

Խ. ԱՐՈՎՅԱՆԻ ԱՆՎԱՆ ՀԱՅԿԱԿԱՆ ՊԵՏԱԿԱՆ ՄԱՆԿԱՎԱՐԺԱԿԱՆ
ՀԱՄԱԼՍԱՐԱՆԻ ԳԻՏԱԿԱՆ ՏԵՂԵԿԱԳԻՐ
УЧЕНЫЕ ЗАПИСКИ АРМЯНСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО
ПЕДАГОГИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМ. Х. АБОВЯНА

Հումանիտար գիտություններ №4 (33) 2017 Гуманитарные науки

ՀՏԴ 658

ԳՈՐԾԱՐԱՐ ՄՇԱԿՈՒՅԹ ԵՎ ԴԻԶԱՅՆ
Ն.Հ.ՓԱՅԱՍԼՅԱՆ

Հայաստանի գեղարվեստի պետական ակադեմիա, Երևան, Բսահկյան 36
e-mail: narek.payaslyan@3dtuning.com

Հայ հասարակությունն այսօր ապրում է վերափոխման ժամանակաշրջան: Ստեղծվում են ներքին և արտաքին նոր տնտեսական հարաբերություններ, ձևավորվում է ձեռնարկատերերի դասակարգ: Այդ առումով բացառապես կարևոր նշանակություն ունի ձեռնարկատիրոջ, պետական ծառայողի, մարքեթինգի մասնագետի, դիզայների անհատական գործարար մշակույթի գործոնը:

Տարբեր կազմակերպությունների և մասնավոր անձանց շահերը կարող է միավորել «Ձեռներեցության, գործարար մշակույթի և դիզայնի զարգացմանն ուղղված Հայաստանի ազգային ծրագիրը»:

Ակնհայտ է, որ կրթությունը արդի փուլում պետք է դառնա գործարար մշակույթի զարգացման ազգային համակարգի գլխավոր տարրերից մեկը: Անհրաժեշտ է ստեղծել գործարար մշակույթի կրթական, խորհրդատվական կենտրոնների մի ամբողջ համակարգ, որը բարձրորակ խորհրդատվական և նախագծային ծառայություններ կմատուցի միջավայրի դիզայնի՝ որպես գործարար մշակույթի բաղկացուցիչ մասի վերաբերյալ:

Բանալի բառեր. Ժամանակակից գործարար մշակույթ, ձեռնարկատեր, պետական ծառայող, ազգային ավանդույթ, ձեռներեց, առարկայական – տարածական միջավայր, գեղարվեստականություն, շուկայական հարաբերություններ, կրթություն, խորհրդատվական կենտրոն:

Ներկայացված է խմբագրություն 15.03.2017

Հայ հասարակությունն այսօր ապրում է վերափոխման ժամանակաշրջան: Ստեղծվում են ներքին և արտաքին նոր տնտեսական հարաբերություններ, ձևավորվում է ձեռնարկատերերի դասակարգ, ինչն ավելի ու ավելի շոշափելի է ազդում երկրի տնտեսական, սոցիալական և քաղաքական կյանքի վրա: Հարաբերությունների գործարար ոճը, շուկայի, տնտեսության, մրցակցության կատեգորիաներով առաջնորդվելու մտածելակերպը նորմ են դառնում ոչ միայն ձեռնարկատերերի, այլ նաև պետական ծառայողների և կառավարման բարձրագույն օղակներում որոշում ընդունող անձանց համար [1]: Այդ գործընթացում անձի և հասարակության գործարար մշակույթի աճը դիտվում է բոլոր բնագավառներում, որն արդի քաղաքակրթական գործընթացի պայմաններից մեկն է, եթե ոչ վճռորոշը:

Այսօր գործում են երեք կազմակերպությունների՝ (ՄԱԿ-ի, Միջազգային առևտրային պալատի և Տնտեսական համագործակցության և զարգացման կազմակերպության) կողմից ընդունված քաղաքակիրթ գործարար գործընկերության համար սահմանված միջազգային կանոնները:

