

УДК 130.122 + 133.4 +304.4
DOI <https://doi.org/10.24195/spj2310-2896.2019.3.6>

Кучерук Олег Алексеевич
кандидат философских наук,
преподаватель
Мореходного колледжа технического флота
Национального университета «Одесская морская академия»
ул. Маразлеевская, 40/42, г. Одесса, Украина

ПОСТИНДУСТРИАЛЬНОЕ ОБЩЕСТВО НОВЫХ ЦЕННОСТНЫХ УСТРЕМЛЕННОСТЕЙ

Розглядаються питання автентичності людської індивідуальності в сучасному світі панування інформаційних ретрансляторів і споживчих цінностей, що справляють переважний вплив на самоідентифікацію людини в просторі нових ціннісних вимірів. Формується питання про буття, достовірність і якість сучасної демократії, в якій інформація перетворилася на якийсь аксіологічний інструментарій, що сприяє воздвиженню нової тоталітарної реальності. Характеризуються ціннісні концепти постіндустріальної цивілізації, які, своєю чергою, формують і структурують аксіологічну парадигму постіндустріального суспільства. У зазначеному контексті аналізується феномен буття-ілюзії сучасної людини, що проживає життя під впливом штучних і нав'язуваних змістотворних домінант. Так, наприклад, людина, яка присвятила себе діяльності в області товарно-споживчих відносин, стає носієм ідеалів корпоративної етики. Нерідко описуваний процес пов'язаний із частковою, а іноді і тотальною відмовою від власної екзистенціальної суті і неповторності. Відбувається певне знеособлення «мобільної» людини сучасності, сконцентрованої виключно на аналізі стану ринку, розрахунках товарооборотів, обсягах продажів і т. д. Так само в статті розкривається техно-урбаністична складова частина постмодерністської естетики, репрезентована прогресивними формами самовираження, в тому числі і тими, що опонують традиційним стандартам. Піддається трансформації як методологія демонстрації культурних артефактів (арт-проекти, перформанси, антиперформанси, інтерактивне мистецтво, віртуал-арт і т.п.), так і ідейна складова частина культурного продукту. Очевидним є факт «агрейду» гуманістичної субстанції артефакту з вкрапленням у його суттєвий зміст усіх тих нових елементів прогресивної естетики, які демонстративно заявляють про себе концептами іронічного, агресивного, потворного, безглузлого (у відсутності якого і виявляється сенс), тривожного, нігілістичного, песимістичного і т.п., що, безумовно, перегукується із загальним постмодерністським настроєм сучасної масової культури. Процеси, що описуються вище, являють собою яскраво виражену тенденцію або спрямованість формування ціннісного базису постіндустріального світу, який перебуває в стані стратегічного пошуку і перезавантаження.

Ключові слова: інформація, маса, свідомість, постіндустріальне суспільство, споживання, цінності, мімікрія, техноестетика.

Подлинность и иллюзорность, социальное сотворчество и индивидуальная отчужденность, искренность в желаниях и манипуляция стремлением, ценность и симуляция ценности, мир и имитация мира – в диалектике подобных противоположенных, противопоставленных, оппозиций возникает сущностно-смысловое значение новых ценностных постиндустриальных устремленностей. Данное значение как выраженный содержательный знак также имеет имитационный статус, потому как видоизменяет формы и объем ценностного базиса в вихре трендовых обновлений. Размытие устойчивых основ в социокультурных пространствах – основная тенденция постиндустриального общества, в которой информация (как смыслообразующая субстанция), лишённая морали, традиции, социальной привязки и прочих доминант, подобна жидкометаллической машине Т-1000 из культового блокбастера «Терминатор 2» (реж. Д. Камэрон, 1991 г.), созданной искусственным разумом «Скайнет». Она постоянно видоизменяется, совершенствуется, обладает целевыми ориентирами и средствами достижения постав-

ленных целей. В эпицентре множественности феноменов, порожденных обозначенными процессами, находится человек, исторически связанный с традиционностью цивилизационного существования с ее степенным и умеренным ходом движения. Позднее Новое время, форсированный индустриальный рывок в постиндустриальное пространство (Белл) ввергли человеческую субъективность в шоковое состояние (Тоффлер), подготовили благодатнейшую почву для бегства от собственной свободы в направлении авторитаризма (Фромм) и формирования одномерного общества с ложным ценностным мироощущением (Маркузе).

