

III ВСЕУКРАЇНСЬКА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ
З МІЖНАРОДНОЮ УЧАСТЮ

«ІННОВАТИКА В ОСВІТІ, ДИЗАЙНІ ТА МИСТЕЦТВІ»



ПІВДЕННОУКРАЇНСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ
ПЕДАГОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ К. Д. УШІНСЬКОГО

Державний заклад «Південноукраїнський
національний педагогічний університет
імені К. Д. Ушинського»



ХУДОЖНЬО-
ГРАФІЧНИЙ
ФАКУЛЬТЕТ

КАФЕДРА ПРОФЕСІЙНОЇ ОСВІТИ ТА ДИЗАЙНУ



23-24 КВІТНЯ 2026 Р.
м. Одеса, Україна

Міністерство освіти і науки України

**Державний заклад «Південноукраїнський національний
педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»
художньо-графічний факультет
кафедра професійної освіти та дизайну**

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

**III ВСЕУКРАЇНСЬКОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ
З МІЖНАРОДНОЮ УЧАСТЮ**

**«ІННОВАТИКА В ОСВІТІ, ДИЗАЙНІ
ТА МИСТЕЦТВІ»**

23-24 квітня 2026 р.

Одеса, 2026

УДК: 378:[37+7]:001.895

I-66

DOI: 10.5281/zenodo.21358452

Рекомендовано до друку Вченою радою Державного закладу
«Південноукраїнський національний педагогічний університет
імені К. Д. Ушинського» (*протокол № 15 від 25.06.2026 р.*)

Рецензенти:

Бредньова Віра Петрівна, кандидат технічних наук, професор кафедри
нарисної геометрії та інженерної графіки Одеської державної академії
будівництва та архітектури;

Бартенєва Ірина Олександрівна, кандидат педагогічних наук, доцент,
доцент кафедри педагогіки Державного закладу «Південноукраїнський
національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

I-66 Інноватика в освіті, дизайні та мистецтві : матеріали III Всеукраїнської
науково-практичної конференції з міжнародною участю, м. Одеса,
23-24 квітня 2026 року. Одеса: Університет Ушинського, 2026. 301 с.

До збірника увійшли матеріали III Всеукраїнської науково-практичної
конференції «Інноватика в освіті, дизайні та мистецтві», яка відбулася у
Державному закладі «Південноукраїнський національний педагогічний
університет імені К. Д. Ушинського» 23–24 квітня 2026 року. Матеріали
конференції відображають науково-дослідницькі та методично орієнтовані
підходи, а також сучасні тенденції використання інновацій і висвітлюють
актуальні проблеми освіти, дизайну та мистецтва в контексті сьогодення.

Збірник призначений для науковців (докторантів, аспірантів),
здобувачів вищої освіти вітчизняних і зарубіжних закладів, педагогічних
працівників різних типів освітніх установ, а також художників, дизайнерів і
представників творчих індустрій.

Відповідальність за дотримання принципів академічної доброчесності в
текстах доповідей несуть їх автори.

© Державний заклад «Південноукраїнський
національний педагогічний університет
імені К.Д. Ушинського», 2026

© Колектив авторів, 2026

«ІННОВАТИКА В ОСВІТІ, ДИЗАЙНІ ТА МИСТЕЦТВІ»

23-24 квітня 2026 р.

ОРГКОМІТЕТ КОНФЕРЕНЦІЇ

Голова:

Штайнер Тетяна Віталіївна – викладачка кафедри професійної освіти та дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського».

Заступник голови:

Лісогор Алла Вікторівна – викладачка кафедри професійної освіти та дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»

Відповідальний секретар конференції:

Шедіна Світлана Віталіївна – викладачка-стажистка кафедри професійної освіти та дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського».

Члени оргкомітету:

Твердохлібова Яніна Миколаївна – виконувачка обов'язків деканки художньо-графічного факультету Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»;

Усов Валентин Валентинович – завідувач кафедри професійної освіти та дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського», доктор фізико-математичних наук, професор;

Колесова Олена Анатоліївна – кандидатка філософських наук, старша викладачка кафедри професійної освіти та дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»;

Кібіч Денис Олександрович – доктор філософії, викладач кафедри професійної освіти та дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського»;

Страутман Лінда Леонідівна – асистентка кафедри професійної освіти та дизайну Державного закладу «Південноукраїнський національний педагогічний університет імені К. Д. Ушинського».

