Self-menagement skladateljice:Od pariture do izvedbe

Pavlinić, Dorotea

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, The Academy of Arts in Osijek / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Umjetnička akademija u Osijeku**

Permanent link / Trajna poveznica: https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:134:694833

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-28**



Repository / Repozitorij:

Repository of the Academy of Arts in Osijek







SVEUČILIŠTE JOSIPA JURJA STROSSMAYERA U OSIJEKU
AKADEMIJA ZA UMJETNOST I KULTURU
ODSJEK ZA INSTRUMENTALNE STUDIJE
SVEUČILIŠNI PREDDIPLOMSKI STUDIJ KOMPOZICIJE S TEORIJOM MUZIKE
SMJER: KOMPOZICIJA

Dorotea Pavlinić

SELF-MANAGEMENT SKLADATELJICE: OD PARTITURE OD IZVEDBE

ZAVRŠNI RAD

MENTOR:
red. prof. art. Davor Bobić

SUMENTOR:
dr. sc. Igor Mavrin, poslijedoktorand

Osijek, 2021.

1. UVOD.....1
2. VAŽNOST SELF-MANAGEMENTA.....2
2.1. Upravljanje portfoliom i rukovođenje više istovremenih uloga.....3
2.2. Upravljanje nestabilnim prihodima.....3
2.3. Upravljanje profesionalnim razvojem.....4
2.4. Upravljanje identitetom.....4
3. SELF-MANAGEMENT KROZ PERSPEKTIVU TEORIJE SOCIJALNOG UČENJA.....6
4. STRATEGIJE SELF-MANAGEMENTA NA PRIMJERU SKLADATELJICE.....8
4.1. Educiranje o glazbenom menadžmentu.....8
4.2. Organizacija.....8
4.3. Rad s ljudima.....11
4.4. Snimanje i produkcija.....13
4.5. Javno izvođenje/objavljivanje glazbe.....13
5. ZAKLJUČAK.....15
6. POPIS LITERATURE.....16
Popis slika.....I

1. UVOD

Self-management, odnosno upravljanje sobom, danas je vrlo uobičajena pojava u kreativnim industrijama, nekad čak i nužna. Glazbeni umjetnici, kao i svi ostali iz područja kreativne industrije, nalaze se pred brojnim izazovima u razvoju i održavanju vlastite karijere, statusa i financijske stabilnosti. Neki se na tom putu odlučuju za suradnju s menadžerom i njegovim timom, dok se ostali opredjeljuju za samostalno planiranje i izvođenje ciljeva u svojoj karijeri. Cilj ovog rada je opisati važnost samoupravljanja u umjetničkoj karijeri, psihološke aspekte samoupravljanja i potencijalne strategije stvaranja i razvoja vlastite profesionalne karijere na primjeru skladateljice.

2. VAŽNOST SELF-MANAGEMENTA

Mnogi se umjetnici danas opredjeljuju za self-management. Motivi za to mogu biti razni: self-management nosi sa sobom dovoljno prednosti da bi bio primamljiva opcija za razvoj karijere, ali u nekim slučajevima, umjetnik bira self-management jer nema alternativu. Najčešće su u pitanju umjetnici koji su tek na početku svoje karijere i nemaju sredstva za financiranje iskusnijeg menadžera. Osim toga, započinjanje karijere često i ne iziskuje nekoga tako iskusnog i stručnog u području menadžmenta, kao što je slučaj u kasnijim i kompleksnijim fazama razvoja karijere. Umjetnik na početku uglavnom nije ni dovoljno vidljiv niti privlačan poznatim menadžerskim licima, pa se može reći da je gotovo prisiljen preuzeti kontrolu nad svojom karijerom. To sa sobom donosi brojne prednosti, ali i mane. U današnjem kompleksnom i digitalno progresivnom svijetu lako je biti preplavljen brojnim zadaćama koje sa sobom nosi upravljanje karijerom, kamoli ostalim aspektima života.

Velika prednost self-managementa je autonomnost koju umjetnik dobiva opredijeljujući se za ovaj put. Mnogi priznati umjetnici izjavili su kako su se odlučili za self-management upravo zato što im takav pristup daje veću kreativnu slobodu. Pri odabiru menadžera važno je da menadžer i umjetnik efektivno komuniciraju te da su kompatibilni u načinu razmišljanja i pogledu na umjetnost koju treba dovesti do publike. Nažalost, neki umjetnici nemaju dovoljno sreće da naiđu na menadžera s kojim se slažu, pa se iz tog razloga opredijeljuju za samostalno upravljanje karijerom. Još jedna prednost self-managementa je samostalno učenje o svijetu menadžmenta koje umjetnika kasnije priprema na potencijalnu suradnju s menadžerom te bolji uvid u to kojeg menadžera odabrati.

