

УДК 378

## ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ФЭШН-ДИЗАЙНА В РАЗВИТИИ ЭСТЕТИЧЕСКОГО ВКУСА БУДУЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ В ОБЛАСТИ ДИЗАЙНА

*Мелкова Светлана Васильевна*, кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры дизайна, Кемеровский государственный институт культуры (г. Кемерово, РФ). E-mail: Veta\_mail@mail.ru

Среди многих учебно-воспитательных задач, решаемых вузами в ходе профессиональной подготовки специалистов, особое место занимает формирование у будущих дизайнеров эстетического вкуса. Непосредственное влияние на формирование эстетического вкуса студентов оказывает такое явление современной культуры, как фэшн-дизайн.

Цель статьи – раскрыть роль фэшн-дизайна в формировании эстетического вкуса студентов-дизайнеров, выявить его позитивное и негативное воздействие на обучаемых.

В статье характеризуются проблемы развития эстетического вкуса в дизайн-образовании, подчеркивается необходимость разграничения понятий «художественный вкус» и «эстетический вкус». Особое внимание уделяется анализу понятия «фэшн-дизайн», которое охватывает все сферы деятельности, порождаемые модой, включая дизайн костюма, журналы мод, обложки журналов, фэшн-иллюстрации, фэшн-альбомы, реклама модных брендов и др.

На основе анализа работ современных фэшн-иллюстраторов делается вывод о возможности как положительного, так и отрицательного воздействия фэшн-иллюстрации не только на формирование эстетического вкуса людей, но и нравственных ценностей, образа жизни.

Приводятся результаты эмпирического исследования (анкетирования), подтверждающего высокую востребованность и актуальность фэшн-дизайна в целом и фэшн-иллюстраций, в частности, как средства представления информации о моделях одежды.

В статье представлены результаты работы кафедры «Дизайна» Кемеровского государственного института культуры (КемГИК) в направлении фэшн-дизайна: проектирование коллекций одежды, разработка фэшн-иллюстраций, фэшн-альбомов и др.

**Ключевые слова:** дизайнеры, эстетический вкус, художественный вкус, фэшн-дизайн, мода, фэшн-иллюстрация, исследование.

## PEDAGOGICAL POSSIBILITIES OF FASHION DESIGN IN THE DEVELOPMENT OF AESTHETIC TASTE OF FUTURE SPECIALISTS IN THE FIELD OF DESIGN

*Melkova Svetlana Vasilyevna*, PhD in Techniques, Associate Professor, Associate Professor of Department of Design, Kemerovo State University of Culture (Kemerovo, Russian Federation). E-mail: Veta\_mail@mail.ru

Among the many educational and educational tasks that universities solve during the professional training of specialists, a special place is occupied by the formation of aesthetic taste in future designers. Such a phenomenon of modern culture as fashion design has a direct impact on the formation of students' aesthetic taste.

The purpose of the article is to reveal the role of fashion design in shaping the aesthetic taste of design of students to identify its positive and negative impact on trainees.

The article describes the problems of the development of aesthetic taste in design education, emphasizes the need to distinguish between the concepts of "artistic taste" and "aesthetic taste." Particular attention is

paid to the analysis of the concept of “fashion design,” which covers all areas of activity generated by fashion, including the costume design, fashion magazines, magazine covers, fashion illustrations, fashion albums, advertising of fashion brands, etc.

Based on the analysis of works of modern fashion illustrators, a conclusion is made about the possibility of both, positive and negative effects of fashion illustration not only on formation of the aesthetic taste of people but also moral values and lifestyle.

The results of an empirical study (questionnaire), confirming the high demand and relevance of fashion design in general and fashion illustrations, in particular, as a means of giving the information about clothing models are presented.

The article presents the results of the work of Department of Design of Kemerovo State University of Culture (KemGIK) in the direction of fashion design: design of clothing collections, development of fashion illustrations, fashion albums, etc.

