

ДНІПРОВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ОЛЕСЯ
ГОНЧАРА

Факультет української й іноземної філології та мистецтвознавства

Кафедра образотворчого мистецтва і дизайну

Робота з дисципліни: Проєктування візуальних комунікацій

На тему: Виставка котів

Виконала: Перепаденко Є.В

УД-22-1

Перевірів: Корсунський В.О

м. Дніпро

2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
Розділ 1. Історико-теоретичний	5
Розділ 2. Аналітичний.....	10
Розділ 3. Практичний.....	19

ВСТУП

Візуальна комунікація — зв'язок шляхом засобів візуалізації, що визначається як передача ідей та інформації у формах, які можна прочитати або розглянути. Візуальна комунікація частково або повністю покладається на зір, і в основному представлена або виражена двовимірними зображеннями. Вона включає в себе: знак, типографіку, графіку, графічний дизайн, ілюстрацію, промисловий дизайн, рекламу, цифрову анімацію та електронні ресурси. Вона також досліджує ідею, що візуальне повідомлення супровідного тексту має велику силу інформувати, освічувати, або переконувати людину чи людей.

Сутність та інструментарій

В основі візуальної комунікації лежить використання різноманітних графічних елементів, кожен з яких виконує свою функцію:

- **Типографіка:** це не просто текст, а мистецтво оформлення слова. Вибір шрифту, його розміру, накреслення та інтервалів впливає на читабельність та емоційне забарвлення повідомлення (наприклад, суворий шрифт із засічками для офіційних документів або грайливий рукописний для дитячих товарів).
- **Колір:** один із найпотужніших інструментів психологічного впливу. Кольори викликають підсвідомі асоціації (червоний — увага, небезпека або пристрасть; синій — спокій, довіра, технологічність) та допомагають кодувати інформацію.
- **Знаки та символи (семіотика):** піктограми, іконки та логотипи дозволяють передавати складні поняття одним простим зображенням, яке зрозуміле носіям різних мов без перекладу.
- **Композиція та макет:** правильне розміщення елементів на площині керує поглядом глядача, вибудовує ієрархію важливості та забезпечує логічну послідовність сприйняття.

- **Інфографіка та візуалізація даних:** перетворення складних числових даних на зрозумілі графіки, діаграми та схеми.

Сфери застосування та їх значення

Візуальна комунікація пронизує майже всі сфери нашого життя, виконуючи конкретні завдання в кожній з них:

1. **Навігація та орієнтування:** у громадських просторах (аеропорти, вокзали, торгові центри, виставкові зали) візуальна комунікація життєво необхідна для безпеки та комфорту. Вказівники, карти, схеми та кольорове кодування зон допомагають людині швидко знайти потрібний маршрут та уникнути дезорієнтації.
2. **Реклама та маркетинг:** тут головна мета — привернути увагу та переконати. Яскраві образи, плакати, банери та дизайн пакування товарів працюють на те, щоб виділити продукт серед конкурентів та створити бажання його придбати.
3. **Брендинг та ідентичність:** корпоративний стиль (логотип, фірмові кольори, патерни) створює впізнаваний образ компанії чи події. Це формує довіру та лояльність аудиторії.
4. **Освіта та інструкції:** візуальні посібники, схематичні малюнки в підручниках або інструкції до техніки (наприклад, інструкції IKEA) дозволяють пояснити складні процеси набагато ефективніше, ніж довгі текстові описи.

Розділ 1. Історико-теоретичний

Виставка котів — це організований захід, де племінні (породисті) коти, а іноді й домашні улюбленці, оцінюються судьями на відповідність стандартам породи, здоров'я та загальну кондицію. Це не просто показ, а змагання, де тварини отримують титули та нагороди, що підтверджують їхню породисту цінність. Крім племінної роботи, виставка також є соціальною, освітньою та розважальною подією.

Для чого цей захід: основні цілі

Мета сучасних виставок є багатогранною і не обмежується лише демонстрацією тварин та роздачею нагород. Першочерговим завданням проведення подібних заходів є племінна та селекційна робота. Це передбачає отримання об'єктивної незалежної оцінки тварини від ліцензованих суддів, що дозволяє виявити як недоліки, так і переваги конкретного представника породи. Отримання титулів, таких як Чемпіон, Інтерчемпіон або Гранд-чемпіон, є своєрідною «перепусткою» до розведення, адже це підтверджує відповідність тварини стандартам. Крім того, виставки дають можливість заводчикам побачити найкращих плідників наживо та домовитися про перспективні в'язки для покращення генетичних ліній породи.

Важливою складовою є також освітня та соціальна функція виставок. Вони сприяють популяризації різних порід, знайомлячи відвідувачів з рідкісними та екзотичними видами, такими як бенгали, сфінкси чи мейн-куни. Заводчики та експерти проводять активну просвітницьку роботу, організовуючи лекції та майстер-класи, присвячені культурі утримання домашніх улюбленців, правильному догляду, збалансованому годуванню та грумінгу.

Останнім часом набуває особливої ваги благодійна складова виставкової діяльності. Багато сучасних виставок трансформуються у формат благодійних фестивалів, де головною метою стає не оцінка екстер'єру, а адопція та прилаштування тварин у нові родини. На таких заходах завжди присутні представники притулків, які привозять вакцинованих та стерилізованих котів, що

шукають дім. Паралельно проводиться збір коштів, кормів та необхідних медикаментів для безпритульних тварин, що виховує у відвідувачів та суспільства загалом почуття емпатії, милосердя та соціальної відповідальності.

