

## **ІДЗ на курс «Сучасні візуальні практики та комунікація»**

Формат: індивідуальний проєкт

Тип роботи: візуально-комунікаційний проєкт з аналітичним обґрунтуванням.

### **Загальна ідея завдання**

Розробити авторський візуально-комунікаційний продукт із використанням сучасних PR-технологій та мистецьких практик для просування соціально значущої ініціативи.

Тематика може бути пов'язана з:

- соціальною інтеграцією,
- ветеранськими ініціативами,
- ментальним здоров'ям,
- локальною громадою,
- культурною пам'яттю,
- освітніми трансформаціями.

### **РІВЕНЬ 1 (БАЗОВИЙ) – якщо претендуєте на 75 балів**

Завдання:

Розробити візуальну PR-кампанію для просування соціального або культурного проєкту.

Обов'язкові елементи:

1. Візуальна айдентика (логотип + кольорова концепція).

2 - 3 візуальних продукта:

-постери / банери / соцмережеві візуали.

Коротке пояснення (3–5 сторінок):

- цільова аудиторія,
- обрана PR-стратегія,
- використані естетичні принципи (контраст, ритм, композиція, символіка),

- комунікативна мета.

**Акценти:**

- базові PR-технології (позиціонування, меседжинг),
- візуальна цілісність,
- етичність комунікації.

**РІВЕНЬ 2 (АНАЛІТИКО-КРЕАТИВНИЙ) – якщо претендуєте на  
90 і вище балів**

Завдання:

Створити візуально-комунікаційну концепцію соціальної кампанії з використанням мистецьких практик.

**Додатково до базового рівня:**

1. Обґрунтувати:

- тип комунікаційної стратегії (інформаційна, іміджева, провокаційна, емоційна).

2. Інтегрувати одну сучасну мистецьку практику:

- стріт-арт,
- цифровий перформанс,
- інсталяцію,
- відео-арт,
- арт-інтервенцію в публічному просторі.

3. Проаналізувати:

- вплив візуальних образів на сприйняття,
- ризики маніпулятивності.

Теоретична частина (5–8 сторінок):

- візуальна культура,
- механізми емоційного впливу,
- символічний капітал,
- естетика мінімалізму / постмодерну / соціального реалізму (за вибором).