

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
БОРИСОГЛЕБСКИЙ ФИЛИАЛ
(БФ ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
социальных и гуманитарных
дисциплин



Л. А. Комбарова
01.09.2018 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.ДВ.16.02 Массовая культура

1. Код и наименование направления подготовки:

44.03.05 Педагогическое образование (с двумя профилями подготовки)

2. Профили подготовки:

Русский язык и литература. Английский язык.

3. Квалификация выпускника:

Бакалавр

4. Форма обучения:

Очная

5. Кафедра, отвечающая за реализацию практики:

социальных и гуманитарных дисциплин

6. Составители программы:

Е.В.Борисова, доцент, кандидат филологических наук, О.В.Смирнова, доцент,
кандидат филологических наук

7. Рекомендована:

научно-методическим советом Филиала (протокол № 1 от 31.08.2018 г.)

8. Учебный год: 2022-2023 **Семестр:** 9

9. Цель и задачи учебной дисциплины:

Цель учебной дисциплины является ознакомление с феноменом массовой культуры, со структурирующими его формами и процессами, доминирующими в современной социокультурной реальности, формирование навыков самостоятельного анализа процессов, связанных с массовизацией культуры и общества.

Задачи учебной дисциплины:

- рассмотреть становление массовой культуры и ее динамику в XIX-XXI вв.;
 - определить место и функции массовой культуры в обществе, ее соотношение с «интеллектуальной», «народной», «элитарной» культурами, с субкультурными формами,
 - показать особенности массовой культуры в условиях глобального, постиндустриального, информационного общества; рассмотреть феномен «демассификации» массовой культуры;
 - рассмотреть основные формы и процессы современной российской и западной культуры; выявить культурную специфику российской массовой культуры.
- При проведении учебных занятий по дисциплине обеспечивается развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений, лидерских качеств.

10. Место учебной дисциплины в структуре образовательной программы:

Учебная дисциплина «*Массовая культура*» является дисциплиной по выбору вариативной части образовательной программы. Для освоения дисциплины «*Массовая культура*» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения дисциплин базовой части образовательной программы: Дисциплина *Массовая культура* входит в состав дисциплин по выбору вариативной части блока Б 1 «Дисциплины (модули)» ОПОП.

Для освоения дисциплины «*Массовая культура*» студенты используют знания, умения, навыки, сформированные в ходе изучения дисциплин: *История, Философия, Психология, Риторика*.

Изучение данной дисциплины может являться основой как для последующего изучения дисциплин по выбору, так и для последующего прохождения практик и подготовки к итоговой государственной аттестации.

Условия реализации дисциплины для лиц с ОВЗ определяются особенностями восприятия учебной информации и с учетом индивидуальных психофизических особенностей.

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ОК-4	способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия	знать: - языковые нормы русского языка; - основы риторики и ораторского искусства; - правила речевого этикета; - понимать роль и значимость грамотной речи в межличностной коммуникации участников совместной деятельности; уметь: - грамотно и логично строить устную и письменную речь на русском языке; - использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации на родном языке в профессиональной деятельности; - представлять информацию (учебную, научную и т.д.) ши-

