

Максим Карповець

ТІЛО, МОДА, ІДЕНТИЧНІСТЬ: ПОСТМОДЕРНІ КОНФІГУРАЦІЇ

У статті аналізується зв'язок між тілом, модою та ідентичністю у постмодерній культурі. Розглядаються такі виміри взаємодії, як гра, символічна цінність речей, бажання та влада, що в основному й визначають характер постмодерних конфігурацій.

Ключові слова: тіло, мода, ідентичність, постмодерн, гра, канон культури.

M. Karpovets. Body, Fashion and Identity: Postmodern Configurations

This article analyzes the relationship between body, fashion and identity in postmodern culture. We give a parallel between modernist and postmodernist canon, where the nature of the interaction depends on the hermeneutical situation of culture. However, it is important to note that between modernism and postmodernism is not a big gap, despite increased economic, socio-cultural and political space circulation of things and signs. Fashion in modern societies as in the past ones takes almost constant regulative functions, the main of which is to identify the subject.

The postmodern canon characterizes by a complex exchange of manipulative strategy in the sphere of symbolic capital. It performs through fashion between different social levels, forming a framework for constructing identity. Moreover, each element of the triad tends to take a dominant position in order to "systematically manipulate signs" (Baudrillard). The identity is not sustainable in this context and do not always accurately describes the subject. It's mostly simulate the reality, gives us wrong signals and answers. Although clothing is a cultural extension of the body in the semantic field of culture, fashion is an ongoing process. People always want to wear new clothes (or to have new ideas, things, symbols) because they're unfinished project in their beings.

Keywords: body, fashion, identity, postmodern, game, cultural canon.

М. Карповец. Тело, мода, идентичность: постмодернистские конфигурации

В статье анализируется связь между телом, модой и идентичностью в постмодернистской культуре. Рассматриваются такие измерения взаимодействия, как игра, символическая ценность вещей, желание и власть, что в основном и определяют характер постмодернистских конфигураций.

Ключевые слова: тело, мода, идентичность, постмодерн, игра, канон культуры.

Свого часу Гегель написав, що ігнорувати моду – велика дурість. Очевидно, що німецький філософ мав на увазі зовсім не поверхневі щоденні модні тенденції у його середовищі (включно із модою на його філософські погляди), а значно глибші процеси у культурі. Мода не тільки пронизує наскрізь рівні культури, починаючи від буденності та закінчуючи навіть сакральними компонентами, але й сама не рідко постає конденсатором культурних смислів, тобто переймає креативну функцію, витворюючи щоразу нові рівні культурного буття. Однак у постмодерній ситуації мода перетворилася у складний інститут, великий паноптикон, де часто естетичне, що завжди домінувало у моді, зовсім ставало не суттєвим. Крім того, хотілося б з'ясувати чи витворює сьогодні мода моделі ідентичності завдяки тілесності – основному "пергаменту", де мода найповніше може себе проявити.

Історія досліджень моди зовсім не випадково збігається із антропологічним поворотом у філософії, соціології, історії, в основі якого – відкриття людської тілесності. Зрозуміло, що про тіло писали й раніше, але такого абсолютного статусу й комплексного аналізу тіло до ХХ ст. ніколи не мало. Крім того, про тіло писали у співвідношенні й протиставленні до душі, починаючи від Аристотеля і закінчуючи сучасною теологією. Можливо, має рацію Жан Бодріяр, що зовсім недавно "тіло перейняло моральну та ідеологічну роль душі як об'єкту спасіння" [8, р. 129].

Попри реабілітацію тіла перед душею (насамперед у дискурсі постмодерної ситуації), сьогодні досі мають місце "традиційні" погляди на феномен тіла. Так, міркує сучасна українська дослідниця тілесності Ольга Гомілко, досі важливу роль відіграє модерністська парадигма, яка не вбачає у людському тілі чогось особливого [2, с. 10]. Якщо ж спробувати віднайти точку відліку досліджень тіла, то вона пов'язана насамперед із Георгом Зіммеlem, Адамом Смітом, Максом Вебером, Зигмундом Фройдом, а пізніше – Вальтером Беньяміном та Теодором Адорно. Саме вони завдяки моді та тілесності також намагалися з'ясувати й феномен ідентичності, розкрити механізми творення та функціонування моди, зрозуміти її вплив на індивіда та суспільство в цілому.