**Keywords:** designers, aesthetic taste, artistic taste, fashion-design, fashion, fashion-illustration, research.

Специфика и сложность подготовки дизайнеров объективно обусловлена интегративной природой художественно-технического проектирования, многообразием объектов и видов их профессиональной деятельности. Эти особенности профессионального обучения будущих дизайнеров отражает федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования (ФГОС ВО), регламентирующий обучение студентов вузов по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн» (уровень бакалавриата). В нем в составе областей профессиональной деятельности выпускников, освоивших программу бакалавриата, указаны творческая деятельность по формированию эстетически выразительной предметно-пространственной и архитектурной среды; предметные системы и комплексы; информационное пространство; интегрирующая проектно-художественная, научно-педагогическая деятельность, направленные на создание и совершенствование конкурентоспособной отечественной продукции, развитие экономики, повышение уровня культуры и качества жизни населения; художественное образование [16].

Овладение профессией дизайнера предполагает решение многих учебно-воспитательных задач, среди которых особое место занимает формирование у будущих дизайнеров эстетического вкуса. Этой проблеме в последние годы посвящено немало публикаций в профессиональной печати. Наряду с общей постановкой проблемы развития эстетического вкуса личности в процессе обучения дизайну [6; 10; 14] рассматриваются педагогические условия развития эстетического вкуса будущих дизайнеров в информационной

образовательной среде [15], определяются место и роль эстетической компетенции в дизайн-образовании [11]. Значительное место в развитии эстетического вкуса будущих дизайнеров отводится важнейшим эстетическим категориям. Так, в работах Л. К. Проскуриной в качестве основ формирования эстетического отношения к предметному миру у студентов-дизайнеров рассматриваются категории «красота» [12] и «прекрасное» [13], а в статье В. П. Климова и Г. П. Климовой в качестве проективной формы воспитания эстетического вкуса дизайнера анализируется категория «эстетическая мера» [4].

Следует отметить, что наряду с работами, посвященными подготовке дизайнеров, авторы которых используют термин «эстетический вкус», имеются публикации, использующие термин «художественно-эстетический вкус» [1; 3] и «художественно-эстетическая культура» [17].

На наш взгляд, методологически верной является позиция, согласно которой категории «эстетическое» и «художественное» и соответствующие им понятия «эстетический вкус» и «художественный вкус» являются самостоятельными и их не следует смешивать. Наиболее четко эта мысль обоснована и выражена в работе В. П. Климова и Г. П. Климовой «Эстетическое невежество в парадигме дизайна», в которой одной из разновидностей профессионального невежества в дизайне называется неразличение «эстетического» и «художественного». В чем же авторы этой работы видят принципиальное различие между эстетическим и художественным вкусом? Они утверждают: «Дизайн, по преимуществу, – эстетическое явление. Эстетическое

в дизайне, да и в социуме, формируется (до содержания) в «литературном или тематическом» смысле как особое композиционное мышление в области формальных признаков объекта, что, по существу, является особым проявлением профессионального вкуса. Феномен эстетического вкуса позволяет объективно оценивать любые композиционные характеристики не только произведений искусства, но и явления природного мира и объекты материальной культуры. Тогда как художественный вкус, сформированный в рамках одного или нескольких видов искусства, способен охватить лишь свое профессиональное поле и поэтому может быть определен как видовой, ведомственный. Известно, что наличие одного из видов художественного вкуса (музыкального, литературного, пластического) не только не гарантирует наличие эстетического чувства, но и не позволяет адекватно оценивать пограничные художественные сферы» [4, с. 85].

Исходя из необходимости четкого разделения понятий «эстетический вкус» и «художественный вкус» под эстетическим вкусом будем понимать «способность человека к различению, пониманию и оценке эстетических явлений во всех сферах жизни и искусства, неперемное условие художественного творчества; аксиологическую категорию, отражающую систему ценностных ориентаций, систему эстетических предпочтений, основанных на культуре личности и на творческой переработке эстетических впечатлений» [18].

Цель данной статьи – раскрыть роль фэшн-дизайна в формировании эстетического вкуса студентов-дизайнеров, выявить его позитивное и негативное воздействие на обучаемых.

Как показал проведенный анализ публикаций, работы, посвященные анализу возможностей фэшн-дизайна в развитии эстетического вкуса будущих дизайнеров, практически отсутствуют. Это во многом объясняется новизной самого понятия «фэшн-дизайн», что подтверждается отсутствием его трактовки в справочных изданиях по культурологии, дизайну, моде.

