

SOFYA CAZ FESTIVALI

Kurumsal Düzenlemelerin Eğlence Sektörü Üzerindeki Etkileri

BEGÜM GÜCÜK

MASTER TEZİ

REKLAM TASARIM BÖLÜMÜ

Doç. Dr.: MITKO DINEV

Özet

Tezin konusu, bir caz festivalinin oluşumu için gerekli olan reklam ve pazarlama stratejisini kapsamaktadır. Tezin amacı festivalin geniş kitlelere hitap etmesi için gereken en etkili kurumsal düzenlemeleri teorik olarak işlemek, etkilerini araştırmak ve uygulamalı proje olarak tez savunmasında sergilemektir.

İÇİNDEKİLER

BÖLÜM 1:

- Festival Analizi

- Caz müziği hakkında kısa tarihçe
- Festival nedir? Festivallerin tarihi
- Eğlence Endüstrisi - Halkın ve festivallerin ulusal reklam görünümü / Sponsorlar

BÖLÜM 2:

- Bir festivalin reklam ve pazarlama kapasitesi

- Pazarlama fonksiyonları ve stratejileri
- Festivalin hedef kitlesi
- Sofya Caz Festivali 2008 / Görsel iletişim
- Araştırma ve Proje Sunumu / kriterler

- Metodoloji

- Fonksiyonlar
- Üretim Tedarikçileri
- Festival Programcısı-Organizatörleri
- Destekleyiciler
- Kayıt Yöneticileri ve Sanatçı Yöneticileri

BÖLÜM 3:

- 2008 Sofya Caz Festivali /Uygulama

- Sofya Tanıtımı
- Caz Festivalin kurumsal kimliğini oluşturmak
- Logo tasarımı
- Sıra dışı bir tarz oluşturmak
- Sofya Caz Festivali Afişleri
- Sahnenin yeri, alanı ve tasarımı
- 3D Sahne Tasarımı
- Sonuç



BÖLÜM 1

FESTİVAL ANALİZİ

Caz Müziği Tarihi

Cazın müziğe yansıtılan bir ifade sanatı olduğu söylenir. Aynı zamanda, insan varoluşunun temel ritmi ve insanın geleneksel değerlerinin çağdaş yansıması olduğuna da yaygın olarak inanılır. Bugüne kadar cazın gerçek kökenlerinin, Afro-Amerikan yaşam tarzlarına dayandığı ve tarihi hakkında pek çok şey yazılmıştır. Caz, Afrika kökenli Amerikalılar tarafından yaratılan bir müzik tarzıdır. Müziği çalma esnasında ses genellikle spontane gelişerek, senkoplu ritimler, polifoni ve birçok dereceli doğaçlama içerir.

"Caz" kelimesinin kökeni, İngilizcede çoğunlukla cinsel eylemler için kullanılan kaba bir terime kadar uzanır. Bununla birlikte, cazın anlamı, kısa sürede, ister beste yönergeleri ister doğaçlama altında olsun, müzikal bir sanat formu haline gelerek, spontane gelişen melodik ifadeleri yansıtmıştır. Caz çalanlar, cazın tanımsız kalmasını ve sadece hissedilmesi gerektiğine dair duygularını sıklıkla dile getirmişlerdir. Dünyaca ünlü caz sanatçısı Louis Armstrong'un caz müziği hakkında kısa bir açıklaması, "Cazın ne olduğunu sorarsan, ne olduğunu asla bilemezsin."

Caz, ilk olarak 20. yüzyılın başlarında Amerika Birleşik Devletleri'nde gelişmiştir. Mississippi Nehri'nin ağzına yakın olan New Orleans Şehri, Caz'ın gelişmesinde kilit bir rol oynamıştır. New Orleans sesleri, kabile Afrika davul ritimlerine

ve Avrupa mzk yapılarına kapsamaktadır. Şehrin nüfusu, birçok farklı etnik kökenli insanlardan oluŐmaktaydı. Bunlar Afrikalı, Fransız, Karayipli, İtalyan, Alman, Meksikalı ve Amerikan Kızılderililerinin yanı sıra İngiliz kökenli insanlardan oluŐmaktaydı.

Bu etnik çeŐitliĐin Caz müziğine etkisi muhakkak vardır ki, Caz müziğinde o kültürel karıŐımının senfonik çeşitliliğine yansıyan bir etkisi olmuŐtur. Afrika-Amerikalı mzk gelenekleri diğerleriyle karıŐarak yavaŐ yavaŐ caz, blues ve diğer mzk türlerinin bir karıŐımı olarak ortaya çıkmıŐtır. Caz çağını modern Afro-Amerikan kimliklerinin ve aĐdaŐ Amerikan yaŐamının yaratılmasında sivil haklar hareketine bağlayan anlatı yörüngelerini anlayacaksa, bu çalışmalar birlikte yerel müziğin, siyasetin, kültürel kimliğin ve toplumsal belleğin ayrılmaz olduğunu gösteriyor. (Dinerstein, Joel. 2003).

İlk baŐta caz daha çok dans etmek için üretilirken daha sonra oturulup dinlenebilen bir mzk türü olarak gelişmiştir. Caz'ın ilk kayıtları 1917 yılında yapıldıktan sonra mzk hızla yayılmıŐ ve Art Deco zamanlarının en popüler mzk türü olarak tanınmıŐtır.

Caz müziğin evrimi, çoğunlukla Louis Armstrong, Duke Ellington, Charlie Parker ve Miles Davis gibi parlak ve yetenekli müzisyenler tarafından yönetilmiŐtir. Caz müziği, diğer türlerin yanı sıra geleneksel Caz, Bebop, Rock'n Roll gibi bir dizi farklı tarzları da geliŐtirmiŐtir. Aynı zamanda, Amerika Birleşik Devletleri'nden dünyanın birçok yerine yayılan caz müziği, dnden bugüne halen düzenlenen caz festivalleriyle onlarca ülkede düzenlenmektedir. (Yurochko, Bob,1993).

Anahtar kelimeler : faydalar, kültürel, etki, ekonomik etki, festivaller, görsel iletişim, tasarım

Festival Tanımı / Festival nedir? Festivallerin tarihi

Kendini gerçekleştirmeyle bağlantılı üst düzey ihtiyaçlar, çağdaş toplumlarda giderek daha önemli bir rol oynamaktadır. Böylece kültür ve eğlence insan davranışlarının kalıcı bir parçası haline gelmiştir. Tiyatroya, sinemaya, galeriye veya festivale gitmek artık istisnai bir olay değildir. Genellikle oldukça sıradan ve yaygın bir şeydir ve gevşemek, oylanmak, sosyal ilişkileri veya kişinin çıkarlarını sürdürmek için gerekli bir araç olarak görülmektedir. Ayrıca günümüzde birçok şehir festivaller aracılığıyla sosyo-ekonomik kalkınma stratejisini uygulamaktadır. Turistleri çekmek, şehri tanıtmak ve yerel sakinler için kültürel - eğlence teklifini genişleterek hayatlarını daha çekici hale getirmek için düzenlenirler. Festivallerin sayısının, çeşitliliğinin ve kentler üzerindeki etkisinin artması olgusuna festivalleşme denilmektedir. Festival, genellikle yerel bir topluluk tarafından sahnelenen ve o topluluğun benzersiz bir yönüne odaklanan bir etkinliktir. Pek çok türdeki festivaller, eğlence sağlamanın yanı sıra belirli ihtiyaçları karşılamaya da hizmet ederler. Dünyada çok sayıda festival türü vardır. Birçok festivallerin dini kökenleri olmasına rağmen, diğerleri mevsimsel değişim içerir veya bazı kültürel öneme sahiptirler. Mardi Gras/New Orleans, Rio Karnavalı, Venedik Karnavalı, (paskalya öncesi büyük pehrize girmeden önce düzenlenen festivallerdir)Hindistanın Holi festivali..vb. gibi dini festivaller. Ayrıca bazı ülkeler ve kurumlar tarihlerindeki bazı önemli olayları işaretlemek için kendi kutlamalarını (genellikle "festivaller" olarak adlandırarak) kutlarlar. Bu durumlar, bu kurumların kurulduğu gün veya periyodik olarak, genellikle yılda bir kez düzenlenmesine karar verdikleri başka bir etkinlik olabilir.

