

Министерство образования Республики Беларусь
Учебно-методическое объединение по образованию
в области культуры и искусств

УТВЕРЖДАЮ

Первый заместитель Министра
образования Республики Беларусь
_____ А. Г. Баханович

Регистрационный № - _____ /пр.

СОВРЕМЕННЫЕ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

**Примерная учебная программа по учебной дисциплине
для специальностей:**

6-05-0314-02 Культурология;

6-05-0313-03 Социально-культурный менеджмент и коммуникации

СОГЛАСОВАНО

Начальник отдела учреждений
образования Министерства культуры
Республики Беларусь

_____ М. Б. Юркевич

СОГЛАСОВАНО

Начальник Главного управления
профессионального образования
Министерства образования
Республики Беларусь

_____ С. Н. Пищов

Председатель учебно-методического
объединения по образованию в области
культуры и искусств

_____ Н. В. Карчевская

Проректор по научно-методической
работе государственного учреждения
образования «Республиканский
институт высшей школы»

_____ И. В. Титович

Эксперт-нормоконтролер

СОСТАВИТЕЛИ:

Н. Е. Шелупенко, декан факультета культурологии и социально-культурной деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат культурологии;

Е. А. Криштаносова, доцент кафедры культурологии учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат культурологии, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

кафедра менеджмента и коммуникаций частного учреждения образования «Институт современных знаний имени А. В. Широкова» (протокол № 11 от 22.04.2025);

Е. В. Кузнецова, старший научный сотрудник отдела исследований глобализации, регионализации и социокультурного сотрудничества государственного научного учреждения «Институт философии Национальной академии наук Беларуси», кандидат философских наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ В КАЧЕСТВЕ ПРИМЕРНОЙ:

кафедрой культурологии учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 12 от 23.05.2025);

президиумом научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 5 от 25.06.2025)

научно-методическим советом по культурологии и социально-культурной деятельности, социально-культурному менеджменту и коммуникациям учебно-методического объединения по образованию в области культуры и искусств (протокол № 1 от 22.12.2025)

Ответственный за редакцию: В. Б. Кудласевич

Ответственный за выпуск: Е. А. Криштаносова

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная дисциплина «Современные социально-культурные коммуникации» предназначена для изучения студентами специальностей общего высшего образования 6-05-0314-02 Культурология, 6-05-0313-03 Социально-культурный менеджмент и коммуникации и направлена на развитие у обучающихся компетенций, позволяющих осуществлять профессиональную деятельность с учетом современных социально-культурных коммуникаций.

Данная учебная дисциплина составлена с учетом требований образовательных стандартов высшего образования ОСВО 6-05-0314-02 Культурология и ОСВО 6-05-0313-03 Социально-культурный менеджмент и коммуникации и ориентирует будущих специалистов на профессиональную деятельность. Учебная дисциплина «Современные социально-культурные коммуникации» непосредственно связана с такими учебными дисциплинами государственного компонента, как «История и теория коммуникаций», «История культуры», «Теория культуры», «Философия» и т. д.

Цель учебной дисциплины – формирование у студентов теоретических знаний и практических навыков, необходимых для осуществления эффективных социально-культурных интеракций.

Задачи учебной дисциплины:

- ознакомить студентов с основными научными подходами, типологией и структурой социально-культурной коммуникации;
- сформировать у студентов понимание специфики современных социально-культурных коммуникаций и их влияния на личность и общество;
- развить у студентов коммуникативную компетентность;
- ознакомить с особенностями современной массовой коммуникации и влиянием новых медиа на социально-культурные коммуникации;
- сформировать у студентов мировоззренческие позиции в отношении современных технологий социально-культурной коммуникации.

В результате изучения учебной дисциплины «Современные социально-культурные коммуникации» студент должен *знать*:

- сущность, виды, структурные компоненты социально-культурной коммуникации, формы ее реализации в современном обществе;
- специфику и современные теории массовой коммуникации;
- виды и функции социально-коммуникационных институтов;
- современные проблемы и тенденции развития социально-культурных коммуникаций;
- прикладные возможности и актуальные практики социально-культурных коммуникаций;

студент должен *уметь*:

- оценивать состояние, тенденции и перспективы развития социально-культурных коммуникаций в современном обществе;
- использовать современные технологии социально-культурных коммуникаций в профессиональной деятельности;
- применять теоретические знания для анализа ситуаций, возникающих в процессе социально-культурной коммуникации;
- грамотно и эффективно выстраивать социально-культурную коммуникацию на основе полученных знаний;

студент должен *иметь навыки*:

- владения методами прогнозирования и осуществления эффективной коммуникации;
- владения способностью моделировать возможные коммуникативные ситуации в профессиональной деятельности;
- организации эффективной коммуникации с использованием современных технологий.