Вже із другої половини ХХ ст. змінюються фокуси та методології, так само як і змінюється сам культурний клімат, де продукуються концепції. До теоретиків постмодерної моди (так само як і до постмодерних теоретиків моди) зараховують Ролана Барта, Жилія Ліповецькі, Жана Бодріяра, Юлію Крістеву,

Зюзан Зонтаг, Валері Стіл та інших. Як правило, мода для багатьох дослідників постає як *конвенція* у руслі численних культурних взаємодій, тому й тіло автоматично є швидше заданим феноменом, аніж даним від природи. Закономірно, що йдеться не про біологічне тіло, адже у надзвичайно герметичному світі культури будь-яке природне кодується, ритуалізується й набуває відповідної знакової природи. Тому Ларс Свендсен у праці “Філософія моди”, коли міркує над тілом і модою, взагалі радикально загострює проблему. Для нього не існує жодної істинної природи, адже “те, що розглядається як природа, у вищій мірі пов’язано із культурою, і до того ж: чому саме ця “природа” повинна бути більш “істинною”, аніж будь-яка інша?” [5, с. 117–118]. Культура поглинає будь-яку істинну природу, вписує її у низку інститутів та моделей. Одним із методів такого “вичищення” природного/істинного тіла є мода.

Мода органічно вписується в ідеологічні та естетичні вектори постмодерну, суспільство якого часто характеризують як споживацьке. Справді, якщо основний курс споживацького суспільства ввібрати якомога більше речей, то мода дуже легко перетворюється на диктатора у цьому контексті. Однак із такою думкою не згоден Ларс Свендсен, який вбачає у бажанні надати моді статус диктатора достатньо стереотипним та умовним, адже насправді саме покупець диктує умови ринку, оскільки завжди розумно та обдуманно робить вибір: “Щиро кажучи, ніколи не існувало ситуації, коли споживачі прямо залежали від індустрії моди... Існують безліч прикладів того, коли індустрія моди намагалася нав’язати певні кольори та форми, щоб ще раз переконатися у тому, що споживачі не стануть купувати рекомендоване” [5, с. 176]. Звісно, автор не заперечує роль реклами та прихованих маніпулятивних технологій, але вибір завжди за раціональним розрахунком покупця. Споживацьке суспільство, як доводить Зигмунд Бауман, стало центральною територією для розвитку людської свободи [9, р. 51]. Хоча яка ця свобода? Чи можна назвати свободою блукання у безкінечних аркадах супермаркетів, брендових магазинів? Можливо, мають місце обидві ситуації, коли у конфлікті між бажанням продати і бажанням мати витворюються особливі стосунки між суб’єктом/тілом та модою. Крім того, саме у цій взаємодії й відбувається процес творення ідентичності. Простіше кажучи, людина не хоче носити одяг чи облаштовувати житло, якщо їй це створює дисконфорт (зовсім не суттєво, чи керується раціональними або ж ірраціональними мотивами, оскільки обидві мають місце у творенні ідентичності), але й водночас вона не може обійтися без комплексу речей чи символів, що пропонує їй мода.

Контраргументом у цьому сенсі є теза про те, що тіло часто “підганяється” під канон, таврує себе численними дістами та виснаженнями, однак вже зроблено чимало досліджень, що переконують нас у протилежному. Помітною є праця “Корсет” авторитетного теоретика моди Валері Стіл, де розглядається чи не найбільш узурпаторський для жіночого тіла одяг, традиція якого сягає архаїчних часів і досі залишається актуальною. “Носіння корсету зовсім не було незмінною гіркою долею усіх жінок до настання визвольного фемінізму. – зазначає Валері Стіл. – Ця практика достатньо залежала від контексту: різні люди в різні історичні епохи закладали в неї різні смисли” [6, с. 17]. Тому дуже важливо враховувати герменевтичну ситуацію культури, розуміючи складні зв’язки між тілом та модою, модою та ідентичністю. Валері Стіл доводить, що очевидний, здавалося б, несумісний одяг із людським тілом (аналогію корсета можна віднайти в різних культурах) виражає культурні смисли, а також людське прагнення бути собою. Дослідниця не розгортає далі цю думку у дусі співвідношення ідентичності із каноном тіла, адже діалектика стосунків суб’єктивного вибору “що носити” та об’єктивного канону “як носити” така, що враховує обидві сторони буття – як людського, так і культурного. Людина фізично не могла б існувати у світі культурі, якби протистояла ідентичнісним моделям (хоча протистояння завжди є водночас окресленням не моєї ідентичності, тобто “я є цим, але не є тим”). З іншого ж боку, культура враховує теж прагнення людини на певну тілесну поведінку, бажання виокремитися серед інших завдяки одягу, аксесуарам, поведінці, мові тощо.