<i>Gurina K., Lisohor A.</i> PROJECT-BASED LEARNING IN DESIGN EDUCATION: FASHION DESIGN AS A PROJECT PROCESS	137
<i>Dotsenko I., Lisohor A.</i> MATERIAL AS A CONCEPT IN FASHION DESIGN: EXPERIMENTAL APPROACHES TO FORM-MAKING AND DESIGN	143
<i>Касьяненко О. С., Штайнер Т. В.</i> ВІЗУАЛЬНА АЙДЕНТИКА БРЕНДУ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ФІРМОВОГО СТИЛЮ	148
<i>Кібіч Д. О.</i> МЕТОДИКА ВИКЛАДАННЯ ВІТРАЖНОЇ КОМПОЗИЦІЇ ДЛЯ ВДОСКОНАЛЕННЯ РОБОТИ З КОЛЬОРОМ У ДИЗАЙН- ПРОЄКТУВАННІ	152
<i>Kolpak O., Strautman L.</i> INNOVATIVE TECHNOLOGIES AND THE TECTONICS OF COSTUME AS A FOUNDATION FOR CONTEMPORARY FASHION AND ACCESSORY DESIGN	155
<i>Мига Д. С., Колесова О. А.</i> ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНСЬКИХ МІСТ В УМОВАХ ВОЄННИХ ТА ПОВОЄННИХ ВИКЛИКІВ	158
<i>Нікітюк А. Д., Шедіна С. В.</i> ЗАСТОСУВАННЯ БІОМІМЕТИЧНИХ ПРИНЦИПІВ БУДОВИ КРИЛА МЕТЕЛИКА У ФОРМУВАННІ ТЕКТОНІКИ СУЧАСНОГО ОДЯГУ	162
<i>Полякова М., Кравченко Д.</i> ВПЛИВ КОЛІРНОЇ ГАМИ НА ФОРМУВАННЯ ВІЗУАЛЬНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ КОНДИТЕРСЬКОГО ЗАКЛАДУ	167
<i>Прокопенко Є. Є., Красюк І. О.</i> НЕЙРОМЕРЕЖІ В СИСТЕМІ МИСТЕЦЬКОЇ ТА ДИЗАЙН-ОСВІТИ: ВІД ЕТИЧНИХ ДИЛЕМ ДО ІНСТРУМЕНТУ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОСТІ ЗДОБУВАЧІВ	173
<i>Strautman L.</i> CONCEPT ART IN FASHION DESIGN: FROM COMPOSITION TO THE DEVELOPMENT OF VISUAL IMAGERY	178
<i>Шедіна С. В.</i> КОМП'ЮТЕРНЕ МОДЕЛЮВАННЯ У ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ ОДЯГУ ЯК ЗАСІБ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНОГО МИСЛЕННЯ	181
<i>Shtainer T.</i> VISUAL CODE OF THE POP INDUSTRY: STRATEGIES FOR FORMING MULTIPLATFORM IDENTITY	188

VISUAL CODE OF THE POP INDUSTRY: STRATEGIES FOR FORMING MULTIPLATFORM IDENTITY

SHTAINER Tetiana,

*Lecturer at the Department of Professional Education and Design
Faculty of Art and Graphics, State Institution «South Ukrainian National
Pedagogical University named after K. D. Ushynsky», Odesa, Ukraine*

Keywords: *visual code; pop industry; multiplatform identity; transmedia storytelling; emotional design; participatory culture; digital visual culture.*

In the contemporary cultural field of the pop industry, design is undergoing a transformation from a supporting tool into a strategic mechanism for constructing meanings, identities, and models of audience interaction. In this context, the visual component increasingly transcends its decorative function and acquires the status of an autonomous communicative system that structures the perception of cultural products.

At the same time, a particularly illustrative example of such transformations can be observed in global pop culture, especially the K-pop industry, which is widely regarded as a complex socio-cultural phenomenon [10; 11]. It demonstrates a high level of integration of graphic design, fashion, media, and digital technologies into a unified branding system.

