ISSN 1512-195X

საქართველოს ეროვნული მეცნიერებათა აკადემიის მოამბე

№ 11

2010

მარინე თევზაია, ქეთევან კვირიკაძე

გრაფიკული დიზაინი, როგორც მედია-ხელოვნების შემადგენელი ნაწილი

მსოფლიოში მიმდინარე პოლიტიკური, ეკონომიკური და ტექნოლოგიური ცვლილებები თავისთავად იწვევენ მედია სივრცის სწრაფ განვითარებას. ყოველწლიურად მზარდი პროგრესიით იმატებს სიახლეები ინტერნეტის სფეროში, ტელევიზიაში, ვიდეოარტში, ფოტოხელოვნებაში, ახალი ეფექტები ჩნდება ფილმების გადაღების პროცესში, რეკლამის კომუნიკაციურ მოწოდებაში, სამრეწველო დიზაინში, გასართობ სფეროებში. ამ შორის გამონაკლისი არც გრაფიკული დიზაინია, რომელიც მედია ხელოვნების ერთ-ერთი შემადგენელი ნაწილია და ვიზულაური კომუნიკაციის უმნიშვნელოვანეს ფუნქციას ასრულებს.

XX საუკუნის დასაწყისში გრაფიკული დიზაინი ორგანულად ჩაეწერა ადამიანის შემოქმედებითი საქმიანობათა სფეროში, როგორც თანამედროვე ხელოვნების ერთ-ერთი ახალი დარგი. იგი საზოგადოების განვითარებას ემსახურებოდა და თან ინფორმაციულ-პროპაგანდისტულ ხასიათს ატარებდა, რისი მაგალითიც ამ პერიოდში შესრულებული პლაკატებია, რომლებიც მსოფლიოს ხელოვნების საგანძურშია შესული. გრაფიკული დიზაინი, როგორც გამოყენებითი ხელოვნების ნაწილის განვითარება გაგრძელდა მთელ XX საუკუნეში და გაითავისა სამრეწველო გრაფიკა, ფოტო, ილუსტრაცია და სხვა. უნდა აღინიშნოს, რომ საბჭოთა კავშირის პერიოდში, გეგმური ეკონომიკის პირობებშიც კი, როდესაც სასაქონლო ბაზარზე ღია კონკურენცია არ არსებობდა, ქართველი გრაფიკოსების მიერ შექმნილი ეტიკეტები და მხატვრული გაფორმება დღესაც კლასიკურ ნიმუშებად ითვლება.

ეკონომიკის გლობალიზაციის პროცესმა და თანამედროვე ციფრული ტექნოლოგიების განვითარებამ ათასწლეულების მიჯნაზე გრაფიკულ დიზაინს, როგორც დამოუკიდებელ დარგს, უფრო ფართო, სამომხმარებლო დატვირთვა მისცა, – მას მიაკუთვნა ვიზუალური კომუნიკაციის უმნიშვნელოვანესი ფუნქცია და ახალი, მედია-ხელოვნების ნაწილად აქცია. იგი გახდა არა მარტო ინფორმაციული, არამედ განმასხვავებელი, ემოციური და გრძნობითი ფუნქციების მატარებელი.

გრაფიკული დიზაინი ხელოვნების ერთ-ერთ უნივერსალურ სახედ ითვლება. გრაფიკული დიზაინი ურთიერთობისთვის გამოსაყენებელი საერთაშორისო ენის განსაკუთებული სახეა. იგი გამოიყენება სოციალური და ეკონომიკური პროგრესის, პროპაგანდის, აგრეთვე საინფორმაციო და სარეკლამო მიზნებისათვის.

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

გრაფიკულ ნამუშევრებს ჩვენ ვხვდებით მთელი ცხოვრების მანძილზე: გრაფიკა ქუჩაში, სავაჭრო ობიექტებზე, წიგნებში, ყოველდღიური მოხმარების საგნებსა და ა.შ. დიზაინერული ხელოვნება სარეკლამო განცხადებების, საგზაო ნიშნების, საჟურნალო ილუსტრაციების, ასევე სხვადასხვა შესაფუთი მასალების (მათ შორის, მედიკამენტების, თამბაქოს, კვების პროდუქტების და ა. შ.) საშუალებით არსებობს ჩვენს ყოველდღიურ ცხოვრებაში, გარს გვერტყმის ფირმა-მწარმოებლების ლოგოტიპის, სავაჭრო ნიშნების და სხვა მრავალი პროდუქციის სახით. ამიტომაც, სწავლების პროცესში ჩვენს სტუდენტებს ეძლევათ დავალება ყველა დასახელებული სახეების მიხედვით.