Эта проблематика не может не вызывать исследовательский интерес, потому как позволяет вскрывать социальные противоречия и устремленности на макро- и микроуровнях, то есть в социальном и индивидуально-экзистенциальном контекстах. Кризисные тенденции нашего времени подтверждают актуальность высказанных суждений и, собственно, данного исследования. Интересным и немаловажным является освещение современных ценностных устремленностей именно в аспектах постиндустриальных трансформаций, так как осмысленный материал позволяет формировать определенные выводы о грядущих основополагающих перспективах нашего мира.

Обозначенная тематика не нова, всевозрастающий объем публикаций, эссе, монографий и трактатов создает предпосылки для кропотливого труда в попытке охватить хотя бы некоторую часть имеющегося опыта. При этом проблематика обладает принципиальным статусом *Terra incognita*, потому что происходит постоянное обнуление исходных эмпирических данных, связанных с социокультурными трансформациями и информационными процессами, отсутствуют общепризнанная глобальная стратегия и прикладной инструментарий по преодолению кризисных тенденций современности, отсутствует системное и многоуровневое понимание ситуации представителями национальных элит государств лидирующих мировых экономик. Плюральность исследовательских подходов демонстрирует формирование своеобразного рефлексивного шума, возникающего усердиями глобального дискуссионного клуба. Но следует особо отметить, что рассматриваемая проблема по природе своей не может являться предметом долгосрочной полемики. В данной статье мы сошлемся на труды Р. Барта [1], В. Бычкова [2], В. Иванова [2], Р. Кайуа [3], М. Маклюэна [4], Н. Маньковской [2], А. Тьюринга [4], Э. Фрома [5], в которых исследуются ценностные аспекты социальной маскировки, семиотики современной моды, эстетики современного искусства, становления постиндустриального общества в модусе виртуализации мышления и всеобщей социальной информатизации и т. д. Не хватает целостного охвата обозначенной проблематики, всеобщего содержательного анализа сущностного статуса и векторной перспективы аксиологии постиндустриализма.

Для того чтобы попытаться дать ответ на вопрос, а что собственно представляет собой новые ценностные устремленности постиндустриального общества, необходимо понять культуротворческий ход нашей цивилизации в последние несколько столетий и вычленить в симфонии историко-философской полемики и социокультурной деятельности лейтмотивные ориентиры, являющиеся двигательными механизмами обозначенного процесса. При всей унифицированности машинного производства XIX – XX ст., накладывающего печать своего влияния на все сферы общественной жизни, в общественном сознании Нового времени и индустриального общества выкристаллизовывается основная ценностная идея переломной эпохи – социальная, психологическая и экономическая свобода творящей индивидуальности. Начиная с произведений Вольтера, Ж.Ж. Руссо, Д. Локка и Б. Спинозы, через экзистенциальную философию, персонализм и постмодернизм мы приходим к констатации многоаспектного понимания и трепетного отношения к человеческой индивидуальности всех гигантов интеллектуального поприща Нового и Новейшего времени (за исключением сознательных апологетов тоталитарных концепций).

Официально репрезентованным достижением нынешнего мира является демократия как оптимальная система, предоставляющая условия для личностного успеха, субъективации и самореализации. На самом деле при внимательном рассмотрении всех рычагов, обуславливающих движение данной социополитической системы, мы обнаруживаем совершенно