Не можна оминати й комерційну та розважальну мету, адже виставки є майданчиком для продажу кошенят від титулованих батьків. Крім того, вони часто супроводжуються ярмарками зоотоварів, де виробники презентують корми, аксесуари, будиночки та різноманітні іграшки, демонструючи новинки індустрії товарів для тварин.

Коли вперше це сталося

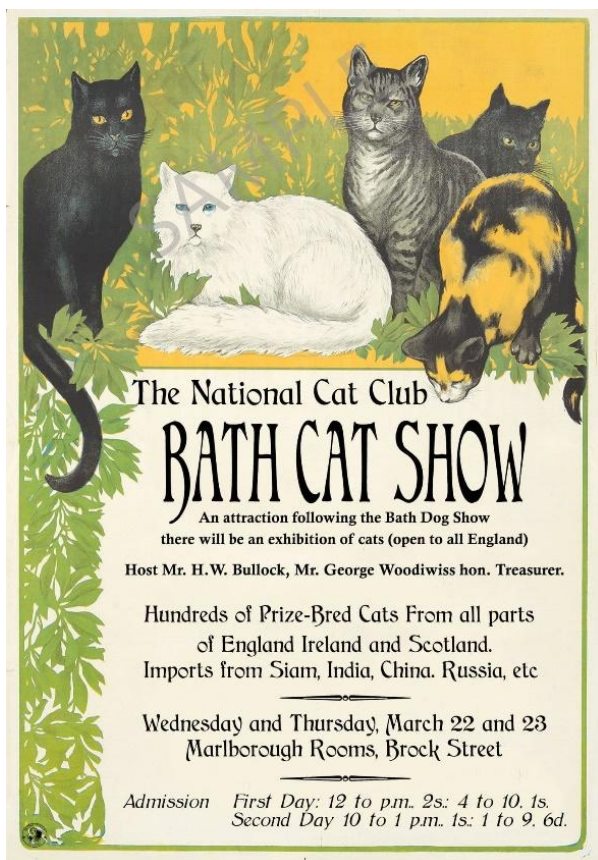
У книзі «Тварини, їхня природа та використання» (1850-ті роки) Чарльз Бейкер писав: «Кота слід вважати невірним другом, якого привели, щоб протистояти ще більш підступному ворогу. Домашній кіт — єдине тварина з роду, до якого він належить, чийі послуги можуть з лишком компенсувати клопоти з його вихованням». Для Бейкера коти були корисні для боротьби з шкідниками, а не цінувалися за їх зовнішній вигляд.

Не всі любителі кішок погодилися б з цією думкою. Деякі вже намагалися зберегти певну зовнішність, хоча, здавалося, не було скоординованих зусиль, а звичка дозволяти кішкам вільно бродити підживляла їхні спроби. У «Походженні видів» (1859) Чарльз Дарвін, хоча і визнавав ці спроби та труднощі, але зневажливо ставився до селекційного розведення котів: «...коти, через свої нічні звички, не можуть бути так легко підібрані [розведені], і хоча вони так цінуються жінками та дітьми, ми рідко бачимо окрему породу, яка б довго зберігалася».

Найдавніша зафіксована виставка котів відбулася в Англії на ярмарку Сент-Джайлз у Вінчестері в 1598 році, хоча ми не маємо детальної інформації про експонати та про те, як їх оцінювали. Виставка котів була проведена в лондонському будинку в 1861 році, а інша — в Кришталевому палаці в 1868 році. У 1860-х роках перші виставки котів в Північній Америці відбулися в Новій Англії, де на ярмарках округів були представлені коти фермерів: місцева порода мейн-кун. Офіційні виставки котів (чемпіонати котів) з правилами та

стандартами порід почалися в 1870-х роках у Великобританії як частина загального ентузіазму громадськості до перегляду виставок предметів та тварин.

Згідно з цією статтею в журналі Freeman's Journal від 27 березня 1876 року, перша виставка у Великій Британії відбулася в 1859 році в Дубліні: «Лондонська виставка котів. Ірландська леді, за пропозицією якої в 1859 році в Дубліні відбулася перша виставка котів у Великій Британії, була б неабияк задоволена успіхом своєї ідеї, якби побачила чудову колекцію екземплярів котячої породи, яка була виставлена в суботу в Олександрівському палаці. Хоча в вольєрах немає такої вражаючої новинки, як надзвичайна строката кішка, нещодавно показана на подібному конкурсі поблизу Лондона, яка, як виявилось після огляду, мала на тілі кілька художніх шарів фарби, стверджується, що єдину справжню чисто руду кішку, яку вона коли-небудь бачила на публіці, а також двох інших, досконалість ліній яких псує лише невелика біла плямка під горлом, тут можуть оглянути знавці.



Перший плакат

Виставка котів являє собою організований захід, де племінні, тобто породисті коти, а іноді й домашні улюбленці у спеціальному класі «домусів», оцінюються кваліфікованими судьями на відповідність стандартам породи, здоров'я та загальну фізичну кондицію. За своєю суттю це комплексне змагання, у ході якого тварини отримують офіційні титули та нагороди, що документально підтверджують їхню цінність для подальшої селекційної роботи та розведення. Хоча коти живуть пліч-о-пліч із людьми протягом тисячоліть, організовані виставки з

чіткими правилами та регламентом є відносно новим явищем, яке виникло в

епоху вікторіанської Англії. Офіційною датою народження світової фелінології прийнято вважати **13 липня 1871 року**. Саме цього дня у знаменитому лондонському Кришталевому палаці (Crystal Palace) відбулася перша у світі публічна виставка котів, яка мала шалений успіх. Ініціатором та головним організатором цієї історичної події став Гаррісон Вейр — відомий ілюстратор-аніمالіст, натураліст та великий ентузіаст, якого згодом почали називати «Батьком фелінології».

