

ՀՏԴ 719+727.7

ՃԱՐՏԱՐԱՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆ

**ԴԻԶԱՅՆԵՐԱԿԱՆ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ ՌԱԶՄԱՎԱՐՈՒԹՅԱՆ ՎԵՐԼՈՒԾՈՒԹՅՈՒՆԸ
ԱՐՏԵՐԿՐՈՒՄ**

Արտաշես Արսենի Մելիքյան

*Ճարտարապետության և շինարարության Հայաստանի ազգային համալսարան, ք. Երևան, ՀՀ
artashmelikyan@rambler.ru*

Դիտարկվել է դիզայներական գործունեությունը որպես մարդու գործունեության տեսակ՝ իր մեջ ներառելով պատմական կարևորագույն իրադարձություններ համաշխարհային դիզայնի զարգացման գործընթացում: Վերլուծվել են ռազմավարության առանցքային դրույթները զարգացած երկրներում: Դիտարկվել են դիզայնի դերն ու նշանակությունը, որպես պետության տնտեսության զարգացման շարժիչ ուժ:

Առանցքային բառեր. *դիզայն, դիզայներական գործունեություն, ստեղծագործական ռազմավարություն, արդյունաբերական դիզայն, տնտեսություն*

Ներածություն

Դիզայնը միշտ էլ ճարտարապետության ու մշակույթի անքակտելի մասն է եղել: Հասարակության գոյության տարբեր ժամանակաշրջաններում դիզայնը կատարել է այն դերը և նպաստել այն խնդիրների լուծմանը, որ առաջադրել է իրականությունը: Իրեն շրջապատող առարկայական աշխարհում մարդը միշտ ձգտել է ներդաշնակության, և արդեն իր բնակության միջավայրի կարգավորման և աշխատանքի գործիքների գործառական բնութագրերի բարելավման առաջին փորձերը կարելի է դիզայներական գործունեության սկիզբ համարել: Մակայն ստեղծված ավանդույթների պատճառով ընդունված է դիզայնի՝ որպես մարդու գործունեության տեսակի մասին խոսել զանգվածային արդյունաբերական արտադրության առաջանալու պահից, որը պատրաստվելիք իրի նախնական մարմնավորում է պահանջում հատուկ փաստաթուղթ-նախագծի տեսքով: Մինևս ժամանակ դիզայնն առարկայի հասարակ տեխնիկական նախագծման հանգեցնելն ի չիք է դարձնում դրա մասնագիտական յուրահատկությունը և հարցականի տակ է դնում ընդհանրապես նման գործունեության գոյության նպատակահարմարությունը:

Մյուս ծայրահեղությունը դիզայնն արվեստ համարելն է: Նման մոտեցումը դիզայներական գործունեությունը հեռացնում է զանգվածային արդյունաբերական արտադրության կարիքներից և այն հանգեցնում է նյութական օբյեկտների այնպիսի ձևական լուծումների որոնման մեթոդին, որոնք ունենալով գեղագիտական, զգայական և գաղափարախոսական տեղեկատվության որոշակի ծավալ, մշակութային արժեք են անկախ իրի գործառությունից:

Անհմաստ կլինեք դիզայնի գոյություն ունեցող ձևակերպումներին ավելացնել ևս մեկը, սակայն այն փաստը, որ դիզայնն այսօր ձևավորվելով որպես միանգամայն որոշակի սոցիալ-

մշակութային երևույթ և գործնականում ընդգրկելով մարդկային գործունեության բոլոր ոլորտները՝ զգալի ազդեցություն է գործում ճարտարապետության, արդյունաբերության, առևտրի վրա, ինչպես նաև ձևավորում է մարդկանց կենսագործունեության միջավայր, պահանջում է այդ գործունեության հիմնական նպատակների սահմանում և դրա զարգացման առավել ցանկալի նպատակների նշում:

Դիզայնի համաշխարհային փորձի հետազոտումը հնարավորություն կընձեռի ավելի հստակորեն որոշելու այն մեխանիզմները, որոնք դրան կարևոր և անկախ հաստատության աստիճանի են հասցրել աշխարհի բոլոր զարգացած երկրներում: Դրա սոցիալական նշանակության որոշումը հիմք է ծառայում դիզայնի և կենսագործունեության զարգացման ռազմավարության մշակմանն այն երկրում, որը ձգտում է դառնալ համաշխարհային հանրության լիիրավ անդամ:

Հիմնական մաս

Որոշ հետազոտողներ ժամանակակից դիզայնի զարգացման սկիզբը համարում են 1907 թ., երբ գերմանացի ճարտարապետ և նկարիչ Պետեր Բերենսն սկսել է աշխատել «ԱԷԳ Տելեֆունկեն» ընկերությունում: Ընկերության ղեկավար Վալտեր Ռատենաուի հետ նրա համագործակցությունը կարող է համարվել ժամանակակից առաջավոր արդյունաբերական ընկերությունում դիզայնի և վարչակազմի հարաբերությունների համակարգի նախատիպը: Բերենսի ղեկավարությամբ է մշակվել ընկերության ֆիրմային ոճի ստեղծման առաջին փորձը. նախագծային բյուրոյի արտադրական շենքերի և առևտրական ներկայացուցչությունների ճարտարապետություն, արդյունաբերական արտադրանքի մշակում, գովազդ, առևտրական փաստաթղթերի գրաֆիկա: Այս բոլորը միասին վերցրած, մյուս արդյունաբերական ընկերությունների շարքում ստեղծում էր բյուրոյի վառ արտահայտված դեմքը: Այդ բյուրոյում Բերենսի ղեկավարությամբ նկարիչների խմբի գործունեությունն առաջին հերթին մենաշնորհ ձեռք բերելու միջոց էր և միայն երկրորդ հերթին՝ ինքնանպատակ ստեղծագործական-նախագծային գործունեություն: Այս առիթով դիզայնը կարելի է սահմանել որպես արտադրության կազմակերպման միջոց [1]:

Դիզայնը իրական առևտրային ուժ է դառնում 1929թ. ԱՄՆ-ում բռնկված տնտեսական ճգնաժամի ժամանակ, որտեղ այն զանգվածային բնույթ է ստանում և առաջանում է մասնագիտական «դիզայնի ինդուստրիան»: Փաստորեն հենց այդ դիզայնը ներմուծվեց Եվրոպա երկրորդ համաշխարհային պատերազմից հետո: Այսպիսով, դիզայնն արդի պատկերացման մեջ ամրակայվում է երկու հիմնական առանձնահատկություններով՝ զանգվածային բնույթով և իրական առևտրային կարևորությամբ: Դա արդեն «ընդհանրապես» դիզայն չէ, այլ արդյունաբերական արտադրանքի պահանջարկի ավելացման և սպառողներ նվաճելու միջոց [1]:

Այն ձեռք է բերվում հետևյալ ճանապարհով. դիզայնները ձգտում է զանգվածային սպառման կամ հատուկ սպառման արտադրանքի առավելագույնս հարմարեցմանը սպառողների

կարիքներին: Նման հարմարեցումը ներառում է իրից օգտվելու առավելագույն անվտանգության ապահովում, օգտագործման հարմարություն և հարմարավետության ընդհանուր մեծացում, միատեսակ արտադրանքի տեսականու ընդլայնում օգտագործման նրբերանգային տարբերությունների բավարարման համար [2]: Միաժամանակ, գեղեցիկի մասին զանգվածային սպառողի այժմեական պատկերացումներին համապատասխան, դիզայները պետք է ապահովի արդյունաբերական արտադրանքի բարձր գեղագիտական հատկանիշները, ինչպես նաև ուղիղ առնչություն ունենա ճարտարապետական միջավայրի կազմավորման գործընթացում: Բայց դրա հետ մեկտեղ նա պետք է ձգտի հարցի լուծման առավելագույն խնայողականության, իրի արտադրության ինքնարժեքի իջեցման կոնկրետ դեպքում առավել շահավետ նյութերի կիրառման և տեխնոլոգիայի պարզեցման հաշվին՝ առավել շահութաբերություն ապահովելով այն արտադրանքը տվող արդյունաբերական ընկերության համար, որի ստեղծմանը ինքը մասնակցում է:

Զարգացած երկրներում վերջին տասնամյակների ընթացքում դիզայնի գործն արտասովոր կերպով բարդացել է: Սկզբունքորեն նոր արդյունաբերական ապրանքների նախագծում, արդյունաբերական արտադրանքի արտաքին տեսքի «կոսմետիկ» փոփոխություններ առանց վերջինիս տեխնիկական բնութագրերի լուրջ փոփոխման, արդի խոշոր կազմակերպությունների գործունեության բոլոր ոլորտներն ընդգրկող ֆիրմային ոճի ստեղծում, ցուցադրանքների հետ կապված հարցերի լուծում՝ այս ամենն այսօր դիզայն է համարվում: Հեռուստատեսությամբ ուսուցում կազմակերպելու ծրագրի նախագիծ, մասմթերքի վերամշակման համալիր գործընթացի նախագիծ, վերջապես, ընտրություններում թեկնածուների նախընտրական արշավի գեղարվեստական մշակում՝ այս ամենը մեր օրերին Արևմուտքում կատարում են մասնագետ դիզայներները: Փաստորեն, այժմ հնարավոր չէ զարգացած երկրներում գտնել հայրենական փորձից որևէ բնագավառ, որին շատ գործուն մասնակցություն չունենային մասնագետ դիզայներները:

Վերջին տասնամյակների ընթացքում դիզայներների գործունեությունը մի շարք կազմակերպչական փոփոխություններ է կրել. անհատ դիզայներների աշխատանքն առավելապես փոխարինվել է կազմակերպությունների համակարգում գործող ամբողջ մասնագիտական խմբերի կամ բաժինների, կամ էլ անկախ դիզայն-ֆիրմաների աշխատանքով: Դիզայնի բաժիններում և ֆիրմաներում առաջանում են դիզայների աշխատանքի նոր տեսակներ, նախագծման գործում տեղի է ունենում աշխատանքի բաժանում: Ինչպես զարգացման գործընթացում գտնվող ամեն մի գործունեություն, դիզայնը գտնվում է անընդհատ շարժման մեջ: Այն փոխում է առաջադրված խնդիրների ճակատը, իր արտադրանքի սահմանումը և կազմակերպման ձևերը [3]:

Փաստերը ցույց են տալիս, որ զարգացած երկրներում դիզայներական կազմակերպությունների զարգացման ձևերը, կառուցվածքներն ու ռազմավարությունը կախված են դրանց տնտեսության և մշակույթի զարգացման մի ամբողջ շարք

առանձնահատկություններից: Դիզայնն ունի երկակի խնդիր՝ հոգևոր և նյութական: Իր արմատներով այն կապված է յուրաքանչյուր երկրի հոգևոր մշակույթի հետ և հենց դա է պայմանավորում նրա ազգային յուրահատկությունը: Ամեն ոք, նույնիսկ մասնագիտական կրթություն չունեցողը, կարող է եվրոպական վայելչատես ավտոմեքենաները տարբերել շքեղ և ինչ-որ չափով ագրեսիվ, ճշացող արտաքին տեսքով ամերիկյան մեքենաներից, ինչպես նաև որոշել ավելի համեստ և ոչ թանկարժեք ճապոնական ավտոմեքենաները: Ավտոդիզայնի ազգային առանձնահատկություններն առավել ցայտուն դրսևորող այս օրինակն ակնառու կերպով ցույց է տալիս, որ տարբեր երկրների արաադրանքի հենց դիզայնի յուրահատկությունն է դրանց հնարավորություն տալիս իրենց տեղը գրավելու համաշխարհային շուկայում:

Եզրակացություն

Ազգային դիզայնը ինքնապարփակ երևույթ չէ: Արդի աշխարհի տարբեր երկրներում մշակութային զարգացման գործընթացներն ընթանում են փոխկապակցված, միմյանց հետ սերտ շփման մեջ, և դիզայնը, որպես մշակույթի մի մաս, հարստանում է բոլոր նորանոր հոսանքների, երևույթների և գաղափարների փոխազդեցությունների հաշվին:

АНАЛИЗ СТРАТЕГИИ ДИЗАЙНЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЗА РУБЕЖОМ

Арташес Арсенович Меликян

*Национальный университет архитектуры и строительства Армении, г. Ереван, РА
artashesmelikyan@rambler.ru*

Рассмотрена дизайнерская деятельность, как вид человеческой деятельности, включая в себя ключевые события в процессе развития всемирного дизайна. Проанализированы ключевые аспекты стратегии дизайнерской деятельности в развитых странах. Рассмотрены роль и значение дизайна, как движущей силы развития экономики государства.

Ключевые слова: *дизайн, дизайнерская деятельность, творческая стратегия, промышленный дизайн, экономика*

ANALYSIS OF THE STRATEGY OF DESIGNER ACTIVITY ABROAD

Artashes Melikyan

*National University of Architecture and Construction of Armenia, Yerevan, RA
artashesmelikyan@rambler.ru*

Design, as a type of human activity, has been reviewed, including key developments in the development of world-wide design. The key points of its strategy have been analyzed in developed countries. The role and importance of design as a driving force for the development of the state's economy are considered.

Keywords: *design, design activities, creative strategy, industrial design, economy*

Գրականություն

1. Ковешникова Н.А. Дизайн: история и теория. - М.: Омега-Л, 2007. – 224 с.
2. Адорно В.Т. Эстетическая теория. - М.: Республика, 2001. – 519 с.
3. Рунге В.Ф., Сеньковский В.В. Основы теории и методологии дизайна. - М.: М3-Пресс, 2001. – 253 с.

References

1. **Koveshnikova, N.A.** (2007), *Dizayn: istoriya i teoriya* [Design: history and theory]. Moscow, Omega-L publ., 224 p. (in Russian)
2. **Adorno, V.T.** (2001), *Esteticheskaya teoriya* [Aesthetic theory]. Moscow, Respublika publ., 519 p. (in Russian)
3. **Runge, V.F., Senkovskiy, V.V.** (2001), *Osnovi teorii i metodologii dizayna* [Fundamentals of the theory and methodology of design]. Moscow, M3-Press publ., 253 p. (in Russian)

Աշխատանքն իրականացված է ՀՀ պետական բյուջեից զիտական և գիտատեխնիկական գործունեության բազային ֆինանսավորմամբ «ՀՀ Քաղաքաշինական, ճարտարապետական և շինարարական համալիրների կայուն զարգացման ուղիների բացահայտում, ճշգրտում, ներդրման առաջարկությունների և հանձնարարականների մշակում՝ մշտական մոնիտորինգի կիրառմամբ» ծրագրի շրջանակում:

Մելիքյան Արտաշես Արսենի, ճ.թ., դոց. (ՀՀ. ք. Երևան) - ՃՇՀԱՀ, ակ. Ալ. Թամանյանի անվ. Քաղաքաշինության, ճարտարապետության և շինարարության պրոբլեմային լաբորատորիա, գ.ա., Ինտերիերի և էքստերիերի դիզայնի ամբիոնի վարիչ, (+374) 91221138, artashesmelikyan@rambler.ru
Меликян Арташес Арсенович, канд. архит., доц. (РА, г.Ереван) – НУАСА, Проблемная лаборатория Градостроительства, архитектуры и строительства им. акад. Ал. Таманяна, н.с, зав.кафедры Дизайна интерьера и экстерьера, (+374) 91221138, artashesmelikyan@rambler.ru
Melikyan Artashes, doctor of Philosophy (Ph.D) in Architecture, associate prof. (RA, Yerevan) - NUACA, Problem Laboratory of Urban Development, Architecture and Construction after Academician Al. Tamanyan, researcher, Head of department of Design Interior and Exterior, (+374) 91221138, artashesmelikyan@rambler.ru

Ներկայացվել է՝ 24.10.2018թ.

Ընդունվել է տպագրության՝ 06.11.2018թ.