



ბრენდის, როგორც რეკლამის კომპონენტის მნიშვნელობა სტუდენტ-ლიზაინერთა  
პროფესიულ განათლებაში

სარეკლამო ღიზინის შესწავლა ყოველთვის წარმოადგენდა სამხატვრო აკადემიის სტუდენტთა მომზადების ერთ-ერთ წამყვან მიმართულებას. სადღეისოდ ამ მიმართულებით მუშაობა განსაკუთრებით აქტუალური ხდება, რადგან ქვეყანა მთელი რიგი ეკონომიკური პარამეტრებით უსწორდება საბაზრო ეკონომიკის მოთხოვნებს.

ეს უკასკნელი განსაკუთრებულ მოთხოვნებს უყენებს არა მარტო წარმოების და კომერციის სფეროს, არამედ შესაბამისი დარგების სპეციალისტთა (სტუდენტთა და მასწავლებელთა) მომზადებას, სახელდობრ, ბრენდის შექმნის და განვითარების დარგში. ამას განაპირობებს სავაჭრო მარკის რაოდენობის ზრდისა და მათ შორის არსებითი სხვაობის შემცირების პრობლემა, რომელიც კარგადაა ცნობილი.



საქონლისა და მომსახურების ცნება მომხმარებელთათვის, სულ უფრო აქტუალური ხდება როგორც საქართველოსთვის მთლიანად, ასევე მისი ცალკეული რეგიონისთვის. საქონლისა და მომსახურების რიგი კატეგორიები (საბაყლო, სასმელი, კოსმეტიკა) (მაგ: ღაბღვევა, ტურისტული ბიზნესი, ფასიანი სამედიცინო მომსახურება და ა.შ.), იმდენად განვითარდა, რომ მომხმარებელი ვეღარ ხედავს სხვაობას შემოთავაზებული ნაწარმისა ან მომსახურების კატეგორიებს შორის. ეს აიძულებს მწარმოებლებს, გააუმჯობესოს საქონლის (მომსახურების) ხარისხი, შექმნას ორიგინალური დასახელება, სრულყოს შეფუთვის პროცესი. არსებული კონკურენციის პირობებში წარმატების ერთ-ერთ მნიშვნელოვან კომპონენტს წარმოადგენს ძლიერი ბრენდის შექმნა და განვითარება.

გრაფიკული დიზაინის პროგრამაში, რომელიც მოიცავს კომპოზიციის საფუძვლებს, შრიფტს და ორნამენტს, განსაკუთრებულ მნიშვნელობას ვანიჭებთ ლოგო და სასაქონლო ნიშნების შექმნას. მას შემდეგ, რაც სტუდენტები გაეცნობიან „ოქროს კვების“ ფენომენს, პროპორციას, სიმეტრიას, ასიმეტრიას, დინამიკას, სტატიკას, აგრეთვე სიმშვიდის, ქაოსის ცნებას და სხვადასხვა სახის წრფეებს, გადავდივართ შრიფტისა და ორნამენტის შესწავლაზე, რომლებიც გრაფიკული დიზაინის ერთ-ერთ ფუნდამენტურ ცნებებს წარმოადგენენ.

სტუდენტები თანმიმდევრულად ეცნობიან ქართულ აკადემიურ შრიფტს და ქმნიან არსებული კლასიკური პროპორციების შეცვლის გზით.

მნიშვნელოვნად მიგვაჩნია სტუდენტთა ყურადღების გამახვილება ფორმის ხედვაზე, რათა შემდგომში მათ შეძლონ ლოგოტიპის შექმნა ერთი ასოს ან ასოთა ჯგუფის ცვლილებით გეომეტრიული ფორმების ან თავისუფალი წრფეების მეშვეობით. წრფეები ან ფორმები შეიძლება იყოს როგორც მკაცრი, მკაფიო, ასევე რბილი, ღუნე სახის, რაც სხვადასხვა გრძნობას და ექსპრესიას გამოიწვევს.

სტუდენტები ეცნობიან ფონტს, კეგელს, დაწოლას და სხვა შრიფტის შესწავლას. ორნამენტის აგებულების გაცნობისას სტუდენტები ქმნიან ბადისებრ, ლეგისებურ და რომბების ტიპის ორნამენტებს.

მცენარეული და ცხოველური მოტივების მქონე ორნამენტის აგებისას სტუდენტები ითვისებენ არსებული ბუნებრივი მოტივების სტილიზაციის პრინციპებს, ავითარებენ რა ამასთანავე ინტუიციური აბსტრაქტული წარმოსახვის უნარს.