Nadalje, self-management nipošto nije lak. Velik broj umjetnika, koji imaju završeno obrazovanje i visoke kompetencije u svojoj struci, tvrdi kako se osjeća nekompetentno kad je u pitanju vođenje poslovnog aspekta te struke. U istraživanju self-managementa u kreativnim indrustrijama u Nizozemskoj[1] navedeno je nekoliko ključnih komponenti kojima umjetnik mora samostalno baratati da bi ostvario dugoročni uspjeh.

[1] Sophie Hennekam, Dawn Bennett: Self-Management of Work in the Creative Industries in the Netherlands, mrežno izdanje. Pristupljeno 8.9.2021.
https://www.jstor.org/stable/44989676?seq=1#metadata_info_tab_contents

2.1. Upravljanje portfoliom i rukovođenje više istovremenih uloga

Svaki umjetnik koji teži profesionalnom uspjehu trebao bi raditi na svom portfoliu. To podrazumijeva što veći spektar stečenih kvalifikacija, radnog iskustva u vlastitoj struci, te sudjelovanja na raznim događajima, seminarima, projektima itd. Potreban je veliki stupanj angažmana i aktivnosti od strane samog umjetnika da bi došao do upečatljivog portfolia. Rezultati istraživanja self-managementa u kreativnim industrijama u Nizozemskoj[2] pokazali su da je čak 73% sudionika rukovodilo više istovremenih uloga. Ovdje se govori o kombinacijama radnog vremena s neplaćenim elementima održavanja kreativne prakse kao što su vježbanje i održavanje zanatske strane zanimanja, probe i admistrativne obveze. Nije još poznato je li ista situacija i u ostatku svijeta, ali u Nizozemskoj nalazimo prilično velik postotak ljudi koji rukovode raznim ulogama u svojoj profesiji. Motivacija za to je često upravo izgradnja dobrog portfolia koji dalje otvara vrata novim prilikama i projektima. Nažalost, portfolio prikazuje samo gotova postignuća, a iz njega stoji svo uloženo vrijeme, često mjeseci i godine obavljanja višestrukih poslova da bi se ostvarila ta postignuća. Situacija je takva da umjetnik mora veliku količinu svog vremena, koje bi vjerojatno rado potrošio na kreativni proces, odvojiti za „lov“ na nove projekte i prilike.

2.2. Upravljanje nestabilnim prihodima

Prema Hennekam i Bennett[3], dva glavna izvora prihoda umjetnicima u istraživanju bila su prodaja radova i podučavanje. Važno je napomenuti da umjetnici često obavljaju i neplaćene poslove, ponekad u svrhu vidljivosti. Uglavnom su umjetničke karijere financijski nestabilne jer se baziraju na radu od projekta do projekta. Na taj način umjetnici nemaju zagarantirani stalni izvor prihoda, zdravstveno osiguranje niti druge vrste stabilnosti koje imaju zaposleni u drugim sektorima. Ako je umjetnik uz to i poznat vrlo širokoj populaciji, mora paziti i na svoju reputaciju te na rizike koje ona donosi. Jedna greška mogla bi ga koštati svega što je dotad izgradio. Osim bavljenja samo svojim primarnim kreativnim zanimanjem, umjetnici su često prisiljeni baviti se i poslovima izvan kreativne industrije jer im prihodi od nje

[2] Sophie Hennekam, Dawn Bennett: Self-Management of Work in the Creative Industries in the Netherlands, mrežno izdanje. Pristupljeno 8.9.2021.
https://www.jstor.org/stable/44989676?seq=1#metadata_info_tab_contents
[3] Sophie Hennekam, Dawn Bennett: Self-Management of Work in the Creative Industries in the Netherlands, mrežno izdanje. Pristupljeno 8.9.2021.
https://www.jstor.org/stable/44989676?seq=1#metadata_info_tab_contents

jednostavno nisu dovoljni. To nije čudno, s obzirom na to da se teško dolazi do pozicije profesionalnog umjetnika koji može živjeti samo od svog rada, a troškovi ulaganja u talent i kreativnost (edukacija, nabava opreme, putovanja, plaćanje pomoćnog osoblja itd.) često nadmašuju financijske mogućnosti.

