

AZƏRBAYCANDA MUSIQI MENEJMENTİNİN İNKİŞAF İSTİQAMƏTLƏRİ

Y.E. Hacızadə

Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və İncəsənət Universiteti, Əbdürrəhim Bəy Haqverdiyev, 11,
Bakı, Azərbaycan

e-mail: yunishacizade2002@gmail.com

Xülasə: Müasir dövrdə mədəniyyət və incəsənət sahələrinin inkişafı yalnız yaradıcılıq potensialı deyil, eyni zamanda effektiv idarəetmə mədəniyyətinin formalaşdırılması ilə sıx bağlıdır. Bu baxımdan musiqi sahəsi də istisna təşkil etmir. Azərbaycanda musiqi mədəniyyəti zəngin tarixi ənənələrə malik olsa da, onun müasir şəraitdə inkişafı üçün peşəkar menecment sisteminin formalaşdırılması xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Musiqi menecmenti yalnız konsert və tədbirlərin təşkili ilə məhdudlaşmır; o, həmçinin sənətçilərin karyera yüksəliş inkişafı, marketing strategiyalarının qurulması, maliyyə resurslarının düzgün idarə olunması və beynəlxalq tədbirlərin təşkili kompleks prosesləri əhatə edir. Azərbaycanda bu sahənin inkişafı son illərdə ümumi olaraq müəyyən irəliləyişlərlə müşayiət olunsada, hələ də bir sıra struktur və təşkilati problemlər mövcuddur. Araşdırmanın məqsədi Azərbaycanda musiqi menecmentinin inkişaf istiqamətlərini müəyyənləşdirmək, mövcud vəziyyəti təhlil etmək və bu sahənin təkmilləşdirilməsi üçün mümkün olan məsələləri araşdırmaqdır. Bu kontekstdə həm yerli təcrübə, həm də beynəlxalq tendensiyalar nəzərə alınaraq musiqi menecmentinin gələcək inkişaf istiqamətləri qiymətləndirilir.

Açar sözlər: Musiqi menecmenti, Azərbaycan musiqi sənayesi, mədəniyyət menecmenti, musiqi sənayesi, yaradıcılıq

Giriş

Müasir dünyada incəsənət və mədəniyyət sektorunun tərəqqisi təkcə yaradıcı potensialla deyil, həm də tətbiq edilən səmərəli idarəetmə modelləri ilə birbaşa bağlıdır. Qloballaşma meyillərinin güclənməsi və rəqəmsal innovasiyaların həyata daxil olması musiqi sahəsində tamamilə yeni baxış bucaqlarının yaranmasına zəmin yaratmışdır. Bu müstəvidə musiqi fəaliyyətinin tənzimlənməsi artıq daha qlobal və mürəkkəb xarakter alaraq, peşəkar menecmentə olan tələbatı artırmışdır.

Azərbaycan zəngin bədii irsə və köklü musiqi mədəniyyətinə sahib olsa da, sənayenin müasir biznes standartlarına uyğun idarə edilməsi sahəsində təkmilləşməyə ehtiyacı olan məqamlar hələ də qalmaqdadır. Musiqi zövqü musiqi itə reat ünsiyyət, onun təhiti və məzmununun dərinəndən dərk edilməsi zaman incəsənət əsərlərini düzgün qiymətləndirib onların içərisindən bədii olan bədii olmayanlardan ayırmaqda kömək edir. Yüksək bədii zövqə malik şəxs həmçinin həyatda gözəliyə biganə qala bitmir [1].

Tədqiqat

Musiqi menecmenti sənətçilərin karyerasını, yaradıcılıq layihələrini və istehsalat proseslərini sistemli şəkildə yönləndirən kompleks bir struktur kimi çıxış edir. Bu fəaliyyət sahəsi sadəcə konsert proqramlarının təşkilindən ibarət olmayıb, həmçinin ifaçının ictimai imicinin qurulması, strateji inkişaf planlarının hazırlanması, maliyyə resurslarının idarəsi və hədəf auditoriyası ilə effektiv ünsiyyətin təmin olunmasını əhatə edir.

