

UOT 76

İlahə Quliyeva
Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və İncəsənət Universiteti
Az-1065, Bakı, İnşaatçılar prospekti 39
E-mail: gulievailaha@gmail.com

MUSİQİ FESTİVALLARININ QRAFİK TƏRTİBATI

Xülasə: Musiqi festivalın reklamının öz spesifikasiyası var: televiziya və radioda reklam; müəyyən auditoriyaya ünvanlama; reklam və festivalın müəyyən eyni stilistikada tərtibatı. Festivalın reklam kampaniyasında istifadə olunan üsullar - endirimlər, flayerlərin paylanması, afişalar, suvenirilər, internetdə reklam və s. Məqalədə musiqili festivalların mövcud qrafik obrazları barədə informasiyanın təhlili, festivalın populyarlığını daha da artıran qrafik dizayn layihəsinin hazırlanması araşdırılır.

Açar sözlər: dizayn, reklam, afişa, firma üslubu, musiqi festivalı.

Festival - kinosənət, estrada, teatr, musiqi nailiyyətlərini nümayiş etdirən kütləvi bayramdır. Hər incəsənət növü üzrə keçirilən festivalların bədii-mədəniyyətə uzunmüddətli təsiri olur. Ən böyük festivallar musiqi sənətinin təbliğatında, xalqlararası mədəni əlaqələrin möhkəmləndirilməsinə xidmət edir.

Bayram əhval ruhiyyəsi ilə dolu olan kütləvi festivallar müasir zamanda populyarlığı ilə fərqlənir. Festivalların keçirilməsi PR-aksiyaların effektiv növlərindən biridir. Festivalların təşkilində bütün detallara ciddi və diqqətlə yanaşmaq lazımdır.

İndi keçirilən populyar və tanınmış festivalların əksəriyyəti 1950-ci illərdə yaranıb. Festivalların inkişafı və fəaliyyət həcminin genişlənməsi müasir şəhər mədəniyyəti strukturunda tamaşa növlərinin yenilənməsi və qlobal siyasi dəyişmələrlə əlaqəlidir. Ümumi Avropa məkanı konsepsiyasının formalaşması dövründə, hər ölkənin öz milli və mədəni özünəməxsusluğunun qorunması ilə bərabər festivallar milli mədəniyyətlər sahəsində əldə olunan nailiyyətlərin nümayişində önəmli inteqrasiya vəzifəsini yerinə yetirir.

Festivalların keçirilmə yeri bədii konsepsiyanın, tamaşaçıların şüurunda cəlb edici obrazın formalaşdırılmasında böyük rol oynayır. Caz musiqisi dünyasında ən populyar festivallardan biri Montre (İsviçrə) festivalı hər il iyul ayında Jeneva gölü sahilində keçirilir. Təşkilatın demokratik formaları və biletlərin ucuzluğu bütün avropa ölkələrindən gəncləri və orta sinif nümayəndələri cəlb edir. Bura dəvət olunan ulduzlar da hələ tamaşaçıların qaldığı şəraitdə qalırlar. Festivalın digər xüsusiyyətlərindən biri də aparıcı caz musiqiçilər tərəfindən axşam konsertlərindən

sonra musiqi barda bütün istəyənlər üçün pulsuz djem-seyşnlərin keçirilməsidir. Festivalın əsas konsepsiyası - gözəl təbiət fonunda istirahətlə musiqinin əlaqələndirilməsidir.

Musiqi festivalları - bir neçə məqsədlərin əldə olunmasında kömək edən hazır reklam məhsuludur:

- ticarət brendlərin formalaşdırılması və irəliləməsində;
- turistlərin cəlb olunmasında;
- kommersiya şirkət və malların reklamında;
- siyasi partiyalar, icdimai təşkilatların imicini formalaşdırılmasında;
- şəhərin, şəhər mühit imicinin formalaşdırılmasında;
- cəmiyyətin müxtəlif problemlərinə, ekologiya problemlərinə diqqətin cəlb olunmasında;
- festivala gələnlərin mədəni tələblərin formalaşdırılmasında.

Festivalın keçirilməsi üçün firma işarəsi (loqotip) və qrafik müşahidənin bütöv paketi işlənilməlidir. Firma üslubu - konkret spesifikaya mənsub olduğunu və digər istiqamətlərdən fərqlənən vizual və mətn elementlərinin, festivalın xarici və daxili tərtibatının, vizual və məna bütövlüyünü təmin edən rəngli, qrafik, mətn hissələrinin bütövlüyüdür.

Firma üslubu - firmanın kommunikasiya siyasətinin əsasıdır. Firma işarəsi (signet - fr. signe - işarə, signer - markirovka) - nəşrin üz qabığında, titul vərəqində əks olunan emblemdir.