2.3. Upravljanje profesionalnim razvojem

Pristupnici istraživanju u Nizozemskoj[4] izjavili su da su uglavnom zadovoljni svojim obrazovanjem. Međutim, smatrali su da postoji velika razlika između vještina koje su stekli na studiju i vještina koje su im potrebne za navigaciju profesionalnim životom. Osim dobrog izučavanja struke, potrebno je i izučiti poslovni i poduzetni aspekt karijere. Većina fakulteta s umjetničkim programima tek je u fazi prepoznavanja ove činjenice, a studenti se nakon završetka studija osjećaju kompetentnima u smislu svoje kreativne profesije, no ne i za menadžment iste. Pokazuje se da su oba aspekta vrlo bitan dio karijere, te da umjetnik, ukoliko mu poslovno obrazovanje i iskustvo u menadžmentu nije bilo omogućeno tijekom studija, mora sam nadoknaditi gubitke. Važno je naučiti kako surađivati i stvarati poslovne mreže, osnove marketinga, baratanje financijama, poznavati zakone o autorskim pravima itd. Ovdje se ističe self-management kao moguće i možda nužno rješenje.

2.4. Upravljanje identitetom

Većina ljudi koji se bave umjetnošću imaju tendenciju da svoje zanimanje snažno poistovjećuju s vlastitim identitetom. Oni koji su odlučili posvetiti svoj život umjetnosti, velikim dijelom to rade zbog jake intrinzične motivacije da postanu umjetnik, odnosno strasti prema umjetnosti. U istraživanju u Nizozemskoj[5] rijetko su spominjana očekivanja od članova obitelji, financijska dobit i priznanja kao motiv za bavljenje umjetnosti. Najjači motiv bio je afinitet prema umjetničkom zvanju, te je velik broj sudionika izjavio kako planira dugoročno ostati u umjetnosti unatoč svim izazovima tog poziva. Zanimljivo je da se subjektivni identitet

[4] Sophie Hennekam, Dawn Bennett: Self-Management of Work in the Creative Industries in the Netherlands, mrežno izdanje. Pristupljeno 8.9.2021.
https://www.jstor.org/stable/44989676?seq=1#metadata_info_tab_contents

[5] Sophie Hennekam, Dawn Bennett: Self-Management of Work in the Creative Industries in the Netherlands, mrežno izdanje. Pristupljeno 8.9.2021.
https://www.jstor.org/stable/44989676?seq=1#metadata_info_tab_contents

umjetnika često puno razlikuje od objektivnog identiteta umjetnika. Čak 89% sudionika u istraživanju identificiralo se kao umjetnik, bez obzira na vrijeme provedeno u kreativne svrhe ili financijsku dobit od vlastitog umjetničkog zanimanja.[6] Osim što su se identificirali kao umjetnici, neki sudionici su se identificirali i kao učitelji, ispitivači i poduzetnici.

[6] Sophie Hennekam, Dawn Bennett: Self-Management of Work in the Creative Industries in the Netherlands, mrežno izdanje. Pristupljeno 8.9.2021.
https://www.jstor.org/stable/44989676?seq=1#metadata_info_tab_contents

3. SELF-MANAGEMENT KROZ PERSPEKTIVU TEORIJE SOCIJANOG UČENJA

U teoriji socijalnog učenja naglašena je važnost kontingencije potkrepljenja. Kontingencija potkrepljenja odnosi se na događaje koji prethode ili slijede nakon nekog ponašanja. U radnom okruženju, primjerice, to mogu biti diskriminativni podražaji (kao prethodnici određenog ponašanja) ili nagrade (kao nešto što slijedi nakon određenog ponašanja i potkrepljuje daljnje ponašanje).[7]

Kontingentna potkrepljenja sastavni su dio dobrog vodstva zaposlenika. Zaposlenici dobijaju određene zadatke i obavljaju ih. Zatim slijedi evaluacija zadatka od strane nadređene osobe i posljedice. Kvalitetan vođa opaža i nagrađuje poželjno ponašanje, što dalje potkrepljuje zaposlene da nastave to ponašanje. Self-management funkcionira po vrlo sličnom principu, osim što se same „naredbe“ za zadatak i evalucija obavljanja zadatka i njegovih posljedica ne događaju kao neki vanjski faktori, već u psihi istog pojedinca. Self-management tako uključuje osobne ciljeve, samoinstrukciju za postizanje tih ciljeva, posljedice samoupravljanja i plan za vlastite obrasce ponašanja.

Svi imamo neku vrstu samokontrole. Ona se ispoljava tako što postavimo određene standarde ponašanja, te se zatim nagrađujemo i kažnjavamo, ovisno o prosudbi obavljenog ponašanja. „Bandura[8] indicira da tipično postavljamo standarde u odnosu na tri referenta: prošlu izvedbu, opaženu izvedbu drugih i društveno stečene kriterije izvedbe.“.[9] Posljedice izvedbe mogu se podijeliti na dva nivoa: one koje su direktno uključene u proces samokontrole i one koje rezultiraju kao ishodi samokontroliranog ponašanja.