გრაფიკული დიზაინი ისწავლება, როგორც ვიზუალური კომუნიკაციის საშუალება. სწავლების მიზანია, განუვითაროს სტუდენტს ვიზუალური შეტყობინების აღქმის უნარი და სიღრმე, აჩვენოს დიზაინერის როლი ყოველდღიურ ცხოვრებაში. თბილისის სახელმწიფო სამხატვრო აკადემიის მედია-ხელოვნების ფაკულტეტზე სწავლის პროცესში ჩვენ ვუხსნით სტუდენტებს გრაფიკული დიზაინის არსს, მის დანიშნულებას და ფუნქციურობას; ვარკვევთ, თუ ვინ არის გრაფიკოს-დიზაინერი.

სასწავლო პროგრამის მთელი კურსის მანძილზე ხდება პროექტზე მუშაობის ჩვევების შესწავლა, რომელიც შემდეგ ეტაპებს მოიცავს:

1. პრობლემების კვლევა;
2. შემოქმედებითი მიდგომის მომზადება;
3. კონცეფციის შემუშავება;
4. იდეის და კონცეფციის რეალიზაცია.

- პრობლემის კვლევა მოიცავს თემის გარჩევას, კლიენტის შესწავლას, მიზნის გამოყოფას.
- შემოქმედებითი მიდგომის შემუშავებისას გამოიყოფა საერთო საკითხები, კონკრეტდება ამოცანა, გამოირჩევა კლიენტის სერვისის ან პროდუქტის უნიკალური თვისებები, ინფორმაცია კონკურენტების შესახებ და ირჩევა შემოქმედებითი მიდგომა.
- კონცეფციის შემუშავებაში ხდება რამოდენიმე იდეის ჩამოყალიბება და შერჩევა, მათი შეჯამება და შეერთება, ვიზუალიზაცია მიკროჩანახატების საშუალებით.
- იდეის და კონცეფციის რეალიზაციისას ხდება დასრულებული პროექტის ჩვენება-პრეზენტაცია, მასალების და ბეჭდითი ტექნოლოგიების ჩამოთვლით. დიზაინერი უნდა დარწმუნებული იყოს საკუთარ თავში, წარმოადგინოს მხოლოდ საუკეთესო ნამუშევრები და დაეხმაროს კლიენტს გადაწყვეტილების მიღებაში.
- სტუდენტებს დავალებად ეძლევათ კორპორატიული სტილის შექმნა თავისი ლოგოთი და ემბლემით, პლაკატის, სარეკლამო ბუკლეტის, ასევე შესაფუთი მასალების შექმნა და დამზადება.

ფაკულტეტზე პარალელურად ისწავლება კომპოზიციის საფუძვლები, შრიფტი, ორნამენტი, ფოტო, შესაბამისი კომპიუტერული პროგრამები. სტუდენტები სწავლობენ ბრენდინგის საფუძვლებისა და შემადგენელი ელემენტების მნიშვნელობას, რეკლამისა და ფსიქოლოგიის საფუძვლებს. გარდა ზემოაღნიშნულისა, ისწავლება: 1) პოტენციურ კლიენტებთან ურთიერთობის წესები; 2) ყველა იმ ფსიქოლოგიური და სოციალური ასპექტის, რომელიც კლიენტის ბიზნესის განვითარების ხელშემწყობი იქნება, იმავდროულად, საკუთარი შემოქმედებითი ხელწერის შენარჩუნებით. ყურადღება მახვილდება მაღალი ოსტატობის და პროფესიონალიზმის აუცილებლობაზე. გვინდა ხაზგასმით აღვნიშნოთ, რომ, პირველ რიგში, დიზაინერმა კლიენტის მიზნები და მოთხოვნა, მისი ინტერესები უნდა გაითვალისწინოს: გადაწყვეტილება მაყურებლისათვის უნდა იყოს ესთეტიკურად სასიამოვნო, ინტელექტუალურად და ემოციურად აღქმადი. ამასთან, პროექტი უნდა იყოს ლაკონური და მოწესრიგებული. მაგრამ ყველაზე მნიშვნელოვანია, რომ დიზაინერის მიერ მოწოდებული ინფორმაცია საზოგადოებისათვის სწორად აღქმადი იყოს. გრაფიკოს-დიზაინერის ნამუშევარი დასამახსოვრებელი რომ გახდეს და გამოხმაურება ნახოს მაყურებელში, უნდა იყოს არა მარტო ესთეტიკურად მომხიბლავი, არამედ ემოციურ სფეროზეც უნდა მოქმედებდეს, ასეთი პროდუქცია იქნება უფრო მეტად გასაგები და დასამახსოვრებელი.

