

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

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

Филологический факультет
Кафедра культурологии

УТВЕРЖДАЮ
проректор

_____ П.А. Машаров
«16» апреля 2026 г.
МП

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«МАССОВАЯ КУЛЬТУРА»

Укрупненная группа направлений подготовки	51.00.00	Культуроведение социокультурные проекты	и
Программа высшего образования		Программа бакалавриата	
Направление подготовки	51.03.01	Культурология	
Направленность (профиль) образовательной программы		Культурология	
Квалификация		Бакалавр	
Форма обучения		Очная	

Рабочая программа может быть адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Донецк 2026

Рабочая программа дисциплины «**Массовая культура**» для обучающихся 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 29 июля 2020 г. №839 (с изм. и доп.). 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 апреля 2021 г. № 245 (с изм. и доп.), в соответствии с учебным планом, утвержденным Ученым советом ФГБОУ ВО «ДонГУ» для набора 2026 года.

Разработчик:

доцент кафедры культурологии, к.филос.н.

К.А. Зуев

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры культурологии
Протокол от 09.04.2026 г. №12.

Заведующий кафедрой

Д.Е. Муза

СОГЛАСОВАНО:

Декан филологического факультета
15.04.2026 г.

Н.А. Ярошенко

Учебно-методическая комиссия филологического факультета.
Протокол от 15.04.2026 г. №4.

Председатель

А.Н. Стебунова

Руководитель основной образовательной программы,
д-р филос. наук, проф.
09.04.2026 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: Философия, Эстетика, История мировой и отечественной культуры, История искусств: история изобразительного искусства, История России, История мирового и отечественного киноискусства, История искусств: история театра, История искусств: история музыки, Культурные индустрии 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, используются при написании дипломной работы.

2. ОПИСАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Общая характеристика

Наименование показателя	Значение показателя
Название образовательной программы (далее – ОП)	51.03.01 Культурология (Профиль: Культурология)
Шифр и название в соответствии с учебным планом	Б1.В.ОД.8 Массовая культура
Часть образовательной программы	Вариативная часть: выбор вуза
Количество зачетных единиц / всего часов	2 / 72

2.2. Распределение часов по формам и периодам обучения

Форма обучения	курс	семестр	Общее количество часов					всего	Форма контроля
			лекционных	лабораторных	практических	самостоятельной работы + контроль			
Очная	3	6	-	-	28	44	72	зачет	
Очная, всего									
Заочная									

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

4.1. Компетенции

ПК-2. Способен к реализации социально-культурных и художественно-творческих программ в социокультурной (культурно-досуговой) сфере.

4.2. Индикаторы компетенций

ПК-2.1 способность к реализации социально-культурных и художественно-творческих программ в социокультурной сфере.

ПК-2.2 Готовностью к участию в реализации форм культурно-досуговой деятельности.

4.3. Результаты обучения

ПК-2.1.1. Умеет реализовывать социально-культурные и художественно-творческие программы в социокультурной сфере;

ПК-2.1.2. Знает социально-культурные и художественно-творческие программы;

ПК-2.1.3. Владеет механизмами, технологиями реализации социально-культурных и художественно-творческих программ в социокультурной сфере.

ПК-2.2.1. Умеет реализовывать формы культурно-досуговой деятельности;

ПК-2.2.2. Знает формы культурно-досуговой деятельности;

ПК-2.2.3. Владеет механизмами, технологиями реализации форм культурно-досуговой деятельности.