Günümüzün iqtisadi reallıqlarında musiqi idarəçiliyi bazar qanunları ilə işləyən bir mexanizmdir və burada uğur qazanmaq üçün təkəcə bədii istedad deyil, həm də dəqiq strateji gedişlər və idarəetmə bacarıqları mütləqdir.

Beynəlxalq arenada musiqi menecmenti artıq müstəqil və nüfuzlu bir peşə sahəsi kimi tam formalaşmışdır. Xüsusilə ABŞ, Böyük Britaniya və Cənubi Koreya kimi ölkələrdə bu sahə peşəkar marketing üsulları, rəqəmsal platformalarla inteqrasiya və brendin idarə olunması üzərində köklənmişdir. Bu sistem daxilində menecerlər sənətçilərin yalnız bədii fəaliyyətini deyil, həm də onların dünya bazarında rəqabətə davamlılığını təmin edən qlobal planları icra edirlər. Onlayn musiqi platformalarının dominantlığı sənayenin simasını dəyişmişdir; indi bir musiqi məhsulunun uğuru həm canlı performansın keyfiyyəti, həm də rəqəmsal dünyadakı görünürlük səviyyəsi ilə ölçülür.

İdarəetmə prosesinin əsasını planlaşdırma, təşkilatçılıq, marketing, maliyyə nəzarəti və kommunikasiya kimi funksiyalar təşkil edir. Bu elementlər bir-birini tamamlayaraq musiqi sənayesinin stabil inkişafını reallaşdırır. Planlaşdırma mərhələsi uzunmüddətli hədəfləri müəyyən edir, təşkilati funksiya isə layihələrin icrasını təmin edir. Marketing fəaliyyəti məhsulun kütlələrə tanıtılmasına, maliyyə menecmenti büdcənin rəqəmsal xərclənməsinə, kommunikasiya isə media və tərəfdaşlarla əlaqələrin möhkəmlənməsinə xidmət edir.

Müasir musiqi sənayesi təkəcə yaradıcılıqdan ibarət deyil o, hüquqi və maliyyə mexanizmlərinin kəsişməsində fəaliyyət göstərən mürəkkəb bir biznes ekosistemidir. Bu ekosistemdə intellektual mülkiyyət və müəllif hüquqlarının düzgün idarə olunması sənətçinin iqtisadi müstəqilliyinin təməlini təşkil edir. Xüsusilə rəqəmsal striminq platformalarının dominantlıq etdiyi hazırkı dövrdə gəlir axınları tamamilə dəyişmiş və qonorarların paylanma strukturu daha mürəkkəb xarakter almışdır. Belə bir şəraitdə, qlobal bazarda rəqabət apara bilmək üçün yaradıcı heyətlə yanaşı, sahə üzrə ixtisaslaşmış menecer və vəkillərin birgə strateji idarəçiliyinə ciddi ehtiyac yaranır [5].

Azərbaycan şəraitində musiqi idarəçiliyinin inkişafı müəyyən maneələrlə qarşılaşır. Bir tərəfdən ölkəmizin dahi bəstəkarları və güclü ifaçılıq məktəbi var, digər tərəfdən isə professional menecment mexanizmlərinin ləng formalaşması, marketing zəifliyi və texnoloji imkanlardan kifayət qədər yararlanmamaq inkişafı ləngidir. Lakin son illərdə müşahidə olunan

müsbət dinamika, yeni nəsil mütəxəssislərin yetişməsi və qlobal musiqi platformalarına inteqrasiya bu sahənin gələcəyi üçün böyük perspektivlər vəd edir. Heydər Əliyevin Respublikaya rəhbərlik etdiyi dövrlərdə yalnız bəstəkarlar və ifaçılar deyil, musiqişünaslar üçün də məhsuldar bir dövr olub. Çünki onlar da musiqi təbliğatının mərkəzində olaraq konsertlərdə çıxışlar edir, yeni yaranan əsərlər haqqında rəylər, məqalələr qələmə alır, musiqiçilər haqqında oçerklər, monoqrafiyalar yazır, professional və milli musiqi janrları üzərində, eləcə də musiqiçilərin həyat və yaradıcılığı barədə tədqiqatlar aparırdılar. [2]