Следует пояснить, что английское слово «*fashion*» (в русскоязычном написании используются два варианта «фэшн» и «фешн») многозначно и переводится как: 1) образ, манера; 2) фасон, покрой; форма; 3) стиль, мода [9, с. 268]. В последние годы в русском языке «фэшн» часто ис-

пользуется как часть составных слов, таких как фэшн-дизайнер (модельер), фэшн-перформанс (показ мод), фэшн-шоу (демонстрация модной одежды и аксессуаров), фэшн-индустрия (производство модной одежды) и множество других.

Понятие «фэшн-дизайн» охватывает все области, связанные с модой. В каждом европейском языке есть слово, аналогичное русскому «мода» (от лат. *modus* – мера, правило, предписание, образ действия): французское *mode*, итальянское *moda*, английское *fashion* [5, с. 42]. Мода – это совокупность вкусов и взглядов, господствующих в определенной среде, в определенное время. В широком смысле, мода – это кратковременное господство определенных вкусов в обществе, в том числе в манере одеваться. Согласно энциклопедии моды под термином «мода» подразумевается «постоянное стремление к изменению всех форм проявления культуры, но обычно имеют в виду одежду» [2, с. 11]. Мода является универсальным механизмом постоянного обновления общественной жизни, который действует на основе утверждения нового в жизни общества. У людей возникает необходимость обращения к наиболее популярным утвержденным в обществе образцам одежды для смены внешнего вида и преобразования себя согласно эстетическим идеалам.

Понятие «фэшн-дизайн» является очень емким, широким понятием, потому что распространяется на все сферы деятельности, порождаемые модой – это и дизайн костюма, журналы мод, обложки журналов, фэшн-иллюстрации, фэшн-альбомы, реклама модных брендов и даже оформление модных магазинов.

Фэшн-дизайн объединяет в себе традиции и инновации. Современный дизайнер должен разбираться в анатомии человека, истории стиля, одежды и рисунка, а также владеть современными инструментами проектирования и знать тенденции рынка.

На развитие фэшн-дизайна оказали влияние выдающиеся художники XX века. Например, об этом свидетельствует анализ дизайна обложек журнала «*Vogue*» – одного из самых читаемых модных журналов в мире. Необходимо отметить, что журнал «*Vogue*» всегда стремится быть в тренде современного искусства. Не случайно среди авторов обложек журнала был знаменитый испанский художник-сюрреалист Сальвадор Дали, создавший четыре обложки для американ-

ского издания «Vogue» в 1939, 1944, 1946 году, а в 1971 году выступивший в качестве приглашенного редактора номера французского «Vogue».

Ощутимое воздействие на становление фэшн-иллюстрации оказали также работы таких известных американских художников-иллюстраторов, как Карл Эриксон – Carl Erickson (1891–1958), псевдоним Эрик (Eric), – работавший постоянным художником журнала «Vogue» с 1916 по 1958 годы; Джеймс Аллен Сент-Джон – James Allen St. John Джон (1872–1957) – художник иллюстратор, один из создателей фантазийной иллюстрации и др.

Проведенный нами анализ существующих сегодня различных стилей фэшн-иллюстраций позволяет говорить о том, что они оказывают значительное воздействие на людей, причем как положительное, так и отрицательное, что необходимо учитывать в профессиональной подготовке будущих дизайнеров. Эстетически выразительная фэшн-иллюстрация, соответствующая требованиям и принципам художественно-технического проектирования, созданная по законам средовой гармонии, целостности, красоты и выразительности, не только удовлетворяет, но и во многом формирует эстетические потребности человека, вызывает у потребителя (пользователя Интернета, читателя журнала, зрителя) положительные эмоции, погружает в мир прекрасного.

Вместе с тем в работах современных фэшн-иллюстраторов зачастую навязываются утрированные идеалы красоты и искаженные пропорции: чрезмерно длинные ноги и нереально тонкие талии. Помимо искаженных идеалов красоты фэшн-иллюстрации нередко оказывают манипулятивное воздействие на человека с целью создания коммерческого успеха тому или иному продукту, пропаганды определенного образа жизни, формирования ложных жизненных стереотипов. Появляясь в модных журналах, альбомах, онлайн-ресурсах, фэшн-иллюстрация несомненно оказывает влияние не только на продажу того или иного модного бренда одежды, аксессуаров или косметики, но также демонстрирует образ жизни. Как правило, это «красивая жизнь»: «шопинг», роскошные машины и яхты, «гламурное» и легкое времяпровождение, включая отдых, рестораны и т. п. Необходимо четко осознавать, что особое влияние это оказывает на молодых, формируя

у них ложные нравственные ценности, потребительское отношение к жизни и людям.