		<p>рокой аудитории;</p> <ul style="list-style-type: none"> - налаживать эффективные коммуникации с аудиторией; - аргументированно и ясно излагать свои суждения, мнения, оценки в публичной речи; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - нормами русского литературного языка
ОК-5	<p>способность работать в команде, толерантно воспринимать социальные, культурные и личностные различия</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы человеческого существования: толерантности, диалога и сотрудничества; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - строить позитивные межличностные отношения, поддерживать атмосферу сотрудничества, разрешать конфликты, следовать моральным и правовым нормам во взаимоотношениях с людьми вне зависимости от их национальной, культурной, религиозной принадлежности, адекватно воспринимать психологические, культурные особенности коллег; - принимать решения по вопросам профессиональной деятельности; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками командной работы, межличностной коммуникации; - методами конструктивного взаимодействия с коллегами, навыками поддержания благоприятного психологического климата в коллективе
ОПК-5	<p>владение основами профессиональной этики и речевой культуры</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - систему моральных принципов, норм и правил поведения с учетом особенностей профессиональной деятельности; - нормы устного и письменного литературного языка, служебного и делового общения; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выстраивать коммуникативное взаимодействие с субъектами образовательного процесса и профессионально-педагогической деятельности с использованием норм устного и письменного литературного языка, служебного и делового общения; - выполнять задачи межличностного и межкультурного взаимодействия, работая в команде; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - коммуникативными навыками и культурой устной и письменной речи;
ПК-3	<p>способность решать задачи воспитания и духовно-нравственного развития обучающихся в учебной и внеучебной деятельности</p>	<p>знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - задачи воспитания и духовно-нравственного развития обучающихся в учебной и внеучебной деятельности на соответствующих ступенях общего образования; <p>уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - применять теоретические знания для решения практических задач воспитания и духовно-нравственного развития обучающихся в учебной и внеучебной деятельности на соответствующих ступенях общего образования; <p>владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками постановки цели, формулировки задач и прогнозирования духовно-нравственного развития и воспитания личности обучающегося (воспитанника);

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/часах — 2 / 72

Форма промежуточной аттестации: *зачет*

13. Виды учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость	
	Всего	По семестрам
		9 семестр
Контактная работа, в том числе:	36	36
лекции	12	12
практические занятия	24	24
Самостоятельная работа	36	36
Форма промежуточной аттестации: (зачет – 0 час.)	0	0
Итого:	72	72

13.1. Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1. Лекции		
1.1	Феномен массовой культуры. Основные понятия и дефиниции	<p>Понятие «массовая культура». Массовая культура в современном мире. Характерные черты вербальных и аудиовизуальных текстов массовой культуры.</p> <p>Проблема возникновения и трансформации массового общества и массовой культуры. «Высокая», «элитарная», «народная», «популярная», «массовая» культура: объем и соотношение понятий. Массовая культура и субкультуры. 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>
1.2	Из истории становления массовой культуры. Теории и методы анализа феноменов массовой культуры	<p>Критика массовой культуры в XIX- начале XX в. 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.</p> <p>Семиотический подход к изучению массовой культуры, 1950-1960-е гг. Способы изучения феноменов массовой культуры в работах Р.Барта.</p> <p>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>Постиндустриальное, информационное общество и массовая культура.</p>
1.3	Массовая культура во второй половине XIX–1950-х гг. XX вв.	<p>Индустриальная революция и культура города. «Досуг» как культурная идея: создание инфраструктуры досуга, развлечения и потребления.</p> <p>Массмедиа и массовая культура. Принципы медийного производства текстов. Формы популярной культуры, связанные с массмедиа: газеты и журналы. Комиксы.</p> <p>Реклама и индустрия потребления. Феномен рекламы и риторика рекламного образа. Социокультурные функции рекламы в обществе потребления. Порождение культурного значения, формирование культурной нормы.</p> <p>Технологии и культурное производство: Фотография. Радио. Кинематограф. Культура немого и звукового кино.</p>