(Geleneksel film festivalleri, yemek, kültür ve müzik festivalleri, elektronik, klasik, jazz ve blues gibi).

Müzik festivalileri, bazen müziğin türü, müzisyenlerin milliyeti, yöresi veya tatil gibi bir tema ile sunulan müziğe yönelik bir festivaldir. Genellikle açık havada yapılırlar ve genellikle yiyecek ve promosyon ürün satıcıları, performans sanatı ve sosyal etkinlikler gibi diğer ilgi çekici aktiviteleri içerirler. Müzikal performanslar bilinen en eski festivallerden biri olabilir. Birçok festival yıllık olarak düzenlenir ve yine başka aralıklarla tekrarlanır. Pek çok rock festivali de dahil olmak üzere bazıları yalnızca yılda bir kez düzenlenir. Bazı festivaller kâr amaçlı konserler olarak düzenlenir, diğerleri ise belirli bir amaç için fayda sağlarlar. (Toplumsal bilinçlendirme veya Yardım kurumları gibi.)

1999 yılında yirminci yılını kutlayan Festival International de Jazz de Montréal (Montreal Uluslararası Caz Festivali), sadece on iki gün içinde bir buçuk milyondan fazla insanı kendine çekerek dünyanın en popüler müzik festivallerinden biri haline geldi. Çoğu ziyaretçi Kanadalılar ve Amerikalılar, ancak Avrupalılar her yıl daha fazla sayıda katılıyor. 1979 yazında düzenlenen ilk Festival bir haftadan az sürdü. O zamandan beri, giderek genişledi ve artan ziyaretçi sayısını karşılamak için bir siteden diğerine birkaç kez taşındı. Montreal şehir merkezindeki şu anki yerinde, Place des Arts semtinde, şimdi tam on iki gün sürüyor. 1998'de toplam 411 etkinlik için otuz altı konser dizisi ve iki film dizisi sunuldu. Bunların 103'ü ücretli, 298'i ise çoğunlukla açık havada düzenlenen ücretsiz konserlerdi. Şehrin dört bir yanındaki on ikiden fazla barda sunulan caz da

etkinliğin bir parçasını oluşturuyor. Öğleden 18.00'e kadar her saat başı ücretsiz bir açık hava konseri düzenleniyor. 18.00'den gece yarısına kadar, aynı anda iki ücretsiz konser daha gerçekleştirilir. Gün boyunca sokak grupları, bebek arabalarına çok çeşitli müzik tarzlarının tadına varıyor. On iki saatten fazla bir süre boyunca halk, bir mekandan diğerine geçerek müziği kesintisiz olarak duyabilir. Şehir merkezi alanı, eşzamanlı performanslardan müziğin üst üste binmesini önleyecek kadar büyüktür. Öğleden sonra ve akşam, Festival müdavimleri kapalı mekanda ödemeli konserlerin keyfini çıkarabilirler. (Deschênes, Bruno. (2000).

Eğlence Endüstrisi - Halkın ve festivallerin ulusal reklam görünümü / Sponsorlar

İnsanlar neden festivallere giderler? Bunun birçok sebebi vardır. İnsanlar festivallere başkalarıyla bağlantı kurmak için, birlikte yaşama ve çalışma, ağ oluşturma, ilişkiler ve sosyal bağlantılar kurmak için gidebilirler. Bir başka sebep, kültürel ziyaretler, müzik festivalleri, kültürel etkinlikler, meditatif düzenlemeler ve diğer etkinlikler sırasında meydana gelen önemin farkındalığına varmak, anlam ve şekil vermek için olabilir. Bir topluluğun bir araya gelmesinin her zaman bir anlamı vardır. Bu durumlar etkinlik organizatörlerinin festivallerini ziyaretçilerin istediklerine ve beklentilerine göre uyarlamalarını sağlar. Böylece, ziyaretçilerin festivalden keyif alma, festivalden olumlu düşüncelerle, hislerle, deneyimlerle ayrılmasına katkıda bulunmuş olur. Katılımcılar, festival hakkında başkalarıyla olumlu görüşleri paylaşarak ve muhtemelen yeniden festivale katılma olasılığını da artırır.

Bir festivalin en önemli kriteri, halkın beklentilerini karşılamak ve isteklerini yerine getirmektir. Bu beklentiler, günler veya haftalarca sürebilen geniş, istisnai bir etkinlik düzenlemesinde karşılanmaya çalışılır. Aynı zamanda, 1 veya daha fazla sponsor tarafından desteklenen ticari bir boyutu da dahil etmek üzere, muazzam bir halka açık çerçevede kurulmuş devasa bir organizasyon halini alır. Bir müzik festivali sponsorluğu, müzik dalındaki grubu, kişiyi veya kuruluşu finansal olarak destekleyerek, ürün ve satış hizmetlerini içerir. Etkinlik sponsoru, genellikle değerli bir şey karşılığında finansal fon sağlayarak etkinliği destekleyen bir şirket olur. Çoğu zaman sponsorlar etkinliğin kendi marka görünürlüğü, müşteri potansiyelini artırma, katılımcı verilerine erişim, yapılan etkinlikte tanıtım veya indirimli etkinlik biletleri dağıtımında destek olurlar. Elbette, sponsor bu tür bir organizasyondan büyük fayda sağlamaktadır, çünkü sadece bir etkinliğin değil, aynı zamanda kendi şirketinin reklamını da geniş bir kitleye tanıtabilmektedir.



BÖLÜM 2

BİR FESTİVALİN REKLAM VE PAZARLAMA KAPASİTESİ

Diğer pazarlama taktikleriyle karşılaştırıldığında, etkileşim kapsamında festivaller ve etkinlik düzenlemeleri eşsizdir. En iyi etkinlikler, çabucak unutulmuş mikro (küçük çaplı) etkileşimler olmak yerine, katılımcıların uzun süre hatırlayacakları ve başkalarıyla övünecekleri bir deneyime odaklanır. Etkinlikler genellikle kişisel deneyim ve bağlantıları içerdiğinden, markaları mütevazileştirir ve katılımcıları markalarla daha yakın ve kişisel bir bağ kurulmasını kolaylaştırır. Festivaller, duyulara ve duygulara hitap ederek, katılımcıların yalnızca işlemsel bir alışveriş değil, değerli bir ilişkinin parçası olduğunu hissetmelerini sağlamaktadır.

Hedef pazar dünyanın neresinde olursa olsun, reklam ve satış promosyonu için temel strateji ve planlamada alınan kararlar aşağı yukarı aynıdır. Bununla birlikte, reklamcılık ve satış promosyonunun görünümü ve hissiyatının farklı ülkelerde çok fazla değişiklik gösterdiğini unutmamak gerek, (kültürel ve geleneksel faktörler) çünkü kısmen bir pazarlama yöneticisinin karar alanlarının her birinde kullanabileceği seçenekler bir ülkeden diğerine göre önemli ölçüde değişebilir. Reklam stratejisi, ekonomiyle direkt olarak bağlantılıdır. Bir ekonomi büyüdükçe, reklam daha önemli hale gelir, çünkü daha fazla tüketicinin geliri vardır ve ancak böylece reklamlardan iyi bir sonuç alınabilir. Ancak iyi reklam sonuçları maliyetlidir ve bu durumda itina ile yapılan bütçe hesaplamaları reklam harcamaları için büyük önem taşır. Her reklam ve kampanyası, açıkça tanımlanmış hedef kitleye sahip olmalıdır. Bununla birlikte o hedef pazarına yönelik kişisel satış amacıyla daha spesifik yaklaşmalıdır.

Pazarlama fonksiyonları ve stratejileri

Pazarlama faaliyetlerinin kapsamı ve etkileri hala son derece geniş ve bir bütün olarak analiz edilmesi güçtür. Bir şirketin özelliklerinin, belirli pazarlama işlevleriyle ilgili faaliyetler de dahil olmak üzere her türlü faaliyet için önceliklerin belirlenmesinde önemli bir rol oynadığı anlaşılmaktadır. Buradaki en önemli belirleyiciler ya bir şirketin özellikleri ya da pazarlarının özellikleri ile ilişkilidir (Couto, Vieira, Borges-Tiago, 2005).

