

Учреждение образования  
«Белорусский государственный университет  
культуры и искусств»

**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор БГУКИ

\_\_\_\_\_ Ю. П. Бондарь

«\_\_» \_\_\_\_\_ 2014 г.

Регистрационный № УД-\_\_\_\_\_/баз.

**ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНАЯ КУЛЬТУРОЛОГИЯ**  
**Раздел 4. МАССОВАЯ КУЛЬТУРА**

*Учебная программа учреждения высшего образования  
по учебной дисциплине  
для специальности 1-21 04 01 Культурология (по направлениям),  
направления специальности 1-21 04 01-01  
Культурология (фундаментальная),  
специализации 1-21 04 01- 01 01 Теория и история культуры*

Минск  
БГУКИ  
2014

## **СОСТАВИТЕЛЬ**

*Л. К. Кухто*, доцент кафедры культурологии учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат культурологии, доцент

## **РЕЦЕНЗЕНТЫ:**

*Т. Ф. Сухоцкая*, доцент кафедры белорусской литературы и культуры учреждения образования «Белорусский государственный педагогический университет имени Максима Танка», кандидат культурологии;

*С. А. Пацienко*, доцент кафедры менеджмента социокультурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат культурологии

## **РЕКОМЕНДОВАНО К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

кафедрой культурологии учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 5 от 23.01. 2013 г.);

президиумом научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 5 от 20.06.2013 г.)

Ответственный за редакцию: В. Б. Кудласевич

Ответственный за выпуск: Л. К. Кухто

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Массовая культура – важнейший социальный феномен современного общества. Современная социокультурная ситуация в Беларуси характеризуется интенсификацией влияния массовой культуры на общественное сознание, а также на состояние и функционирование всего общества. Кроме того, трансформационные процессы в постсоветском пространстве приводят к смешению ценностей, духовных норм и необходимости построения, трансляции и стимуляции потребления новых культурных образцов, стилей жизни в период глобализации. Актуальность анализа массовой культуры связана, прежде всего, с тем, что выявление сущности этого типа культуры оказывается принципиально важным для понимания происхождения и роли различных типов культуры в современном обществе, а также для выявления их функциональных особенностей.

В процессе изучения дисциплины дается культурологический анализ сущности массового общества и его культуры, анализируются различные теории, а также художественные и психосоциальные основы массовой культуры. Значительное место отводится изучению форм существования и функционирования массовой культуры в современном обществе. Дается характеристика культурного контекста информационного общества, в котором формируется современный человек, и процессов, что обуславливают становление массовой психологии и образования условий для развития и распространения массовой культуры.

Материал данной дисциплины дает возможность студентам получить системные знания о процессе формирования сознания массового человека, о генезисе массового искусства, роли и месте массмедиа в трансляции продуктов массовой культуры.

В программе предусмотрена актуализация межпредметных связей с такими дисциплинами, как «Философия», «Педагогика и психология», «История искусств», «Белорусская и всемирная литература».

*Цель дисциплины* – формирование у студентов научного осмысления массовой культуры как социального феномена современного общества, раскрытие сущности массовой культуры и закономерностей ее динамики развития.

*Задачи дисциплины:*

– способствовать осмыслению массовой культуры как социального явления, определить связь с другими видами культуры, определить ее роль и место в культурной жизни;

– выявить основные исторические этапы становления массового общества и массовой культуры, социокультурные детерминанты их развития;

– раскрыть теоретические подходы к анализу массовой культуры;

– выделить и охарактеризовать основные формы проявления массовой культуры.

В результате изучения данного раздела студенты должны *знать*:

– основные этапы формирования и развития массовой культуры;

– характерные черты массовой культуры;

– теоретические основы массовой культуры;

– основные формы и жанры массовой культуры.