A particularly illustrative example of these processes can be observed in the visual strategies of K-pop groups such as BTS, BLACKPINK, and ASTRO. Their identity systems are constructed through the integration of multiple visual layers, including graphic elements (album design, logos, and visual branding), stylistic components (fashion, stage aesthetics, and performance image), and digital environments (music videos, promotional content, and social media narratives).

Across all three cases, each comeback or release functions as a structured reconfiguration of the group's visual code, introducing new

aesthetic concepts while maintaining a stable level of brand recognizability. BTS demonstrates a narrative-driven approach that often incorporates symbolic and conceptual frameworks; BLACKPINK emphasizes strong brand consistency combined with high-impact visual minimalism; while ASTRO illustrates a more fluid transition between soft romantic aesthetics and more mature visual storytelling.

The comparative characteristics of these visual strategies are summarized in Table 1.

Table 1

Comparative visual identity strategies of K-pop groups

Group	Visual Strategy	Key Characteristics
BTS	Narrative-driven identity	symbolic storytelling, conceptual frameworks, myth-based visuals
BLACKPINK	Brand-consistent minimalism	high-impact aesthetics, luxury branding, strong visual identity stability
ASTRO	Aesthetic transition model	soft romantic to mature visual storytelling, flexible identity system

This comparative perspective highlights how different strategies of visual identity construction operate within the K-pop industry. Despite stylistic differences, all three groups rely on principles of multiplatform identity and transmedia storytelling, where visual communication extends across music videos, fashion, album design, and digital media ecosystems.

Against this background, the relevance of the study is determined by the need to conceptualize transmedia storytelling as a mechanism for constructing a coherent and adaptive visual language across fragmented media environments [1]. Within the framework of convergence culture, the visual code functions as an integrative element that connects multiple communication channels into a unified semiotic system.

This integrative function can be illustrated through a model of multiplatform identity (Fig. 1).

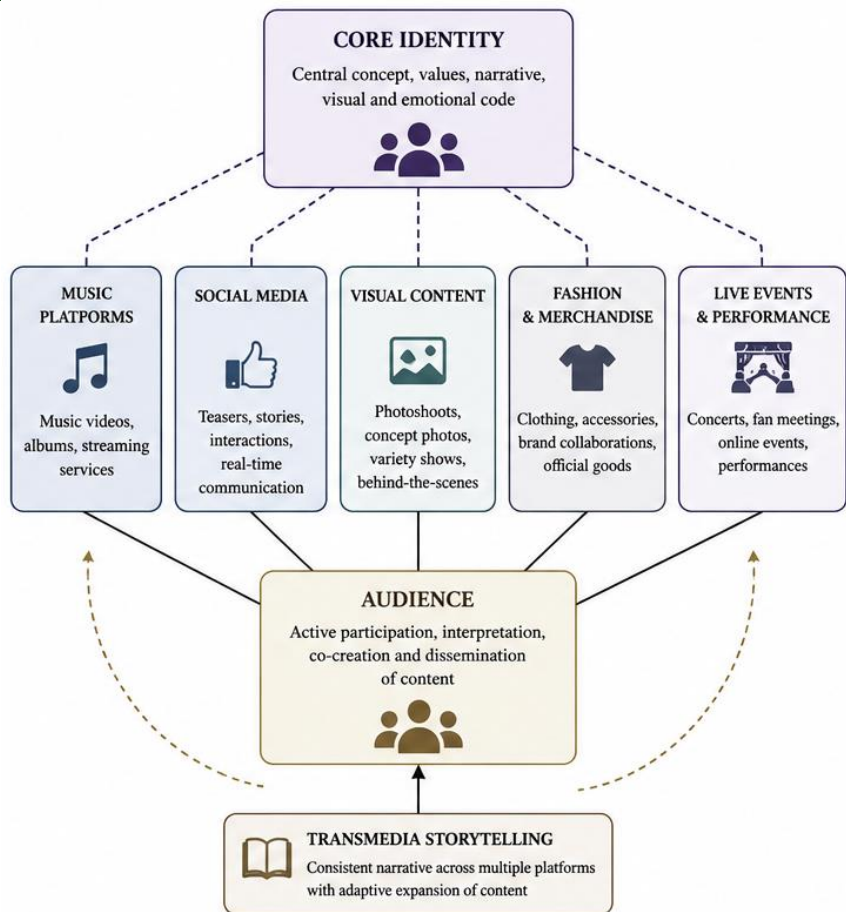


Fig. 1. Model of multiplatform identity in the pop industry
(developed by the author with the use of AI tools)