Başarılı, geniş katılımlı ve kârlı bir etkinliğin temel taşı sağlam bir stratejidir. Tanımlanmış bir plan olmadan, etkinlikler yönsüzleşebilir, etkinlik düzenleme ekipleri hayal kırıklığına uğrayabilir ve katılımcılar düzenlenen etkinliğe katılım amacını tam olarak anlayamazlar. Bir etkinlik pazarlama stratejisinin başlangıcında, bir nedeni olmalıdır ve etkinliğin ardındaki kapsayıcı bir misyon ve vizyonu barındırmalıdır. Etkinlik organizatörleri "nasıl" ve "ne" konularına geçmeden önce olayın altında yatan 'neden' sorusunu önce cevaplayabilmelidir.

O halde etkinlik uzmanları kendilerine şunu sormalıdır: Bu etkinliği neden yapıyoruz? Gerçekleştirmemiz gereken görevler nelerdir? Etkinlik için en yüksek ve en iyi vizyon nedir? İnsanlar neden katılmalıdır? Buna dayanarak, etkinlik planlayıcıları etkinlik türü, adı, görsel kimliği, teması ve marka bilinci oluşturma gibi daha fazla etkinlik ayrıntısına girebilirler.

Etkili bir etkinlik pazarlama stratejisi, etkinliğin ulaşmayı hedeflediği hedef kitlenin iyi anlaşılmasını gerektirir. Bir kitleyi tanımlamanın en bilinen yöntemi önceki etkinliğe katılım sağlayan kitlenin araştırılmasıdır. Etkinlik organizatörleri her katılımcı için bir demografi, psikografi, (Psikografi, kişilik, değerler, görüşler, tutumlar, ilgi alanları ve yaşam tarzlarının incelenmesinde uygulanır), motivasyonlar, medya davranış kalıpları vb. gibi unsurları içermelidir. Ayrıca, kişinin isteklerini, ihtiyaçlarını, beklentilerini, korkularını ve hayal kırıklıklarını da göz önünde bulundurmalıdır. Kısacası, etkili bir etkinlik pazarlama stratejisi hedef kitleyi düşünerek, hedef kitlenin bu etkinlikten çıkarı ne olacak? Etkinliğe katılmanın faydaları nelerdir? Gibi soruları cevaplaması gerekir.

Festivalin hedef kitlesi

Hedef Piyasa

Ürün- Yer- Promosyon- Fiyat

Kişisel satış- Kitlesele satış- Satış Promosyonu

Reklam - Tanıtım

Hedef kitle - Reklam türü - Medya türleri - İşi kim yürütecek?

Yukarıda özetlenerek sıralanan plan dikkate alınarak, müzik festivaline gidebilecek hedef kitlenin demografisi önce ele alınır. Bu demografiye göre, festivale katılacakların ortalama yaşları, cinsiyetleri, sosyal statüleri, ve müzik türü sevenlerine göre hesaplanır. Bu tezin kapsamında yer alacak bir Caz müzik festivalinin düzenlenmesi

fikrine katkıda bulunmak için, önceden iyi düşünölmeli ve sistemli bir şekilde organize edilmelidir. Tüm festivaller gibi, 2008 yılı için yaklaşan bir etkinlik olarak Sofya'da bir Caz festivalini yönetmek, karşılıklı beklentileri karşılması gereken birden çok paydaşa dayanan yoğun, lojistik açıdan karmaşık bir girişim olacaktır. Festivaller daha çok medyada teşhir edilme, profesyoneller tarafından yakından izlenme, sponsorlar ve halk için çekici olma eğilimindedir. Ayrıca, sanat ve kültürle her zaman çok fazla ilgisi olmadığı için kamu otoriteleri tarafından da finanse edilmektedirler.

Sofya Caz Festivali 2008 / Görsel İletişim

Sofya Caz Festivali'nin oluşmasında görsel iletişim bünyesinde katkıda bulunacak en önemli unsurlar, Festivale yönelik sanatsal, ekonomik ve sosyal etkilerine yatırım yapmaktır. Bu festivali gerçekleştirmek için araştırma aşağıda sıralanan öğeleri değerlendirecektir.

- festival operatörleri ve katılımcıları;
- sübvansiyonlar sunan kamu yetkilileri
- sponsorlar ve medya.

Araştırma ve proje sunumu/ kriterler

Araştırma projesi:

- çağdaş festival uygulamaları ve etkileri hakkında bir dizi sonuç sunmak

- festivallerin her sene tekrarlanması için gelecekte olabilecek eğilimler hakkında tahminler üretmek.
- festival operatörleri ve festival katılımcıları, kamu yetkilileri ve sponsorlar için bir dizi öneriler sunmak.

Seçim kriterleri araştırması, gösteri sanatları ve müzik festivallerine odaklanacak ve yeni medya festivallerini dahil etmeye çalışacaktır. Örnekler aşağıdaki kriterleri karşılayan festivallerden oluşacaktır.:

- Açık bir birincil sanatsal amaç ve değer sergileyen festivaller olacaktır.
- Kentsel ortamda meydana gelecektir.
- Profesyonel bir yönetim düzeyinde çalışılacaktır.
- Aşağı yukarı bir hafta sürecektir.
- Bir veya daha fazla mekan, arazi, vb. meydana gelecektir.
- Ayrı bir hukuki statüye sahip olmak veya başka bir şekilde operasyonel özerkliğe sahip olmak gerekecektir.
- Uluslararası bir programlama bileşenini görüntülenecektir.
- Belirli bir gelişim yolunu betimleyecektir, örneğin, 5 veya daha fazla yıllık bir festival geleneği oluşturulmalıdır.

Her festival kendi konusu üzerinde hakim olduğu işlevlerini şekillendirir. Bazı festivaller, bir temel işlevi açıkça ön plana çıkarma yeteneğine sahipken, diğerleri aynı

anda birkaç işlevi dengelemeye çalışır. Soru, hangi işlev daha başarılı ve ne kadar süreyle olduğudur.

Bazı festival programcıları esas olarak kamuoyunu bilgilendirmeyi amaçlarken, diğerleri daha ileri giderek belirli bir disiplini, stili, sanatsal eğilimi, bir kuşağı veya bazı bireysel sanatçıları ve şirketleri öne çıkarmaya, tanıtmaya ve onaylamaya çalışır. Bu nedenle, bazı festivaller yalnızca bir programcı veya başka bir yerde yapılan işlerin sunucusu rolünü kabul etmez, aktif bir yapımcı veya daha sıklıkla ortak yapımcı rolünü üstlenir, kaynakları bir araya getirir ve diğer sanatsal organizasyonlarla riski paylaşır.

Başlangıçta çoğu festival, yerleşik kurumsal altyapının ve programlamanın eksikliklerini ve sınırlamalarını düzenli bir kültürel sezon boyunca seçimleriyle telafi etmeyi amaçlarken, bugün birçok festival yenilikçi bir güç rolünü üstlenmekte ve net bir gelişim işlevini seçmektedir. Profesyonel etkinlik düzenleyicilerle ağ oluşturma, yansıtma ve tartışma ve ek yeterliliklerin (usta sınıfları, atölyeler) edinilmesi için geniş fırsatlar sunulmaktadır. Bazı festival programcıları esas olarak kamuoyunu bilgilendirmeyi amaçlarken, diğerleri daha ileri giderek belirli bir disiplini, stili, sanatsal eğilimi, bir kuşağı veya bazı bireysel sanatçıları ve şirketleri öne çıkarmaya, tanıtmaya ve onaylamaya çalışırlar. Bu nedenle, bazı festivaller yalnızca bir programcı veya başka bir yerde yapılan işlerin sunucusu rolünü kabul etmezler, aktif bir yapımcı veya daha sıklıkla ortak yapımcı rolünü üstlenirler, kaynakları bir araya getirir ve diğer sanatsal organizasyonlarla riski paylaşırlar.

