

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2020.4.42>

Молчанова Людмила Анатольевна

Мифопластика - актуальный метод проектного творчества

Статья посвящена изучению мифопластики - метода проектного творчества, основанного на стимуляции глубинных пластов человеческой психики: мифа, архетипа и символа. Первоочередной задачей исследования является развитие идей Л. Б. Переверзева - автора этой методики. В работе обоснована актуальность мифопластики, выявлены её истоки, показана её востребованность как в качестве обучающей технологии, так и в дизайнерской практике. Статья в своём содержании совмещает исследовательский и учебно-образовательный материалы.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/9/2020/4/42.html

Источник

Манускрипт

Тамбов: Грамота, 2020. Том 13. Выпуск 4. С. 213-217. ISSN 2618-9690.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/9.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/9/2020/4/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

Техническая эстетика и дизайн

Technical Aesthetics and Design

УДК 7; 687.01(045)

Дата поступления рукописи: 11.02.2020

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2020.4.42>

Статья посвящена изучению мифопластики – метода проектного творчества, основанного на стимуляции глубинных пластов человеческой психики: мифа, архетипа и символа. Первоочередной задачей исследования является развитие идей Л. Б. Переверзева – автора этой методики. В работе обоснована актуальность мифопластики, выявлены её истоки, показана её востребованность как в качестве обучающей технологии, так и в дизайнерской практике. Статья в своём содержании совмещает исследовательский и учебно-образовательный материалы.

Ключевые слова и фразы: мифопластика; проектное творчество; мифологическое мышление; символ; архетип; органопроекция; дизайнообразование.

Молчанова Людмила Анатольевна, к. ист. н., доц.
Удмуртский государственный университет, г. Ижевск
lusmolchan@mail.ru

Мифопластика – актуальный метод проектного творчества

Понятие проектной мифопластики ввел в теорию дизайна Л. Б. Переверзев в 80-х годах прошлого века. Автор методики считал мифопластику актуальной тогда. На наш взгляд, она остается актуальной и сегодня и едва ли не более актуальной, чем сорок лет назад.

Цель настоящей работы – доказать своевременность и необходимость разработки темы мифопластики как метода проектного творчества и наметить пути её интеграции в современный дизайн.

В соответствии с поставленной целью определены следующие **задачи**:

- опираясь на теорию Л. Б. Переверзева, выявить ментальные основы мифопластики и дать определение этому методу творчества;
- показать актуальность ценностных ориентиров мифопластики;
- выявить истоки мифопластики, её проявление в ремесленном дизайне;
- обнаружить и показать примеры применения мифопластики в дизайнообразовании;
- разработать принципы, ментальные установки, позволяющие дизайнеру развивать в себе способность к проектно-мифологическому мышлению;
- разработать направления, пути реализации мифопластики в учебной практике проектирования костюма.

Л. Б. Переверзев в своей работе «Проектная мифопластика предметного мира жилища как комплексного объекта» дает определение архетипам и соотносит их с символикой мифа. «Все мифологические сюжеты, как и любые другие плоды мифологического мышления, характеризующего определенные стадии общественного развития, по преимуществу архетипичны. Разумеется, в разработке и содержании таких сюжетов и такого мышления, так или иначе, часто в причудливо-фантастическом виде отражается опыт материально-практической деятельности; архетипичностью обладают лишь исходные принципы формальной организации и упорядочения этого опыта, основы его мифопластики» [10, с. 101]. Итак, основы мифопластики – исходные принципы формальной организации опыта материально-практической деятельности людей. Опыта, который, «впечатавшись» в формирующийся мозг сапиенса, стал архетипом. Согласно теории К. Г. Юнга, архетипы – это ментальные первообразы, слитые и сконцентрированные из опыта предков на протяжении миллионов лет. Эти образы являются мифологическими и потому символическими [19, с. 240, 244]. Таким образом, мифопластика – это формальная организация, или формотворчество, на основе глубинных пластов человеческой психики: мифа, архетипа и символа.