Студенты должны *уметь*:

– оценивать состояние и тенденции современной культуры;

– критически воспринимать разнообразные явления массовой культуры;

– осмысливать значение массовой культуры как индикатора состояния общества;

– определять среди многообразия форм и жанров массовой культуры жесткие стандарты.

В соответствии с учебным планом на изучение раздела «Массовая культура» учебной дисциплины «Экзистенциальная культурология» всего предусмотрено 110 часов, из которых 50 часов – аудиторные занятия (27 ч. – лекции, 23 ч. – семинары).

Рекомендуемая форма контроля знаний – экзамен.

## ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Темы	Количество аудиторных часов		
	всего	лек.	сем.
Введение	1	1	
<i>Тема 1.</i> Массовая культура как социальный феномен современного общества	2	1	1
<i>Тема 2.</i> Социокультурные детерминанты формирования массового общества и массовой культуры	3	1	2
<i>Тема 3.</i> Фольклорные предпосылки формирования массовой культуры	3	2	1
<i>Тема 4.</i> Сущность и особенности массовой культуры	4	2	2
<i>Тема 5.</i> Теоретическое осмысление массовой культуры как глобальной проблемы современности	4	2	2
<i>Тема 6.</i> Семиотический анализ массовой культуры. Теория феминизма	4	2	2
<i>Тема 7.</i> Омассовление и массивфикация в информационном обществе	4	2	2
<i>Тема 8.</i> Массовый человек и его характерные черты. Формирование мифологизированного сознания массового человека	4	2	2
<i>Тема 9.</i> Массмедиа в контексте массовой культуры	4	2	2
<i>Тема 10.</i> Реклама как феномен массовой культуры и продукт духовного потребления	4	2	2
<i>Тема 11.</i> Массовая литература и ее социокультурная специфика	4	2	2
<i>Тема 12.</i> Музыкальное искусство как объект массовой культуры	3	2	1
<i>Тема 13.</i> Мода как массовое явление	3	2	1
<i>Тема 14.</i> Массовая культура как художественно-эстетическое явление	3	2	1
<b>Итого...</b>	<b>50</b>	<b>27</b>	<b>23</b>

# СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

## Введение

Общее понятие культуры. Деление на материальную и духовную, их единство и различие. Разнообразие трактовок понятия *культура*. Единство и многообразие культур. Типология культуры. Критерии типологизации культур. Социальные типы культуры. Профессиональная и народная культура. Субкультуры – профессиональные, территориальные, возрастные, половозрастные. Контркультура, ее истоки и сущность. Элитарная, маргинальная и массовая культура.

### ***Тема 1. Массовая культура как социальный феномен современного общества***

Массовая культура как пространство рефлексии, научных исследований современной гуманитаристики. Массовая культура и ее место в духовной культуре. Отличительные черты массовой культуры: максимальная приближенность к элементарным потребностям индивида; возрастающая востребованность продуктов масскульты; ориентация на природную, чувственную эмоциональность; подчиненность господствующим в социуме силам. Влияние массовой культуры на формирование ценностей личности. Массовая культура как одна из отраслей экономического и культурного производства.

### ***Тема 2. Социокультурные детерминанты формирования массового общества и массовой культуры***

Исторические особенности возникновения и развития массового общества и культуры. Основные значения понятия *масса* (Х. Ортега-и-Гассет, Д. Белл) и массового общества (Г. Блумер). Массовое общество и культура в Беларуси. Особенности процесса формирования массовой культуры Беларуси. Советская модель массового общества и культуры и их трансформация. Социальная ориентация советской массовой культуры на потребности «низкого» класса. Отрицание ценностей западного общества. Ценности традиционного общества как основа советской модели масскульты: уравнительное распределение, коллективизм, трудовая взаимопомощь, жертвенный аскетизм и др.

Формирование контролируемой массы на современном этапе. Новейшие тенденции в белорусской массовой культуре:

широкая экспансия визуальных форм и жанров; эффект «срастания» общественного сознания со средствами массовых коммуникаций; кризис социокультурной идентичности.

