

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Донецкий государственный университет»

Филологический факультет
Кафедра мировой и отечественной культуры



УТВЕРЖДАЮ
проректор

П.А. Машаров

2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

МАССОВАЯ КУЛЬТУРА

Укрупненная группа направлений подготовки	51.00.00 Культуроведение и социокультурные проекты
Программа высшего образования	Программа бакалавриата
Направление подготовки	51.03.01 Культурология
Профиль подготовки	Культурология
Квалификация	Бакалавр
Форма обучения	Очная, заочная

Рабочая программа адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2024

Рабочая программа дисциплины «**Массовая культура**» для обучающихся по программе бакалавриата по направлению подготовки 51.03.01 Культурология (Профиль: Культурология) составлена на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 51.03.01 Культурология, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 06.12.2017 г., № 1177 (с изм. и доп.); а также Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по образовательным программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры, утвержденного приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 06.04.2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2024 года.

Разработчик:

канд. филос. наук, доцент кафедры мировой и отечественной культуры, доц.

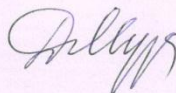


К.А. Зув

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры мировой и отечественной культуры.

Протокол от 26.03.2024 г. № 10

Заведующий кафедрой



Д.Е. Муза

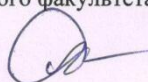
СОГЛАСОВАНО:

Декан филологического факультета
28.03.2024 г.



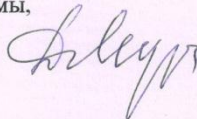
Н.А. Ярошенко

Учебно-методическая комиссия филологического факультета.
Протокол от 27.03.2024 г. № 3.
Председатель



С.В. Руденко

Руководитель основной профессиональной образовательной программы,
д-р филос. наук, проф.
26.03.2024 г.



Д.Е. Муза

1. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

1.1. Требования к предварительной подготовке обучающихся, предшествующие и сопутствующие дисциплины, на которых основывается изучение данной:

дисциплины программы бакалавриата: История мировой и отечественной культуры, История искусств: история изобразительного искусства, История России и др.

1.2. Дисциплины, курсовые работы и практики, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее:

История искусств: история изобразительного искусства, История мировой и отечественной культуры, Художественная культура XX-XXI вв.: художественные теории и практики, художественный дизайн, Культурные индустрии, используются при написании дипломной работы.

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы	51.03.01 Культурология
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.В.ОД.9 Массовая культура
Часть образовательной программы	Вариативная часть (формируемая участниками образовательных отношений). Безальтернативные дисциплины
Количество зачетных единиц / всего часов	2 / 72

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль	всего	
Очная	1	2	-	—	34	38	72	зачет
Очная, всего								
Заочная	1	2	-	—	6	66	72	зачет

3. ЦЕЛИ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение студентами теоретических основ предмета, предполагает формирование у студентов глубоких, всесторонних, системных знаний, представлений об основной проблематике современных исследований массовой/популярной культуры и научить применять элементы критического подхода к анализу явлений социальной действительности. Ознакомить студентов с базовыми понятиями курса и продемонстрировать логику их развития в социальной теории XX и XXI вв.; охарактеризовать процесс производства и распространения массовой/популярной культуры в медиа-индустрии, представить типологию медиа-организаций по различным основаниям, особенности развития медиа-индустрий в современной России; рассмотреть проблематику потребления массовой/популярной культуры, вопросы социальной роли, значения и ответственности культурных производителей и интеллектуалов в репрезентации социальной действительности, а также возможности их влияния на

социальные изменения в современной России; сформировать представление о базовых принципах критического анализа продуктов массовой/популярной культуры в современной социальной теории и специфике отечественной культурологической традиции ее изучения; способствовать формированию навыков применения принципов критического анализа продуктов массовой/популярной культуры в создании текстов различных типов (академических/публицистических; теоретических/практически-рекомендательных).

4. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ КОМПОНЕНТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ, ИХ ИНДИКАТОРЫ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ПК-2 Способен к реализации социально-культурных и художественно-творческих программ в социокультурной (культурно-досуговой) сфере	ИПК-2.1 способность к реализации социально-культурных и художественно-творческих программ в социокультурной сфере	ИПК-2.1.1 Умеет реализовывать социально-культурные и художественно-творческие программы в социокультурной сфере; ИПК-2.1.2 Знает социально-культурные и художественно-творческие программы; ИПК-2.1.3 Владеет механизмами, технологиями реализации социально-культурных и художественно-творческих программ в социокультурной сфере.
	ИПК-2.2 Готовностью к участию в реализации форм культурно-досуговой деятельности	ИПК-2.2.1 Умеет реализовывать формы культурно-досуговой деятельности; ИПК-2.2.2 Знает формы культурно-досуговой деятельности; ИПК-2.2.3 Владеет механизмами, технологиями реализации форм культурно-досуговой деятельности.

5. ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Порядковый номер и тема	Краткое содержание темы
Раздел 1. Теоретические основы массовой культуры	
Тема 1. Феномен массовой культуры. Основные понятия и дефиниции	<p>1. Понятие «массовая культура». Массовая культура в современном мире. Характерные черты вербальных и аудиовизуальных текстов массовой культуры.</p> <p>2. Проблема возникновения и трансформации массового общества и массовой культуры. «Высокая», «элитарная», «народная», «популярная», «массовая» культура: объем и соотношение понятий. Массовая культура и субкультуры.</p> <p>3. Функции массовой культуры в обществе. Основные характеристики массовой культуры: ориентированность на гомогенную аудиторию; опора на эмоциональное, иррациональное, коллективное, бессознательное; быстродоступность; быстрозабываемость; традиционность и консерватизм; оперирование средней языковой семиотической нормой; занимательность.</p>
Тема 2. Из	1. Критика массовой культуры в XIX- начале XX в.

<p>истории становления массовой культуры. Теории и методы анализа феноменов массовой культуры</p>	<p>2. Ключевые понятия для анализа форм массовой культуры: «толпа», «общество масс», «тирания большинства» и «демократия».</p> <p>3. Характеристики массового общества и культурных текстов в концепциях исследователей 1910-30-х гг.</p> <p>4. Семиотический подход к изучению массовой культуры, 1950-1960-е гг. Способы изучения феноменов массовой культуры в работах Р.Барта. Теории массового общества.</p> <p>5. Франкфуртская школа. Социология массовой литературы. Назначение и характерные черты популярной литературы. «Формульные жанры» в массовой культуре. Концепция Дж. Кавелти. Роль формулы и клише для построения текста.</p> <p>6. Постиндустриальное, информационное общество и массовая культура. Структурализм и семиология в изучении популярной/массовой культуры</p>
<p>Тема 3. Массовая культура во второй половине XIX–1950-х гг. XX вв.</p>	<p>1. Неомарксизм и школа Британских культурных исследований. С. Холл и современный британский культурализм. Индустриальная революция и культура города. «Досуг» как культурная идея: создание инфраструктуры досуга, развлечения и потребления.</p> <p>2. Массмедиа и массовая культура. Принципы медийного производства текстов. Формы популярной культуры, связанные с массмедиа: газеты и журналы. Комиксы.</p> <p>3. Реклама и индустрия потребления. Феномен рекламы и риторика рекламного образа. Социокультурные функции рекламы в обществе потребления. Порождение культурного значения, формирование культурной нормы.</p> <p>4. Технологии и культурное производство: Фотография. Радио. Кинематограф. Культура немого и звукового кино. Музыка и массовая культура: эстрада, джаз.</p> <p>5. Идеологии в текстах массовой культуры: формы европейской, американской, советской массовой культуры между двумя мировыми войнами</p>
<p>Тема 4. Массовая культура во второй половине XX–начале XXI вв. Массовый человек: свойства и характеристики. Механизмы конструирования массового человека</p>	<p>1. Массовая культура в эпоху постмодерна и информационного общества, 1990–2000-е в России и на Западе. Диверсификация и «демассовизация» массовой культуры. Размывание границ высокой и массовой культуры.</p> <p>2. Экспансия коммерческой культуры и развлечений; феномен омассовления. Роль глобальных медиа для трансляции форм массовой культуры. Культура массовых зрелищ. Маркетизация бытия и сознания как стратегическая ценность массовой культуры. Всеобщая мобильность и изменение представлений о мире.</p> <p>3. Массовый человек и мифы масскульты. Картина мира массового человека. Эволюция СМИ и их роль в формировании массового сознания. Идеология, пропаганда, манипуляция как традиционные формы осуществления власти. Повседневный модус бытия (по М. Хайдеггеру) как онтология массового человека. Реклама как машина производства желаний; мода. Риторика рекламы и моды. Изучение репрезентаций в массовых текстах: журналах, телевидении, кино.</p> <p>4. Массовая литература: конвенции и инновации в формулах массовых текстов. Популярные сюжеты, истории, герои и образы. Телевизионная культура: тележурналистика, сериалы, шоу.</p>

