

**Инкина – Ерицпохова А. З.**

доктор культурологии, профессор  
профессор кафедры общественного питания и сервиса  
ФГБОУ ВО «Кубанский государственный технологический  
университет»  
Россия, Краснодар

**ВЛИЯНИЕ МАССОВОЙ КОММУНИКАЦИИ НА  
ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ ПОДГОТОВКУ СОТРУДНИКОВ  
ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА**

*Аннотация:* Специфической особенностью становления информационного общества является усиление роли инфокоммуникационных технологий в социуме, охватывающей своим влиянием все сферы жизнедеятельности. Очевидно, что современному сотруднику индустрии гостеприимства необходимо уметь ориентироваться в колоссальном информационном потоке, анализировать информационные тексты разных видов и жанров, приобрести практические навыки работы с ними.

*Ключевые слова:* информатизация общества, индустрия гостеприимства, инфокоммуникационные технологии, деловая культура.

Inkina – Eritspokhova A. Z.

Doctor of Cultural Studies, Professor  
Professor of the Department of Public Catering and Service  
Kuban State Technological University  
Russia, Krasnodar

**THE IMPACT OF MASS COMMUNICATION ON THE  
PROFESSIONAL TRAINING OF EMPLOYEES OF THE  
HOSPITALITY INDUSTRY**

*Abstract:* A specific feature of the formation of the information society is the strengthening of the role of information and communication technologies in society, which covers all spheres of life with its influence. It is obvious that a modern employee of the hospitality industry needs to be able to navigate the enormous information flow, analyze information texts of various types and genres, and acquire practical skills to work with them.

*Keywords:* informatization of society, hospitality industry, infocommunication technologies, business culture.

Информатизация общества порождает новые формы формирования деловой культуры, требуя новых подходов и к системе образования. Очевидно, что современному сотруднику индустрии гостеприимства необходимо уметь ориентироваться в колоссальном информационном потоке, анализировать информационные тексты разных видов и жанров, приобрести практические навыки работы с ними.<sup>1</sup>.

Деловая культура в условиях развивающегося информационного общества должна включать знания о массовой коммуникации и ее закономерностях, средствах массовой коммуникации и их особенностях, знаковых системах и способах передачи информации, функциях средств массовой коммуникации в современном обществе, методах возможного манипулирования массовым сознанием, приемах критического анализа сообщений средств массовой коммуникации.

Инфокоммуникационные технологии связаны со всеми видами медиа; дает возможность понять, как массовая коммуникация используется в социумах, овладеть способностями использования медиа в коммуникации с другими людьми; обеспечивает человеку знание того, как:  
1) анализировать, критически осмысливать и создавать медиатексты; 2)

---

<sup>1</sup> Груцо Е.И. Медиаобразование как фактор развития личности в условиях перехода к информационному обществу // ЛИЧНОСТЬ — СЛОВО — СОЦИУМ - Материалы IX Международной научно-практической конференции (Минск, 29–30 апреля 2019 г.)

определять источники медиатекстов, их политические, социальные, коммерческие и/или культурные интересы, их контекст; 3) интерпретировать медиатексты и ценности распространяемые медиа; 4) отбирать соответствующие медиа для создания и распространения своих собственных медиатекстов и обретения заинтересованной в них аудитории; 5) получить возможность свободного доступа к медиа, как для восприятия, так и для продукции.

Одной из актуальных задач формирования деловой культуры является также преодоление сугубо потребительского отношения к средствам массовой информации. Потребление медийного содержания, лишённое активного интеллектуально творческого начала, существенно сужает познавательные возможности личности, обедняет ее восприятие.<sup>2</sup> Наконец, человек, зависимый от медиасредств, рискует утратить в процессе взаимодействия с медиа личностно самостоятельное начало. Так «некомпетентное использование информационных ресурсов деформирует в сознании человека истинную систему координат и дезориентирует личность»<sup>3</sup> Это приводит к снижению уровня деловой культуры, этическим проблемам (переоценка нравственных норм, перенос образцов поведения из виртуальной действительности в реальность), проблемам в общении (риск погружения в медиатированную реальность, отчуждение от общества, отсутствие умения общаться).