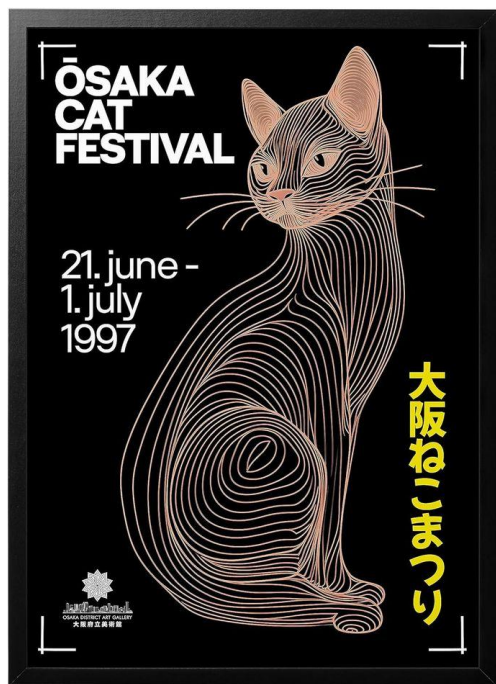
Гаррісон Вейр мав благородну та амбітну мету, адже він прагнув докорінно змінити ставлення суспільства до котів. У ті часи ці тварини часто сприймалися виключно як утилітарні ловці гризунів, а вуличні коти нерідко страждали від людської жорстокості. Вейр хотів продемонструвати широкому загалу їхню природну красу, грацію та естетику, стверджуючи, що звичайний кіт, який сидить біля каміна, розкриває свою справжню привабливість і заслуговує на повагу. На першій виставці було представлено близько 170 кішок, які змагалися у 25 різних класах. Серед учасників були навіть дикі шотландські коти та перші екземпляри сіамських кішок, яких тогочасна преса охарактеризувала як «неприродних та кошмарних» через їхній незвичний для європейців екзотичний вигляд. Захід викликав справжній ажітаж, його відвідали тисячі лондонців, а успіх був настільки гучним, що це дало потужний поштовх до створення у 1887 році Національного клубу любителів кішок.

З часів Вейра масштаби виставок значно зросли і набули глобального характеру. Сьогодні однією з наймасштабніших подій у світі фелінології є Всесвітня виставка FIFe, відома як FIFe World Show. Вона проводиться щорічно в різних країнах світу, від держав Європи до країн Латинської Америки. Кількість учасників на таких грандіозних заходах часто перевищує півтори-дві тисячі котів. Це справжнє міжнародне шоу, де змагаються найкращі представники порід з десятків країн за престижний титул Всесвітнього Переможця. Також варто відзначити CFA International Cat Show у США, яку часто називають «Роллс-Ройсом» серед котячих виставок через її високий статус, престижність та багату історію проведення.

Хоча коти були одомашнені тисячі років тому (найдавніші свідчення — близько 9500 років тому на Кіпрі), **організовані виставки** з чіткими правилами, стандартами та суддівством є порівняно новим явищем, яке виникло у 19 столітті. Успіх виставки 1871 року, на якій демонструвалося 170 кішок 25 порід, став поштовхом до створення у 1887 році першого «Національного клубу любителів кішок» (National Cat Club), що започаткувало світову інституційну фелінологію.

Розділ 2. Аналітичний

1.



Колірна палітра: висококонтрастна палітра: чорний фон та блідо-рожеві/персикові лінії (схоже на мідний відтінок) для зображення кота. Білий і яскраво-жовтий (для вертикального тексту) використовуються для акцентів та читабельності.

Візуальні елементи: домінуючий елемент — мінімалістичний силует кота, створений за допомогою ліній-контурів. Цей стиль нагадує цифровий мінімалізм, що створює елегантний

і витончений образ.

Типографіка: використовуються рубані шрифти для англійського тексту, що надає сучасного та чіткого вигляду. Японський текст розташований вертикально, що додає національного колориту та динаміки.

Загальне враження: витончене, елегантне та стильне. Виглядає як плакат для художньої або культурної події, а не просто виставки. Сильний акцент на графічному дизайні.

Загальний вигляд: сучасний та добре структурований. Чорний фон підкреслює графічні елементи. Розташування тексту у верхньому лівому куті та дати внизу створює асиметричний, але збалансований дизайн.

Деталі дизайну: переклад: 大阪ねこまつり (Ōsaka Neko Matsuri) — Осацький котячий фестиваль. Деталі: кутові рамкові елементи (квадратні скоби) та вертикальний японський текст додають геометричної гармонії та східного акценту.



2.

Колірна палітра: яскрава та проста палітра: домінує насичений синій фон у поєднанні з білим кольором тексту та зображенням kota. Яскраво-червоний нашийник kota додає візуальний акцент.