METODOLOJİ

Sofya Caz Festivali ve etkinlik programının gözden geçirilmesi, danışman ve bölüm akademik kadrosuyla geliştirilmiştir.

İnceleme sürecinde kapsamlı olarak akademik bir çerçevede ilk defa bu denli kapsamlı bir proje için daha önce Sofya'da yapılan festival/etkinlik organizasyonu/sağlayıcısı, etkinlik hakkında yazılı bildirim alınmıştır.

gözden geçirme ve incelemenin alacağı süreç üç aşamadan oluşmaktadır:

1. Bilgi ve veri toplama
2. Kriter ve bütçe Değerlendirmesi
3. Halkla istişare, ilgi ve talep potansiyeli

İnceleme süreci, organizasyonun/sağlayıcının festival/etkinlik hakkında bilgi toplanması ve bunların nasıl olduğuna dair festivalin karşılayacağı ihtiyaçları ve öncelikleri belirlemek.

Festivalin kurulması için gerekli olan temel dizi sorular sorulmuştur:

Caz festivali için açık bir ihtiyaç/talep kanıtı var mı ve bu nasıl kanıtlanıyor,

- Caz festival/etkinlik Konsey/Şehir önceliklerine katkıda bulunuyor mu?
- Caz festivalin/etkinliğin kalitesi nedir ve bu nasıl kanıtlanır?
- Caz festivalin/etkinliğin sanatsal faaliyetlere ilgi çekmesi nasıl geliştirilir?
- Caz festival/etkinlik afişleri görsel olarak nasıl bir yol izlemeli ve tasarlanmalıdır?
- Caz festivalden/etkinlikten doğan faydalar/sonuçlar nelerdir?
- Olay ve aktivitenin maliyeti ve talep potansiyeli yeterli midir?

Fonksiyonlar

Festivallerin kutlama fonksiyonu, artan sosyal uyum, öz farkındalık ve sivil toplumun mikro düzeyde konsolidasyonu gibi yerel toplumun faydalarını vurgular. Fonksiyon olarak festivaller, görkemli mirası, kültürü ve gelenekleri kutlamanın etkileyici bir yoludur. Sevdiklerimizle hayatımızdaki özel anları ve duyguları sevindirmek için yapılır. Sosyal yaşamlarımıza yapı eklemek ve bağlantı kurmak için önemli bir rol oynarlar.

Festivallerin tanıtım fonksiyonu, konumlarını bir turizm destinasyonu olarak ortaya koyar ve çekici hale getirme ve turist teklifini zenginleştirmek için çaba gösterilir. Temel olarak bir festival tanıtım işlevinin bir etkileme girişimi içermesi gerekir; satıcılar ve potansiyel alıcılar arasındaki bilgi iletişimini içerir. Bunlar, festivalde satılan promosyon ürünlerine bilet satışlarını içerir. Pazarlama yöneticilerinin asıl tanıtım işinin hedef müşterilere doğru ürünü satmak olduğunu akılda tutmak önemlidir. Caz festivalinin tanıtımı, alıcıları tanıtılan ürün veya hizmeti veya fikri kabul etmeye, yeniden satmaya, tavsiye etmeye ve kullanmaya ikna etmek olacaktır. Promosyonun işlevleri ve faydaları şunlardır:

Bilgilendirme- Bu, bilginin aracıya ve nihai tüketicilere yayılmasını içerir. bir festivali tanıtmanın en etkili yolları. Yerel Şirketler ve Sponsorlarla Ortak olmak, bilet satışları için doğru şirketlerle çalışmak, medyada aktif olmak, promosyon ürünleri dağıtmak, reklam, kaliteli pazarlama ve materyallere yatırım yapmak, e- posta pazarlamayı kullanmak.

İkna Etme- Ürün, ürünü satın almak için güçlü bir ikna gerektirir. (festival biletleri, yer, mekan, seyahat, kalma konaklama) İnsanların bir destinasyon etkinliği için şehirlerinden ayrılmalarını sağlamak kolay değildir. Bilet maliyetlerine ek olarak, herkesin ödemeye istekli olmadığı bir rakama hızla eklenen seyahat ve konaklama durumları vardır (en azından ilk bakışta). Bazı şanslı festivaller için ise, varış noktası etkinliğin kendisi kadar bir çekicidir. Her şey, etkinlik katılımcılarının gezilerini organize etmelerini mümkün olduğunca kolaylaştırmaya gelmektedir. İnsanların festivale seyahat etmesini sağlamanın yollarından bazıları insanlar etkinliğinize seyahat ederken, bunu mümkün olduğunca kolaylaştırmayı sağlamaktır. Etkinliği daha erişilebilir kılmak, katılım sayısını genişletir ve katılımcıların memnuniyetlerini etkiler.

Hatırlatma- Tüketicilere ürünün dijital veya analog olarak hatırlatılması gerekir. Bu, televizyonda veya gazetelerde reklam yoluyla olabilir. Görsel medya türleri arasında dijital ve basılı görüntüler, fotoğrafçılık, grafik tasarım, videolar, animasyon ve daha fazlası bulunur. Görsel medya, reklam panolarında, gazetelerde, ekran projektörlerinde, afişlerde, televizyonlarda, bilgisayarlarda ve diğer dijital platformlarda iletilebilir.

Ekonomik fonksiyonları yeni (geçici de olsa) istihdam yaratma ve yerel tüketimi artırma çabası anlamına gelmektedir. üretim, tüketim ve büyüme ekonomilerin olmazsa olmazıdır. Festivaller, ev sahibi toplulukların imajını iyileştirebilir, onları çekici bir destinasyon haline getirebilir ve yerel ekonomiyi canlandırabilir. Festivaller ve turistik etkinlikler, turist çekerek ve harcamaları artırarak yerel ekonomilere katkıda bulunan ev

sahibi toplulukların görünürlüğünü artırır. Bu etkinlikler çoğunlukla, yatırımlarını haklı çıkarmak için ortaya çıkan ekonomik etkiyi ölçme ihtiyacını paylaşan yerel yönetimler tarafından finanse edilmektedir. Turizmin ve turistik etkinliklerin, özellikle festivallerin etkisi geniş çapta araştırılmıştır. Bununla birlikte, yerel ekonomilere katkılarını ölçmenin en iyi yolunun ne olduğu konusunda hala bir fikir birliği olmamış ve kesin bir sonuca ulaşılamamıştır. Kültürel etkinliklere ve festivallere yatırım yapmanın sosyal sermayenin yaratılmasını kolaylaştırabileceği ve yerel toplulukların büyümesini teşvik edebileceği kanıtlanmıştır. Bu etkinlikler yalnızca kısa vadeli bir sonuç olarak turistleri cezbetmekle kalmaz, aynı zamanda ziyaretçiler ile etkinlik yeri arasında yerel ekonomi üzerinde olumlu bir etkiyle ilişkilendirilebilecek güçlü bağlar oluşturmaktadır. Özel etkinliklerin ve festivallerin ev sahibi topluluklar üzerindeki olumlu ekonomik etkisi geniş çapta kabul görmüştür. Hükümetler bu etkinlikleri ekonomik kalkınmayı artırmanın bir yolu olarak kullanmaya başlamış ve esas olarak bölgeye yalnızca bu tür etkinliklere katılmak için gelen ziyaretçilerin harcamalarından yüksek bir yatırım getirisi sağlamıştır. (Jackson, J.; Houghton, M.; Russel, R.; Triandos, 2005).

Politik fonksiyonlar Politik işlev, festivallerin belirli bir siyasi ilişkiyi (örneğin, Slovenya'daki Bulgar müziği festivali) veya politik konsepti (Sofya'nın Caz Festivali) teyit etme hırısında kendini göstermektedir. Kamusal etkinlikler genellikle topluluk sosyal ilişkilerini ve kültürel değerleri ifade eder, yansıtır ve güçlendirir. Kamusal olayların analizi, sosyoekonomik gelişmenin farklı mekanizmalarını anlamak için özellikle yararlıdır. Seçilmiş hükümet yetkililerinin oynadığı gelişen rol, belki de modernite çağında geleneklerin devam eden değerini anlamaktır.

