

УДК 130

Осипова В. Ю.

АВТАРКІЧНА МАШИНА МОДИ

У статті проаналізовано сучасну специфіку внутрішнього функціонування моди. З цією метою авторка вводить поняття «автаркічна машина моди», дає його визначення та обґрунтовує положення щодо його дії. Автаркічна машина моди – це інструментальний принцип функціонування моди як соціокультурного механізму, сутність якого полягає в самоінвестуванні, здійсненому через безперервний циклічний рух деконструкції бажаного виробництва. Автаркічна машина моди осмислюється як ілюстративний матеріал, що поетапно фіксує роботу еліптичної центральної моделі.

Ключові слова: автаркічна машина моди, мода, бажання, бажане виробництво, деконструкція, еліпс, постмодернізм.

В статье проанализирована современная специфика внутреннего функционирования моды. С этой целью автор вводит понятие «автаркическая машина моды», дает его определение и обосновывает положения его действия. Автаркическая машина моды – это инструментальный принцип функционирования моды как социокультурного механизма, сущность которого заключается в самоинвестировании, через непрерывное циклическое движение деконструкции желаемого производства. Автаркическая машина моды осмысливается как иллюстративный материал, который поэтапно фиксирует работу эллиптической центральной модели.

Ключевые слова: автаркическая машина моды, мода, желание, желаемое производство, деконструкция, эллипс, постмодернизм.

The article analyzes contemporary specifics of fashion internal functioning. To do it, the author introduces and defines the concept «autarchic machine of fashion», and grounds the base of its action. Autarchic machine of fashion is the instrumental functioning principle of fashion as sociocultural mechanism, its essence being self-investment performed by continuous cyclic movement of desire production deconstruction. Autarchic machine of fashion is interpreted as illustrative material, which shows the work of elliptic central model step-by-step.

The keywords: autarchic machine of fashion, fashion, desire, desire production, deconstruction, ellipse, postmodernism.

Все складає машину.

Жиль Дельоз

Розвиток технологій та ринкових відносин за теперішніх умов функціонування інформаційно-споживацького суспільства формують нові стандарти соціокультурного середовища, основані на деконструкції. У зв'язку з цим загостреної актуальності набуває осмислення традиції та її кореляції зі специфікою дискурсивних практик сьогодення. Таким чином, проблемою, яку ми спробуємо розв'язати у цій статті, є особливість внутрішнього функціонування моди як соціокультурного механізму.

Цю проблему розробляли Р. Барт, Ж. Бодріяр, О. Васильєв, А. Голибіна,

А. Гофман, Л. Кибалова, М. Килошенко, Ю. Легенький, Ю. Лотман, Я. Нерсесов, Л. Орлова, О. П. Проценко, В. Суемі, О. Федина, А. Фернхем, Е. Фукс.

Актуальність написання цієї статті мотивується тим, що за сучасних умов тотальності виробництва та споживацтва слід звернути увагу на наявність нового аспекту осмислення соціокультурного механізму моди.

Отже, метою статті є дослідження основних принципів роботи сучасної моди як системи.

Відкритий код системи моди зі століття у століття провокував появу побутових, а згодом і наукових дискусій, у яких у різний спосіб намагалися вирішити власне дві проблеми: краси і соціального престижу. Проте сучасна доба тиранії ринку додає до двох означених третю проблему – проблему виробництва. Отже, саме за теперішніх умов чітко вимальовується новий ракурс осягнення внутрішніх принципів організації моди як складного, багатовимірного соціокультурного механізму.