### ***Тема 3. Фольклорные предпосылки формирования массовой культуры***

Фольклор как главное духовное наполнение национальной культуры. Образование профессионализированных жанров фольклора. Формирование городского фольклора. Взаимосвязь самодеятельного творчества с рыночной конъюнктурой. Коммерциализация фольклорного творчества. Формирование массовых публичных зрелищ. Балаганские представления как вид городского фольклора. Взаимосвязь культурно-культовых тенденций Средневековья (проповеди, литургические драмы, мистерии) и массовой культуры. Карнавальная культура как связующее звено между повседневной, фольклорной и классической культурой (М. М. Бахтин). Типографское тиражирование народных книг как одна из новых форм массового искусства. Почтовые открытки – наследницы лубков, их многотиражность и общедоступность. Фольклор в раннем кинематографе.

### ***Тема 4. Сущность и особенности массовой культуры***

Основные направления и проявления современной массовой культуры. Основные особенности массовой культуры: общедоступность, серийность, тиражируемость, пассивность восприятия, занимательность, коммерческий характер, стандартизация культурных текстов, усредненность и унификация, тривиализация, деиндивидуализация, мифологизация, эстетизация ужасного. Функции массовой культуры: развлекательная, коммерческая, формирование установки на потребительство, компенсаторная, нормативно-регулятивная, знаково-семантическая, социализирующая.

Ведущие позиции в оценке массовой культуры как общественного явления. Основные аргументы ее критиков.

### ***Тема 5. Теоретическое осмысление массовой культуры как глобальной проблемы современности***

Первые европейские теоретики массовой культуры и массового искусства: Ж. Бентам, Г. Лебон, Ф. Ницше, Х. Ортега-и-Гассет, К. Манхейм, Ф. Ливис, Э.Фромм, Р. Хоггарт.

Теория культурного модернизма. Работа Ф. Ливиса «Массовая цивилизация и культура меньшинства» – манифест литературного модернизма и декларация неприятия массовой культуры. Развитие теории культурного модернизма Р. Вильямсом и Р. Хоггартом. Концепция О. Хаксли. Причина успеха массовой культуры.

Теория культурного производства. Эмпирические исследования популярной и массовой культуры интеллектуалами франкфуртской школы социальных исследований: Т. Адорно, М. Хоркхаймера, В. Бенямина, Г. Маркузе. Коммерческий характер массовой культуры. Маскульт как идеологическое образование. Функции материального производства.

### ***Тема 6. Семиотический анализ массовой культуры.***

#### ***Теория феминизма***

Исследования маскульту в русле структурализма и семиологии. Структура инвариантных правил в массовых художественных произведениях. Анализ текстов популярных романов. Концепция У. Эко о структурных бинарных оппозициях в художественных произведениях маскульту.

Теория феминизма. Связь массовой культуры с социальным контекстом эпохи. Репрезентация женщины в популярной культуре и в медиа. Символическое уничтожение женщины маскульту. Гендерный подход к изучению массовой культуры в работах Т. Мадлески.

### ***Тема 7. Омассовление и массивфикация в информационном обществе***

Многофункциональность форм и свойств информации. Информационное общество и процессы омассовления в нем. Социально-экономические и социокультурные детерминанты массивфикации. Перестройка сознания, типа мышления, стереотипов поведения в процессе массивфикации. Информационное управление обществом. Создание общего информационного поля в современном обществе. Развитие индивидуализма как нового явления постиндустриального общества.

Проникновение информационных технологий во все сферы жизни. Кризис личности. Психотехнологические манипуляции субъектами общества. Социально-политический и культурно-психологический контекст культуры информационного общества. Философия позитивизма как основа идеологии маскульту.