Освоение студентами основных теоретических блоков учебной дисциплины «Современные социально-культурные коммуникации» способствует формированию следующих универсальных и базовых профессиональных компетенций в соответствии с образовательными стандартами высшего образования ОСВО

6-05-0314-02, ОСВО 6-05-0313-03 и примерными учебными планами по специальностям общего высшего образования 6-05-0314-02 Культурология и 6-05-0313-03 Социально-культурный менеджмент и коммуникации:

- владеть основами исследовательской деятельности, осуществлять поиск, анализ и синтез информации;
- работать в команде, толерантно воспринимать социальные, этнические, конфессиональные, культурные и иные различия;
- оценивать социальные и иные последствия научного и технологического развития, влияние техногенных и информационных процессов на изменения в сфере творчества, культуры, коммуникации и других областях деятельности культуролога;
- применять современные технологии социокультурной коммуникации в профессиональной деятельности.

В рамках образовательного процесса по учебной дисциплине студент должен не только приобрести теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развить свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной и социально-культурной жизни страны.

При изучении учебной дисциплины «Современные социально-культурные коммуникации» целесообразно использовать следующие *методы обучения*: объяснительно-иллюстративный, эвристический, кейс-метод (метод ситуационного анализа).

В соответствии с примерным учебным планом по специальностям 6-05-0314-02 Культурология, 6-05-0313-03 Социально-культурный менеджмент и коммуникации на изучение учебной дисциплины «Современные социально-культурные коммуникации» всего предусмотрено 92 часа, из них 54 часа – аудиторные занятия. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий: 30 часов – лекции, 24 часа – семинарские занятия.

Рекомендуемая форма контроля знаний студентов при проведении промежуточной аттестации – экзамен.

ПРИМЕРНЫЙ ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов	
		лекции	семинарские занятия
1.	Введение	2	
2.	Основы социально-культурных коммуникаций	2	2
3.	Структура социально-культурной коммуникации	4	2
4.	Информационная доминанта коммуникации	4	2
5.	Социально-коммуникационные институты	2	4
6.	Массовая коммуникация	4	2
7.	СМИ в современной социально-культурной коммуникации	4	4
8.	Современные технологии коммуникаций	4	4
9.	Формирование коммуникативной компетентности	4	4
Всего...		30	24

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Введение

Цель, задачи и содержание учебной дисциплины «Современные социально-культурные коммуникации». Место учебной дисциплины в системе подготовки специалиста в сфере культуры. Связь с другими учебными дисциплинами.

Основные понятия социально-культурной коммуникации: коммуникация, коммуникант, реципиент, социально-коммуникационные потребности, социальная память, коммуникационная деятельность и др.

Влияние социально-культурных коммуникаций на личность и общество: формирование культурной идентичности, социальная интеграция, развитие гражданского общества. Социально-культурные коммуникации как способ формирования общественного мнения и воспитания личности. Значение социально-культурных коммуникаций в накоплении и передаче социального опыта. Влияние атрибуции на процесс коммуникации.

Тема 2. Основы социально-культурных коммуникаций

Сущность социально-культурной коммуникации: социокультурный, критический, риторический, семиотический подходы. Понятие и особенности социально-культурной коммуникации. Типология социально-культурной коммуникации: по характеру субъектов коммуникации; по формам коммуникации; по уровню протекания коммуникации.

Основные виды социально-культурной коммуникации: инновационная, ориентационная, стимулирующая, корреляционная.

Функции социально-культурной коммуникации: информационная, нормативно-регулятивная, социализации, культурного воспроизводства, управления и др.

Тема 3. Структура социально-культурной коммуникации

Структурные компоненты социально-культурной коммуникации: субъекты, средства, содержание, контекст.

Субъекты коммуникации: индивид, группа, общество, организация, социальный институт. Личность в системе социально-культурной коммуникации. Параметры коммуникативной личности: мотивационный, когнитивный, функциональный.

