



УДК 304.2
DOI 10.18522/2227-8656.2023.6.4
EDN DSVRTX

Научная статья

КРИТИКА КОНСЮМЕРИЗМА В ПОСТМОДЕРНИСТСКОМ ДИСКУРСЕ

CRITICISM OF CONSUMERISM IN POSTMODERNIST DISCOURSE

*С. В. Сикилинда **

*Stanislav V. Sikilinda **

** Южно-Российский государственный
политехнический университет (НПИ)
им. М. И. Платова
Новочеркасск, Россия*

** Platov South-Russian State
Polytechnic University (NPI),
Novocherkassk, Russia*

Цель исследования заключается в рассмотрении постмодернистского подхода к консюмеризму на основе анализа романа Ч. Паланика «Бойцовский клуб».

Objective of the study is to consider the postmodern approach to consumerism based on the analysis of the novel “Fight Club” by Charles Palahniuk.

Методологическую базу исследования составляют герменевтический и междисциплинарный подходы к изучению культуры как текста, а также положения лингвистической концепции Ф. де Соссюра и теории общества потребления (Ж. Бодрийяр, Г. Дебор).

The methodological basis of the research is hermeneutic and interdisciplinary approaches to the study of culture as a text, as well as the provisions of the linguistic concept of F. de Saussure and the theory of consumer society (J. Baudrillard, G. Debord).

Результаты исследования. В статье рассматривается проблема конструирования постмодернистской идентичности через потребление товаров и вовлечение человека в потребительские практики. Анализируются заблуждения относительно культурно-философской идеологии консюмеризма. Показано, что в обществе потребления объекты используются в качестве знаков, дифференциалов, а переход от «идеала» к «образу» или от означаемого к означающему размывает границу между реальностью и «зрелищем», способствуя формированию пограничных

Research results. The article examines the problem of constructing postmodern identity through the consumption of goods and human involvement in consumer practices. Misconceptions regarding the cultural and philosophical ideology of consumerism are analyzed. It is shown that in a consumer society, objects are used as signs, differentials, and the transition from the “ideal” to the “image” or from the signified to the signifier blurs the boundary between reality and “spectacle”, contributing to the formation of borderline postmodern identities. The author emphasizes

© Сикилинда С. В., 2023

постмодернистских идентичностей. Автор подчеркивает, что симулякры общества потребления приводят человека к отчуждению и утрате им подлинных смысложизненных ориентиров.

Перспективы исследования. Проблема осмысления деструктивного характера общества потребления представляет научный интерес в связи с необходимостью понимания важности изменений в мировоззренческих установках и моделях поведения современного человека.

Ключевые слова: постмодернизм, консюмеризм, постмодернистская идентичность, потребительская культура, общество потребления

that the simulacra of consumer society lead a person to alienation and loss of true meaning in life.

Prospects of the study. The problem of understanding the destructive nature of the consumer society is of scientific interest due to the need to understand the importance of changes in the ideological attitudes and behavior patterns of modern people.

Keywords: postmodernism, consumerism, postmodern identity, consumer culture, consumer society

Введение

Формирование постмодернистской парадигмы в философском осмыслении мира обусловлено кризисом классической философской картины мира, которая опиралась исключительно на принцип рационализма в познании и в социальной жизни. Со второй половины XIX века эта гносеологическая и онтологическая модель начала подвергаться критике со стороны представителей неклассической философии. Именно идеи представителей иррационального направления в философии стали основой для возникновения постмодернистского взгляда на мир и способы его постижения. В научном дискурсе понятие «постмодернизм» начинает использоваться только в конце XX века для экспликации нового типа философского мышления, основными принципами которого являются отказ от упорядоченности и рациональности мира; идея ценности хаоса; плюрализм интерпретаций. Такого рода философия ориентирована не на линейное понимание социальной реальности, а на альтернативность мироустройства, для которого свойственно состояние нестабильности, неопределенности, непредсказуемости. Данная методология открывает широкие возможности для исследования сложных социальных моделей, одной из которых является современное общество потребления. В этой связи научный интерес представляет понимание специфики консюмеризма с позиции постмодернистского философского дискурса. Для рассмотрения специфики постмодернистского понимания особенностей современной потребительской культуры и ее влияния на идентичность человека мы обращаемся к анализу романа Ч. Паланика «Бойцовский клуб».