Удосконалення технологій виробничого процесу на теперішньому етапі сприяє надшвидкій циркуляції товарообігу. Найбільш виразно ця тенденція проявляється у сфері сучасної моди. Поставивши до епіцентру конвеєрного відтворення властивість моди до повторення та повернення, виробництво сьогодення без упину деконструє законсервовані в традиції кліше і тиражує їх з метою миттєвого продажу. Така ситуація, на нашу думку, має кілька суттєвих особливостей. По-перше, це здатність моди до самоінвестування, здійсненого через циклічний рух деконструкції. Таку внутрішню специфіку функціонування моди ми назвали автаркією моди і детально проаналізували в статті з ідентичною назвою, повні вихідні дані якої у списку літератури ми, на жаль, не в змозі надати через те, що саме в цей час вона проходить колізії друку. По-друге, тотальна техногенність виробництва: «Повсюди – машини, і зовсім не метафоричні: машини машин, з їх стиковками, поєднаннями. Одна машина-орган підключена до іншої машини-джерела: одна випромінює потік, інша його підірає» [3, с. 13]. Це панування машинерії провокує також і осмислення системи моди як машини, як машини машини. По-третє, як і будь-яке кібернетичне утворення, мода, розглянута як машина, повинна бути підвладна командам центру. Тож правомірно постає питання: який же центр у машини моди або що саме займає його місце? Враховуючи зазначене вище, ми вважаємо, що місце центру в цьому разі буде займати розтягнуте коло, перенасичене автаркічними рухами деконструкції, тобто еліпс. У такий спосіб ми стверджуємо, що на сучасному етапі система моди функціонує як *автаркічна машина моди*.

Отже, *автаркічна машина моди* – це інструментальний принцип функціонування моди як соціокультурного механізму, сутність якого полягає в самоінвестуванні, здійсненому через безперервний циклічний рух деконструкції бажаного виробництва. *Автаркічна машина моди* є ілюстративним матеріалом, який поетапно фіксує роботу еліптичної центральної моделі. Будинок мод – це машина моди. Модельне агентство – машина моди. Салон краси – це машина моди. Фотостудія – машина моди. Гламур – це машина машини, але це також машина моди.

Осмислення процесу виробництва у філософії постмодернізму представлене в концепції соціального та політичного несвідомого, яку виклали Ж. Дельоз та

Ф. Гваттарі у роботі «Капіталізм та шизофренія», зокрема у першому томі «Анти-Едип». Отже, розглядаючи шизофренію як хворобу доби, автори зазначають, що вона також виступає як процес виробництва бажання, що надає їй статусу базового концепту матеріалістичної психіатрії: «Дійсно матеріалістична психіатрія визначається, навпаки, за подвійною операцією: введенню бажання у механізм та введенню виробництва у бажання» [3, с. 44]. Бажання автори розуміють згідно з Ж. Лаканом – як реакцію людини на її включення до ряду символів, що репрезентують реальність. Символізація бажання пов'язується з розщепленим суб'єктом та визначає розчленування культури граматиною та її відчуження: бажання набуває знакової фіксації, яка обмежує свободу людського існування в соціальному просторі: «Ми стверджуємо, що суспільне поле саме проробляється бажанням, що воно є його історично визначеним продуктом, що лібідо не потрібні ніяке опосередкування чи сублимація, ніяка фізична операція, ніяка трансформація для того, щоб інвестувати виробничі сили та виробничі відносини. *Існує тільки бажання і суспільне, та нічого іншого*» [3, с. 53].