Актуальность исследования. В первой четверти третьего тысячелетия на наших глазах рождается новая парадигма мышления и, собственно, новый стиль культуры, который требует для своего выражения нового формального языка, ибо стиль – категория формы. Дизайнеры находятся в поиске такого языка – языка, способного выразить время. Формотворчество на основе глубинных пластов человеческой психики, на наш взгляд, способно стать таким языком. Пытаясь осмыслить новое время, ищут свой язык и философы. Важным аспектом новой научной парадигмы является «вписанность» мистического мышления в философские основания современной науки. Наблюдается «возвращение интереса к донаучным и вненаучным формам осмысления действительности – такой подход обладает, несомненно, колоссальным креативным потенциалом,

дает мощный стимулирующий импульс интуиции и научному поиску» [17, с. 297]. Согласно современной энциклопедии постмодернизма, идея поэтического мышления обретает в современном ментальном пространстве фундаментальный статус [12, с. 623]. И, может быть вполне закономерно, что экологичная, природосообразная адаптация архаического человека к среде обитания становится востребованной сегодня. Одухотворение, очеловечивание обитаемого мира, всего природного окружения свойственны мифопоэтическому мышлению. Можно сказать, что архаическое мировосприятие возвращается, но уже на новом витке цивилизации, и тема гуманитарной направленности дизайна, его природосообразности становится сегодня необходимой и насущной, как никогда. Мир устал от тотальной машинизации, искусственности, от бездушной отчужденности предметной среды. И, следовательно, разработка темы мифопластики с её манифестацией сил живого в нашем техногенном мире является актуальной и теоретически, и практически.

Научная новизна работы заключается в развитии теоретических установок Л. Б. Переверзева. Впервые за сорок лет мифопластика подверглась детальному изучению, в результате которого теорию удалось наполнить реальным содержанием. А именно: разработаны конкретные пути её внедрения в учебный процесс и через него – в дизайнерскую практику. Выявлены истоки мифопластики и её связь с ремесленничеством как «технологическим фольклором». Обнаружены и показаны примеры использования проектной мифопластики в дизайнообразовании. Впервые разработаны принципы обучения, позволяющие дизайнеру развивать в себе способность к проектно-мифологическому мышлению. Развитие именно этой способности Л. Б. Переверзев считал неотложной задачей своей методики [10, с. 113].

Практическая значимость работы определяется тем, что основные положения статьи используются в сфере дизайнерского образования. По материалам научных изысканий автора написано учебное пособие «Мифопластика – метод проектного творчества: человек-костюм-среда», материалы которого используются в обучении по направлению «Искусство костюма и текстиля» в Удмуртском госуниверситете [8]. Мифопластика рассматривается как раздел костюмографии, и её введение в практику обучения обусловлено необходимостью внедрения в учебный процесс новых методов проектного творчества.

Итак, мифопластика – это особый проектный метод формотворчества на основе мифа, архетипа и символа. Л. Б. Переверзев в своих работах рассматривал дом, жилище человека как образ мира и пытался связать экзотические приёмы мифопластики древних с проблематикой современного дизайна предметной среды. В деятельности архаических коллективов и современных традиционных сообществ по созданию своей пространственной среды он видел главное достоинство и одновременно актуальность для сегодняшнего дня, а именно – природосообразность, внутреннюю ориентированность на ресурсосбережение, на возобновляемость используемых человеком природных ресурсов. Обращение к традиционным ценностям, демонстрируемое наиболее чуткими и дальновидными дизайнерами Запада и Японии, он считал предвестником нового типа мышления, которое характеризуется переходом от «бездушной материи» к «сердечности», от «жесткого» к «мягкому», от систем «человек-машина» к «дружелюбному» интерфейсу, к индивидуальным заказам вещей на основе достижений высокой технологии [9, с. 275]. По прошествии почти сорока лет взгляды Л. Б. Переверзева удивительным образом перекликаются с позицией самых востребованных дизайнеров современности. Например, Филипп Старк, работая в корпорации “Thomson”, во главу угла работы компании поставил заботу о человеке. Он не использует слово «потребитель». Вместо него на всех встречах компании используются слова «мой друг», «моя жена», «моя дочь», «моя мать». Это подкрепляется лозунгом “Thomson” «от технологии к любви», который позволяет поместить в центр внимания человека. Теперь технология становится не завершением проекта, а лишь средством, конечной же целью проектирования оказывается человек, а фундаментальным критерием дизайна – любовь [11, с. 113]. По мнению Ф. Старка, надо отказываться от «мышления в общем» и проектирования для безликой аудитории вне реальной экологии и жизни. Даже рафинированная красота дизайнерского продукта уже не главное, необходимо создавать вещи долгосрочные, обращенные к человеку. Словом, постмодернистский продукт должен быть приватным, сподручным, близким человеку, он должен «говорить» с ним, вызывая теплоту и дружелюбие.