Musiqi menecmenti sənayenin dayanıqlı tərəqqisi üçün həlledici faktordur. O, yaradıcılıq potensialını sosial və iqtisadi dəyərə çevirərək sənətçilərin dünya miqyasına çıxışına yol açır. Effektiv idarəetmə sistemi olmadan sənayenin rəqabət qabiliyyəti zəifləyir. Bu səbəbdən də ölkəmizdə bu sahənin yüksəlişi üçün beynəlxalq təcrübənin dərinədən öyrənilməsi, strateji yanaşmaların tətbiqi və rəqəmsal imkanlardan maksimum istifadə edilməsi olduqca vacibdir.

Azərbaycanın musiqi sektorunda mövcud vəziyyət eyni zamanda həm tərəqqi meyilləri, həm də struktur xarakterli mürəkkəb problemlərlə xarakterizə olunur. Son dövrlərdə dövlətin mədəniyyət siyasəti çərçivəsində artan qayğı, beynəlxalq miqyaslı təşəbbüslərdə iştirak və rəqəmsal resursların gündəlik fəaliyyətə daxil olması bu sahədə nəzərəçarpan bir canlanma yaratmışdır. Lakin buna baxmayaraq, musiqi idarəçiliyinin peşəkar bir institut kimi tam formalaşması hələ də yekunlaşmamışdır və sənayenin qarşısında bir sıra sistemli maneələr dayanır. Bu istiqamətdə ən qabarıq çətinliklərdən biri ixtisaslaşmış musiqi menecerlərinin kəskin çatışmazlığıdır. Çox vaxt yaradıcı layihələrin sükanı arxasında bu sahənin elmi əsaslarına bələd olan mütəxəssislər deyil, sadəcə fərdi təcrübəsinə güvənən şəxslər dayanır. Bu tip qeyri-peşəkar yanaşma isə öz növbəsində strateji hədəflərin dumanlı qalmasına, layihələrin gələcək perspektivlərinin itməsinə və idarəetmə strukturunda xaosun yaranmasına yol açır.

Maliyyə təminatı və korporativ tərəfdaşlıq (sponsorluq) mədəniyyətinin zəif olması da sektorun inkişafını ləngidən amillərdəndir. Musiqi təşəbbüslərinin reallaşması üçün zəruri olan büdcənin tam formalaşdırıla bilməməsi bir çox ideyaların kağız üzərində qalmasına və ya vaxtında icra olunmamasına səbəb olur. Özəl müəssisələrin yaradıcı sənayeyə investisiya qoymaqda maraqlı olmaması maliyyələşmə prosesində ciddi boşluqlar yaradır.

Marketing və hədəf auditoriyası ilə qarşılıqlı əlaqələrin qurulması müasir standartlardan hələ də uzaqdır. Bir çox yaradıcı məhsulun təqdimatı zamanı müasir təşviqat alətlərindən, rəqəmsal reklam strategiyalarından və sosial şəbəkələrin geniş imkanlarından kifayət qədər faydalanılmır. Keyfiyyətli musiqi nümunələri geniş dinləyici kütləsinə çata bilmir və yerli sənətçilərin dünya bazarına çıxış imkanları məhdudlaşır.

Texnoloji infrastrukturun tətbiqində də müəyyən ləngimələr müşahidə edilir. Dünya musiqi bazarında YouTube, Spotify və bənzər onlayn platformalar əsas gəlir və təbliğat mənbəyi hesab edilsə də, Azərbaycanda bu resurslardan istifadə hələ də pərakəndə xarakter daşıyır. Bu isə yerli musiqi sənayesinin qlobal rəqabətə davamlılığını əhəmiyyətli dərəcədə aşağı salır.