Тіло є не просто результатом цієї взаємодії, а безпосереднім соціокультурним епіцентром, до якого фокусуються всі видимі та невидимі механізми моди. Як же можлива у такій ситуації ідентичність? Як можна бути *кимось*, коли тебе щоразу скасовують і знову винаходять? Ідентичність є феноменом, що принципово пов’язана із тілом та модою, є його модусом та загалом станом буття. Однак ідентичність тіла вимагає певного інструментарію, форми фіксації, адже йдеться насамперед не тільки про антропологічний вимір феномену (наприклад, колір шкіри, особливості ходи чи мови), а й культурний. І такою формою фіксації культурної ідентичності кризь/завдяки тілу є мода. Вибудовується певна тріада: тіло – мода – ідентичність, тобто рух від буття тілесного до буття культурного, якщо прийняти ідентичність як необхідну форму існування у смисловому полі культури. Однак постмодерністський зсув змінив акценти у цій тріаді, замінивши тіло на манекен, моду на антимоду, ідентичність на фрагмент, тобто повністю деконструював новочасні моделі, залишивши на їх місці “порожні знаки” (Ролан Барт). З’ясуємо основні тенденції такого зсуву та їх значення для людини.

Загалом, у вищезгаданій схемі присутня чітка та зрозуміла логіка. Перш за все, людина має справу зі своїм тілом, адже воно є квитком у цей світ, сигналом життя як такого. Можна навіть говорити про приреченість на своє тіло, а у дусі екзистенціалізму припустити, що формулою щастя є гармонійне існування зі своїм тілом. Але останнє є дещо сумнівним, оскільки тут фіксується другорядна, відсторо-

нена форма буття тіла, немов я-самість та я-тіло – дві окремі реальності, між якими потрібно віднайти діалог. Насправді ж усвідомлення свого тіла і буття свого тіла практично зливаються між собою. Коли людина говорить “моє тіло”, то вона насамперед *говорить* завдяки своєму тілу, тобто спроба окреслити і є результатом схоплення межі своєї тілесності.

Лише через *інше* тіло ми можемо частково побачити *своє* тіло з боку, а щоденно “я” завжди збігається із тілом. Однак чи не присутній і тут певний ідеалізм? Чи завжди кожному із нас комфортно зі своїм тілом? Крім того, якби існувала гармонія внутрішнього відчуття та зовнішнього буття тіла, то питання про ідентичність не постало б. Очевидно, що навіть найдосконаліше тіло завжди “закидає” себе у бутті до примарного, віддаленого у часі ідеалу. Щобільше, культура є ні чим іншим як причиною невдоволення своїм тілом (відома культурологічна ремарка Зигмунда Фрейда досі не втратила своєї актуальності), але й водночас є засобом подолання онтологічного дискомфорту. Відомий французький філософ Жан-Люк Нансі так і пише про складну суперечливу сутність тіла: “Тіло – це приголомшена дійсність. Нема нічого більш властивого і водночас чужого нашому світу” [4, с. 27]. Виходить, що ми маємо своє тіло, але водночас і не бачимо його – збираємо завдяки численним відображенням у культурі, реконструюємо і деконструюємо. Важливим у цьому сенсі є *ігровий* аспект, що теж практично підноситься постмодерном до рангу необхідності (Зигмунд Бауман підкреслював, що гасло споживача – не сумувати). Чи не є постмодерн своєрідним порятунком людині у віднайденні свого тіла, повернення йому несправедливо витісненої уваги західноєвропейською метафізикою? Тому наголосимо на два суттєві аспекти взаємодії тіла та моди, що особливо актуалізуються у постмодерній ситуації:

1) тіло як розрив буття, а мінливість моди як рефлексивна форма подолання цього розриву. Йдеться про прагнення людиною подолати свою тілесну недосконалість, незахищеність перед світом. Феномен оголеного тіла та сорому – яскравий приклад тілесної слабкості, яку долає саме одяг. Крім того, це не будь-який одяг, а той, що йде від тіла – є його продовженням та доповненням. Цікаво, що сьогоденні близькі до архаїчного стилю життя культури практично не знають оголеного тіла, бо максимально наближені до природи, залежні від неї та досі користуються її благами;

2) тіло як незавершене буття, а мода є спробою надати цілісності та доцільності нашому тілу в культурі, наповнити його об’єктивністю, а відтак – смыслом. Основна ідея тут полягає у безкінечній спробі збагнути свою сутність, тобто практично відповісти на питання “ким я є”. Культурологічна ж позиція тут полягає у тому, що людське фізіологічне тіло невидиме у культурі, бо воно не здатне вписатися у численні ритуали, норми, закони й табу. Відтак у процесі адаптації та соціалізації тіло поступово набуває своєї повноти, а мода немов скеровує його у правильному напрямку, регулює доцільність тих чи інших практик.

