

**Гусейнова М. М.**

Бакинский Государственный Университет

## ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТЕЛЕВИДЕНИЯ КАК СРЕДСТВА ПРОСВЕЩЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ АДАПТАЦИИ ОБЩЕСТВА К ИННОВАЦИЯМ

*Вважаємо за необхідне розгляд культури як знакової системи, що становить сутність людського життя. Смісловий зміст знаків у цій системі носить історичний, минулий характер. Найуніверсальніша і гнучкіша система тут – мова. Інші групи знаків, які необхідно включити до культури, – зразки техніки, наукові парадигми, звичаї та традиції у релігії, сім'ї, побуті, мистецтві, економічні технології, політико-правові системи управління. Кожна із зазначених груп має свою сукупність знаків, які видозмінюються від епохи до епохи, розвиваються, гинуть, передаючи місце більш передовим групам знаків. Багатство та різноманітність форм спілкування, досконалість знакових систем, що створюють можливість «комунікативної дії» (Ю. Хабермас), допомагають «шукати» істину і тут же її «знаходити»; «загадки» світу і людини, що ставили в глухий кут багато покоління дослідників, що хвилювали їх уяву і стимулювали на творчість, отримують рішення завдяки численним інформаційним каналам; отримують рішення як теоретичне, а й практичне, тобто. З'являється не однозначна, лінійна відповідь, а ціла модель розвитку проблеми, аж до її прогнозування. Це можливості віртуальної реальності, створеної на екрані комп'ютера, у плануванні та прогнозуванні розвитку та управління соціальних процесів на практиці. Розвиток техніки створив широкі можливості для постановки психологічних експериментів та використання їх на практиці. У статті розглядаються зміни, що відбуваються в різних сферах соціально-культурного життя, їх вплив на суспільство та роль телебачення на цьому тлі. Зазначається, що ЗМІ, особливо телебачення, є основним засобом комунікації в менш розвинених країнах із таких питань, як освіта та розвиток суспільства. На основі цього фактора вивчено основні напрямки використання освітньої функції телебачення в адаптації суспільства до інновацій, показано проблеми та шляхи їх вирішення.*

**Ключові слова:** телебачення, суспільство, інновації, освіта, освіта, соціальна структура.

**Постановка проблеми.** Сегодня цель любого общества – достичь уровня развитых стран путем изменений в экономической, социальной и культурной сферах. В обществах, которые стремятся к инновациям или вынуждены их внедрять, «изменения стали фундаментальной национальной ценностью» [6]. Желаемое изменение здесь – это изменение, ориентированное на развитие. Цель такого изменения – гарантировать, что «общество осуществляет контроль над окружающей средой», и делать это «изобретательно, а не имитируя опыт развитых обществ» [7, с. 101–102].

**Степень исследованности проблемы.** Вопросы роли ИКТ, в том числе телевидения, являются объектом и предметом исследования многих экспертов и специалистов. Джозеф Томас Клэппер, один из ведущих исследователей влияния телевизионных программ на поведение человека, определяет основную функцию телевидения как средства релаксации, развития воображения, создания условий для социальной активности [5].

Средства массовой информации, особенно телевидение, оказывают значительное влияние на поведение людей. Оно также может изменить убеждения людей и способы оценки событий. Все это, в свою очередь, помогает контролировать и направлять аудиторию [1].

Широкое и сильное влияние телевидения в обществе объясняется серьезным интересом людей к этому медиа. Даже профессор Джеймс Хэллоран отмечает, что «телевидение смотрит не на то, что люди делают, а на то, что люди делают с ним» [6].

По словам профессора Джея Блюмлера, отношения людей со средствами массовой информации в большей степени основаны на потребностях. Потому что люди используют эти инструменты, чтобы познавать мир, получать советы при принятии решений, преследовать свои интересы, обучаться, регулировать свое поведение, укреплять личные ценности, социальную эмпатию и взаимодействие, идентифицировать себя с другими,

расслабляться, избегать проблем, убивать время и эмоционально расслабьтесь, они отворачиваются [3].

По-видимому, причин для просмотра СМИ, в том числе телевидения, много как в социальном, так и в психологическом плане. Удовлетворение этих потребностей повышает интерес к инструменту. Телевидение удовлетворяет эти потребности, воспитывает их и вовлекает в процесс общественного развития.

**Целью данной статьи** является рассмотрение роли телевидения в когнитивном восприятии окружающего технотронного мира и просвещения здесь людей.