Eđitici fonksiyonlar, Festivallerin Eđiticileri, izleyiciler, katılımcılar, personel ve gönüllüler üzerindeki etkisi, sanata olan beğenilerinin yanı sıra kùltürlerarası yeterliliklerini de geliştirmektedir. Festivaller coğrafyanın yanı sıra sıralanabilir, antropolojide çalışılan bir konu olmuştur. Ayrıca, festivallerin şu anda özel sektöre yönelik kapsamlı araştırmaların bir parçasıdır. (Getz, 1997, s. 4)

Sahnenin yeri, alanı ve tasarımı

Festivaller, kentsel çevrenin olağan algılarına meydan okumak için, nüfusun ve ziyaretçilerin zihninde kentin belirli bir yeniden haritasını çıkarma yeteneğine sahip olan kentsel mekan ve konum politikasındaki oyuncularlardır. Kentsel bir yerin başkentinde veya merkezinde bir sahne veya festival alanı inşa etmek çok önemlidir. Bu sayede hızlı bir şekilde reklam yapılması ve kamuoyunun bilgilendirilmesi mutlaka sağlanacaktır. Yer seçimi sadece alternatif alanların dönüştürülmesi, keşfedilmesi, geri dönüştürülmesi ve kötüye kullanılması ve muhtemelen bunların ardışık istikrarlı kullanımı meselesi değil, aynı zamanda bazı nüfus gruplarının ve bazı kentsel mahallelerden sakinlerin yerleştirilmesi, katılımı ve teşvik edilmesi meselesidir. Etkinlikler ve festivaller için, geniş bir sahne ve Festival'in amacının niteliklerini, bu durumda Caz müziğini seyirciye hemen gösteren benzersiz bir tasarım sunmalıdır. Sahne ve etkinlik aydınlatması, robotik, eksiksiz sahneleme hizmetleri, ses ve ses ve video projeksiyonu sağlayacak yaratıcı Aydınlatma Tasarımına yüksek teknoloji sahne ile birlikte gerekli olacaktır. Festivallerle “nerede?” sorusu genellikle “kim” anlamına gelir: konum aynı zamanda katılımı belirler ve belirli bir hedef kitleyi ifade eder.

Festivalin hedef kitlesi sponsor markanın hedef kitlesi olmalıdır.

'Kim' denildiğinde akla ilk gelen şeylerden biri de festivale katılacak sanatçı ve müzisyenlerin kalitesidir. Bu, genel anlamda müzik festivalinin kalitesini garanti edecek ve sağlam bir ilgi alanı oluşturacaktır. Ayrıca reklam ve sponsor firmaların ülke çapında daha iyi algılanması hızlanacaktır.

Sanatçılar- Endüstriyi yürüten müzisyenler. Müzisyenler, sanatçı ve izleyici arasındaki ilişkiyi kurmaya ve sürdürmeye yardımcı olmaktadır Bir menajerin dediği gibi, seyirciyi cezbetmedikçe hiçbir müzisyen defterleri tutmaya değmez. Bir sanatçı kalabalığı çekme becerisini gösterdiğinde, gemiye gelen ilk dış ekip üyesi genellikle menajerlerdir.

Menajerler- Endüstrinin ve kamu yararının gelişmeye başladığı noktada, bir rezervasyon acentesi sanatçı için çok önemli bir ortak haline gelir. Bir sanatçıyı öncelik haline getiren bir temsilci, sanatçıları endüstrinin diğer üyelerine tanıtmada önemli olabilir ve bu da onların gelişimine yardımcı olabilir. Temsilciler, sanatçının performans gelirinin bir yüzdesini, genellikle brüt bazda (mağzacılık/merchandising hariç) alırlar.

Kayıt Yöneticileri ve Sanatçı Yöneticileri - Sanatçı yöneticileri, plak şirketleri ve yönettikleri sanatçılar arasında önemli iletişim kanalları sağlar. Tipik olarak, bir plak şirketi, sanatçıyı imzalamak ve pazarlamak için harcanan miktarın plak satışlarıyla telafi edileceği beklentisiyle bir sözleşme veya dağıtım anlaşması sunar. Plak yöneticileri ayrıca tur desteği için hangi harcamaların uygun olduğunu belirler. Sanatçının yöneticisi

bu ilişkiye aracılık eder. Plak şirketleri nadiren doğrudan bir sanatçının canlı performansından yararlanır. Öte yandan yönetici, sanatçının brüt gelirlerinden önceden belirlenmiş belirli giderler düşüldükten sonra bir komisyon kazanarak doğrudan turdan kâr edebilir.

Destekleyiciler- Destekleyici, bir etkinliğin profilini yükseltmek için yerel reklam yollarından yararlanacaktır. Bir sanatçının performans garantisine sahip olduğu durumlarda (prodüktörün sanatçıya ödemeyi kabul ettiği asgari ücret), mümkün olan en geniş izleyici kitlesini sağlamak organizatörün çıkarınadır. Organizatör, geliri kapıdan tahsil eder ve yetenek, terfi, üretim vb. ile ilgili giderleri düşer. Anlaşmanın niteliğine bağlı olarak, organizatör net kârın bir yüzdesini veya tamamını cebe indirir. Organizatörler, bir etkinlikteki nihai katılım rakamlarından oldukça bağımsız temel finansal yükümlülüklerle sahip olduklarından, canlı performansta büyük miktarda finansal risk taşırlar.

Festival Programcısı-Düzenleyiciler- Festival programcısı, organizatörünkine benzer bir rol oynar. Festivallerde organizatörler, bilet satışları üreterek yatırımları telafi etmekle de ilgilenirler, ancak bazen programlarının mükemmelliği ve çeşitliliğine odaklanma konusunda daha fazla özgürlüğe sahiptirler. Festival programcılarının genellikle hizmetleri için bir maaş ödenir. Bazı küçük festivallerde, daha çok standart konser etkinlikleri gibi koşar, bir organizatör kar amacı güterek çalışır ve finansal sonuca göre başarılı olur veya başarısız olur.

Prodüksiyon Tedarikçileri- Canlı müzik etkinliği düzenlemek için gerekli ekipmanı sağlayan tedarikçiler dört kategoriye ayrılır: arka plan, canlı ses, ışıklandırma ve sahneleme. Bu tür ekipman ve hizmetleri sağlayan firmalara günlük veya haftalık olarak ödeme yapılır. Kendine ait önemli ekipman taşıyan bir grup olması durumunda, kiralamaların değeri toplam performans maliyetine göre hesaplanacak veya her bir organizatörden ayrı olarak ücretlendirilecektir.

Bu canlı müzik sektörünün doğru pazarlama stratejisi ve iş yapısı izlenirse, etkinlik kaçınılmaz olarak başarılı olacaktır. Çeşitli ünlü, olağanüstü sanatçılarla dünyanın her yerinde gerçekleştirilen birçok Caz festivali var. Tüm caz festivallerinin en iyi tasviri, İsviçre'nin en iyi bilinen müzik festivali olarak bilinen ve her yıl Temmuz ayı başlarında düzenlenen Montrö Caz Festivali'dir. 1967'de kapılarını halka açan ilk büyük Caz Festivali olarak da kabul ediliyordu. 3 gün süren festivalde Keith Jarett, Jack Dejohnette, Bill Evans, Nina Simone, BB King gibi tüm seçkin Caz sanatçıları yer aldı. ve Ella Fitzgerald. Başlangıçta 1970'lerde açıldı ve bugün neredeyse akla gelebilecek her müzik tarzından sanatçılar sunuyor. Caz konsepti olarak festivalin önemli bir parçası olmaya devam ediyor. Bugünkü festival yaklaşık 2 hafta sürüyor ve 200.000'den fazla insanın ilgisini çekiyor ve izleyici çekiyor. Bundan sonra, müzik festivali fenomeni sadece uluslararası bir eğlence hedefi değil, aynı zamanda bir iş ve reklam angajmanı haline geldi. Bunun bir nedeni olarak, bu tür organizasyonlar esas olarak yıllık bir halk eğlence zevki haline geldi. Her yıl, bu belirli müzik festivalleri dünyanın çeşitli yerlerinde düzenleniyor. Diğer tanınmış Caz festivalleri arasında Newport Caz Festivali, New Orleans ve Miras Festivali, Ulusal Caz ve Blues Festivali, Türkiye uluslararası İstanbul

Caz Festivali, Montreal uluslararası Caz Festivali, Londra Caz Festivali, İtalya Umbria Caz Festivali ve daha fazlası yer almaktadır.