иные конструкты нового ценностного мироощущения. Пространство моды и искусства, науки и информационных технологий, политических партий, государственных институций и религиозных движений, социокультурных флуктуаций на всех уровнях глобального культурного процесса демонстрируют формирование нового психотипа современного человека: несвободного, несамостоятельного, неистинного. Э. Фромм исчерпывающе раскрыл психологическую составляющую этого процесса, обнаруживая истоки его зарождения еще в Реформации и непосредственно в пассионарной самореализации М. Лютера и Ж. Кальвина. Но, размышляя над идеями замечательного немецкого философа, мы приходим к заключению, что мир современной демократии не только не смог конструктивно осмыслить весь пагубный опыт тоталитарного государственного строения, но, сверх того, обогатил свое существование сокрытыми и намного более ухищренными методологиями манипулирования массовым сознанием посредством информации, → конструирующей цели, → формирующей желания, → мотивирующей к деятельности. Именно информация в ее глобальном модусе – ключ к пониманию новых ценностных устремленностей постиндустриальной цивилизации. Касательно постсоветского пространства следует добавить несколько суждений. Украинское государство ориентировано в направлении демократической парадигмы политического и социокультурного становления. Следовательно, на нашей территории к аспектам глобализационных ценностных вызовов, обозначенных выше, добавляются также проблемы реального, а не имитационного демонтажа социально-исторических тоталитарных структур, вмонтированных в виде культурно-модернизированных атавизмов, в нашу социокультурную реальность (положение свободы слова, склонность к сетевому коллективизму, корпоративность и замкнутость политической системы и т. д.). Культурный традиционализм не может являться достаточным основанием устойчивости нашей государственности без глубокого понимания необходимости возвращения в социально-институциональном пространстве державы креативной научной и творческой интеллигенции как опоры для конструктивно качественной общественной трансформации. Данные аспекты самым прямым образом связаны с приоритетным ориентированием политической власти на развитие мощной и конкурентоспособной национальной системы науки и образования, что, несомненно, является ценностной проблемой современной Украины.

По утверждению М. Маклюэна, «электронная система является продолжением центральной нервной системы» [4, с. 343], что обуславливает сопричастность всего со всем. Мы не можем просто укрыться в девственной природе нашего личностного воображения. Так или иначе, мы будем ввергнуты во всеобщность взаимоотношений, начиная с расплаты кредитной картой за приобретенный товар и заканчивая «непринужденной» прогулкой по улице. Информация в той или иной мере в том или ином качестве обрушивается на наше сознание и подсознание в виде аудиальной и визуальной рекламы, информативных и регламентирующих уличных знаков, звуков популярных мелодий, призывов уличных концепт-пиарщиков и т. д. Человеческая субъективность переживает настоящую потрясенность, будучи безапелляционно ввергнута в тотальную всеобщность агрессивного единоличия. Актуальным «гаджетом» сегодняшних дней являются аудионаушники, которые позволяют хотя бы частично отключить внешнее (уличное) навязываемое агрессивное смешение информации и индивидуального сознания. Придя домой и включая телевизор, мы продолжаем оставаться уязвимыми объектами тотального и всеобщего смешения со стороны политических, религиозных, товарно-потребительских структур, обрушивающих лавины манипулятивной информации на субъективное Я. Навязываемые и совершенствуемые рекламные технологии все более активно внедряются в мир компьютерных технологий и сеть Интернет. Результатом этого процесса является формирование однородной, купажированной социальной массы, разделяющей трендовые устремленности текущей социокультурной реальности. М. Маклюэн подмечает: «Печатная техника создавала публику. Электронная техника создала массу» [4, с. 346]. С этим нельзя не согласиться, наблюдая, к примеру, за штампованными псевдодискуссиями электронных социальных провокаторов (троллей) и вообще объемно анализируя аксиологию интернет-пространства. Почему мы прибавляем к слову «дискуссия» утверждение «псевдо»? Ответ в том, что подавляющая

масса виртуальных оппонентов, товарных апологетов или повседневных блогеров преимущественно отстаивает априорные убеждения, привнесенные извне в их сознание, а не извлеченные из интеллектуальной субъективности в результате кропотливого труда над собой. Погоня за «лайками», подписчиками, вебтрафиком мотивирует профессиональных и начинающих блогеров создавать бесчисленные видеоролики в которых, ведутся обзоры новостей шоу-бизнеса и политики, технических характеристик мобильных устройств или бытовых домашних ситуаций и т. д. Полемическая тематика безостановочно обновляется, при этом ее пронизывает ряд характерных особенностей – массовость, манипулятивность, досуговость, тривиальность, доступность, поверхностность и т. д. Разрушение временных, цензурных и пространственных ограничений создает эффект глобальной театральной студии, в которой бесчисленная масса актеров принимает одновременное участие в симуляционном моноспектакле. Симуляция – в его видимой субъективности. Разнообразии текстов и масок – лишь имитация творчества, так как сценарий для каждого актера создается на основе всеобщей предпочтительности как некоей стержневой доминанты социокультурного мейнстрима.

