

Лісеєнко Олена Василівна – доктор соціологічних наук, професор кафедри філософії, соціології та менеджменту соціокультурної діяльності Університету Ушинського.

ДЕІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЯ В СФЕРІ СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ: ГЛОБАЛЬНИЙ ТРЕНД АБО УКРАЇНСЬКИЙ СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ ФЕНОМЕН?

У соціокультурному розвитку сучасного українського суспільства одночасно діють тенденції, пов'язані з глобалізаційними трендами універсалізації та лібералізації продукування культурних форм і змістів, розвитком інформаційного суспільства з розширенням інформаційно-технологічної доступності споживання продуктів масової культури, та тенденції автентично етнонаціональних соціокультурних змін сучасного культурного продукування. Процес десакралізації рафінованої культури, детермінований загальносвітовим процесом модернізації і повсюдним поширенням цінностей масової культури, в українському суспільстві придбав ряд специфічних проявів, пов'язаних з руйнуванням традиційної ціннісно-нормативної системи, кризою основних соціокультурних інститутів (книговидавничої галузі, літературно-художньої періодики), руйнуванням традиційною книжковою культурою. Як результат стійко проектується нові культурні відмінності й нерівності, здатні збільшувати соціокультурну диференціацію в українському соціумі.

Як вважав Пітирим Сорокін, фундаментом будь-якої культури слугують цінності. Погоджуючись з класиком соціологічної думки, зазначу, що в трансформаційному суспільстві цінності виконують фундаментальну функцію, тому що вивчення ціннісних пріоритетів громадян має прямий стосунок до визначення

мотивації діяльності різних соціальних груп соціуму. В дослідницькій практиці активно використовується визначення двох груп цінностей: 1) *соціальні цінності*, що пов'язані з наявними соціальними системами (такими як сім'я, соціальна група, соціальна організація, соціальний інститут); 2) *культурні цінності*, що пов'язані з культурними орієнтаціями, преференціями, стилями та смаками. Культурні цінності реалізуються як у соціальних практиках та інтерпретаціях, так і у власне культурних практиках (культурне дозвілля, освіта, хобі тощо). Дані моніторингових досліджень Інституту соціології НАН України у 1992-2016 роках свідчать не лише про падіння обсягу читацької аудиторії, а й про неухильне зниження важливості читання літератури як культурної практики. **На сьогодні практично кожен другий в українському соціумі декларує, що цінність читання літератури не є для нього важливою та актуальною** [1, с. 228].

Кількість постійної читацької аудиторії художньої літератури зменшилась з 37,7% у 1994 році до 17% у 2014 році, читацька аудиторія друкованих видань (газет, журналів) також зменшилась з 53,6% у 1994 році до 34,1% у 2014 році. Вказали, що впродовж року не читали взагалі художню літературу 29% українців у 2003 році і 54% - у 2013 році. Таких не-читачів літератури по 59% у Західному і Східному регіонах, дещо менше на Півдні - 52% і в Центрі – 47%. Частіше не читають люди старшого (60%) і середнього віку (52%), серед молоді до 30 років не-читачів художньої літератури – 46%. Майже удвічі за останнє десятиліття зменшилася частка тих, хто відзначає наявність у себе вдома домашньої бібліотеки (більше як 100 книг) – від 31% в 1994 році до 19% у 2014 році [2].

Сьогодні в Україні, як і в усьому світі, зростає популярність новітніх інформаційно-комунікативних технологій, які змінюють продукування культурних форм

та змісту. Скорочується обсяг практик читання, пов'язаних з паперовими носіями, починає домінувати не «книжна культура», а «екранна культура». «Читання для задоволення», притаманне читачам ХХ сторіччя, поступово наближається до «читання для інформації» і надалі – «читання для комунікації». В українському соціумі все більше споживається продуктів масової культури і все менше - класики. З втратою інтелігенцією монопольного становища в сфері оцінок і трактувань культури її смаки втратили свій еталонний характер - змістовну і символічну висоту, соціальну привабливість. Видовищність замінює вдумливість і розуміння, естетичні зразки черпаються переважно з телевізійних шоу.

Але це не означає, що зникнуть творці і споживачі рафінованої культури, але їх чисельність, безумовно, постійно зменшується. У світі глобальної деінтелектуалізації, де найбільш читаються і шанованими авторами є автори дитячих чарівних казок з побутової філософією добра і справедливості, безумовно залишаться шанувальники Булгакова, Шекспіра, Уайльда, однак їх соціальна роль у суспільстві вже не є високою.

Якщо конкретизувати специфіку літературних смаків та особливостей споживання художньої літератури, то можна відзначити, що загалом по країні перше місце посідають автори, котрі традиційно персоніфікують український народ, культуру, літературу: Тарас Шевченко -97,7%, Леся Українка -90%, Іван Франко – 84,3%, Микола Гоголь – 82,5%, Михайло Коцюбинський – 70,2%. Сучасних авторів, або авторів другої половини ХХ століття у перших стовпчиках рейтингів знання не має. Добро відомо, що прихильність до певного сучасного українського автора зазвичай вища у регіонах, до яких він належить за територіальним чи культурним критерієм. У цьому сенсі близькими авторами для Західної України є

Юрій Андрухович (30,3%) і Оксана Забужко (26,6%); для Східної України – Сергій Жадан (38,8%) і Андрій Курков (35,5%); для Північної України – Лесь Подерев'янський

(30,6%); для Південного регіону сучасного «близького автора» такого рівня не виявлено [1, с. 296].

Таким чином, дослідження стану ціннісної ментальності соціуму, її динаміки у часі та чинників, які її зумовлюють за умов неспинних глобальних впливів і вітчизняних зрушень стає дуже актуальним та важливим.

Список використаної літератури

1. Мінливості культури: соціологічні проєкції/ за ред. Н. Костенко. – Київ: Інститут соціології НАН України, 2015. – С 440 с.
2. Українське суспільство: Моніторинг соціальних змін / за ред. док. екон.наук В. Ворони, док. соц. наук М. Шульги. – К. : Інститут соціології НАН України, 2014. – Випуск 1(15). Том 2. Таблиці і графіки. - 410 с.