Osim toga, bitno je da postoji balans unutrašnjih i vanjskih podražaja za poželjno ponašanje. Ako su prisutna samo unutrašnja potkrepljenja (primjerice samoohrabrivanje tijekom nekog zadatka), a vanjska su odsutna (nagrađivanje za dobro obavljeni zadatak), željeno ponašanje

[7] Charles C. Manz, Henry P. Sims, Jr.: Self-Management as a Substitute For Leadership: A Social Learning Theory Perspective, mrežno izdanje. Pristupljeno 9.9.2021.
https://www.jstor.org/stable/257111?seq=2#metadata_info_tab_contents
[8] Albert Bandura, kanadski psiholog. Dao je svoj doprinos u nekoliko područja psihologije, uključujući teoriju socijalnog učenja (kasnije preimenovanu kao socijalno kognitivna teorija) i psihologiju osobnosti.
[9] Charles C. Manz, Henry P. Sims, Jr.: Self-Management as a Substitute For Leadership: A Social Learning Theory Perspective, mrežno izdanje. Pristupljeno 9.9.2021.
https://www.jstor.org/stable/257111?seq=2#metadata_info_tab_contents

teško da će se nastaviti. Nadalje, ukoliko pojedinac posjeduje visok nivo samokontrole, dugoročne vanjske posljedice mogu biti ključne za nastavak ponašanja.

4. STRATEGIJE SELF-MANAGEMENTA NA PRIMJERU SKLADATELJICE

4.1. Educiranje o glazbenom menadžmentu

Prvi korak self-managementa u glazbenom svijetu započinje prikupljanjem raznim informacija o efektivnom djelovanju. Glazbenik, u ovom slučaju, skladatelj, mora prvo imati dovoljnu količinu znanja o području kojim se bavi. Poznavanje osnovnih glazbenih zakonitosti i teorije glazbe; dobro poznavanje instrumenata/vokalnih izvođača i načina na koji funkcioniraju u raličitim kombinacijama; rad u programima za pisanje, snimanje i obradu glazbe, poznavanje psihologije rada s ljudima... Sve su to komponente potrebne za pisanje i realizaciju neke skladbe. No, osim toga, skladatelj mora biti spreman naučiti i ponešto o objavi i promociji vlastitih skladbi (osim ako mu nije cilj doprijeti do šire publike).

Važno je upoznati se sa svijetom menadžmenta. Treba saznati na koji način funckionira objavljivanje kulturnog proizvoda; ako proizvod ide na tržište, kako funkcionira njegovo izbacivanje na tržište i kako se određuje njegova vrijednost; na koju publiku se cilja; kakva su pravila što se tiče autorskih zakona itd. Možda skladatelj ima afinitet prema organiziranju događanja, pa se i tu treba informirati o postavi događanja, financijskim aspektima događanja, suradnji s drugim glazbenicima i pomoćnim osobljem, potencijalnom stvaranju brenda, distribuciji i promociji... Sve je to vrlo kompleksan svijet koji obuhvaća više različitih disciplina i valjalo bi se informirati barem o osnovama kad se kreće s nekim projektom. Skladatelj ne mora biti savršeno upoznat sa svime jer može dosta toga naučiti kroz iskustvo, ali u svakom slučaju, bolje je prethodno prikupiti što više znanja o tom području jer se onda može kvalitetno i samouvjereno raditi na vlastitim zamislima.