Таким образом, описываемое выше культурное пространство – экспериментальное поле производства и внедрения в социум креативных психоимпульсов, формирующих ценностное отношение к бытию. Знаки, символы, формы этих ценностей имеют как корпоративное так индивидуальное происхождение, но подчеркнем, что атрибутивной их особенностью все-непременно становится ориентированность на массовость и успех. Касательно последнего феномена, являющегося ценностным порождением мира глобального капитала, хотелось бы сказать еще несколько слов. Успех в постиндустриальном обществе – это экономическая свобода человека, достигнутая во многом за счет отказа от подлинной экзистенциальной свободы собственного Я. Это статусная самореализация эгоцентристского потенциала, провоцируемая современными ценностными ориентирами. Это уход от себя, симуляция Я, одним словом добровольный отказ от индивидуальности. Некая игра, в которой человек сознательно переживает жизнь, к примеру, более успешных людей, чем он сам. При этом данная конформная форма социальной имитации несет в себе как регулятивные функции, так и аксиологические. Французский антрополог, социолог и эссеист Р. Кайуа в монографии «Игры и люди» предлагает собственную классификацию социальных игр, в контексте имитации уместно упомянуть предложенный им тип игр *Mimicry* (фиктивность, имитация, иллюзия). Суть игры в том, что она «может заключаться не в развертывании какой-то деятельности или претерпевании некоей судьбы в воображаемой среде, а в том, чтобы самому стать иллюзорным персонажем и вести себя соответствующим образом. Здесь перед нами – целый ряд разнообразных явлений, имеющих общую основу: субъект игры думает, убеждает сам себя или других, что он кто-то другой» [3, с. 57]. Особенно явно описываемая социальная технология демонстрирует себя в рекламно-информационной среде. В эпоху ремесленно-цехового производства спрос на товар обуславливала его реальная практичность и востребованность, такое же приблизительное отношение формировалось и к мастерскому люду, канцеляристам, инженерам, военным и т.д. Реальный прикладной статус объекта двигал производственными отношениями на заре капиталистического производства. Утверждение индустриализма и последующая трансформация его в постиндустриализм, то есть к преимущественно нематериальному социальному задействию, привели к коренным изменениям в социально-потребительском мировоззрении. Отныне товарное качество определяется количеством потраченных средств на его рекламу, а самое главное, на наш взгляд, – субъективным уровнем затрат креативно-интеллектуальной энергии на воздвижение собственного храма Химеры. Формирование иллюзии доминантного значения для потребителя определенного товара, определенного досуга, определенной политической ценности и т.д. необратимо ведет к экзистенциально-аскиологической трансформации субъектов товарно-денежных отношений. Достижение поставленных задач и обретение успеха принуждает личность к полной подражательности неким идеалам отрешенности и самоотдачи, концентрации исключительно на вопросах компании. Корпоративная канонизация первооснователей бизнеса поддерживает миф об успехе, ценностно мотивирует

к дальнейшему отчуждению от реальности и полному слиянию субъекта с навязанным извне мироощущением. В уме возникает образ современного «мобильного» человека, ведущего постоянные коммерческие переговоры, анализирующего рынок, просчитывающего риски. На наш взгляд, этот человек глубоко несчастен, потому как настоящее счастье доступно лишь подлинно свободному человеку и вопрос здесь совершенно не в его личной пагубности характера, а в той системе ценностно-ориентирующих критериев, которые оказывают тотальное влияние на формирование его личности. Касательно массовости описываемого процесса следует добавить, что в лидирующих постиндустриальных государствах уровень производственных отношений в сфере информационных услуг достигает 80%, что свидетельствует о подавляющем социальном включении в постиндустриальное ценностное пространство. Возражением может послужить то, что нематериальное производство – это не только финансы и торговля, а также здравоохранение, образование, наука и иные отрасли. Можно парировать утверждением о глобальном потребительском мироощущении нашей цивилизации, так или иначе, в тех или иных аспектах внедряемом в самые разнообразные сферы социокультурной реальности современного мира. Речь идет о некоей парадигме, охватывающей постиндустриализм и регламентирующей ее движение ценностными обусловленностями, являющимися предметом нашего исследования. Назовем некоторые из них, на наш взгляд, наиболее значимые в понимании современной философии ценностей: технократическая урбанизация и глобальная информатизация общественной жизни, рекламно-потребительская система отношений, синкретизм социокультурного пространства, мимикрия в погоне за успехом и симуляция индивидуальности, акцентированная религиозно-политическая включенность в формирование социальных ориентиров, массовость ценностного мировосприятия, отталкивающаяся от доминантного планетарного статуса современной массовой культуры. Особый интерес вызывает последняя обусловленность, так как ее сущностное содержание оказывает самое доминантное влияние на формирование новой эстетической реальности, возникающей на основе техногенного преобразования нашего мира.