Bu eğlence derneğinin yıllar içinde bu kadar beğenilmesinin ve başarılı olmasının en önemli nedeni, esas olarak Caz müziğinin uzun süredir çeşitli tarzlar için kullanılan bir müzik formu olarak bilinmesidir. Uzun bir geçmişe ve birinci sınıf bir ambiyansa sahip sofistike ve somut bir kökene sahiptir. Bu nedenle, gençten yaşlıya kültürel yönlerin çoğunu ve hedef kitleyi çekme eğilimine sahiptir.



3. BÖLÜM

2008 SOFYA CAZ FESTIVALİ

Caz festivallerinin 60 yıldan daha kısa bir süre önce başladığı göz önüne alındığında, bu yaz Sofya Caz Festivali, genel olarak caz ve müzik festivalleri tarihinde bir dönüm noktası olmayı hedefliyor.

Festivalde B.B.King, Bobby McFerrin ve Nigel Kennedy gibi dünyaca ünlü 3 ana sanatçının yanı sıra çeşitli gelişmekte olan ve önde gelen yeni Bulgar caz ve blues grupları da yer alacak. Bulgaristan, ayrı düzenlenmiş tekil konserlerde dünyaca ünlü Caz sanatçıları çok iyi karşıladı. Nicola Conte ve grubu Nicola Conte Jazz Combo, asit caz ve bossa nova karışımını Mart ayında bizlere gösterdi. Mezzoforte, DePhazz ve başçı Marcus Miller, geleneksel bahar caz festivali Sofia Jazz Peak 2007'de ayrı ayrı yer aldı. Avusturyalı asit-caz grubu Count Basic, Billy Cobham ve Francesco Cafiso Quartet, festivalin sonbahar baskısı için geldi. Keyfini tamamlamak için caz efsaneleri George Benson ve Al Jarreau Temmuz ayında Sofya'da çaldı. Temmuz ayında Vanessa Mae'nin yeni albümünden şarkılar çalmasını, Ekim ayında ise Nigel Kennedy'nin virtüöz yorumlarını hem Varna'da hem de Sofya'da dinleyen müzikseverler. Ayrıca Aralık ayında Vasko Vassilev'in ilk Bulgaristan ülke turu için evi doldurdular.

Bu örnekler Sofya'daki müzik performansı sektörünü canlandırmış olsa da, Bulgaristan genel olarak uluslararası Müzik Festivallerinin en önemli sıralamasında hala bir sıralamaya sahip değil, bu Sofya Caz Festivali 2008 yaklaşımı bir dizi paralel sergi, kurs ve serginin başlangıcı olacak. müzik severler için atölyeler ve çeşitli müzik

tarzlarının sunumuna örgütsel bir nitelik ve tek bir festival çatısı altında yerel ve uluslararası sanatçıların iyi bir karışım oluşturacaktır.

İkincisi, Sofya Caz Festivali, ayırt edici kaliteye katkıda bulunmak için sıra dışı bir tarz yaratmayı hedeflemektedir. Festival reklam konsepti için, ünlü grafik tasarımcıların yaratıcı sürece katkıda bulunmaları için afiş, billboard, t-shirt, bardak, anahtarlık, TV reklamı vb. festival ürünlerinin tanıtımının küçük detayı. Görsel görüntünün sanatsal ve yaratıcı konseptini her yıl daha da geliştirmek dışında. Bu inisiyatif, Festival'in sadece eski izleyicisinin varlığını değil, aynı zamanda yeni izleyiciler kazanmasını da sağlayacak, güncel ve gerçekçi bir iletişim ve görsel stratejiyi başarıyla hayata geçirmeyi ve uygulamayı amaçlamaktadır.

Halka ulaşmak için medya formları, bilgilendirme araçlarının en hızlı yollarını internet, radyo ve TV reklamları, billboard afişleri ve el ilanları aracılığıyla içermelidir. En başarılı medya kaynağı, en çok ziyaretçiyi çekmeyi ve bilgilendirmeyi amaçlayan Festival'in web sitesi olacaktır. Web sitesi, festivalin yaratıcı yönü hakkında bir fikir vermek ve ardından gelecek grupların tanıtılacağı ve bilet satışının yapılacağı temel bilgilere geçmek için ulusal televizyona da çok iyi aktarılabilir bir tanıtım eklenti-grafik videosu içerecektir. bilgi ve online bilet kaydı yapılabilecektir. Buradan Caz Festivali Ürünlerinin online satın alınması da mümkün olacaktır. 2008 Sofya Caz Festivali, yalnızca iyi tasarlanmış ve uygulanmış bir stratejinin önemini sunacak ve

yeniden teyit edecektir. Ayrıca, bu yaklaşan etkinlik için izleyicileri bilgilendirmek için her türlü medya etkileşimi dikkatlice düşünülmeli ve baştan sona işletilmelidir.

Müzik festivalleri, büyük eğlencelerin uğurlu günleridir. Sofya'nın ziyaretçiler ve turistler tarafından pek görülmeyen bir yönüne dair büyüleyici, merak uyandıran ve hatta çekici bir içgörü sağlayacaktır. O zaman, modernliği tüm biçimleriyle kucaklasak ve müzikal, ticari ve uluslararası potansiyelini belirlese ve ulusal çıkarlar için ekonomik, kültürel tanıtımını artırsa bile yararlı olacaktır.

Sofya Turizm Kurulu, Milli Eğitim Bakanlığı, turizm endüstrisindeki çeşitli paydaşlar ve Kültür Bakanlığı'nın müzik festivallerinden faydalanması ve bir turizm etkinliği olarak pazarlaması da bir avantaj olacaktır. Üretilen para, Sofya Müzik Festivallerinin cazibesini, yönetimini ve yürütülmesini geliştirmek ve hatta büyük iç pazarın ilgisini çekmek ve onlara hitap etmek için de kullanılabilir. Bunun gibi kültürel etkinlikler, bu yıllık etkinliğe katılan turistler üzerinde Bulgaristan'ın ve mirasının silinmez, farklılaştırılabilir bir iz bırakmasına hizmet edecektir. Festivaller daha sonra dönüştürülecek ve sonuç olarak sadece eğlendirmekle kalmayacak, aynı zamanda genel nüfusu da güçlendirecektir.

Caz Festivalin kurumsal kimliğini oluşturmak

Bir logo herhangi şirketi/hizmeti/ürünü tanımlamak için kullanılan bir grafik öğedir. Logo bir "imza" gibidir. Logo, istenen orijinal konseptte grafik ve görsel bir temsil anlamına gelmektedir. Görüntüler, kelimeler, şekiller veya renkler gibi unsurlar,

şirketin veya markanın tutum ve değerlerini iletebilecek uyumlu bir kombinasyonda bir logoyu mümkün kılmaktadır. Tasarımcı, bu işin yaratıcı olduğunu bilir ve bunun için iletişim, psikoloji, grafik vb. alanlarda bilgi sahibi olmak zorundadır.

Logolarla ilgili bir tipolojiyi analiz etmek ilginçtir, çünkü işaretler ve semboller, renkler ve görüntüler, kelimeler, harfler veya şekiller farklı bir temsil oluşturur.

Tasarımcı bir logo çizmek istediğinde, logonun şirketi veya markayı temsil etmesinin ne olduğunu belirlemesi onun için önemlidir.

İyi bir logo yapmak için göz önünde bulundurulması gereken kriterler: basit olması, (tanınması kolay, basit ve çekici bir tasarım) ürünü veya markayla ilişkilendirilebilmeli (şirketi /markayı tanımlamaya uygun), ayırt edici ve akılda kalıcı olmalı (diğer logoların kıyaslanabilecek ve tanınabilecek, unutulmayacak özel bir tasarım); ayırt edici, uyarlanabilir, tekrarlanabilir, okunaklı ve tutarlı olmalıdır (net bir mesaj).