Методологическая база исследования (теоретические основы)

Потребительство как социальное явление имеет отношение не только к массовому производству и приобретению товаров в экономическом смысле. Это доминирующая культурно-философская идеология, лежащая в основе самой структуры постмодернистского общества. Логика потребления определяет и формирует как личные желания рядовых представителей социума, так и межличностные отношения в повседневном общении. Ж. Бодрийяр и Г. Дебор анализируют разрушительные последствия, которые оказывает потребительская логика на индивидуальную жизнь людей, общество в целом. В представлениях Ж. Бодрийяра и Г. Дебора потребление приобретает культурно-философское измерение, репрезентируется как коллективный феномен, управляющий всеми сферами повседневности, доминирующая экзистенциальная модель, которая не подлежит сомнению.

Находящийся под сильным влиянием структурализма, Ж. Бодрийяр трактует потребление как систему языковых знаков, посредством которых индивиды общаются с окружающим миром и друг с другом. В аналогичном ключе Г. Дебор указывает, что «зрелище», понятие, которое придумано им самим и используется как синоним постмодернистского общества потребления, – это не набор объектов, а разновидность социальных отношений, которые опосредуются видимостью (Дебор, 1999. С. 10). Потребление имеет мало общего с предметами, хотя они производятся беспрецедентными темпами. Объекты больше не используются для практических целей, как это когда-то было. Согласно Ж. Бодрийяру, то, что на самом деле потребляется в обществе, не является объектами как таковыми. Мыслитель проводит различие между покупателем/потребителем и традиционным пользователем. Объекты определяются по тому, что они означают, а не по их предполагаемому использованию. Люди потребляют знаки и сообщения, то есть то, что обозначает или подразумевает конкретный объект.

Французский лингвист Ф. де Соссюр указывает на имманентную связь между «означающим» (звуком-образом) и «означаемым» (понятием), референтом которого выступает «означающее» (Соссюр, 2023). Ж. Бодрийяр фиксирует утрату данной связи, что предстает большой травмой современности. Знаки и изображения, которые потребляются сегодня, функционируют как пустые оболочки, поскольку они более не отсылают ни к чему реальному. Форма имеет приоритет над содержанием (Бодрийяр, 2006. С. 160).

Индивиду с самобытным характером нет места в такой системе, которая из-за оперативной предопределенности не может демонстрировать его уникальность. Идеология, связанная с системой, похоже, убедила людей в том, что именно они делают выбор среди бесконечного ассортимента товаров, выбирая то, что «говорит» с ними, отражает их уникальную индивидуальность (именно потребители придают значение выбранному товару). Ж. Бодрийяр

объясняет, что объекты функционируют как тесты, которые опрашивают нас, а не наоборот, и что именно мы призваны отвечать на них, когда на самом деле «ответ включен в вопрос» (Бодрийяр, 2006. С. 136–139). Именно об этом говорит и Г. Дебор, когда выявляет специфику подтверждения выбора, который уже был сделан в сфере производства (Дебор, 1999. С. 13).

Ж. Бодрийяр объясняет, что если бы наслаждение было действительной целью идеологии консюмеризма, то потребление было бы чем-то автономным, чем-то, что человек делает для себя. Однако потребление по своей сути является коллективным явлением, когда потребитель «входит в обобщенную систему обмена и производства закодированных ценностей» (Бодрийяр, 2006. С. 108). Потребление не имеет ничего общего с удовлетворением личных потребностей, становится «обязанностью гражданина», чем-то навязанным потребителю. По иронии судьбы потребитель интерпретирует эту бесконечную возможность выбора не как обязанность выбирать, а как свободу (Бодрийяр, 2006. С. 110).