Аналізуючи класичну концепцію бажання як нестачі, Ж. Дельоз та Ф. Гваттарі зазначають, що логіка бажання упускає свій об'єкт на першому кроці платонічного розділення, яке змушує обирати між *виробництвом* та *отриманням*. Якщо поставити бажання на бік отримання, то утворюється ідеалістична, діалектична або нігілістична концепції бажання, які визначають його як нестачу, нестачу об'єкта, нестачу реального об'єкта. Однак правомірним є й те, що інший бік, бік «виробництва», не лишається без уваги. «Врешті-решт саме Кант здійснив революцію в теорії бажання, визначивши його як “властивість бути через посередництво своїх уявлень причиною реальності об'єктів цих уявлень”. Не випадково для ілюстрації цього визначення Кант згадує про забобонні уявлення, галюцинації та фантазми: ми гарно знаємо, що реальний об'єкт може бути утворений тільки завдяки зовнішній причиновості та механізмам, але це знання не заважає нам вірити у внутрішню властивість бажання породжувати свій об'єкт, хай і у нереальній, галюциаторній або фантазматичній формі та представляти цю причиновість у самому бажанні» [3, с. 47–48]. Отже, внаслідок розгляду бажання як нестачі реального об'єкта і сама його реальність постане в «сутності нестачі», яка виробляє фантазматичний об'єкт. Автори зазначають, що бажання, проінтерпретоване в такий спосіб як виробництво, але виробництво фантазмів, було гарно розкрито психоаналізом. У такий спосіб, на найнижчому рівні інтерпретації це означає, що реальний об'єкт, якого не вистачає бажанню, у свою чергу відсилає до зовнішнього натурального або соціального виробництва, тоді як бажання внутрішньо виробляє деяку уявну подобу, що дублює реальність, як ніби «за кожним реальним об'єктом мався предмет мрій» або ментальне виробництво – за реальними виробництвами [3, с. 48]. Отже, ця теза дослідників, на нашу думку, є достатньо прозорим свідченням процесу генерації бажань у сфері уявного, що однозначно провокує осмислення іншої проблеми – проблеми суб'єкта: «Бажання ні в чому не має нестачі, йому не відчуті нестачі у своєму об'єкті. Швидше саме суб'єкт не досягає бажання або ж у бажанні відсутній постійний суб'єкт: постійний суб'єкт буває тільки завдяки розчавленню. Бажання та

його об'єкт складають єдине ціле, це машина як машина машини. Бажання – це машина, і об'єкт бажання – це приєднана машина, так що вироблене обирається з виробництва, причому щось відділяється від виробництва виробленому, яке віддасть залишок кочовому і бродячому суб'єкту. Об'єктивне буття бажання – це саме Реальне» [3, с. 49–50]. У такий спосіб і сам індивід фігурує як бажана машина, як машина машини, що підрізає одні потоки та приєднується до інших у нескінченних циклах процесу виробництва.

Працюючи як машина бажання, індивід щоразу прагне заповнити своє тіло без органів, яке в такому заповненому стані починає працювати як антивиробництво. Отже, наразі не йдеться про бажання як нестачу реальних об'єктів, необхідних для підтримки адекватного функціонування організму, таких, як їжа чи вода. Йдеться про возведення бажання до єдиного ступеня, про осмислення бажання як манії або марення, про виробництво повноти повного, яке через свою огрубілу надлишковість переноситься на інший полюс у статусі антивиробництва, ґрунтованого на переситі: «Ця пересиченість теж примарна – невагома плаває вона в чистій совісті суспільності. Вона втілює форму безформного, аморфну морфологію сучасного соціального: індивідуальну ідеальну парадигму примирення, замкненої ніші з самоуправлінням» [2, с. 27]. Отже, розуміючи сучасне соціальне в цілому як замкнену нішу з самоуправлінням, Ж. Бодріяр фактично вказує на наявність єдиного центру, спільного для багатьох соціокультурних механізмів. Означений центр, відповідно, є пересичено розтягнутим та роздутим. Моделлю центру, деконструйованого в такий спосіб, ми однозначно вважаємо еліпс: «Центру першої книги не варто було би мати можливість повторюватися у своєму власному представленні. Як тільки центр хоча би раз іде на таке представлення – тобто з тієї самої миті, як він виявляється написаним, і ми можемо читати книгу в книзі, початок у початку, центр у центрі, – перед нами відкривається безодня, бездонність нескінченного подвоєння. Інше у тому ж самому, *“Інше місце всередині... Центр – це колодязь...”*» [4, с. 472]. Отже, центром автаркічної машини моди є еліпс, тобто перенасичене, розтягнуте, подвоєне коло, що, обвиваючи собою порожнечу, є нескінченно відкритим у безодню. «Вони претендують на істинність, і справді: ці форми переситу ілюструють собою систему, її поширення в порожнечу» [2, с. 26]. Однією з таких пересичених систем ми безапеляційно вважаємо систему моди.