Что же представляет собой современная масскультурная техноэстетика, в тех или иных формах репрезентуемая в глобальных культурных пространствах? Каким ценностным и смыслообразующим дискурсом пронизана внутренняя логика ее становления? Обозначенные вопросы поднимаются в коллективной монографии «Живая эстетика и современная философия искусства» [2]. Авторы исследования закономерно констатируют, что в результате стремительного развития техники и технологий формируется новый прогрессивный тип неклассической эстетики. Данный процесс сопровождается демонтажем классических ценностных стереотипов в художественно-эстетическом поле и поиском новых форм самовыражения. «Это всевозможные арт-объекты, артефакты, инсталляции, акции, энвайронменты, хэппенинги, перформансы, а также принципиально новые по художественным средствам арт-проекты и -практики, возникшие на мультимедийной основе – в кино, телевидении, современных шоу с использованием электроники, кинематики, лазерной техники, видеоарте, компьютерной графике, компьютерных инсталляциях, сетературе, трансмузыке, интернет-арте, интерактивном искусстве, виртуал-арте и других новейших видах арт-практик, возникающих в сети или использующих фрагменты виртуальности в традиционных искусствах» [2, с. 805]. Немаловажным является утверждение исследователей о том, что в эпоху постиндустриальных культурных трансформаций в сфере искусства происходит обнуление и переосмысление традиционных методов и подходов в культурно-творческом самовыражении. Очевидно то, что этот процесс непосредственно связан с общими постмодернистскими тенденциями прогрессивного масскультура. «Подавляющее большинство современных арт-практик тяготеют к принципам, маргинальным для классической эстетики, хотя имплицитно присущим многим сферам традиционного искусства. Имеются в виду принципы игры, иронии, безобразного» [2, с. 805]. В подтверждение сказанного, с констатацией возрастающей популярности следует указать на трансгрессивное искусство, направленное на эстетизацию ужасающего и отталкивающего. Данное направление культурного самовыражения находит свое воплощение в треш-кинофильмах, творчестве грай-

ндкор, индастриал, панк, блэк, дэт групп, антисоциальных интернет-перформансах и т. д. Что же провоцирует возникновение данного культурного пласта? Возможно, подобные практики являют собой экзистенциальную реакцию на эффект глобального мимикрирующего (лукавого, неистинного) по своей сути информационного шума, сокрушающего субъективность, являют собой отчаянный ответ пораженной человечности, в судорожной попытке, схватывающейся за свою исчезающую подлинность, на неустанный дисгармонический рёв техногенных манипуляционно-симуляционных ретрансляторов. Очевидно, что описываемый аспект заслуживает собственного объемного исследования, во многом выходящего за рамки стандартной научной статьи. Но так или иначе мы подходим к обобщающей и анонсирующей дальнейшие поиски истине о сущностной связи обозначенного аспекта с проблематикой аксиологических ориентиров постиндустриального человека.

Несколько резюмирующих слов в завершение. Наше государство находится на пути демократического ценностного преобразования и развития. Пережитки тоталитарных структур в некоторых метаморфозных вариациях продолжают отражать реальное состояние постсоветского пространства, в том числе и Украины. В передовых державах, являющихся эталонами и образцами социальной эволюции, демократия являет собой уязвимое поле информационной плюральности, подверженное трендовому влиянию с целью формирования согласного и потребляющего большинства. Постиндустриализм в сути своей характеризует доминанта массовой информатизации населения, что вызывает культурный шок и способствует формированию унифицированного (всеобщего) социального сознания. Особенно ярко и демонстративно этот процесс демонстрирует свою сущность в аксиологии досугового пространства интернет-коммуникаций. Экзистенциальной особенностью современных товарно-потребительских отношений являются мимикрия и симуляция собственной личности, добровольный отказ от субъективной оригинальности как от высшей ценности человеческого бытия. Касательно современной масскультурной техноэстетики следует отметить художественное и техническое многообразие ее самовыражения, а также устремленность к популяризации контркультурных артефактов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Барт Р. Система моды. Статьи по семиотике культуры / пер. с франц. С. Зенкина. Москва : Издательство им. Сабашниковых, 2003. 512 с.
2. Бычков В.В. Триалог. Живая эстетика и современная философия искусства / В.В. Бычков, Н.Б. Маньковская, В.В. Иванов. Москва : Прогресс-Традиция, 2012. 840 с.
3. Кайуа Р. Игры и люди. Статьи и эссе по социологии культуры / пер. с франц. С. Зенкина. Москва : ОГИ, 2007. 304 с.
4. Информационное общество: Сб / сост. А. Лактионова. Москва : ООО Издательство И 74 АСТ, 2004. 507 с.
5. Фромм Э. Бегство от свободы. Человек для себя / [пер. с англ.]. – Москва : АСТ : АСТ МОСКВА, 2006. 571 с.
6. Brod C. Technostress. The human cost of the computer revolution. Addison-Wesley, 1984. 234 p.

