



КУЛЬТУ́РА МА́СОВА — різновид культури суспільства; поняття, яке характеризує особливості змісту виробництва і способів поширення культури індустріального суспільства. Ін. назви — маскультура, масове мистецтво, популярна (попкультура), споживча, комерц. культура, індустрія розваг. К. м. протилежна [культурі елітарній](#) та розрахована на пересіч. глядача (споживача), загальнодоступна, проста за формою, не потребує спец. знань для сприйняття, тому й набула широкої популярності, визнання, користується попитом. Духовні та матеріал. цінності К. м. свідомо орієнтує на опосередков. рівень розвитку мас. споживачів. Поширюючись через засоби мас. комунікації (*пресу, радіо, телебачення, комп'ютерні мережі* тощо), К. м. охоплює широку аудиторію споживачів майже в усіх країнах світу. Теорія К. м. — відгалуження філос. і соціол. теорій мас. суспільства (Х. Ортега-і-Гассет, К. Маннгейм, Д. Рісмен, Г. Арендт, Г. Маркузе, Е. Фромм та ін.); згідно з нею, пересіч. індивід постає замкненим у собі, відчуженим «атомом» поруч з іншими такими ж атомар. індивідами з нівельов. особистістю і стандартизов. внутр. світом; він є «гвинтиком» у вироб. механізмі або бюрократ. системі розвиненого індустр. суспільства. К. м. спрямована на те, щоб інтегрувати індивіда у соц. й політ. інститути індустр. суспільства, зробити його конформістським, «одномірним» тощо. Утилітарно-розважал. функція К. м. призводить до деградації інтелектуал. рівня публіки, апелюючи до натуралізов. чуттєвості та споживач. орієнтацій і стереотипів. Утім, деякі зх. дослідники (Е. Шилз, Д. Белл, М. Маклуен, Е. Тофлер) вважали К. м. важливим засобом розвитку комунікатив. стереотипів, емоц. кліше, котрі забезпечують спілкування і взаєморозуміння у сучас. соціумі, підвищують рівень освіченості індивідів. За сучас. умов відбувається певна демасифікація сусп. культури, диференціація комунікатив. каналів її поширення, спеціалізація продукції культур. виробництва за віковими, профес. та ін. інтересами і вподобаннями різних соц. груп. Епатажні форми К. м. у цивілізов. країнах витісняються на периферію сусп. культур. життя. Але для пост-тоталітар. країн, котрі переживають системну кризу, К. м. у найбільш агресив. і дегуманізов. її формах може завдати відчут. шкоди морал. засадам суспільства. Вказуючи на масовість явища, термін «К. м.» не означає належності до народності, оскільки базується не на

змістових, а на формал., кількіс. чинниках — засобах виробництва та споживання. К. м. представляють твори, що розповсюджуються засобами мас. комунікації (*естрада, кіно, телебачення*), друков. графіка, ре-продукції, продукція худож. індустрії, розрахов. на смак пересіч. споживача, спрощені та незначні за худож. вартістю. В умовах розповсюдження К. м. й появи культури для мас популярне часто виступає як модне — наслідування зразків, що стало стандарт., стереотип. мистецтвом, тому загал найменше уваги звертає на смак (див. також [Кітч](#)). Ставши модним і працюючи на моду, К. м. маніпулює потребами, очікуваннями та смаками публіки, створюючись за рахунок та на ґрунті винаходу зовн. прийомів, ефектів і форм, які часто транс-формуються у щось вигадливе, не схоже на імітов. зразки. Ставка К. м. на видовищність будь-якою ціною призвела до морал. нерозбірливості, пропаганди жорстокості та насилля, що спонукають до транс-формацій звичаїв життя суспільства. Проте товарність, розважал. спрямованість К. м. дозволяє використовувати її як потуж. засіб впливу на громад. сві-домість не тільки для нівелювання поглядів та смаків під обивател. стереотип, а й для ідеалізації існуючих способів життя. В [інформаційному суспільстві](#) значну роль відіграє комунікація через [Інтернет](#). Тому інтернет-співтовариство формує в інтерактивно-комунікатив. середовищі власні засади культур. комунікації, виробляючи механізми протистояння маніпулятив. аспектам К. м.

Рекомендована література

1. Нариси української популярної культури. К., 1998;
2. Берк П. Популярна культура в ранньомодерній Європі. К., 2001;
3. Просандеєва Л. Масова культура в контексті соціальної культури // Вісн. Книжк. палати. 2003. № 4;
4. Лютий Т. В., Ярош О. А. Культура масова і популярна: теорії та практики. К., 2007;
5. Безугла Р. І. Масова та популярна культура: до проблеми співвідношення понять // Культура і сучасність. 2010. № 2;
6. Лютий Т. 100 років української масової та популярної культури: стратегії ідентифікації // УК. 2013. № 11.

Я. В. Любимий

Бібліографічний опис:

Культура масова / Я. В. Любимий // Енциклопедія Сучасної України [Електронний ресурс] / Редкол.: І. М. Дзюба, А. І. Жуковський, М. Г. Железняк [та ін.] ; НАН України, НТШ. — К. : Інститут енциклопедичних досліджень НАН України, 2016. — Режим доступу: <https://esu.com.ua/article-51462>

2001-2025 © Ця енциклопедична стаття захищена авторським правом згідно з чинним законодавством України ([докладніше](#)).