

POPULIARIOSIOS MUZIKOS ATLIKĖJO IR VADYBININKO BENDRADARBIAVIMO YPATUMAI

Edita Jezerskytė, Elena Puidokaitė

Lietuvos muzikos ir teatro akademija

Kūrybos namai „Elitaz“

Įvadas

Šiandieninė pramogų ir muzikos verslo rinka labai aktyvi, todėl vis didėjanti muzikos pasiūlos įvairovė, informacinių technologijų skvarba, rinkos globalizacija verčia populiariosios muzikos atlikėjus keistis ir prisitaikyti prie naujų sąlygų. Vis dažniau akcentuojama, kad svarbu derinti muzikos vadybininko ir atlikėjo veiklas, plečiant bendradarbiavimą. Kaip ir bet kuriame versle, taip ir muzikos sferoje, bendradarbiavimas yra labai svarbus veiksnys, tačiau pastebima, kad POP muzikos atlikėjų ir vadybininkų bendradarbiavimas neturi gilių tradicijų, nusistovėjusių metodų, aiškių veiklos pasiskirstymo principų. Mokslinėje literatūroje (Kusek, Leonhard, 2005; Allen, 2007; Passman, 2009; Thall, 2010; J. Brabec, T. Brabec, 2011) muzikos vadyba nagrinėjama įvairiais aspektais: vadybos metodų, teisiniais, vadybinių igūdžių tobulinimo, naujausių technologijų pritaikymo galimybių. Tačiau POP muzikos atlikėjo ir muzikos vadybininkų veiklos specifika bendradarbiaujant menkai analizuota, ši tema dažniausiai pristatoma apibendrintai, kaip viena iš kultūros sričių, neatsižvelgiant į muzikos veiklos specifika.

Straipsnio tikslas – atskleisti populiariosios muzikos atlikėjo ir vadybininko bendradarbiavimo ypatumus.

Uždaviniai: Atskleisti populiariosios muzikos atlikėjo ir vadybininko veiklų specifika; nustatyti populiariosios muzikos atlikėjo ir vadybininko bendradarbiavimą lemiančius veiksnius.

Tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė; dokumentų analizė; interviu; kokybinė turinio (content) analizė.

POP muzikos atlikėjo ir vadybininko bendradarbiavimo ypatumai teoriniu aspektu

Muzikos vadybininkų veiklos specifika. D. Bluvšteinas (2004), kalbėdamas apie atlikėjo vadybininką, akcentuoja, kad jis yra artimiausias atlikėjo bendradarbis, jo patarėjas, gynėjas ir atstovas visiems muzikos verslo klausimams. H. Rauhe (2004) pabrėžia, kad muzikos vadybininkui itin svarbu gebėti rasti būdų, kaip *tiesti tiltus tarp administratoriaus veiklos technikos ir kūrybiškos kultūrininko laisvės*. Taigi, muzikos vadybininkui priskiriamas administratoriaus vaidmuo. Kalbant apie muzikos vadybininką, pirmiausia galima akcentuoti, kad jo veik-

la siejasi su pagrindinėmis vadybos funkcijomis, t. y. planavimu, organizavimu, vadovavimu, kontrole. P. Allen (2007) įvardija kelias muzikos vadybininko veiklos roles: veiklos administratoriaus, prodiuserio, atlikėjo vadovo bei ugdytojo, o D. Bluvšteinas (2004) muzikos vadybininko veiklą sukonkretina šiomis funkcijomis: vadybinės grupės sudarymas, koordinavimas ir administravimas; atlikėjo įvaizdžio formavimas; kūrybinė pagalba, parenkant repertuarą, muzikantus, prodiuserius ir kt.; sutarčių sudarymas ir efektyvaus jų vykdymo užtikrinimas; darbas su žiniasklaida ir viešųjų ryšių puoselėjimas; atlikėjo instrumentų ir techninės įrangos priežiūra; atributikos projektavimo, gamybos ir prekybos organizavimas; koncertų, gastrolių ir viešų pasirodymų koordinavimas; paramos iš verslo rėmėjų ir reklamos užsakymų gavimas.

Apibendrinant galima teigti, kad muzikos vadybininkas, vykdydamas savo veiklą, atlieka nemažai skirtingų funkcijų. Be tokių funkcijų kaip atlikėjo karjeros planavimas, tikslų ir strategijos nustatymas, vadybininkai taip pat turi plėtoti veiklos planą, spręsti teisinius ir finansinius klausimus, organizuoti pasirodymus, parengti muzikinio produkto rėmimo ir pardavimo planus.