За Ж. Дельозом та Ф. Гваттарі, будь-яка машина містить певний код, який обробляється та резервується в ній. Цей код може бути асоційований із багатьма потоками та коливатися між різними режимами, а також набувати режимного статусу іншого органу. У цьому випадку правомірно постають функційні запитання на кшталт: «Який потік зрізати, де зрізати, як і в якому модусі?» [3, с. 65], тобто фактично йдеться про розстановку пріоритетів, адже генерації смислів відбуваються одночасно у багатьох вимірах. Отже, на думку Ж. Дельоза та Ф. Гваттарі, уперше увагу на цю проблему звернув Ж. Лакан, зазначаючи, що досить плідний фонд коду несвідомого включає один або кілька означникових ланцюгів. У такий спосіб утворюється множинність смислів, яка засвідчує цю відкритість та множинність коду бажання: «Ланцюги називаються означниковими, тому що вони зроблені зі знаків, але

самі знаки не є означниковими. Код більше походить не на мову, а на жаргон, відкриту і багатозначну формацію» [3, с. 65]. Отже, відбувається своєрідне подвоєння відкритості та помноження множинності – урочисте ствердження відкритого коду машини моди. «Жоден ланцюг не є гомогенним, він походить на дефіле букв з різних алфавітів, у якому ні з того ні з сього може виникнути ідеограма, піктограма, маленьке зображення блукаючого слона або вранішнього сонця» [3, с. 66]. На наш погляд, ця думка Ж. Дельоза та Ф. Гваттарі виражає не лише еkleктичне поєднання розмаїття яскравих взірців у феєрії модного коду, а й безпосередньо відсилає до борромеевого вузла Ж. Лакана, який символізує єдність реального, уявного та символічного. Отже, код, про який зазначали Ж. Дельоз та Ф. Гваттарі, побудований за принципом ланцюга Ж. Лакана, а Ж. Лакан, утворюючи ланцюги, спирається на модель борромеевого вузла: «Ось він, борромейв вузол – я у минулому році його для вас уже малював. Легко бачити, що будь-які два з цих кілець одне з одним не пов'язані та тримаються разом виключно завдяки третьому» [5, с. 148]. У такий спосіб центр складається з трьох об'єднаних кілець, і якщо розрізати одне з них, то він розпадеться, тобто уявне поєднує реальне та символічне: «Зігнувши одне кільце, ви можете потім зігнути третє та продіти його у четверте. З ланцюжком з чотирьох кілець буде те ж саме – достатньо розрізати один вузлик, щоб усі ланки розсипалися. Число кілець може бути будь-яким – результат не зміниться. Рішення, таким чином, має загальний характер та ланцюжок можна подовжувати нескінченно» [5, с. 148]. Отже, Ж. Лакан фактично вказує на однорідне лінійне поєднання знаків-ланок у коді-ланцюжку. Розвиваючи цю думку, Ж. Дельоз та Ф. Гваттарі обстоюють абсолютну нелінійність: «Кожен ланцюг схоплює фрагменти інших ланцюгів, з яких він віднаходить додаткову вартість, як код орхідеї “віднаходить” фігуру з осі, – такий феномен додаткової вартості коду» [3, с. 66]. У цьому контексті правомірно назріває потреба дати роз'яснення поняттю «код». Отже, код зазвичай означає поняття, яке дозволяє розкрити механізм змісту повідомлення, яке застосовується для вираження специфічних послань: «Інакше кажучи, код може бути визначений трійним способом: 1) як знакова структура; 2) як правила поєднання, упорядкування символів, або як спосіб структурування; 3) як оказіональна взаємнооднозначна відповідність кожного символу якомусь одному означуваному» [6, с. 485]. На думку Ж. Бодріяра, гіперрепрезентація, властива сучасній культурі, позбавляє означники їх властивостей, унаслідок чого діяти починають коди, що найяскравіше проявляється в моді: «Адже мода може розумітися як найповерхневіший та найглибинніший із соціальних механізмів – через неї код владно повідомляє усім іншим галузям свою інвестицію. У моді, як і в коді, означувані вислизують, а ряди означника більш нікуди не ведуть» [1, с. 169]. Так бажане виробництво переносить здійснення бажання на код. Враховуючи специфіку бажаного виробництва, слід звернути увагу ще на один важливий момент – причину бажання. Ж. Лакан називає її об'єкт *a*: «Об'єкт *a* – це та передбачена будь-якою вимогою порожнеча, лише локалізувавши яку за допомогою метонімії, тобто гарантованої безперервності, яка пов'язує кінець фрази з її початком, ми можемо уявити собі, що таке бажання, в основі якого нема ані грана буття. Бажання, позбавлене всілякої субстанції, крім тієї, що забезпечують самі вузли» [5,