ყოველი შემოთქმული კარგი ემბლემის და ლოგოტიპის წინაპირობაა. სტუდენტებს ვაგებინებთ, რომ ამ კონსტრუქციის შექმნისას მნიშვნელოვან როლს თამაშობს ფერი, რაც უფრო მკაფიო და ინტენსიურია ფერი, მით უფრო მძიმეა იგი და პირიქით.

კომპიუტერის გამოყენებით სტუდენტებს ეძლევათ შესაძლებლობა, შექმნან სულ უფრო საინტერესო ნიშნები სხვადასხვა ეფექტებით, ფერით, ტექსტურით, აგრეთვე სხვადასხვა განზომილებით. ახლებური ფორმების ძიების პროცესი მრავალმხრივია: ელემენტებზე მუშაობა გექნიკურად გამარტივებულია და სწრაფი.

ამ ფაქტორთა ერთობლიობით მიღებული საბოლოო შედეგი მუსტად გადმოსცემს სარეკლამო საგნის ან კომპანიის ხასიათს და თვისებებს.

სტუდენტ-დიზაინერთა მომზადების ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ეტაპია სავაჭრო ნიშნის არა მარტო საინფორმაციო, არამედ კომერციული დაგვირთვის ცოდნა. ისინი ეცნობიან, რომ არსებობს სავაჭრო მარკის (მომსახურების ნიშნის) ოთხი სხვადასხვა მნიშვნელობა.

– საფირმო სახელი, საფირმო ნიშანი, საქონლის სახეობა (მომსახურების სახეობა), სავაჭრო ნიშანი (მომსახურების ნიშანი).

– საფირმო სახელი – სიგყვა, ასო ან ასოთა და სიგყვათა ჯგუფი, რომლებიც გამოითქმება.

– საფირმო ნიშანი – სიმბოლო, ნახატი, განსხვავებული ფერი ან მინიშნება.



– სავაჭრო ნიშანი – (მომსახურების ნიშანი) – ფირმის დასახელება, საფირმო ნიშანი, საქონლის (მომსახურების) სახეობა და მათი ერთობლიობა.

– სავაჭრო სახეობა – პერსონიფიცირებული სავაჭრო ნიშანი.

სტუდენტებს შემოდასახელებულ ნიშნების გარდა ვასწავლიდით, რომ ბრენდს მიეკუთვნება თვით საქონელი ყველა მისი თვისებით, საქონლის იმიჯი, ინფორმაცია მომხმარებლის შესახებ.

ბრენდ-იმიჯის თავისებურებაა საქონლის ფიზიკური თვისებების გათვალისწინება, რომელიც განსაკუთრებულ განწყობას ქმნის.

სტუდენტებს ვუხსნით, რომ მსგავსი ნიშნები საჭიროებისას შეიძლება სხვადასხვა ბომაში იყოს გამოყენებული (საოფისე ქაღალდი, საგვიროთო მანქანა, ქუჩის ბილბორდი, სავიზიტო ბარათი და ა.შ.), ბეჭდური და ციფრული მედიის სახით.

ამისათვის კი გასათვალისწინებელია მათი უნივერსალობა და სიმკვეთრე როგორც ორ, ასევე სამგანზომილებიან გამოსახულებაში. რადგან სავაჭრო ნიშნები შეიძლება ბეჭდური ფორმით გამოიხატოს, ჩვენ სტუდენტებს ვასწავლიდით, რომ ნიშანი უნდა გამომსახველი იყოს როგორც ფერადი, ასევე შავ-თეთრი გამოსახულებით.

სავაჭრო ნიშნების ერთ-ერთ მთავარ პირობას წარმოადგენს ლაკონურობა და სიმარტივე, რადგან მათი დამახსოვრება უფრო ადვილად ხდება. ემბლემა, რომელიც წარმოადგენს პროდუქტს ან კომპანიას, შეიძლება იყოს როგორც აბსტრაქტული, ასევე კონკრეტული საგნის ან მოქმედების სიმბოლო.