REFERENCES

1. Bart R. Sistema mody. Stati po semiotike kultury [Fashion system. Articles on the semiotics of culture] / per. s frants. S. Zenkina. Moskva : Izdatelstvo im. Sabashnikovykh, 2003. 512 s.
2. Bychkov V.V. Trialog. Zhivaya estetika i sovremennaya filosofiya iskusstva [Dialogue. Living aesthetics and contemporary philosophy of art] / V.V. Bychkov, N.B. Mankovskaya, V.V. Ivanov. Moskva : Progress-Traditsiya, 2012. 840 s.
3. Kayua R. Igy i lyudi. Stati i esse po sotsiologii kultury [Games and people. Articles and essays on the sociology of culture] / per. s frants. S. Zenkina. Moskva : OGI, 2007. 304 s.
4. Informatsionnoe obshchestvo [Information society]: Sb. / sost. A. Laktionova. Moskva : ООО Izdatelstvo I 74 AST, 2004. 507 s.
5. Fromm E. Begstvo ot svobody. Chelovek dlya sebya [Escape from freedom. Man for himself] / per. s angl. Moskva : AST : AST MOSKVA, 2006. 571 s.
6. Brod C. Technostress. The human cost of the computer revolution. Addison-Wesley, 1984. 234 p.

Kucheruk Oleg Alekseevich

Ph.D., Lecturer

at the Maritime College of Technical Fleet
of the National University of Odessa Maritime Academy
40/42, Marazliievska St., Odesa, Ukraine**POST-INDUSTRIAL SOCIETY OF NEW VALUE ASPIRATIONS**

The author examines the issues of the authenticity of human individuality in the modern world of the dominance of information relays and consumer values, which have an overwhelming effect on a person's self-identification in the space of new value dimensions. The question is being asked about the being, reliability and quality of modern democracy, in which information has turned into a kind of axiological toolkit that promotes the erection of a new totalitarian reality. The value concepts of post-industrial civilization are characterized, which, in turn, form and structure the axiological paradigm of post-industrial society. In this context, the phenomenon of being-illusion of a modern person living a life under the influence of artificial and imposed sense-forming dominants is analyzed. So, for example, a person who has devoted himself to activities in the field of commodity-consumer relations, becomes the bearer of the ideals of corporate ethics. Often the described process is associated with a partial, and sometimes total rejection of one's own existential essence and originality. There is a certain depersonalization of the "mobile" man of our time, concentrated solely on the analysis of the state of the market, commodity circulation calculations, sales volumes, etc. The article also reveals the techno-urbanistic component of postmodern aesthetics, represented by progressive forms of self-expression, including those that oppose traditional standards. It lends itself to transformation, both the methodology of demonstrating cultural artifacts (art projects, performances, antiperformances, interactive art, virtual art, etc.), and the ideological component of a cultural product. The fact of the "upgrade" of the humanistic substance of the artifact with the incorporation into its essential content of all those new elements of progressive aesthetics that defiantly express themselves as concepts of ironic, aggressive, ugly, senseless (in the absence of which meaning is found), alarming, nihilistic, pessimistic, is obvious etc., which undoubtedly echoes the general postmodern mood of modern mass culture. The processes described above are a pronounced tendency or striving to form the value basis of the post-industrial world, which is in a state of strategic search and reset.

Key words: *Information, mass, consciousness, post-industrial society, consumption, values, mimicry, techno-aesthetics.*