Результаты

Роман «Бойцовский клуб» считается классическим с точки зрения анализируемых культурно-философских проблем, которые в первую очередь касаются негативных последствий современной потребительской культуры. В анонимном рассказчике усматривается образ среднестатистического американского мужчины, определяемого продукцией, которую он потребляет, неуверенного в своей идентичности и месте в мире. Его повседневность – яркий пример того, что Ж. Бодрийяр называет «стандартной упаковкой», имея в виду «модель жизни среднего класса», где акцент делается не столько на материальных благах, сколько на «идеале соответствия» (Бодрийяр, 2006. С. 73).

Главный герой осознает поверхностность и нестабильность собственной идентичности. В терминах «Бойцовского клуба» индивидуальная идентичность воспроизводится через множество объектов, накопленных рассказчиком. Он осознает, что американская мечта – это симулякр, проецирующий, что «когда-нибудь мы можем стать миллионерами и рок-звездами» (Паланик, 2005. С. 159), начинает видеть, что героический нарратив – не что иное, как иллюзия. Американский «герой» склонен к накопительству, а не к завоеванию нового пространства и женских сердец.

Современное общество все больше отходит от устоявшихся ценностей труда и производства в сторону того, что обычно считается женской деятельностью потребления, проявляется крах традиционных представлений о маскулинности. Мужчина эпохи постмодерна подвергает сомнению собственную идентичность. Бинарная оппозиция между фемининностью и маскулинностью постепенно нейтрализуется (Keeseey, 2016. P. 131). Ч. Паланик решает

эти проблемы, затрагивая вопросы, связанные с мужским авторитетом и кризисом маскулинных паттернов для подражания (Ковтуненко, Кудряшов, 2022. С. 245). Охваченный страхом перед смертью, герой-рассказчик не уверен в собственной маскулинности. Подобное эмоционально-волевое состояние приводит его к потребности насилия в надежде обрести традиционные представления о врожденной мужественности. Однако насилие оказывается, по сути, эфемерным в коммерциализированном универсуме гиперреальности.

Предметы всегда несут в себе определенный смысл, идеологию или чувство идентичности. Поэтому герой-рассказчик «Бойцовского клуба» говорит, что «вещи, хозяином которых ты некогда был, становятся твоими хозяевами» (Паланик, 2005. С. 40). Он признается, что был рабом «инстинкта гнездования», сидя в ванной комнате с «каталогом мебели Икеа» и сознавая, что попал в ловушку в «прекрасном гнездышке» (Паланик, 2005. С. 39). Подлинная индивидуальность не может быть достигнута с помощью потребительских практик, независимо от обещаний рекламодателей. Современное потребление обладает репрессивным и тоталитарным характером. Г. Дебор полагает, что реальный потребитель стал потребителем иллюзий. Товар – это материализованная иллюзия, а зрелище – ее общее выражение (Дебор, 1999. С. 41).

Другой важный сдвиг, произошедший в контексте постмодернистских обществ потребления, связан с тем фактом, что, хотя долгое время фундаментальный опыт людей был связан с их работой, то, что мы наблюдаем сегодня, – это отчуждение и разделение работника и потребителя. Современный человек более не соприкасается с продуктом своего труда, что, проявляется, в частности, в распространенности корпоративных рабочих мест, где люди, теснящиеся в маленьких офисных кабинках, работают на недобросовестные компании со смутным представлением о том, каков их вклад. Ср. занятость героя-рассказчика «Бойцовского клуба», в обязанности которого входит расчет того, стоит ли его автомобильной компании инициировать отзыв. Он ненавидит свою работу, все время путешествует, и все, что он помнит из своих поездок, – это аэропорты различных городов, в которых он просыпается (Паланик, 2005. С. 132–142).

