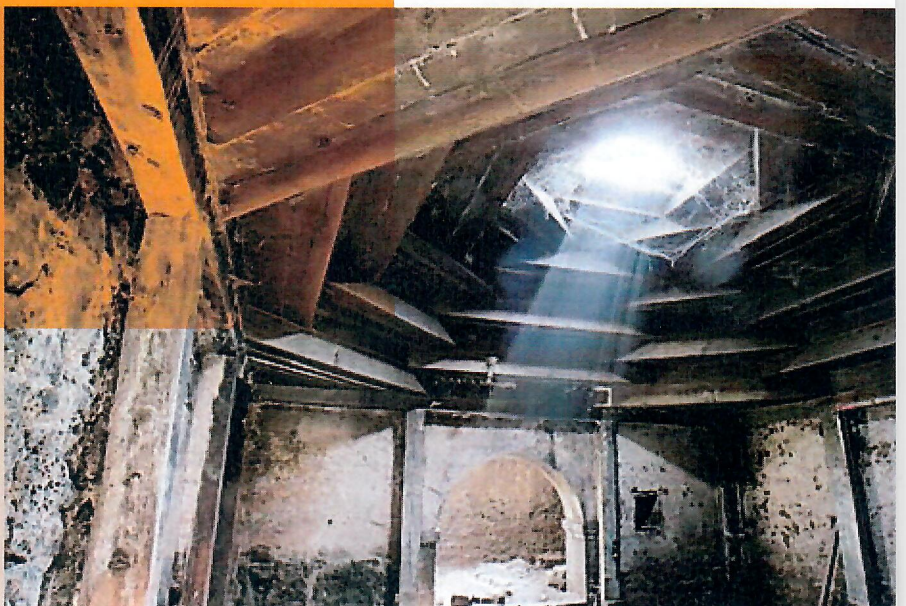
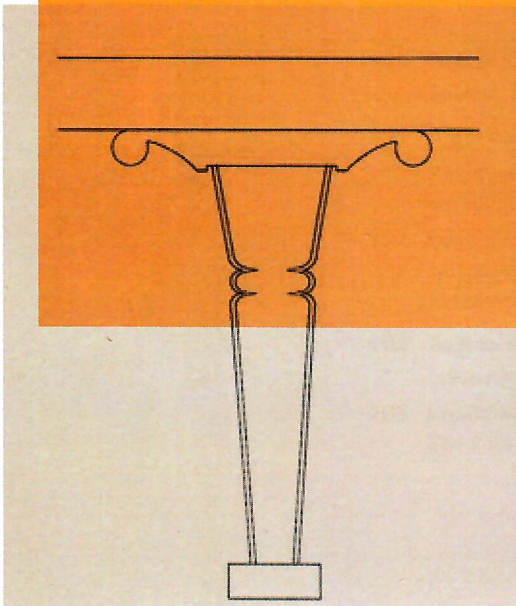


ACCADEMIA



თბილისის სახელმწიფო
სამხატვრო აკადემია



მარინა თაქვაია

აპოლონ ქუთათელაძის სახელობის თბილისის სახელმწიფო სამხატვრო აკადემია

მულტიმედია, როგორც ვიზუალური კომუნიკაციის ნაწილი

ინტერდისციპლინარული მედიის საქმიანობა უზრუნველყოფს დღევანდელი, უაღრესად დინამიკური ვიზუალური ხელოვნების განვითარებას. იგი შუამავალია კულტურასა და საზოგადოებას შორის, რადგან ყოველი კონკრეტული შემოქმედებითი ნამუშევარი შეიცავს სოციალურ-კულტურულ ჩანაფიქრს და გამოხატავს იდეას. დიზაინერული ნამუშევრებისათვის ეს სრულიად სამართლიანი და განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია, რამეთუ ასეთი სამუშაოს შედეგი აუცილებლად ჩამოყალიბებს მომხმარებელს საჭირო ხედვას, მოახდენს სწორ შთაბეჭდილებას, მიიტანს სასურველ ინფორმაციას. შეიძლება ითქვას, რომ დიზაინერი თავისი ნამუშევრით უზრუნველყოფს კომუნიკაციის პროცესს დამკვეთსა და მის სამიზნე აუდიტორიას – მომხმარებელს შორის. ვიდეო-არტი, ვებ-გვერდი¹, სხვადასხვა გრაფიკული კომპონენტების ჩართვით, ემსახურება ბიზნეს-პროდუქტების ინდუსტრიულ-მოდალურ გაფართოებას.