Bunun için, Sofya Caz Festivali'nin sadece Bulgar caz fenomenine değil, Bulgaristan'ın son yıllardaki kültürel gelişimine de olağanüstü katkısını yansıtacak bir marka kimliği olan Festival için güçlü bir marka kimliği oluşturmak şarttır. Bunu her yıl düzenlenen bir etkinlik haline getirmek için, Sofya Caz Festivali'nin kendisini diğer tüm Caz Festivallerinden ayıran farklı bir kimliğe sahip olması gerekmektedir. Bu spekülasyona yaklaşmanın çeşitli yolları olabilir.

Logo Tasarımı

Logo, Festival'in kimliğinin çekirdeğini oluşturacak, çok yoğun çekici, genel izleyici tarafından hemen farkedilebilir ve süreklilik arz eden bir özelliğe sahip olmalıdır.

logosu



Bu logo tasarımında, Yazı Tipi çok dikkat çekicidir ve tipografik öğeler, sağlam hale getirmek için kompakt bir şekilde bir araya getirilmiştir. Kompakt monotonluğu kırmak için, 'Fest' yazısı, logonun renk olarak değişen tek unsuru olacaktır. Caz müziğini tanıtmamanın yeni bir yönünü tanıtmak için tüm kurumsal kimlikte renkler ve görüntüler sanatsal bir kenarla son derece çarpıcı olmalıdır. Tip ayrıca genel olarak Jazz konseptinin

sanatsal ve müzikal kalitesini de karakterize etmelidir. Bütün bir Jazz konsepti olarak bir araya getirilen her Şey, görsel iletişim konseptinin tamamından sahne tasarımına, sanatsal ve yaratıcı yaklaŐıma kadar çeşitli Şekillerde tekrarlanabilir ve halk için unutulmaz kılmak için logo rneği kadar kompakt ve birbiriyle iliŐkili olmalıdır. .

Logonun Renk Varyasyonları



Sofya Caz Festivali Afişleri







Afiş bir özetdir. En sık yapılan hata afişin üzerine çok fazla öge ve bilgi koymaya çalışmaktır. Afişiniz dikkat çekici olmalı ve bir bakışta anlaşılacak kısa mesaj vermelidir. İzleyicinin dikkatini çekmek için saniyelerinizin olduğunu bilerek, bunu başarmak için "üç saniyelik vuruş" yapma yoluna çıkarken dikkate alabileceğiniz bazı hususlar vardır. (BMA & BLATHE, 1973; Newble etal., 1994).

Hususlardan biri afişi uzaktan Okumayı Kolaylaştırmaktır. Bir afişin en büyük önceliği genellikle birini bir olaya maruz bırakmaktır. Anahtar bilgiler, insanları afişe çekmeli ve metinde bir hiyerarşi oluşturacak mesafeden kolayca okunabilmelidir.

Afiş tasarımı söz konusu olduğunda, metin kullanımının önemlidir. Başlık: ana (ve en büyük) metin ögesidir. Bir sanat unsuruna ek olabilir veya sanat unsuru olabilir. İlginç ve dikkat gerektiren okunabilir bir yazı tipi seçilmelidir.

JAZZ FEST



Bir afiş tasarımının etkili olarak kabul edilmesi için, göz önünde bulundurulması gereken birkaç unsur vardır. Tasarımcının sürekli olarak 2 boyutlu bir kısıtlı alanın içerisinde yaratıcı bir görsel sınırı geçmeye çalıştığını unutmamalıyız. Etkili / çekici bir afiş tasarımının püf noktası; iyi kompozisyonu bilmek ve anlamakla başlar. İyi bir kompozisyon nasıl yapılır? Büyük ölçekte, görsel öğelerin görsel algı ilkelerini bir rehber gibi kullanarak nasıl yerleştirileceğini bilmekle ilgilidir. Görsel uyumu elde etmek, görsel öğelerin nasıl işlediğini ve birbiriyle ilişkilerini tam olarak bilmekle ilgilidir. Sanat ve tasarım ilkelerine (kompozisyon, vurgu, hareket, ritim, kontrast, birlik / uyum) göre kompozisyonun (çizgi, şekil, renk, değer, doku, form, mekan, ızgaralar) bilimsel temelini düzenlemeye gelince (desen), tasarımcı sadece görsel olarak hoş bir sunum yapmak amacıyla elemanları rastgele çizmez, yerleştirmez veya düzeltmez, bunu seyircinin neyi nasıl algılayacağını yönlendirebilmek için yapar.

Sofya Caz festivali için yapılan bu afişler, kompozisyon ilkelerini temel almaktadır. Caz festivaline kavramsal bir bakış açısıyla yaklaşarak afişleri daha etkili ve dikkat çekici kılmak amaçlanmıştır. Amaç, bu afişleri ayrı ayrı ve farklı şekillerde işleyerek, tek bir ana karakterin festivalin görselinde yer almasıyla, izleyicide merak uyandırmasıdır. Afişte tarih ve yer belirtilmemiştir, bunun sebebi afişlerin 'teaser' yani, tanıtım amaçlı yapılmış olmalarıdır. Afişlerde teknik olarak illüstrasyon ve analog fotoğraf kullanılmıştır. Renkler monokrom (monochrome) ve çift ton (duotone) ve CMYK olarak değişmektedir. Afişlerde etkiyi ve merakı arttırmak amacıyla, kompozisyonlar basit ve minimal tutulmaya çalışılmıştır.

