

Нечаева Елена Владимировна
Омский государственный технический университет

Экспертная оценка изделий в дизайне: состояние, проблемы, перспективы

Аннотация. Работа представляет собой методологическую систематизацию дизайнерской деятельности. Полученная в результате исследования схема служит основой для описания экспертной оценки дизайнерской продукции (ЭОДП), является семантической моделью и предполагает систематизацию пространства управления процессом продвижения дизайнерских изделий, определяет континуум интеллектуально-деятельностного аспекта дизайнерской деятельности. Необходимость ее разработки обусловлена тем, что в пространстве дизайна существует много терминов и подходов к пониманию сути его деятельности, а отсутствие точного представления о контексте продукта деятельности влияет на его оценку, как со стороны пользователей, так и экспертов. Категориально-деятельностный (преобразовательный) подход формирования понятий, как метод исследования, создает тематическую структуру, систематизирует информацию и выявляет связи между категориями. Полученный результат исследования соответствует актуальным вызовам, связанным с подвижным состоянием современного мира.

Ключевые слова: дизайн, индустрия дизайна, креативная индустрия, современный дизайн, экономика впечатлений, экспертиза дизайна.

Nechaeva Elena Vladimirovna
Omsk State Technical University

Expert evaluation of products in design: status, problems, prospects

Abstract. This work presents a methodological systematization of design activity. The resulting framework serves as the basis for describing the expert evaluation of design products (EEDP). It serves as a semantic model and suggests a systematization of the management space for the promotion of designer products, defining a continuum of the intellectual and activity aspects of design activity. The need for its development is due to the fact that in the design space there are many terms and approaches to understanding the essence of its activity, and the lack of an accurate understanding of the context of the product of activity affects its assessment, both by users and experts. The categorical-activity (transformative) approach to concept formation as a research method creates a thematic structure, systematizes information, and identifies connections between categories. The resulting research findings address current challenges associated with the dynamic state of the modern world.

Keywords: contemporary design, creative industry, design, design industry, design expertise, experience economy.

В апреле 2026 года состоялся «IV Российский форум индустрии дизайна», в рамках которого выделились ключевые темы: «Локальное и глобальное», «Молодежная программа», «Дизайн-профессии: новый кодекс», «Новый ПРОМ», «Дизайн «аптечка» для МСП (малый и средний предприниматель)», «Стратегия и управление», «Инструменты и метрики». [2]

Среди экспертов особо обсуждаемыми оказались вопросы, связанные с позиционированием русского дизайна и национальным культурным кодом, перспективами развития и задачами дизайна (в первую очередь в сфере промышленного

производства), профессиональными возможностями молодых дизайнеров, важностью взаимодействия специалистов сферы дизайна и бизнеса, применением технологий искусственного интеллекта в дизайне как актуального ресурсосберегающего инструмента. Эксперты обсудили государственный запрос на дизайн, определили требования к дизайну, как одному из важных для государства приоритетов. Были обозначены проблемные поля в развитии российского дизайна: непонимание сути и значения дизайна со стороны предпринимательства и для развития бизнеса, компетентностей отрыв представителей профессиональной дизайнерской среды от реальных бизнес-процессов.