Желая избавиться от своей «крошечной жизни» и «маленькой работы», рассказчик молится о катастрофе (Паланик, 2005. С. 20). Г. Дебор говорит об разделении современного работника и продукта его труда как об одном из существенных факторов, способствующих отчуждению современного человека. Это разделение лишает работника всестороннего представления о том, что именно он производит, на что он тратит свою жизнь (Дебор, 1999. С. 26). Ж. Бодрийяр указывает, что люди теперь не только тратят меньше своего времени на производство, но тратят все больше его на производство и постоянные инновации для удовлетворения собственных потребностей и благополучия (Бодрийяр, 2006. С. 94). Это еще одна причина растущих темпов

потребления, которые наблюдаются сегодня. По словам Ж. Бодрийера, массовое воспроизведение и комбинации знаков заменили непосредственный опыт, смысл и ценность в жизни. В более практическом плане мы могли бы сказать, что они заменили старые ценности труда и производства. Идентичность человека эпохи постмодерна конструируется посредством потребления товаров.

Обсуждение

На протяжении всего повествования «Бойцовского клуба» рассказчик остается анонимным, что демонстрирует отсутствие у него идентичности, уподобляет его личность типичному потребителю эпохи постмодерна. Он недоволен своей жизнью, ненавидит работу, которая не приносит ему настоящего удовлетворения. Бессонница – это еще один симптом пустого потребительского образа жизни рассказчика, его нереализуемых желаний, неспособности предпринять какие-либо радикальные практические шаги. Единственное, что помогает ему заснуть, – это посещение групп поддержки больных раком. Близость к смерти заставляет его чувствовать себя живым.

Озабоченность феноменом смерти и смертностью человека, характерная для рассказчика, проистекает из самих принципов культуры потребления. Фактически, смерть является последней фатальной угрозой обществу потребления, единственным аспектом, который не вписывается в стерилизованный универсум постмодерна. Персонажи «Бойцовского клуба» ищут любого повода, что столкнуться со смертью. Рассказчик страдает от диссоциативного расстройства идентичности, что можно трактовать в качестве символа фрагментированной и отчужденной природы гиперреальности. Его неспособность справиться с гнетущей культурой потребления и собственными страданиями – вот что, в конечном итоге, приводит к тому, что он порождает образ Тайлера Дердена как раздвоенную личность, свое скрытое Альтер эго.

Рассказчик поддается гнетущему давлению потребительской культуры. Образ Тайлера имплицитно выражает отчаянное бессознательное сопротивление этой культуре, спонтанную реакцию рассказчика на феномен конsumerизма. Желание уничтожить штаб-квартиры кредитных компаний с целью ликвидации государственного долга – один из шагов рассказчика, направленный против капиталистического общества. Тайлер воплощает подавленные чувства рассказчика относительно потребительской культуры и того, как она повлияла на его психологическое «Я». Философия Тайлера основывается на антипотребительских идеях и (само) разрушительных тенденциях. Он отвергает культуру потребления. Тайлер выносит на поверхность все чувства, которые рассказчик подавляет, олицетворяет все, чем рассказчик хочет, но не может быть.

Отсутствие внутренней свободы у рассказчика отражает общее состояние эмоционально-волевое состояние индивида эпохи постмодерна, лишен-

ного какой-либо власти принимать оригинальные решения, возможности проявить себя героически. В воображаемом мире, воспроизводимом Ч. Палаником, бойцовский клуб представляет собой безопасное пространство, в котором посредством кулачных боев каждое межличностное взаимодействие подтверждает чувство идентичности и силы рассказчика. В бойцовском клубе он более не беспомощный клерк, сидящий за своим столом и выполняющий приказы босса. Бойцовский клуб становится для него причиной ходить в спортзал, коротко стричь волосы и ногти, когда в противном случае он просто купил бы больше мебели. Тайлер становится для рассказчика способом высвободить свой подавленный гнев, справиться с чувством бессилия и отсутствия экзистенциального смысла в постмодернистской Америке.