Однако приведенные примеры отрицательного воздействия нисколько не уменьшают значения фэшн-дизайна в целом и фэшн-иллюстрации в частности. Об этом также свидетельствуют результаты нашего исследования, нацеленного на выявление предпочтений потребителей дизайн-продуктов в представлении иллюстративного ряда. На кафедре дизайна Кемеровского государственного института культуры (КемГИК) было проведено эмпирическое исследование – анкетирование, которое позволило определить, насколько в настоящее время востребована фэшн-иллюстрация в качестве представления информации о модели одежды [8, с. 42]. В ходе исследования учитывалось и анализировалось мнение разных социальных групп: студентов, служащих коммерческих учреждений, служащих государственных предприятий, преподавателей. При этом анкетирование было рассчитано как на профессионалов в области дизайна, так и на непрофессионалов, по степени охвата оно относится к выборочному анкетированию. В результате исследования было установлено, что фэшн-иллюстрация по востребованности находится практически на одном уровне с фотографией (фотография набрала в ответах респондентов 218 баллов, а фэшн-иллюстрация – 202 балла). Эти данные свидетельствуют о значительном интересе потребителей дизайн-продуктов к фэшн-иллюстрациям, об их высокой популярности и подтверждают актуальность их разработки.

Учитывая высокую востребованность в продуктах фэшн-дизайна со стороны потребителей, исходя из богатых возможностей фэшн-дизайна по развитию эстетического вкуса будущих дизайнеров на кафедре дизайна КемГИК студентам в ходе обучения предоставляются широкие возможности по реализации своих творческих идей на примере создания эскизов моделей одежды.

Эскиз модели одежды может быть представлен в различном виде:

- фор-эскиз;
- творческий эскиз;
- технический рисунок;
- рекламная графика [7, с. 166].

Фор-эскиз – это быстрые предварительные рисунки будущей формы костюма с приблизи-

тельным изображением ее основных признаков. Главное в разработке фор-эскиза – это создание образа проектируемой модели.

В творческом эскизе должна быть показана не только общая форма одежды, что является обязательным для фор-эскиза, но и отдельные его элементы. Соответственно, творческий эскиз одежды – это изображение моделей или коллекции с детальной прорисовкой.

Технический рисунок должен точно передавать силуэт, пропорции, конструктивное решение, детали и представлять собой четкие, аккуратно прорисованные линии, несущие единый смысл.

Рекламная графика создается с целью привлечения внимания потенциальных потребителей. Она не несет никакой технической информации, в отличие от предыдущих видов. Правильно выполненная фэшн-иллюстрация наиболее точно передает настроение, эмоции, отношение, энергию и, зачастую, движение.

Фэшн-иллюстрация, обладая рекламной и информационной функциями, позволяет нам ориентироваться в огромном количестве существующих модных брендов. В тоже время фэшн-иллюстрации рекламируют и менее известные бренды, давая им возможность найти своего потребителя с учетом рекламируемого стиля и ценовой политики.

Студенты кафедры дизайна КемГИК в ходе обучения не только знакомятся с основными направлениями фэшн-дизайна, но и самостоятельно, разрабатывая различные виды эскизов, начиная с фор-эскиза, творческого эскиза и заканчивая рекламной графикой, создают коллекции одежды.

Овладение профессиональными компетенциями в сфере фэшн-дизайна позволяет будущим дизайнерам получать профессиональное признание уже на студенческой скамье. Так, творческий эскиз коллекции одежды «URBANUS», разработанный студенткой М. Павловой был отмечен золотым дипломом IV Международного фестиваля-конкурса «АРТ-ПРОСПЕКТ» (2015). Эскиз театрального костюма («Китайская красавица Ян Гуй-фэй», Пекинская опера, Китай), выполненный студенткой 3-го курса Цай Тяньтянь, отмечен дипломом IX Всероссийского конкурса «Театральные витражи» (2018). Разработка коллекции одежды «Радагаста» магистранта 2-го курса А. Бушковой удостоена дипломом 2-й степени на Международном конкурсе искусств и таланта «АРТ-ТРИУМФ» (2016).

