

**Е.А. Безрукова (Мусиенко), Кыргызский университет;
В.А. Баймаганбетова, Школа ресторанного бизнеса, г. Алматы;
О.В. Балжанова, «Кимасар», г. Алматы**

РОЛЬ СОВРЕМЕННЫХ МЕДИАКОММУНИКАЦИЙ В КАЗАХСТАНЕ В АНДРАГОГИЧЕСКИХ ПРОЦЕССАХ

В статье будут рассмотрены возможности современных медиаплатформ и социальных сетей для реализации программ непрерывного образования взрослых на примере Школы ресторанного бизнеса. Авторами поставлена задача выявить эффективность применения цифровых ресурсов в обучении сотрудников HoReCa и сформулировать рекомендации по их интеграции в систему профессионального развития персонала.

Ключевые слова: андрагогика, медиакоммуникации, социальные сети, гостинично-ресторанный бизнес, дополнительное образование.

**E.A. Bezrukova (Musienko), Kyrgyz University;
V.A. Bajmaganbetova,
School of restaurant business, Almaty;
O.V. Balzhanova, «Kimasar» GRC, Almaty**

THE ROLE OF MODERN MEDIA COMMUNICATIONS IN KAZAKHSTAN IN ANDRAGOGICAL PROCESSES

The article will examine the capabilities of modern media platforms and social networks for the implementation of continuing adult education programs using the example of the School of Restaurant Business. The authors set the task of identifying the effectiveness of using digital resources in training HoReCa employees and formulating recommendations for their integration into the system of professional development of personnel.

Keywords: andragogy, media communications, social networks, hotel and restaurant business, additional education.

Рынок труда диктует все более высокие требования в индустрии гостинично-ресторанного бизнеса HoReCa, отличающейся высокой динамичностью, интенсивной текучестью кадров, совершенствующимся стандартам обслуживания и технологий работы. По данным Бюро национальной статистики РК, число заве-

дений общественного питания в Казахстане увеличилось в 2023 году на 4,5 % по сравнению с 2022 годом. Оборот казахстанского рынка общественного питания по итогам января-октября 2023 года вырос на 26,5 % и составил 883,2 млрд тенге [1]. Всё это требует от предприятий HoReCa активного внедрения современных форм обучения для поддержания профессионального уровня персонала и сохранения конкурентоспособности. Благодаря доступности и интерактивности, ресурсы в виде современных медиаплатформ, социальных сетей и подкастов позволяют обучаться в удобном режиме и гибко подстраивать процесс получения новых знаний в любой точке мира. Западные эксперты трактуют цифровое обучение как возможность получать знания «в момент необходимости» – не как отдельный тип, а как способ организации обучения, доступный сотруднику в любом месте и в любое время. Похожее определение предлагает Департамент образования штата Виктория (Австралия), где цифровое обучение рассматривается как любая форма обучения с использованием технологий – от электронных учебников до адаптивных платформ [2].

Особую значимость данная проблема приобретает в сфере образования взрослых. Чтобы цифровые инструменты действительно способствовали обучению, необходимо учитывать особенности восприятия, мотивации и образовательных целей взрослой аудитории. Это требует обращения к андрагогике, фокусирующейся на эффективном сопровождении взрослого обучающегося в процессе профессионального и личностного развития. Понятие было введено Александром Каппом и имеет греческое происхождение «ведение взрослого человека» [3]. Вместо лекционных методов обучения, андрагогика предусматривает преимущественно практические занятия, зачастую экспериментального характера [4]. Взрослые используют обучение, как способ разрешения своих профессиональных проблемных вопросов, они стремятся применять полученные знания на практике, избирательны к новым знаниям и информации, с точки зрения их актуальности и значимости [5]. Специалистами в области психологии и маркетинга была установлена высокая степень восприятия и усвоения информации, представленной в социальных сетях, по сравнению с другими ресурсами [6]. Цифровые медиаплатформы наряду с традиционными и интерактивными методами обучения, эффективно решают учебные цели взрослых на рынке дополнительного образования.

Тренерский состав нашей компании находится в постоянном поиске новых инструментов обучения взрослых, позволяющих за короткое время получать высокие образовательные результаты. В 2022 году мы впервые вынесли образова-