	5. Становление постиндустриальной культуры. «Общество массового потребления». Критика современной культуры в работах Ж. Бодрийяра. Пространства потребления: семантика шопинг-центра
Тема 5. Формы, жанры, формулы современной попкультуры	<p>1. Многообразие форм массовой культуры в современном мире. Коммерческий характер масскульты — принуждение к потреблению и провоцирование желаний. Жанры массовой культуры: музыка, кино, литература, СМИ, спорт, туризм.</p> <p>2. Особенности современной российской попкультуры.</p> <p>3. Профессиональный спорт в системе массовой культуры.</p> <p>4. Кинематограф в условиях новых цифровых технологий. Блокбастер; массовое и авторское кино; сиквелы, приквелы и трансмедийные «переводы» культурных текстов.</p> <p>5. Феномен литературного бестселлера в 2000-е. Специфика российской массовой культуры 2000-х гг. Тривиальная литература: культурные особенности «мужских» и «женских» романов. Феномен иронического детектива, ретродетектива.</p> <p>6. Герои, образы, истории и идеологии российской, европейской, американской массовой культуры н. XXI в</p>
Тема 6. Современное общество потребления	<p>1. Характеристики общества потребления. Мода, образы и стили жизни. Власть вещей как проект по конструированию идентичности. Феномен шопинга. Мода как унификация образа жизни. Пространства потребления (шопинг-центры, журналы, интернет-магазины). Гендерные траектории потребления. Новый тип гастрономического потребления.</p> <p>2. Этапы формирования массового человека — индустрия обслуживания массовой культурой от взросления до старения.</p> <p>3. Специфика политик потребления в России. Принуждение к потреблению как функция власти. Маркетизация протеста</p>
Тема 7. Феномен гламура в современной масскультуре	<p>1. Феномен гламура и культура глянцевого журналов: продвижение образов и стилей жизни. «Звезды» и знаменитости в системе массовой культуры: трансляция образцов и социокультурных норм.</p> <p>2. Идеология гламура. Гламурное тело и сознание. Мифология гламура. Культура глянцевого прессы — специфика визуального потребления. Язык и риторика телевизионного глянца.</p> <p>3. Гендерные риторика гламура. Брэндинг как новая социальная мифология и источник новых форм культурогенеза. Типология знаменитостей. Архетипический образ культурного героя и проблема нормативной модели личности в элитарной культуре. История звезды — новый тип нарратива об архетипе культурного героя. Особенности российского типа производства знаменитости</p>
Тема 8. Перспективы современного постинформационного общества массового потребления.	<p>1. Перспективы современного постинформационного общества массового потребления.</p> <p>2. Перспективы политической культуры в условиях изменения характера практик власти и новых властных технологий.</p> <p>3. Новые характеристики массового человека и мифотехники жизни. Интернет-община как возможная социальная единица.</p>
Тема 9. Медиа-культура и класс: постмодерные агенты	<p>1. Конструирование потребительской идентичности: дискурсы медиа культуры сквозь призму гендера, этничности, сексуальности и политики. Манипуляция или ресурс для сопротивления?</p> <p>2. Альтернативные прочтения медиа-образов.</p>

социального различия	3. Популярная культура и политика в рамках медиа-индустрии. 4. Роль публичного интеллектуала и медиа-производителя в конструировании гражданского общества в России
----------------------	--

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Форма обучения – очная, курс – 1, семестр – 2