Истоки мифопластики коренятся в первобытном опыте предков. Тогда архетипы, символы и мифы не использовались, а в буквальном смысле творились. Первообразы искусства рождались спонтанно, без всякого первоначального замысла в стихийной охотничьей пантомиме, в обрядовой пляске, в ритуале. В этом коллективном действе мифопластика проявлялась самым непосредственным образом: мифы вытанцовывались, выплакивались, высмеивались, воплощаясь в музыкально-пластический образ. Это можно назвать телесной мифопластикой. В её основе предметно-чувственное, телесно-органическое мировосприятие архаического человека. И. А. Бескова назвала его реликтовым. Термин “relic” часто используется в англоязычной литературе для ссылок на подобный тип сознания. Для него характерна «эмпатия» – особый вид отношений между человеком и природой, который базируется на способности воспринимать внешние события и явления как «собственные», «в-тебе-самом происходящие» процессы, когда ты во всём и всё в тебе. Архаическим человеком природа воспринимается как единое, живое, одухотворенное целое, и человек ещё не выделен из неё, он – неотъемлемая часть Вселенной. На ранних этапах филогенеза ум и тело выступали как неразличимое единство, и информация извне воспринималась как телесно оформленная, через чувственный опыт тела [1, с. 256]. Теория органопроекции Л. Б. Переверзева, представляющая человеческое тело как первообраз или органический архетип, как раз и построена на этом. Антропопроекция в мифопластике Л. Б. Переверзева – это «встроенность» человеческого существа в космозирванную и освященную среду обитания или в «мироздание» [10, с. 111].

Телесную мифопластику первобытности сохранило традиционное искусство, построенное на ремесленном труде и передаваемое непосредственно от мастера к ученику. В теории дизайна ремесленничество рассматривается как протодизайн [7, с. 18]. По словам Л. Б. Переверзева, оно концентрирует и отражает в своих продуктах богатейшее наследие этнической памяти народа. Именно ремесленники, народные мастера воссоздают

в своих рукотворных вещах этнические архетипы, бессознательно, на интуитивном уровне [9, с. 274]. В истории культуры существуют так называемые «сквозные» символы, формы, технологии, структурные идеи, которые архетипичны. Дизайнер-экспериментатор В. Колейчук назвал эти «вечные» конструктивные принципы «технологическим фольклором». Фольклор – часть профессионального проектного дизайнерского мышления. Фольклорное начало означает, что художественность, формально-композиционное мастерство – не самое главное в вещи. Важнее ее цельность, органичность, естественность рождения. Дело не только в пользе, но и в человечности, со-человечности [6, с. 203].

Как мифопластика проявляет себя в современном культурном пространстве, в частности, в дизайнобразовании?

Первобытную телесную мифопластику, естественно, не называя её этим термином, еще в начале XX века взял за основу своего пропедевтического курса в Баухаузе Йоханнес Иттен. Он, как и все педагоги Баухауза, стремился вернуться к первоначалам, к простым, «досмысловым» формам и знакам, к высвобождению и организации заключенной в материи энергии. Главная цель пропедевтики в варианте Баухауза – расковать креативные потенции студента, добиться абсолютной спонтанности самовыражения, свободного от каких-либо априорных представлений. И, как пишет об этом Г. Г. Курьерова, это «некое протохудожество, материализация интенсивного полисенсорного опыта, опыта первобытного. Некая реальность, задающая аутентично-мифологический режим восприятия и созидания... Тип эмоционально-физиологического, телесно-ощущенческого постижения форм, размеров, поверхностей, субстанций, материалов, структур, ритма и прочего, рождающийся на пересечении искусства, акции, труда» [5, с. 312].