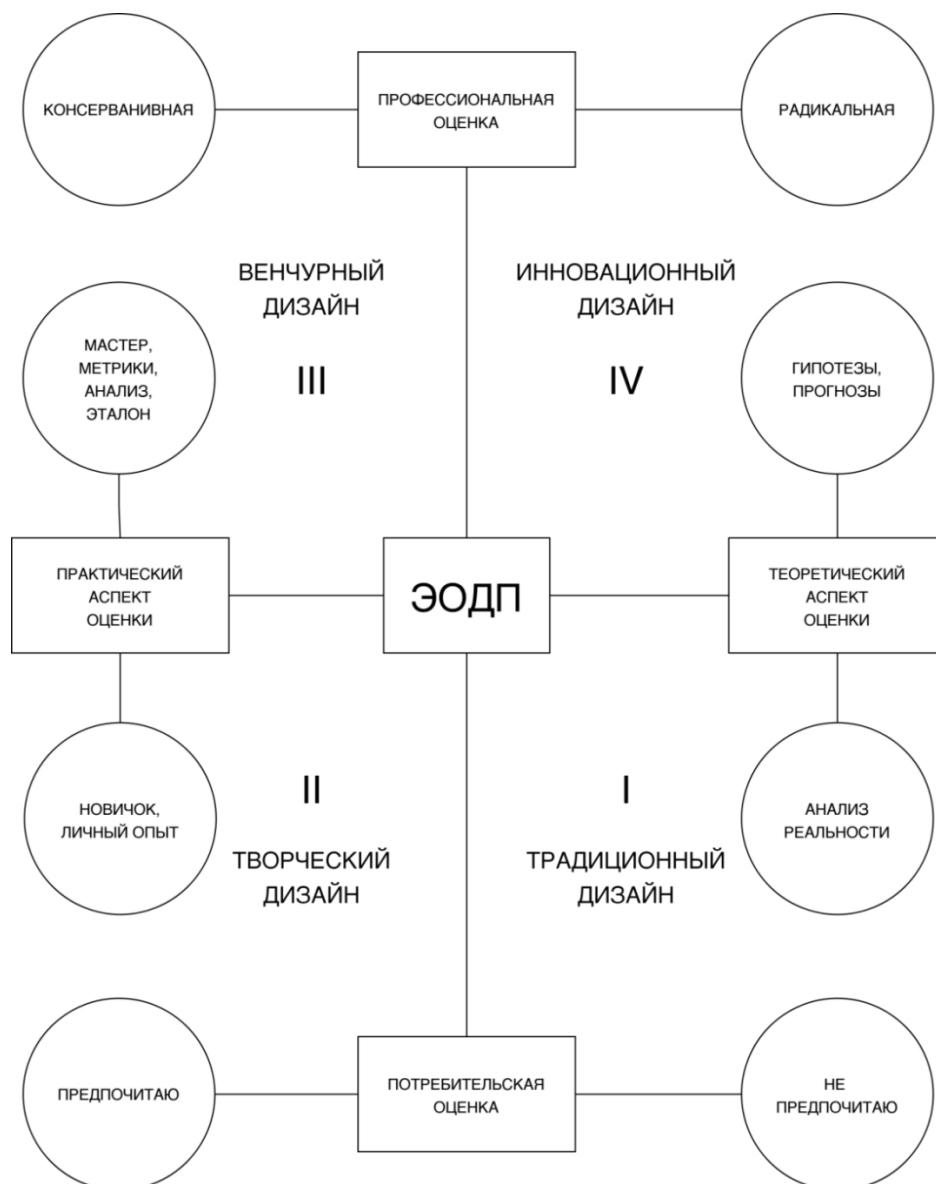


Рис. 1 Крестообразная схема противоречий для описания экспертной оценки дизайнерской продукции.

Очевидно, что в пространстве дизайна существует много терминов и подходов к пониманию его сути. [4] Для его осмысления возникла необходимость создать некоторую модель, демонстрирующую сложный процесс движения дизайнерской деятельности. «Крестообразная схема противоречий», предложенная В.И. Разумовым, позволяет создать схему для описания экспертной оценки дизайнерской продукции (ЭОДП), которая является семантической моделью и предполагает систематизацию пространства управления процессом продвижения дизайнерских изделий. [1] (Рис. 1)

Категориально-деятельностные аспекты образуют некий континуум движения продуктов дизайнерской деятельности и ее участников. Образовавшиеся смысловые поля отражают разные его контексты.

