

## ИНОВАЦИОННЫЕ ГРАНИ ТЕХНИЧЕСКОГО ЗАДАНИЯ

*Е.Е. Жукова*

*Московский гуманитарный университет*

**Аннотация:** В данной статье рассматриваются особенности понятия «техническое задание» в области дизайна. Отмечается, что техническое задание – есть инструмент коммуникации между заказчиком и исполнителем (дизайнером), в котором следует обращать внимание не только на технические характеристики, но также наделять его описанием, представляющим разные грани/стороны создаваемого объекта – визуальную и эмоциональную.

**Ключевые слова:** техническое задание, структура, коммуникация, оптимизация, инструмент, точное воображение

## INNOVATIVE FACETS OF TECHNICAL SPECIFICATIONS

*E.E. Zhukova*

*Moscow University for the Humanities*

**Abstract:** This article raises the questions of what a technical task is in the context of communications, why it is necessary to consider it through a new prism, raising the question of its facets, structured imagination and what role the customer should play in this.

**Keywords:** technical task, structure, communication, optimization, tool, accurate imagination

Разработка дизайн-проекта, рекламного баннера, логотипа или любого другого изделия – означает необходимость в техническом задании. Всегда ли исполнитель подготовлен к этой деятельности? Возможно, считает, что это легко, и не видит никаких подводных камней на пути к результату. Возможно, знает о трудоемкости дела, потому что изучил литературу по корректной постановке технического задания, но все так размыто и «украшено» профессиональным сленгом, что так и не просматривается его четкая структура.

В классическом понимании техническое задание – это исходный документ на проектирование технического объекта (Немеров, 2016). Техническое задание устанавливает основное назначение разрабатываемого объекта, его технические характеристики, показатели качества и технико-экономические требования, предписание по выполнению необходимых стадий создания документации (конструкторской, технологической, программной и т.д.) и её состав, а также – специальные требования. Техническое задание (ТЗ) является юридическим документом и включается в договор между заказчиком и исполнителем на проведение проектных работ, является его основой: определяет порядок и условия работ, в том числе – цель, задачи, принципы, ожидаемые результаты и сроки выполнения. Оно служит для создания объективных критериев, по которым можно определить степень и качество исполнения того или иного пункта работ. Все изменения, дополнения и уточнения формулировок ТЗ обязательно

согласуются с заказчиком и им утверждаются. Такой подход необходим, чтобы распределить зоны обязательств, и в случае обнаружения ошибки или неточности было понятно, кто в какой степени понесет ответственность.

Согласно определению, техническое задание устанавливает в первую очередь четкие технические характеристики, однако при сотрудничестве с дизайнером, при разработке различных макетов, баннеров, листовок, логотипов и так далее, мы имеем дело в большей степени с визуальной и эмоциональной составляющей объекта, а не с его техническими характеристиками. В такой ситуации было бы ошибкой ограничиться лишь техническими характеристиками.

Коммуникация сама по себе представляет многосоставной процесс, состоящий из мелких элементов, каждый из которых требует внимания обеих сторон. В компаниях до сих пор не появились специалисты по оптимизации коммуникаций, которые осуществляли бы аудит этого процесса и давали рекомендации по его оптимизации (Болдырева, 2018).

Попробуем дать новое определение технического задания в контексте исследуемой темы. Предположим, перед нами некий объект, у него есть несколько граней передачи информации, благодаря которым мы его воспринимаем. Визуальная грань включает органы чувств: зрение, слух, осязание, обоняние. Эмоциональная грань – те чувства, которые мы испытываем от этого объекта. Техническая грань – то, из чего он состоит физически. Значит, техническое задание мы можем научиться воспринимать, как задание на создание объекта как объект со всеми этими гранями и через эти грани передать в нем необходимую информацию. Все, что нужно – уметь разбирать объект или идею на элементы, видеть структуру.

Новое понятие технического задания – это инструмент коммуникации между заказчиком и исполнителем, который помогает выстроить линию общения с помощью создания внутри него некоего абстрактного элемента, наделенного видением, чувствами и знаниями заказчика (Крюкова, 2011).

Постулаты технического задания:

- техническое задание ставит задачу. В профессиональном общении техническое задание является своего рода обращением к собеседнику, формулировкой некоего вопроса;
- любое техническое задание должно начинаться с цели – для чего конкретно написано задание, какую проблему оно будет решать;
- ТЗ должно содержать критерии, которые определяют этапы выполнения задания. Эти критерии должны быть четкими и определять путь, по которому надо двигаться дизайнеру, а не конечную точку, к которой он должен прийти;
- внесение правок в исходный текст ТЗ оплачивается дополнительно. Это стимулирует клиента ставить конкретные задачи.

Одной из основных проблем при постановке технического задания является

скудное описание и постановка задачи заказчиком. Как правило, это набор четких технических характеристик (Рочегова, 2013). Исходя из самого названия «техническое задание» кажется, так и должно быть, но на практике это понятие включает в себя нечто большее, чем просто инструкцию.

Сложность задачи в том, чтобы дать свободу, как заказчику, так и исполнителю. Потому как часто клиент ограничивает воображение дизайнера, загоняя его в узкие рамки. При этом эти рамки не обладают нужной информацией, чтобы результат удовлетворил клиента. Иными словами – рамки есть, но почвы для творчества внутри них нет. Заказчик часто не знает, как поставить задачу и какая необходима информация, потому что нет понимания, что в первую очередь это процесс коммуникации. Передать исполнителю обширную информацию, дополняющую грани, которые мы уже рассматривали.