**Тема 8. Массовый человек и его характерные черты.  
Формирование мифологизированного сознания  
массового человека**

Массовый человек: свойства и характеристики. Культурный контекст формирования массового человека. М. Фуко и Ж. Делез о постмодернистском духе современной культуры. Потребление как жизненная функция массового человека. Пассивный, рыночный типы характеров массового человека.

Характерные черты массивифицированной личности: социальная дезориентация относительно культурных ценностей и приоритетов, неадекватная ориентация, психическая неустойчивость, некритичность, апатия, анархичность настроения, снижение способности к размышлению, неспособность к сопереживанию, безразличие к мнениям и даже жизни другого человека. Специфический тип восприятия массового человека. Формы защиты от современного контекста информационного общества: изоляционизм и эскапизм, наркотики и секты, уход в виртуальный мир, суицид. Массовый человек как объект управления.

Идеология прагматизма – основа массовой культуры. Картина мира массового человека. Стимулирование иррационального мышления массовой культурой. Формирование мифологизированного сознания средствами масскульта. Миф как альтернатива действительности. Миф о сущности, природе, интенциях современного человека. Новый тип мифологии. Основные мифы массовой культуры. Механизмы мифологизации. Современный миф как способ замещения действительности, управления и манипулирования массами.

**Тема 9. Массмедиа в контексте массовой культуры**

Массмедиа как инструмент формирования массового сознания. Понятие *массмедиа* и методологические подходы к определению его сущности. Массмедиа как инструмент формирования жизненного мира человека. М. Маклюэн об истории культуры как процесса изменения средств массовой коммуникации. Отношения технологии и культуры в современных электронных медиа в контексте теории Р. Вильямса.

Семиотический аспект исследования массмедиа. Проблема прочтения текста. Знак как основная единица текстов массмедиа. Определение знака У.Эко. Теория знака Ч.Пирса. Катего-

рии знака: символическая, иконическая, индексическая. Медиа как свободная зона производства значений. Типы интерпретации в теории С. Хола: доминантный, оппозиционный, неготицированный.

Телевидение как медиа массовой культуры. Теория телевидения Р. Вильямса. Телевизионные жанры и их классификация. Телевидение – особая культурная форма. Труд Ж. Бодрийера «Экстаз коммуникаций». Постмодернистский подход к телевидению. Понятие потока и его присутствие на телевидении. Зэпинг как феномен современного телевидения.

### ***Тема 10. Реклама как феномен массовой культуры и продукт духовного потребления***

Предыстория рекламного дела. Реклама в жизни современного общества. Рекламный миф и его отличие от настоящего мифа. Реклама – часть маркетинга. Реклама как спланированная и организованная технология проникновения в сознание массового человека. Рекламная ситуация. Художественный и эстетический компоненты рекламы. Игровые факторы массовой культуры и рекламы (игровые ситуации на теле- и радиоканалах, в печати, рекламные открытки, тизеры, Интернет). Главный смысл рекламного продукта.

Рекламный жаргон. Рифмованная реклама (парафразы, омонимия, окказионализмы, контаминация). Организация рекламного сообщения и его уровни. Формы воздействия рекламы на культурный слой психики массового человека: гипнотический, чувственный, эмоциональный.

Рекламный креатив. Эстетика рекламы. Рекламный плакат – отрасль изобразительного искусства. Рекламный фильм и рекламный фотоснимок. Реклама и поп-арт. Современная телереклама. Взаимодействие рекламы и других направлений массовой культуры. Реклама – социальный институт современного общества. Особенности белорусской национальной рекламы. Государственное регулирование рекламной деятельности.

### ***Тема 11. Массовая литература и ее социокультурная специфика***

Литературоведческие и социологические подходы к феномену массовой литературы. Социокультурные детерминанты формирования массовой литературы: грамотность, всеобщее

образование, книгопечатание. Разделение литературы на «высокую» и «массовую» в период романтизма. «Высокая мода» в литературе. Формирование ориентации писателя на коммерческий принцип.