I поле: «Традиционный дизайн». Под традиционным понимается профессиональный опыт создателя и его дизайн. С одной стороны, он (дизайн) основан на теоретических аспектах оценки, таких как анализ реальности, фокусируется на эстетике и трендах, следует устоявшимся правилам и канонам красоты, а также прогностике, учитывает потребности пользователя, создавая актуальные и удобные решения. Как правило, применяются эмпирическая и практическая основа теоретических исследований, например, стандарты РФ (ГОСты), международные стандарты (BS, ISO, ITU). С другой стороны, на потребительской оценке, связанной с предпочтениями и выражающейся в категориях предпочитаю-не предпочитаю, нравится-не нравится, покупаю-не покупаю. [3]

II поле: «Творческий дизайн». Экспериментально-творческий дизайн предполагает практический аспект его оценки, чаще всего основанной на личном опыте и самовыражении автора. [5] Он создает продукт, формирующий культурное пространство, который может иметь художественную ценность, обладать креативностью, и часто быть связан с авторским правом. Как правило, представляет собою арт-проекты: фан-арт, стрит-арт, акционизм и т.п. Потребительская оценка, также как и в первом поле, выражена в позиции предпочитаю-не предпочитаю, нравится-не нравится, покупаю-не покупаю. Автором такого дизайна, чаще всего является креативный начинающий или молодой дизайнер, находящийся в творческом и профессиональном поиске. Проекты такого порядка часто подвергаются коммерческим рискам.

На первый взгляд экспериментальный, творческий и инновационный дизайны, которые в поисках новой формы размыывают грань между искусством и коммерческим дизайном, похожи по значению. На самом деле эти понятия имеют существенную разницу. Между ними существует подвижная граница с возможностью перехода из одного состояния в другое, следовательно, и изменение контекста существования дизайна, в нашем случае смыслового поля.

Экспериментальный дизайн предполагает проверку гипотез и контроль условий, исследователь следит за всеми факторами эксперимента, чтобы понять, как изменения повлияют на результат и исключает случайные факторы. Такой дизайн предназначен для исследований. Творческий же дизайн про самовыражение и художественные решения без строгой проверки результатов.

Между экспериментальным и инновационным также существует разница. Экспериментальный дизайн – это метод исследования с контролем условий, тестированием и проверкой гипотез, поиском причинно-следственных связей. В контексте прогнозируемости: экспериментальный дизайн выдвигает более конкретные и проверяемые гипотезы, а инновационный более широкие, предполагающие новые возможности и прорывные решения. Инновационный дизайн направлен на создание принципиально новых решений и условий, изменение отношений в системе производитель-продукт-потребитель. Первый ищет подтверждение, второй открывает неизведанное.

В пространстве семантической модели потребительская оценка подвижна, ее значение может меняться местами в рамках I и II пространственных полей, подобно отношению потребителя к дизайнерскому продукту. Например, продукт творческого дизайна может стать равно как неуспешным, так и получить неожиданное предпочтение со стороны пользователей. А традиционный дизайн, несмотря на тренды, функциональность и запрос, перестать нравиться в связи с изменившимися интересами потребителя.

III поле: «Венчурный дизайн» тесно связан с рынком. Внимание деятельностного аспекта, с одной стороны, направляется к созданию новых продуктов с фокусом на инновации и прибыль. Такой дизайн повышает конверсию, формирует доверие к продукту

и создает конкурентное преимущество на основе анализа данных, метрик и учетом поведения пользователей. Является стратегическим инструментом для развития бизнеса в основном за счет продажи впечатлений. А именно, создает эмоциональную ценность, формирует впечатление, которое становится главным товаром в современной экономике. Это гибкий деятельностный подход, где главное место занимают эмоции и впечатления, а не следования правилам. Его оценка формируется, с одной стороны, на основе практического аспекта, где основное значение имеет опыт мастера, бенчаркинг для сравнения с лидерами рынка, понятные перспективы и метрики для оценки эффективности продукта. Профессиональный современный дизайнер, работающий на этом уровне, должен быть специалистом широкого профиля, обладающий разными компетенциями: профессиональными, техническими, касающихся понимания психологии восприятия, маркетинга, бизнес-процессов, имеющим коммуникативные навыки, навыки работы с метриками, использования инструментов аналитики, умением оценивать эффективность решений, знание трендов. [6]

С другой стороны, значение имеет профессиональная оценка, которая в нашем случае рассматривает консервативность решения. Под консервативностью будем понимать не радикальный, а взвешенный профессиональный подход к улучшению успешного продукта. Целью его является создание эталонного продукта, который привлечет внимание инвесторов.