		Музыка и массовая культура: эстрада, джаз. Идеологии в текстах массовой культуры: формы европейской, американской, советской массовой культуры между двумя мировыми войнами.
1.4	Массовая культура во второй половине XX–начале XXI вв. Массовый человек: свойства и характеристики. Механизмы конструирования массового человека.	Массовая культура в эпоху постмодерна и информационного общества, 1990 – 2000-е. в России и на Западе. Диверсификация и «демассовизация» массовой культуры. Размытие границ высокой и массовой культуры. Экспансия коммерческой культуры и развлечений; феномен омассовления. Роль глобальных медиа для трансляции форм массовой культуры. Культура массовых зрелищ. Маркетингизация бытия и сознания как стратегическая ценность массовой культуры. Всеобщая мобильность и изменение представлений о мире. 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. Массовая литература: конвенции и инновации в формулах массовых текстов. Популярные сюжеты, истории, герои и образы. Телевизионная культура: тележурналистика, сериалы, шоу. Становление постиндустриальной культуры. «Общество массового потребления». Критика современной культуры в работах Ж. Бодрийяра. Пространства потребления: семантика шопинг-центра.
1.5	Формы, жанры, формулы современной попкультуры	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. Особенности современной российской попкультуры. Профессиональный спорт в системе массовой культуры. Кинематограф в условиях новых цифровых технологий. Блокбастер; массовое и авторское кино; сиквелы, приквелы и трансмедийные «переводы» культурных текстов. Феномен литературного бестселлера в 2000-е. Специфика российской массовой культуры 2000-х гг. Тривиальная литература: культурные особенности «мужских» и «женских» романов. Феномен иронического детектива, ретро-детектива. Герои, образы, истории и идеологии российской, европейской, американской массовой культуры н. XXI в.
1.6	Современное общество потребления	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. Этапы формирования массового человека — индустрия обслуживания массовой культурой от взросления до старения. Специфика политик потребления в России. Принуждение к потреблению как функция власти. Маркетингизация протеста.
1.7	Феномен гламура в современной масскультуре	Феномен гламура и культура глянцевого журналов: продвижение образов и стилей жизни. «Звезды» и знаменитости в системе массовой культуры: трансляция образцов и социокультурных норм.

		Идеология гламура. Гламурное тело и сознание. Мифология гламура. Культура глянцевого потребления. Язык и риторика телевизионного глянца. 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.
1.8	Перспективы современного постинформационного общества массового потребления.	Перспективы современного постинформационного общества массового потребления. Перспективы политической культуры в условиях изменения характера практик власти и новых властных технологий. Новые характеристики массового человека и мифотехники жизни. Интернет-община как возможная социальная единица.
2. Практические занятия		
2.2	Из истории становления массовой культуры. Теории и методы анализа феноменов массовой культуры	Критика массовой культуры в XIX- начале XX в. 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. Семиотический подход к изучению массовой культуры, 1950-1960-е гг. Способы изучения феноменов массовой культуры в работах Р.Барта. Социология массовой литературы. Назначение и характерные черты популярной литературы. «Формульные жанры» в массовой культуре. Концепция Дж. Кавелти. Роль формулы и клише для построения текста. Постиндустриальное, информационное общество и массовая культура.
2.3	Массовая культура во второй половине XIX–1950-х гг. XX вв.	Индустриальная революция и культура города. «Досуг» как культурная идея: создание инфраструктуры досуга, развлечения и потребления. Массмедиа и массовая культура. Принципы медийного производства текстов. Формы популярной культуры, связанные с массмедиа: газеты и журналы. Комиксы. Реклама и индустрия потребления. Феномен рекламы и риторика рекламного образа. Социокультурные функции рекламы в обществе потребления. Порождение культурного значения, формирование культурной нормы. Технологии и культурное производство: Фотография. Радио. Кинематограф. Культура немого и звукового кино. Музыка и массовая культура: эстрада, джаз. Идеологии в текстах массовой культуры: формы европейской, американской, советской массовой культуры между двумя мировыми войнами.
2.4	Массовая культура во второй половине XX–начале XXI вв. Массовый человек: свойства и характеристики. Механизмы конструирования массового человека.	Массовая культура в эпоху постмодерна и информационного общества, 1990 – 2000-е. в России и на Западе. Диверсификация и «демассовизация» массовой культуры. Размытие границ высокой и массовой культуры. 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. Массовый человек и мифы масскультура. 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 же-