4.2. Organizacija

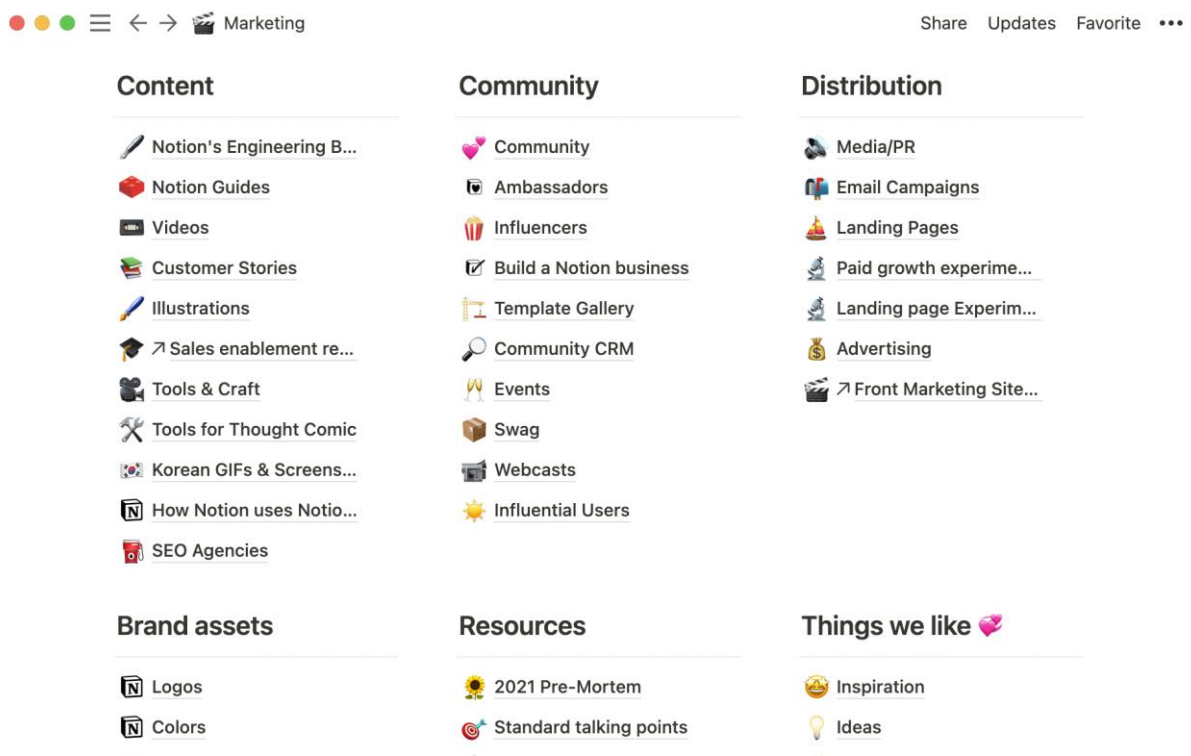
Da bi se osiguralo ostvarenje projekta, potrebna je dobra organizacija. Skladatelj, osim što ima obvezu pisanja glazbe i konstantnog unaprjeđenja i produbljenja svojeg znanja o glazbi, mora baratati i s drugim aspektim svog posla, pa i života. Danas je vrlo važno ostati u koraku s novom tehnologijom i novim programima za pisanje i obradu zvuka jer oni često pružaju

proširenje kreativnih mogućosti, a nekad i oni sami mogu predstavljati nadahnuće za novu skladbu. Osim toga, ovi programi se stalno usavršavaju, a skladatelji bi trebali, koliko god je moguće, pratiti taj razvoj.



Slika 1. Projekt u Cubase programu

Uz to dolaze i akademske ili poslovne obveze koje zahtijevaju dobru količinu vremena. Brojni skladatelji nisu samo skladatelji, već i izvođači, dirigenti, muzikolozi, ili se možda bave i nekim zanimanjem izvan područja glazbe. Potrebno je održavati vlastite vještine i stalno osvježavati svoje znanje. Može postojati veliki spektar uloga koje jedna osoba obavlja, a to je nemoguće bez dobre organizacije.



Slika 2. Primjer aplikacije za organizaciju rada

Isti način organizacije ne mora funkcionirati za svakog pojedinca, no postoje već dokazane i vrlo popularne metode organizacije. Jedna od njih je vođenje dnevnika o obvezama i nadolazećim projektima. Projekt može biti u bliskoj, ali i u dalekoj budućnosti. Ukoliko se radi o važnom, složenom i opsežnom projektu, moguće je „rastaviti“ projekt na korake ili na više malih zadataka koji, ako se obavljaju redovito s vremenom, dovode do realizacije projekta. Primjer projekta je snimanje kompozicije. Završni cilj je dobiti što bolju snimku kompozicije, no od trenutka kad je kompozicija napisana pa do trenutka snimanja postoji puno manjih ciljeva:

- napraviti što pregledniju i jasniju partituru
- osigurati izvođače (i dirigenta)
- pobrinuti se da svi izvođači dobiju partituru na vrijeme kako bi stigli vježbati
- napraviti plan rada na probama (koji izvođači dolaze i koju kompoziciju/odsjek treba vježbati)
- dogovoriti termine proba
- održati probe

- osigurati dobrog producenta
- odrediti mjesto i vrijeme snimanja itd.