**Знаковость культуры.** Как известно, в культуре знаки могут стать идеальным образцом для подражания, т.е. идолами. Как подчеркивал Э. Фромм, «идолами бывают не только изображения в камне и деревне. Идолами могут стать слова, машины, вожди, государство, власть и политические группы, ... наука и мнение ближних; для многих идолом стал сам бог» [9, с. 220]. О символической культуре, состоящей из мифа, языка, искусства, науки и т.д., как синтеза различных форм духовной деятельности, писали представители марбургской школы неокантианства Г. Коген и Э. Кассирер [10, с. 6]. Создавая возможности подобного общения, общество учитывает и личностные качества участников общения: досконально учитываются психосоматические, психологические качества, особенности межличностного, группового общения, кроме того, «процесс деятельности предполагает также разработку и усвоение соответствующих правил, нормативов, с помощью которых осуществляется ее регуляция и контроль над ней» [11, с. 105].

Осуществление любых социальных изменений должно начинаться с экономической жизни общества. Фактически человек может меняться «в ходе истории со своими физическими и духовными потребностями, ценностями и желаниями вместе с обществом, членом которого он является», и «изменение структуры общества меняет человека» [3, с. 6]. Меняющийся человек также начинает быть фактором, ускоряющим изменение социальной структуры. В процессе подобных изменений следует отметить основную роль СМИ, особенно телевидения.

**СМИ как возможность применения инноваций.** СМИ, особенно телевидение, являются основным средством коммуникации. Расширение возможностей для общения и информации может привести к значительным изменениям в челове-

ческой культуре: это ускоряет прогресс, приводит к изменению образа жизни [4, с. 8–26]. Однако массовые коммуникации сами по себе не приводят к изменениям, но могут иметь значение для других факторов и влияний, которые играют посредническую роль. Эти посреднические факторы могут заставить СМИ способствовать социальным изменениям, а также укреплять существующие условия в социальной структуре. Следовательно, до тех пор, пока человек или общественность в какой-либо области не связаны с существующей социальной структурой, «СМИ укрепляют отношения масс, а не изменяют их» [5, с. 26–27].

Эффективность влияния СМИ зависит от характеристик, целей и мировоззрения сообщества или человека, который управляет этим инструментом.

Многие страны рассматривают телевидение как ключевой инструмент в просвещении населения, особенно в сфере образования. Известно, что строительство школ и подготовка учителей для отдаленных сел требуют длительной подготовки. Привлекая к экрану лучшего учителя, экономя деньги, усилия и время, с помощью телевидения можно уменьшить эти трудности, поддерживать школьное образование и продемонстрировать его большое влияние в деле образования масс. В сфере образования с помощью телевидения даже страны, решившие существующие проблемы в сфере образования, имеют такой важный опыт в плане развития, и необходимо учитывать важность и пользу этого для нашей страны.

В процессе просвещения в области образования через телевидение можно будет понять проблемы подавляющего большинства общества и приложить усилия для их решения, а также найти научные и реалистичные решения известных проблем. В новых независимых странах Азии и Африки радио и телевидение используются как эффективное оружие для ускорения социально-экономического развития общества. Поэтому очень важно использовать телевидение в отдаленных селах Азербайджана, где вся нагрузка ложится на отдельного учителя, и качество образования низкое из-за нехватки учителей.

В целом сложно развивать экономическую и социальную структуру общества без учета организации качественного образования. Просвещение масс, особенно в отсталых деревнях, не может обеспечить улучшение и развитие в конкретных условиях жизни. На самом деле необходимо понимать консерватизм людей и общества в целом. Приспосабливаясь к ситуации, человек также старается

по возможности избегать негативных условий, а также достигать позитивных условий. Изменение такого поведения, которое считается отсталым и консервативным, в основном связано с цивилизацией. Образование через телевидение не решает таких проблем. Если мы предпочитаем изучать социальные, экономические и политические причины нынешних тяжелых условий жизни людей, существующего, но временного консерватизма, можно сказать, что телевидение также может служить более широкому просвещению и образованию в Азербайджане. Это может показаться долгим и трудным путем, но, на наш взгляд, на самом деле он открытый и легкий. Так как современное образование может выполнять свою функцию только в современной социальной структуре.

Все это можно сделать не с помощью воды, школы, телевидения в деревне без жилья, а путем реконструкции экономической, социальной и политической структуры общества. Телевещание может гарантировать, что общественность повсюду близка к этим структурным изменениям и что социальные силы, которые могут способствовать необходимым изменениям в экономической, социальной и политической структуре общества, могут быть просвещены. Это ограничивается терпимостью, которую такая существующая социальная структура проявляет или должна проявлять в различных обстоятельствах. То, что телевидение – очень эффективный инструмент, который не имеет границ, оно определяет свои границы, укрепляя существующую структуру общества.

В целом ни в одной стране мира телевидение не используется в качестве самостоятельного образовательного инструмента в школьном образовании, обучении взрослых или различных системах профессионального образования. В основном школа, учитель, тетрадь, книга, групповое обсуждение и т.д. находится под присмотром учителей. используется вместе с ними. Кроме того, следует отметить, что развитие менее развитых стран в области науки и технологий в этих областях обеспечивается за счет «импорта» науки и технологий из-за рубежа.