Массовая беллетристика как часть современной повседневной культуры. Предпосылки рождения массовой беллетристики. Массовая беллетристика и ее жанры: детектив, шпионский роман, фэнтези, приключения, триллер, женский роман, эротический роман. Роман-фельетон как новый художественно-публицистический жанр.

Формы функционирования массовой беллетристики: бестселлер, дайджест, комикс, покет-бук, электронная книга. Связь литературы «массового спроса» со СМИ, компьютеризацией и рекламой.

Комиксы – жанр массовой культуры. Комиксы как промежуточная форма между книжным образом и плоским образом. Замена смыслового объема концепта пестротой утрированного знака. Доля комиксов в печатной продукции.

### ***Тема 12. Музыкальное искусство как объект массовой культуры***

Уровни музыкального восприятия: психофизиологический, художественный, эстетический, интеллектуальный и др. Игровой характер музыки. Компенсаторно-развлекательная, интегративная и коммуникативная функции музыки. Амбивалентность музыкального искусства. Л. Мазель о стадиях развития музыки: фольклорная и профессиональная музыка устной традиции, нотное письмо. Музыкальный текст. Ситуация разорванного музыкального сознания. Типы и уровни музыкальных слушателей.

Омассовление музыкального искусства. Развитие потребительских тенденций в музыкальном искусстве. Шлягер как «атомарная единица» потребительской музыки. Поп-музыка как вид потребительского искусства. Влияние поп-музыки на современные жанры музыки. Свободные вокально-инструментальные формы поп-музыки. Фольклорные движения в рамках поп-музыки: кантри мюзик, стили хилбили, блугрэс, фольк-рок, андеграунд. Роль техники в развитии современной поп-музыки. Использование кино, радио, телевидения и других

СМИ для популяризации поп-музыки. Современное музыкальное шоу. Имидж поп-звезды.

### ***Тема 13. Мода как массовое явление***

Мода – средство насилия над массами. Идеология моды. Элитарная мода и ее регулятивные функции. Мода как часть ритуала ситуационного поведения. Знаковый характер современной моды. Функции моды: опознавательная, социально-разделительная.

Мода как механизм социальной регуляции. Феномен моды в массовом обществе. Создатели и потребители моды. Основные направления современной моды. Крупнейшие модные проекты. Мода как социальная норма и ценность. Константы моды: современность, универсальность, демонстративность, игра. Мода – массовое явление. Индустрия моды.

### ***Тема 14. Массовая культура как художественно-эстетическое явление***

Особенности эстетического восприятия художественного объекта. Эстетическая диспозиция. Социокультурные детерминанты эстетической диспозиции. Социологический аспект теории эстетического вкуса. Эстетическое дистанцирование. Концепция художественного вкуса П. Бурдьё. Градация культурных уровней. Художественная компетентность и ее степени.

Специфика массовой культуры как эстетического явления. Трансформация психологии восприятия и художественных вкусов под влиянием масскульта. Стереотипность, стандарт произведений массовой культуры. Тиражирование художественных произведений в масскульте. Формирование «эстетической толпы». Эстетические характеристики массовой культуры.