Təşkilati idarəetmə mexanizmlərində koordinasiya çatışmazlığı özünü büruzə verir. Layihələrin ilkin planlaşdırılması ilə son icra mərhələsi arasında əlaqənin zəif olması, vəzifə bölgüsünün qeyri-dəqiqliyi və səlahiyyətlərin dumanlı şəkildə müəyyən edilməsi ümumi işin səmərəliliyini azaldır. Bütün bu mürəkkəb mənzərəyə rəğmən, Azərbaycanda musiqi idarəçiliyinin yüksəlişi üçün geniş potensial mövcuddur. Hökumətin mədəniyyət strategiyası, xarici tərəfdaşlarla qurulan əməkdaşlıq və gənclərin bu sahəyə olan dinamik marağı gələcək üçün möhkəm zəmin formalaşdırır. Xüsusilə rəqəmsal transformasiya musiqi menecmentinin yenilənməsi və müasirləşməsi üçün unikal imkanlar vəd edir.

Azərbaycanın musiqi menecmenti hazırda mühüm bir keçid dövrünü yaşayır. Sahənin tam yetkinləşməsi və səmərəli fəaliyyəti üçün kadr hazırlığının keyfiyyətini artırmaq, maliyyə mexanizmlərini şaxələndirmək və innovativ idarəetmə texnologiyalarından geniş istifadə etmək ən vacib şərtlərdəndir. Azərbaycan xalq musiqisini öyrənərkən, biz Azərbaycan etnomusiqişünaslarının elmi işlərinə istinad edirik. Təhlil Azərbaycan nəzəri musiqişünaslığının nailiyyəti əsasında həyata keçirilir. [4]

Ölkəmizdə musiqi menecmentinin gələcək yüksəlişi bir neçə fundamental istiqamət üzrə formalaşmaqdadır və bu proseslər qlobal musiqi trendləri ilə tam şəkildə uzlaşır. İlk növbədə, rəqəmsal transformasiyanın sənayeyə dərinlən nüfuz etməsi ən vacib hədəflərdən biri kimi ön plana çıxır. İnternet resurslarından, sosial media alətlərindən və qlobal yayım servislərindən peşəkar səviyyədə istifadə olunması yerli musiqi nümunələrinin nəinki ölkə daxilində, həm də beynəlxalq arenada populyarlıq qazanmasına təkan verə bilər. Bu çərçivədə musiqi idarəçilərinin rəqəmsal təbliğat (SMM) və onlayn satış bacarıqlarının təkmilləşdirilməsi həyati əhəmiyyət kəsb edir.[3]

Mədəniyyət sənayesinin digər mühüm qolu olan musiqi turizminin təşviqi də diqqət mərkəzindədir. Azərbaycanın zəngin folkloru və muğam sənəti kimi dünya əhəmiyyətli inciləri ölkənin turizm potensialını artırmaq üçün əvəzolunmaz vasitələrdir. Genişmiqyaslı festivalların, beynəlxalq səviyyəli simpoziumların və bədii layihələrin icrası həm milli mədəniyyətin təbliğinə, həm də iqtisadi gəlirliliyin artmasına xidmət edən amillərdir.

Qlobal tərəfdaşlıq əlaqələrinin qurulması sektorun inkişafında müstəsna rol oynayır. Müxtəlif dövlətlərlə müştərək yaradıcılıq işlərinin görülməsi, sənət mübadiləsi proqramları və

xarici müsabiqələrdə fəal iştirak yerli musiqiçilərin peşəkar təcrübəsini zənginləşdirir. Bu cür əməkdaşlıqlar sənətçilərimizin dünya musiqi bazarına inteqrasiyasını sürətləndirən ən effektiv yollardan biridir.

Yüksək ixtisaslı kadrların yetişdirilməsi məsələsi də strateji prioritetlər sırasındadır. Musiqi biznesi üzrə mütəxəssis hazırlayan tədris proqramlarının müasirləşdirilməsi, tələbələr üçün praktik seminar və treninqlərin təşkili, habelə dünya təcrübəsinin yerli mühitə adaptasiyası zəruridir. Peşəkar kadr bazasının formalaşması sahənin bütövlükdə modernləşməsinə birbaşa təsir göstərir.