მულტიმედია არის ახალი ინფორმაციული ტექნოლოგიების შედარებით ახალგაზრდა დარგი. პირდაპირი თარგმანი (multi media) ნიშნავს „მრავალ სფეროს“. ამ ტერმინში იგულისხმება მომხმარებელზე ერთდროული ზემოქმედება რამდენიმე საინფორმაციო არხის საშუალებით. იგი შედგება ფოტოს, ტექსტის, აუდიო, ვიდეო, ანიმაციისა და გრაფიკისგან. ამ დროს, მომხმარებელს, როგორც წესი, მიეკუთვნება აქტიური როლი. მაგალითად, ჩვენთვის ცნობილი სათამაშო პროგრამების უმრავლესობა წარმოადგენს სწორედ მულტიმედიურ პროდუქტს მართვის დიალოგური რეჟიმით, სადაც შეთავსებულია ინფორმაციის მიწოდების სხვადასხვა ფორმები – ლამაზი გაფორმება, სტერეოფონული ბგერა და ხდება ურთიერთქმედება ვირტუალურ სამყაროსთან კომუნიკაციის ახალი საშუალებებით.

ვიზუალური კომუნიკაციები მულტიხელოვნების ხარჯზე ითვისებს კომპიუტერული საქმიანობის შედეგებს, მხატვრების შემოქმედებით პრაქტიკას, დიზაინერული ოსტატობის სარეკლამო პროდუქციას და ა. შ.

თანამედროვე გამოყენებითი დიზაინერისათვის ეს არის ფუნდამენტურად მნიშვნელოვანი უნარი, ვიზუალური კომუნიკაცია დიზაინში, როგორც ცალკე ცოდნის არეალი. მან თავი მოუყარა როგორც თანამედროვე კვლევებს ინფორმაციული და მულტიმედიური ტექნოლოგიებიდან, ისე უკვე ჩამოყალიბებული, კლასიკური მიმართულებების – შრიფტის ხელოვნების, ინფო და პიქტოგრაფიკის, რითმის, კომპოზიციისა და კოლორისტიკის ელემენტებს. ვიზუალური კომუნიკაცია – ეს არის ინფორმაციის გადაცემა, ერთი მხრივ, ვიზუალური ენის საშუალებით² (გამოსახულება, სახე, ტიპოგრაფიკა, იკონოგრაფიკა) და მეორე მხრივ, მათი ვიზუალური აღქმით (სოციუმი, ფსიქოლოგია, მხედველობა). ვიზუალური კომუნიკაცია მოიცავს ფერებს, ბგერებს, ტექსტს, სახეებს და შესაბამისად, ქმნის გზავნილს, რომელიც გახდება ესთეტიკურად მისაღები მაყურებლის მზერისათვის და მოიცავს გასაგებ და აუცილებელ ინფორმაციას.

¹ მარიამ ჩხეიძე, *დუდა გაბაშვილი*, ვებსაიტი, 2007; ანა ციციშვილი, *კოკა იგნატოვი*, პრეზენტაცია, 2007.

² ინგა მანუკოვი, *ენტერ არტი*, ვიდეორეკლამა, 2014; ლაშა შალვაშვილი, *ბენქს*, ვიდეოკომპოზიცია, 2016.