ვიზუალურ კომუნიკაციაში, ჩვეულებრივად, არსებობს საკუთარი აღქმა, შინაგანი განწყობა, ემოცია, ინტელექტი, სულიერი სიახლოვე, ნოსტალგია, თვითიდენტიფიკაცია. ამას გარდა, დიზაინერმა უნდა გაითვალისწინოს სხვადასხვა ხალხებისა და ეთნიკური ჯგუფების კულტურა, რომ მისი ნამუშევარი გახდეს გასაგები სამიზნე ბაზრისთვის. დიზაინერის მუშაობაში ერთ-ერთი წამყვანი ფაქტორია ფერი, მისი საკომუნიკაციო თვისებები, ფერის ასოციაცია და მნიშვნელობა სხვადასხვა ერის კულტურულ ტრადიციაში.

Generated by Foxit PDF Creator © Foxit Software
http://www.foxitsoftware.com For evaluation only.

ბრწყინვალე დიზაინერული გადაწყვეტილებანი ფუჭად არ იბადება, მათ წინ უძღვის ხანგრძლივი ძიების და იდეის ჩამოყალიბების პერიოდი. დიზაინერის ხელოვნება არა მარტო სწორი იდეის მოწოდებაა, არამედ ამ იდეის მართებულად გადაწყვეტაც, რათა კლიენტის იმიჯი, მისი პროდუქციის ან მომსახურების პოპულარობა გაიზარდოს.

ამდენად, გრაფიკული დიზაინი არის მედია-ხელოვნების პროგრესული, უნივერსალური საკომუნიკაციო საშუალება, რომელიც ხელს უწყობს ბიზნეს-საქმიანობის განვითარებას და ეხმარება მას მარტივად დაამყაროს ურთიერთობა საბოლოო მომხმარებელთან. ასეთი საკომუნიკაციო საშუალებები თანამედროვე ადამიანის ცხოვრების ყველა სფეროს განუყრელ ნაწილს წარმოადგენს.

გამოყენებული ლიტერატურა:

1. *David Dabner, 'The principles and Practices of Graphic Design~, 2007.*
2. *Andrew Haslam, 'Book Design~, 2006.*
3. *Ryan Hembree, 'The Complete Graphic Designer~, 2007.*

მარინე თევზაია, ქეთევან კვირიკაძე

გრაფიკული დიზაინი, როგორც მედია-ხელოვნების შემადგენელი ნაწილი

რეზიუმე

თბილისის სახელმწიფო სამხატვრო აკადემის მედია ხელოვნების ფაკულტეტზე გრაფიკული დიზაინის სპეციალობის სწავლის პროცესში საბაზრო ეკონომიკისა და თანამედროვე ტექნოლოგიების განვითარების ფონზე გარდა სამხატვრო დისციპლინებისა, აქცენტი კეთდება დიზაინერისა და კლიენტის ურთიერთობის თავისებურებაზე, იდეის განვითარებაზე – ჩანაფიქრის ჩამოყალიბებიდან კონცეფციის შექმნის გზით პროექტის რეალიზაციამდე. დიზაინერი წარმოადგენს მედიატორს დამკვეთსა და საზოგადოებას შორის, ამიტომაც მისი ნამუშევარი აღქმადი და გასაგები უნდა იყოს საბოლოო მომხმარებლისათვის.

МАРИНЕ ТЕВЗАЯ, КЕТЕВАН КВИРИКАДЗЕ

ГРАФИЧЕСКИЙ ДИЗАЙН, КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ МЕДИА-ИСКУССТВА

Р Е З Ю М Е

На фоне развития рыночной экономики и технического прогресса в Тбилисской государственной Академии художеств, на факультете медиа-искусства, в процессе обучения специальности графический дизайн в дополнение к специальным дисциплинам, особое внимание уделяется обучению особенностей отношений между клиентом и дизайнером, развитию идей от создания концепций до реализации проекта. Так как дизайнер представдляет собой связующее звено между заказчиком и потребителем, то его конечный продукт должен быть ясным и приемлимым для аудитории.

MARINE TEVZAIA, KETEVAN KVIRIKADZE

GRAPHIC DESIGH AS AN INTEGRAL PART OF MEDIA ART

ABSTRACT

The development of free market relations and new technologies persuade similar adjustment in the teaching process at Media Art Department in Tbilisi State Academy of Art. The students of faculty of Graphic Design study not only special art courses but also the outstanding relations between the designer and client, from seed idea via concept to final execution of project. As far as a designer becomes a mediator between the client and targeted audience, therefore his product has to be clear and understandable for final customers.