Nəhayət, dövlət strukturları ilə özəl müəssisələr arasında qarşılıqlı faydalı əməkdaşlığın (dövlət-özəl tərəfdaşlığı) gücləndirilməsi sənayenin dayanıqlılığı üçün əsas şərtidir. Dövlət himayəsi ilə bərabər, fərdi investisiyaların bu sahəyə cəlb edilməsi yaradıcı layihələrin maliyyə bazasının şaxələndirilməsinə və daha çevik idarəetmə mexanizmlərinin yaranmasına imkan verir.

Müasir dövrdə mədəniyyət və incəsənət sektorunun tərəqqisi tək-cə yaradıcı potensialla deyil, həm də tətbiq edilən səmərəli idarəetmə sistemləri ilə birbaşa bağlıdır. Qloballaşma və rəqəmsal innovasiyaların sürətli inkişafı musiqi sənayesində yeni yanaşmaların yaranmasına zəmin yaratmışdır. Bu müstəvidə musiqi fəaliyyətinin tənzimlənməsi artıq daha kompleks xarakter alaraq, peşəkar menecment institutuna olan ehtiyacı artırmışdır. Azərbaycan zəngin bədii irsə və köklü musiqi ənənələrinə sahib olsa da, sənayenin müasir bazar standartlarına uyğun idarə edilməsi sahəsində təkmilləşdirilməli olan strateji istiqamətlər hələ də mövcuddur.

Musiqi menecmenti sənətçilərin karyerasını, yaradıcılıq layihələrini və istehsalat proseslərini sistemli şəkildə yönləndirən çoxşaxəli bir mexanizmdir. Bu fəaliyyət sahəsi sadəcə tədbir təşkilatçılığından ibarət olmayıb, ifaçının ictimai imicinin qurulması, strateji inkişaf planlarının hazırlanması, maliyyə resurslarının idarəsi və hədəf auditoriyası ilə effektiv ünsiyyətin təmin olunmasını özündə birləşdirir. Günümüzün iqtisadi reallıqlarında musiqi idarəçiliyi bazar qanunları ilə işləyən bir struktur kimi qəbul edilir və burada uğur qazanmaq üçün tək-cə bədii istedad deyil, həm də düzgün seçilmiş strateji addımlar və idarəetmə bacarıqları mütləqdir.

Beynəlxalq təcrübə göstərir ki, inkişaf etmiş ölkələrdə musiqi menecmenti artıq müstəqil və nüfuzlu bir peşə sahəsi kimi tam formalaşmışdır. ABŞ, Böyük Britaniya və Cənubi Koreya kimi dövlətlərdə bu sənaye güclü marketinq üsulları, rəqəmsal platformalarla inteqrasiya və brendin idarə olunması üzərində köklənmişdir. Bu sistemdə menecerlər sənətçilərin yalnız yaradıcılığını deyil, həm də onların qlobal bazarda tanınmasını təmin edən layihələri icra edirlər. Onlayn musiqi platformalarının dominantlığı sənayenin simasını köklü

surətdə dəyişmişdir; artıq bir musiqi məhsulunun uğuru həm canlı performansın keyfiyyəti, həm də rəqəmsal dünyadakı görünürlük səviyyəsi ilə ölçülür.

Azərbaycanın musiqi sektorunda mövcud vəziyyət eyni zamanda həm tərəqqi meyilləri, həm də müəyyən struktur problemləri ilə xarakterizə olunur. Son dövrlərdə dövlətin mədəniyyət siyasəti çərçivəsində göstərilən dəstək, beynəlxalq layihələrdə iştirak və rəqəmsal resursların istifadəsinin artması sahədə nəzərəçarpan canlanma yaratmışdır. Lakin buna baxmayaraq, peşəkar menecer çatışmazlığı, maliyyə mexanizmlərinin zəifliyi və marketing boşluqları inkişafı ləngidən əsas maneələrdir. Çox vaxt layihələrin sükanı arxasında ixtisaslaşmış mütəxəssislər deyil, empirik təcrübəyə güvənən şəxslər dayanır ki, bu da strateji planlaşdırmanın zəifləməsinə yol açır.

