

УДК 7.012:658.8

ИНТЕГРАЛЬНАЯ КЛАССИФИКАЦИЯ НАПРАВЛЕНИЙ ДИЗАЙНА И БИЗНЕСА В КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЯХ

**Юров Сергей Серафимович***АНО ВО «Институт бизнеса
и дизайна»**Россия, 129090, Москва,
Протопоповский переулок, 9**ректор**sergey.yurov@gmail.com***Дымова Светлана Сергеевна***АНО ВО «Институт бизнеса
и дизайна»**Россия, 129090, Москва,
Протопоповский переулок, 9**первый проректор, кандидат
экономических наук**obe01@yandex.ru*

Аннотация

Представлена интегральная классификация направлений дизайна и управления бизнесом в креативных индустриях. Направления дизайна и бизнеса сгруппированы в пять взаимосвязанных блоков: авторский арт-дизайн, коммуникационный дизайн, средовой дизайн, фэшн-дизайн и управление в сфере дизайна. Для каждого блока описаны направления деятельности, типичные продукты, ключевые компетенции и междисциплинарные связи. Приведены теоретическое основание, методика и критерии классификации. Показаны ключевые свойства карты блоков и возможности применения классификации в образовании, бизнесе, планировании карьеры.

Ключевые слова

Интегральная классификация; креативные индустрии; направления дизайна; бизнес в дизайне; создание ценности; междисциплинарные связи; дизайн-образование.

ВВЕДЕНИЕ

С 5 февраля 2025 г. действует Федеральный закон № 330-ФЗ от 8 августа 2024 года «О развитии творческих (креативных) индустрий в Российской Федерации»¹. Закон фиксирует основные понятия и перечень видов деятельности, которые относятся к креативным индустриям. Перечень включает:

- индустрии, основанные на историко-культурном наследии: народные художественные промыслы и ремесла; деятельность галерей; демонстрация музейных предметов и коллекций; производство продукции с использованием изображений музейных предметов и зданий музеев;
- арт-индустрии: музыка; исполнительские искусства; визуальные искусства (включая деятельность художников и скульпторов);
- индустрии, основанные на медиа и технологиях: кино и телеви-

¹ Федеральный закон от 08.08.2024 № 330-ФЗ «О развитии креативных (творческих) индустрий в Российской Федерации»

- дение; издательское дело (включая печатные издания и компьютерные игры); разработка программного обеспечения, сервисов и приложений; радио; фотография;
- индустрии дизайна: промышленный (индустриальный) дизайн; графический дизайн; создание моделей одежды; архитектура;
- другие виды: реклама и маркетинг; ювелирное дело; гастрономия; игры и игрушки.

Перечень открыт к расширению нормативными актами.

Быстрая цифровизация, гибридные медиа и рост креативной экономики изменили роль дизайна [1, с. 261-270; 2, с. 31-32; 3, с. 18-22]. Он перестал быть только «про форму» и стал дисциплиной создания смыслов, взаимодействий, сервисов и сред [4; 5; 6]. Подходы из арсенала дизайнеров (эмпатия к пользователю, итерационная разработка, прототипирование) стали применяться для решения бизнес-задач, создания стратегий и инноваций в самых разных отраслях [7, с. 1-10; 8, с. 62-72].

Это требует актуальной классификации, которая одновременно объясняет специфику направлений и показывает их взаимопроникновение. В статье предложена интегральная классификация из пяти блоков, основанная на функциональной роли дизайна и бизнеса. Она покрывает большую часть видов креативных индустрий, упомянутых в законе.



Сегодня дизайн перестал быть только о внешней форме, став инструментом для создания смыслов, взаимодействий и новых пространств



Цель исследования: разработка интегральной классификации направлений дизайна и бизнеса в креативных индустриях для систематизации современных профессиональных областей и выявления их взаимосвязей, с целью практического применения в образовании, бизнесе и карьерном планировании.

Методы исследования. В процессе выполнения статьи использовались: системный анализ — креативные индустрии рассмотрены как целостная экосистема, состоящая из взаимосвязанных подсистем (блоков); функциональный подход — дизайн и бизнес анализируются через призму их функций — создания ценности для пользователя, продукта или среды; структуризация и классификация — разработка многокритериальной системы категоризации на основе четких параметров.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Теоретические основания, методика и критерии группировки

Теоретические основания и методика.