Вже навіть у цій схемі помітно, що мода є ситуативним, етапним компонентом. Інакше кажучи, мода є специфічною тимчасовою *фазою набуття тіла певної культурних кодів ідентифікації*. Тобто завдяки моді “вирішується” подвійне завдання: з одного боку, ми вписуємося у певну традицію культури, у її символічний ряд, а з іншого – вирішує насущні питання щодо власного буття з огляду на тілесність. Щодо символічного ряду, то мода давно є об’єктом вивчення семіотики, але в контексті ідентичності “функції символічного значення продукції поділяються на два види: *соціальний символізм*, що вибудовує зовнішній суспільний світ та *особистісний символізм*, що конструює нашу внутрішню ідентичність” [12, р. 113]. Останнє і є формою регулювання внутрішніх переживань щодо власного тіла і переживань тіла як такого. Справді, має рацію Девід Гарві, коли пише у праці “Люди в чорному”: “Одяг особливо значущий тоді, коли завдяки йому вирішується невпевненість щодо того, хто ми такі чи що ми таке” [7, с. 17]. Складність розуміння полягає в тому, що не тільки мода є фазою, внутрішньо винятково темпоральним феноменом (хоча у певних філософських та культурологічних колах йдеться також про моду як про незмінну структурно-семантичну одиницю культури), що залежить від часу і виражає певний час (або навіть “дух часу”), але й тіло та ідентичність у постмодерній ситуації володіє атрибутами каузальності та плинності.

Однак така характеристика моди притаманна й модерністському канону, але в постмодерні гнучкість перетворюється у домінуючу, навіть агресивну стратегію, що може легко змінити порядок набуття ідентичності або й взагалі його хаотично конфігурвати. Чудовою ілюстрацією “тваринної агресії” моди є фільм Пітера Грінуея “Кухар, злодій, його дружина та її коханець” (1989), де надзвичайно вдало використано костюми Жан-Поля Готьє у намірі підкреслити декадансний настрій. Останнім апогеєм кулінарної моди є приготування для кухаря-садиста Майкла – коханця його дружини Джорджини. Саме Джорджина змушує свого чоловіка-гангстера спробувати людську плоть, досягаючи таким чином катарсису як у формі помсти, так і у формі “вищої естетичної насолоди”.

Фільм британського режисера наглядно доводить, наскільки реверс між модою та тілом, тілом та ідентичністю легітимізується постмодерною культурою. Чимало дослідників пов’язують таку ситуацію із домінуванням деконструкції суб’єкта/об’єкта, але потрібно зауважити, що деконструкція насамперед поняття академічного середовища. Насільки деконструкція як суттєвий соціальний феномен впливає на колективну свідомість і чи взагалі вона існує в дійсності, а не як методологічна операція – питання

спірне, хоча доволі важливе. Якщо ж врахувати основні алгоритми деконструкції (навіть у класичному варіанті Жака Дерріди), то вона не руйнує ідентичність, а навпаки підтверджує її проєктивний буттєвий стан, оскільки сама людина, як доводять представники філософської антропології (Гельмут Плеснер, Арнольд Гелен), теж “збирається” протягом життя. Мета деконструкції ідентичності завдяки моді – розхитати попередні зразки, щоб виявити витіснені або приховані моделі у людському тілі.