с. 149]. У моделі борромеевого вузла об'єкт *a* пов'язаний із місцем защемлення кілець. Це місце, власне, і пов'язує суб'єкт і об'єкт, представляючи в такий спосіб об'єкт *a* як причину, через яку суб'єкт ідентифікує себе зі своїм бажанням.

Фактично будучи механізмом вироблення бажання ідеалізованої гіпертрофованої тілесності, що функціонує як додаткова вартість коду, автаркічна машина моди активно продукує сексуальність як домінуючу комунікативну модель суспільства споживання. Проте осмислення сексуальності як товару не є новою для історії людства, як, власне, і становлення сексуальності як комунікативної моделі: перше стосується одвічного ремесла – проституції, а друге є супроводом матримоніальних проблем. Однак на сучасному етапі вражає інше: ототожнення в масовій свідомості сексуальності з престижем, успіхом та самовпевненістю, що фігурують як запоруки щастя. Отже, саме перенесення сексуальності зі сфери лібідо в модні бажані сфери кар'єри, бізнесу та виробництва провокує появу нової тотальної та радикальної комунікативної моделі – проституції. У такий спосіб конвеєрна лінія автаркічної машини моди виробляє та вдосконалює моделі продажу тіла на ринку знаків, найпродуктивнішою з яких з давніх-давен, звичайно ж, була проституція. Функціонуючи не тільки на предметно-речовому рівні, а й будучи перенесеною до сфери уявного, автаркічна машина моди активно продукує проституційовані комерційні образи, які генерують модифікації типажів, апелюючи до чуттєво-емоційної сфери індивіда. Такі проституційовані комерційні образи проєктують широкі асоціативні ряди, тиражують за принципом екстеріорності естетичні вподобання, претензії, амбіції, а також комплекси, фрустрації, страхи та марні спроби. Отже, зовнішність сучасної людини – це не тільки дзеркало амбіцій, а й унаочнення краху її ілюзій. Так, тілесність починає функціонувати за еліптичною моделлю модних символів, що врешті-решт призводить до пересичення та сприяє тотальному уречевленню несвідомого в апофеозі проституції: «Ця химерна пересиченість вже не є ні захисною ситістю, ні невротичною, ні ситістю від переїдання, ні депресивною ситістю. Це ні компенсаційна ситість недорозвиненості, ні аліментарна ситість переогодованості. Парадокс: вона є способом зникнення тіла» [2, с. 26]. Отже, виробляючи бажання бажання та безупинно деконструюючи кліше, автаркічна машина моди фактично робить індивіда своїм інструментом, інструментом інструменту, який розчиняється й зникає у виробленому. Тут, власне, ідеться про тотальну орієнтацію на володіння якомога більшою кількістю модних речей, осмислених індивідом у статусі символів престижу. Така тенденція не сприймається колективним несвідомим як псевдо-естетика, а, навпаки, генерує в ньому нові форми естетичних перверсій, орієнтованих на заздрість та усунення конкурентів: «Тож причина – не в пересиченості кількох індивідуумів, а в пересиченості всієї системи, непристойності (позасценічності) всієї культури» [2, с. 27]. В такий спосіб тіло без органів виявляється не просто заповненим, а вже страждає на ожиріння. На фізіологічне і духовне ожиріння.