Фактором высокого уровня деловой культуры является медиакомпетентность, которая выполняет следующие функции:  
– коммуникативную (способности использования медиа в коммуникации с деловыми партнерами и клиентами, понятие о кодовых и репрезентационных системах, используемых медиа, культура взаимодействия с медиа, знание «медиаязыка» и его использование);

---

<sup>2</sup> Еляков, А. Д. Информационная перегрузка людей / А. Д. Еляков // Социологические исследования. – 2020. – № 5. – С. 114–121.

<sup>3</sup> Павлова Е.Д. Медиаобразование как способ формирования национальной информационной культуры//Приоритетные национальные проекты: первые итоги и перспективы реализации//Отв. ред. Ю.С. Пивоваров. М.: ИНИОН РАН, 2021. С.204-208.4.

- культурологическую (осознание роли медиа в современном мире);
- адаптивную (адаптация к условиям жизни и деятельности в информационном обществе);
- протективную (осознание последствий воздействия медиаинформации на психику, умения и навыки информационной безопасности);
- развивающую (способность раскрывать творческий потенциал, самостоятельность мышления при помощи медиа);
- аксиологическую (генерализация новых ценностей, распространяемых медиа и их соотнесение с существующей научной картиной мира);
- аналитическую (развитие умений анализа и интерпретации медиатекстов).

Направленность инфокоммуникационных технологий и структура медиакомпетентности как фактора высокого уровня деловой культуры могут изменяться в зависимости от типа образовательной парадигмы на основе следующих принципов:

- контекстности (структурирование содержания инфокоммуникационных технологий вокруг центральных задач профессиональной деятельности специалиста);
- актуальности (настоятельная необходимость изучения вопросов, связанных с инфокоммуникационными технологиями, для определенной сферы деятельности);
- дифференциации (определение объема и глубины медиаподготовки с учетом особенностей профессии);
- гуманизации (учет потребностей личности в свете культурологической направленности современной образовательной парадигмы).

Вместе с тем существует и более широкое понимание инфокоммуникационных технологий как долговременной общественно просветительской деятельности, направленной на непрерывное развитие личности в современном обществе, обладающей целостным восприятием мира, его пониманием на основе культурного плюрализма. Этому

способствует ориентация инфокоммуникационных технологий на диалог культур (теория Бахтина-Библера). Согласно данной философской концепции, культуры личностей, народов, стран непрерывно взаимодействуют, вступая в диалогическое общение, при этом взаимно обогащаясь. В свете этого цели инфокоммуникационных технологий видятся не только в формировании навыков продуктивного взаимодействия со СМИ, но и воспитании гуманистического мировоззрения, уважения к другим культурам: медиа не только выполняют коммуникативную функцию (выступают в роли особого языка, своеобразного средства общения), но и во многом играют роль межкультурных посредников.

Таким образом, в современной ситуации возникает настоятельная необходимость расширения содержания образования при формировании деловой культуры, введения в него новых компонентов, связанных с медиа. Оптимальным решением в этой связи является изучение инфокоммуникационных технологий, которое, максимально содействуя развитию деловой культуры с учетом требований и задач, объективно возникающих в условиях информационного общества, приобретает особую роль.

#### Использованные источники:

1. Груцо Е.И. Медиаобразование как фактор развития личности в условиях перехода к информационному обществу // ЛИЧНОСТЬ — СЛОВО — СОЦИУМ - Материалы IX Международной научно-практической конференции (Минск, 29–30 апреля 2019 г.)
2. Еляков, А. Д. Информационная перегрузка людей / А. Д. Еляков // Социологические исследования. – 2020. – № 5. – С. 114–121.
- 3 Павлова Е.Д. Медиаобразование как способ формирования национальной информационной культуры//Приоритетные национальные проекты: первые итоги и перспективы реализации//Отв. ред. Ю.С. Пивоваров. М.: ИНИОН РАН, 2021. С.204-208.4.