		<p>ланий; мода. Риторика рекламы и моды. Изучение репрезентаций в массовых текстах: журналах, телевидении, кино. Массовая литература: конвенции и инновации в формулах массовых текстов. Популярные сюжеты, истории, герои и образы. Телевизионная культура: тележурналистика, сериалы, шоу.</p> <p>Становление постиндустриальной культуры. «Общество массового потребления». Критика современной культуры в работах Ж. Бодрийяра. Пространства потребления: семантика шопинг-центра.</p>
2.5	Формы, жанры, формулы современной попкультуры	<p>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. Особенности современной российской попкультуры. Профессиональный спорт в системе массовой культуры. Кинематограф в условиях новых цифровых технологий. Блокбастер; массовое и авторское кино; сиквелы, приквелы и трансмедийные «переводы» культурных текстов. Феномен литературного бестселлера в 2000-е. Специфика российской массовой культуры 2000-х гг. Тривиальная литература: культурные особенности «мужских» и «женских» романов. Феномен иронического детектива, ретро-детектива.</p> <p>Герои, образы, истории и идеологии российской, европейской, американской массовой культуры н.ХХI в.</p>
2.6	Современное общество потребления	<p>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. Этапы формирования массового человека — индустрия обслуживания массовой культурой от взросления до старения. Специфика политик потребления в России. Принуждение к потреблению как функция власти. Маркетизация протеста.</p>
2.7	Феномен гламура в современной масскультуре	<p>Феномен гламура и культура глянцевого журнала: продвижение образов и стилей жизни. «Звезды» и знаменитости в системе массовой культуры: трансляция образцов и социокультурных норм.</p> <p>Идеология гламура. Гламурное тело и сознание. Мифология гламура. Культура глянцевого журнала — специфика визуального потребления. Язык и риторика телевизионного глянца. 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>
2.8	Перспективы современного постинформационного общества массового потребления.	<p>Перспективы современного постинформационного общества массового потребления. Перспективы политической культуры в условиях изменения характера практик власти и новых властных технологий. Новые характеристики массового человека и мифотехники жизни. Интернет-община как возможная социальная единица.</p>

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)				Всего
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	
1.	Феномен массовой культуры. Основные понятия и дефиниции	1	0	0	4	5
2.	Из истории становления массовой культуры. Теории и методы анализа феноменов массовой культуры	2	4	0	4	10
3	Массовая культура во второй половине XIX–1950-х гг. XX вв.	1	4	0	4	9
4	Массовая культура во второй половине XX–начале XXI вв. Массовый человек: свойства и характеристики. Механизмы конструирования массового человека.	1	4	0	6	11
5	Формы, жанры, формулы современной попкультуры	1	2	0	4	7
6	Современное общество потребления	2	4	0	4	10
7	Феномен гламура в современной массовой культуре	1	2	0	4	7
8	Перспективы современного постинформационного общества массового потребления.	3	4	0	6	13
	Зачёт					0
	Итого:	12	24	0	36	72

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Приступая к изучению учебной дисциплины, прежде всего обучающиеся должны ознакомиться с учебной программой дисциплины. Вводная лекция содержит информацию об основных разделах рабочей программы дисциплины; электронный вариант рабочей программы размещён на сайте БФ ВГУ.

Знание основных положений, отраженных в рабочей программе дисциплины, поможет обучающимся ориентироваться в изучаемом курсе, осознавать место и роль изучаемой дисциплины в подготовке будущего филолога, строить свою работу в соответствии с требованиями, заложенными в программе.

Основными формами контактной работы по дисциплине являются лекции и практические занятия, посещение которых обязательно для всех студентов (кроме студентов, обучающихся по индивидуальному плану).

В ходе лекционных занятий следует не только слушать излагаемый материал и кратко его конспектировать, но очень важно участвовать в анализе примеров, предлагаемых преподавателем, в рассмотрении и решении проблемных вопросов, выносимых на обсуждение. Необходимо критически осмысливать предлагаемый материал, задавать вопросы как уточняющего характера, помогающие уяснить отдельные излагаемые положения, так и вопросы продуктивного типа,

направленные на расширение и углубление сведений по изучаемой теме, на выявление недостаточно освещенных вопросов, слабых мест в аргументации и т.п. Подготовка к практическим занятиям ведется на основе их планов.