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### Литература

#### Основная

1. *Адорно, Т.* Социология музыки / Т. Адорно // Т. Адорно. Избранное. – М. ; СПб. : Университетская книга, 1999. – 445 с.
2. *Барт, Р.* Избранные работы : Семиотика. Поэтика / Р. Барт. – М. : Прогресс, 1994. – 615 с.
3. *Борев, В. Ю.* Культура и массовая коммуникация / В. Ю. Борев, А. В. Коваленко. – М. : Наука, 1986. – 303 с.
4. *Веблен, Т.* Теория праздного класса / Т. Веблен. – М. : Прогресс, 1984. – 367 с.
5. *Жаринов, Е. В.* Историко-литературные корни массовой беллетристики / Е. В. Жаринов. – М. : ГИТР, 2003. – 388 с.
6. *Козловски, П.* Культура постмодерна / П. Козловски. – М. : Республика, 1997. – 240 с.
7. *Костина, А. В.* Массовая культура как феномен постиндустриального общества / А. В. Костина. – М. : Едиториал УРСС, 2003. – 350 с.
8. *Лебон, Г.* Психология толпы / Г. Лебон. – М. : Ин-т психологии РАН : КСП+, 1998. – 416 с.
9. *Мазель, Л. А.* О природе и средствах музыки: теоретический очерк / Л. А. Мазель. – СПб. : Акад. проект, 1991. – 315 с.
10. *Маркузе, Г.* Одномерный человек : Исследование идеологии развитого индустриального общества / Г. Маркузе ; пер. с англ., послесл., примеч. А. А. Юдина; сост. В. Ю. Кузнецова. – М. : АСТ, 2002. – 526 с.
11. *Массовая культура : учеб. пособие / К. З. Акопян, А. В. Захаров, С. Я. Кагарлицкая [и др.].* – М. : Альфа-М : Инфра-М, 2004. – 304 с.
12. *Массовая культура: современные западные исследования : пер. с англ. / отв. ред. и предисл. В. В. Зверевой; послесл. В. А. Подороги.* – М. : Фонд научных исследований «Прагматика культуры», 2005. – 339 с.
13. *Молчанов, В. В.* Миражи массовой культуры / В. В. Молчанов. – Л. : Искусство, 1984. – 175 с.
14. *Ортега-и-Гассет, Х.* Восстание масс / Х. Ортега-и-Гассет // Вопросы философии. – 1989. – № 3, 4.
15. *Смольская, Е. П.* Массовая культура. Развлечение или политика? / Е. П. Смольская. – М. : Мысль, 1986. – 144 с.

16. Соколов, Е. Г. Аналитика масскультуры / Е. Г. Соколов. – СПб. : Санкт-Петербург. филос. об-во, 2001. – 340 с.

17. Хоркхаймер, М. Диалектика просвещения / М. Хоркхаймер, Т. Адорно; пер. с нем. М. Кузнецова. – М. : МедиумСПб, 1997. – 310 с.

#### Дополнительная

1. Барт, Р. Мифология / Р. Барт. – М. : Книга, 1988. – 539 с.

2. Бернштейн, Л. Музыка – всем / Л. Бернштейн. – М. : Сов. композитор, 1978. – 117 с.

3. Бодрийяр, Ж. Общество потребления. Его мифы и структура / Ж. Бодрийяр; пер. с фр., послесл. и прим. Е. А. Самарской. – М. : Культурная революция : Республика, 2006. – 268 с.

4. Выготский, А. С. Психология искусства / А. С. Выготский. – М. : Искусство, 1986. – 574 с.

5. Деррида, Ж. О грамматики / Ж. Деррида ; пер. с фр. и вступ. ст. [с. 7–107] Н. Автономовой. – М. : Ad Marginem, 2002. – 511 с.

6. Карьер, Ж.-К. Не надейтесь избавиться от книг! / Ж.-К. Карьер, У. Эко // Интервью Ж.-Ф. де Тоннака; пер. с фр. и примеч. О. Акимовой. – СПб. : Симпозиум, 2010. – 336 с.

7. Зиновьев, А. А. На пути к сверхобществу / А. А. Зиновьев. – М. : Центрполиграф, 2000. – 638 с.

8. Культурология. XX век: словарь. – СПб. : Университетская книга, 1997. – 640 с.

9. Маркузе, Г. Одномерный человек / Г. Маркузе; пер. с англ. А. А. Юдина. – М. : АСТ : Ермак, 2003. – 331 с.

10. Мукерджи, И. Новый взгляд на поп-культуру / И. Мукерджи, М. Шадсон // Полигнозис. – 2000. – № 2.