ცნობილია ვიზუალური კომუნიკაციის პირველი ფორმები – ნახატები და წარწერები ქვაზე, ძვალზე, თიხაზე. მაგალითად, ღმერთებისა და მითიური არსებების ფერწერული და სკულპტურული გამოსახულებები, ასევე ყოველდღიური, ყოფითი სცენები. XX საუკუნეში ვიზუალურმა კომუნიკაციამ მრავალფეროვან კულტურულ კონტექსტში ძლიერი ექსპანსია განახორციელა და დაამკვიდრა ისეთი ახალი ცნებები, როგორცაა ვიზუალური ტექსტი, ვიზუალური ენა, ვიზუალური სამყარო. იგი ჩამოყალიბდა, როგორც თანამედროვე მასმედიის ერთ-ერთი საბაზისო, ფუნდამენტური შემადგენელი, რომელიც ქმნის ინფორმაციის გადაცემისა და მოხმარების მდგრად ინტერფეისს და ასევე გარდაქმნის ნებისმიერი სახის ინფორმაციას ვიზუალურ ენაზე. იმავდროულად, ციფრულმა ტექნოლოგიამ და პრაქტიკამ უზრუნველყო გრაფიკული სიმბოლოების განვითარება, რომელსაც საფუძველი ჩაეყარა სიტყვის პირველი „ნაბეჭდი“ ფორმებიდან. მაგალითად, მანუსკრიპტი (ძვ.წ. 400-600 წწ.). პაპირუსები, მათზე გამოსახული ხილვადი სიმბოლოებით. სრულფასოვანი წიგნი ევროპაში 1501 წელს შეიქმნა. რენესანსის პერიოდში შეიქმნა შრიფტები, რომლებიც უკვე შუა საუკუნეებიდან თანამედროვე სახვით საშუალებებზე გადასვლას მიაწვდიდა. გაჩნდა ცნებები – კალიგრაფია, ტექსტის ფორმატი, კითხვადობა. გრაფიკული დიზაინი, როგორც მულტიმედიის ერთ-ერთი წამყვანი რგოლი, პირველად ჩვ. წ. 59 წელს გამოჩნდა, ხოლო უკვე XVI საუკუნეში გამოყენებულ იქნა კომერციული რეკლამისთვის. ტერმინი „კომპიუტერული დიზაინი“ პირველად გაჟღერდა 1960 წელს. პირველი ვიდეო შექმნა ჩარლზ გინზბურგმა 1951 წელს. ვიდეოარტის პიონერია ბილ ვიოლა, მხატვარი, რომელმაც გამოიგონა ციფრული ფერისა და ტექნოლოგიების ახალი პალიტრა და შემოიტანა დრო, როგორც მოქმედების ობიექტი. ციფრული ფოტოგრაფია გაჩნდა 1981

წელს. გრაფიკული დიზაინის თანამედროვე განმარტება შემდეგია – ტექსტის, გამოსახულებისა და განმარტებების კომბინაცია, რომელიც გამოიყენება რეკლამაში, ბეჭდვით ფორმებსა და ვებსაიტებზე. დიზაინის ამოცანები და მეთოდოლოგიური მიდგომები მოიცავს შემდეგ პარამეტრებს: ამოცანების დასმა, ბაზრისა და ტრენდების ანალიზი; მისი დომენებია შრიფტი, ფერი, სიბრტყის განაწილების ცოდნა, ინფორმაციის ექსპრესიულობის გაზრდა ანიმაციური ჩართვების პროგრამებით.

დიზაინ-კომუნიკაციის ინსტრუმენტებს წარმოადგენს:

- ა) შრიფტული გადაწყვეტა, შრიფტის გამოსახულებითი შესაძლებლობები, ეროვნული, ისტორიული და ესთეტიკური თავისებურებანი;
- ბ) სიმბოლიზმი და სახეები გამოსახულებაში. ვიზუალური ენის პირობითობა, ექსპანსია და მეტაფორმები; ცნობიერზე და არაცნობიერზე ზემოქმედების შესაძლებლობები;
- გ) პერსონაჟი, როგორც კომუნიკაციის მატარებელი;
- დ) პიქტოგრაფიკა და გამოსახულებათა სისტემა;
- ე) ინფოგრაფიკა, მონაცემების ვიზუალიზაციის და ანალიზის მეთოდები;
- ვ) ტექსტი და ტექსტურა, პატერნი;
- ზ) დრო, როგორც დიზაინის ფაქტორი. ანიმაცია, ვიდეო ეფექტები, მოუშენი, ვიდეოკლიპი.

თანამედროვე ხელოვნებამ შესაძლებელია ასეთივე სახით, ახალი ხედვით წარმოადგინოს ყოველდღიური, ყოფითი საგნები. პრინციპი – ინტერაქტივობა, ინფორმაციის წარმოდგენის სხვადასხვა ფორმები მომხმარებელთან ონლაინ კონტაქტით, ითვალისწინებს აქტიურ კომუნიკაციას ინფორმაციასთან. ასეთი „ონლაინ მულტიმედია“ სულ უფრო მეტად არის ორიენტირებული

ობიექტზე, რაც საშუალებას აძლევს მომხმარებელს ჩაერთოს და გამოიყენოს ეს ინფორმაცია სპეციფიკური უნარ-ჩვევებისა და ცოდნის გარეშე. მაგალითად, youtube.com, wikipedia.com, ინფორმაციის მიღება და გამოყენება ამ წყაროებიდან არ მოითხოვს მომხმარებელისგან ინფორმაციის კოდირების, შენახვის, სერვერების მუშაობის და სხვა ტექნიკური დეტალების ცოდნას³.