Другая функция граней – помощь в создании структуры ТЗ. Эта структура должна раскрыть идею клиента для него самого и передать исполнителю в правильном формате, достаточно подробном, но с оптимизированными границами.

Существует множество программ для постановки задач, чаще всего они универсальные, то есть подразумевают постановку задач широкому спектру специалистов. Впервые столкнувшись с необходимостью написания технического задания и увидев пустой блок для описания, клиент может потеряться в мыслях. Он либо ограничится техническими характеристиками, либо напишет все свои идеи сплошным текстом без необходимой структуры. Далее исполнитель встанет перед выбором – извлекать из заказчика необходимую информацию или пытаться разобраться в водопаде неструктурированных слов. В итоге – трата дополнительного времени и скорее всего результат, не соответствующий запросу клиента.

Внутри границ творческой задачи должно быть пространство для воображения, но возникает совершенно справедливый вопрос – почему вообще у творчества есть границы? Воображение ведь нечто абстрактное, полет фантазии и не должно ограничиваться какими-либо рамками.

Общество почему-то решило, что, например, наука обязана быть точной, а с творческой деятельности такую ответственность сняли. Хотя она требует не меньшей точности. Когда разрабатывается логотип, необходимо совершенно точное представление позиционирования компании, философии, корпоративной культуры, проработка гаммы оттенков компании, шрифта, стиля, потому что этот элемент представляет собой не просто картинку, привидевшуюся во сне, а некую совокупность знаний о компании в одном элементе. На практике применяется статистический метод анализа и синтеза (Развитие предпринимательства: концепции, цифровые технологии, эффективная система, 2020). Любая деятельность требует структурированного подхода, любая фантазия требует

порядка и точности, иначе все вокруг превратится в бессмысленный хаос. Разница между точной наукой и креативом состоит в том, что у науки строгие рамки, а у креатива – гибкие. Понимание этой особенности – путь к структурированному воображению.

Если заказчик ставит весьма расплывчатую задачу, которая неритмично кружится вокруг слов – «сделайте красиво», «я доверяю вашему вкусу», «не знаю, как надо» – значит, он знает, чего хочет, но ему лень копаться, писать, объяснять и он предпочтет, чтобы исполнитель как-нибудь сам угадал. Затем последует огромное количество правок, согласований и разочарований. Разумеется, намного удобнее, когда дизайнер – экстрасенс, который увидит то, чего хочет заказчик, реализует несколько вариантов этой мечты и заказчику останется только обрадоваться. Для того, чтобы привести ситуацию к порядку, коммуникация должна быть двусторонняя. Заказчик должен передать с помощью технического задания, как инструмента, свои мысли, свои эмоции, свое видение итоговой работы, то есть выразить итог в виде структуры, основываясь на органы чувств, эмоции и техническую составляющую. Исполнитель должен принять эту линию информации, обработать и отправить назад ту же информацию, как он ее понял. Если заказчик получил назад то, что он отправил – значит, коммуникация налажена оптимально.

Оптимизация коммуникации ведет к оптимизации времени и затрат, а это уже экономическое преимущество. Если заказчика представить как компанию, как бизнес, то у любого бизнеса стоит цель – получение прибыли. Соответственно ее увеличение главный приоритет, а способы ее увеличения, как мы знаем, бывают либо через увеличение дохода, либо через сокращение расходов.

### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Немеров С. (2016) Так что же такое «Техническое задание»? // Хабр. URL: <https://habr.com/ru/post/300420/> (дата обращения: 26.04.2016).

Болдырева Н.В. (2018) Роль и значение внутренних коммуникаций в условиях современного бизнеса // Вестник Евразийской науки, №1, <https://esj.today/PDF/53ECVN118.pdf> (дата обращения: 19.03.2018).

Крюкова Е.М. (2011) Оптимизация управления корпорацией с использованием веб-технологий // Сервис+. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/optimizatsiya-upravleniya-korporatsiey-s-ispolzovaniem-veb-tehnologiy> (дата обращения: 02.11.2020).

Рочегова Н.А. (2013) На волнах цифровой архитектуры. Опыт отечественной проектной мастерской // АМТ. №4 (25). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/na-volnah-tsifrovoy-arhitektury-opyt-otechestvennoy-proektnoy-masterskoj> (дата обращения: 02.11.2020).

Шаркова А.В. (2019) Развитие предпринимательства: концепции, цифровые

технологии, эффективная система [Электронный ресурс]: монография/ А.В. Шаркова [и др.]. – Электрон. текстовые данные. – М.: Дашков и К. – 606 с. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/85427.html> (дата обращения: 29.12.2020).

**Жукова Екатерина Евгеньевна** – магистр экономических наук Московского гуманитарного университета. Адрес: 111395, Россия, г. Москва, ул. Юности, д. 5. Тел.: +7 (499) 374-59-30. Эл. адрес: [zhularo@gmail.com](mailto:zhularo@gmail.com)

**Zhukova Ekaterina Evgenievna** – Master of Economic Sciences of the Moscow University for the Humanities. Postal address: 5 Yunosti str., Moscow, 111395, Russian Federation. Tel: +7 (499) 374–59–30. E-mail: [zhularo@gmail.com](mailto:zhularo@gmail.com)

---

**Для цитирования:**

Жукова Е.Е. Инновационные грани технического задания // Научные труды Московского гуманитарного университета. 2020. №6. С. 103–107. DOI: <https://www.doi.org/10.17805/trudy.2020.6.18>