Существует возможность контекстного передвижения разных видов дизайна. Как и в предыдущем случае (I и II полей), творческий дизайн в один момент может стать венчурным, отвечающим актуальным запросам рынка, который сам в свою очередь формирует, благодаря успешному перемещению трендовой идеи в разные умы людей. Например, представители некогда андеграундной гик-культуры, создавали фанфики (fan fiction – творческое фанатское переосмысление известной истории), скрывая свои увлечения, теперь являются представителями мощного креативного тренда. Виниловые проигрыватели, комиксы, манго, косплей-атрибутика, настольные игры из нишевого сегмента превратились в трендовый мейнстрим (mainstream). Их инвестиционная привлекательность подтверждается высоким спросом и ростом продаж. Это происходит потому, что гик-культура создает уникальные впечатления, ее последователи (фанаты) платят за эмоции, коллекционирование, косплей и участия в конвентах, а бренды зарабатывают на чувстве принадлежности к сообществу.

IV поле: «Инновационный дизайн». С профессиональной позиции оценивается радикальный подход в проектировании изделия. Такой дизайн представляет собою вызов консервативным подходам, проверенным временем образцам и общепринятым нормам. Теоретический аспект оценки предполагает выдвижение профессиональных гипотез, создание новых смыслов, основанных на интуиции автора. Такие проекты часто бывают связаны с экономическим риском, а автор сознательно бросает вызов. Такая позиция доступна не всем, а радикально настроенным профессионалам высокого уровня. Целью является создание инновационного продукта, стремящегося к изменению отношений между производителем, продуктом и потребителем. [3]

В подвижном пространстве III и IV полей полярные значения профессиональной оценки могут поменяться местами. Так инновационный дизайн, построенный на профессиональной интуиции его создателя (интуитивном понимании потребности людей), может стать успешным, совершить революцию в индустрии или быть убыточным и остаться экспериментальным красивым экспонатом в музее. В свою очередь венчурный дизайн, основанный на метриках и точном анализе желаний потребителей, может иметь неожиданный результат, потому как сам потребитель не всегда осознает свои потребности, по этой причине немаловажное значение имеет профессиональная интуиция эксперта.

В результате, представленная модель онто-гносеологической антиномии, систематизирует множество терминов и подходов, что позволяет разобраться в сложном

пространстве дизайнерской деятельности не только с точки зрения управления процессом продвижения изделий. При внимательном рассмотрении открываются потенциальные перспективы непрерывного движения как изделий, так же самих создателей (дизайнеров) и потребителей продукта. Что представляется крайне важным для роста профессии и самосознания дизайнеров.

Список источников

1. Боуш Г. Д., Разумов В. И. Методология научного исследования (в кандидатских и докторских диссертациях) : учеб. Москва : ИНФРА-М, 2026. 227 с. ISBN 978-5-16-020509-0.
2. Российский форум индустрии дизайна. Программа форума. URL: <https://rusdf.ru/programma-foruma-2026/> (дата обращения: 17.04.2026).
3. Методология художественного конструирования / Ю. Б. Соловьев, В. Ф. Сидоренко, Л. А. Кузьмичев [и др.]. Москва : Внешторгклуб, 1983. 166 с.
4. Cross N. Expertise in design: an overview // Design studies. 2004. Vol. 25, no. 5. P. 427–441. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2004.06.002>.
5. Sahu T. K. Exploring the Role of Cognitive Processes in Design Ideation // International Conference on Research into Design. Singapore : Springer Nature Singapore, 2025. P. 435–446. https://doi.org/10.1007/978-981-96-5495-6_35.
6. Sandhu K., Sarkar P., Subburaj K. Entrepreneurial thinking in engineering design education: a comparative study of cognitive paradigms with insights from industry and academia // Entrepreneurship Education. 2025. Vol. 9. P. 259–302. <https://doi.org/10.1007/s41959-025-00158-5>

Сведения об авторе

Нечаева Елена Владимировна, преподаватель, член Союза Дизайнеров России, Омский государственный технический университет, г. Омск, Россия

Information about the author

Nechaeva Elena Vladimirovna, Senior Lecturer, Member of the Union of Designers of Russia, Omsk State Technical University, Omsk, Russia.