Коллективный субъект в системе коммуникации: группа, общество, организация, социальный институт.

Язык как основное средство коммуникации. Разновидности коммуникационных каналов. Естественные коммуникационные каналы (вербальный, невербальный). Искусственные коммуникационные каналы.

Семиотический подход к социально-культурной коммуникации. Знаковые системы, социально-коммуникационный знак и символ, код и т. д.

Контекст социально-культурной коммуникации: физический, социальный, исторический, психологический, культурный.

Тема 4. Информационная доминанта коммуникации

Понятие информационной доминанты коммуникации. Аргументация в информационно-коммуникативном процессе. Доказательство, подтверждение, оправдание, объяснение, интерпретация, возражение как элементы коммуникативного процесса.

Виды доминант. Стратификационные доминанты: социальный статус коммуникантов, социальная дифференциация, социальная интеграция, социальная интерференция.

Ситуативные доминанты: коммуникативные роли, коммуникативная сфера, коммуникативная ситуация, коммуникативная установка.

Оценочные доминанты: ценностная ориентация, оценочная информация, оценка партнера, самооценка, социальный стереотип.

Функциональные доминанты: апеллятивная, побудительная, волеизъявительная, ритуальная, перформативная, самопрезентационная.

Тема 5. Социально-коммуникационные институты

Социально-коммуникационные системы, институты и службы. Специфика и понятие коммуникационных систем. Классификация социально-коммуникационных систем: организационные и технологические; структурированные и неструктурированные.

Понятие «социально-коммуникационный институт». Виды социально-коммуникационных институтов: некумулятивные и кумулятивные институты.

Классификация социально-коммуникационных институтов по территориальному признаку: международные и межгосударственные, национальные, региональные, локальные.

Виды социально-коммуникационных институтов по признаку собственности: государственные, ведомственные, общественные, частные, личные.

Функции социально-коммуникационных институтов: формирование общественного мнения, трансляция культуры, социальная интеграция, установление связей.

Учреждения культуры и образования в системе социально-коммуникационных институтов.

Цифровые платформы (социальные сети, блоги, порталы) как новые формы социально-коммуникационных институтов.

Тема 6. Массовая коммуникация

Массовая коммуникация как вид социально-культурной коммуникации, ее особенности и характеристики. Функции массовой коммуникации. Массовая коммуникация и сфера общественных связей и отношений. Моделирование массовой коммуникации, особенности структурных элементов массовой коммуникации.

Социально-психологические, информационные и коммуникативные факторы воздействия массовой коммуникации.

Специфика современной массовой коммуникации. Современные научные подходы к пониманию массовой коммуникации. Теория гегемонии массовой коммуникации в обществе (Н. Пуалтэанс, Л. Альтюссер). Концепция свободного потока информации. Массовая коммуникация как новый этап социального общения (теория Х. Мак-Люэна, А. Моля).

Тема 7. СМИ в современной социально-культурной коммуникации

Понятие, виды и функции СМИ в социально-культурной коммуникации. Критерии СМИ: периодичность, массовый охват, юридическая ответственность, профессиональные стандарты.

Классификация СМИ: по формату, по направленности контента, по форме собственности, по территориальному охвату.

Роль СМИ в современной социально-культурной коммуникации. Особенности развития СМИ на современном этапе: цифровая трансформация, модерация контента, размывание границ. Аудитория как объект манипулирования современных СМИ в теории «нон-коммуникации».

Базовые составляющие новых медиа: цифровой формат, интерактивность и мультимедийность. Платформы распространения СМИ.

Теория партиципации и ее проявления в современных социально-культурных коммуникациях. Культура партиципации в медиаисследованиях Генри Дженкенса.

СМИ в Республике Беларусь. Закон Республики Беларусь «О средствах массовой информации».

Тема 8. Современные технологии коммуникаций

Эволюция технологий коммуникаций. Специфика коммуникативных технологий: мгновенные сообщения, безопасность (сквозное шифрование),

боты и искусственный интеллект, мультимедийные возможности (аудио-, видеозвонки, групповые конференции).

Глобальная коммуникационная система Интернет. Особенности коммуникации в интернет-пространстве: интерактивность, гипертекстуальность, креативность, ананимность и др.

Влияние социальных сетей на общество. Создание виртуального «Я», его характеристики («синдром конформиста», «синдром неудачника», «спираль молчания» и т. д.).