Компетенции	Индикаторы	Результаты обучения
ПК-2. Способен к реализации социально-культурных и художественно-творческих программ в социокультурной (культурно-досуговой) сфере.	ПК-2.1 способность к реализации социально-культурных и художественно-творческих программ в социокультурной сфере.	ПК-2.1.1. Умеет реализовывать социально-культурные и художественно-творческие программы в социокультурной сфере; ПК-2.1.2. Знает социально-культурные и художественно-творческие программы; ПК-2.1.3. Владеет механизмами, технологиями реализации социально-культурных и художественно-творческих программ в социокультурной сфере.
	ПК-2.2 Готовностью к участию в реализации форм культурно-досуговой деятельности.	ПК-2.2.1. Умеет реализовывать формы культурно-досуговой деятельности; ПК-2.2.2. Знает формы культурно-досуговой деятельности; ПК-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	
<p>Тема 1. Феномен массовой культуры. Основные понятия и дефиниции</p>	<p>1.1. Понятие «массовая культура». Массовая культура в современном мире. Характерные черты вербальных и аудиовизуальных текстов массовой культуры.</p> <p>1.2. 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>1.3. Функции массовой культуры в обществе. Основные характеристики массовой культуры: ориентированность на однородную аудиторию; опора на эмоциональное, иррациональное, коллективное, бессознательное; быстродоступность; быстрозабываемость; традиционность и консерватизм; оперирование средней языковой семиотической нормой; занимательность.</p>
<p>Тема 2. Из истории становления массовой культуры. Теории и методы анализа феноменов массовой культуры</p>	<p>2.1. Критика массовой культуры в XIX- начале XX в.</p> <p>2.2. Ключевые понятия для анализа форм массовой культуры: «толпа», «общество масс», «тирания большинства» и «демократия».</p> <p>2.3. Характеристики массового общества и культурных текстов в концепциях исследователей 1910-30-х гг.</p> <p>2.4. Семиотический подход к изучению массовой культуры, 1950-1960-е гг. Способы изучения феноменов массовой культуры в работах Р.Барта. Теории массового общества.</p> <p>2.5. 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>2.6. 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>3.1. 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>3.2. Массмедиа и массовая культура. Принципы медийного производства текстов. Формы популярной культуры, связанные с массмедиа: газеты и журналы. Комиксы.</p> <p>3.3. Реклама и индустрия потребления. Феномен рекламы и риторика рекламного образа. Социокультурные функции рекламы в обществе потребления. Порождение культурного значения, формирование культурной нормы.</p> <p>3.4. Технологии и культурное производство: Фотография. Радио. Кинематограф. Культура немого и звукового кино. Музыка и массовая культура: эстрада, джаз.</p> <p>3.5. Идеологии в текстах массовой культуры: формы европейской, американской, советской массовой культуры между</p>

	двумя мировыми войнами
Тема 4. Массовая культура во второй половине XX–начале XXI вв. Массовый человек: свойства и характеристики. Механизмы конструирования массового человека	<p>4.1. Массовая культура в эпоху постмодерна и информационного общества, 1990–2000-е в России и на Западе. Диверсификация и «демассовизация» массовой культуры. Размыwanie границ высокой и массовой культуры.</p> <p>4.2. 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>4.3. 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>4.4. Массовая литература: конвенции и инновации в формулах массовых текстов. Популярные сюжеты, истории, герои и образы. Телевизионная культура: тележурналистика, сериалы, шоу.</p> <p>4.5. Становление постиндустриальной культуры. «Общество массового потребления». Критика современной культуры в работах Ж. Бодрийяра. Пространства потребления: семантика шопинг-центра</p>
Тема 5. Формы, жанры, формулы современной попкультуры	<p>5.1. 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>5.2. Особенности современной российской попкультуры.</p> <p>5.3. Профессиональный спорт в системе массовой культуры.</p> <p>5.4. Кинематограф в условиях новых цифровых технологий. Блокбастер; массовое и авторское кино; сиквелы, приквелы и трансмедийные «переводы» культурных текстов.</p> <p>5.5. 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>5.6. Герои, образы, истории и идеологии российской, европейской, американской массовой культуры н. XXI в</p>
Тема 6. Современное общество потребления	<p>6.1. 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>6.2. Этапы формирования массового человека — индустрия обслуживания массовой культурой от взросления до старения.</p> <p>6.3. Специфика политик потребления в России. Принуждение к потреблению как функция власти. Маркетизация протеста</p>
Тема 7. Феномен гламура в современной	<p>7.1. Феномен гламура и культура глянцевого журнала: продвижение образов и стилей жизни. «Звезды» и знаменитости в системе массовой культуры: трансляция образцов и социо-</p>