В ходе подготовки к практическим занятиям необходимо изучить в соответствии с вопросами для повторения основную литературу, просмотреть и дополнить конспекты лекции, ознакомиться с дополнительной литературой – это поможет усвоить и закрепить полученные знания. Кроме того, к каждой теме в планах практических занятий даются практические задания, которые также необходимо выполнить самостоятельно во время подготовки к занятию.

Обязательно следует познакомиться с критериями оценивания каждой формы контроля (реферата, теста, проекта и т.д.) – это поможет избежать недочетов, снижающих оценку за работу.

При подготовке к промежуточной аттестации необходимо повторить пройденный материал в соответствии с учебной программой, примерным перечнем вопросов, выносящихся на зачет. Рекомендуются использовать конспекты лекций и источники, перечисленные в списке литературы в рабочей программе дисциплины, а также ресурсы электронно-библиотечных систем. Необходимо обратить особое внимание на темы учебных занятий, пропущенных по разным причинам. При необходимости можно обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю.

Для достижения планируемых результатов обучения используются интерактивные лекции, групповые дискуссии, ролевые игры, тренинги, анализ ситуаций и имитационных моделей.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Кравченко, А.М. Культурология: учеб. пос. для вузов / А.М. Кравченко.- М. Академический Проект: Гаудеамус, 2010
2	Садохин, А.П. и др. Мировая художественная культура: учеб. пос. для вузов / А.П. Садохин. М.: ЮНИТИ, 2009

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
3	Барт, Ролан Мифологии /Р. Барт; Пер. с фр.; вст. ст. и комментарии С. Зенкина.- М.: Академический Проект, 2008
4	Соловьев, В.М. Культурология: учеб. пос. для вузов / В.М. Соловьев.- М.: Академический Проект, 2006
5	Ермишина, Н.Д. Культурология: учеб. пос. для вузов / Н.Д. Ермишина.- 2-е изд.-М.: Академический проект: Фонд «Мир», 2007

в) информационные электронно-образовательные ресурсы:

№ п/п	Источник
6	Культурология. История мировой культуры: учебник / Ф.О. Айсина, И.А. Андреева, С.Д. Бородин и др.; под ред. Н.О. Воскресенская. - 2-е изд., стереотип. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 760 с. - (Cogito ergo sum). - ISBN 978-5-238-01406-7; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115386 (27.06.2018).
7	Никитич, Л.А. Культурология. Теория, философия, история культуры: учебник / Л.А. Никитич. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 561 с. - (Cogito ergo sum). - ISBN 978-5-238-01316-9; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115402 (27.06.2018).

8	Садохин, А.П. Культурология. Теория культуры: учебное пособие / А.П. Садохин, Т.Г. Грушевицкая. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Юнити-Дана, 2012. - 366 с. - (Cogito ergo sum). - ISBN 5-238-00780-9; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=115400 (27.06.2018).
---	--

16. Формы организации самостоятельной работы:

№ п/п	Источник
1	Методические материалы по дисциплине

17. Информационные технологии, используемые для реализации учебной дисциплины, включая программное обеспечение, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных

Программное обеспечение:

- Win10 (или Win7), OfficeProPlus 2010
- браузеры: Yandex, Google, Opera, Mozilla Firefox, Explorer
- STDU Viewer version 1.6.2.0
- 7-Zip
- GIMP GNU Image Manipulation Program
- Paint.NET
- Tux Paint
- Adobe Flash Player

Информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

- Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU – <http://elibrary.ru/>
- Электронная Библиотека Диссертаций Российской Государственной Библиотеки – <https://dvs.rsl.ru/>
- Научная электронная библиотека – <http://www.scholar.ru/>
- Федеральный портал Российское образование – <http://www.edu.ru/>
- Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» <http://window.edu.ru/>
- Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов – <http://fcior.edu.ru>
- Единая коллекция Цифровых Образовательных Ресурсов – <http://school-collection.edu.ru/>
- Лекции ведущих преподавателей вузов России в свободном доступе – <https://www.lektorium.tv/>
- Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека online» – <http://biblioclub.ru/>

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Мультимедийное оборудование (проектор, ноутбук или стационарный компьютер, экран).