Սակայն, պետք է փաստել, որ Հայաստանում ձեռներեցության կայացման գործընթացն այնքան էլ դյուրին չէ, քանի որ միջազգային չափանիշերով առաջնորդվել ցանկացող քաղաքակիրթ գործարար մթնոլորտի կայացումն ու զարգացումը խոչընդոտող տնտեսական, պատմական և քաղաքական պատճառներին զուգահեռ առկա են նաև մի շարք սուբյեկտիվ գործոններ, որոնք բարդացնում են գործարար կյանքը: Այդ առումով բացառապես կարևոր նշանակություն ունի ձեռնարկատիրոջ, պետական ծառայողի, մարքեթինգի մասնագետի, դիզայների կամ գործարար հարաբերությունների մեջ մտնող այլ անձի անհատական գործարար մշակույթի գործոնը: Ինչպես հենց իրենց՝ հայ ձեռնարկատերերի, այնպես էլ նրանց արտասահմանյան գործընկերների վկայությամբ, Հայաստանում, ինչպես նաև ամբողջ հետխորհրդային տարածաշրջանում գործող գործարար վարքագծի նորմերը հաճախ տարբերվում են աշխարհում ընդունվածներից: Արդի գործարար մշակույթի հայեցակետերից շատերը չեն կարողացել ձևավորվել նախկին հասարակարգում: Գործարար հարաբերությունների լիարժեք ձևավորմանը խոչընդոտող պայմաններից կարևորում ենք գործարար աշխարհում բարեվարքության կանոնների չիմացությունը կամ խախտումը որոշ գործընկերների կողմից, «ազնվություն», «իրազեկություն», «իրավասություն», «պարկեշտություն», «հուսալիություն» որակավորումների ոչ միանշանակ մեկնաբանումը, գեղագիտական մշակույթի ու ճաշակի բացակայությունը, որոնք կարող են ձախողել լավ մտածված բիզնես-նախագծի իրականացումը: Այստեղից կարելի է հանգել այն եզրակացությանը, որ ժամանակակից (հայրենական) գործարար մշակույթի չափանիշերի անհամապատասխանությունը համաշխարհային չափանիշերին, շոշափելի վնաս է հասցնում հայ ձեռներեցի հեղինակությանը: Ապագայում դա կարող է հանգեցնել բացասական կարծրատիպի ստեղծմանը, որից ձերբազատվելը, անշուշտ, բավականաչափ դժվար կլինի, եթե ժամանակին ջանքեր չգործադրվեն հայ ձեռներեցի դրական կերպարի ձևավորման ուղղությամբ:

Զարգացած երկրներում ժամանակակից ձեռներեցի կամ պետական ծառայողի գործարար մշակույթի մակարդակի բաղկացուցիչ մասն ու ցուցանիշը նրանց՝ դիզայնի նկատմամբ ունեցած արժևորող վերաբերմունքն է: Խոսելով XXI դարի հայ հասարակության զարգացման ու կերպարանափոխման խնդիրների մասին, մենք պետք է հստակ գիտակցենք, որ Հայաստանի՝ համաշխարհային շուկայի հետ ինտեգրումը անհնարին է առանց կյանքի բոլոր բնագավառներում դիզայնի, գործարար մշակույթի և ձեռներեցության ազգային ավանդույթների, ստեղծագործ մտածելակերպի, գեղագիտության, աշխատանքային գործունեության և կրթության զարգացման: Այդ խնդրի լուծման համար անհրաժեշտ են բոլոր շահագրգիռ կազմակերպությունների դինամիկ և արդյունավետ միջոցները: Տարբեր կազմակերպությունների և մասնավոր անձանց շահերը, մեր կարծիքով, կարող է միավորել «ձեռներեցության, գործարար մշակույթի և դիզայնի զարգացմանն ուղղված Հայաստանի ազգային ծրագիրը»:

Սահմանափակվելով Հայաստանի համար գործարար մշակույթի և դիզայնի խնդիրների արդիականության հարցերով՝ մենք կփորձենք անդրադառնալ այդ թեմայի միայն մեկ ասպեկտի, որի հետ անմիջականորեն կապված է մեր՝ որպես դիզայների և Երևանի գեղարվեստի պետական ակադեմիայի դասախոսի մասնագիտական հետաքրքրությունների շրջանակը:

Խոսքը վերաբերում է ձեռներեցության զարգացման հարցերը լուծող ձեռնարկատերերի ու պետական ծառայողների կողմից առարկայական-տարածական միջավայրի դիզայնի՝ որպես Հայաստանում ժամանակակից գործարար մշակույթի գործոնի, դերի և նշանակության արժևորմանը:

Ձեռնարկատիրական գործունեությունն իրականացվում է առարկայա-տարածական միջավայրում: Գրասենյակի արտաքին ու ներքին հարդարանքը, առանձնասենյակների, գործառության գոտիների, աշխատանքային սենյակների, գիտաժողովների դահլիճների կազմակերպումը, կահույքը, ուղեցույցերը, պաստառները, նկարները, գործարար փաստաթղթաշրջանառությունը, անձնակազմի հագուստը, դեկավարի և աշխատակիցների արտաքին տեսքը, վարքագիծը՝ այս ամենն ամբողջականորեն ստեղծում է ընկերության ոճը, ինչը նաև ընկերության դեկավարի կերպարի ու ընկերության գործարար (և դիզայներական) մշակույթի մակարդակը [2]:

Ցավոք, պետք է փաստել, որ հաճախ գործարար միջավայրի առարկայական-տարածական միջավայրը ներկայանում է ոչ թե անհատական, բարձր մակարդակի, ինքնատիպ մշակույթի ընդգծված դեմքով, այլ ցուցադրում է ինչ-որ միջինացված և անդեմ, այսպես կոչված «եվրաոճ», ընդհանրացվող անդեմ ուղղությամբ, որն արմատավորվել է ԱՊՀ երկրների ամբողջ տարածքում (կախովի առաստաղները, ֆիննական դռները, ապակե բլոկներից կառուցված միջնապատերը, իտալական գրասենյակային կահույքը և այլն): Սա առարկայական-տարածական տարրերի ստանդարտ հավաքածու է, որը հեղեղել է մեր շուկան, ձևավորել է ոճ չունեցող միջավայր և արտացոլում է շատ ձեռներեցների գործարար գավառականությունը:

Գրասենյակի, բանկի կամ պետծառայողի աշխատասենյակի՝ յուրահատուկ ոճով ներքին հարդարանք ստեղծելու համար պետք է օժտված լինել դիզայնի և էրգոնոմիկայի բնագավառում մասնագիտական գիտելիքներով, կատարելապես տիրապետել գեղագիտական և տեխնոլոգիական օրենքներով ձևավորող կազմակերպման արվեստին:

Գործարար մշակույթ ունեցող ձեռներեցը հրաշալի հասկանում է, որ գրասենյակի ներքին դիզայնը որոշիչ կերպով ազդում է իրականացվող բոլոր գործընթացների, աշխատողների դրական զգացմունքների ձևավորման, ընդհանուր տրամադրության բարձրացման և, վերջին հաշվով, բիզնեսում հաջողության հասնելու վրա: Այդպիսի ձեռներեցը գրասենյակի միջավայր ստեղծելիս չի զբաղվի ինքնագործունեությամբ կամ չի վստահի պատահական («էժան») դիզայների, այլ կդիմի բարձր հեղինակություն վայելող արհեստավարժ մասնագետի:

Միջավայրի բարձր ոճը շատ ծավալուն հասկացություն է, որն ընդգրկում է ձևակառուցման մի շարք սկզբունքներ՝ գեղարվեստականություն, արդիականություն, ավանդույթներ, բնապահպանություն, ֆունկցիոնալություն, հարմարավետություն, ռացիոնալություն, տնտեսում, անհատականություն, ինքնատիպություն, արտահայտչականություն...