Sofya Caz Festivali Ürünleri







Kupa

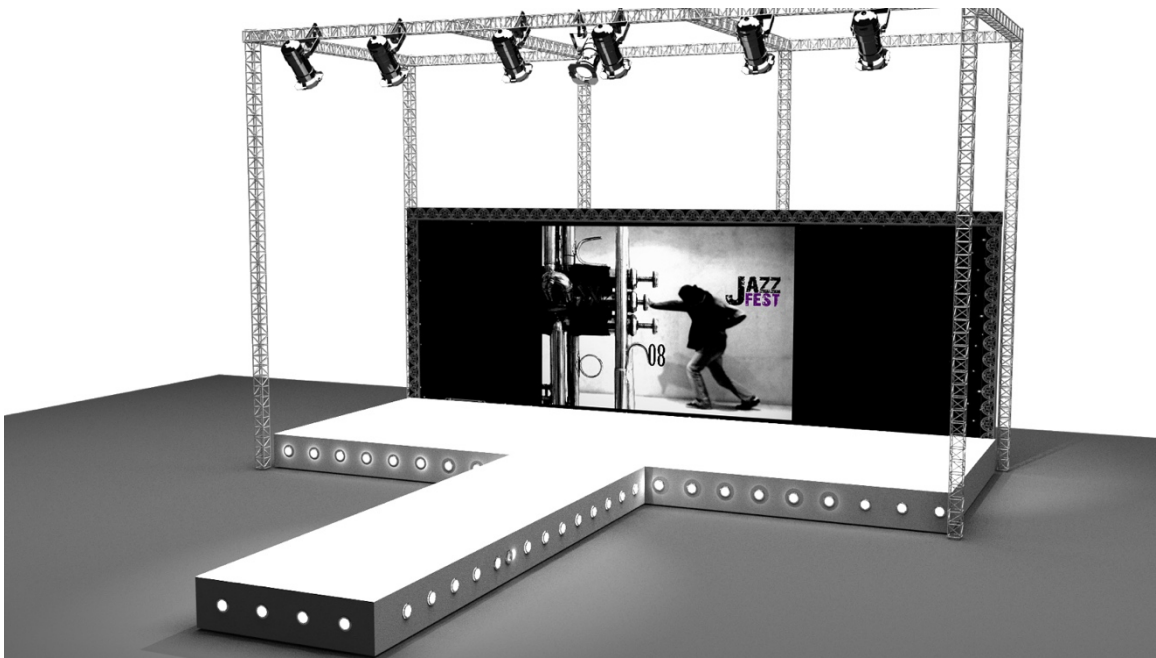
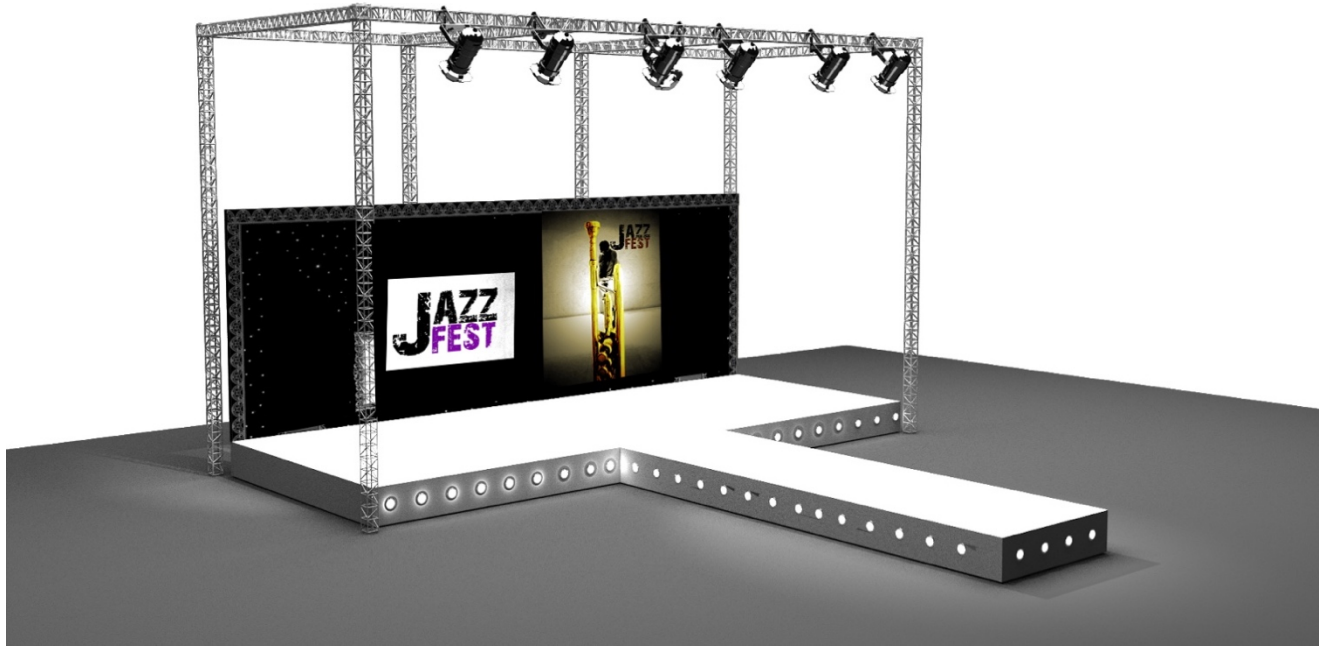


Konser Kimlik Kartı

3D Sahne Tasarımı

Son yıllarda, sahne arka planı, büyük ölçekli sanat akşamlarının sahne tasarımında ve dış mekan konser gösterilerinde giderek daha popüler hale gelmiştir. Sadece sahneyi ayarlamakla kalmayıp aynı zamanda sahne alanını genişleten ve müziğin sanatsal ifadesini geliştiren bir atmosfer yaratarak, Caz müziğin özel akustiklerini ve hareket alanını sahne içeriğiyle ustaca harmanlamaktadır. 3D modelleme kullanarak sahne performansı sanatının tasarımına yansıtılmasıdır.





Sonuç

Festivaller caz dünyasının önemli bir parçasıdır ve caz müzisyenlerinin, dinleyicilerinin ve organizatörlerinin hayatlarını planladıkları düzenli olarak meydana gelen pivot noktaları oluşturur. Birleşik Krallık Sanat ve Beşeri Bilimler Araştırma Konseyi tarafından finanse edilen bu raporun amacı, alandaki hem akademik hem de "toplumsal" "kültürel" literatürden yararlanarak caz festivallerinin etkisi hakkında mevcut yazıları listelemek ve eleştirel bir şekilde incelemektir. Sofya Caz festivali çalışmasının ve sürdürülmeyi hedefleyen bir pazarı ele alan festival çalışmaları için özel bir öneme sahip turizm ve etkinlik yönetiminden ekonomik etki ve izleyici motivasyonu üzerine dayalı araştırmalar yapılmıştır. Caz festivalleri, caz festivalinin etkileşimleri olarak yılda bir kez bir kasaba veya şehri dönüştürme yeteneğine sahiptir.

Sofyada düzenlenecek olan 2008 Sofya Caz festivalin'in, görsel iletişim adına geniş kapsamlı bir araştırma ve uygulama yapılmıştır. Amaç, bu festivalin Sofya şehrinin itibarını yükselteceği ve popüleritesini arttıracacağı geleneksel bir akım haline getirmektir. Sebebi ise yaygın olarak, caz festivallerinin sosyal bağları güçlendirdiği ve kutlama için bir neden sağladığı, genellikle buldukları yer ve izleyici üzerinde dönüştürücü bir etkiye sahip olduğu belirtilmesindedir Sadece müzisyenler için değil ayrıca sanatçı ve tasarımcılar için yeteneklerini gösterebilecek özgür bir alan oluşturmaktadır. Bu neticede festivaller, sanatsal gelişim ve gelecek vadeden yetenekleri sergilemek için önemli fırsatlar olarak belirlenmiştir. Çalışmada, festivali daha etkili kılabilen görsel çalışmalar, dış mekan üç boyutlu sahne tasarımı ve kurumsal kimlik oluşturulmuştur.

KAYNAKÇA

- Agha, N. Choosing the optimal area of economic impact. *Sports Perspect.* 2002, 1, 1–15.
- British Medical Association and British Life Assurance Trust for Health Education, Dep. Of Audio Visual Communication. (1973). London: Kluwer Academic.
- Crompton, J.L.; Lee, S.; Shuster, T.J. A Guide for Undertaking Economic Impact Studies: The Springfest Example. *J. Travel Res.* 2001, 40, 79–87.
- Couto, J. P. Determinants of the establishment of marketing activities by subsidiaries of MNCs / J. P. Couto, J. C. Vieira, M. T.Borges-Tiago. *The Journal of American Academy of Business*, 2005, No. 2, p. 305-313.
- Deschênes, Bruno. (2000). *The Montreal International Jazz Festival. Popular Music.* 19. 253 - 255. Cambridge University Press, December 2000.
- Dinerstein, Joel. (2003). *Music, Memory, and Cultural Identity in the Jazz Age.* *American Quarterly.* 55. 303-313. 10.1353/aq.2003.0012.
- Drew, J.,T., Meyer, S., A. (2008). *Colour Management for Logos*, Lausanne, Rotavision SA.
- Evamy,M.(2007). *Logo*, London, Laurence King Publishing.
- GETZ, D., 1997: *Event Management and Event Tourism.* New York, Cognizant Communication Corporation. ISBN 9781882345106.
- Grunig, J. E. The relationship between public relations and marketing in excellent organizations: evidence from the IABC study. J. E. Grunig, L. A. Grunig. *Journal of marketing communications*, 1998, No 4, p. 141–162.

- Heilbrunn, B. (2006). *Logo-ul*, Bucuresti, Comunicare.ro.
- Jackson, J.; Houghton, M.; Russel, R.; Triandos, P. Innovations in Measuring Economic Impacts of Regional Festivals: A Do-It-Yourself Kit. *J. Travel Res.* 2005, 43, 360–367.
- Mondello, M.J.; Rische, P. Impact Analyses: Differences Across Cities, Events, and Demographics. *Econ. Dev. Q.* 2004, 18, 331–342.
- Morioka, A. (2004). *Logo Design Work Boook – a hands on guide to creating logos*, Beverly, Rockport Publishing Inc.
- Urbonavicius, Sigitas & Dikcius, Vytautas & Kasnauskienė, Gindra. (2007). Importance of Marketing Functions in a Company. *Engineering Economics*. Published by Kaunas University of Technology.
- Yurochko, Bob (1993). *A Short History of Jazz*. Rowman & Littlefield.
p. 10. ISBN 978-0-8304-1595-3.
-