- Функциональный подход: дизайн как деятельность, превращающая замысел в ценность для пользователя, продукта или среды.
- Системный подход: каждый блок — подсистема общей экосистемы креативных индустрий, соединенная потоками информации, ресурсов и ценности.
- Цепочка создания ценности: от генерации нарратива (авторский дизайн) — к упаковке и доставке ценности рынку (коммуника-

- ционный дизайн и бизнес-практики) — к воплощению в пространстве и на уровне личности (средовой и модный дизайн).
- Междисциплинарность: проектная практика строится на устойчивых связях между блоками.

Критерии группировки:

- Доминирующая цель: авторско-нарративная, бизнес-коммуникационная, пространственная, персональная (ориентированная на человека), управленческая.
- Тип результата: контент, сервис, среда, продукт/вывод, стратегия.
- Модальность: цифровая, физическая, гибридная.
- Профиль компетенций: знания, навыки, инструменты.

Результатом анализа стала карта блоков с перечнем направлений, типовыми продуктами, ключевыми навыками и точками межблочных переходов, а также рекомендации для образовательных треков.

КАРТА БЛОКОВ И ОБЩИХ КОМПЕТЕНЦИЙ



Рисунок 1

Карта блоков и общих компетенций

**Рисунок 2**

Блок 1. Авторский арт-дизайн

Блок 1. Авторский арт-дизайн.

Суть: создание персонажа, художественных миров и эмоций, где первична авторская идея и повествование.

Направления:

- Гейм-дизайн: нарративный гейм-дизайн; левел-дизайн (проектирование уровней); специализированный гейм-дизайн пространств и опыта прохождения.
- Анимация: двумерная (2D) и трехмерная (3D); художественная и коммерческая.
- Иллюстрация: книжная, редакционная, концепт-арт, комикс, визуальная разработка идентичности интеллектуальной собственности (IP, Intellectual Property).
- Концепт-дизайн для медиа: персонажи, окружения, предметы (пропсы).
- XR-нарративы: сюжеты в расширенной реальности (XR, Extended Reality), включая виртуальную реальность (VR, Virtual Reality) и дополненную реальность (AR, Augmented Reality); интерактивные инсталляции.
- Саунд-дизайн как часть повествования.

Типичные продукты:

- Мобильные и настольные игры. сториборды (покадровые раскадровки), арт-книги, комиксы, зины, тизеры, кинематиксы (сине-матик-ролики), демо-сборки (демобилды), постеры, пакеты персонажей.

Ключевые компетенции:

- Драматургия; визуальный язык (форма, композиция, цвет, свет); пайплайны 2D/3D (сквозные производственные процессы); игровые движки; сценарное мышление; коллаборация с режиссурой и продюсированием.

Пересечения:

- С коммуникационным дизайном: промо-материалы.
- Со средовым дизайном: иммерсивные выставки.
- С модным дизайном: костюм и персонаж.
- С управлением: продюсирование, вывод на рынок, стратегия развития интеллектуальной собственности (IP-стратегия).



Рисунок 3
Блок 2. Коммуникационный дизайн

Блок 2. Коммуникационный дизайн.

Суть: проектирование смысла и взаимодействий между брендами, продуктами и пользователями с ориентацией на измеримые результаты.

Направления:

- Графический дизайн: айдентика (визуальная идентичность), типографика, фирменный стиль, издательские системы.
- Моушн-дизайн (Motion Design): рекламные ролики, объясняющие видео (explainers), продуктовые видео.
- UX/UI: проектирование пользовательского опыта (UX, User Experience) и графических интерфейсов (UI, User Interface) для веба и мобильных приложений; дизайн-системы; доступность (accessibility).
- Продуктовый дизайн сервисов: пользовательские исследования, карта пути клиента (CJM, Customer Journey Map), сплит-тестирование (A/B-тесты), ростовые практики (growth).
- Информационный дизайн и визуализация данных.
- Сервис-дизайн и дизайн-стратегия.
- Ритейл-коммуникации: материалы в местах продаж (POSM, Point of Sales Materials), мерчандайзинг, упаковка.

