**СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ**

**Основна:**

1. Бычков В. В. Художественный апокалипсис культуры. Строматы ХХ века. В 2 кн. Москва : Культурная революция, 2008.
2. Кошут Дж. Искусство после философии / пер. с англ. А. А. Курбановского. Искусствознание. 2001. № 1.
3. Кастельс М. Информационная эпоха : экономика, общество и культура / пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. Москва : ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.
4. Самохвалова В.И. Творчество как антропокультурный феномен. *Творчество как принцип антропогенеза*. Москва : Акад. гуманитар. исслед., 2006. С.162-228.

**Додаткова:**

1. Cвендсен Ларс. Философия моды / пер. с норвежск. А. Шипунова. Москва : ПрогрессТрадиция, 2007. 220 с.
2. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры. / пер. с фр., вступ. ст. и сост. С. Н. Зенкина. Москва : Изд-во им. Сабашниковых, 2003. 512 с.
3. Беньямин В. Краткая история фотографии / пер. С. Ромашко. Москва : Ad Marginem, 2016. 143 c.
4. Беньямин В. Париж, столица девятнадцатого столетия. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. *Избранные эссе* / под ред. Ю. А. Здорового. Москва : Медиум, 1996. С.141-162.
5. Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости. *Избранные эссе* / под ред. Ю. А. Здорового. Москва : Медиум, 1996. C. 15-65.
6. Бернет Д, Мориарти С., Уэллс У. Реклама: принципы и практика / под ред. Т. Г. Малатова. Санкт-Петербург : Исток, 1999. 253 с.
7. Бодрийяр Ж.. Система вещей. Москва : «Рудомино», 2001. 222 с.
8. Ґадамер Г.-Г. Істина і метод.- Т.1: Герменевтика І: Основи філососької герменевтики. Київ : Юніверс, 2000. 464 с.
9. Ґідденс Е. Нестримний світ: як глобалізація перетворює наше життя. Київ : Альтерпрес, 2004. 100 с.
10. Дрю Ж.-М. Ломая стереотипы : реклама, разрушающая общепринятое. Санкт-Петербург : Питер, 2002. 272 с.
11. Кошелева Д.С. Мода как феномен современной европейской культуры. Вестник СПбУКИ. 2014. №1(18) март. С.32-35.
12. Кристева Ю. Избранные труды: Разрушение поэтики. Москва : РОССПЭН., 2004 .656 с.
13. Лях В.В. Свобода і пошук нових форм ідентичності в добу глобалізації. *Мультиверсум.* 2006. Вип. 57. С.3-19.
14. Маклюен М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Пер. с англ. В.Г.Николаева. Москва-Жуковский : КАНОН-пресс-Ц, «Кучково поле», 2003. – 464 с.
15. Сальникова Е.В. Эстетика рекламы: культурные корни и лейтмотивы. Санкт-Петербург : Алетейя; Москва : Эпифания, 201. 288 с.
16. Сафронова Л.В. Постмодернистский текст: поэтика манипуляции. Санкт-Петербург : ИД «Петрополис», 2009. 212 с.
17. Ученова В. В., Старуш М. И. «Философский камешек» рекламного творчества: культурология и гносеология рекламы. Москва : Максима, 1996. 263с.
18. Федотова Н.Н. Кризис идентичности в условиях глобализации. *Человек*. 2003, №6. С.50-59.
19. Флюсер В. За философию фотографии / пер. с нем Г. Хайдаровой. Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского университета, 2008. 146 с.
20. Хейзинга Й. Homo Ludens. Человек играющий / сост., пер. и предисл. Д. В. Сильвестрова. Москва : Прогресс-Традиция, 1997. 416 с.

**Інформаційні ресурси:**

1. Барт Р. Camera Lucida. Комментарий к философии. URL : book-online.com.ua›author
2. Боровский А. Арт-акционизм: искусство провокации и искусство реагировать на провокацию. URL : https: // www. novayagazeta.ru ›arts
3. Естетико-регулятивні аспекти моди. URL : http://www.rusnauka.com/8
4. Мацумото Д. Психология и культура. Санкт-Петербург : Питер, 2003. 718 с. URL : <http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Psihol/Mats/index.php>
5. Психология моды. Факторы модности. Мода как массовое. URL : http://www. gumer.info/bibliotek
6. Славой Жижек. Річ із внутрішнього простору. URL : http://www.guelman.ru›... ; archive-org2014.com› org
7. Чистякова М. Г. Акционизм в искусстве : философско-антропологические смыслы. URL : <http://www.vestnik-mgou.ru>.
8. Шамаева Р.М. Феномен креативности в контексте культуры. *International Journal of Cultural Research*. URL : http://www. culturalresearch. ru