



К.С. Борисенко

Борисенко Кира Сергеевна, студентка 2 курса группы УКИ/бак-24-1 факультета гуманитарного образования Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33/3), e-mail: kibor2006@icloud.com.

Павлова Ольга Александровна, доктор филологических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности Краснодарского государственного института культуры (Краснодар, ул. им. 40-летия Победы, 33), e-mail: lexfati72@mail.ru.

АРТ-ДИРЕКЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ВИЗУАЛЬНОЙ КОНЦЕПЦИЕЙ КРЕАТИВНЫХ ПРОЕКТОВ

В настоящей статье рассматривается арт-дирекция как инструмент управления визуальной составляющей креативных проектов. Обосновывается управленческий характер деятельности арт-директора, выходящей за рамки исключительно художественного проектирования и включающей координацию творческих процессов и контроль реализации плановых решений. Раскрывается специфика основных направлений деятельности специалиста, благодаря которым он выстраивает качественную визуальную коммуникацию с аудиторией.

Ключевые слова: арт-дирекция, креативные индустрии, визуальная концепция, управление проектами, визуальная коммуникация, дизайн, креативные проекты, арт-менеджер.

K.S. Borisenko

Borisenko Kira Sergeevna, 2nd-year student of the UKI/bak-24-1 group of the Faculty of Humanitarian Education of the Krasnodar State Institute of Culture (Krasnodar, 40-letiya Pobedy str., 33), e-mail: kibor2006@icloud.com.

Scientific supervisor: **Pavlova Olga Aleksandrovna**, Doctor of Philology, Associate Professor of the Department of Socio-Cultural Activities of the Krasnodar State Institute of Culture (Krasnodar, 40-letiya Pobedy str., 33), e-mail: lexfati72@mail.ru.

ART MANAGEMENT AS A TOOL FOR MANAGING THE VISUAL CONCEPT OF CREATIVE PROJECTS

This article examines art management as a tool for managing the visual component of creative projects. The article substantiates the managerial nature of the art director's activity, which goes beyond the exclusively artistic design and includes the coordination of creative processes and the control of the implementation of planned decisions. The definitions of the main areas of activity of a specialist are revealed, thanks to which he builds high-quality visual communication with the target audience.

Key words: art directorate, creative industries, visual concept, project management, visual communication, design, cultural projects, art manager.

В современном мире визуальная концепция становится одним из ключевых факторов успеха любых современных проектов, в особенности креативных. Человек воспринимает около 80% информации глазами, что напрямую влияет на эффективность проекта в зависимости от качества визуальных решений [4, с. 35]. Продуманная дизайн-концепция формирует целостное представление о проекте и влияет на показатели «кликабельности»: потребитель принимает решение о восприятии объекта в течение 3 секунд контакта с визуальным сообщением. Как справедливо

отмечает В.Г. Скочилова, «человеческое действие по преимуществу ориентировано на визуальное восприятие» [3, с. 105]. Анализ последних показателей подтверждает, что компании с развитой дизайн-системой демонстрируют более высокий финансовый уровень: их доходы превышают средние по отрасли на 32% [5]. Однако есть и обратная сторона: несистемный дизайн снижает конверсию и удержание клиентов. На практике это проявляется в рассогласовании визуального кода: если в рамках одного проекта шрифты, цвета и графика разные, проект перестает быть узнаваемым. Отсутствие единой концепции снижает вовлеченность аудитории и как следствие – успех проекта.

В данном контексте особую значимость приобретает арт-дирекция как инструмент управления визуальной концепцией. Арт-директор выступает связующим звеном между идеей и ее воплощением, обеспечивая целостность, идентичность и логичность визуального образа. Его деятельность направлена на создание эстетически привлекательных решений и выстраивание системной дизайн-коммуникации. Целесообразно рассматривать работу специалиста не только как оформительскую деятельность, но как особую форму управленческой практики, в которой художественные решения включены в систему проектного управления. В этом смысле арт-директор не сводится исключительно к роли исполнителя визуальных задач: он координирует процесс создания визуального образа, задает общую логику проекта и обеспечивает согласованность между содержанием и формой.

Особую значимость приобретает понимание того, чем именно является объект данного управления. Им выступает визуальная концепция – системное образование, включающее набор характеристик, формирующих образ и бренд проекта. К ее основным элементам относятся: интерьер, логотип, цветовая гамма, шрифты, графические элементы, веб-сайты, айдентика, которые в целостности определяют характер восприятия проекта аудиторией. Визуальная концепция требует системного подхода, поскольку

ее элементы должны быть согласованы между собой и подчинены единой идее. Так, элементы дизайна и системный подход формируют определенные ассоциативные ряды, влияющие на доверие и положительный эмоциональный отклик клиентов.

Учитывая сложную структуру визуальной концепции и ее значимость для восприятия, деятельность арт-директора приобретает многокомпонентный характер и реализуется через ряд взаимосвязанных направлений. Каждое из них отражает определенный аспект управления визуальной средой и предполагает выполнение конкретных профессиональных функций.

Одним из первостепенных направлений работы арт-директора является концептуальное проектирование, в рамках которого формируется смысловая основа будущего визуального решения. На данном этапе специалист анализирует цели и задачи проекта, идею, проблему, которую решает проект, целевую аудиторию, сроки реализации. После исследования команда под управлением арт-директора разрабатывает общую визуальную идею и определяет стилистическое направление будущих дизайн-решений. Ответственность арт-директора заключается в «переводе абстрактных концепций в осязаемые визуальные образы и четкое видение, которые наиболее оптимально находят отклик у целевой аудитории.» [2, с. 1634]. Без качественного концептуального проектирования «осязаемый визуальный образ» попросту не сформируется, ведь смысловой уровень фундаментально первичен по отношению к визуальному.