Типичные продукты:

- Бренд-платформы, гайдлайны (руководства по использованию бренда), лендинги (одностраничные сайты), приложения, промо-ролики, дизайн-системы, карты сервисов, аналитические отчеты и информационные панели (дашборды).

Ключевые компетенции:

- Исследование пользователей, прототипирование, типографика, микрокопирайтинг (короткие тексты интерфейсов), аналитика, системное мышление, омниканальность (единый опыт во всех каналах).

Пересечения:

- С управлением: брендинг, маркетинг, измерение эффекта дизайна.
- С авторским дизайном: визуальные нарративы.
- Со средовым дизайном: навигация и экологическая графика (EGD, Environmental Graphic Design).



Рисунок 4
Блок 3. Средовой дизайн

Блок 3. Средовой дизайн.

Суть: формирование физических и гибридных пространств для жизни, работы и досуга с учетом эргономики, технологий и поведения людей.

Направления:

- Дизайн архитектурной среды: общественные пространства, павильоны, фасады.
- Ландшафтный дизайн и урбанизм: парки, дворы, маршруты.
- Дизайн интерьера: жилой, коммерческий, общественный.
- Навигация и экологическая графика (EGD, Environmental Graphic Design).
- Светодизайн и акустический дизайн.
- Выставочные и иммерсивные пространства.
- Промышленный дизайн для среды: мебель, малые архитектурные формы.

Типичные продукты:

- Планировочные концепции, информационные модели зданий (BIM, Building Information Modeling), трехмерные визуализации (3D), спецификации материалов, навигационные системы, макеты мебели, сценарии экспозиций.

Ключевые компетенции:

- Эргономика, композиция пространства, материаловедение, устойчивость (sustainability), нормативные требования, системы автоматизированного проектирования (CAD, Computer-Aided Design) и информационного моделирования (BIM), визуализация, взаимодействие с подрядчиками.

Пересечения:

- С коммуникационным дизайном: брендинг и навигация пространств.
- С авторским дизайном: тематические парки, выставки.
- С модным дизайном: витрины, мерчандайзинг.



Рисунок 5
Блок 4. Фэшн-дизайн

Блок 4. Фэшн-дизайн.

Суть: проектирование одежды, аксессуаров и образа как инструмента самовыражения, функциональности и культурного высказывания, с учетом устойчивости и цепочек поставок.

Направления:

- Дизайн костюма: прет-а-порте (prêt-à-porter), от-кутю (haute couture), сценический костюм.
- Дизайн аксессуаров: обувь, сумки, украшения, очки (eyewear).
- Арт-фэшн и экспериментальные практики.
- Текстильный и принт-дизайн.
- Технофэшн: цифровая примерка, трехмерная печать (3D-печать).
- Стайлинг и визуальный мерчандайзинг.

Типичные продукты:

- Коллекции и капсулы, лекала и технологические карты (тех-карты), лукбуки (lookbooks), линшиты (line sheets — карточки ассортимента), сценические костюмы, цифровые гардеробы, концепции витрин.

Ключевые компетенции:

- Конструирование и градация лекал, материаловедение, тренд-аналитика, устойчивые практики, системы автоматизированного проектирования для одежды (САПР), коммуникации бренда.

Пересечения:

- С управлением: розничная торговля (ритейл), ограниченные релизы (дроп-модель), лицензирование, коллаборации.
- С авторским дизайном: перформативные показы.
- С коммуникационным дизайном: рекламные кампании.
- Со средовым дизайном: подиумные и розничные пространства.



Креативные сферы строятся на междисциплинарных подходах, объединяющих художественные идеи, инновации и бизнес-эффективность для создания ценных продуктов и услуг



**Рисунок 6**

Блок 5. Управление в сфере дизайна

Блок 5. Управление в сфере дизайна.

Суть: стратегическое планирование, организация процессов и монетизация креативной деятельности.