ინტერნეტ-რესურსების სხვადასხვა ინფორმაცია, მულტიმედიის (ტექსტი, აუდიო, ვიდეო, გრაფიკული ანიმაცია და სხვ.) სახით, წარმოადგენს ვიზუალური კომუნიკაციის მუშაობის მეთოდების ნაწილს. მათ ახასიათებს:

- მასალების აღქმის მაღალი ხარისხი;
- სხვადასხვა ტიპის/ფორმატის ფაილების მხარდაჭერა;
- შესაძლებელია მათი გამოყენება ხელოვნების სხვადასხვა დარგში შემოქმედებითი მოღვაწეობისათვის;
- მულტიმედია, თავისი მაღალი თვალსაჩინოებით, ამცირებს ინტელექტუალურ-ფსიქოლოგიურ ბარიერს მომხმარებელსა და საინფორმაციო-ტექნოლოგიურ პროცესს შორის.

მულტიმედია ხელოვნების ახალგაზრდა სახეობაა, შეიძლება ითქვას, რომ ის ჯერ კიდევ არ არის ხელოვნება, იმყოფება ექსპერიმენტის და გამოცდილების დაგროვების პერიოდში. აქედან გამომდინარე, სპეციალისტის მომზადება უნდა ითვალისწინებდეს კავშირებს სოციალურ, ნეირო მეცნიერებებთან, ფსიქოლოგიასთან და საზოგადოდ, უნდა გახდეს ინტერდისციპლინარუ-

³ მიხეილ ფანჯავიძე, *ვაშლი*, ტრეილერი, 2016; ციციხო ინაშვილი, *ხედე ვიტრინიდან*, ვიდეორგოლი, 2015; სოფიო ჩილინდრიშვილი, *ემოცია ხელოვნებაში*, ვიდეორგოლი, 2017; თამარ დვალიშვილი, *ადამიანის მიმიკა*, ინტრო, 2012; მარიამ კილტავა, *ალუზიები*, ვიდეორგოლი, 2013; ნინო კალმახელიძე, *ოცნების კედელი*, ვიდეორგოლი, 2015

ლი⁴. სწორედ ასეთი მიდგომით სტუდენტებს ვამზადებთ ანიმაციური ფილმების, კომპიუტერული თამაშების, სარეკლამო რგოლებისა და მუსიკალური კლიპების შექმნისათვის. ისინი ითვისებენ თეატრალურ დეკორაციებში ლაზერული ეფექტების ჩართვის ტექნოლოგიებს, აუდიო-ვიზუალურ პროდუქციასთან მუშაობას⁵ (სურ. 1-6). ზოგიერთ შემთხვევაში, სტუდენტები იყენებენ უკვე მზა ფრაგმენტებს ცეკვებიდან, ვიდეოს, ციტატებს, ფოტოებს და ა. შ. ერთ ცალკეულ ობიექტში შესაძლებელია ერთად იყოს თავმოყრილი ტექსტური, ბგერითი, გრაფიკული და ვიდეო ინფორმაცია კომუნიკაციის ელემენტებით.

ვიზუალური კომუნიკაციის ერთ-ერთი გავრცელებული სახეობაა მულტიმედიური თამაშები⁶ და აპლიკაციები სმარტფონებისთვის, სადაც მოთამაშე ურთიერთობს ვირტუალურ გარემოსთან, რომელიც კომპიუტერის საშუალებით არის შექმნილი. ამ ვირტუალური გარემოს მდგომარეობა მოთამაშეებს გადაეცემა ინფორმაციის გადაცემის სხვადასხვა საშუალებებით. მომხმარებლის მიერ ინფორმაციის აღქმის გასაადვილებლად გამოიყენება მულტიმედია მონაცემების სხვადასხვა ფორმები. მაგალითად, ტექსტებს ემატება გახმოვანება, მოძრავი პერსონაჟები, ის რაც ეკრანზე რეალური მოქმედების ილუზიას წარმოადგენს. გარდა ამისა, მაუსის ან ჯოისტიკის საშუალებით, მოთამაშეს შეუძლია გადაადგილოს

⁴ მარიამ ფეიქრიშვილი, *ქალის როლი საზოგადოებაში*, სოციალური ვიდეორგოლი, 2017; ელენე ახვლედიანი, *დღეს*, ვიდეორგოლი, 2017.

⁵ თამარ გორჯოლაძე, *საქართველო*, ვიდეორგოლი, 2015.