Furthermore, in conditions of information overload, the visual dimension acts as a primary cognitive and emotional filter of perception, shaping the audience's engagement and affective response [2]. Thus, design should be understood not only as a representational tool but also as a mechanism of emotional and behavioral experience engineering.

Recent studies further indicate that pop culture operates as a global communicative space where local and transnational identities intersect and interact [4; 10]. However, these processes are not homogeneous, as audiences differ in their interpretative frameworks depending on their cultural, social, and media backgrounds.

This, in turn, foregrounds the issue of positionality in reception, emphasizing the importance of considering the socio-cultural context of the audience as a key factor in interpreting visual systems.

From a methodological perspective, the study is grounded in an interdisciplinary approach combining semiotics, emotional design theory, media studies, and cultural analysis. This framework allows the visual code to be interpreted not as a static structure but as a dynamic system of meaning production.

Within this context, the concept of participatory culture is particularly relevant, as it marks the transition from passive consumption to active co-creation of content [1; 4]. Consequently, identity systems in the pop industry become open, flexible, and continuously evolving.

Moreover, globalization processes and the spread of the Korean Wave (Hallyu) contribute to the intensification of cultural exchange and the emergence of new models of visual communication [11]. This allows the pop industry to be viewed as a catalyst for innovation in contemporary design practices.

Furthermore, transnational fan communities represent complex socio-cultural systems operating beyond geographical and cultural boundaries. They combine a cosmopolitan sense of belonging with internal differentiation based on race, gender, and cultural experience [10].

Proceeding to a structural level of analysis, the visual code can be conceptualized as a multidimensional system operating at the intersection of graphic, stylistic, interactive, and digital levels.

The structure of the visual code can be represented schematically (Fig. 2).

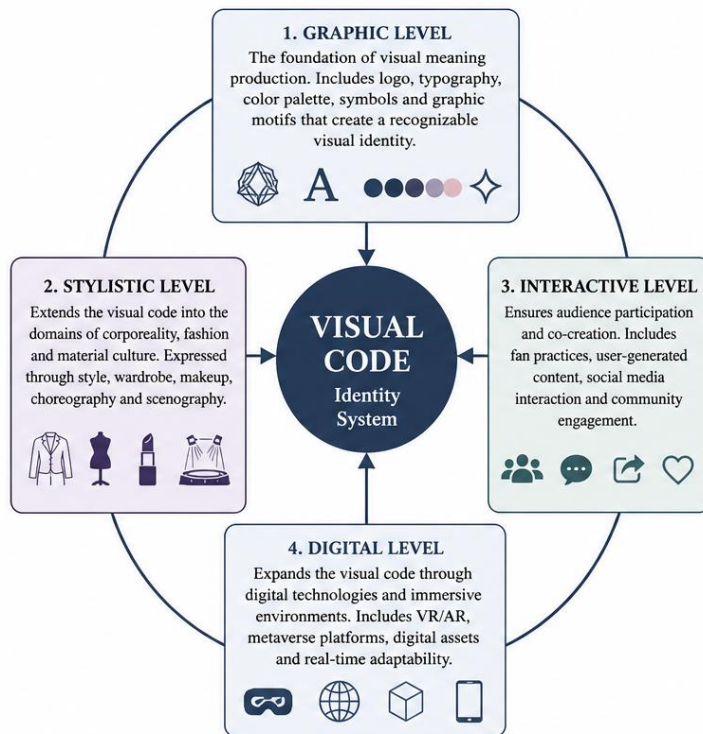


Fig. 2. Multidimensional structure of the visual code in the pop industry (developed by the author with the use of AI tools)

Primarily, the graphic level constitutes a foundational layer of visual meaning production, establishing a semiotic framework of perception. Within pop-cultural practices, it is expressed through cyclical branding strategies, where visual identities are continuously adapted according to narrative development, corresponding to principles of emotional design [2].

