mailto:malika.daniyeva@gmail.com)*

**Аннотация:** *в данной статье рассматривается управление телевизионным производством и его виды, а также рассматриваются финансовые достижения и недостатки.*

**Ключевые слова:** *телевизионное производство, финансовые достижения, карьера, процесс, окружающая среда.*

Карьера телепродюсера охватывает несколько этапов, и каждый этап имеет свои задачи и направления. Эта деятельность осуществляется в сочетании творческого, технического и коммерческого аспектов. Основное содержание телепродюсерской деятельности. Карьера телепродюсера обширна и состоит из нескольких основных компонентов:

1. Творческий менеджмент

Творческая управленческая задача телепродюсера — разработка концепции проекта и его реализация. На этом этапе продюсер создает проектную идею или анализирует готовый сценарий и творчески развивает его. Процесс творческого управления включает в себя:

- Выбор и разработка идеи проекта
- Создание сценария или адаптация существующего сценария
- Выбор режиссера, актеров и другой творческой команды
- Определение визуальных и эстетических аспектов

2. Управление финансами и бюджетом

Одна из важных задач телепродюсера — найти необходимые финансовые ресурсы для проекта и правильно им управлять. Этот процесс влияет на коммерческий успех проекта. Процесс финансирования охватывает следующие задачи:

- Заключение договоров с инвесторами и спонсорами
- Планирование бюджета
- Контроль затрат
- Распределение средств на проект

3. Организационно-технический менеджмент

Продюсер также руководит техническими и организационными аспектами проекта. Этот процесс гарантирует, что проект будет разработан в

запланированные сроки и в соответствии со стандартами качества.

Организационное управление включает в себя следующие этапы:

- Планирование графика съемок
- Подготовка технических средств и оборудования
- Формирование и управление технической командой
- Контроль процесса съемки

#### 4. Маркетинг и распространение

Успех проекта зависит не только от его творческих и технических качеств, но и от того, как он будет распространяться и рекламироваться. Телепродюсер разрабатывает маркетинговую стратегию и управляет процессом доведения проекта до аудитории. Этот этап охватывает:

- Разработка маркетинговой кампании
- Рекламная и PR деятельность
- Определение демонстрации программы и каналов распространения
- Стратегии привлечения внимания аудитории

#### 5. Постпродакшн-процесс

После съемочного процесса продюсер также принимает активное участие на этапе пост-продакшна. На этом этапе редактируются материалы, добавляются звуковое и музыкальное оформление, подготавливаются спецэффекты и готовый продукт доводится до финального вида. Производитель контролирует следующие процессы:

- Сборка
- Звук и музыкальный дизайн
- Применение визуальных эффектов
- Подготовка готовой продукции к демонстрации

Важные аспекты карьеры телепродюсера:

1. Творческий и коммерческий баланс: телепродюсер должен поддерживать баланс между творческими и финансовыми ограничениями, чтобы творческий продукт был коммерчески успешным.

2. Сотрудничество и коммуникация: для эффективной работы телепродюсер должен тесно сотрудничать с творческой командой, технической командой, инвесторами и телеканалами.

3. Инновационное мышление: в современном телевидении продюсерам приходится постоянно искать новые форматы, жанры и технологии, обновлять творческие подходы.

В результате телепроизводство-это многогранный процесс, сочетающий в себе творческий, технический и финансовый аспекты, обеспечивающий качественную и успешную реализацию телепроектов.

**ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:**

1. Гончаревская Н. В. Компетенции продюсера в деятельности журналиста. Випускная квалификационная по специальности «Журналистика»(научно-исследовательская работа). Санкт-Петербургский государственный университет. Журналист Высшей школы и массовых коммуникаций. Факультет журналистики. Санкт-Петербург, 2016.

2. Вартанова Е. Л. Цифровое телевидение I трансформация медиасистемы. О необходимости междисциплинарных подходов к изучению современного телевидения // Вестник моск. ун-та. Сер. 10. Журналистика. 2011. № 4. С. 6-26.

3. Как это делается: продюсирование в креативных индустриях. Статистика, лекции, интервью, мастер-класс. Качкаева А., Новикова А., Юркина Р. (ред.). М.: Издательские решения, 2016.

4. Кемарская И. Н. Телевизионный редактор: Учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2009.