масскультуре	культурных норм. 7.2. Идеология гламура. Гламурное тело и сознание. Мифология гламура. Культура глянцевого прессы – специфика визуального потребления. Язык и риторика телевизионного глянца. 7.3. Гендерные риторика гламура. Брэнддинг 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
Тема 8. Перспективы современного постинформационного общества массового потребления.	8.1. Перспективы современного постинформационного общества массового потребления. 8.2. Перспективы политической культуры в условиях изменения характера практик власти и новых властных технологий. 8.3. Новые характеристики массового человека и мифотехники жизни. Интернет-община как возможная социальная единица.
Тема 9. Медиа-культура и класс: постмодерные агенты социального различия	9.1. Конструирование потребительской идентичности: дискурсы медиа культуры сквозь призму гендера, этничности, сексуальности и политики. Манипуляция или ресурс для сопротивления? 9.2. Альтернативные прочтения медиа-образов. 9.3. Популярная культура и политика в рамках медиа-индустрии. 9.4. 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 массовой культуры					
Феномен массовой культуры. Основные понятия и дефиниции			2	4	6
Из истории становления массовой культуры. Теории и методы анализа феноменов массовой культуры			3	5	8
Массовая культура во второй половине XIX–1950-х гг. XX вв.			2	5	7
Массовая культура во второй половине XX–начале XXI вв. Массовый человек: свойства и характеристики. Механизмы конструирования массового человека			4	5	9
Формы, жанры, формулы современной попкультуры			3	5	8
Современное общество потребления			4	5	9
Феномен гламура в современной масскультуре			3	5	8
Перспективы современного			4	5	9

постинформационного общества массового потребления.					
Медиа-культура и класс: постмодерные агенты социального различия			3	5	8
ИТОГО ПО КОМПОНЕНТУ ОПОП			28	44	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 столбальной 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.).

Самостоятельная работа оценивается на основе предоставленных на проверку выполненных домашних, индивидуальных заданий с учетом своевременности их предоставления и соответствия требованиям к их выполнению.

Количество баллов за контрольную работу вычисляется как сумма баллов за все входящие в её состав задания. Каждое задание оценивается исходя из максимально возможного количества баллов с учетом правильности выполнения задания, полноты приводимых обоснований.

По результатам работы в семестре обучающийся, набравший не менее 60 баллов, имеет право получить оценку. Те, кто претендует на более высокий балл, проходят промежуточную аттестацию. Максимальное количество баллов на промежуточной аттестации – 100. Общее количество баллов за семестр вычисляется как максимальная из полученных за семестр и на промежуточной аттестации и выставляется согласно принятому порядку.

8.1. Семестр 6, 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

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. 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 культурологии (ауд. 224 а, 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.

10. РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

10.1. Основная литература

1. **Жуков, С. М.** Искусствоведение. Музыкаведение. Музыкальная педагогика и психология : очерки / С. М. Жуков, Р. А. Сотников ; ГОУ ВПО "Донецкий национальный университет". - Донецк: ДонНУ, 2019. - 307 с.
2. **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.
3. **Кравченко, А.И.** Культурология: учебник / А. И. Кравченко; Московский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – Москва: Проспект, 2015. – 285 с.
4. **Кравченко, А.М.** Культурология: учеб. пос. для вузов / А.М. Кравченко.- М.: Академический Проект: Гаудеамус, 2017.
5. **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.
6. **Немировская, Л.З.** Культурология: курс лекций / Л.З. Немировская. – Москва : Проспект, 2015. – 293 с.
7. **Садохин, А.П.** и др. Мировая художественная культура: учеб. пос. для вузов / А.П. Садохин. М.: ЮНИТИ, 2019.
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 / А.Г. Цирес. - М : Издательство Юрайт, 2019. - 272.

10.2. Дополнительная литература

1. **Винкельман, И.И.** Об искусстве. Избранные произведения / И.И.Винкельман [и др.]. - 2-е изд. - Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 208 с.
2. **Волошин, М.А.** О литературе, живописи, театре / Волошин М. А. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 225 с.