In addition, the stylistic level extends the visual code into the domains of corporeality, fashion, and material culture. In this regard, integration into the global fashion discourse is achieved through brand collaborations and the adaptation of runway aesthetics into mass culture

[3]. Thus, clothing operates not merely as an aesthetic object but as a carrier of cultural meaning and a marker of identity.

On a broader cultural level, pop culture functions as a system of symbolic transmission influencing local cultural practices and interpretative frameworks. In the Ukrainian cultural context, for instance, it contributes to the reconfiguration of artistic forms and communicative strategies [12].

Furthermore, the interactive level reflects a fundamental shift toward co-creation. User-generated content practices demonstrate the transition from centralized design systems to decentralized participatory platforms, where users become co-authors of visual meaning [4].

Finally, the digital level expands the functionality of the visual code through the implementation of virtual reality, augmented reality, and metaverse environments [5]. In this context, visual identity becomes an adaptive system capable of real-time transformation and contextual responsiveness.

In conclusion, the visual code of the pop industry emerges as a complex synthesis of graphic design, fashion, digital technologies, and interactive practices. It operates as a multilayered semiotic system that ensures the integrity of multiplatform identity and functions as a key instrument of contemporary cultural meaning-making.

The visualizations presented in this study (Fig. 1–2) were generated using AI-based tools and refined by the author.

REFERENCES

1. How K-pop stars became the ultimate luxury ambassadors. *Vogue Business*. 2023. URL: <https://www.voguebusiness.com/fashion/how-k-pop-stars-became-the-ultimate-luxury-ambassadors>
2. Jenkins H. *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press, 2006. 308 p. URL: <https://nyupress.org/9780814742815/convergence-culture/>
3. Kan, D. S., Steliuk, M. A. The phenomenon of modern Korean culture: Korean wave Hallyu. *Bulletin of Lviv University. Series: Philosophical and Political Studies*. 2025. (60), Pp. 89–96.

DOI: <https://doi.org/10.30970/PPS.2025.60.9>

4. Lim S. *South Korean popular culture in the global context: beyond the fandom*. London: Routledge, 2022. 132 p.

5. Lisohor A., Shtainer T., Sylenko Y. Application of comprehensive design projecting in the educational process of professional training of specialists in the field of design. *Humanities science current issues*. Drohobych : Publishing House "Helvetica", 2025. Issue 86. Vol. 2. Pp. 102–107.

DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/86-2-16>

6. Maksymchuk A., Shvets O., Shtainer T., Petrova I., Kravchenko N., Abramova O. Developing art and graphic skills among future designers: an integrative principle and a methodical model. *Revista Romaneasca pentru Educatie Multidimensionala*. 2024. Vol. 16, No. 2. Pp. 105–117.

DOI: <https://doi.org/10.18662/rrem/16.2/848>

7. Norman D. A. *Emotional design: why we love (or hate) everyday things*. New York: Basic Books, 2004. 257 p. URL: <https://www.nngroup.com/books/emotional-design/>

8. Plakhotniuk V. G. Pop Culture Ukraine in the context of art cultural realities. *Paradigm of Knowledge*, 2014, № 1, Pp. 1–12. URL: <https://naukajournal.org/index.php/Paradigm/article/view/279>

9. Shtainer T. V., Shedina S. V. Intersection of graphic design, decorative arts, and visual advertising in textile print design: preserving cultural traditions. Science, technology and global challenges: proceedings of the 6th International scientific and practical conference (Tokyo, February 5–7, 2026). Tokyo: CPN Publishing Group, 2026. Pp. 279–287.

10. Shtainer T., Halitsan O. Transformation of visual culture under the influence of Asian pop culture and its use in the training of future designer educators. Theoretical and practical aspects of modern scientific research: proceedings of the VII International scientific and practical conference (Seoul, March 13, 2026). Seoul-Vinnytsia: Case Co., Ltd. & UKRLOGOS Group LLC, 2026. Pp. 217–225.

DOI: <https://doi.org/10.36074/logos-13.03.2026.040>