Направления:

- Дизайн-менеджмент: организационные структуры, дизайн-операции, процессы.
- Маркетинг и рост: воронки привлечения, управление взаимоотношениями с клиентами (CRM, Customer Relationship Management), сообщества (комьюнити).
- Продюсирование: управление медиа- и креативными проектами; управление интеллектуальной собственностью (IP).
- Реклама и связи с общественностью (PR, Public Relations): кампании, медиастратегии, маркетинг с участием лидеров мнений (инфлюенсер-маркетинг).
- Брендинг: бренд-платформа, архитектура бренда, управление портфелем брендов.
- Право и экономика креатива: авторские и смежные права, лицензирование.

Типичные продукты:

- Бренд-стратегии, дорожные карты развития, бюджеты, ключевые показатели эффективности (KPI, Key Performance Indicators), цели и ключевые результаты (OKR, Objectives and Key Results), медиапланы, стратегии вывода на рынок (GTM, Go-To-Market), лицензионные соглашения, партнерские коллаборации.

Ключевые компетенции:

- Стратегическое мышление, фасилитация, аналитика, финансовое моделирование, юридическая грамотность, управление изменениями.

Пересечения:

- Со всеми блоками: формирует цели, обеспечивает ресурсы и устойчивость.

Ключевые свойства карты блоков

Сквозные компетенции для всех блоков.

- Исследования и аналитика: пользовательские, контекстные, конкурентные, тренд-исследования.

- Технологии: прототипирование, автоматизация, инструменты искусственного интеллекта (AI, Artificial Intelligence), пайплайны данных.
- Устойчивость и инклюзия: экологичный дизайн, доступность для людей с разными потребностями, этика.
- Коммуникация и презентация: сторителлинг кейсов, стандарты визуализации портфолио, метрики результата.
- Право и интеллектуальная собственность (IP): авторское право, лицензирование, работа с данными.

Междисциплинарные связи и переходы.

- Авторский дизайн ↔ Коммуникационный дизайн: промо игр и фильмов, визуальные нарративы в брендинге.
- Коммуникационный дизайн ↔ Управление: бренд-стратегия, продуктовый рост, измерение эффекта дизайна.
- Средовой дизайн ↔ Коммуникационный дизайн: навигация, экологическая графика, брендинг пространств.
- Фэшн-дизайн ↔ Авторский дизайн: костюм как часть персонажа, перформативные показы.
- Фэшн-дизайн ↔ Управление: дроп-модель, лицензирование интеллектуальной собственности (IP), коллаборации.
- Средовой дизайн ↔ Авторский дизайн: иммерсивные экспозиции и тематические парки.

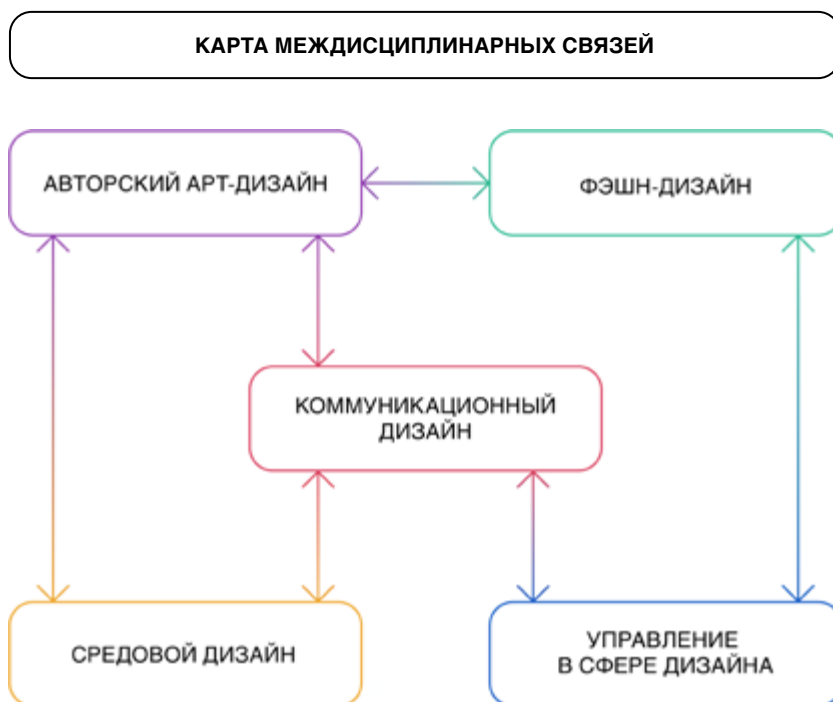


Рисунок 7
Карта междисциплинарных связей

Применение классификации и ограничения

Применение классификации.