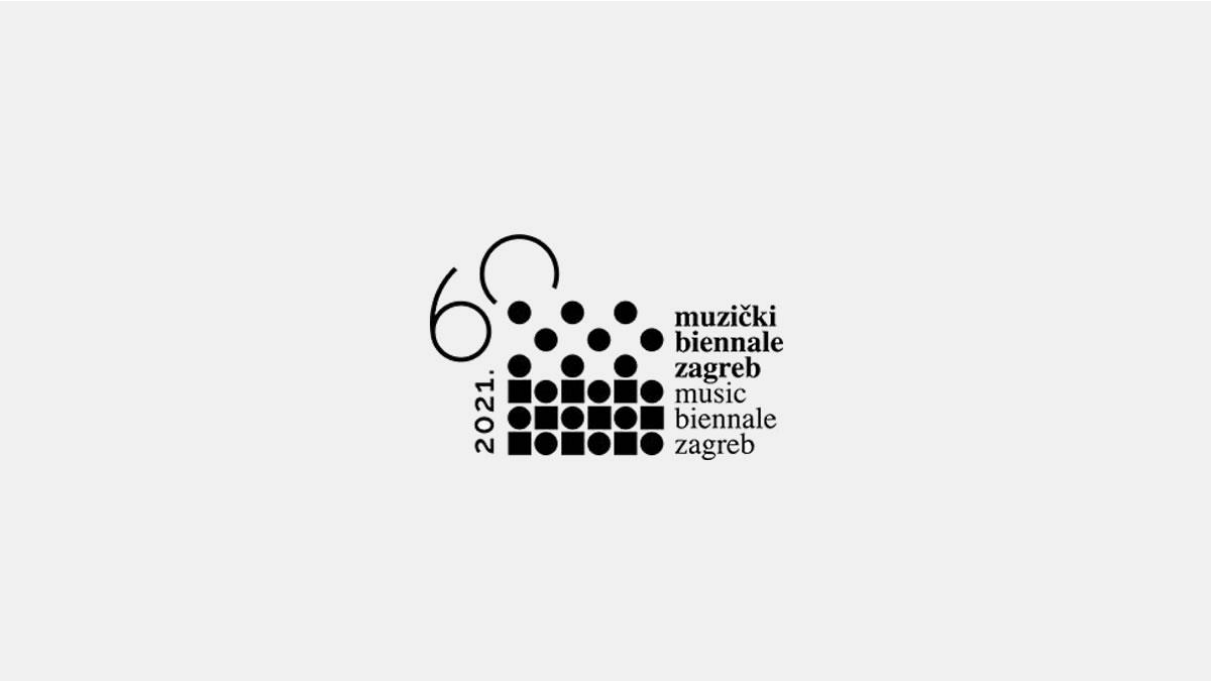
Idealno bi bilo da se svi koraci isplaniraju unaprijed i da sve teče kako je planirano, no vrlo često ne ide tako, pa skladatelj treba biti spreman na promjenu planova i improvizaciju. Ipak, neke osnovne stvari trebaju se odrediti unaprijed. Postavljanje rokova je dobar način za izvođenje svih planova i evaluaciju ostvarenih. Pridržavanjem rasporeda može se ostaviti dojam profesionalne i pouzdane osobe, a još je bitnije da će se na taj način svi manji ciljevi ostvariti i dovesti do većih. Prema tome, bitno je biti realističan u postavljanju ciljeva i rokova kako bi se oni mogli realizirati. Često jedna osoba radi na više projekata ili ima druge profesionalne obveze, što samo naglašava nužnost njihovog usklađivanja i dobre organizacije.

4.3. Rad s ljudima

Mit o umjetniku kao usamljenom romantiku danas je itekako destabiliziran. Da bi umjetnik postao vidljiv publici, prvo mora imati dobru povezanost s ljudima, kako u profesionalnom svijetu, tako i u široj javnosti. Howard S. Becker[10] u svom djelu *Umjetnički svjetovi* tvrdi kako vrijednost umjetnosti nije u proizvodu, već u odnosima koji se uspostavljaju u procesu nastajanja. Prema tome, važno je znati komunicirati s raznim suradnicima i profesionalcima.

Jedna osoba, iako može preuzeti inicijativu za pokretanje projekta, ne može sve napraviti sama. Čak i oni koji se odlučuju za self-management često imaju timove ljudi koji im pomažu ostvariti krajnji cilj. Jedan od načina izgradnje kvalitetne mreže suradnika može biti angažman na različitim projektima, odnosno sudjelovanje na događajima, konferencijama, koncertima, umjetničkim izložbama itd., ovisno o području kojim se umjetnik bavi. Pošto je ovdje slučaj o skladatelju, obavezno je sudjelovanje na koncertima, glazbenim tribinama, biennalima, seminarima o glazbi, raznim skupovima i simpozijima. Ovakve manifestacije pružaju priliku za upoznavanje novih ljudi sa sličnim pozivom, ali i za održavanje postojećih veza. Naravno, sva poznanstva stečena pri akademskom obrazovanju također predstavljaju potencijalnu suradnju u budućnosti.

[10] Howard S. Becker, američki sociolog. Dao je velik doprinos sociologiji devijantnosti, sociologiji umjetnosti i sociologiji glazbe.