Деконструкція як спосіб функціонування автаркічної машини моди генерує процес виробництва предметно-речового середовища у сфері реального, асоціацій – у сфері уявного та смислів – у сфері символічного. Отже, у цьому ракурсі пересичення відбувається у трьох означених сферах, що дозволяє нам стверджувати про

розтягування і перетворення на еліпс кожного з трьох кілець борромеевого вузла. В такий спосіб внаслідок комбінаторних відносин, якими є взаємонакладання, взаємопроникнення, часткова або повна асиміляція, випадкове перехрещення, вислизання чи посилення, між означеними генераціями утворюється складний комплекс миттєво оформлених ситуативно актуальних зв'язків, які, власне, і становлять основний продукт виробництва окремої моди в конкретний період. Такий надпродуктивний спосіб породження смислу може бути представлений центральною моделлю ланцюга, ланки якого розтягнуті в еліпс. Отже, виступаючи як гіперпродуктивний механізм, автаркічна машина моди функціонує як тотальний центральний і децентрований еліпс, тобто за принципом борромеевого вузла з еліптичними кільцями, які є першими ланками еліптичного ланцюга.

Такий складний спосіб формування основного продукту виробництва автаркічної машини моди є не лише засобом здійснення звичайної реалізації пришвидшеного попиту й надшвидкого виробництва. Перенесення процесу виробництва зі сфери реального до сфер уявного та символічного на сучасному етапі свідчить не тільки про комерційну компетенцію вдумливого виробника, а й виступає доказом вищого рівня обізнаності сучасного споживача порівняно з минулими епохами, що цілком природно. Отже, на теперішньому етапі вже можна безапеляційно стверджувати про наявність певного контингенту споживачів, здатних через причетність до товару чи послуги на усвідомлені маніпуляції зі сферою несвідомого інших.

Враховуючи зазначене вище, ми вважаємо, що автаркічна машина моди фактично виробляє моделі позиціонування особистості. Головним моментом при цьому, на нашу думку, є те, що предметно-речової сфери задля відповідності сучасному модному еталону, яким є сексуальність, осмислена як запорука успіху престижу та щастя, виявляється недостатньо. Тепер за ним повинен бути закріплений певний тип поведінки, але не той, що був традиційним предметом вивчення етикету, зокрема манери або вміння носити одяг чи триматися в ньому, а радикальне підкорення децентрованим уніфікаціям на кшталт білозубої американської усмішки. Якщо раніше індивідуальна манера триматися буквально і насправді була унікальною та щиро сприймалася як автентична, то тепер вона знеособлюється через наслідування взірців-символів, трансльованих ЗМІ. Причому набуття цієї знеособленості розуміється як ідеальна мета, що виступить гарантом успіху в боротьбі за престиж. Тепер індивіда захоплює не унікальний чар особистості, а те, з чого він складається, як артикулюється і чи підлягає відтворенню, а якщо так, то з якою метою та у яких ситуаціях. Отже, відповідально здійснивши цей ретельний аналіз, теперішній індивід педантично відтворить його корисні елементи у своїй подобі та сам почне функціонувати як знеособлене деконструйоване кліше, як еліпс, розтягнутий від переситу, як імпотент-плагіатор, як жалюгідне посміховисько інструменту інструменту, як машина машини моди.