Следующим направлением выступает управление визуальной коммуникацией, в рамках которого арт-директор выстраивает единый язык проекта. Он определяет правила использования графических элементов, цветовых решений, типографики, композиции, обеспечивая их согласованность на всех уровнях. Кроме того, специалист контролирует, каким образом визуальные средства передают смысловое содержание

проекта, и добивается того, чтобы коммуникация с аудиторией была понятна и логична.

Наиважнейшим направлением является координация креативной команды. Арт-директор выступает как организатор совместной работы специалистов различного профиля: дизайнеров интерьера, иллюстраторов, фотографов, видеографов, флористов, копирайтеров, веб-дизайнеров. Он распределяет задачи, формулирует технические задания, контролирует качество работы сотрудников и соблюдение сроков. Здесь перед арт-директором встает сложная задача – в нахождении баланса между контролем и творческой свободой участников команды. «Счастливые работники могут способствовать счастью клиентов» [1, с. 21], именно поэтому арт-директору важно поощрять креативные способности каждого сотрудника в условиях ограниченного времени и определенных, часто строгих требований к результату. Ему требуется ясно понимать, чем занимаются специалисты креативной команды, ведь грамотно распределять задачи можно только тогда, когда четко представляешь, какие операции входят в зону ответственности каждого. Арт-директор дает оценку не только готовой работе, но и логике ее получения: что нужно исправить, что должно быть согласовано в макете, а что нарушает визуальную систему проекта?

Контроль реализации визуальной концепции – следующее направление, заключающееся в сверке уже готовых материалов с первоначальным замыслом. Афиша, лендинг, сайт, печатная продукция, контент для соцсетей, оформление пространства – все это должно сохранять единые принципы подачи. При расхождении с изначальной концепцией арт-директор вносит корректировки до тех пор, пока визуальный образ не перестанет «рассыпаться» на отдельные куски. Визуальная репрезентация бренда остается целостной только при строгом следовании исходной концепции. Стоит поменять хотя бы один элемент (цветовую палитру, шрифт или текстуру), и весь визуальный ряд может разорваться. Из своего практического опыта можем привести пример: когда при создании цифровых

продуктов (макетов, логотипов, афиш, сайтов) для одного проекта в каждой работе используют разные шрифты, аудитория перестает воспринимать их как части единой кампании. Арт-директор устраняет такие несоответствия, доводя все до совершенного результата.

Отдельное направление – адаптация визуальной концепции под разные медиасреды. «Арт-директор обеспечивает последовательность и согласованность репрезентации компании или учреждения на различных медиаканалах» [2, с. 1633], так как один и тот же элемент по-разному функционирует в печати, веб-интерфейсе, мультимедиа и социальных сетях. Визуальный контент неизбежно трансформируется в зависимости от канала распространения и условий восприятия. При этом согласованность достигается через повторение ключевых элементов: постоянство цветовой схемы, шрифтовой пары и графических мотивов позволяет бренду сохранять узнаваемость даже при смене носителя. Например, для вертикальных сторис (формат 9:16) приходится упрощать композицию и укрупнять элементы, а печатная афиша может быть сложнее по структуре, но в обоих случаях используются одни и те же визуальные коды.

Так, арт-дирекция предстает мощным инструментом развития визуальной составляющей креативных проектов. Благодаря координации команды и жесткому контролю над дизайн-решениями формируется устойчивая и хорошо узнаваемая идентичность бренда. Именно работа арт-директора помогает многим проектам и стартапам сохранять целостность восприятия у аудитории и грамотную передачу информации через разные каналы коммуникации.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Захаров, Ю.А. Логунова, Л.Ю. Креативное управление: культурная, стратегическая, структурная, функциональная специфика // Казанский социально-гуманитарный Вестник. – 2025. – № 1(68). – С. 19–32. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnoe-upravlenie-kulturnaya-strategicheskaya-strukturnaya-funktsionalnaya-spetsifika/viewer> (дата обращения: 11.02.26).
2. Мальсагова, Х.Б. Павлова, О.А. Арт-дирекшн как инструмент креативного проектирования и визуальной репрезентации бренда // Международный научный журнал «Вестник науки». – 2024. – Т. 3. – № 5(74). – С. 1633–1638. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/art-direkshn-kak-instrument-kreativnogo-proektirovaniya-i-vizualnoy-representatsii-brenda/viewer> (дата обращения: 08.02.26).
3. Скочилова, В.Г. Визуальная коммуникация в процессах политической социализации // Вестник Томского государственного университета. – 2014. – С. 105-109. – URL: <https://dspace.kpfu.ru/xmlui/bitstream/handle/net/30131/viscom2014-105-109.pdf?sequence> (дата обращения: 08.02.26).
4. Смирнова, С.И. Зрительное восприятие как психофизиологическая основа объекта текста типа «описание» // Вестник Бурятского государственного университета. Язык. Литература. Культура. – 2019. – Том 4. – С. 34-38. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zritelnoe-voispriyatie-kak-psihofiziologicheskaya-osnova-obekta-teksta-tipa-opisanie?ysclid=mnpyruwi2j591320141> (дата обращения: 22.03.26).
5. Skyeng. Как дизайн помогает бизнесу привлекать клиентов. – Москва. – 2026. – URL: <https://skyeng.ru/it-industry/design/kak-dizayn-pomogayet-biznesu-privlekat-kliiyentov/?ysclid=mn9ogj28vn946525375> (дата обращения: 28.03.2026).