POP muzikos atlikėjų veiklos ypatumai

POP muzika apibrėžiama kaip tikslingai nuolat besikeičianti muzikos kryptis, kuri atskleidžia gyvenamojo meto aktualijas, tendencijas (Rojek, Chr, 2011). S. Jones (2002) teigia, kad POP muzika orientuota į jauną nesuvaržytą klausytoją, ji neįpareigoja ir neturi ribų. Tad galima teigti, kad POP muzika yra lengva, skirta masiniam vartojimui, kuri atskleidžia laikmečio tendencijas ir madas. M. Weiss, P. Gaffney (2003) teigia, kad *POP muzikos atlikėjas atstovauja tokį muzikos žanrą, kuris yra pritaikytas plačiajai auditorijai ir nuolat prisitaikantis prie naujausių tendencijų*. Apibendrinant galima teigti, kad POP muzikos atlikėjai – tai grupė žmonių (vienas asmuo), grojantys / dainuojantys populiariosios muzikos kūrinius. Muzika gali būti atliekama gyvai arba įrašyta skaitmeninėse laikmenose.

Remiantis *Populiariosios muzikos atlikėjo rengimo standartu* (2008), galima išskirti kelias POP muzikos atlikėjo veiklas (1 lentelė): koncertinę, muzikos programų rengimą, dalyvavimą kultūriniame gyvenime.

1 lentelė. *Populiariosios muzikos atlikėjo veiklos sritys ir kompetencijos*

Veiklos sritys	Kompetencijos
Koncertinė atlikėjo veikla	Valdyti balsą ar / ir muzikos instrumentą Atlikti solines ir ansamblines populiariosios muzikos programas Akompanuoti balsui ar / ir muzikos instrumentui Plėtoti muzikinę mintį
Muzikos programų rengimas	Skaityti ir analizuoti muzikinių tekstą Savarankiškai rengti populiariosios muzikos programą Taikyti ir aranžuoti populiariosios muzikos kūrinius įvairiems muzikos instrumentams ir / ar vokaliniais ansambliams
Dalyvavimas kultūriniame gyvenime	Vertinti kultūrinio gyvenimo reiškinius Plėtoti muzikinę ir sceninę kultūrą Bendrauti ir bendradarbiauti su socialiniais partneriais

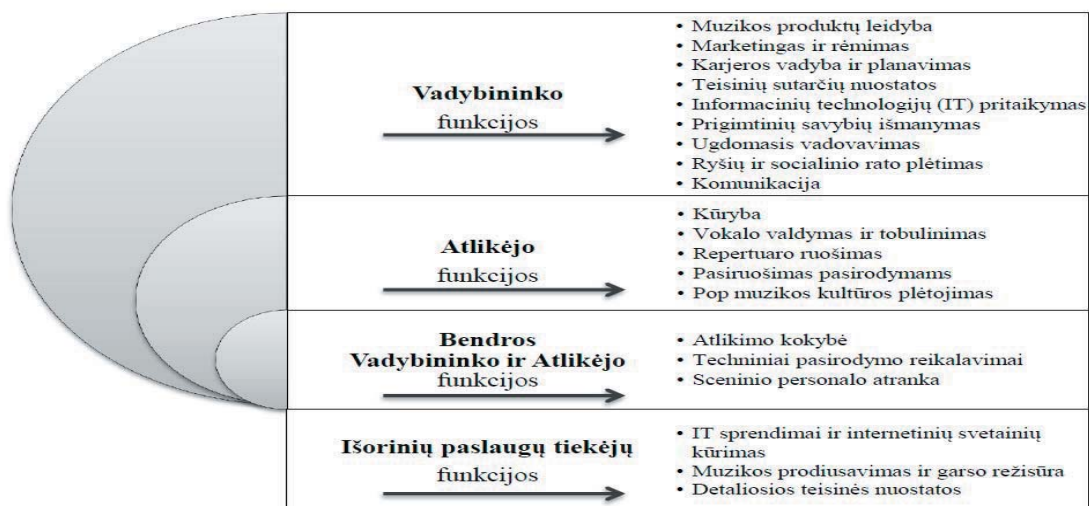
Įvertinus lentelės įrašus, galima teigti, kad muzikos atlikėjas, repetuodamas ir rengdamas pasirodymus žiūrovams, turi lavinti savo profesinius gebėjimus, privalo mokėti parinkti muzikinę programą ir ją pristatyti klausytojui, kad patenkintų jo poreikį. POP muzikos atlikėjas taip pat turi aktyviai dalyvauti kultūriniame gyvenime ir įdėti savo indėlį į muzikos kultūrą.