⁶ ნატა მამრიკიშვილი, *ალიენ პ*, თამაში, 2013; თამარ ჩხაიძე, *ბაუჭაუზ ბალანს*, აპლიკაციის ტიპის ვიდეოთამაში, 2014; თამარ ბალარჯიშვილი, *მეგობრობის დღიური*, აპლიკაცია 2015; გიგა რობაქიძე, *სიზმარი*, კომპიუტერული თამაში, ინტრო, 2016; თამარ იაშალაშვილი, *დროში მოგზაურობა*, აპლიკაცია, 2017; ლევან ზაზარაშვილი, *ქართული ფონტის ამომცნობი*, აპლიკაცია, 2015.

ფიგურები, საგნები და ა.შ. მულტიმედიის გამოყენების სფეროები მრავალფეროვანი და მრავალდარგოვანია (სურ. 7-12).

მულტიმედიის კომპიუტერული საფუძვლები ფართოდ გამოიყენება განათლების⁷, რეკლამის, მეცნიერების, ხელოვნების, ვაჭრობისა და ადამიანის საქმიანობის სხვა სფეროში. ამასთან, თითოეულ ამ სფეროში მულტიმედიის გამოყენება ხსნის იმ ახალ შესაძლებლობებს, რომლებიც ძველი ტექნოლოგიებით შეუძლებელი იყო. ასეთი კომუნიკაცია ფართო გამოყენებას პოულობს მუზეუმების საქმიანობაში, სადაც შთაბეჭდილებების გაძლიერება, დამახსოვრება, გაცოცხლება, ჩართულობა მუზეუმის გარემოს და ექსპონატებს უფრო საინტერესოს და ხელმისაწვდომს ხდის, რეალურად „აცოცხლებს“ მათ.

თანამედროვე საგანმანათლებლო კომპიუტერული პროგრამები, როგორც წესი, იქმნება მულტიმედია ტექნოლოგიებით. მონაფის მხედველობითი და ბგერითი საინფორმაციო არხების ერთდროული გამოყენებით, ასეთი პროგრამები ეხმარება მას ბევრად უკეთესად გაიგოს და დაიმახსოვროს სასწავლო მასალა. გარდა ამისა, ინტერაქტიული ფორმატის გამოყენება საშუალებას აძლევს მონაფეს, თვითონ განსაზღვროს სწავლების ტემპი, შეამოწმოს მასალის ათვისების დონე, დაუბრუნდეს და გაიმეოროს უკვე გავლილი ან არასწორად აღქმული / გაგებული მასალის ფრაგმენტები.

ერთხელ ნანახი ასჯერ გაგონილს ჯობიაო, – ამერიკელი მწერლის პოლ მარტინ ლესლერის გამონათქვამი: „რადაც ხდება. ჩვენ ვხდებით ვიზუალურ-განპირობებული საზოგადოება. ძირითადად, ხალხი აღიქვამს

⁷ ნათია თოდუა, *ვირტუალური გაკვეთილები ბოტანიკაში*, 2005; ანა გვაზავა, *ვირტუალური გაკვეთილები ბიოლოგიაში*, 2006; ინგა სამხარაძე, *მითებიდან რეალობამდე*, შემეცნებითი ვიდეო-გაკვეთილი, 2014; იულია მელაძე, *ანბანი*, სარეკლამო რგოლი, 2012.

ინფორმაციას არა სიტყვებით, არამედ გამოსახულებაზე ყურებით.“

ადამიანის თავის ტვინი ვიზუალურ ინფორმაციას ამუშავებს 60 000-ჯერ უფრო სწრაფად, ვიდრე ჩვეულებრივ ტექსტს. ასევე ნათელია, რომ ვიზუალური ურთიერთობა ბევრად ეფექტურია, ვიდრე მხოლოდ ვერბალური.

ვიზუალურ შეტყობინებებში დიდ როლს თამაშობს ტიპოგრაფიკა. შრიფტი ასრულებს როგორც კომუნიკაციურ, ასევე ესთეტიკურ ფუნქციას. არა ნაკლებ მნიშვნელოვანია ფერი, ფოტოგრაფია, ანიმაციური გამოსახულება, ვიდეო. მასალა უნდა იყოს გაფორმებული ნათლად და მიმზიდველად, რომ გასაგებად დაფიქსირდეს მომხმარებლის, მაყურებლის თუ მკითხველის ცნობიერებაში და, ამავე დროს, გზავნილის ავტორის ხედვის შესაბამისად.