3. Культурология: кредитно-модульный вариант / Г.В. Драч, О.М. Штомпель, Л.А.Штомпель, В.К. Королев. – Москва [и др.]: Питер, 2010. – 384 с.
4. 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.
5. Культурология [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / [сост. И.А.Попова-Бондаренко]; ДонНУ. – Донецк: ДонНУ, 2018.
6. **Маркова, А. Н.** Культурология в схемах и определениях : учеб. пособие / А.Н.Маркова. – Москва : Проспект, 2016. – 455 с.
7. **Рыжов, К. В.** Сто великих имен Серебряного века / К. Рыжов. - Москва: Вече, 2013. - 429 с.
8. **Соловьев, В.М.** Культурология: учеб. пос. для вузов / В.М. Соловьев.- М.: Академический Проект, 2016.
9. **Философов, Д.В.** Современное искусство и колокольня святого марка. Избранные статьи / Д. В. Философов. - Москва: Издательство Юрайт, 2019. – 400 с.

11. ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ

1. **Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU:** сайт / НЭБ (ООО). – Москва, 2000- . – URL: <https://elibrary.ru> (дата обращения: 08.04.2026). – Режим доступа: для авторизов. пользователей. –Текст: электронный.
2. **Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»:** сайт / Ассоциация «Открытая наука». – Москва, 2014- . – URL: <https://cyberleninka.ru/> (дата обращения: 08.04.2026). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
3. **Национальная подписка:** сайт / РЦНИ. – Москва, 2020- . – URL: <https://podpiska.rcsi.science/> (дата обращения: 08.04.2026). – Режим доступа: для авторизов.пользователей ДонГУ. – Текст: электронный.
4. **Национальная электронная библиотека (НЭБ):** федеральная государственная информационная система / Министерство Культуры РФ; Российская государственная библиотека. – Москва, 2019- . – URL: <https://rusneb.ru/> (дата обращения: 08.04.2026). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
5. **Образовательная платформа Юрайт:** сайт. – Москва, 2013- . – URL: <https://urait.ru/library/svobodnyy-dostup/> (дата обращения: 08.04.2026). – Режим доступа: издания свободного доступа, для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
6. **Электронная библиотека РГБ:** раздел сайта / РГБ. – Текст: электронный // Российская государственная библиотека: официальный сайт. – <https://ldiss.rsl.ru/electroniclibrary>. – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – Виртуальный читальный зал РГБ на территории НБ ДонГУ.
7. **Электронно-библиотечная система Лань:** сайт / ЭБС Лань. – С.-Петербург, 2011- . – URL: <https://e.lanbook.com> (дата обращения: 08.04.2026). – Режим доступа: издания Сетевой электронной библиотеки, для авторизов. пользователей. – Текст: электронный.
8. **Электронно-библиотечная система ДонГУ:** сайт / ФГБОУ ВО «ДонГУ». – Донецк, 2016- . – URL: <http://library.donnu.ru/> (дата обращения: 08.04.2026). – Режим доступа: свободный. – Текст: электронный.
9. **Электронный каталог** Научной библиотеки ДонГУ: раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://library.donnu.ru/catalog/> (дата обращения: 08.04.2026). – Режим доступа: поиск свободный, электронные документы – для пользователей ДонГУ.
10. **Электронный архив ДонГУ:** раздел сайта / НБ ДонГУ. – Текст: электронный // ЭБС ДонГУ: сайт. – URL: <http://repo.donnu.ru/> (дата обращения: 08.04.2026). – Режим доступа: свободный.

11. East Asia Forum - URL: <http://www.eastasiaforum.org/> (дата обращения: 01.09.2025)– Режим доступа: свободный.

12. Библиотека Гумер - URL: <https://www.gumer.info/> (дата обращения: 01.09.2025) – Режим доступа: свободный.

13. Институт Ближнего Востока - URL: <http://www.iimes.ru> (дата обращения: 01.09.2025) – Режим доступа: свободный.

12. 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).

13. ПОЯСНЕНИЯ (СТИЛЬ – ЗАГОЛОВОК 1, 12 РТ, ПРОПИСНЫЕ, ПО ЦЕНТРУ, БЕЗ АБЗАЦНОГО ОТСТУПА, С АВТОМАТИЧЕСКОЙ НУМЕРАЦИЕЙ)

1.1. Оформление (стиль – Заголовок 2, 12 рт, по ширине, с абзацным отступом 1,25, с автоматической нумерацией второго уровня)

В данном шаблоне определены 5 стилей (стили Заголовок 1 и Заголовок 2 представлены выше). Остальные три стиля с образцами:

Обычный – для основного текста (12 рт, по ширине, с абзацным отступом 1,25)

Титул – для оформления титульного листа (14 рт, по центру, без абзацного отступа)

Без интервала – для некоторых компонент таблиц (12 рт, по ширине, без абзацного отступа)

Перечни настроены по тексту.