Populiariosios muzikos vadybininko ir muzikos atlikėjo bendradarbiavimo ypatumai

Muzikos versle vadybininkas tampa atlikėjo gyvenimo dalimi, nes koordinuoja jo veiklą. Kaip teigia K. Kumpulainen ir S. Kaartinen (2004), bendradarbiavimas gali būti apibrėžtas kaip koordinuojama veikla, kurios metu dalyviai kartu svarsto ir sprendžia problemą, kad pasiektų bendrą rezultatą. Kad ši veikla būtų koordinuojama, už ją turi būti atsakingas konkretus asmuo. Tai galėtų būti atlikėjo vadybininkas. Bendri tikslai skatina visapusišią išsipareigojimą, bendrą veiklą ir leidžia kurti bendrą viziją. Todėl būtini geri muzikos vadybininko ir muzikos atlikėjo tarpusavio santykiai, kuriems kurti reikia

efektyvių socialinių gebėjimų. Anot Q. Wang ir M. L. Woo (2010), yra dvi pagrindinės bendradarbiavimo *atramos: asmeninė atsakomybė ir pozityvi tarpusavio sąveika*. Asmeninė atsakomybė padeda nustatyti, kiek kiekvienas grupės narys prisidėjo prie veiklos, kad būtų pasiekti numatyti tikslai. Pozityvi tarpusavio sąveika gali būti prilyginta dalyvių bendrumui ir pagalbai vieni kitiems. Vadinasi, bendradarbiavimas leidžia muzikos atlikėjui ir jo vadybininkui sukurti atskaitomybės sistemą, keistis svarbia informacija, spręsti problemas, įrodyti abipusį susidomėjimą ir pasitikėjimą.

Siekiant praktiškai įvertinti populiariosios muzikos atlikėjo ir vadybininko bendradarbiavimo galimybes, būtina išanalizuoti abiejų bendradarbiujančių pusių atliekamas funkcijas bei jų tarpusavio sąsajas. Kiekvienas POP muzikos atlikėjas siekia bendradarbiauti su tuo vadybininku, kuris išnaudoja jo talentą ir randa būdų jo muzikiniams įgūdžiams tobulinti. Todėl POP muzikos atlikėjai tikisi, kad vadybininkas gebės užpildyti tas sritis, kur muzikos atlikėjui trūksta kompetencijų. Yra sričių, kuriose muzikos vadybininko ir atlikėjo funkcijos susipina (Weiss, Gaffney, 2003).



1 pav. POP muzikos atlikėjų ir vadybininkų funkcijos bendradarbiaujant

Remiantis 1 pav. įrašais galima teigti: sėkmingiausio bendradarbiavimo pasiekama, kai muzikos vadybininkas ir POP muzikos atlikėjas geba suderinti stipriąsias savo puses ir pasireikšti srityse, kuriose jie turi daugiausia kompetencijų. Be to, abi bendradarbiaujančios pusės derina savo gebėjimus, išgales srityse, kuriose tiek POP muzikos atlikėjai, tiek jų vadybininkai turi pakankamai kompetencijų. O funkcijos, kurioms vykdyti atlikėjas ir jo vadybininkas stokoja kompetencijų, patikimos išoriniams tiekėjams.

POP muzikos atlikėjo ir muzikos vadybininko bendradarbiavimo ypatumų tyrimo metodika

Tyrimo metodai. Reikalingiems duomenims apie populiariosios muzikos atlikėjų ir vadybininkų bendradarbiavimo ypatumus surinkti taikytas interviu metodas.

Tyrimo instrumentas. Tyrimo klausimai sudaryti atlikus mokslinę literatūros analizę – remtasi P. Allen (2007), Cultural Human Resources Council (2006), D. Baskerville, T. Baskerville (2009), M. Weiss, P. Gaffney, (2003). Interviu esminiai klausimai buvo suformuluoti atsižvelgiant į tyrimo tikslą. Akcentuotina, kad informantai buvo dviejų tipų: populiariosios muzikos atlikėjai ir vadybininkai, todėl parengti du tyrimo instrumentai, t. y. interviu klausimai kiekvienai informantų grupei buvo orientuoti į jų veiklos specifiką.

Tyrimo imtis. Taikytas *netikimybinis tikslinis tiriamųjų grupės formavimas*. Pasak V. Žydzūnaitės (2006), tikslingą atranką sudaro kintamieji, kurie atitinka tyrėjo numatytus imties atrankos kriterijus:

1. *Numatyti šie populiariosios muzikos atlikėjų imties kriterijai:* aukštasis muzikinis išsilavinimas; kompetentingi savo veiklos srityje – ne mažiau kaip 5 metai sceninės patirties; aukšta populiarumo kartelė; patirtis dalyvaujant tarptautiniuose projektuose ar konkursuose; išleistas bent vienas albumas; surengtas bent vienas koncertinis turas; bendradarbiavimas su muzikos atlikėjų vadybininku.
2. *Numatyti šie vadybininko imties kriterijai:* ne mažesnė nei 10 metų patirtis muzikos atlikėjų vadybos srityje; ieškantys naujų atlikėjų; šiuo metu dirba su populiariais atlikėjais; dirbęs su tarptautiniais projektais arba išvežęs savo atlikėjus koncertuoti į užsienį; vadovauja muzikos atlikėjų vadybinei įmonei.

Buvo pasirinkti 5 populiariosios muzikos atlikėjai ir 5 vadybininkai.