Slika 3. Muzički biennale Zagreb - logo

Kad skladatelj konačno dođe do toga da treba okupiti ljude za projekt, potrebno je imati na umu nekoliko stvari. Prvo, radi što ugodnije i kvalitetnije suradnje, bitno je da postoji međusobno poštovanje skladatelja i izvođača/ostalih suradnika. Ljudi koji od početka pokazuju nezainteresiranost, nerazumijevanje ili otpor prema projektu koji su preuzeli, neće kvalitetno odraditi svoj dio posla; što može dovesti do sukoba raznih vrsta. Da bi se to izbjeglo, treba istraživati sve opcije preko već postojećih kontakata, tražiti preporuke za određena radna mjesta i pokušati stupiti u kontakt s preporučenim ljudima. Dobar tim izvođača i drugog osoblja gotovo da osigurava uspjeh projekta. Da bi sve teklo glatko, važno je biti dosljedan svojim riječima, poštovati rokove i tuđe vrijeme, kao i svoje, te jasno izložiti svoje umjetničke težnje. Ukratko, potreban je jedan stupanj profesionalizma. Na taj način veća je vjerojatnost da svi uključeni budu zadovoljni suradnjom i da se projekt kvalitetno realizira.

4.4. Snimanje i produkcija

Snimanje je ključni trenutak u kojem se sabire sav trud izvođača, dirigenta i kompozitora, zajedno s producentom. Podrazumijeva se da kompozicija treba biti spremna za snimanje, a izvođači odmoreni i spremni za rad. Snimanje često ima neki vremenski okvir ili ograničenje druge vrste, pa je bitno brzo reagirati i donositi dobre odluke u trenutku. Osim toga, važno je znati procijeniti kako izvođači stoje s energijom i koliko bi se puta skladba mogla snimiti prije nego koncentracija svih prisutnih opadne. Nekad je to vrlo lako i sve ide od prvog pokušaja, a nekad je potrebno dosta kalkulacije i snalaženja. Određene greške u snimanju mogu se riješiti u produkciji, ali ponekad to nije moguće, pa sve ovisi o snimanju.

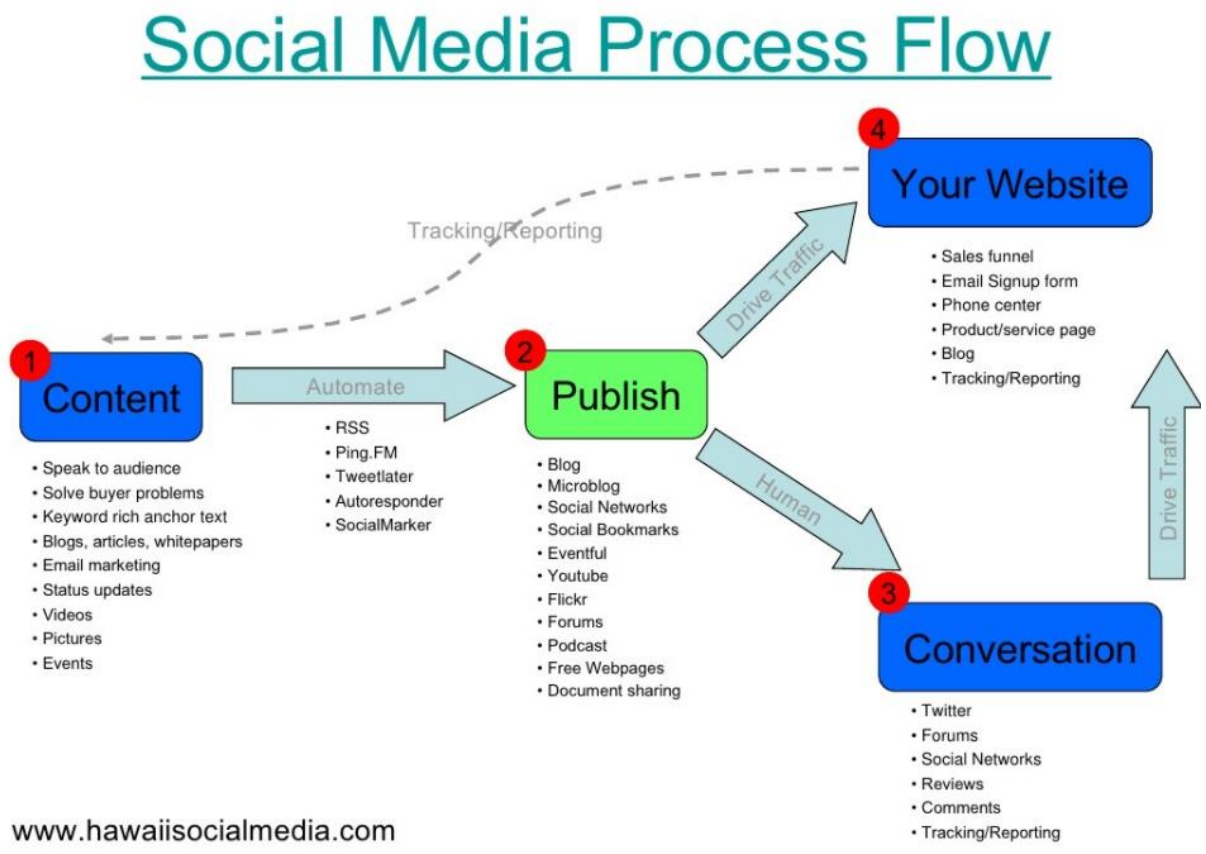
4.5. Javno izvođenje/objavljivanje glazbe