Единственным современным автором, обратившимся к проблемам мифопластики, используя именно этот термин и имея в виду учение Л. Б. Переверзева, была Е. В. Сидоренко. В своей статье, вышедшей в 2007 году, она подняла вопрос об актуальности идей Л. Б. Переверзева. По её мнению, проектная мифопластика соединяет, интегрирует научное знание, проектное осмысление мифа и художественное проектирование образа в графическом языке визуально-пластических форм. В своей работе она описывает свои костюмографические коллекции «Викинги» и «Тибет» как проектную мифопластику в действии. В отличие от обычной проектной графики, пишет она, выполняющей сугубо техническую, служебную роль визуализации конструктивной морфологии костюма, проектная мифопластика метафизична, ибо метод её создания предполагает самопроявление онтологической, то есть присущей самому бытию, формы, которую художник прозревает для себя и о которой свидетельствует своим, авторским рисунком для других. Авторская графика проектного образа в мифопластике – это не изображение модного товара для массового рынка. Это графические коды, прасимволы костюмной формы [15, с. 308].

В современной проектной культуре работают специалисты, которые используют метод мифопластики в дизайнобразовании, возможно, не подозревая об этом. Так, Р. А. Степучев, автор дисциплины «Костюмографика» для специальности «Художественное проектирование костюма» в высших учебных заведениях, в рамках этого курса ввел серию практических заданий, в которых нужно спроектировать костюм на основе национального психологического архетипа. Подробно изучив мифологию англичан, германцев, французов, русских, испанцев, студент должен разработать свой графический проект костюма для каждой страны, отразив в нем особенности мировосприятия людей данной национальной культуры [16, с. 245].

И. А. Розенсон в учебнике «Основы теории дизайна» для бакалавров и магистров использует мифопластику для средового проектирования, хотя и не называет свой метод этим термином. Она пишет о мифопоэтике средового восприятия, исследует структурные особенности мифологической модели мира, эмоциональный потенциал архетипов и т.п. И. А. Розенсон предлагает проектировать предметную среду, используя сакрализованные мифологическим сознанием пространственные и природные образы-символы. К пространственным относятся такие образы, как Путь, Поворот, Перекресток, Арка, Вход, Порог, Мост и др., к природным – Вода, Дерево, Гора, Пещера и пр. Поэтика этих образов, по её мнению, оказывается родственной созиданию средового объекта, поскольку уходит корнями в глубинный, мифологический пласт сознания, насыщенного архетипами [13, с. 120].

С мифопластикой И. А. Розенсон соотносятся исследования Д. А. Бесковой, которая анализирует форму как параметр окружающей среды и фактор воздействия на телесность человека. Она выделяет три первичные формы, являющиеся правильными: круг, треугольник и квадрат. Все геометрические объемы «вырастают» из первичных форм по механизмам трансформации. Молодая наука, изучающая воздействие на человека пространственных форм, геометрических структур, получила название визуальной экологии. В ходе исследований специалистами визуальной экологии выявлен универсальный характер влияния пространственных конфигураций на телесное, ментальное и психо-эмоциональное состояние человека. Автором проанализирована семантика пространственных форм и сделан вывод, что феномены формы, пространства, композиции выходят за рамки чувственно воспринимаемых геометрических или физических характеристик, они всегда означены для субъекта, несут в себе пласт значений, включающих слои культурно-исторического опыта, архетипического коллективного бессознательного. Воспринимаемые объекты нагружаются идеологическим содержанием, в результате чего превращаются в символы, ритуальные и культовые объекты, трансформируясь тем самым в сакральные, социокультурные факторы [1, с. 367].