Populiariosios muzikos vadybininkų ir muzikos atlikėjų bendradarbiavimo ypatumų tyrimo rezultatai

Muzikos vadybininkų veiklos specifiška. Muzikos vadybininko veikla apima keletą pagrindinių

funkcijų: veiklos administratoriaus, prodiuserio, vadovo ir ugdytojo. Atlikdamas veiklos administratoriaus rolę, vadybininkas derina pasirodymų grafikus ir sutartis, techninius aptarnavimo reikalavimus, apgyvendinimo klausimus koncertinių turų metu, atlikėjo logistiką, komforto reikalavimus, būtent: *...atlikėjas samdo vadybininką jo veikla administruoti...* Administruodamas POP muzikos atlikėjo veiklą, vadybininkas atlieka technines ir organizacines veiklas, t. y. turi užtikrinti, kad atlikėjas nesirūpintų administraciniais klausimais. Kaip prodiuseris, vadybininkas planuoja atlikėjo karjerą, formuoja įvaizdį, valdymo finansus, kelia tikslus, veda derybas su leidėjais ir užsakovais, administruoja internetinį puslapį, planuoja viešinimą ir populiarinimą, sprendžia teisinius klausimus: *...formuojamas jo įvaizdis, rūpinamasi muzikos įrašais, koncertine veikla...*

Kaip ugdantysis vadovas, atlikėjų vadybininkas siekia motyvuoti ir paskatinti atlikėją visose situacijose, o sudėtingais ir įtemptais momentais turi gebėti padėti atlikėjui rasti teisingą sprendimą. *Vadybininko pareiga – pamatyti gerąsias atlikėjo savybes ir stiprybes bei motyvuoti atlikėją.* Motyvuotas ir paskatintas POP muzikos atlikėjas siekia dar geresnių rezultatų ir kokybiškesnio savo funkcijų vykdymo, o toks bendradarbiavimas duoda sinerginių rezultatų.

Taigi, įvairiose situacijose vadybininkas turi prisitaikyti ir atlikti kelias roles: veiklos administratoriaus, prodiuserio arba ugdančiojo vadovo.

POP muzikos atlikėjų veiklos specifiška. Pasak POP muzikos atlikėjų, viena svarbiausių jų veiklų yra *muzikos atlikimas*. Ši funkcija reikalauja ypatingo įsitraukimo – *...muzikos pristatymas klausytojui turi eiti iš širdies...* Atlikėjas ne tik turi suprasti atliekamą muziką, tačiau asmeniškai įsitraukti į skleidžiamą žinutę, pagrindinę atliekamo kūrinio mintį: *...muzikos kūrėjui yra svarbu žinoti, ką jis nori pasakyti klausytojui, o atlikėjui svarbu suvokti, kaip pasakyti...* Būtent, dėl didelio įsitraukimo ir noro pasiekti klausytojų širdis POP muzikos atlikėjai stengiasi kruopščiai atrinkti repertuarą, kuris teiktų pasitenkinimą ir kartu atitiktų klausytojų poreikį: *...šiaip žmonių muzikinis skonis man neleidžia to daryti, nuo klasikos tenka nukrypti...* Ši dviprasmiška užduotis sudėtinga ir reikalauja iš atlikėjų ypatingų sugebėjimų taip interpretuoti ir pateikti muziką, kad klausytojai išgirstų, suprastų, pamėgtų ne tik pačią muziką, bet ir jos atlikimą. Pagrindinė POP muzikos atlikėjų veiklos užduotis – kokybiškai pristatyti muzikinį kūrinį ir įgyvendinti atlikimo idėjas, todėl visas savo pastangas atlikėjas kreipia šiai muzikinės veiklos sričiai vystyti.

Dar viena muzikos atlikėjo veikla – *muzikos kūrimas*. Savo kūrybos atlikimas, pasak POP muzikos atlikėjų, yra ypatinga privilegija, kuri suteikia-

ma ne kiekvienam atlikėjui: ...o jeigu tavo muzika ir atlikimas randa savo klausytoją, tai yra geriausias rezultatas, kurio atlikėjas gali tikėtis... Šiuo požiūriu talentingi atlikėjai visapusiškai išnaudoja savo galimybes ir patenkina saviraiškos poreikį.

Populiarumas atlikėjui svarbus ne tik dėl galimų didesnių koncertinių pajamų. Toks veiksnys tenkina atlikėjo vidines ambicijas: ...*bendravimas su gerbėjais patenkina ambicijas...* Pradėdamas muzikinę karjerą, atlikėjas turi įvertinti, ar jis tikrai turi sugebėjimų dėmesiui patraukti, nes klausytojas muzikos atlikimą dažnai tapatina su asmenybe, todėl dėmesio rodymas – tai ir kūrinio atlikimo ir asmenybės vertinimas: ...*populiarumas yra pats geriausias atlikėjo darbo įvertinimas...* Visuomenės susidomėjimas stiprina POP muzikos atlikėjo pasitikėjimą savimi ir savo veikla, rodo, kad atlikėjas yra įdomus ir kompetentingas. Susidomėjimas yra ir motyvacijos šaltinis, skatinantis įgyvendinti augančias atlikėjo muzikines ambicijas.