Возможности ботов и чатов в профессиональной деятельности специалиста в сфере культуры.

ИИ в социально-культурных коммуникациях.

Тема 9. Формирование коммуникативной компетентности

Понятие коммуникативной компетентности. Содержание и основные признаки коммуникативной компетентности. Основные составляющие коммуникативной компетентности: коммуникативные знания, коммуникативные умения, коммуникативные способности. Структура коммуникативной компетентности: когнитивный компонент, исполнительский компонент, эмоциональный компонент.

Коммуникативные компетенции и способы их формирования. Типы коммуникативных компетенций: грамматическая или лингвистическая компетенция, социолингвистическая компетенция, дискурсивная компетенция, стратегическая компетенция.

Специфика профессиональной коммуникативной компетентности специалистов сферы культуры.

Модель коммуникативной подготовки специалистов сферы культуры: целевой компонент, содержательный компонент, процессуальный компонент, экспертно-оценочный компонент.

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная

1. Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. – Москва : Юрайт, 2021. – 485 с.

2. Курумчина, А. Э. Социокультурные коммуникации. Проекты социальных трансформаций и всемирные выставки : учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по гуманитарным направлениям / А. Э. Курумчина. – Москва : Юрайт, 2020. – 118 с.

3. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики = Principles of integrated communications: theory and modern practice : учебник и практикум для студентов высших учебных заведений, обучающихся по социально-экономическим направлениям. [В 2 ч.]. Ч. 2. SMM, рынок M&A / В. Л. Музыкант. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2021. – 506 с.

Дополнительная

1. Гейман, О. Б. Деловые и научные коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. Б. Гейман. – Москва : РТУ МИРЭА, 2021. – 68 с.

2. Деловое общение [Электронный ресурс] : учебное пособие / авт.-сост. Н. Кузнецов. – 9-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 524 с.

3. Кафтан, В. В. Деловая этика : учебник и практикум для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / В. В. Кафтан, Л. И. Чернышова. – Москва : Юрайт, 2020. – 299 с.

4. Морозов, А. В. Деловой этикет, протокол и технологии публичных выступлений : учебное пособие / А. В. Морозов, Н. В. Волох. – Минск : Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2023. – 152 с.

5. Самарцев, О. Р. Основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : учебное пособие / О. Р. Самарцев. – Ульяновск : УлГУ, 2020. – 110 с.

6. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации [Электронный ресурс] : учебник / Ф. И. Шарков. – 6-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 488 с.

Средства диагностики результатов учебной деятельности

Оценивание полученных знаний и учебных достижений студента по учебной дисциплине «Современные социально-культурные коммуникации» осуществляется по ответам на поставленные теоретические вопросы, а также по качеству выполнения заданий на семинарских занятиях.

Для диагностики сформированности компетенций студентов по учебной дисциплине «Современные социально-культурные коммуникации» используются следующие средства диагностики:

- выполнение заданий разнообразного типа (репродуктивные, реконструктивные, вариативные);
- устный опрос во время семинарских занятий с целью определения уровня теоретических знаний студентов по отдельным темам учебной дисциплины;
- критериально-ориентированные тесты.

Организация самостоятельной работы студентов

В процессе изучения учебной дисциплины «Современные социально-культурные коммуникации» самостоятельная работа студента осуществляется под руководством преподавателя (управляемая), а также самостоятельно студентом с учетом его особенностей восприятия и заинтересованности в более углубленном изучении данной учебной дисциплины.

Управляемая самостоятельная работа студентов организуется в виде решения индивидуальных задач во время проведения семинарских занятий под контролем преподавателя. Студенты прорабатывают обзорный лекционный материал, работают в форме делового взаимодействия, проходят теоретический опрос в формах, определяемых преподавателем (устный опрос, тестовые задания, коллоквиум, круглый стол и др.).

Учебное издание

СОВРЕМЕННЫЕ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ

**Примерная учебная программа по учебной дисциплине
для специальностей:**

6-05-0314-02 Культурология;

6-05-0313-03 Социально-культурный менеджмент и коммуникации

Корректор В. Б. Кудласевич
Технический редактор А. В. Гицкая

Подписано в печать 2026. Формат 60x84 ¹/₁₆.
Бумага офисная. Цифровая печать.
Усл. печ. л. . Уч.-изд. л. . Тираж экз. Заказ .

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования
«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.