Потребительская культура оказывает деструктивное влияние на психологический портрет мужчины эпохи постмодерна. Насилие, исследуемое в «Бойцовском клубе», связывается также с кризисом маскулинности в постмодернистском социуме. Период, охватывающий 80–90-е гг. прошлого столетия, когда был написан «Бойцовский клуб», отмечен своего рода культурным кризисом идентичности, который приводит к состоянию амбивалентности по отношению к современной американской маскулинности, путанице в понимании этого феномена. Мужская идентичность подрывается пустым потребительским образом жизни. У мужчин, воспитанных в «феминизированной» повседневности шопинга, отсутствуют стержневые героические нарративы, способы действенного доказательства своего гендерного превосходства. По этому поводу Тайлер Дерден говорит: «На долю нашего поколения не досталось великой войны или великой депрессии, поэтому мы должны сами объявить войну, и война эта будет духовной. Мы начнем революцию, направленную против культуры. Наша великая депрессия – это наше существование. Это депрессия духа» (Паланик, 2005. С. 144).

В силу самой природы потребительской культуры мужчина эпохи постмодерна вынужден участвовать в типично женском универсуме потребления и образов. Другими словами, переход от промышленности к сфере услуг или от «синих воротничков» к «белым воротничкам» в символическом плане оказывается перерастанием традиционного мужского сообщества в традиционный женский социум. Размывание устоявшихся гендерных ролей, бессмысленное потребление, из-за которого люди гоняются за машинами и одеждой, работают на ненавистной работе только для того, чтобы иметь возможность покупать то, что им на самом деле не нужно, наряду с эксплуататорской природой корпоративного капитализма, – все это можно интерпретировать как выхолащивание.

Рассказчик находит облегчение в объятиях Большого Боба: они оба оплакивают потерю своей маскулинности. Образ Большого Боба функционирует как физическое воплощение психологического состояния рассказчика, кото-

рый чувствует себя выхолощенным культурой потребления. Отсутствие взаимосвязей между отцом и сыном, в чем признаются и Тайлер, и рассказчик, также может быть связано с неуверенностью мужчин, поскольку отцы выступают в качестве основных образцов подражания для молодых мужчин. С разрушением традиционной семейной ячейки отсутствие отца становится заурядным явлением во многих постмодернистских семьях. В этом смысле бойцовский клуб также можно рассматривать как средство восстановления утраченного чувства мужского сообщества.

Бойцовский клуб функционирует как способ приобщения современных мужчин к утраченным представлениям о маскулинности, которые связаны с грубой физической силой и властолюбием. Другими словами, бойцовский клуб предоставляет пространство, в котором постфеминизированный мужчина призрачных чувств перерождается в маскулинизированного мужчину активного действия. В клубе доминируют идеи реконструкции общественного смысла, он воспринимается как локус, в котором мужчины могут не только избавиться от гнева и разочарования, но и восстановить чувство экзистенциальной ценности, будучи имманентной частью чего-то большего, жертвуя собой ради реализации высшей цели.

Насилие в «Бойцовском клубе» изображается как экстремальное явление, варьирующееся от мелких проступков до жестокого насилия. Вместе с тем насилие – это также освобождающее применение физической силы. Притворяясь, что грабит круглосуточный магазин, рассказчик приставляет пистолет к виску Рэймонда Хессела, молодого сотрудника, угрожает убить его, если тот не уволится с работы и не реализует свою мечту. Насилие, созвучное с понятием «токсичная маскулинность», функционирует как механизм преодоления выхолощивания американского мужчины 90-х гг. XX столетия, реакция на деспотическую природу культуры потребления, проявляющуюся в характере Тайлера.

Вместе с тем, как становится очевидным ближе к концу романа, насилие как защита от постмодернистской потребительской культуры не срабатывает. Анархистская, антипотребительская философия Тайлера, которая поначалу казалась рассказчику освобождающей, в конце концов, оборачивается против него самого: Тайлер создает для своих последователей такую же репрессивную систему, с которой он боролся в первую очередь. Действия рассказчика приводят к антиутопическому финалу романа: рассказчик, который, кажется, избавился от Тайлера, застрелившись, просыпается на больничной койке только для того, чтобы узнать, что проект «Разгром» продолжается. По мнению Ч. Паланика, личная власть не может быть достигнута без утраты власти. По сути, это причина, по которой образ Тайлера (и, следовательно, импликация насилия), порожденный рассказчиком как решение личностных проблем, в конечном итоге становится частью проблематики. Реакция на си-

стему насилия не может существовать вне той же самой системы, которая и породила проблему.