По теории Т. В. Козловой, смена костюмных силуэтов во времени, называемая модой, происходит в пределах всего трех форм – прямоугольника, круга и треугольника. Четвертый (иксообразный) силуэт получается путем совмещения вершинами двух треугольников. Эти три базовые формы Т. В. Козлова и Т. В. Белько называют основными архетипами структуры пространства. В учебнике «Костюм и бионика» они дают подробное описание этих форм, их существования в природе и применения в архитектуре, искусстве и костюме [4, с. 63]. Проектирование современной костюмной коллекции основывается на так называемом пластическом символе формы (ПСФ). Перспективные модные коллекции всегда несут в себе идею модной формы, именно она и заложена в ПСФ. Пластический символ формы – это своеобразный ключ, в котором обобщенно

сконцентрирована геометрическая идея коллекции. Эта обобщенная геометрия формы остается в памяти зрителя при показе моделей на подиуме. У каждого времени – своя «геометрия» и талантливый дизайнер, если он хочет быть востребованным, должен почувствовать эти формы-архетипы, не все, а именно актуальные для данного времени, «оживить» их в своей памяти и воплотить в проекте. Ведь творчество, по К. Юнгу, – это оживление архетипов. Недаром каждый сезон сразу несколько домов моды предлагают похожие силуэты, цвета, материалы. Их талантливые дизайнеры интуитивно чувствуют и «оживляют» актуальные архетипы, и это подхватывается потребителями. Так формируются тенденции. Это и есть мифопластика в действии.

Именно эти три формы: круг, квадрат и треугольник – приводит в книге «Вещь, форма, стиль» Т. В. Быстрова, называя их архетипическими. Раскрывая семантику этих простых форм, она исследует их воздействие на психику человека. И это воздействие универсально, благодаря наличию архетипов, генетически передаваемых на уровне коллективного бессознательного [2, с. 282].

В. О. Пигулевский в книге «Дизайн и культура» описывает подход в построении современных маркетинговых стратегий, опирающийся на архетипы, которые обеспечивают глубинную основу для человеческой мотивации. Несбывшиеся желания людей обуславливают их бессознательную реакцию на то, по чему они тоскуют, а не на то, что они уже имеют. Архетип обрисовывает комплекс желаний и опасений. Бренд, построенный на основе архетипа, – это символическое наполнение исходной схемы. Значение такого бренда обращено к глубинным потребностям человека [11, с. 116].

Е. В. Жердев в учебнике «Метафора в дизайне» подробно раскрывает суть этого тропа и его значение в проектной деятельности, называя поэтическую метафору художественным языком современного дизайна [3]. В самом деле, современное проектирование ориентируется на образность изделия, место рутинных покупок «по-необходимости», занял рынок удовольствия, рынок «эмоциональных покупок». Вещь должна вызывать яркие эмоции, ассоциации. По сути, проектируется не сама вещь, а настроение, эмоциональный импульс, который она вызывает. Современные предметы одежды, причем не обязательно детской, часто имитируют облик какого-нибудь животного, на головных уборах появляются «ушки» или «рожки», что отсылает нас к тем временам, когда наши предки подражали облику тотемного животного. Это и есть проявление метафорической образности в дизайне, или мифопластика.

По мысли В. Ф. Сидоренко, «метафорическое понимание» – самый подходящий термин для выражения специфики дизайнерского искусства. Проектная культура, говорит он, покоится не столько на вербальном или литературном языках, сколько на невербальных способах общения. Дизайнеры для передачи идей используют графические образы, язык предметов, язык действий. И, как отмечает В. Ф. Сидоренко, именно это невербальное правополушарное мышление и есть мышление дизайнерское [14, с. 299].