Візуальні елементи: центральний елемент — художня ілюстрація/малюнок kota. Кіт зображений у простій, але виразній позі. Стиль ілюстрації є більш мистецьким, ніж

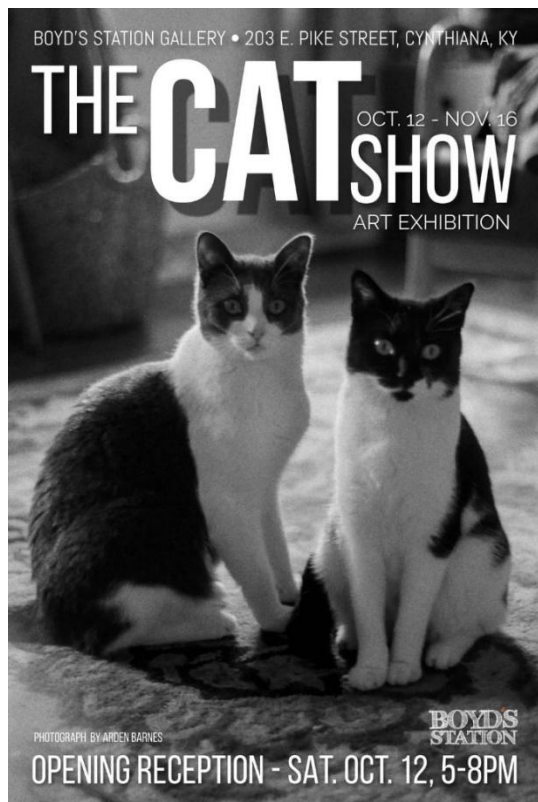
фотореалістичним, що підкреслює тему "Міжнародна виставка мистецтва котів".

Типографіка: масивний, жирний, рубаний шрифт для головного заголовка "félines 76" та "SABLÉ PARIS", що створює сильний, сучасний контраст із вінтажним зображенням kota. Інші деталі набрані більш тонким, класичним шрифтом.

Загальне враження: мистецьке, сміливе та класичне. Дизайн виглядає як плакат для художньої галереї, що поєднує класичне мистецтво із сучасним графічним дизайном.

Загальний вигляд: збалансований, з великими негативними просторами. Основний акцент зміщено вниз (зображення kota), з масивними заголовками у верхній частині. Синій фон створює єдине полотно.

Деталі дизайну: переклад: La Fondation Des Arts félines 76 — Фонд Мистецтв Котів 76. Exposition Internationale d'Art de Chat — Міжнародна виставка котячого мистецтва. Chats et chiens bienvenus! — Коти та собаки вітаються! Деталі: поєднання великих чисел ("76") з текстом та контрастний нашийник kota.



3.

Колірна палітра: монохромна. Ця палітра створює відчуття вінтажу, мистецтва, характерне для фотовиставок або галерей.

Візуальні елементи: Центральний елемент — високоякісна чорно-біла фотографія двох котів, що прямо дивляться в кадр. Фотографія має високу контрастність та зернистість, що підсилює художній, "галерейний" ефект.

Типографіка: використовується контрастний рубаний шрифт із великою вагою для заголовка "THE CAT SHOW". Композиція

тексту побудована так, що слово "CAT" домінує, а "THE" та "SHOW" розміщені поруч меншим шрифтом. Це забезпечує сильний графічний вплив.

Загальне враження: мистецьке, драматичне та мінімалістичне. Виглядає як оголошення для художньої фотовиставки. Атмосфера зосереджена на темі, а не на комерції.

Загальний вигляд: вертикальна та симетрична композиція. Фотографія котів займає більшу частину простору, а текст розташований у верхній частині та на контрастній смузі внизу. Це типово для галерейних постерів.

Деталі дизайну: використання імені фотографа внизу підкреслює приналежність до мистецтва. Графічне розбиття заголовка "THE CAT SHOW" на три частини створює цікаву типографічну композицію.



4.

Колірна палітра: насичена, драматична палітра: чорний фон, яскраво-червона рамка та акценти. Текст використовує золотисто-жовті та білі кольори. Це типова палітра для комерційних або великих виставкових подій.

Візуальні елементи: центральний елемент — фотографія двох чистокровних, пухнастих котів. Присутні численні логотипи спонсорів, що підкреслює комерційний характер події.

Типографіка: використовуються рубані шрифти з великою вагою для основних заголовків та дат ("INTERNATIONAL CAT SHOW", "2025"). Жирний шрифт та великі розміри забезпечують максимальну читабельність та вплив.

Загальне враження: професійне, комерційне. Дизайн доволі застарілий, (немов нема спроб зацікавити глядача, а сподівання, що і так підійде.) чітко орієнтований на велику виставку/шоу, що спонсорується відомими брендами (Nestle, Purina).

Загальний вигляд: симетричний та чітко ієрархічний. Фотографія котів розташована внизу, привертаючи увагу, тоді як важлива інформація (дата, місце, час) розміщена у верхній половині. Логотипи займають нижню частину, врівноважуючи композицію.

Деталі дизайну: виділення року ("2025") дуже великим шрифтом — це миттєво інформує про актуальність події. Контрастна червона рамка додає енергії та допомагає плакату виділитися.



5.

Колірна палітра: світла. Домінує білий фон, що створює багато "повітря" і підсилює контраст. В центрі — насичені, природні кольори котячої шерсті та очей (рудий, сірий, коричневий, зелений, жовтий). Текст використовує насичений синій колір як основний акцентний.

Візуальні елементи: головний елемент — колаж із фотографій котів, скомпонований у вигляді сітки/мозаїки. Великий фрагмент морди рудого kota у верхній частині та менші квадратні фрагменти очей і морд різних порід у нижній частині. Це створює динамічну, цікаву текстуру та акцентує увагу на різноманітності порід та красі очей.