В заключение следует отметить, что эстетический вкус является важной характеристикой личности будущего дизайнера, свидетельствует о его готовности к реализации основных видов профессиональной деятельности в соответствии с эстетической и художественно-творческой спецификой данной профессии. Обладание эстетическим вкусом является неременным условием создания любого конкурентоспособного дизайн-продукта. Эстетический вкус должен формироваться всей системой профессионального дизайн-образования, включая содержание и методы профессиональной подготовки, активное использование возможностей творческой деятельности студентов. В системе целенаправленного формирования и развития эстетического вкуса студентов-дизайнеров значительными дидактическими возможностями обладает фэшн-дизайн.

#### Литература

1. Зотова А. С., Масленникова Т. А. Развитие художественно-эстетического вкуса у дизайнеров в процессе профессиональной подготовки // Воспитание и обучение: теория, методика и практика: сб. ст. V Междунар. науч.-практ. конф. – Чебоксары: Интерактив плюс, 2015. – С. 276–280.
2. Иллюстрированная энциклопедия МОДЫ / Л. Кибалова, О. Гербенова, М. Ламарова / пер. И. М. Ильинской, А. А. Лосевой – Прага: Артга, 1986. – 608 с.: ил.
3. Каширина О. М. Художественно-эстетический вкус как средство создания целостного значения вещи в художественно-технической деятельности дизайнера костюма // Бизнес. Образование. Право. – 2012. – № 1 (18). – С. 202–206.
4. Климов В. П., Климова Г. П. Эстетическое невежество в парадигме дизайна // Акмеология профессионального образования: сб. тр. 13 Всерос. науч.-практ. конф. – Екатеринбург: Рос. гос. проф.-пед. ун-т, 2016. – С. 83–87.
5. Композиция костюма: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Г. М. Гусейнов, В. В. Ермилова, Д. Ю. Ермилова и др. – М.: Академия, 2004. – 432 с.

6. Курочкин А. А. Развитие эстетического вкуса будущих дизайнеров в системе вузовской подготовки // Тенденции формирования науки нового времени: сб. ст. Междунар. науч.-практ. конф. В 4 ч. Ч. 2. – Уфа: РИЦ БашГУ, 2014. – С. 127–130.
7. Мелкова С. В. Стили фэшн-иллюстрации в мире моды // Визуальные искусства в современном художественном и информационном пространстве: сб. науч. ст. – Кемерово: КемГИК, 2017. – Вып. 2. – С. 163–169.
8. Мелкова С. В., Супоровская А. А. Особенности проектирования фэшн-альбома // В мире науки и искусства: вопр. филологии, искусствоведения и культурологии: сб. ст. по мат-лам LXVII Междунар. науч.-практ. конф. № 12(67). – Новосибирск: СибАК, 2016. – С. 38–45.
9. Мюллер В. К. Англо-русский словарь: 53 000 слов и словосочетаний. – 20-е изд. – М.: Рус. яз. – 1985. – 894 с.
10. Плотникова Е. В. Дизайн-образование в контексте эстетической культуры // Технологическое и художественное образование учащейся молодежи: проблемы и перспективы: сб. ст. V Всерос. заоч. науч.-практ. конф. – Уфа: Восточ. печать, 2016. – С. 14–17.
11. Подмарева А. В. Место и роль эстетической компетенции в дизайн-образовании // Дизайн. Искусство. Промышленность. – № 2. – С. 40–44.
12. Проскурина Л. К. Изучение эстетической категории красоты как одной из основ формирования эстетического отношения у студентов-дизайнеров к предметному миру // Педагогика и искусство: сб. науч. тр. науч.-практ. конф. – Воронеж: Воронеж. гос. пед. ун-т, 2017. – С. 44–46.
13. Проскурина Л. К. Категория «прекрасное» как фактор эстетического развития студентов-дизайнеров в среде дизайн-образования // Антропоцентрические науки: инновационный взгляд на образование и развитие личности: сб. науч. тр. VII Междунар. науч.-практ. конф. – Воронеж: Науч. кн., 2018. – С. 268–269.
14. Пурик Э. Э., Плотникова Е. В. Развитие эстетического вкуса личности в процессе обучения дизайну // Новые идеи нового века: мат-лы Междунар. науч. конф. ФАД ТОГУ. – Хабаровск: Тихоокеан. гос. ун-т, 2014. – Т. 2. – С. 420–425.
15. Урюпина А. Ю. Педагогические условия развития эстетического вкуса будущих дизайнеров в информационной образовательной среде // Вестн. Челябин. гос. пед. Ун-та. – 2012. – № 4. – С. 238–247.
16. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования (ФГОС ВО) по направлению подготовки 54.03.01 «Дизайн» (уровень бакалавриата) [Электронный ресурс]: утв. Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации № 1004 от 11.08.2016. – URL: <http://fgosvo.ru/news/6/1911> (дата обращения: 11.11.2018).
17. Шафикова Р. Ш. Вопросы формирования художественно-эстетической культуры студента-дизайнера // ЦИТИСЭ. – 2015. – № 1 (1). – С. 22.
18. Энциклопедический словарь. Вкус эстетический [Электронный ресурс] // Словари и энциклопедии на Академик, 2000–2018. – URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/es/72588/ВКУС> (дата обращения: 12.11.2018).