Мифопластика во главу угла ставит интуитивный метод творчества. Целостное, непосредственное отношение к миру, свойственное архаическому человеку, самым очевидным образом соотносено с интуитивной способностью и возможностью прямого постижения внутренней природы явлений. Цивилизованному человеку следует этому учиться, ибо он утратил свою органическую связь с природой. Это важно для реализации креативных потенциалов, как в науке, так и в искусстве. Такой способ творчества можно назвать интуитивной мифопластикой или интуитивно-телесной мифопластикой. Интуиция вступает в свои права на определенном этапе творческого процесса. Начинается все со сбора информации, это происходит на интеллектуальном уровне. Наиболее же значимые этапы, непосредственно соотносённые с рождением нового, – это этапы инкубации и озарения, когда основной акцент переносится на неосознаваемые процессы. В это время сознание не просто отключено от работы над проблемой, приветствуется полное её забвение. Часто озарение приходит во сне, на отдыхе, когда голова занята чем-то другим. И именно в это время подготавливается рождение подлинно творческого результата. Почему решение приходит, когда отключен мозг? Исследуя этот вопрос, И. А. Бескова говорит об особой телесности, свойственной человеку на ранних этапах филогенеза. Поступающая информация кодируется всеми системами организма параллельно: аудио-, видео-, тактильной, и кинетической. И ментальная составляющая находится в одном ряду с остальными, не выше. В некоторых восточных школах, например, ум выступает как своего рода шестое чувство. Поэтому сознательное принятие такого опыта, имеющегося как в исторически ранних культурах, так и зафиксированного в свидетельствах просветленных, достигших в своей практике высших стадий миропонимания, уважительное и бережное отношение к тому, что сегодня знакомо нам как «тихий, иногда еле уловимый голос интуиции», дает колоссальный потенциал для решения творческих задач [1, с. 262].

Итак, обобщая сказанное, можно выделить несколько принципов, которых должен придерживаться дизайнер, используя мифопластику в качестве проектной методики:

1. Воспитывать в себе раскованность, свободу самовыражения (метод Баухауза).
2. Воспитывать способность «мышления телом», т.е. умение сливаться с объектом проектирования, погружаться в него, буквально становиться им (эмпатия).
3. Развивать в себе интуицию (в процессе творчества полезно на определенном этапе отключать мозги).
4. Использовать «средовой подход», когда человеческое существо и среда нераздельны, воспринимать среду как естественное продолжение тела (органопроекция или антропопроекция Л. Б. Переверзева).
5. Осуществлять манифестацию сил живого в дизайнерской деятельности, обращаясь к человеку, любя его (лозунг компании “Thomson”: «от технологии к любви»).
6. Обращаться к архетипам – глубинным пластам человеческой психики (проектирование эмоций, граничащих с инстинктами).
7. Использовать метафору (метафорическая образность в дизайне).

Кроме этих воспитательных, обучающих рекомендаций, разработаны конкретные пути интеграции мифопластики в учебный процесс. В художественном проектировании костюма мифопластика реализуется по следующим направлениям:

- путем погружения в национальную культуру, где каждая рукотворная вещь сакральна, «оживляются» её архетипы и глубинные символы (мифопластика в стиле этно);
 - поиск костюмной формы ведется на основе трех архетипических форм: круга, квадрата и треугольника;
 - проектирование коллекции начинается с поиска пластического символа формы (ПСФ – ключ ко всему модельному ряду);
 - путем изучения менталитета и мифологии того или иного этноса складывается представление о национальном психологическом архетипе, на основе которого и создается проект;
 - графическое проектирование ведется на основе биоформ (органопроекция);
 - проектирование на основе метафоры, понимаемой как творческий источник (визуальная метафора, цвето-пластическая метафора, словесная метафора и т.п.);
 - создание костюмной графики ведется на основе цветовой триады древних: красно-черно-белой гаммы, которая принадлежит к числу древнейших символов человечества (в начале истории эти цвета ассоциировались с продуктами человеческого тела: кровь, материнское молоко, мужское семя, экскременты. Этот телесный опыт переживания наслаждения и боли стал архетипом [18, с. 50]);
 - проектирование на основе символов орнамента как источника декоративного решения образа.
- Согласно этим направлениям, разработаны конкретные практические задания, которые изложены в учебном пособии [8].

Итак, мифопластика – актуальный метод проектирования, стимулирующий творческое воображение дизайнера и содержащий мощный потенциал для новаторских решений. В ходе исследования удалось выяснить, что мифопластика востребована сегодня как обучающая технология, она находит применение и в области практического дизайна, а также может быть использована в рекламе и в маркетинговых стратегиях.