19. Фонд оценочных средств:

19.1 Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения

Код и содержание компетенции (или ее части)	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции посредством формирования знаний, умений, навыков)	Этапы формирования компетенции (разделы (темы) дисциплины или модуля и их наименование)	Оценочные материалы для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся
ОК-4	Знать:	Раздел I. Введение	Реферат-1

<p>способность к коммуникации в устной и письменной формах на русском и иностранном языках для решения задач межличностного и межкультурного взаимодействия</p>	<ul style="list-style-type: none"> - языковые нормы русского языка; - основы риторики и ораторского искусства; - правила речевого этикета; - понимать роль и значимость грамотной речи в межличностной коммуникации участников совместной деятельности; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - грамотно и логично строить устную и письменную речь на русском языке; - использовать различные формы, виды устной и письменной коммуникации на родном языке в профессиональной деятельности; - представлять информацию (учебную, научную и т.д.) широкой аудитории; - налаживать эффективные коммуникации с аудиторией; - аргументированно и ясно излагать свои суждения, мнения, оценки в публичной речи; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - нормами русского литературного языка 	<p>Раздел II. Реальная, ментальная и языковые картины мира. Раздел III. Отношение к личности в национальных культурах и его отражение в национальном языке.</p>	
<p>ОК-5 способность работать в команде, толерантно воспринимать социальные, культурные и личностные различия</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основные принципы человеческого существования: толерантности, диалога и сотрудничества; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - строить позитивные межличностные отношения, поддерживать атмосферу сотрудничества, разрешать конфликты, следовать моральным и правовым нормам во взаимоотношениях с людьми вне зависимости от их национальной, культурной, религиозной принадлежности, адекватно воспринимать психологические, культурные особенности коллег; - принимать решения по вопросам профессиональной деятельности; <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками командной работы, межличностной коммуникации; - методами конструктивного взаимодействия с коллегами, навыками поддержания благоприятного психологического климата в коллективе 	<p>Раздел I. Введение Раздел II. Реальная, ментальная и языковые картины мира. Раздел III. Отношение к личности в национальных культурах и его отражение в национальном языке.</p>	<p>КР-1; реферат-2</p>
<p>ОПК-5 владение основами профессиональной этики и речевой культуры</p>	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> - систему моральных принципов, норм и правил поведения с учетом особенностей профессиональной деятельности; - нормы устного и письменного литературного языка, служебного и делового общения; <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - выстраивать коммуникативное взаимодействие с субъектами образовательного процесса и профессиональ- 	<p>Раздел I. Введение Раздел II. Реальная, ментальная и языковые картины мира. Раздел III. Отношение к личности в национальных культурах и его отражение в национальном языке.</p>	<p>КР-2; реферат-3</p>