- В образовании: структурирование учебных программ, сбор междисциплинарных команд, планирование индивидуальных образовательных треков. На основе классификации в Институте бизнеса и дизайна B&D разработана образовательная технология «Бизнес-практика» — тренажер реальной производственной деятельности, где студенты разных направлений работают над задачами из реальных брифов организаций креативных индустрий.

- В бизнесе: формирование междисциплинарных команд вдоль цепочки создания ценности; построение дизайн-операций и дизайн-систем как управляемых активов; использование метрик влияния дизайна на продукт и бренд.
- В карьере: структурирование портфолио как набора кейсов по блокам с измеримым эффектом.



Ограничения.

- Классификация функционально-прикладная и не покрывает полностью историко-теоретические школы дизайна [9].
- Быстро меняющиеся технологии могут смещать границы блоков.

Интегральная классификация подчеркивает роль дизайна и бизнеса в создании практической ценности и междисциплинарного развития



ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Интегральная классификация фокусирует роль дизайна и бизнеса в создании ценности: от идеи и нарратива — к коммуникациям и продуктам — к пространствам и образу — к стратегическому управлению. Она подчеркивает междисциплинарность и дает практические ориентиры для образования, бизнеса и индивидуального развития, оставаясь адаптивной к трансформациям креативных индустрий.

Глоссарий сокращений и аббревиатур

2D — двумерный формат (Two-Dimensional).
3D — трехмерный формат (Three-Dimensional).
AI — искусственный интеллект (Artificial Intelligence).
AR — дополненная реальность (Augmented Reality).
BIM — информационное моделирование зданий (Building Information Modeling).
CAD — системы автоматизированного проектирования (Computer-Aided Design).
CJM — карта пути клиента (Customer Journey Map).
CRM — управление взаимоотношениями с клиентами (Customer Relationship Management).
EGD — экологическая графика/графика среды (Environmental Graphic Design).
GTM — стратегия вывода на рынок (Go-To-Market).
IP — интеллектуальная собственность (Intellectual Property).
KPI — ключевые показатели эффективности (Key Performance Indicators).
OKR — цели и ключевые результаты (Objectives and Key Results).
POSM — рекламные материалы в местах продаж (Point of Sales Materials).
PR — связи с общественностью (Public Relations).
UI — графический интерфейс пользователя (User Interface).
UX — пользовательский опыт (User Experience).
VR — виртуальная реальность (Virtual Reality).
XR — расширенная реальность (Extended Reality).
B&D — Институт бизнеса и дизайна.
САПР — системы автоматизированного проектирования.

Список литературы

1. Кострова Ю.Б. Мировой опыт развития креативной экономики / Ю.Б. Кострова, О.Ю. Шибаршина // Актуальные вопросы современной экономики. 2025. № 4. С. 261-270. EDN QXTCCG.
2. Кузьменкова В.Д. Мировые тренды развития креативной экономики: ретроспективный анализ // Евразийское пространство: экономика, право, общество. 2023. № 10. С. 31-32. EDN AAMEKZ.
3. Прозорова Е.С. Радикальные изменения в дизайне для построения циркулярной экономики / Е.С. Прозорова, Л.А. Джикия // Дизайн. Материалы. Технология. 2019. № 4(56). С. 18-22. EDN DUHWSN.
4. Norman D. The Design of Everyday Things. Revised and Expanded Edition. New York: Basic Books, 2013, 347 p.
5. Stickdorn M., Lawrence A. This is Service Design Doing. Sebastopol, California: O'Reilly Media, 2018, 568 p.
6. Brown T. Change by Design. New York: Harper Business, 2009, 272 p.
7. Кузьмина А.А. Дизайн-мышление: в лабиринтах понятия / А.А. Кузьмина, Е.Э. Павловская // Архитектон: известия вузов. 2024. № 2(86). С. 1-10. DOI 10.47055/19904126_2024_2(86)_18. EDN NSSPYP.
8. Степанова Г.Н. Дизайн-мышление как инструмент визуализации бренда в рекламе и PR // Вопросы медиабизнеса. 2024. Т. 3, № 4. С. 62-72. DOI 10.24412/3034-1930-2024-0300. EDN VBPYNM.
9. ISO 9241-210:2019 Ergonomics of human-system interaction. Human-centred design for interactive systems. International Organization for Standardization (ISO). Switzerland: Geneva, 2019, 33 p.