Apibendrinant POP muzikos atlikėjų vadybininkų veiklos specifiką, galima teigti, kad įvairiose situacijose vadybininkas turi prisitaikyti ir atlikti kelias roles: veiklos administratoriaus, prodiuserio arba ugdančiojo vadovo. Tuo tarpu POP muzikos atlikėjui deleguojamos šios funkcijos: muzikos atlikimas ir kūrimas, atlikėjo populiarumo didinimas. Atlikėjai turi orientuotis į muzikos atlikimą, nes tai yra pagrindinė jų veiklos dalis. Muzikos kūrimas, nors ir ne pagrindinė POP muzikos atlikėjų veiklos dalis, bet tenkina jų muzikines ambicijas. Populiarumo didinimas atveria atlikėjams galimybių daugiau uždirbti iš savo veiklos, virsta tam tikru rezultatų įvertinimu ir motyvavimo šaltiniu. Todėl galima teigti, kad kiekviena iš bendradarbiaujančių pusių gali vystyti savo veiklas, o kartu, derindami ir koordinuodami užduočių vykdymą, ir pasiekti puikių rezultatų.

Reikalavimai muzikos vadybininkams ir POP muzikos atlikėjams. Vadybininkai pabrėžia, kad svarbu išlaikyti *profesionalumą*, siekia ir tikisi, kad atlikėjas taip pat išlaikytų savo veiklos standartus: ...*Noriu, kad tai būtų geras produktas, gera muzika...*; ...*kokybė, įdomumas – kad tai būtų geras produktas...*

Šiandieniniame konkurencingame muzikos versle labai svarbu pateikti originalų produktą, išsiskirti iš konkurentų ir pavergti gerbėjų širdis: ...*gera muzika turi būti originali ir įdomi...* Atlikėjų vadybininkai siekia bendradarbiauti su talentingais ambicingais muzikos / dainų atlikėjais.

Kaip ir kiekvienoje meno šakoje, taip ir muzikoje *kūrybiškumas* yra neatsiejama savybė, kurią privalu nuolat puoselėti. Išaiškinta, kad viena iš vertingiausių atlikėjų savybių yra kūrybiškumas, jų nestandartinis požiūris: ...*atlikėjas turi norėti ne kažką pakartoti, o sukurti tai, kas nauja, padaryti tai profesionaliai, kokybiškai ir įdomiai...*

Kaip rodo tyrimo rezultatai, viena iš svarbiausių muzikos vadybininkų savybių, muzikos atlikėjų nuomone, – *pasitikėjimas*: ...*Tai turėtų būti žmogus, kuriuo aš visiškai pasitikėčiau...*

Tyrimo rezultatai atskleidė, kad muzikos vadybininkas turėtų pasižymėti ir *verslumu*: *Vadybininkas vertina, ar investicijos ir darbas atsipirks.* POP muzikos atlikėjai tikisi, kad vadybininkas gebės pritraukti investicijų ir rėmėjų, įvertinti riziką, suvaldyti biudžetą ir pinigų srautus, gebės suorganizuoti pelningus pasirodymus: *Vadybininkė žino, ką padaryti, kad aš pasirodyčiau kuo geresnėse salėse ir uždirbčiau kuo daugiau.* Todėl muzikos atlikėjams svarbu, kad vadybininkas išmanytų verslo principus, finansų valdymą ir kt.

POP muzikos atlikėjai įvardija pagrindines sritis, kuriose, jų nuomone vadybininkas, panaudodamas savo *kompetenciją*, galės pasiekti bendrus tikslus: *apsišvietęs... muzikos srityje; išmano rinką; atlieka sekretorės-administratorės darbą; turi... supratimą apie viešuosius ryšius.* Bendradarbiaudami su vadybininkais, POP muzikos atlikėjai tikisi praplėsti savo galimybes, supratimo ribas, pagerinti veiklos kokybę.

Sėkmingą bendradarbiavimą lemiantys veiksniai

Tiek vadybininkų, tiek atlikėjų bendradarbiavimo procesas turi būti grįstas susitarimais, bendromis nuostatomis ir darbo formomis. 1 lentelėje pateikiami veiksniai, lemiantys sėkmingą atlikėjų ir vadybininkų bendradarbiavimą.