იგი უნდა წარმოადგენდეს ორიგინალური კონსტრუქციის, მარტივი გადაწყვეტის, წარმოსახვის მდიდარ ფორმას. სტუდენტებს ვასწავლიდით, რომ ლოგოტიპის შექმნა შესაძლებელია არსებული ან საკუთარი შრიფტის შექმნის გზით, რომელშიც მითითებული იქნება ამა თუ იმ ფირმის ნაწარმის დასახელება. თანამედროვე ტექნოლოგიების შესაძლებლობათა გათვალისწინებით, შეიძლება ლოგოტიპის შექმნა ამა თუ იმ შრიფტისათვის სხვადასხვა მხატვრული ეფექტის მიცემით. ლოგოტიპი უნდა იყოს გადაწყვეტით ორიგინალური და იდენტიფიკაციისათვის მარტივი, იმავდროულად უნდა შეესაბამებოდეს ნაწარმს ან კომპანიას, რომელსაც იგი წარმოადგენს.

სტუდენტებს ვაცნობთ, რომ ფერი ასრულებს მნიშვნელოვან როლს, რადგან იგი სხვადასხვა ფსიქოლოგიურ დაგვირგთვას ატარებს.

საწარმოს „ბრენდინგის“ განვითარებისათვის განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ინტერნეტ-სისტემა, რომლის საშუალებითაც ამჟამად ადამიანთა შეგნებაში ხდება ამა თუ იმ ბრენდის აქტიური დანერგვა (შელწევა).

გრაფიკული, სამგანზომილებიანი და ანიმაციური პროგრამების დასწავლასთან ერთად, სტუდენტები ეცნობიან „ბანერის“ აგების პრინციპებსაც, რაც სარეკლამო საიგის შესრულების ერთ-ერთ ნაწილს წარმოადგენს და რომლის გარეშეც ვერ იარსებებს ვერც ერთი კომპანია. რეკლამა საიგზე არის საწარმოს, პროდუქციის ან მომსახურების სფეროს იმიჯის შექმნის მძლავრი და აუცილებელი მექანიზმი.

ამრიგად, სამხატვრო აკადემიის პროფესიულ განათლებაში ბრენდის, როგორც სარეკლამო დიზაინის ერთ-ერთი მთავარი შესწავლა, მნიშვნელოვანია თანამედროვე საზოგადოებაში მათი აქტიურად დასაქმებისათვის.

#### გამოყენებული ლიტერატურა:

1. გრიგოლია დ., ქართული შრიფტის ხელოვნების საფუძვლები.
2. Amy E. Arnston University of Wisconsin – Whitewater Graphic Design Basic.
2. Letterhead & Logo Designs. Copyright 2001 by Rockport Rubbishes. Inc.
3. П.М. Годин, А.Д. Дмитриев, И.Г. Бабленков БРЕНДИНГ.
4. Tom Sunith. Color in Design.
5. David e Caster The little book of logo Recipes.



## მარინა თევზაია

ბრენდის, როგორც რეკლამის კომპონენტის მნიშვნელობა სტუდენტ-დისაინერთა პროფესიულ განათლებაში

### რეზიუმე

საქართველოს ეკონომიკის განვითარება და მასში თავისუფალი საბაზრო ურთიერთობების დამკვიდრება ახალ, განსაკუთრებულ პირობებს უყენებს წარმოებასა და კომერციის სფეროებს, რომლებიც ჯანსაღი კონკურენციის დასამკვიდრებლად ხელს უწყობენ თანამედროვე სარეკლამო დიზაინში ბრენდინგის მიღწევების ფართოდ გამოყენებას.

ბრენდინგის, შესაბამისი დარგების სტუდენტებისათვის, სწავლება და განვითარება წარმოადგენს სამხატვრო აკადემიის საქმიანობის ერთ-ერთ აქტუალურ მიმართულებას.

Марина Тевзая

Значение бренда как компонента рекламы в обучении студентов-дизайнеров

### Резюме

В связи с развитием рыночной экономики особую значимость приобретает обучение рекламной графике студентов Академии Художеств. Важной частью этой сферы является приобретение знаний по созданию и развитию «брендинга», от которого зависит конкурентная способность товаров и услуг. Студенты поэтапно изучают все графические стороны этой части рекламного бизнеса.

Marina Tevzaia

Importance of Brand as an advertising component in the study of design students

### Summary

Development of Georgian economy and establishing of free market relations provides new conditions to the manufacturing and commercial fields. To create competition between producers has become necessary in order to activate the development of society.

In these new conditions students at Academy of Arts, to be successful in their further careers, should be taught advertising, mainly branding. From this point of view, the studying and developing of brandings & trademarks to students has become a very important part of educational process at Tbilisi State Academy of Art.