INTEGRAL CLASSIFICATION OF DESIGN AND BUSINESS DIRECTIONS IN THE CREATIVE INDUSTRIES

Yurov Sergey Serafimovich

*Institute of Business and Design (B&D)
Russia, 129090, Moscow Protopopovskiy lane, 9
rector
ergey.yurov@gmail.com*

Dymova Svetlana Sergeevna

*Institute of Business and Design (B&D)
Russia, 129090, Moscow Protopopovskiy lane, 9
First Vice-Rector, candidate of Economic Sciences
obe01@yandex.ru*

Abstract

This paper presents an integral classification of design and business management directions in the creative industries. The directions in design and business are grouped into five interconnected blocks: authorial art design, communication design, environmental design, fashion design, and design management. For each block, the areas of activity, typical products, key competencies, and interdisciplinary connections are

described. The theoretical foundation, methodology, and classification criteria are provided. The key properties of the block map and the potential applications of the classification in education, business, and career planning are shown.

Keywords

Integral classification; creative industries; design directions; business in design; value creation; interdisciplinary connections; design education.

References

1. Kostrova Yu.B. Mirovoj opyt razvitiya kreativnoj ekonomiki (Global experience of developing the creative economy), Yu.B. Kostrova, O.Yu. Shibarshina, Aktual'nye voprosy sovremennoj ekonomiki, 2025, no 4, pp. 261-270. EDN QXTCCG.
2. Kuz'menkova V.D. Mirovye trendy razvitiya kreativnoj ekonomiki: retrospektivnyj analiz (Global trends in the development of the creative economy: a retrospective analysis), Evrazijskoe prostranstvo: ekonomika, pravo, obshchestvo, 2023, no 10, pp. 31-32. EDN AAMEKZ.
3. Prozorova E.S. Radikal'nye izmeneniya v dizajne dlya postroeniya sirkulyarnoj ekonomiki (Radical changes in design for building a circular economy), E.S. Prozorova, L.A. Dzhikiya, Dizajn. Materialy. Tekhnologiya, 2019, no 4(56), pp. 18-22. EDN DUHWSN.
4. Norman D. The Design of Everyday Things. Revised and Expanded Edition. New York: Basic Books, 2013, 347 p.
5. Stickdorn M., Lawrence A. This is Service Design Doing. Sebastopol, California: O'Reilly Media, 2018, 568 p.
6. Brown T. Change by Design. New York: Harper Business, 2009, 272 p.
7. Kuz'mina A.A. Dizajn-myshlenie: v labirintax ponyatiya, A.A. Kuz'mina, E.E. Pavlovskaya (Design Thinking: In the Labyrinths of the Concept), Arhitekton: izvestiya vuzov, 2024, no 2(86), pp. 1-10. DOI 10.47055/19904126_2024_2(86)_18. EDN NSSPYP.
8. Stepanova G.N. Dizajn-myshlenie kak instrument vizualizacii brenda v reklame i PR (Design Thinking as a Brand Visualization Tool in Advertising and PR), Voprosy mediabiznesa, 2024, Vol. 3, no 4, pp. 62-72. DOI 10.24412/3034-1930-2024-0300. EDN VBPYNM.
9. ISO 9241-210:2019 Ergonomics of human-system interaction. Human-centred design for interactive systems. International Organization for Standardization (ISO). Switzerland: Geneva, 2019, 33 p.