#### References

1. Zotova A.S., Maslennikova T.A. Razvitie khudozhestvenno-esteticheskogo vkusa u dizaynerov v protsesse professional'noy podgotovki [Development of art and esthetic taste in designers in the course of vocational training]. *Vospitanie i obuchenie: teoriya, metodika i praktika: sbornik statey V Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii [Education and training: theory, technique and practice: collection of articles V of the International scientific and practical conference]*. Cheboksary, Interaktiv plus Publ., 2015, pp. 276-280. (In Russ.).
2. *Ilyustrirovannaya entsiklopediya MODY [The illustrated encyclopedia of FASHION]*. Prague, Artiya Publ., 1986. 608 p. (In Russ.).
3. Kashirina O.M. Khudozhestvenno-esteticheskiy vkus kak sredstvo sozdaniya tselostnogo znacheniya veshchi v khudozhestvenno-tekhnicheskoy deyatel'nosti dizaynera kostyuma [Art and esthetic taste as a tool for complete value of a thing in art and technical activity of the designer of a suit]. *Biznes. Obrazovanie. Pravo [Business. Education. The right]*, 2012, no. 1 (18), pp. 202-206. (In Russ.).
4. Klimov V. P., Klimova G.P. Esteticheskoe nevezhestvo v paradigme dizayna [Esthetic ignorance in a design paradigm]. *Akmeologiya professional'nogo obrazovaniya: sbornik trudov 13 Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii [Akmeology of professional education: collection of works 13 of the All-Russian scientific and practical conference]*. Yekaterinburg, Russian State Professional and Pedagogical University Publ., 2016, pp. 83-87. (In Russ.).
5. *Kompozitsiya kostyuma: uchebnoe posobiye dlya stud. vyssh. ucheb. zavedeniy [Suit composition: manual for student. high studies. institutions]*. Moscow, Akademiya Publ., 2004. 432 p. (In Russ.).