თავისი მიზნებისა და სტრატეგიიდან გამომდინარე, საკუთარი ფორმისა და სპეციფიკის მიხედვით, კომერციული და მხატვრული მულტიმედია პროექტები – ეს სხვადასხვა არეალებია⁸: კომერციულია – კომპიუტერული თამაშები, მულტიმედია რეკლამები და პრეზენტაციები, საგანმანათლებლო და სასწავლო პროგრამები და სხვა; მხატვრულს განეკუთვნება – თანამედროვე ხელოვნება Contemporary Art – ციფრული ხელოვნების ნაწარმოებები, თეატრალური დადგმები და კინოხელოვნების ნიმუშები⁹ (სურ. 13-18).

⁸ შალვა რადიანი, *ფან ფექტორი*, საპრეზენტაციო დისკი, 2008; სოფიო მურუსიძე, *კრუიზი ხმელთაშუა ზღვაზე*, სარეკლამო რგოლი, 2011; ქრისტინა ჭეიშვილი, *ტურისტული საიტი საქართველო*, პრომო, 2012; ნათია ჩიჯავაძე, *ცისფერი გალერეა*, საპრეზენტაციო ვიდეორგოლი, 2013; რუსუდან რობიტაშვილი, *ძველი და თანამედროვე ქართული სამოსის კონტრასტი*, ვიდეორგოლი, 2013.

⁹ მარიამ ჯაფარიძე, *წარმოსახვა*, ვიდეოკომპოზიცია, 2016; სალომე ჩლაიძე, *დრო*, *სივრცე*, *ატონალობა*, 2018; გიორგი ბათლიძე, *სიყვარულის თეორია*, ვიდეორგოლი, 2018 (დიპლომების ხელმძღვანელი მ.თევზაია).

ჩვენი ხედვით, ვიზუალური კომუნიკაცია მულტიმედიის საშუალებით, ეს არის ადამიანთა ურთიერთობის ახალი ენა, რომელიც XXI საუკუნის აუდიო და ვიზუალურ ინფორმაციებს ეფუძნება. ეს არის კომუნიკაციისა და შემოქმედების არაკლასიკური სახეობა, წარმოადგენს რა გასული საუკუნეების მხატვრული კულტურის კანონზომიერ გაგრძელებას, იგი ხდება მისი ევოლუციის შემდგომი კანონზომიერი ეტაპი. ეს არის ვიზუალური კომუნიკაციის ნაწილი, სადაც არსებობს ელექტრონული, ციფრული, ვირტუალური და სხვა ტიპის სახეები. ამ მხატვრებს კომუნიკაციურ მხატვრებს უწოდებენ და ისინი კრეატიულ დიალოგში შედიან მაყურებელთან.