1 lentelė. *Sėkmingą bendradarbiavimą lemiantys veiksniai*

Kategorija	Subkategorija	Patvirtinantis teiginys
Sėkmingą bendradarbiavimą lemiantys veiksniai	Funkcijų pasiskirstymas	Kiekvienas turi daryti savo... ...kiekvienas turi atlikti savo darbą gerai, tik tada galima tikėtis rezultato...
	Kompetencijos	Ir kiekvienas savo darbą turi daryti gerai... ...tik tada, kai kiekvienas išmano tai, ką daro, galima kalbėti apie bendrus tikslus
	Komandinis darbas	...kad pasiektume gerų rezultatų, tam reikia komandos...; ...atlikėjas ir vadybininkas turi bendrą viziją... ...dirbti vardan bendro tikslo...

Sėkmingą bendradarbiavimą lemiantys veiksniai	Įvaizdžio išlaikymas	Jeį pats ir dainuoja, ir atlieki vadybininko vaidmenį, labai nukenčia įvaizdis... Tikrai geras atlikėjas neprivalo mokėti parduoti savęs...; ...būna tokių nepatogių momentų, kai reikia pačiam skambinti ir kalbėtis su užsakovais...
	Naujų galimybių išnaudojimas	...vadybininkas turi turėti gerą akį ir matyti atlikėjo perspektyvas... ...vadybininko nuojauta, kurią formuoja patirtis ir kompetencija, yra svarbiausia savybė, nes muzikos verslas yra labai nepastovus, banguojantis... Atlikėjas, kuris gyvena savo kūrybos pasaulyje, neturi galimybių sužinoti apie esančias galimybes....
	Tobulėjimas	Bendradarbiaujant su vadybininku, atsiranda galimybė tobulėti, nes yra kažkas, kas pamato viską iš šono, pataria...

Bendradarbiavimas bus produktyvus ir rezultatyvus, jei bus pasiskirstyta funkcijomis, atsakomybėmis. Kiekviena iš bendradarbiaujančių pusių turi aiškiai žinoti ir suvokti savo funkcijas ir užduotis bei užtikrinti, kad šios būtų vykdomos. POP muzikos atlikėjai tikisi, kad, bendradarbiaudami su vadybininkais, turės daugiau galimybių taikyti naujas technologijas, efektyviau rinktis komunikacijos kanalus. Atlikėjai tikisi, kad bendradarbiavimas su vadybininkais padės išlaikyti susikurtą įvaizdį. POP muzikos atlikėjai pabrėžia komandinio darbo svarbą, kurio įgyvendinimas padeda siekti užsibrėžtų tikslų.

POP muzikos vadybininkai išskiria šiuos aktualiausius bendradarbiavimo privalumus: funkcijų pasiskirstymą, kompetencijas, komandinį darbą. Apibendrinus POP muzikos atlikėjų nuomonę apie bendradarbiavimą su vadybininkais, išryškėjo, kad labiausiai vertinama galimybė pasiskirstyti funkcijomis, išsaugoti susikurtą įvaizdį, geriau išnaudoti naujas technologijas, puoselėti komandinį darbą ir nuolatinį tobulėjimą.

Bendradarbiavimo problemos. Bendros veiklos metu neišvengiami nesupratimai, ypač, kai kalbama apie skirtingų sričių specialistų bendradarbiavimą (2 lentelė).

2 lentelė. *Problemoms, kylančioms bendradarbiaujant su atlikėjais*

Kategorija	Subkategorija	Patvirtinantis teiginys
Problemoms, kylančioms bendradarbiaujant	Psichologinės ir emocinės	Būna įvairių nestabilumų... ...prieš pasirodymus visada būna įtampa ...dideli darbo krūviai dažnai priveda prie emocijų nevaldymo ...kartais tenka guosti, raminti, o kartais – pamokyti...
	Susireikšminimas	...atsiranda taip vadinamoji žvaigždžių liga... ...ateidami pas tave pro duris nebetelpa..., kartais tenka ir atsisveikinti... ...dėmesio gavęs žmogus susireikšmina...
	Įsipareigojimų nevykdymas	Atlikėjai neįvykdo savo įsipareigojimų laiku... Tinginystė ir pareigingumo stoka...

POP muzikos atlikėjų vadybininkai išskiria šias bendradarbiavimo problemas: psichologines ir emocines, susireikšminimą, įsipareigojimų nevykdymą. POP muzikos vadybininkas turėtų atvirai komunikuoti su atlikėjais, kai jie laiku nevykdo savo įsipareigojimų, nes, esant abipusiam supratimui, tokios problemos turėtų būti nesunkiai išsprendžiamos. Vadybininkų išryškinta svarbiausioji problema – POP muzikos atlikėjų susireikšminimas. Tiesa, jos nemini POP muzikos atlikėjai. Pastebėta, kad vadybininkai nurodo iš atlikėjo pusės kylančias problemas, tačiau nutyli tas, kurios kyla dėl jų kompetencijos, žinių ar patirties stokos. Galima teigti, kad pagrindinė problema yra pasitikėjimo stoka. Labai svarbu numatyti priemones, kurios sustiprintų abipusį pasitikėjimą: atvirą komunikavimą, aiškų atsakomybių pasiskirstymą, tikslus planus, detalias sutartis ir įsipareigojimų laikymąsi, aiškiai apibrėžtą bendradarbiavimo naudą.