	<p>но-педагогической деятельности с использованием норм устного и письменного литературного языка, служебного и делового общения;</p> <p>- выполнять задачи межличностного и межкультурного взаимодействия, работая в команде;</p> <p>Владеть:</p> <p>- коммуникативными навыками и культурой устной и письменной речи;</p>		
ПК-3 способность решать задачи воспитания и духовно-нравственного развития обучающихся в учебной и внеучебной деятельности	<p>Знать:</p> <p>– задачи воспитания и духовно-нравственного развития обучающихся в учебной и внеучебной деятельности на соответствующих ступенях общего образования;</p> <p>Уметь:</p> <p>– применять теоретические знания для решения практических задач воспитания и духовно-нравственного развития обучающихся в учебной и внеучебной деятельности на соответствующих ступенях общего образования;</p> <p>Владеть:</p> <p>- навыками постановки цели, формулировки задач и прогнозирования духовно-нравственного развития и воспитания личности обучающегося (воспитанника);</p>	<p>Раздел I. Введение</p> <p>Раздел II. Реальная, ментальная и языковые картины мира.</p> <p>Раздел III. Отношение к личности в национальных культурах и его отражение в национальном языке.</p>	<p>КР-3;</p> <p>реферат-4</p>
Промежуточная аттестация – зачёт			КИМ-1

19.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

Для оценивания результатов обучения на зачете используется – зачтено, не зачтено

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
<i>Обучающийся правильно и логически безупречно излагает теоретический материал, доказательно обосновывает суждения. Без затруднений применяет теоретические знания при анализе практических примеров. Свободно подбирает (или составляет сам) примеры, иллюстрирующие теоретические положения. Способен излагать собственную точку зрения по вопросам решения методических проблем. Демонстрирует общую культуру речи, владение нормами русского и английского языков. Демонстрирует готовность применять теоретические знания в практической деятельности и полное освоение показателей формируемых компетенций.</i>	<i>Повышенный уровень</i>	<i>Зачтено</i>
<i>Ответ обучающегося в основном соответствует требованиям, указанным для оценки ОТЛИЧНО. В изложении материала допускается одна ошибка или один-два недочёта, которые отвечающий исправляет самостоятельно при указании экзаменатора. Демонстрирует понимание сущности раскрываемых вопросов теории, способность подтверждать теоретические положения практическими примерами. Владеет культурой речи на русском и английском языках. В основном демонстрирует го-</i>	<i>Базовый уровень</i>	<i>Зачтено</i>

<i>товность применять теоретические знания в практической деятельности и освоение большинства показателей формируемых компетенций.</i>		
<i>Обучающийся верно воспроизводит основные положения теории, демонстрирует понимание этих положений, иллюстрирует их примерами. В ответе могут присутствовать следующие недочёты: материал излагается недостаточно полно; допускаются неточности в определении понятий (которые исправляются при помощи вопросов экзаменатора); изложение материала непоследовательно; отвечающий не может достаточно доказательно обосновать свои суждения; допускает ошибки в речевом оформлении ответа на русском и английском языках. Частично демонстрирует готовность применять теоретические знания в практической деятельности и освоение некоторых показателей формируемых компетенций.</i>	Пороговый уровень	Зачтено
<i>Обучающийся обнаруживает незнание более половины теоретических положений изучаемой дисциплины; не способен безошибочно подобрать примеры для иллюстрации освещаемых теоретических положений; допускает неточности в формулировках и определении понятий и затрудняется их исправлять даже с помощью наводящих вопросов экзаменатора. Демонстрирует незнание содержания основной учебной и методической литературы, не показывает умений ею пользоваться. Испытывает трудности в речевом оформлении ответа на русском и английском языках. Не демонстрирует готовность применять теоретические знания в практической деятельности. Компетенции не сформированы.</i>	–	Не зачтено

19.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

19.3.1 Перечень вопросов к зачету:

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; быстрое распространение; 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 масскульты.
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. Бодрийера.
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, интернет-магазины).
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.
85. Гламурное тело и сознание.
86. Мифология гламура.
87. Культура глянцевого прессы — специфика визуального потребления.
88. Язык и риторика телевизионного глянца.
89. Гендерные риторика гламура.
90. Брэндинг как новая социальная мифология и источник новых форм культурогенеза.
91. Типология знаменитостей.
92. Архетипический образ культурного героя и проблема нормативной модели личности в элитарной культуре.