Firma üslubunun əsas məqsədi müəssisənin fəaliyyəti və məhsulu ilə bağlı daimi yadda qalan vizual obrazın yaradılmasıdır. Firma üslubunun əsas elementləri - loqotip, şrift, rəng qamması, kompozisiya prinsipləridir. Üslub geniş sahəni əhatə edir - standart minimumdan başlayaraq (firma blankı, zərf və vizit kartı) firma sənədlərinin qrafik tərtibatı, reklamı, nəqliyyat vasitələrinin və firma interyerlərin bədii-üslubi həllinə qədər.

Firma üslubu konkret şirkət xüsusiyyətləri, fəaliyyətinin konsepsiyası ilə müəyyən olunur. Firma üslubu - müəyyən daimi vizual obrazının yaradılması üçün vizual-kommunikasiya vasitələridir. Bura işarə, loqotip, rəng, şrift və o cümlədən sənədlər, qablaşdırma, suvenirilər və s. elementlər daxildir. Firma blokuna daxildir: əmtəə nişanı, şirkətin adı, poçt və bank rekvizitləri, xidmətlərin və məhsulların siyahısı, firmanın reklam simvolu, sloqan. Firma blokuna sadalanan bütün elementlər yaxud da bəziləri daxil ola bilər.

Firma üslubunun əsas funksiyaları:

1. İdentifikasiya - bir neçə xarici əlamətlərə görə istehlakçı firma üslubu ilə lazım olan məhsulun seçimində yardımçı olur.

2. Etimad - istehlakçı bir dəfə şirkətin məhsulu barədə xoş təsəurat aldığı təqdirdə şirkətin digər məhsullarına da etimad göstərəcək. Bundan başqa firma üslubunun mövcudluğu özü özlüyündə etimad doğurur.

3. Reklam. Firma üslubunun mövcudluğu reklamın effektivliyini qaldırır.

Firma üslubunun əsas məqsədi - məhsulun keyfiyyətləri ilə bağlı istehlakçının şüurunda müsbət emosiyaların yaradılmasıdır.

Firma üslubunun əsas daşıyıcıları:

1. Plakatlar, vərəqələr, kataloqlar, bukletlər, təqvimlər və s.
2. PR vasitələri: təbliğat prospektləri, jurnallar və s.
3. Suvenir reklamı: paketlər, qələmlər, stol üstü naborlar və s.
4. Müxtəlif sənədlər: zərflər, bloknotlar, vizit kartları və s.
5. Firma reklam bayrağı, qablaşdırmalar, dəvətnamələr, əməkdaşların geyimi, nəqliyyat üzərində firma şəkilləri və s.

Firma rəngləri - firma üslubunun əsas elementlərindən biridir. Rəng firma üslubunu daha cəlb edici, yadda qalan və güclü emosional təsir gücünə malik vasitə etməyə qadirdir. Firma rəngləri üzrə işləyərkən tipografik nəşr xüsusiyyətləri nəzərə alınmalıdır: qazetlərdə məsələn ancaq əsas rənglər çatdırılır, yaxud da iki variant istifadə oluna bilər - rəngli (rənglərin mürəkkəb qamması ilə) və ağ-qara. Firma rənglərin gözəl nümunələrindən biri McDonald's kafelər şəbəkəsinin qırmızı və sarı rəngləridir; Kodakın - sarı və qızılı rəngləridir.

Format müxtəlif ola bilər, hətta orijinallıq firmanın tanıtım işinə daha da müsbət təsir göstərə bilər.

Sloqan - firma şuarı, qısa cümlə, firmanın şifahi reklam simvoludur. Sloqan firmanın təsviri reklam simvolundan fərqli olaraq vizual və audio obraz olaraq imicin yaradılmasında və reklam vasitəsi kimi böyük əhəmiyyətə malikdir. Sloqan firma fəaliyyətinin əsas prinsiplərini, onun kredosunu əks etdirir, məsələn Philips şirkətinin şuarı: "Həyatı yaxşılığa doğru dəyişək". Sloqan qısa, orijinal, yadda qalan və emosional olmalıdır.

Firmanın reklam simvolu firmanın adından müxtəlif reklam kompaniyalarında və digər tədbirlərdə iştirak edən personaj yaxud obrazdır.

Audioobraz - firmanın tanıtım işarəsi kimi radio və tele çarxlarda səsləndirilən musiqi parça, kompozisiya, səs yaxud musiqi alətləri üçün bir neçə not. Firmanın qrafik işarəsi ilə yanaşı audio işarənin əsas funksiyası - identifikasiya.