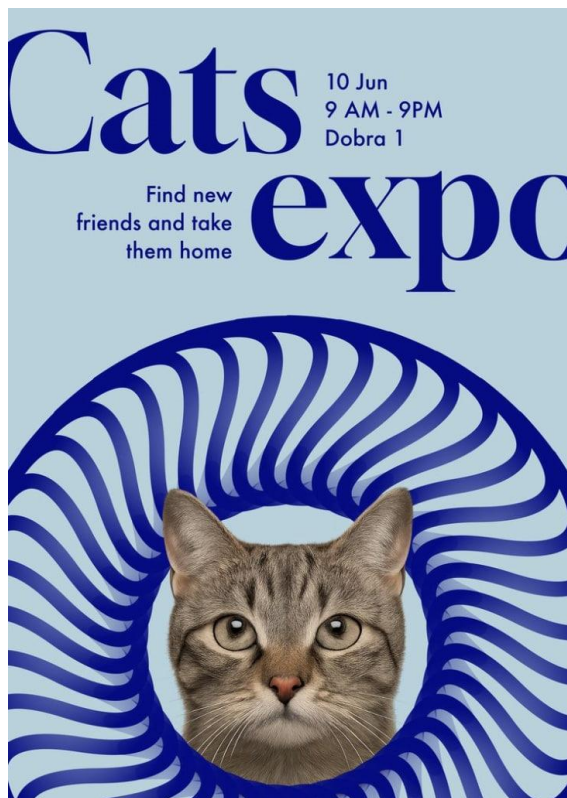
Типографіка: використовуються рубані шрифти — це забезпечує сучасний, чистий і чіткий вигляд. Заголовок "MOSTRA" виділено великим, жирним синім шрифтом. Інформація про дату та час подана більш стриманим, але добре читабельним чорним шрифтом.

Загальне враження: сучасне, динамічне. Дизайн ефективно поєднує мінімалістичний фон з високодеталізованим, привабливим візуальним елементом, який викликає емоційний відгук.

Загальний вигляд: чистий та добре структурований. Композиція використовує велику кількість негативного простору (білого фону), що дозволяє візуальному елементу (колажу котів) займати центральне місце і бути дуже помітним. Текст розташований над і поруч із візуальним блоком.

Деталі дизайну: переклад (з португальської): *A PremieR® traz para você* — Прем'єР® представляє для вас; *MOSTRA DE GATOS DE RAÇA* — Виставка

породистих котів; *20 DE MARÇO DE 2018* — 20 березня 2018 року; *HORÁRIO: 20H ÀS 22H* — Час: з 20:00 до 22:00. Деталі: використання мозаїчного ефекту у візуальному елементі є ключовою та оригінальною дизайнерською знахідкою, що символізує різноманіття та "складання" образу досконалої породи. Вертикальні пунктирні лінії зліва та зверху додають геометричності графічності.



6.

Колірна палітра: свіжа та приваблива. Основними є світло-блакитний (або м'який сіро-блакитний) фон та насичений темно-синій колір для тексту та графічних елементів. Ці кольори створюють спокійне, але чітке візуальне враження.

Візуальні елементи: домінуючий елемент — реалістична фотографія морди кота, вписана в великий, гіпнотичний, круговий графічний елемент (схожий на спіраль або стилізовану гриву) темно-синього кольору.

Цей елемент привертає погляд, обрамлює кота і додає дизайну арт-орієнтованого вигляду.

Типографіка: використовуються класичні шрифти із засічками, що надає дизайну елегантності та класичного вигляду. Особливо великі літери "Cats" та "expo" створюють сильний, але гармонійний типографічний баланс. Невеликий текст ("Find new friends and take them home") набраний простим рубаним шрифтом для контрасту.

Загальне враження: елегантне, привабливе та сучасне. Дизайн має високу естетичну якість та використовує художні прийоми для привернення уваги. Повідомлення про пошук нових друзів додає теплоти.

Загальний вигляд: вертикально орієнтований, з акцентом на центральному елементі. Композиція використовує великі розміри шрифтів та центральне розташування зображення, щоб створити сильний фокус. Загальний вигляд є витонченим і графічно сміливим.

Деталі дизайну: стилізація заголовків: слова "Cats" та "expo" розділені, але візуально збалансовані, з різною вагою та розміром. Обрамлення kota спіральним елементом — це головна дизайнерська знахідка, що надає плакату унікальності та динаміки. Невеликий, але важливий заклик до дії ("Find new friends and take them home") чітко доносить мету події (адопція/продаж).

ВИСНОВОК

Проаналізувавши існуючі приклади візуальної комунікації виставок котів, можна виявити суттєву та поширену проблему організації простору та інформування відвідувачів. Основна складність полягає в тому, що більшість розглянутих заходів зосереджують свою візуальну активність та ресурси виключно на рекламних матеріалах, які розповсюджуються до початку події. Однак, безпосередньо на локації під час проведення виставки спостерігається критична нестача якісної навігаційної інфографіки.

Найчастіше на подібних заходах відсутні зрозумілі карти-схеми виставкового залу, через що відвідувачам вкрай важко знайти локацію конкретної породи, наприклад, сектор мейн-кунів чи орієнталів. Також часто немає чіткого візуального зонування простору, що ускладнює розрізнення функціональних зон: сектору суддівства, де необхідна тиша та спокій для роботи експертів, зони продажу кошенят, фуд-корту чи вбиральнь. Така ситуація неминуче створює хаос, провокує утворення натовпів у проходах та підвищує рівень стресу як для відвідувачів, так і для тварин-учасників.

Окрім організаційних недоліків, варто окремо виділити проблему візуальної естетики та подачі матеріалу. Існує стійка тенденція до використання в рекламній продукції виключно реалістичних, часто аматорських фотографій тварин. При цьому майже повністю ігнорується потенціал художньої графіки та ілюстрації. Вкрай рідко зустрічаються цікаві дизайнерські рішення, де реалістичні зображення вдало обіграні графічними елементами, що могло б значно підвищити зацікавленість аудиторії. Відсутність креативного підходу робить візуальний ряд одноманітним та шаблонним, не дозволяючи виставці виділитися серед інших подібних заходів та привернути увагу більш вимогливого глядача, який цінує сучасний дизайн.