Насилие можно квалифицировать в качестве попытки, предпринимаемой мужчиной эпохи постмодерна для возвращения себе власти и маскулинности. Согласно воззрениям Ж. Бодрийяра и Г. Дебора, насилие также проистекает из самой логики потребления, тесно связано с другим широко распространенным постмодернистским феноменом, которым является усталость. Говоря об усталости, Ж. Бодрийяр имеет в виду общее чувство пассивности или аномии, с которым сталкиваются потребители эпохи постмодерна, ставшие апатичными. На практике это проявляется в погружении в свои телефоны, в бесцельный просмотр телевизора, в механическом выполнении повседневной рутинной работы.

Представления об усталости имплицитно в образе рассказчика (особенно в начале романа). Усталость или пассивность постмодернистского потребителя не следует интерпретировать как элементарную лень. Ж. Бодрийяр утверждает, что усталость на самом деле является скрытым протестом, который можно рассматривать как реакцию постмодернистского человека на условия потребительской культуры. Усталость – это не пассивность, противопоставленная социальной гиперактивности, а единственная форма деятельности, которая при определенных условиях может быть противопоставлена ограничению общей пассивности, применяемому в современных социальных отношениях (Бодрийяр, 2006. С. 230).

Аналогичным образом, Г. Дебор говорит о «пассивном принятии», которого требует зрелище, подразумевая, что это чувство аномии навязывается массовым спектаклем (Дебор, 1999. С. 44). Постмодернистская усталость, как и чувство тревоги, проистекает из постоянного стремления обрести и переосмыслить свою индивидуальную личность в контексте пустой потребительской деятельностью. Ж. Бодрийяр также полагает, что на самом деле эта пассивность представляет собой потенциальное насилие, у которого нет другого выбора, кроме как обратиться против самого себя, против субъекта (Бодрийяр, 2006. С. 238).

Пассивность и насилие – это две стороны одной медали, поскольку общество потребления квалифицируется одновременно как «умиротворенное общество» и «общество насилия». Ж. Бодрийяр объясняет, что как «...насилие и умиротворение повседневной жизни гомогенны между собой, потому что оба абстрактны и живут мифами и знаками» (Бодрийяр, 2006. С. 221). Насилие «прививается малыми дозами» в повседневную потребительскую жизнь, чтобы «отогнать призрак реальной хрупкости общества» (Бодрийяр, 2006. С. 222). В сходном ключе Г. Дебор прослеживает, как в обществе потребления самодовольное принятие статус-кво может также сосуществовать с чисто зрелищным бунтарством (Дебор, 1999. С. 126).

В контексте обозначенных выше идей рассказчик «Бойцовского клуба», который больше не может справляться со своей хронической «усталостью», мысленно порождает раздвоение личности в своей психике. С опорой на вымышленный образ Тайлера его усталость и депрессия трансформируются в открытое насилие, причем даже против самого себя. Сущность этой деструктивности выражается в позиции автора, что «саморазрушение гораздо важнее, чем самосовершенствование» (Паланик, 2005. С. 46).