Festivalın firma üslubunu işləyərkən onun müvəffəqiyyətli keçməsi və tamaşacıları cəlb etmək üçün ən ifadəli vasitələr seçilməlidir. Dizayn-layihəsi üzrə işə başlamazdan öncə analoji materiallara nəzər salmaq lazımdır. Məsələn 2017-ci ildə Rusiya və Avropada keçirilən bəzi musiqi festivalların dizayn tərtibatı: "Slavyanskiy bazar", "Volqa üzrə rok", "Exit festival" (Serbiya), "Usadba jazz" (Rusiya), "NOS Alive Festival" (Portuqaliya), "Primavera Sound" (Barselona) və s. festivalların loqotiplərinə nəzər salsaq görmək olar ki, loqotiplərdə ümumi tendensiyalar mövcuddur: lakonizm, sadəlik, təzadlı rəng həlli. Bunları təhlil edərək bizim caz festivalının obraz axtarışları və yeni brendin yaradılması üçün işə başlamaq olar. Brend - ümumi emosional korporativ obraz kimi qavranılan tanınmış markadır.

Bu günlərdə dünyada çox saylı musiqi festivalları keçirilir. Festivalların tərtibatında ildən ilə yeniliklər tətbiq olunur. İndi ən əsas tendensiyalardan biri çoxformatlıqdır.

Məsələn, statuslu caz festivallarından biri Montreaux Jazz Festivalı (İsveçrə) eyni zamanda bir neçə məkanlarda keçirilir. Burada hər zövqə uyğun cazın müxtəlif janrlarında musiqiçilər çıxış edir: Deep Purple, Massive Attack, B.B.King, Kid Koala, Sigur Ros və b. Digər tendensiya sponsorluğun ardı kəsilməyən reklamların azalmasıdır. 10 il bundan öncə korporasiyalar festivalı maksimalca "loqolaşdırmağa" çalışırdılar - burada musiqi festivalların ən aktiv sponsoru olan Pepsi şirkətini qeyd etmək olar. İndi sponsorlar reklamlarda daha sakit iştirak edir və ideologiyalarını həyata keçirmək üçün başqa yollar axtarırlar. Bundan başqa son zamanlar təşkilatçılar festivalların sərhədlərini musiqiyə aid olmayan elementlərin əlavəsi ilə daha da genişləndirirlər. Bu fikir Roskilde Festivalın şuarında öz əksini tapır - "musiqidən daha çox". Bu tədbirin proqramında xeppeninqlər, kino, təsviri sənət əsərləri də nümayiş olunur.

Musiqi festivalın reklamının öz spesifikasiyası var: televiziya və radioda reklam; müəyyən auditoriyaya ünvanlama; reklam və festivalın müəyyən eyni stilistikada tərtibatı. Festivalın reklam kampaniyasında istifadə olunan üsullar - endirimlər, flayerlərin paylanması, afişalar, suvenirlər, internetdə reklam və s.

Bütün musiqi festivallarında afişalar tərtib olunur. Afişə nə qədər böyük olsa onu daha çox insan görə bilər. Suvenirlərin hazırlanması da məqsədə uyğundur. Futbol kəlləri, bandanalar, çantalar, nişanlar, festivalın simvolikası ilə yarışqanlar və s. İnternetdə reklam müasir dövrdə informasiyanın çatdırılmasının əsas vasitəsidir. Festivalardan məlumatı rəsmi sayt yaxud xüsusi portallardan əldə etmək olar: rəsmi sayt, sponsorların saytında, musiqi portallarında, sosial şəbəkələrdə.

Musiqi festival növləri və reklam kampaniyaların icmalı göstərdi ki, hər ikisi növ müxtəlifliyi ilə fərqlənir.

Илаха Кулиева

Графическое оформление музыкальных фестивалей Резюме

Реклама музыкального фестиваля имеет своеобразную специфику. В рекламной компании фестиваля применяются различные методы, такие как скидки, раздача флаеров, афиши, сувениры, реклама в интернете и т.д.. В статье анализируются графические образы музыкальных фестивалей, а так же и процесс подготовки проекта графического дизайна, повышающего популярность фестиваля.

Ключевые слова: дизайн, реклама, афиша, фирменный стиль, музыкальный фестиваль.

Ilaha Guliyeva

Graphic design of music festivals Summary

Music festival has its own specificity: advertising on television and radio; addressing to a certain audience; advertising and design of a festival in the same style. The methods used in the advertising campaign of a festival are following: discounts, distribution of flyers, posters, souvenirs, advertising on the internet, etc. The article deals with the analysis of information on existing graphic images of music festivals, preparation of graphic design project increasing the popularity of festivals.

Keywords: design, advertising, poster, company style, music festival

Məqalənin redaksiyaya daxil olma tarixi: 23.04.2018

Məqalənin təkrar işlənməyə göndərilmə tarixi: 03.05. 2018

Məqalənin çapa qəbul olunma tarixi: 30.05. 2018

Məqaləni çapa tövsiyə edən sahə redaktorunun (və ya üzvünün) adı: sənətşünaslıq üzrə elmlər doktoru, professor Cəmilə Həsənzadə

ADMİU-nun Elmi Şurasının 06 iyul 2018-ci il, 09 sayılı qərarı ilə çap olunur