Показовим прикладом у контексті розхитування модерністських чи вчорашніх зразків поведінки є класична музика. З одного боку, абсолютно замкнене середовище зі своїми незмінними законами й правилами, а з іншого – вічно модна сфера людської культури. “Вважається, що американські поціновувачі класики, – пише Алекс Росс, відомий музичний критик у “New Yorker”. – Це жменька білих, багатих і знуджених напівмертвих старців” [13, р. 4], але мертва класична музика – вже майже сталеве явище. Що може бути більш популярним від класичної музики, що вічно помирає? Мода на неї завжди присутня, попри поверхневу відсутність життя. Постмодерна ж музика активно експлуатує цей міф для різноманітних перформансів, саундтреків та рекламних роликів, апелюючи до “справжнього” людського духу, тиражуючи “Місяну сонату” Бетховена та “Лебедине озеро” Чайковського. Знову ж таки, рух довільний: від моди на класику (залучення до обраних), через ідентичність (маркер інтелектуальності) до нашого тіла (вибір для прослуховування). Такий вільний, ні до чого не забов’язуючий спосіб буття, перетворюється на семіотичне ковзанання, коли перевага надається колекціонуванню знаків, а не смислів. Чи *вслухаємось* ми у Бетховена, коли він лунає у рекламі йогуртів? Теза Гі Дебора, що “справжній споживач стає споживачем ілюзій” [11, р. 32] у постмодерному карнавалі стає основним гаслом, а у взаємодії тіла та моди перетворюється на вихідну точку із якої *відтворюється* (replaying) ідентичність.

Модель для збірки – таку метафору пов’язують із ідентичністю, таку ж назву має однойменний роман Хуліо Кортасара, письменника, який теж все життя конструював власну ідентичність. Хаотична ігрова конфігурація у тріаді мода-тіло-ідентичність чудово ілюструється словами модельєра Ельзи Скіапареллі, яка стверджувала, що одяг не повинен підганятися під людське тіло, а швидше тіло має адаптуватися до одягу. Однак важко прийняти таку умову, адже легше змінити одяг, аніж тіло, проте переважно простежується саме така ситуація. Тут присутній важливий символічний момент, що теж органічно вписується у постмодерну естетику: суб’єкт *бажає* володіти не конкретною функціональною річчю, а її значенням, тобто тим, що Ролан Барт назвав як одяг, який нам надали [1]. Сьогодні, як можна помітити, символічна цінність речей має вирішальне значення для нашої ідентичності та соціальної самореалізації [10], однак це створює багато проблем. Основна – неможливість однозначно визначити носія ідентичного коду за одягом та модними пріоритетами. У постмодерні одяг може взагалі нам нічого не сказати про його носія, дати натомість хибну інформацію про його тіло та реальність. Тому й для Ролана Барта, як і для семіотики в цілому, важлива “негативна перевірка, пошук тих граничних моментів у житті знакових утворень, коли ті втрачають свою знаковість, коли їх смисл “призупиняється”” [1, с. 16].

Відтак, у постмодерні відбувається не тільки перевертання класичної піраміди Георга Зіммеля, де на верхівці панівні класи запроваджують модні тенденції, а широкі маси їх підхоплюють доти, доки знову панівні класи не вигадують чогось нового. Сьогодні не тільки масова та низька культура є ресурсом, джерелом модних тенденцій, певним репродуктором тих чи інших домінуючих кодів (наприклад, відома історія із японським безхатченком Сі Лі Ге “Стильним Братком”, що надихав багатьох модельєрів на естетичні проєкти), але й сам шлях поширення відповідних кодів змінився. Він позбавився лінійності, послідовності, а набув певної рекомбінації, ризомності, коли в піраміді зміщуються рівні та щоразу набувають центрального значення. Тому маємо часто ситуацію капітуляції певних соціальних сегментів від інших, появу екстравагантного одягу, який не тільки неможливо носити, але який також далекий від людського тіла (наприклад, авангардист Крейг Грін одягнув свої моделі в конструкції зі шматків огорожі [3]).

Таким чином, із цього формуються три взаємопов’язані стратегії циркулювання значень у тріаді тіло-мода-ідентичність. Перша, коли перемішуються між собою тіло, мода та ідентичність, де кожен із цих феноменів може займати будь-яке домінантне значення (однаково мода та ідентичність можуть визначати тіло). Виняткове значення тут відіграє гра у різні стилі та епохи, а також їх довільне цитування; перформативність, що актуалізує спонтанну конфігурацію знаків переважно у публічному просторі; деконструкція, завдяки якій розхитуються сталі зв’язки між тілом, модою та ідентичністю, щоб демаскувати модерністські застарілі моделі. Так звана “вільна конфігуративність” знаків у моді насправді чітко конструюється владними інституціями, адже пов’язана не тільки із символічним капіталом, але й економічними процесами. Навіть у самому понятті “диктувати моду” міститься примат паноптикону, невидимого контролю верхів. Відтак, для постмодерного канону характерна більш складна маніпулятивна стратегія обміну символічним капіталом завдяки моді між різними соціальними рівнями, що формує середовище для конструювання ідентичності. Крім того, кожен елемент тріади прагне зайняти домінуючу, панівну позицію, щоб “систематично маніпулювати знаками” (Бодрійя).