Актуальність обраної теми роботи є беззаперечною, адже проєктування комплексної системи візуальної комунікації для виставки котів вирішує низку важливих завдань. **По-перше**, це суттєве покращення користувацького досвіду,

оскільки грамотна навігація та продумана інфографіка роблять перебування на виставці комфортним, передбачуваним та інтуїтивно зрозумілим для будь-якого гостя. **По-друге**, це питання естетичного виховання та іміджу, адже сучасний, стильний дизайн замість застарілих та хаотичних паперових оголошень піднімає статус заходу з рівня звичайного «ринку тварин» до рівня повноцінної культурної події. **По-третє**, важливим аспектом є ефективність комунікації, коли візуальні засоби допомагають миттєво донести важливу інформацію, таку як правила поведінки з тваринами чи розклад роботи рингів, без необхідності вчитуватися у довгі текстові інструкції, що є критично важливим в умовах сучасного кліпового сприйняття інформації. Таким чином, розробка єдиного візуального стилю та системи навігації не лише вирішує прикладну проблему дезорієнтації у просторі, але й безпосередньо сприяє досягненню головних цілей виставки — освітньої, селекційної та культурної.

Розділ 3. Практичний

Основою для розробки дизайн-проєкту стала концепція благодійної виставки, організацією «Добра лапа». Цей проєкт має на меті змінити традиційне сприйняття виставок котів як виключно конкурсних чи комерційних заходів, трансформуючи їх у подію соціального значення та культурного дозвілля.

Мета:

Основною метою дизайн-проєкту є розробка комплексної, сучасної та інтуїтивно зрозумілої системи візуальної комунікації, яка б вирішувала проблему навігаційного хаосу, притаманного подібним заходам, та створювала привабливий візуальний образ події. Проєкт спрямований на створення дружнього середовища, де кожен графічний елемент допомагає відвідувачу почуватися комфортно.

Для досягнення цієї мети перед дизайн-проєктом поставлено ряд конкретних завдань:

- це розробка сучасного візуального стилю, який відходить від кліше використання стокових фотографій. Замість них пропонується використання авторської векторної графіки та ілюстрації. Цей підхід дозволяє створити унікальних персонажів, які стають провідниками у світі виставки, додають емоційності та роблять комунікацію менш офіційною і більш довірливою. Використання м'якої, пастельної кольорової гами з акцентними елементами дозволяє уникнути візуального шуму та зробити інформацію легкою для сприйняття.
- важливим завданням є проєктування чіткої та зрозумілої навігаційної системи. Це включає розробку детальної карти «Як дістатися до місця призначення», яка прив'язує локацію Fabrica L до відомих міських орієнтирів, спрощуючи шлях для гостей міста. Окрім зовнішньої навігації, передбачена розробка детального «Плану простору» самої виставки. Ця схема має наочно демонструвати зонування приміщення, вказуючи розташування ключових точок.

Ідея:

Головна ідея заходу полягає у створенні простору, де любов до тварин поєднується з культурою благодійності та сучасним міським стилем життя. Виставка позиціонується не просто як демонстрація тварин, а як місце зустрічі свідомої спільноти. **Вибір локації** — сучасний арт-простір Fabrica L — є не випадковим. Ця інституція відома своєю креативною атмосферою та привертає увагу молодій, активній аудиторії, яка відкрита до соціальних ініціатив.

Важливим елементом концепції є інтеграція партнерів, які розділяють цінності гуманного ставлення до тварин. **Основним спонсором** виступає сама Fabrica L, надаючи простір для проведення події. **Додаткову підтримку та атмосферу** забезпечують популярні міські заклади: BLACK SHEEP та Смена бар. Їх участь підкреслює, що допомога тваринам — це не лише благородна справа, а й частина сучасного лайфстайлу.

Унікальною особливістю виставки є механіка входу: «Вхід = Донат». Замість фіксованої вартості квитка, відвідувачам пропонується зробити будь-який благодійний внесок. Такий підхід знімає психологічні бар'єри та залучає широке коло людей, перетворюючи кожного гостя на безпосереднього учасника доброї справи.

Візуальна складова проєкту є невід'ємним елементом цієї ідеї, виступаючи інструментом емоційного зв'язку з аудиторією. Щоб підкреслити сучасний, відкритий та позитивний характер події, в дизайні було вирішено відмовитися від стандартних, часто сумних фотографій, на користь авторської векторної графіки. Використання привітних персонажів, м'якої палітри та сучасної стилістики дозволяє створити атмосферу свята та довіри, зміщуючи акцент з проблеми безпритульності на радість від допомоги. Такий дизайнерський підхід гармонійно доповнює концепцію заходу, роблячи його привабливим для цільової аудиторії та стимулюючи бажання долучитися до благодійності.