Заключение

В данной публикации анализируется культурно-философский феномен консюмеризма в контексте романа Ч. Паланика «Бойцовский клуб», содержащего сатирическую критику общества эпохи постмодерна. Рассматривается, каким образом потребительская культура формирует постмодернистскую идентичность, приводит к глобальному кризису индивидуальности человека. В свете данного кризиса роман «Бойцовский клуб» обсуждается в культурно-философских терминах чувства незащищенности рядового представителя социума, «токсичной маскулинности». В аналогичном ключе трактуется понятие насилия в том виде, в каком оно проявляется в тексте романа Ч. Паланика, а именно как реакция современного мужчины на кризис маскулинной идентичности. При этом культурно-философское понятие «усталость» выступает в качестве необходимого аналога постмодернистского насилия. Надо сказать, что описываемые в романе чувства и мысли героя отражают деструктивную атмосферу общества потребления, в которой идет процесс замены устойчивой традиционной идентичности личности на новую постмодернистскую идентичность, для которой свойственны ситуативность, одиночество, усталость и отсутствие гармонии как с миром, так и с самим собой. Таким образом, постмодернистская идентичность человека общества потребления ведет к дегуманизации личности.

Список источников

Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структура / Ж. Бодрийяр. – Москва: Республика; Культурная революция, 2006. – 338 с.

Дебор Г. Общество спектакля / Г. Дебор. – Москва: Логос, 1999. – 224 с.

Паланик Ч. Бойцовский клуб. Удушье. Колыбельная: романы / Ч. Паланик. – Москва: АСТ: ЛЮКС, 2005. – 700 с.

Ковтуненко И. В. Творческая рецепция концепции Ж. Бодрийяра в постмодернистской картине мира Ч. Паланика: симулякры,

References

Baudrillard J. Consumer society. Its myths and structure. *Moskva: Respublika; Kul'turnaya revolyuciya = Moscow: Republic; Cultural Revolution*. 2006: 338 p. (In Russ.).

Debor G. Performance Society. *Moskva: Logos = Moscow: Logos*. 1999: 224 p. (In Russ.).

Palahniuk C. Fight Club. Suffocation. Lullaby: novels. *Moskva: AST: LYuKS = Moscow: AST: LUX*, 2005: 700 p. (In Russ.).

Kovtunen I. V., Kudryashov I. A. Creative reception of the concept of Zh. Baudril-

посредничество, исчезающая реальность / И. В. Ковтуненко, И. А. Кудряшов // Гуманитарий Юга России. – 2022. – Т. 11, № 6. – С. 241–254. – DOI 10.18522/2227-8656.2022.6.14. – EDN EMXMSP.

Соссюр Ф. Курс общей лингвистики / Ф. Соссюр. – Москва: Юрайт, 2023. – 304 с.

Boorstin D. The Image. A Guide to Pseudo-Events in America / D. Boorstin. – New York: Vintage Book, 1987. – 338 p.

Keeseey D. Understanding Chuck Palahniuk / D. Keeseey. – Columbia: University of South Carolina Press, 2016. – 274 p. – DOI: 10.2307/j.ctv6sj8cj.

lard in the postmodern picture of the world of Ch. Palanik: simulacra, mediation, disappearing reality. *Gumanitarniy Yuga Rossii = Humanities of the South of Russia*. 2022; 11; 6: 241-254. (In Russ.).

Saussure F. Course of general linguistics. *Moskva: Yurayt = Moscow: Yurayt*, 2023: 304 p. (In Russ.).

Burstin D. The image. A guide to pseudo-events in America. *New York: Vintage book*. 1987: 338 p.

Keseey D. Understanding Chuck Palahniuk. *Columbia: University of South Carolina Press*. 2016: 274 p.

Для цитирования: Сикилинда С. В. Критика консюмеризма в постмодернистском дискурсе // Гуманитарий Юга России. – 2023. – Т. 12. – № 6(64). – С. 62–72. DOI 10.18522/2227-8656.2023.6.4 EDN DSVRTX

История статьи:

Поступила в редакцию – 30.08.2023.

Одобрена после рецензирования – 08.11.2023.

Принята к публикации – 17.11.2023.

Сведения об авторе

Сикилинда Станислав Владимирович
Соискатель кафедры социальных и гуманитарных наук Южно-Российского государственного политехнического университета (НПИ) им. М. И. Платова
benromach@yandex.ru

Information about author

Stanislav V. Sikilinda
Applicant at the Department of Social and Human Sciences,
Platov South-Russian State Polytechnic University (NPI)
benromach@yandex.ru