Išvados

1. Pagrindinės muzikos vadybininko funkcijos: vadybinės grupės sudarymas, koordinavimas ir administravimas; atlikėjo įvaizdžio formavimas; kūrybinė pagalba, parenkant repertuarą, muzikantus, prodiuserius, satarčių sudarymas ir efektyvaus jų vykdymo užtikrinimas; darbas su žiniasklaida ir viešųjų ryšių vystymas; atlikėjo instrumentų ir techninės įrangos priežiūra; atributikos projektavimo, gamybos ir prekybos organizavimas; koncertų, gastrolių ir viešų pasirodymų koordinavimas; paramos iš verslo rėmėjų ir reklamos užsakymų gavimas.
2. Pagrindinės populiariosios muzikos atlikėjo veiklos: koncertavimas, muzikos programų rengimas, dalyvavimas kultūriniame gyvenime.
3. Muzikos vadybininko ir POP muzikos atlikėjo bendradarbiavimas suprantamas kaip bendros

- veiklos siekimas, bendrų tikslų, darbo būdų numatymas, dalijimasis turima patirtimi ir bendrai prisiimama atsakomybe.
4. Muzikos vadybininkas ir muzikos atlikėjas sėkmingai bendradarbiauja tada, kai muzikos vadybininkas ir POP muzikos atlikėjas geba suderinti stipriąsias savo puses ir pasireikšti srityse, kuriose jie turi kompetencijų. Funkcijos, kurių vykdymui tiek POP muzikos atlikėjas, tiek jo vadybininkas stokoja kompetencijų, yra patikimos išoriniams tiekėjams, kurie techniškai išpildo POP muzikos atlikėjų ir jų vadybininkų suformuluotus reikalavimus.
 5. Muzikos vadybininkas turi atlikti veiklos administratoriaus, prodiuserio arba ugdančiojo vadovo roles. POP muzikos atlikėjų pagrindinė veikla: muzikos atlikimas ir kūrimas, atlikėjo populiarumo didinimas. Kiekviena iš bendradarbiaujančių pusių gali vystyti savo veiklas, derindami ir koordinuodami užduočių vykdymą.
 6. POP muzikos atlikėjai bendradarbiavimą vertina kaip galimybę pasiskirstyti funkcijomis, išlaikyti susikurtą įvaizdį, didesnę naujų galimybių išnaudojimą, finansinių išteklių užtikrinimą, komandinį darbą ir nuolatinį tobulėjimą. Muzikos vadybininkas turėtų pasirūpinti POP muzikos atlikėjo įvaizdžio kūrimu, finansinių išteklių užtikrinimu, marketingo plano sukūrimu, tikslų užsibrėžimu ir įgyvendinimu.
 7. POP muzikos vadybininkai išskiria šiuos esminius bendradarbiavimo privalumus: funkcijų pasiskirstymą, kompetencijas, komandinį darbą.
 8. POP muzikos atlikėjai labiausiai vertina galimybę pasiskirstyti funkcijomis, išlaikyti susikurtą įvaizdį, didesnę naujų galimybių išnaudojimą, komandinį darbą ir nuolatinį tobulėjimą.
 9. POP muzikos atlikėjų vadybininkai išskiria psichologines ir emocines problemas, kylančias bendradarbiaujant su atlikėjais, jų susireikšminimą, išipareigojimų nevykdymą.
 3. Brabec J., Brabec T., 2011, *Music Money and Success 7th Edition: The Insider's Guide to Making Money in the Music Business*. USA: Omnibus Press.
 4. Bluvšteinas D., 2004, *Muzikos verslo struktūros apžvalga*. Meno aritmetika: kultūros vadyba Lietuvoje. Vilnius: Tyto Alba.
 5. Cultural Human Resources Council, 2006, *Survey of Training Offerings and Assessment of Training Needs for Artist Managers in the Music Industry*. Kanada.
 6. Jones S., 2002, *Pop Music and the Press*. USA: Temple University Pres.
 7. Kin M., 2009, *Music Marketing: Press, Promotion, Distribution, and Retail*. USA: Berklee Press Publications.
 8. Kumpulainen K., Kaartinen S., 2004, *Negotiating a shared understanding in collaborative problem solving dyads*.
 9. Kusek D., Leonhard G., 2005, *The Future of Music: Manifesto for the Digital Music Revolution*. New York: Berklee Press.
 10. Passman D. S., 2009, *All You Need to Know About the Music Business*. Simon & Schuster, Rev&Updtd edition.
 11. Populiariosios muzikos atlikėjų rengimo standartas. Lietuvos Respublikos Švietimo ir mokslo ministerija ir Socialinės apsaugos ir darbo ministerija. Vilnius (2008). Parengta Europos Sąjungos ir Lietuvos respublikos lėšomis, įgyvendinant projektą Nr. BPD2004-ESF-2.4.0-01-04/0156 „Nacionalinės profesinio rengimo standartų sistemos plėtra“.
 12. Posey L., Lyons L., 2010, *The instructional design of online collaborative learning. Collaborative learning: methodology, types of interactions and techniques*. New York: Nova Science Publishers, Inc. P. 363–370.
 13. Rauhe H., Demmer C., 2004, Kultūros vadyba: profesionalaus meno teorija ir praktika.
 14. Rojek Chr., 2011, *Pop Music, Pop Culture*. UK: Polity Press.
 15. Thall P. M., 2010, *What They'll Never Tell You About the Music Business: The Myths, the Secrets, the Lies (& a Few Truths)*. New York: Billboard Books.
 16. Wang Q., Woo H. L., 2010, *Supporting collaborative learning by using web 2.0 tools. Collaborative learning: methodology, types of interactions and techniques*. New York: Nova Science Publishers, Inc. P. 301–316.
 17. Weiss M., Gaffney P., 2003, *Managing Artists in POP music. Wha every Artist and Manager Must know to Succeed*. New York: Allworth Press.
 18. Žydžiūnaitė V., 2006, *Taikomųjų tyrimų metodologijos charakteristikos*. Vilnius: Pedagogų profesinės raidos centras.