Утилітарно-прагматичні потреби поступилися місцем фетишистським маренням і маніям, які стали основним мотивом позиціонування сучасного індивіда доби споживання. Отже, сучасна тілесність беззахисно пульсує в генофонді, перверсивно

ув'язненому в універсальному іронічному й абсолютно децентрованому образі нестабільності, – красивій, здоровій, щасливій, успішній, обов'язково усміхненій та безтурботній людині. Броня зі щасливого одягу, яка бездоганно облягає ідеальні форми ожирілого тіла після ліпосакції, владно променіє в сяйві ювелірних прикрас, чаруючи, ваблячи та відлякуючи одночасно, тих, хто ще не долучився до косметичного існування в гламурному раї. Деконструюючи бінарну опозицію праця/дозвілля, гламур як машина машини виробляє трансгресію. Трансгресивна сексуальність гламуру є важкою працею Прометея, неврозом і психозом як маніфестами комунікативного еталону, криза репрезентації якого сягає апогею тепер уже не в оргії, що настає після смерті царя, а у відсутності грайливої усмішки на обличчі мертвого американського пенсіонера.

І якщо раніше була мода на науку та мистецтво, що ставило до культурного осередку особистостей обдарованих і творчих, то тепер центральне місце посідає конвеєр і мода на тотальне споживацтво, яка проявляється в постійній готовності до купівлі, і ця готовність виступає основним критерієм життєздатності. Конвеєр та механізація стали базовими елементами культури.

Отже, виступаючи інструментом роботи моди як соціокультурного механізму, автаркічна машина моди фактично відіграє роль фільтра, який виконує кастинг культурно-естетичних кліше, узгоджує їх деконструкцію з відповідністю соціально-економічним потребам виробництва та забезпечує процес їх інтеграції, адаптації та популяризації, ілюструючи в такий спосіб роботу тотального еліптичного центру. Автаркічна машина моди є механізмом, який виробляє та утверджує нову тотальну й радикальну комунікативну модель – проституцію, де венеричними хворобами проституційованого суспільства є фетишистські марення та манії, які трансгресивно дефілюють деконструйованим подіумом колективного несвідомого під урочисті оплески неврозів і психозів, фантазмів, фрустрацій та перверсій реального, уявного і символічного гламурного борделю.

Це дослідження дає можливість скласти подальші перспективи функціонування моди як соціокультурного механізму, спрогнозувати її вплив на сучасний процес виробництва, естетичні кліше та життя індивіда, а також сформулювати основні тенденції її осмислення в прогресуючій вітчизняній філософській думці сьогодення.

Література:

1. *Бодрийяр Ж.* Символический обмен и смерть / Жан Бодрийяр ; пер. с фр. С. Н. Зенкина. – М. : Добросвет, 2000. – 387 с.
2. *Бодрийяр Ж.* Фатальні стратегії / Жан Бодрийяр ; пер. з фр. Л. Кононовича. – Львів : Кальварія, 2010. – 192 с.
3. *Делез Ж.* Анти-Эдип : Капитализм и шизофрения / Жиль Делез, Феликс Гваттари ; [пер. с франц. и послесл. Д. Кралечкина ; науч. ред. В. Кузнецов]. – Екатеринбург : У-Фактория, 2008. – 672 с.
4. *Деррида Ж.* Письмо и различие / Жак Деррида ; пер. с фр. Д. Ю. Кралечкина. – М. : Академический Проект, 2007. – 495 с.
5. *Лакан Ж.* Ещё (Семинар, Книга XX (1972 / 73)) / Жак Лакан ; пер. с фр. А. Черноглазова. – М. : Гнозис, Логос, 2011. – 176 с.
6. *Новейший философский словарь* / [сост. и гл. науч. ред. А. А. Грицанов]. – 3-е изд., исправл. – Минск : Книжный Дом, 2003. – 1280 с.