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Теоретические основы музейного дела					
Феномен массовой культуры. Основные понятия и дефиниции			3	4	7
Из истории становления массовой культуры. Теории и методы анализа феноменов массовой культуры			2	4	6
Массовая культура во второй половине XIX–1950-х гг. XX вв.			2	4	6
Массовая культура во второй половине XX–начале XXI вв. Массовый человек: свойства и характеристики. Механизмы конструирования массового человека			3	5	8
Формы, жанры, формулы современной попкультуры			4	4	8
Современное общество потребления			5	5	10
Феномен гламура в современной масскультуре			5	4	9
Перспективы современного постинформационного общества массового потребления.			5	4	9
Медиа-культура и класс: постмодерные агенты социального различия			5	4	9
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП			34	38	72

6.2. Форма обучения – заочная, курс – 1, семестр – 2

Наименования разделов и тем	Количество часов				
	Лекц.	Лабор.	Практ.	СРС+К	Всего
Раздел 1. Теоретические основы музейного дела					
Феномен массовой культуры. Основные понятия и дефиниции			1	7	8
Из истории становления массовой культуры. Теории и методы анализа феноменов массовой культуры				7	7
Массовая культура во второй половине XIX–1950-х гг. XX вв.				7	7
Массовая культура во второй половине XX–начале XXI вв. Массовый человек: свойства и характеристики. Механизмы конструирования массового человека				7	7
Формы, жанры, формулы современной			1	7	8

попкультуры					
Современное общество потребления			1	8	9
Феномен гламура в современной масскультуре			1	8	9
Перспективы современного постинформационного общества массового потребления.			1	8	9
Медиа-культура и класс: постмодерные агенты социального различия			1	7	8
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП			6	66	72

7. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (СРЕДСТВА) ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

7.1. Контрольные вопросы

Раздел 1

1. Понятие «массовая культура».
2. Массовая культура в современном мире.
3. Характерные черты вербальных и аудио-визуальных текстов массовой культуры.
4. Проблема возникновения и трансформации массового общества и массовой культуры.
5. «Высокая», «элитарная», «народная», «популярная», «массовая» культура: объем и соотношение понятий.
6. Массовая культура и субкультуры.
7. Функции массовой культуры в обществе.
8. Основные характеристики массовой культуры: ориентированность на гомогенную аудиторию; опора на эмоциональное, иррациональное, коллективное, бессознательное; быстродоступность; быстрозабываемость; традиционность и консерватизм; оперирование средней языковой семиотической нормой; занимательность.
9. Критика массовой культуры в XIX- начале XX в.
10. Ключевые понятия для анализа форм массовой культуры: «толпа», «общество масс», «тирания большинства» и «демократия». Характеристики массового общества и культурных текстов в концепциях исследователей 1910-30-х гг.
11. Семиотический подход к изучению массовой культуры, 1950-1960-е гг.
12. Способы изучения феноменов массовой культуры в работах Р.Барта.
13. Социология массовой литературы.
14. Назначение и характерные черты популярной литературы.
15. «Формульные жанры» в массовой культуре.
16. Концепция Дж. Кавелти.
17. Роль формулы и клише для построения текста.
18. Постиндустриальное, информационное общество и массовая культура.
19. Индустриальная революция и культура города.
20. «Досуг» как культурная идея: создание инфраструктуры досуга, развлечения и потребления.
21. Массмедиа и массовая культура.
22. Принципы медийного производства текстов.
23. Формы популярной культуры, связанные с массмедиа: газеты и журналы.
24. Комиксы.
25. Реклама и индустрия потребления.
26. Феномен рекламы и риторика рекламного образа.
27. Социокультурные функции рекламы в обществе потребления.