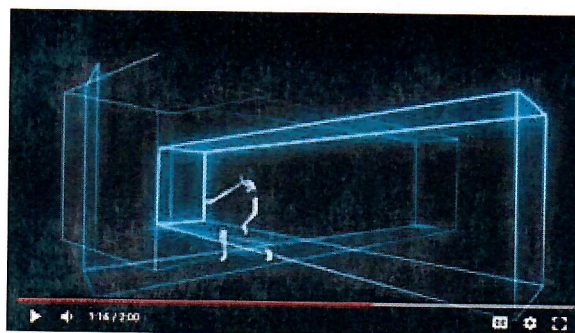
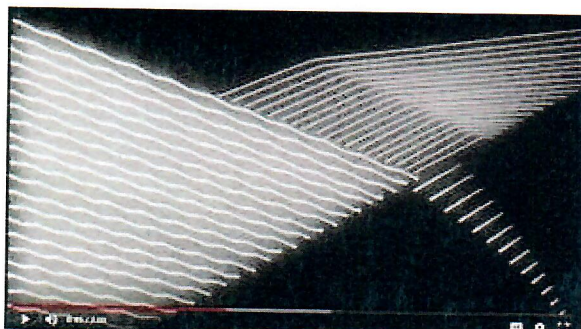
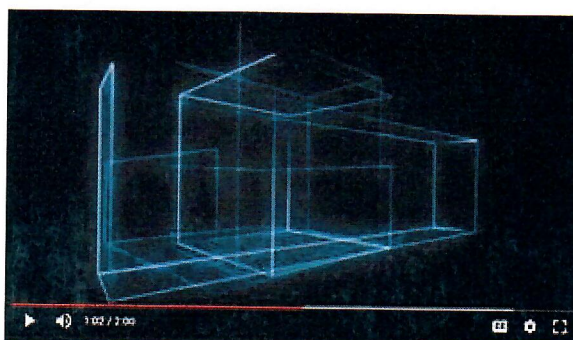
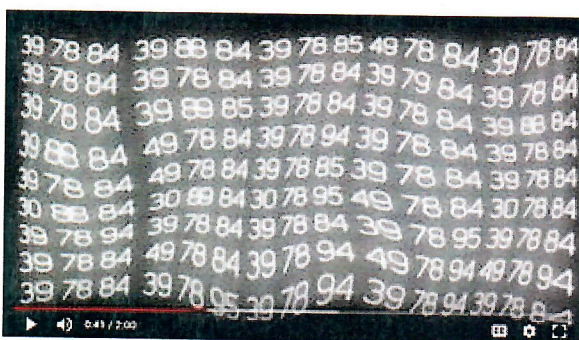
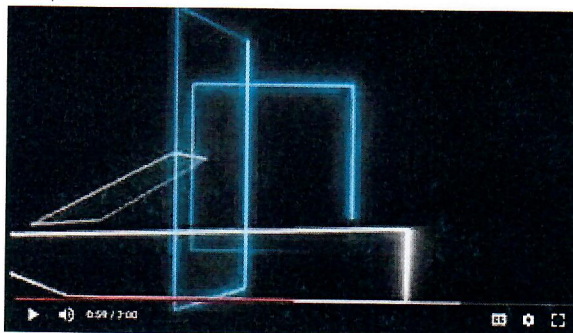
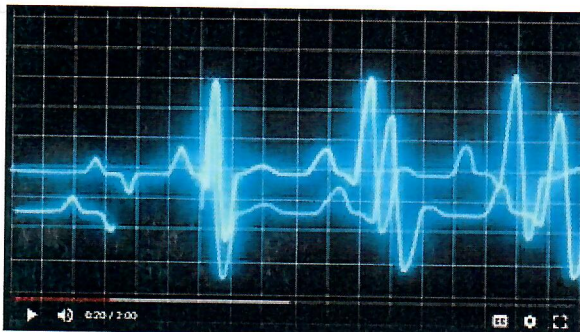
ამრიგად, საზოგადოებრივი ყოფა-ცხოვრების ყოველ შემდგომ ისტორიულ პერიოდში და ცალკეულ ეპოქაში, კაცობრიობა ქმნიდა და გამოიმუშავებდა ინფორმაციის გადაცემის თავისებურ, ახალ, ეფექტურ სისტემას, რომელიც უზრუნველყოფდა იმას, რომ ინფორმაცია ყოფილიყო სწრაფი, ეფექტური, დამახსოვრებადი, ალექტრა დადებითი ემოციები, გამოეწვია განსაზღვრული ქმედებები ვიზუალურ შეტყობინებას ან გზავნილს არ სჭირდება თარგმანი, მაყურებელი უფრო კარგად იმახსოვრებს მათ დიდი მოცულობების შემთხვევაშიც.