ЛОГО

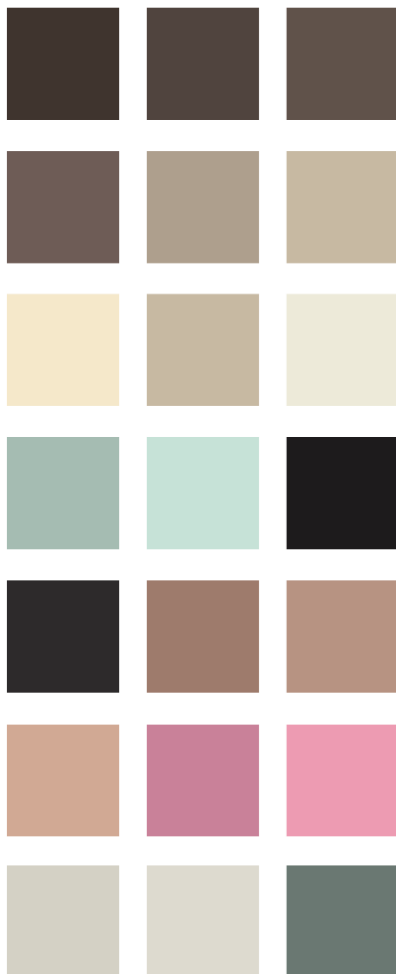


Добра
лапа

Розробка логотипу для благодійного заходу «Добра лапа» базувалася на принципах мінімалізму та емпатії. Логотип виступає основним ідентифікатором бренду, тому його форма та накреслення мають бути читабельними на будь-яких носіях — від маленьких наліпок до великих банерів. Назва «Добра лапа» несе в собі прямий комунікаційний посил, підкреслюючи основну місію фонду — допомогу та турботу. За основу було створено графічне зображення мордочки котика, котрий немов посміхається та муркотить та над його головою також було зображення відбитка лапи кота.

КОЛЬОРИ ТА ШРИФТИ

Додаткові кольори



Основні кольори



Використані шрифти

NAMU
- Pro

Panchang Variable
- Extrabold

Типографіка: для заголовків та акцентних написів було обрано шрифт Panchang Variable - Extrabold. Це сучасний, широкий гротеск, який виглядає монументально та впевнено. Його використання в назві фестивалю «CAT-FEST» дозволяє привернути увагу та надати події трендового, молодіжного вигляду. Для основного тексту та навігації використано шрифт NAMU Pro. Це геометричний гротеск з українським корінням, який відрізняється високою читабельністю та естетичною довершеністю. Вибір українського шрифту також підкреслює локальний контекст події та підтримку національного дизайну.

Колірна палітра: колористичне рішення проєкту побудоване на поєднанні м'яких, пастельних відтінків з яскравими акцентами.

РЕКЛАМНИЙ ПЛАКАТ (ВЕРТИКАЛЬНИЙ)



РЕКЛАМНИЙ ПЛАКАТ (ГОРИЗОНТАЛЬНИЙ)



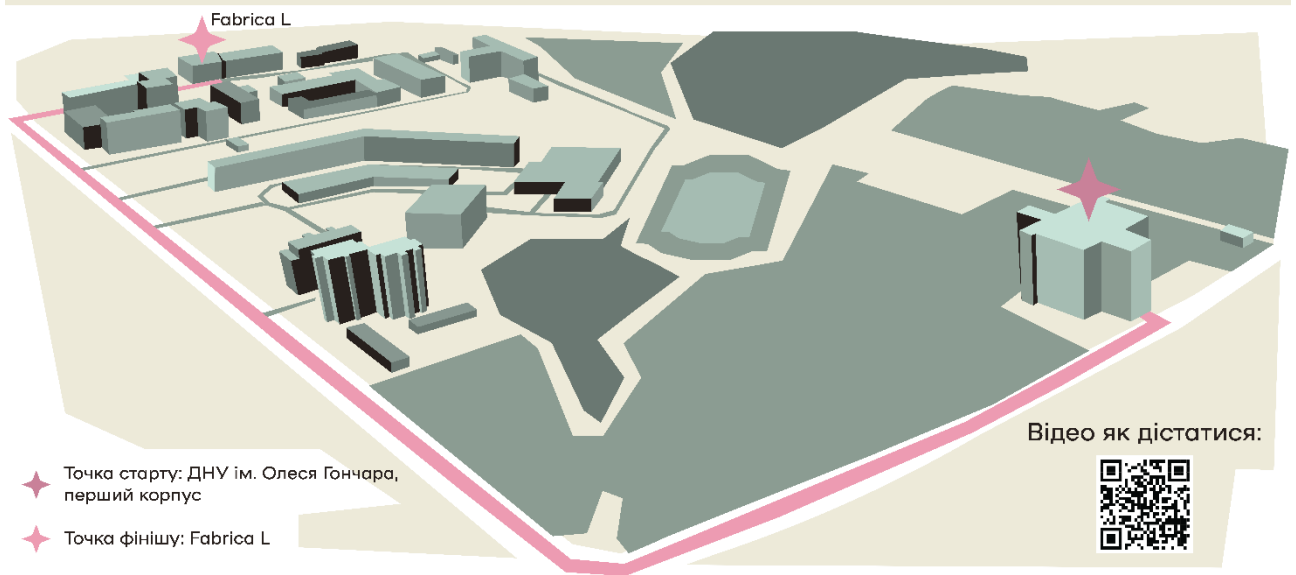
ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПЛАКАТ



На інформаційному плакаті було розміщена інформація про те, коли починається подія, вартість (донат) та лого двох закладів, котрі приймають участь у співпраці та пригощанні гостей. Акцентним великим шрифтом було вказано на якому поверсі даного арт-простору проходить благодійна виставка котів.

КАРТА

ЯК ДІСТАТИСЯ ДО МІСЦЯ ПРИЗНАЧЕННЯ:



При розробці карти, було використано реальний 3д вигляд місцевості для побудування маршруту. Рожевими зірками було позначено точку старту та фінішу, а також рожевий маршрут, котрий відповідає відео, на яке можна перейти просканувавши qr-код, де також показано як пройти на місце призначення. Маршрут зображено схематично, без зайвого візуального шуму, акцентуючи увагу лише на ключових поворотах та вулицях.

