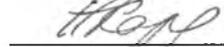


Учреждение образования  
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор БГУКИ

 Н.В.Карчевская

« 31 » / октября 2025 г.

Регистрационный № УД 6/25-26 /эуч.

## **СОВРЕМЕННЫЕ СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫЕ КОММУНИКАЦИИ**

*Учебная программа учреждения высшего образования*

*по учебной дисциплине*

*для специальностей:*

*6-05-0314-02 Культурология,*

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

Учебная программа составлена на основе образовательных стандартов высшего образования ОСВО 6-05-0314-03-2023 и ОСВО 6-05-0314-02-2023 по специальностям 6-05-0314-03 Социально-культурный менеджмент и коммуникации и 6-05-0314-02 Культурология, утвержденных постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 21.08.2023 № 270; учебных планов учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» по специальности 6-05-0314-03 Социально-культурный менеджмент и коммуникации, профилизациям: «Менеджмент и маркетинг в сфере культуры», рег. № 6-05-03-69/24уч. от 02.07.2024, «Менеджмент рекламы и общественных связей», рег. № 6-05-03-67/24уч. от 02.07.2024, «Менеджмент международных культурных связей», рег. № 6-05-03-68/24уч. от 02.07.2024, «Мультимедийные технологии и цифровые коммуникации», рег. № 6-05-03-70/24уч. от 02.07.2024, а также по специальности 6-05-0314-02 Культурология, профилизация «Синология», рег. № 6-05-03-66/24уч. от 02.07.2024.

#### **СОСТАВИТЕЛИ:**

*Н. Е. Шелупенко* декан факультета культурологи 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:**

*А.А. Ясюк*, заведующий филиалом «Галерея искусств Леонида Щемелева» государственного учреждения «Музей истории города Минска»;

*А.Э. Саликов*, заведующий кафедрой молодежной политики и социокультурных коммуникаций государственное учреждение образования «Республиканский институт высшей школы», кандидат культурологии, доцент

#### **РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

*кафедрой* культурологии учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 2 от 23.09.2025);

*президиумом* научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 1 от 22.10.2025)

## 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: «История и теория коммуникаций», «История культуры», «Теория культуры», «Философия» и т.д. и компонента учреждения высшего образования: «Межкультурные коммуникации», «Теория и практика рекламных коммуникаций», «Деловые отношения и речевая коммуникация» и другие.

*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 *владеть*:

– методами прогнозирования и осуществления эффективной коммуникации;

– способностью моделировать возможные коммуникативные ситуации в профессиональной деятельности;

– навыками 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 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 учебным планом по специальности 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.

Для заочной формы обучения предусмотрено 14 часов аудиторных, из них: 8 часов - лекции, 6 часов – семинарские занятия.

Рекомендуемая форма текущей аттестации студентов – тест.

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

# 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 другие.

## 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 медиа исследованиях 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, анонимность 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.

ИИВ 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.

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Дневная форма получения образования

Номер темы	Название темы	Количество аудиторных часов		Количество часов УСР	Форма контроля знаний
		лекции	семинарские занятия		
1.	Введение	2			
2.	Основы социально-культурных коммуникаций	2	2		
3.	Структура социально-культурной коммуникации	2	2	2	разработка глоссария
4.	Информационная доминанта коммуникации	2	2		
5.	Социально-коммуникационные институты	2	2		
6.	Массовая коммуникация	4	2		
7.	СМИ в современной социально-культурной коммуникации	4	4	4	круглый стол
8.	Современные технологии коммуникаций	4	4	2	тест
9.	Формирование коммуникативной компетентности	2	2	2	устный опрос
Всего...		24	20	10	

## УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Заочная форма получения образования

Номер темы	Название темы	Количество часов для дневной формы получения образования	Количество аудиторных часов		Количество часов для самостоятельного изучения материала
			лекции	семинарские занятия	
1.	Введение	2	1		1
2.	Основы социально-культурных коммуникаций	4	1		3
3.	Структура социально-культурной коммуникации	6		2	4
4.	Информационная доминанта коммуникации	4	1	1	2
5.	Социально-коммуникационные институты	4	1		3
6.	Массовая коммуникация	6	1		5
7.	СМИ в современной социально-культурной коммуникации	12	2		10
8.	Современные технологии коммуникаций	10	1	1	8
9.	Формирование коммуникативной компетентности	6		2	4
Всего...		54	8	6	40

## 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. - 485с.
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. - 118с.
3. Шарков, Ф. И. Коммуникология: основы теории коммуникации: учебник /Ф. И. Шарков. – 6-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 488 с. – URL: <https://znanium.ru/catalog/document?id=431462> (дата обращения: 21.10.2025).

#### *Дополнительная*

1. Гейман, О. Б. Деловые и научные коммуникации: учебное пособие / О. Б.Гейман. – М. : РТУ МИРЭА, 2021. – 68 с.– URL: <https://e.lanbook.com/book/218717> (дата обращения: 21.10.2025).
2. Деловое общение: учебное пособие / авт.-сост. Н. Кузнецов. – 9-е изд. – М. : Дашков и К°, 2021 – 524 с. – URL:<https://znanium.ru/catalog/document?id=431523> (дата обращения: 21.10.2025).
3. Кафтан, В. В. Деловая этика : учеб. и практикум для студентов вузов, обучающихся по экономическим направлениям и специальностям / В. В.Кафтан, Л. И. Чернышова. – М. : Юрайт,2020 – 299 с.
4. Морозов, А. В. Деловой этикет, протокол и технологии публичных выступлений: учеб. пособие /А. В. Морозов, Н. В. Волох. – Минск :Акад. упр. при Президенте Респ. Беларусь, 2023 – 152 с.
5. Самарцев, О.Р. Основы теории коммуникации : учебное пособие / О. Р. Самарцев.–Ульяновск : УлГУ,2020. – 110 с. – URL: <https://e.lanbook.com/book/166089> (дата обращения: 21.10.2025).
6. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики = Principles of integrated communications: theory and modern practise : 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.

## **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 по теме: «СМИ в Республике Беларусь. Закон Республики Беларусь «О средствах массовой информации», разработка глоссария «Профессиональная коммуникация» в рамках темы: «Структура социально-культурной коммуникации» и др.).