Marina Tevzaia

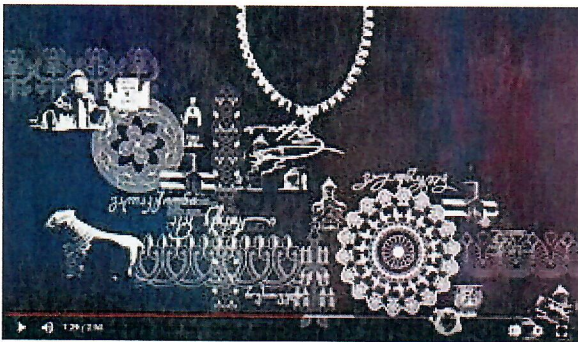
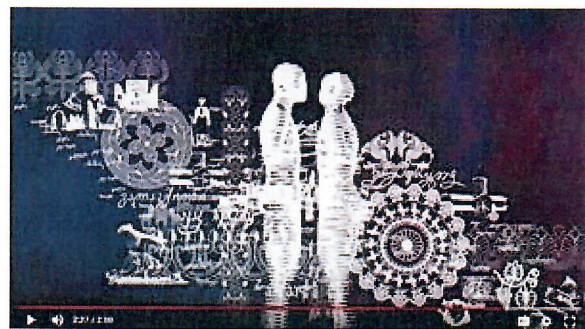
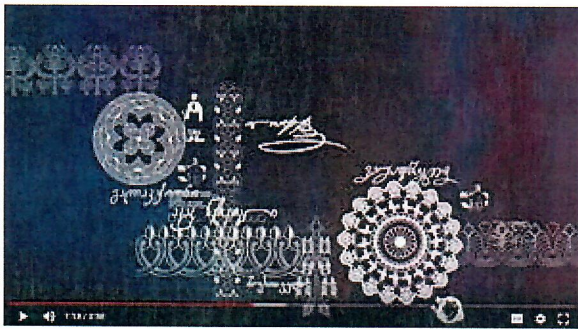
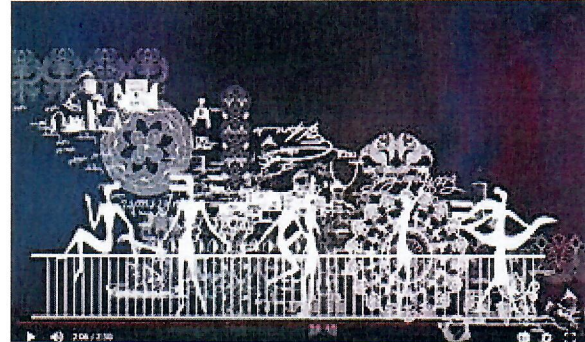
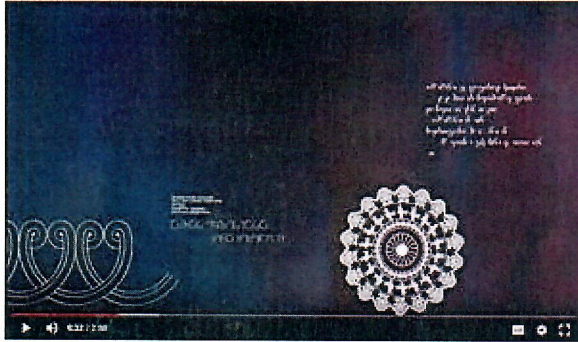
Apollon Kutateladze Tbilisi State Academy of Art

Interactive Media as a Tool of Visual Communication

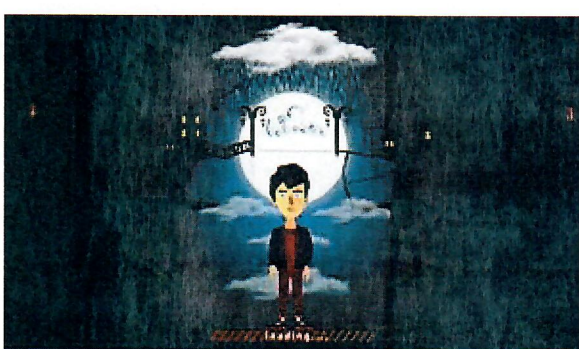
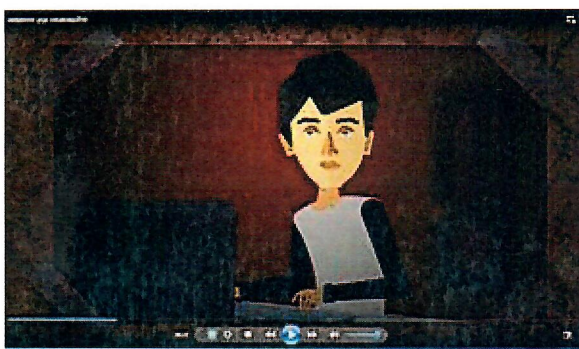
Visual communication via multimedia – audio and visual information – is a new language of human relations of 21st century. This is a non-classic type of communication and creativity; being a natural continuation of artistic culture of past ages, it becomes a further natural stage of its evolution. This is a part of visual communication, where electronic, digital, virtual and other types of images exist. Those artists are called communicative artists and they are in a creative dialogue with an audience. Thus, in every further historical period and particular epoch of social life, humanity created and developed a new, special, effective system of information communication. That system guarantees the information to be prompt, effective, rememberable, inspire positive emotions, cause definitive behaviors. Visual notification or message does not need translation; an audience better remembers them even in big volumes.



1-6. ს. ჩლაიძე, დრო, სივრცე, ატონალობა, 2018 (6 სტოპ-კადრი)
S. Chlaidze, Time, Universe, Sound, 2018 (6 Screen-shots)



7-12. თ. გორჯოლაძე, საქართველო, 2015 (6 ვიდეო კადრი)
T. Gordjoladze, Georgia, 2015 (6 Screen-Shots)



13-18. გ. რობაკიძე, კომპიუტერული თამაში „სიზმარი“, 2016 (6 კადრი)
 G. Robakidze, Computer Game „Dream“, 2016 (6 Screenshots)