11. Ницше, Ф. Рождение трагедии, или Эллинство и пессимизм / Ф. Ницше // Ф. Ницше. Соч. : в 2 т. – М. : Мысль, 1990. – 829 с.

12. Ортега-и-Гассет. Х. «Дегуманизация искусства» и другие работы : эссе о литературе и искусстве / Х. Ортега-и-Гассет. – М. : Радуга, 1991. – 639 с.

13. Тард, Г. Мнение и толпа / Г. Тард // Психология толпы. – М. : Ин-т психологии РАН : КСП+, 1998. – 416 с.

14. Хевеши, М. А. Толпа, массы, политика: историко-философский очерк / М. А. Хевеши. – М. : ИФРАН, 2001. – 240 с.

16. *Чередниченко, Т.* Кризис общества – кризис искусства. Музыкальный «авангард» и поп-музыка в системе буржуазной идеологии / Т. Чередниченко. – М. : Музыка, 1985. – 192 с.

17. *Элиаде, М.* Аспекты мифа / М. Элиаде. – М. : Инвест-ПП, 1995. – 256 с.

РЕПОЗИТОРИЙ БГУКИ

## **Перечень используемых средств диагностики результатов учебной деятельности**

К эффективным педагогическим методикам и технологиям, способствующим приобщению студентов к поиску и использованию знаний, приобретению опыта самостоятельного решения задач, относятся:

- технологии проблемно-модульного обучения;
- технологии учебно-исследовательской деятельности;
- проектные технологии;
- коммуникативные технологии (дискуссии, пресс-конференции, учебные дебаты и другие активные формы и методы);
- метод анализа конкретных ситуаций;
- игровые технологии, в рамках которых студенты участвуют в деловых, ролевых, имитационных играх и др.

Для управления учебным процессом и организации контрольно-оценочной деятельности преподавателям рекомендуется использовать рейтинговые, кредитно-модульные системы оценки учебной и исследовательской деятельности студентов, вариативные модели управляемой самостоятельной работы, учебно-методические комплексы.

В целях формирования современной социально-личностной и социально-профессиональной компетенции выпускника УВО в практику проведения семинарских занятий целесообразно внедрять методики активного обучения, дискуссионные формы.

В качестве одного из элементов, рекомендуемого для выявления уровня учебных достижений студента, используются критериально-ориентированные тесты. Они представляют собой совокупность тестовых заданий закрытой формы с одним или несколькими вариантами правильных ответов; заданий на установление соответствия между элементами двух вариантов с одним или несколькими соотношениями и равными или разной численностью элементов в вариантах; заданий открытой формы с формализованным ответом; заданий на установление правильной последовательности.

Для определения степени соответствия учебных достижений студента по требованиям образовательного стандарта также рекомендуется использовать проблемные, творческие задания, которые предусматривают эвристическую деятельность и неформализованный ответ.

*Учебное издание*

**ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНАЯ КУЛЬТУРОЛОГИЯ**  
**Раздел 4. МАССОВАЯ КУЛЬТУРА**

*Учебная программа учреждения высшего образования  
по учебной дисциплине  
для специальности 1-21 04 01 Культурология (по направлениям),  
направления специальности 1-21 04 01-01  
Культурология (фундаментальная),  
специализации 1-21 04 01- 01 01 Теория и история культуры*

Корректор В. Б. Кудласевич  
Технический редактор Л. Н. Мельник

Подписано в печать 2014. Формат 60x84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>.  
Бумага писчая № 2. Ризография.  
Усл. печ. л. 0,99 . Уч.-изд. л. 0,66. Тираж экз. Заказ .

Издатель и полиграфическое исполнение:  
УО «Белорусский государственный университет культуры и искусств».  
Свидетельство о государственной регистрации издателя, изготовителя,  
распространителя печатных изданий № 1/177 от 12.02.2014.  
ЛП № 02330/456 от 23.01.2014.  
Ул. Рабкоровская, 17, 220007, г. Минск.