6. Kurochkin A.A. Razvitiye esteticheskogo vkusa budushchikh dizaynerov v sisteme vuzovskoy podgotovki [Development of esthetic taste of future designers in the system of high school preparation]. *Tendentsii formirovaniya nauki novogo vremeni: sbornik statey Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. V 4 ch. Ch. 2. [Tendency of formation of science of modern times: collection of articles of the International scientific and practical conference. In 4 parts. The part 2]*. Ufa, RITS BASHGU Publ., 2014, pp. 127-130. (In Russ.).
7. Melkova S.V. Stili feshn-illyustratsii v mire mody [Styles of a feshn-illustration in the world of fashion]. *Vizual'nye iskusstva v sovremennom khudozhestvennom i informatsionnom prostranstve: sbornik nauchnykh statey [Visual arts in modern art and information space: the collection of scientific articles]*. Kemerovo, KemGIK Publ., 2017, iss. 2, pp. 163-169. (In Russ.).
8. Melkova S.V., Suporovskaya A.A. Osobennosti proyektirovaniya f'eshn-al'boma [Features of design of a fashion-album]. *V mire nauki i iskusstva: voprosy filologii, iskusstvovedeniya i kul'turologii [In the world of science and art: questions of philology, art criticism and cultural science]*. Novosibirsk: SibAK Publ., 2016, pp. 38-45. (In Russ.).
9. Myuller V.K. *Anglo-russkiy slovar': 53 000 slov i slovosochetaniy – 20-e izdaniye [English-Russian dictionary: 53 000 words and phrases – the 20th edition]*. Moscow, Russian language Publ., 1985. 894 p. (In Russ.).
10. Plotnikova E.V. Dizayn-obrazovanie v kontekste esteticheskoy kul'tury [Design education in the context of esthetic culture]. *Tekhnologicheskoe i khudozhestvennoe obrazovanie uchashcheyshya molodezhi: problemy i perspektivy: sbornik statey V Vserossiyskoy zaachnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii [Technological and art education of the studying youth: problems and prospects: collection of articles V of the All-Russian correspondence scientific and practical conference]*. Ufa, East press Publ., 2016, pp. 14-17. (In Russ.).
11. Podmareva A.V. Mesto i rol' esteticheskoy kompetentsii v dizayn-obrazovanii [Place and role of esthetic competence of design education]. *Dizayn. Iskusstvo. Promyshlennost' [Design. Art. Industry]*, 2014, no. 2, pp. 40-44. (In Russ.).
12. Proskurina L.K. Izuchenie esteticheskoy kategorii krasoty kak odnoy iz osnov formirovaniya esteticheskogo otnosheniya u studentov-dizaynerov k predmetnomu miru [Studying of esthetic category of beauty as one of bases of formation of the esthetic relation at students designers to the objective world]. *Pedagogika i iskusstvo: sbornik nauchnykh trudov nauchno-prakticheskoy konferentsii [Pedagogics and art: collection of scientific works of a scientific and practical conference]*. Voronezh, Voronezh State Pedagogical University Publ., 2017, pp. 44-46. (In Russ.).
13. Proskurina L.K. Kategoriya «prekrasnoe» kak faktor esteticheskogo razvitiya studentov-dizaynerov v srede dizayn-obrazovaniya [Category “fine” as a factor of esthetic development of students designers in the environment of design education]. *Antropotsentricheskie nauki: innovatsionnyy vzglyad na obrazovanie i razvitiye lichnosti: sbornik nauchnykh trudov VII Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii [Anthropocentric sciences: innovative view of education and development of the personality: the collection of scientific works of the VII International scientific and practical conference]*. Voronezh, Scientific Book Publ., 2018, pp. 268-269. (In Russ.).
14. Purik E.E., Plotnikova E.V. Razvitiye esteticheskogo vkusa lichnosti v protsesse obucheniya dizaynu [Development of esthetic taste of the personality in the course of training in design]. *Novye idei novogo veka: materialy mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii FAD TOGU [The New ideas of a new century: materials of the TOGA FAD international scientific conference]*. Khabarovsk, Pacific National University Publ., 2014, vol. 2, pp. 420-425. (In Russ.).
15. Uryupina A.Yu. Pedagogicheskie usloviya razvitiya esteticheskogo vkusa budushchikh dizaynerov v informatsionnoy obrazovatel'noy srede [Pedagogical conditions of development of esthetic taste of future designers in the information educational environment]. *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta [Bulletin of the Chelyabinsk state pedagogical university]*, 2012, no. 4, pp. 238-247. (In Russ.).
16. *Federal'nyy gosudarstvennyy obrazovatel'nyy standart vysshego obrazovaniya (FGOS VO) po napravleniyu podgotovki 54.03.01 «Dizayn» (uroven' bakalavriata), utverzhdenyy prikazom Ministerstva obrazovaniya i nauki Rossiyskoy Federatsii № 1004 ot 11.08.2016 [The federal state educational standard of the higher education (FGOS IN) in the direction of preparation 54.03.01 “Design” (bachelor degree level) approved by the order of the Ministry of Education and Science of the Russian Federation No. 1004 from 8/11/2016]*. (In Russ.). Available at: <http://fgosvo.ru/news/6/1911> (accessed 11/11/2018).
17. Shafikova R.Sh. Voprosy formirovaniya khudozhestvenno-esteticheskoy kul'tury studenta-dizaynera [Questions of formation of art and esthetic culture of the student designer]. *TSITISE [TsITISE]*. Moscow, 2015, no. 1 (1), p. 22. (In Russ.).
18. *Entsiklopedicheskiy slovar'. Vkus esteticheskiiy [Encyclopedic dictionary. Taste aesthetic]*. *Slovari i entsiklopedii na Akademike, 2000-2018 [Dictionaries and encyclopedias on the Academician, 2000-2018]*. (In Russ.). Available at: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/es/72588/BKYC> (accessed 11/12/2018).