93. История звезды – новый тип нарратива об архетипе культурного героя.
94. Особенности российского типа производства знаменитости.
95. Перспективы современного постинформационного общества массового потребления.
96. Перспективы политической культуры в условиях изменения характера практик власти и новых властных технологий.
97. Новые характеристики массового человека и мифотехники жизни. Интернет-община как возможная социальная единица.

19.3.2 Перечень заданий для контрольных работ
Типовая контрольная работа
Контрольная работа 3

1. Символом эстетики массовой культуры является ...
 - 1) театр Бродвея
 - 2) киностудия “Мосфильм”
 - 3) киностудия “Дефа”
 - 4) киностудия Голливуд
2. Непрофессиональная, анонимная, коллективная культура, включающая мифы, легенды, сказания, эпос, былины, сказки, песни, танцы – это ...
 - 1) художественная самодеятельность
 - 2) народное творчество
 - 3) художественные промыслы
 - 4) народная культура
3. Теоретиками элитарной культуры были
 - 1) Л. Толстой
 - 2) К. Маркс
 - 3) Х. Ортега-и-Гассет
 - 4) Ф. Ницше
4. Основные жанры массовой культуры и искусства:
 - 1) фольклор
 - 2) вестерн
 - 3) мелодрама
 - 4) опера
 - 5) драма
 - 6) триллер
5. Массовая культура как социальный феномен сложилась в эпоху ...
 - 1) Древности
 - 2) Средневековья
 - 3) Расцвета и кризиса буржуазной культуры (XIX в.)
 - 4) Возрождения
 - 5) Современного индустриального общества (XX в.)
 - 6) Просвещения (XVII – XVIII в.)
 - 7) Античности
6. “Массовая культура” понимается как:
 - 1) коммерческая культура
 - 2) культура повседневности
 - 3) разновидность народной культуры
 - 4) “потребительская” культура
 - 5) культура социальных низов
7. Создание максимальных условий для реализации человеком творческих способностей и для удовлетворения культурных потребностей – это ...
 - 1) направление культурной политики
 - 2) средство культурной политики
 - 3) цель культурной политики
 - 4) принцип культурной политики
8. Элитарная культура – это:
 - 1) культура олигархов
 - 2) контркультура
 - 3) разновидность молодежной культуры
 - 4) культура творческого меньшинства общества
9. Основные особенности элитарной культуры:

- 1) стереотипизация, внедрение шаблонов и “имиджей” в области сознания и поведения
 - 2) изоляционизм
 - 3) принципиальная закрытость
 - 4) ориентация на общедоступность духовных ценностей
 - 5) развлекательность
 - 6) самодостаточность
10. “Родиной” массовой культуры считают
- 1) Россию
 - 2) Африку
 - 3) Западную Европу
 - 4) США
 - 5) Китай
 - 6) Арабские страны
11. Основные особенности массовой культуры:
- 1) примитивизация отношений между людьми
 - 2) самодостаточность
 - 3) развлекательность
 - 4) принципиальная закрытость
 - 5) стандартизация представлений, ценностей, форм поведения
 - 6) изоляционизм
12. Основные факторы формирования массовой культуры:
- 1) механизация и автоматизация производства
 - 2) освоение космоса
 - 3) урбанизация
 - 4) индустриализация
 - 5) появление многотиражных газет и журналов
 - 6) падение Берлинской стены
13. 3 формы культуры в зависимости от того, кто создает культуру и каков ее уровень ...
- 1) языческая, религиозная, светская
 - 2) элитарная, народная, массовая
 - 3) мужская, женская, молодежная
 - 4) первобытная, рабовладельческая, феодальная

19.3.3 Темы 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 риторики гламура.

19.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Текущий контроль успеваемости проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущий контроль успеваемости проводится в формах: *устного опроса (индивидуальный опрос, фронтальная беседа, рефераты); письменных работ (контрольные); тестирования*. Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний и практическое задание, позволяющее оценить степень сформированности умений и навыков.

При оценивании используются качественные шкалы оценок. Критерии оценивания приведены выше.