Nəticə

Həyata keçirilən araşdırmalar sübut edir ki, Azərbaycanın musiqi idarəçiliyi sektoru hazırda formalaşma dövrünü yaşayır və bu sahə kifayət qədər yüksək perspektivlərə malikdir. Hazırkı mənzərə müəyyən struktur çətinlikləri ilə müşayiət olunsada, sahənin yüksəlişi üçün münbit şərait və geniş resurslar mövcuddur. Xüsusilə innovativ texnologiyaların tətbiqi, qlobal miqyasda qurulan tərəfdaşlıqlar və peşəkar kadr bazasının gücləndirilməsi musiqi menecmentinin gələcək taleyində həlledici amillər kimi çıxış edir.

Nəticə olaraq vurğulamaq lazımdır ki, musiqi menecmentinin modernləşdirilməsi Azərbaycanın yaradıcı sənaye sahəsində rəqabət gücünü artıracaq, milli-mənəvi sərvətlərimizin qlobal arenada daha effektiv təbliğinə və yeni gəlir mənbələrinin formalaşmasına imkan verəcəkdir. Bu istiqamətdə strateji fəaliyyət planlarının hazırlanması və ən son idarəetmə metodologiyalarının mənimsənilməsi dayanıqlı inkişafın təmin edilməsi üçün ən mühüm faktorlardan biri hesab olunur.

Musiqi menecmentinin peşəkar və elmi əsaslarla təşkili Azərbaycan musiqi sənayesinin yalnız daxili tələbatı ödəməsinə deyil, həm də beynəlxalq miqyasda mühüm mədəni-iqtisadi aktora çevrilməsinə şərait yaradacaqdır. Bu sahədə dövlət-özəl sektor tərəfdaşlığının dərinləşməsi və innovativ idarəetmə texnologiyalarının sənayeyə inteqrasiyası yaxın gələcəkdə milli musiqi sənətinin keyfiyyətə yeni səviyyəyə yüksəlməsi üçün əsas hərəkətverici qüvvə olacaqdır.

Ədəbiyyat

1. Hidayətova, F. (2019). Azərbaycan uşaq mahnıları və musiqi mədəniyyəti.
2. Heydər Əliyev və musiqi mədəniyyəti. (2023). Renessans-A.

3. IFPI. (2024). Global Music Report 2024: State of the Industry. International Federation of the Phonographic Industry. <https://www.ifpi.org/resources/>
4. Kasimi, S. (2014). Azərbaycan musiqi mədəniyyəti Şərq və Qərb kontekstində.
5. Passman, D. S. (2019). All you need to know about the music business (10th ed.). Simon & Schuster.

DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF MUSIC MANAGEMENT IN AZERBAIJAN

Y.E. Hajizadeh

Azerbaijan State University of Culture and Arts, Abdurrahim Bey Hagverdiyev, 11, Baku,
Azerbaijan

Abstract. In modern times, the development of the fields of culture and art is closely related not only to the creative potential, but also to the formation of an effective management culture. In this regard, the music field is no exception. Although musical culture in Azerbaijan has rich historical traditions, the formation of a professional management system is of particular importance for its development in modern conditions. Music management is not limited to the organization of concerts and events; it also includes complex processes of career development of artists, establishment of marketing strategies, proper management of financial resources, and organization of international events. Although the development of this field in Azerbaijan has been generally accompanied by certain progress in recent years, there are still a number of structural and organizational problems. The purpose of the study is to determine the development directions of music management in Azerbaijan, analyze the current situation, and explore possible issues for improving this field. In this context, the future development directions of music management are assessed, taking into account both local experience and international trends.

Keywords: Music management, Azerbaijani music industry, Cultural management, Music industry, Creativity.