U oba slučaja, javnom izvođenju i objavljivanju glazbe, bitno je napraviti dobru promidžbu. Nakon što se utvrdi ciljana publika, može se napraviti plan koji odgovara potrebama te publike. Ako se publika sastoji uglavnom od mlađe populacije, najbolje je promovirati djelo putem raznih elektroničkih medija; internetskih stranica, društvenih mreža itd. Ukoliko je ciljana publika pretežno starija populacija, treba uzeti u obzir medije koje ona koristi, a to su televizija, radio, novine... Može se i kombinirati korištenje svih medija kako bi se postigla veća vidljivost. Publika se, osim po životnoj dobi, može segmentirati i po ostalim parametrima, pa i to treba imati na umu.

Današnje promoviranje sve više i više prelazi u virtualnu realnost, pa je možda bolje prilagoditi se tome i upoznati se s efektnim metodama objavljivanja djela na internetu. Postoje razne stranice, društvene mreže i streaming servisi koji dozvoljavaju promidžbu i objavu glazbe. Uz to, publika ima priliku slušati djelo kad želi te komentirati objavljeni sadržaj.

U primjeru skladatelja koji želi promovirati svoja djela važno je otvaranje vlastite stranice ili pokretanje vlastitog brenda. Na taj način, osnovne informacije o samoj osobi i njezinom radu dostupne su ogromnom broju ljudi, što povećava mogućnost slušanja skladateljeve glazbe. Osim povećanja vidljivosti skladbe publici, otvara se i potencijal za suradnju s drugim glazbenicima. Najjednostavnija objava snimljenih radova bila bi preko YouTube-a, pošto je to najveća arhiva video sadržaja na internetu, no postoje i razni servisi za streaming uživo, servisi koji povezuju više aplikacija odjednom, te je moguće objaviti djelo na nekoliko

društvenih mreža jednim klikom. Mogućnosti su zaista velike, samo treba pronaći način koji pristaje pojedincu. Naravno, prije objavljivanja treba se dobro upoznati sa zakonima o autorskim pravima.



Slika 4. Proces objave na društvenim medijima

5. ZAKLJUČAK

Ovaj rad govori o važnosti self-managementa, uključujući upravljanje portfoliom i rukovođenje više istovremenih uloga, upravljanje nestabilnim prihodima, upravljanje profesionalnim razvojem i upravljanje identitetom.

Self-management prikazan je i kroz teoriju socijalnog učenja, koja ističe kako kontingencija potkrepljenja ima važan utjecaj na dugoročnu samokontrolu pojedinca.

Naposljetku, opisani su elementi self-managementa na primjeru skladateljice, a obuhvaćaju cijeli proces od nastanka partiture do javne izvedbe: educiranje o glazbenom menadžmentu, organizaciju, rad s ljudima, snimanje i produkciju te javnu izvedbu, odnosno objavljivanje glazbe.

6. POPIS LITERATURE

Sophie Hennekam, Dawn Bennett: Self-Management of Work in the Creative Industries in the Netherlands, International Journal of Arts Management, Vol. 19, No. 1 (FALL 2016), pp. 31-41, mrežno izdanje. Pristupljeno 8.9. 2021.
https://www.jstor.org/stable/44989676?seq=1#metadata_info_tab_contents

Charles C. Manz, Henry P. Sims, Jr.: Self-Management as a Substitute For Leadership: A Social Learning Theory Perspective, The Academy of Management, Review Vol. 5, No. 3 (Jul., 1980), pp. 361-367, mrežno izdanje. Pristupljeno 9.9.2021.
https://www.jstor.org/stable/257111?seq=2#metadata_info_tab_contents

https://www.musoapp.com.au/artists/blog/the-best-tools-to-self-manage-yourself-as-an-artist
Pristupljeno 9.9.2021.

https://www.tunecore.com/blog/2020/02/playing-the-long-game-as-a-self-managed-artist.html
Pristupljeno 9.9.2021.

https://www.musicconnection.com/music-career-trend-managing-yourself/6/
Pristupljeno 9.9.2021.

https://bandzoogle.com/blog/being-your-own-manager-5-strategies-for-musicians
Pristupljeno 9.9.2021.

Popis slika

Slika 1. Projekt u Cubase programu.....9
Slika 2. Primjer aplikacije za organizaciju rada.....10
Slika 3. Muzički biennale Zagreb – logo.....12
Slika 4. Proces objave na društvenim medijima.....14