28. Порождение культурного значения, формирование культурной нормы.
29. Технологии и культурное производство:
30. Фотография.
31. Радио.
32. Кинематограф.
33. Культура немого и звукового кино.
34. Музыка и массовая культура: эстрада, джаз.
35. Идеологии в текстах массовой культуры: формы европейской, американской, советской массовой культуры между двумя мировыми войнами.
36. Массовая культура в эпоху постмодерна и информационного общества, 1990 – 2000-е. в России и на Западе.
37. Диверсификация и «демассовизация» массовой культуры.
38. Размывание границ высокой и массовой культуры
39. Экспансия коммерческой культуры и развлечений; феномен омассовления.
40. Роль глобальных медиа для трансляции форм массовой культуры. Культура массовых зрелищ
41. Маркетизация бытия и сознания как стратегическая ценность массовой культуры.
42. Всеобщая мобильность и изменение представлений о мире.
43. Массовый человек и мифы масскульта.
44. Картина мира массового человека.
45. Эволюция СМИ и их роль в формировании массового сознания.
46. Идеология, пропаганда, манипуляция как традиционные формы осуществления власти.
47. Повседневный модус бытия (по М. Хайдеггеру) как онтология массового человека.
48. Реклама как машина производства желаний; мода.
49. Риторика рекламы и моды.
50. Изучение репрезентаций в массовых текстах: журналах, телевидении, кино.
51. Массовая литература: конвенции и инновации в формулах массовых текстов.
52. Популярные сюжеты, истории, герои и образы.
53. Телевизионная культура: тележурналистика, сериалы, шоу.
54. Становление постиндустриальной культуры.
55. «Общество массового потребления».
56. Критика современной культуры в работах Ж. Бодрийяра.
57. Пространства потребления: семантика шопинг-центра.
58. Многообразие форм массовой культуры в современном мире.
59. Коммерческий характер масскульта — принуждение к потреблению и провоцирование желаний.
60. Жанры массовой культуры: музыка, кино, литература, СМИ, спорт, туризм.
61. Особенности современной российской попкультуры.
62. Профессиональный спорт в системе массовой культуры.
63. Кинематограф в условиях новых цифровых технологий.
64. Блокбастер; массовое и авторское кино; сиквелы, приквелы и трансмедийные «переводы» культурных текстов.
65. Характеристики общества потребления.
66. Мода, образы и стили жизни.
67. Власть вещей как проект по конструированию идентичности.
68. Феномен шопинга.
69. Мода как унификация образа жизни.
70. Пространства потребления (шопинг-центры, журналы, интернетмагазины).

71. Гендерные траектории потребления.
72. Новый тип гастрономического потребления.
73. Этапы формирования массового человека — индустрия обслуживания массовой культурой от взросления до старения.
74. Специфика политик потребления в России.
75. Принуждение к потреблению как функция власти.
76. Маркетизация протеста.
77. Феномен литературного бестселлера в 2000-е.
78. Специфика российской массовой культуры 2000-х гг.
79. Тривиальная литература: культурные особенности «мужских» и «женских» романов.
80. Феномен иронического детектива, ретро-детектива.
81. Герои, образы, истории и идеологии российской, европейской, американской массовой культуры н.ХХI в.
82. Феномен гламура и культура глянцевого журналов: продвижение образов и стилей жизни.
83. «Звезды» и знаменитости в системе массовой культуры: трансляция образцов и социокультурных норм.
84. Идеология гламура. Гламурное тело и сознание. Мифология гламура.
85. Культура глянцевого прессы – специфика визуального потребления.
86. Язык и риторика телевизионного глянца.
87. Гендерные риторика гламура.
88. Брэндинг как новая социальная мифология и источник новых форм культурогенеза.
89. Типология знаменитостей.
90. Архетипический образ культурного героя и проблема нормативной модели личности в элитарной культуре.
91. История звезды – новый тип нарратива об архетипе культурного героя.
92. Особенности российского типа производства знаменитости.
93. Перспективы современного постинформационного общества массового потребления.
94. Перспективы политической культуры в условиях изменения характера практик власти и новых властных технологий.
95. Новые характеристики массового человека и мифотехники жизни. Интернет-община как возможная социальная единица.

7.2. Темы докладов (рефератов)

1. Массовая культура в современном мире.
2. Проблема возникновения и трансформации массового общества и массовой культуры.
3. Массовая культура и субкультуры.
4. Изучение феноменов массовой культуры в работах Р. Барта.
5. Концепция Дж. Кавелти.
6. Гендерные траектории потребления.
7. Феномен гламура и культура глянцевого журналов.
8. Мифология гламура.
9. Гендерные риторика гламура.
10. Неомарксизм и школа Британских культурных исследований.
11. Индустриальная революция и культура города. «Досуг» как культурная идея: создание инфраструктуры досуга, развлечения и потребления.
12. Гламурное тело и сознание. Мифология гламура.