Literatūra

1. Allen P., 2007, *Artist Management for the Music Business*. JAV: Elsevier Inc.
2. Baskerville D., Baskerville T., 2009, *Music Business Handbook and Career Guide*. USA: Sage Publications, Inc; Ninth Edition edition.

THE FEATURES OF COOPERATION BETWEEN A POP MUSIC ARTIST AND A MANAGER

Edita Jezerskytė, Elena Puidokaitė

Summary

Currently the market of entertainment and music business is very active and, as a result, the increasing variety of music supply, penetration of information technologies and market globalisation push pop music artists towards changes and adjustment to the new situation. Just like in any other business, in the sphere of music, cooperation between music artists and music managers is a very significant factor in order to achieve excellent results. However, it is noticeable that cooperation between pop music artists and managers is not characterised by established traditions, methods and specific principles of distribution of activities.

The research results prove that successful cooperation between music artists and managers is determined by distribution of functions, constant development of competences and coordinated team work. Pop music artists assess cooperation as an opportunity to distribute functions, maintain one's image, take advantage of the future opportunities, a warrant of financial resources, team work and permanent development. Managers of pop music artists indicate the following problems which arise out of cooperation with the artists: psycho-emotional problems, self-centred, failing to apply the undertakings personalities. Pop music managers highlight the problem of self-centeredness of pop music artists.

Key words: music artist, music manager, cooperation.

POPULIARIOSIOS MUZIKOS ATLIKĖJO IR VADYBININKO BENDRADARBIAVIMO YPATUMAI

Edita Jezerskytė, Elena Puidokaitė

Santrauka

Šiandieninė pramogų ir muzikos verslo rinka labai aktyvi, todėl vis didėjanti muzikos pasiūlos įvairovė, informacinių technologijų skvarba, rinkos globalizacija verčia populiariosios muzikos atlikėjus keistis ir prisitaikyti prie naujų sąlygų. Todėl kaip ir bet kuriame versle, taip ir muzikos sferoje, muzikos atlikėjų ir muzikos vadybininkų bendradarbiavimas yra labai svarbus veiksnys, siekiant puikių rezultatų. Tačiau pastebima, kad POP muzikos atlikėjų ir vadybininkų bendradarbiavimas neturi gilių tradicijų, nusistovėjusių metodų, aiškių veiklos pasiskirstymo principų.

Tyrimo rezultatai parodė, kad muzikos atlikėjų ir vadybininkų sėkmingą bendradarbiavimą lemia funkcijų pasiskirstymas, nuolat ugdomos kompetencijos ir koordinuotas komandinis darbas. POP muzikos atlikėjai bendradarbiavimą vertina kaip galimybę pasiskirstyti funkcijomis, išlaikyti savo sukurtą įvaizdį, didesnę naujų galimybių išnaudojimą, finansinių išteklių užtikrinimą, komandinį darbą ir nuolatinį tobulėjimą. POP muzikos atlikėjų vadybininkai išskiria šias problemas, kylančias bendradarbiaujant su atlikėjais: psichologinės-emocinės, susireikšminimas, išsipareigojimų nevykdymas. POP muzikos vadybininkų išryškinta dažna problema – POP muzikos atlikėjų susireikšminimas.

Prasminiai žodžiai: muzikos atlikėjas, muzikos vadybininkas, bendradarbiavimas.

Įteikta 2012-09-26