Відео буде як допомога та полегшення для відвідувачів для розуміння орієнтації у просторі.

ПЛАН ПРОСТОРУ



План приміщення чітко показує простір виставки, розділяючи потоки людей та забезпечуючи комфорт як для відвідувачів, так і для тварин.

Зона котиків відокремлена від гучних зон (Бар, Їжа), що мінімізує стрес для тварин. Чітко позначені технічні зони: Вбиральня, Вхід/Вихід. Кольорове кодування зон на плані відповідає загальній стилістиці, що робить схему інтуїтивно зрозумілою.

ПІКТОГРАМИ



ЗОНА КОТИКІВ



ВБИРАЛЬНЯ



ЗООТОВАРИ



WI-FI (ПАРОЛЬ)



ЇЖА



МОЖНА ПАЛИТИ



БАР



ВХІД/ВИХІД

Для системи візуальної комунікації було розроблено набір піктограм у єдиному лінійному стилі. Іконки (**Зона котиків**, **Зоотовари**, **Їжа**, **Бар**, **Wi-Fi**, **Можна палити**) виконані з використанням тих самих округлих форм, що й у логотипі. Лаконічність піктограм дозволяє миттєво зчитувати функцію зони без необхідності читати підписи, що є критично важливим в умовах великого скупчення людей. Вони виступають універсальною мовою навігації, роблячи простір дружнім та доступним для всіх категорій відвідувачів.



ЗОНА КОТИКІВ



ЗООТОВАРИ



ЇЖА



БАР



ВБИРАЛЬНЯ



WI-FI (ПАРОЛЬ)



МОЖНА ПАЛИТИ



ВХІД/ВИХІД



МОКАПИ

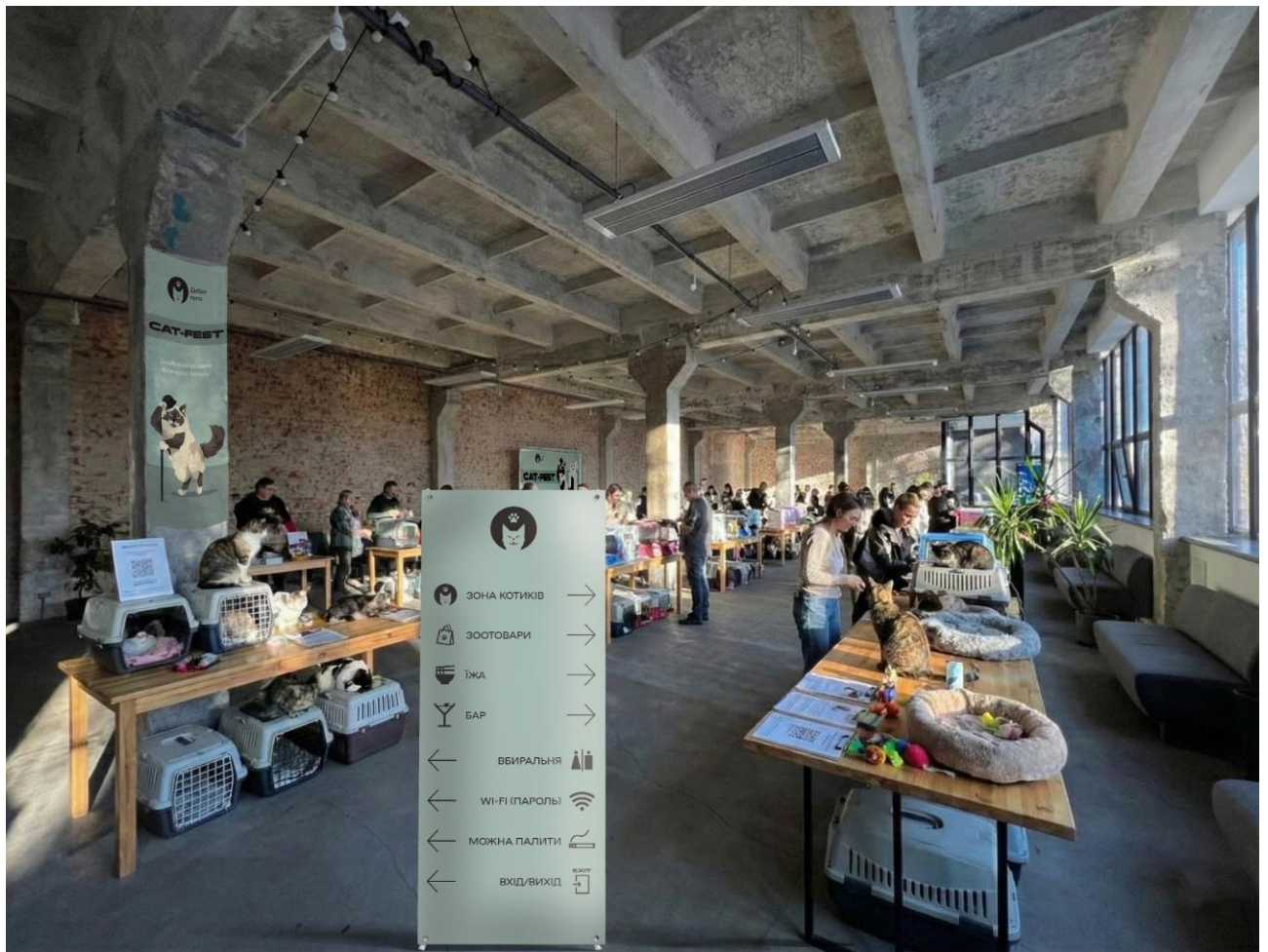












Приблизний вигляд виставки у реальному житті