Друге, що торкається першого, але має дещо іншу стратегію, стосується принципової неререферентності цих феноменів один до одного, коли мода нічого нам не може сказати про людське тіло та ідентичність. Немов кожен із них заново винаходиться, виконструюється в інших координатах. Ключове

значення тут відіграє те, що мода як невід'ємний елемент метафізичного виміру одягу – задавати шляхи людської екзистенції, докреслювати її – втрачає зв'язок із тілом, а отже, із людиною. Тобто одяг перетворюється із “життєвого стилю” (нім. *Lebensstil* – поняття Еріха Ротхакаера) на річ. Постмодерна іронія тут перетворюється на трагедію, оскільки людина оточує себе речами, що позбавлені смислу та не стосуються її ідентичності.

Із цього, відповідно, маємо третю стратегією, що полягає у своєрідній ностальгії за тілом, тому мода завжди є збірним колажем із попередніх епох (включно із надто віддаленими, такими як архаїчна культура). Ідентичність у цьому контексті щоразу відсилає до попередніх пошуків, є культурним цитатником. Спрацьовує формула “все нове – давно забуте старе”, але у постмодерні також “все старе – давно забуте нове” набуває хоч і парадоксального, однак цілком дієвого маніфесту. Йдеться про абсолютну неспроможність сказати щось нове у моді й ідентичність (смерть суб'єкта далеко не випадкова теза Мішеля Фуко), відмовляючись від будь-яких авторитетів, традицій та канонів.

Попри те, що одяг є культурним продовженням тіла, його завершенням та доповненням у смислово-полі культурі, процес моди є безперервним. Тому й ідентичність не є сталим у цьому контексті, а відтак, не завжди точно розповідає про суб'єкта, симулює його самість та створює ілюзію справжньої реальності, надсилаючи нам щоразу хибні сигнали. Така ситуація не є суто притаманною для постмодерної ситуації, але саме у ній вона набула наріжного значення, перетворилася з випадковості на тенденцію. Так чи інакше, але виклики культури стимулюють до нових пошуків у внутрішньому світі людини, щоразу актуалізуючи питання ідентичності як унікальне та неповторне для кожного з нас.

Література:

1. Барт Р. Система моди. Стаття по семиотике культуры / Р. Барт. – М. : Издательство им. Сабашниковых, 2003. – 512 с.
2. Гомілко О. Метафізика тілесності / О. Гомілко. – К. : Наукова думка, 2001. – 340 с.
3. Крейг Грин, дизайнер-авангардист [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.wonderzine.com/wonderzine/style/new_faces/186837-svezhaya-krov. – Назва з екрана.
4. Нанси Ж.-Л. Corpus / Ж.-Л. Нанси. – М. : Ad Marginem, 1999. – 255 с.
5. Свендсен Л. Философия моды / Л. Свендсен. – М. : Прогресс-Традиция, 2007. – 256 с.
6. Стил В. Корсет / Стил В. – М. : Новое Литературное Обозрение, 2010. – 272 с. – (Библиотека журнала “Теория моды”).
7. Харви Д. Люди в черном / Д. Харви. – М. : Новое Литературное Обозрение, 2010. – 304. – (Библиотека журнала “Теория моды”).
8. Baudrillard J. La Société de Consommation / J. Baudrillard. – Paris: Gallimrd, 1986. – 318 p.
9. Bauman Z. Imitations and Postmodernity / Z. Bauman. – London: Routledge, 1992. – 287 p.
10. Belk R. W. Possessions and the Extended Self / R. W. Belk // Journal of Consumer Research. – 1988. – Vol. 15. – №. 2. – P. 139–168.
11. Debord G. Society of Spectacle / G. Debord. – NY.: Zone Books, 1995. – 165 p.
12. Elliott R. Symbolic Meaning and Postmodern Consumer Culture / R. Elliott // Rethinking Marketing: Towards Critical Marketing Accountings [Ed. D. Brownlie, M. Saren, R. Wensley & R. Whittington]. – London: SAGE, 1999. – P. 112–226.
13. Ross A. Listen to This / A. Ross. – NY.: Ferrar, Straus and Giroux, 2011. – 366 p.

Рецензент – доктор філософських наук, доцент, професор кафедри культурології та філософії Національного університету “Острозька академія” **М. О. Зайцев**