Ձեռներեցի գործարար մշակույթն ի հայտ է գալիս այն ժամանակ, երբ նա բավականին լավ հասկանում է դիզայների խնդրի բարդությունն ու պատասխանատվությունը՝ յուրաքանչյուր առաջադրանքի կոնկրետ լուծման համար ընտրվող այդ սկզբունքների հակասական և յուրահատուկ հավասարակշռության հաստատման մեջ: Ոչ մի սկզբունք չպետք է զոհաբերվի մեկ ուրիշի համար՝ գեղարվեստականությունը՝ ռացիոնալիզմին, ավանդույթն արդիականությանը, հարմարավետությունը՝ տնտեսմանը: Այս սկզբունքների արտաքին հակասության դեպքում դիզայները պետք է դրանց մեջ գտնի խորը ներքին փոխկապակցվածություն:

Առաջատար արտասահմանյան երկրները ժողովրդավարության և շուկայական հարաբերությունների զարգացման երկար տարիների ընթացքում ձեռք են բերել առևտրային ձեռնարկատիրական գործունեության շոշափելի և շրջակա աշխատանքային միջավայրի ձևավորման դրական փորձ, որն ապահովում է ընկերության ծառայողների և ձեռնարկատիրոջ աշխատանքի հարմարավետ պայմանները:

Գիտության և նախագծման, երգոնոմիկայի և դիզայնի միասնությունը բիզնեսում՝ որպես ուղղակի ազդեցություն ունեցող գործարար մշակույթի գործոն, ունի հնուց եկած ավանդույթներ: Հիշենք, որ դեռևս XX դարի սկզբին հայտնի ամերիկյան ձեռնարկատեր Հ. Ֆորդը ավելի մեծ նշանակություն էր տալիս աշխատանքի օպտիմալացման նպատակներով ռացիոնալ կազմակերպված աշխատանքային միջավայրին: Նրա կողմից տրված շատ խորհուրդներ չեն կորցրել իրենց այժմեականությունը:

Ժամանակակից հետմոդեռնիստական մշակույթը, չզոհաբերելով ֆունկցիոնալության և հարմարավետության հիմնարար սկզբունքները, ուղղորդում է դիզայներին գրասենյակի ներքին հարդարանքի՝ որպես յուրահատուկ «վիրտուալ իրականության» ստեղծման ճանապարհով՝ օգտագործելով լույսն ու գույնը, ակուստիկ դիզայնը, փափուկ գորգերը, կահույքը և հարդարանքի տարածաշրջանային ավանդույթները:

Գրասենյակների ներքին հարդարանքի նախագծման ժամանակ դիզայներները ձգտում են գտնել համակարգիչների ու կազմտեխնիկայի տեղադրման նոր յուրահատուկ մոտեցումներ, որպեսզի ապահովվի առավել հարմարավետ աշխատանքը: Պահպանվում են երգոնոմիկայի կարևոր պահանջները: Երբեմն խոշոր ընկերությունների գրասենյակներում նախագծվում են ներկառուցված հեռուստատեսային էկրաններ, որոնք կանոնավոր կերպով օգտակար տեղեկատվություն են ներկայացնում:

Գրասենյակային տարածքի կազմակերպման արտասահմանյան փորձի վերլուծությունը թույլ է տալիս հաշվի առնել նաև այն, որ բացի ավանդական տարրերից, դիզայներները ուշադրություն են դարձնում փափուկ ծածկույթներին՝ գորգերին, ակուստիկային: Այդ աննշան թվացող տարրերն իրականում կարևոր դեր են խաղում:

Արևմուտքի երկրների զարգացած տնտեսության կոշտ մրցակցության պայմաններում շուկայում ապրանքի առաջխաղացման հաջողության տեսակետից կարևորվում են առարկայական-տարածական միջավայրի տարբեր տարրերի սպառողական հատկանիշերը: Կոշտ մրցակցությունն արևմտյան

ընկերություններին ստիպում է՝ ներքին հարդարանքի տարբեր տարրերի նախագծման ժամանակ հաշվի առնել ամենափոքր առանձնահատկությունները, ինչը թելադրված է գնորդին գրավելու և ապրանքի մրցունակության բարձրացման գործոնով:

Գրասենյակի ժամանակակից դիզայնն անբաժանելի է ազգային առանձնահատկություններից, որոնք հատուկ են յուրաքանչյուր տարածաշրջանի կամ երկրի համար:

Տարածքների ներքին հարդարանքի առարկայական-տարածական միջավայրն արտասահմանյան դիզայնում ունի ազգային առանձնահատկություններ, որոնք հատուկ են այս կամ այն երկրի ժողովրդի ոգու կերտվածքին:

Անկասկած, պարտադիր սարքավորումները, որոնցով հագեցած են գրասենյակային տարածքները (համակարգիչներ, ֆաքսեր, մոդեմներ, պատճենահանող սարքեր և այլն) տիպային են: Մինչդեռ կահույքը և ներքին հարդարանքի այլ տարրեր դիզայների կողմից իրականացվում են՝ հաշվի առնելով ազգային և տարածաշրջանային ավանդույթները: Միայն ազգային ավանդույթների և ժամանակակից դիզայնի միտումների ինտեգրումով կարելի է հասնել միջավայրի կատարյալ ձևավորման [3]:

Գրասենյակի առարկայական-տարածական միջավայրին ուղղված հայացքը՝ որպես ձեռնարկատիրոջ գործարար մշակույթի կարևոր գործոն, նոր տեսակետ է ստեղծում միջավայրի և դրա նախագծման մեթոդների համար: Ցավոք, դեռևս ձեռնարկատերերն ու դիզայներները ձեռք չեն բերել նման դիտողականություն: Որպեսզի այդ գործընթացն արագանա, մեր կարծիքով, անհրաժեշտ է գործողությունների մտածված «Հայկական գործարար մշակույթ» ծրագիրը, որը հանդես կգա որպես առավել ծավալուն ազգային ծրագրի բաղկացուցիչ մաս: Բայց արդեն այսօր՝ չսպասելով ազգային ծրագրի ստեղծմանը, անհրաժեշտ է մասնագիտական ուսումնական հաստատությունների ծրագրերում ներառել այնպիսի դասընթացներ, ինչպիսիք են՝ «Ձեռներեցության էթիկա և գեղագիտություն», «Ժամանակակից գործարար մշակույթ», «Գործարար մշակույթի ազգային ավանդույթներ», «Առարկայական-տարածական միջավայրը՝ որպես գործարար մշակույթի գործոն»: Հիմնվելով արտասահմանյան հետազոտողների ստացած արդյունքների վրա՝ այդ ծրագրերը միտված կլինեն ձևավորել ոչ միայն հատուկ գիտելիքներ, այլև ապահովել համապատասխան, համարժեք սոցիալական, հումանիտար և նախագծային կողմնորոշում, ինչպես նաև նպաստել գործարար փոխգործակցության՝ գեղագիտական ու բարձրագույն սկզբունքներն ընկալելու և իրականացնելու ընդունակություն մշակելու համար:

Մեր կարծիքով, կրթությունն արդի փուլում պետք է դառնա գործարար մշակույթի զարգացման ազգային համակարգի գլխավոր տարրերից մեկը: Համակարգողի դերը, կարող է ստանձնել Գործարար մշակույթի և դիզայնի զարգացման միջբուհական կենտրոնը, որի խնդիրները կլինեն.

- միմյանց փոխլրացնող մոդուլներից բաղկացած ընդհանուր ծրագրի նախապատրաստում,

- հայկական ձեռներեցների շրջանում գործարար մշակույթի ձևավորման անհրաժեշտության մասին հասարակական բանավեճի անցկացում,

- գործարար մշակույթի ուսուցման ծրագրի մշակում,

- դասախոսական կազմի նախապատրաստման համար կրթական գիտամեթոդական կենտրոնի ստեղծում և ուսումնամեթոդական ձեռնարկների մշակումներ՝ ըստ կոնկրետ ծրագրերի՝ հաշվի առնելով ուսուցման ձևերի առանձնահատկությունները (մասնավորապես՝ գեղարվեստական և դիզայնական բուհերի համար),

- զանգվածային լրատվամիջոցներով տեղեկատվության տրամադրում հասարակությանը:

Դիզայնը ժամանակակից գործարար մշակույթի կարևոր բաղկացուցիչ մասն է: Դիզայները գործարար իրավիճակում հանդես է գալիս երկու ձևով՝ կամ որպես բիզնեսի գործընկեր, կամ՝ ձեռնարկատիրոջ համար առարկայական-տարածական միջավայրի նախագծող: Այդ իսկ պատճառով մասնագիտական բուհերում անրաժեշտ են երկու տեսակի ծրագրեր՝ ընդհանուր և մասնագիտական: Մասնավորապես մշակվել են կրթական և գիտամեթոդական ծրագրերի թեզիսներ հետևյալ թեմայով՝ «Առարկայական-տարածական միջավայրի ազդեցությունը ձեռնարկատիրոջ անձի և գործարար մշակույթի վրա»:

Բուհերի կրթական ծրագրերում այդ թեմայի ներառումը անհրաժեշտ է Հայաստանի գործարար միջավայրը աշխարհում արմատավորված, առավել տարածված, պատմականորեն ստուգված գործերի վարման սկզբունքներին համապատասխանեցնելու համար: Դա դժվարին, բայց իրական խնդիր է, որի լուծման ժամանակ կարևոր է սովորել՝ հենվելով ոչ միայն սեփական, այլ նաև այլոց լավագույն փորձի վրա, այդ թվում՝ պատմական:

Գործարար մշակույթի կրթական կենտրոնների ստեղծումը կնպաստի, որ ցանկացած ձեռնարկատեր հնարավորություն ունենա Հայաստանի ցանկացած մասում ստանալ անհրաժեշտ տեղեկատվություն, հոգեբանական աջակցություն, մասնագիտական խորհրդատվություն՝ գործարար բանակցությունների վարման, արտաքին տեսքի, բարեվարքության, աշխատակիցների հանդերձանքի և գրասենյակի առարկայական-տարածական միջավայրի դիզայնի վերաբերյալ:

Ինչ վերաբերում է վերջինիս, ապա անհրաժեշտ է մշակել խորհրդատվական կենտրոնների համակարգ, որը բարձրորակ խորհրդատվական և նախագծային ծառայություններ կմատուցի միջավայրի դիզայնի՝ որպես գործարար մշակույթի բաղկացուցիչ մասի վերաբերյալ:

Գործարար մշակույթի ոլորտում հետամնացությունը հաղթահարելու համար կպահանջվեն բավական ծախսեր, բայց գործարար շրջանակների անիրագրելությունը հասարակության վրա ավելի թանկ է նստում:

Գործարար մշակույթի բարձր մակարդակ ունեցող արևմտյան երկրներում ղեկավար օղակները մեծ նշանակություն են տալիս կազմակերպությունների դիզայնի համար կատարած ներդրումներին, քանի որ այդ ծախսերն արդարացվում են և ապահովում երկրի տնտեսության հաջողության ցուցանիշը:

ԳՐԱԿԱՆՈՒԹՅՈՒՆ

1. Аминов И. И. Психология делового общения: учебное пособие / И. И.Аминов - Москва: Омега-Л, 2006.
2. Обозов Н. Н. Психологическая культура отношений. С-Пб.: Союз, 2000.
3. Алехина И. Имидж и этикет делового человека. -М.: Финансы и статистика, 2001.

РЕЗЮМЕ ДЕЛОВАЯ КУЛЬТУРА И ДИЗАЙН Н.Г.ПАЯСЛЯН

Армянское общество проходит сложный период перемен. Создаются новые внутренние и внешние экономические отношения, формируется класс предпринимателей. В этом смысле исключительно важен фактор индивидуальной деловой культуры предпринимателя, государственного служащего, маркетолога, дизайнера. “Национальная программа Армении, направленная на развитие предпринимательства, деловой культуры и дизайна” может объединить интересы различных организаций и частных лиц. Очевидно, что на нынешнем этапе образование должно стать одним из главных элементов национальной системы деловой культуры. Считаем необходимым создание системы образовательных центров деловой культуры, которые предоставят качественные консультационные и проектные услуги в среде дизайна.

SUMMARY BUSINESS CULTURE AND DESIGN N.H.PAYASLYAN

Armenian society is in a very difficult transforming process now. Internal and foreign new economic relations are built, owner's category is being developed. In this sense the owner's, state employee's, marketing specialist's, designer's individual businesslike culture factor are of much importance.

The profits of different organisations and personal people can unite”Armenian national developing program of enterprise, businesslike culture and design.”

It is obvious that the education in an up-to-date phase must become one of the important elements of developing national system of businesslike culture. It is necessary to create a whole educational system of businesslike culture and consulting centers which will offer high-grade consulting and design services.