тельный процесс в медиапространство наших слушателей, не только с целью развития их профессиональной узнаваемости, но и с целью усиления эффекта учебных результатов. Из числа выпускников проекта «У кого чему учиться?» сейчас активно продолжают профессиональную деятельность 75 % [7]. В настоящий момент через публикации в социальных сетях мы включаем этапы учебного процесса: побуждение к мышлению, изучение и закрепление материала, проверка пройденного материала (проекты «Администратор ресторанно-гостиничного бизнеса», «Управление ресторанным бизнесом», «Официант», «Управление персоналом», «Бизнес-тренер»). Наиболее адаптивным к медиапроцессам стал этап рефлексии и практического применения полученных знаний. Публикации в социальных сетях позволяют сразу после изученной темы применять на практике теоретические знания, не связанные напрямую с созданием товара или услуги. В нашей школе это: общие требования к предприятиям общественного питания, классификация предприятий гостинично-ресторанного бизнеса и другие. Слушатели, руководители предприятий, публикуют на своих страницах обзоры заведений, экспертную оценку деятельности заведений, согласно полученных на занятиях норм. Общение посредством социальных сетей слушателей школы с подписчиками, сформировало метод медиарефлексии. Систематично применяя метод в течение курса, наши клиенты развивают экспертность в конкретных областях знаний и профессиональной деятельности.

Экспертность, качество эксперта, (от лат. *expertus* – «опытный») специалист в области науки, техники, искусства и других отраслей, приглашаемый для исследования каких-либо вопросов, решение которых требует специальных знаний [8]. В работе Petty & Cacioppo продемонстрировано, что восприятие информации от экспертов оценивается публикой, как более достоверное. Это особенно важно в образовании, медиа и бизнесе, где авторитет влияет на убеждение аудитории [9]. Концепция «сознательной практики», говорит о том, чтобы стать экспертом, нужно не просто повторять действия, а целенаправленно анализировать ошибки. В бизнесе это означает, что углублённые знания снижают риски и повышают прибыль [10]. Таким образом, через медиаплатформы наши слушатели решают образовательные и производственные задачи.

«Подключив к образовательному процессу ведение личного блога, я смогла шире увидеть и оценить масштабы того, что раньше для меня оставалось «за кадром» и казалось нормой. Благодаря инструментам оценивания у меня получилось глубже погрузиться в огромную индустрию ресторанного бизнеса. А главное – я начала делиться этой информацией со своей аудиторией, что сделало обучение

ещё более осознанным». «До прохождения курса, посещая кафе и рестораны, я оценивала их только на уровне ощущений – тактильных, вкусовых, эмоциональных. Моё мнение основывалось на личной шкале ценностей. Теперь у меня есть конкретные навыки и знания: я опираюсь на официальные критерии оценки заведений и могу объективно анализировать качество их услуг».

Проведя опрос выпускников школы об эффективности использования медиакommunikаций, мы выявили закономерности: рост уверенности через экспертность, развитие профессионализма и веры в собственный потенциал. У окружающих укрепляется доверие к бизнесу наших клиентов. Негативные комментарии тренируют стрессоустойчивость, положительные отзывы читателей добавляют мотивацию, формируются новые полезные знакомства и опыт. Соцсети развивают критическое мышление, помогают проявляться и самовыражаться, расширяют познания за пределы изучаемых тем.

В условиях цифровизации образования Казахстана возникает необходимость правового регулирования медиасферы в дополнительном образовании. Введение стандартов, лицензирования и системы ответственности за образовательную деятельность позволит защитить потребителей, сформировать более прозрачную, этичную и профессиональную образовательную среду. Это особенно актуально в Казахстане, где цифровая трансформация активно влияет на формирование новой культуры непрерывного обучения взрослых.

Список литературы:

1. INFOLine, Крупнейшие сети общественного питания Казахстана 2024 года.
2. Вайндорф-Сысоева М.Е., Субочева М.Л. «Цифровое образование» как системообразующая категория: подходы к определению // Вестник Московского государственного областного университета. Серия: Педагогика. 2018. № 3. С. 25–36.
3. Кох М.Н., Пешкова Т.Н. Основы педагогики и андрагогики: учеб. пособие. Краснодар: КубГАУ, 2015. 90 с.
4. Андрагогика: принципы практического обучения для взрослых. URL: <http://www.elitarium.ru/obuchenie-princip-znaniya-opyt-celi-potrebnosti-razvitiie-andragogika-sposobnosti> (дата обращения: 13.04.2025).
5. Безрукова (Мусиенко) Е.А., Шевко И.В. Методические заметки бизнес-тренера. Вопросы обучения взрослых. От осведомлённости к управленческим компетенциям. Алматы: Центр Елены Безруковой, 2014. 96 с.

6. Клименко О.А. Социальные сети как средство обучения и взаимодействия участников образовательного процесса // Теория и практика образования в современном мире: мат-лы Междунар. науч. конф. СПб.: Реноме, 2012. С. 405–407.

7. Безрукова Е.А., Нажимидин А. «Бизнес-тренер: у кого чему учиться?» на страницах Facebook. Международная научно-практическая онлайн-конференция «Педагогическая журналистика, как фактор развития отечественного образования».

8. URL: <https://gufo.me/dict/dal>.

9. The Elaboration Likelihood Model // Journal of Personality and Social Psychology. 1986.

10. Ericsson et al. // Psychological Review. 1993.