13. Конструирование потребительской идентичности: дискурсы медиа культуры сквозь призму гендера, этничности, сексуальности и политики.

14. Популярная культура и политика в рамках медиа-индустрии. Роль публичного интеллектуала и медиа-производителя в конструировании гражданского общества в России.

15. Новые характеристики массового человека и мифотехники жизни. Интернет-община как возможная социальная единица.

7.3. Темы письменных работ

Контрольная работа по проверке теоретических знаний – по всем темам, с использованием указанных выше контрольных вопросов.

8. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ БАЛЛОВ, КОТОРЫЕ ПОЛУЧАЮТ ОБУЧАЮЩИЕСЯ

Общая оценка знаний обучающихся по дисциплине проводится по 100-балльной шкале исходя из максимума, приведенного в таблице ниже. Организационно-учебная работа в аудитории оценивается на основе таких критериев как посещаемость занятий, своевременное и качественное выполнение домашних заданий, активность во время проведения лекционных и практических занятий (участие в обсуждении текущего и пройденного материала, решение задач и т.п.).

8.1. Семестр 2, форма обучения очная

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1	Организационно-учебная работа в аудитории	70
	Самостоятельная работа	27
	Контрольная работа по теоретическому материалу	3
ИТОГО		100
Экзамен		-
Общий итог за семестр		100

8.2. Семестр 2, форма обучения заочная

Номера разделов	Виды работ	Максимальное количество баллов
1	Организационно-учебная работа в аудитории	70
	Самостоятельная работа	27
	Контрольная работа по теоретическому материалу	3
ИТОГО		100
Экзамен		-
Общий итог за семестр		100

Соответствие баллов оценке

Количество баллов из 100	ECTS	Оценка по пятибалльной шкале	
		Экзамен, дифференцированный зачет	Зачет
90-100	A	отлично	зачтено
80-89	B	хорошо	зачтено
75-79	C		зачтено

70-74	D	удовлетворительно	зачтено
60-69	E		зачтено
35-59	FX	неудовлетворительно	не зачтено
0-34	F		не зачтено

9. ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ И ИНВАЛИДОВ

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом.
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен проводится в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- 3) для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- 1) для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
- 2) для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- 3) для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

Учебные занятия проводятся в учебном корпусе филологического факультета ДонГУ (г. Донецк, ул. Университетская, д. 24). Для проведения лекционных и практических занятий используется аудитория, оборудованная меловой или маркерной доской, мультимедийный проектор и экран, ноутбук, комплект учебной мебели для обучающихся, рабочее место преподавателя. Выход в Интернет проводной или с использованием Wi-Fi.

Для самостоятельной работы используются текстовые и электронные ресурсы Научной библиотеки университета и других электронных библиотечных баз данных, материально-техническая база учебной лаборатории кафедры мировой и отечественной культуры (ауд. 226, ауд. 337).

Обучающиеся имеют возможность использовать учебные материалы по дисциплине, размещенные на платформе Moodle Центра дистанционного образования ФГБОУ ВО «ДонГУ». При изучении дисциплины применяются электронное обучение и дистанционные образовательные технологии.

С использованием ресурсов платформы дистанционного образования осуществляется текущий контроль знаний обучающихся на основе тестирования и проверки результатов самостоятельной работы.

11. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

11.1. Основная литература

1. Мазурина, В. А. Мировая художественная культура : [учеб. пособ.] / В. А. Мазурина ; Горловский гос. пед. ин-т иностр. яз. - Горловка : [Изд-во ГГПИИЯ], 2017. - 227 с.
2. Кравченко, А.М. Культурология: учеб. пос. для вузов / А.М. Кравченко.- М. Академический Проект: Гаудеамус, 2017
3. Садохин, А.П. и др. Мировая художественная культура: учеб. пос. для вузов / А.П. Садохин. М.: ЮНИТИ, 2019
4. Жуков, С. М. Искусствоведение. Музыковедение. Музыкальная педагогика и психология : очерки / С. М. Жуков, Р. А. Сотников ; ГОУ ВПО "Донецкий национальный университет". - Донецк : ДонНУ, 2019. - 307 с.
5. Жуков, С. М. Культурология, Культуроведение. Культура во всех ее проявлениях / С. М. Жуков ; ГОУ ВПО "Донецкий национальный университет". - Донецк : ГОУ ВПО "ДонНУ", 2017. - 398 с.
6. Кравченко, А. И. Культурология : учебник / А. И. Кравченко ; Московский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – Москва : Проспект, 2015. – 285 с.
7. Немировская, Л. З. Культурология : курс лекций / Л. З. Немировская. – Москва : Проспект, 2015. – 293 с.
8. Стасов, В. В. Живопись, скульптура, музыка [Электронный ресурс] : избранные сочинения : в 6 ч. Ч. 2 / В. В. Стасов. - Москва : Юрайт, 2018. - 225 с.
9. Цирес, А. Г. Искусство архитектуры / Цирес А. Г. - М : Издательство Юрайт, 2019. - 272.
10. Жуков, С. М. Искусствоведение. Музыковедение. Музыкальная педагогика и психология : очерки / С. М. Жуков, Р. А. Сотников ; ГОУ ВПО "Донецкий национальный университет". - Донецк : ДонНУ, 2019. - 307 с.

11.2. Дополнительная литература

1. Соловьев, В.М. Культурология: учеб. пос. для вузов / В.М. Соловьев. - М.: Академический Проект, 2016
2. Винкельман, И. И. Об искусстве. Избранные произведения / И. И. Винкельман [и др.]. - 2-е изд. - Москва : Издательство Юрайт, 2019. - 208.
3. Волошин, М. А. О литературе, живописи, театре / Волошин М. А. - М : Издательство Юрайт, 2018. - 225.
4. Рыжов, К. В. Сто великих имен Серебряного века / К. Рыжов. - Москва : Вече, 2013. - 429 с.
5. Философов, Д. В. Современное искусство и колокольня святого марка. Избранные статьи / Д. В. Философов. - Москва : Издательство Юрайт, 2019. - 400.
6. Культурология : кредитно-модульный вариант / Г. В. Драч, О. М. Штомпель, Л.А.Штомпель, В. К. Королев. – Москва [и др.] : Питер, 2010. – 384 с.
7. Культурология [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / [сост. И.А.Попова-Бондаренко] ; ДонНУ. – Донецк : ДонНУ, 2018. – электронные данные (1 файл).
8. Культурология : учебное пособие для студентов вузов / Л. Д. Столяренко,
9. С.И. Самыгин, Л. В. Илюхина, Е. П. Ларькова. – изд. 4-е. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2018. – 351 с.
10. Культурология : учебное пособие для студентов вузов / [Г. В. Драч, Ю. С. Борцов, В.Е. Давидович и др.] ; под ред. Г. В. Драча. – Изд. 17-е. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2010. – 571 с.
11. Маркова, А. Н. Культурология в схемах и определениях : учеб. пособие / А.Н.Маркова. – Москва : Проспект, 2016. – 455 с.

12. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный, подписка. Необходима установка программного обеспечения. – Текст: электронный.
2. **eLIBRARY.RU:** научная электронная библиотека: сайт. – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. –Текст: электронный.
3. Научная электронная библиотека **«КиберЛенинка»:** сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/>. – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
4. Электронно-библиотечная система **«Лань»:** [сайт]. – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
5. **ЭБС Юрайт:** электронная библиотечная система: сайт. – Москва, 2013. – URL: <https://biblio-online.ru> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
6. **Электронно-библиотечная система ДонГУ:** сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
7. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.

8. **Электронный архив ДонГУ:** раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 01.09.2023). – Режим доступа: свободный.

13. ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

1. Windows 7 PRO (корпоративная лицензия ДонГУ № 46484614)
2. Microsoft Office (корпоративная лицензия ДонГУ № 46472919)
3. Microsoft Visual Studio (лицензия программы Dream Spark для высших учебных заведений)
4. Антивирус Касперского, Adobe Acrobat Reader, xPDF (лицензии GPL, Apache, BSD для свободного программного обеспечения).