Суммы в разделах и итогов в таблицах (например, из раздела рабочей программы «Структура и содержание») для удобства можно выделить жирной насыщенностью.

Ширину столбцов таблиц можно менять.

1.2. Содержание

На титуле факультет/институт – разработчик рабочей программы (где обеспечивающая кафедра), или отсутствует для общеуниверситетских кафедр.

На титуле кафедры, закрепленная за дисциплиной в соответствии с учебным планом (обеспечивающая).

Если встречается текст через черту дроби «/», то необходимо выбрать одно из перечисленного (или указать свой вариант), остальное удалить.

На титуле из форм обучения удалить те, которые не предусмотрены учебными планами для данной образовательной программы.

На втором титульном листе сверху разработчик и кафедра разработчика (обеспечивающая). Дальнейшее подписание в таком порядке: руководитель ООП, УМК факультета выпускающей кафедры, декан факультета/института выпускающей кафедры (где реализуется образовательная программа).

Заголовки можно корректировать в соответствии с содержанием рабочей программы.

В таблице из п. 2.1, значение для части образовательной программы – удалить лишние две строки.

Строки в таблице в п. 2.2 заполняются отдельно для формы обучения, курса, семестра. Если дисциплина читается несколько курсов или семестров, для каждой формы обучения подводятся итоговые суммы. Если один семестр, суммы не нужны.

Вторая цифра номера индикатора компетенций соответствует номеру в общем списке индикаторов для данной компетенции, составленному выпускающей кафедрой по предложениям обеспечивающих кафедр.

Форма представления информации в разделе 4 может быть текстовой или табличной (выше приведены оба варианта). Рекомендуются заранее согласовать её с руководителем образовательной программы.

В каждом пункте раздела «Структура и содержание» размещается одна таблица, соответствующая одному уникальному набору: форма обучения, курс, семестр. Суммы «за курс» оставлены для заочной формы обучения, если обучение по этой форме не предполагает деление на семестры. Если компонент образовательной программы присутствует только в одном периоде обучения (семестре), то оставляем только итог по компоненту ОП.

Общая трудоемкость по каждой фиксированной теме для студентов разных форм обучения должна быть одинаковой.

Контрольные вопросы необходимо разбить по разделам дисциплины, нумерация – общая.

Если что-то не предусмотрено (например, доклады (рефераты)), соответствующий пункт удаляем.

Распределение баллов, которые могут получить обучающиеся, приводятся отдельно для форм обучения и семестров. Номера разделов указываются в соответствии со структурой и содержанием компонента образовательной программы, для которого разработана данная рабочая программа.

Если рабочая программа составлена только для одной формы обучения, то каждый раз её можно не указывать.

1.3.Рекомендуемый порядок действий

На основе данного шаблона на выпускающих кафедрах (отвечающих за реализацию образовательных программ) готовятся отдельные шаблоны для каждой образовательной программы. В них корректируются (по сравнению с текущими) данные: таблица на первом листе, реквизиты ФГОС ВО вверху второго листа, наименования факультетов/институтов, должность руководителя ООП, фамилии после «СОГЛАСОВАНО» на втором листе.

Имена адаптированных шаблонов должны иметь формат
[код направления]([наименование образовательной программы])РП-26

Наименование образовательной программы можно сократить. Например,
51.03.01 (Культурология)

51.04.01 (Культурология) РП-26

52.05.01 (Актерское искусство) РП-26

Адаптированные шаблоны высылаются на обеспечивающие кафедры для подготовки рабочей программы. Получив учебный план, разработчик внесет в рабочую программу необходимую информацию, включая шифры, числа, компетенции. Имя файла рабочей программы должно иметь формат

[код направления]([наименование образовательной программы])РП-26([шифр и название])

Название можно сократить. Например, 51.03.01 (Культурология) РП-26 (Б1.Б.М5.1 Курсовая работа 1)