Список источников

1. **Бескова Д. А., Бескова И. А., Князева Е. Н.** Природа и образы телесности. М.: Прогресс-Традиция, 2011. 456 с.
2. **Быстрова Т. В.** Вещь, форма, стиль: введение в философию дизайна. М. – Екатеринбург: Кабинетный ученый, 2017. 374 с.
3. **Жердев Е. В.** Метафора в дизайне: учеб. пособие. М.: Архитектура, 2010. 464 с.
4. **Козлова Т. В., Белько Т. В.** Костюм и бионика: учебное пособие для вузов. М.: МГТУ им. А. Н. Косыгина, 2007. 223 с.
5. **Курьерова Г. Г.** Арх-терапия: к вопросу о психотерапевтических возможностях пропедевтического дизайна // Дизайнерское образование. История. Теория. Практика / под общ. ред. В. Р. Аронова, В. Ф. Сидоренко. М.: МГТУ им. А. Н. Косыгина, 2007. С. 303-329.
6. **Лаврентьев А. Н.** Вячеслав Колейчук: тысяча «почему», или Реализм против стереотипов // Проблемы дизайна 4: сборник статей. М.: Пинакотека, 2007. С. 181-204.
7. **Лаврентьев А. Н.** История дизайна: учеб. пособие. М.: Гардарики, 2007. 303 с.
8. **Молчанова Л. А.** Мифопластика проектного творчества: человек – костюм – среда: учебное пособие. Ижевск: Удмуртский университет, 2019. 62 с.
9. **Переверзев Л. Б.** Дизайнерское образование в условиях развивающейся страны // Дизайнерское образование. История. Теория. Практика / под общ. ред. В. Р. Аронова, В. Ф. Сидоренко. М.: МГТУ им. А. Н. Косыгина, 2007. С. 272-283.
10. **Переверзев Л. Б.** Проектная мифопластика предметного мира жилища как комплексного объекта // Труды Всероссийского научно-исследовательского института технической эстетики. Серия «Техническая эстетика». М., 1981. Вып. 31. С. 97-115.
11. **Пигулевский В. О.** Дизайн и культура. Х.: Гуманитарный центр, 2014. 316 с.
12. **Постмодернизм:** энциклопедия. Мн.: Интерпрессервис; Книжный Дом, 2001. 1040 с.
13. **Розенсон И. А.** Основы теории дизайна: учебник для вузов. Стандарт третьего поколения. Изд-е 2-е. СПб.: Питер Пресс, 2013. 256 с.
14. **Сидоренко В. Ф.** Дизайн как общеобразовательная дисциплина // Дизайнерское образование. История. Теория. Практика / под общ. ред. В. Р. Аронова, В. Ф. Сидоренко. М.: МГТУ им. А. Н. Косыгина, 2007. С. 292-302.
15. **Сидоренко Е. В.** Проблемы символа в контексте проектной мифопластики костюма // Проблемы дизайна 4: сборник статей. М.: Пинакотека, 2007. С. 303-309.
16. **Степучев Р. А.** Практикум по костюмографии: учебное пособие для вузов. М.: МГТУ им. А. Н. Косыгина, 2003. 341 с.
17. **Тульчинский Г. Л.** Слово и тело постмодернизма: от феноменологии невменяемости к метафизике свободы // Перспективы метафизики: классическая и неклассическая метафизика на рубеже веков / под ред. Г. Л. Тульчинского, М. С. Уварова. СПб.: Алетейя, 2000. 415 с.
18. **Тэрнер В. У.** Проблема цветовой классификации в примитивных культурах (на материале ритуала ндембу) // Искусствоведение: методы точных наук и семиотики / под ред. Ю. М. Лотмана, В. М. Петрова. М.: Издательство ЛКИ, 2007. С. 50-81.
19. **Юнг К. Г.** Проблемы души нашего времени. М.: Прогресс, 1996. 336 с.

Mytho-Plastics as a Relevant Design Technique

Molchanova Lyudmila Anatol'evna, Ph. D. in History, Associate Professor
Udmurt State University, Izhevsk
lusmolchan@mail.ru

The article analyses mytho-plastics as a design technique appealing to the deepest layers of the human's psyche: myth, archetype and symbol. The research objective includes developing conceptions by L. B. Pereverzev, the author of this methodology. The paper shows relevance of mytho-plastics, identifies its origins, justifies its efficiency as an educational technology and design technique. The study covers both theoretical and methodological aspects.

Key words and phrases: mytho-plastics; design creativity; mythological thinking; symbol; archetype; organ projection; design education.