Уильям Ф. Огберн считал, что «технологии – это не то, что можно импортировать из развитых стран», и что в стране существует социальный спрос на существование / развитие технологий [8, с. 5–9]. Пока общество не достигнет этого уровня, не нуждается в новых и сложных технологиях и не имеет финансовых средств для удовлетворения этих потребностей путем применения передовых техно-

логий, то телевидение не сможет играть просветительскую роль в науке и технологиях.

В Азербайджане, как и в других развитых странах, нет научной основы для казалося бы, «ярких» идей экспертов, таких, как «просвещение людей с помощью радио и телевидения» без школ, «обеспечение равных возможностей в образовании с помощью радио и телевидения. Действительно, распространение образования среди широкой публики – серьезная проблема, особенно в отсталых странах. Эту проблему нельзя решить за счет строительства в стране достаточного количества школ, подготовки учителей и «без школ», а лишь «телевидением», как утверждают «эксперты» [1, с. 83].

Телевидение может обучать людей, научая их инновациям, которые повысят продуктивность сельского хозяйства, или расширяя использование искусственных удобрений вместо натуральных удобрений, тем самым помогая населению увеличивать сельскохозяйственное производство и получать большой доход. Однако нельзя забывать, что при этом необходимо учитывать нынешний уровень развития и ситуацию в стране.

Чтобы обеспечить использование телевидения в социально ориентированном обществе с целью ускорения и расширения социального развития, в первую очередь необходимо повысить осведомленность об инновациях, которые должны развиваться в этом обществе. Таким образом, процесс просвещения, осуществляемый телевидением, будет быстрее принят массами.

Следует отметить следующее, чтобы информировать общественность, в частности, об инновациях, и сделать их более восприимчивыми и подерживающими [2, с. 91–120].

1. Формирование мотивов перемен: инновации, безусловно, приходят с изменениями. Изменения требуют, чтобы человек отошел от образа жизни, к которому он привык, и чтобы измениться, люди должны быть убеждены, что они выиграют от замены своей жизни новой и что они будут свободны от лишений и беспокойства. Формированию убеждению может способствовать приобретение ими новых ценностей. Чтобы приобрести новые ценности, люди должны повышать свой социальный престиж, обретать счастье, пользоваться доверием и т. д.

2. Выявление конфликтующих ценностей при представлении инноваций: при представлении инноваций следует выбирать факторы, которые относительно менее вредны для социального развития, и отдавать приоритет ценностям, особенно местным, которые все еще ценятся людьми.

3. Выбор правильного времени: презентация инновации должна начаться после того, как общественная польза от инновации станет необходимостью и реализуются социальные меры, которые обеспечат реализацию этой выгоды.

4. Время, выбранное для внедрения инноваций, не должно нарушать ритм жизни людей: время, выбранное для начала инноваций, не должно совпадать с сельскохозяйственной деятельностью людей, забастовками и другими акциями и мероприятиями; должно совпадать с наиболее «свободным» временем людей.

5. Выбор тех, кто представит инновации публике: важно правильно выбрать докладчиков при презентации инноваций. Первыми инновации принимают те, кто иногда считается обществом «маргинальными людьми» или не соответствует ценностям общества. Однако тот факт, что такие люди первыми принимают и внедряют инновации, способствует успеху инновационных программ. С другой стороны, не рекомендуется использовать людей, которых «уважает» общество и которые соответствуют общественным ценностям;

6. Изменение формы расселения сельского населения: одним из важнейших факторов, затрудняющих и замедляющих инновации, является то, что население проживает разрозненными и небольшими сообществами. Люди, живущие в разбросанных и малонаселенных деревнях, продолжают сохранять традиции и старые социальные отношения в обществе, которое не завершает социальных изменений. Это замедляет распространение инноваций.

7. Двустороннее общение с аудиторией: необходимо знать степень принятия новаторской информации и идей, представленных аудитории. Общение со средствами массовой информации, такими, как телевидение, не должно быть односторонним, чтобы общественность могла должным образом изучать новаторскую информацию и идеи. «Мнение» нужно постоянно получать из зала. Это помогает лучше организовывать телепередачи, своевременно выявлять и устранять недостатки, лучше организовывать передачи.

8. Устранение «пропасти» между государственными чиновниками и обществом: в странах, где жители говорят, что «величайшее счастье в мире –

не видеть лица чиновника», важно избирать должностные лица, которые будут достойно представлять государство в глазах общества. В обществах, где чиновники избегают контактов с массами, инновации трудно понять.

9. Подготовка перед внедрением нововведений: перед внедрением нововведений всегда следует принимать превентивные меры. Следует отметить, что защищаемое нововведение в основной программе не противоречит существующим ценностям. Таким образом, аудитория не против на нововведения.

10. Предоставление массам силы и возможности для инноваций: применение и тестирование инноваций массами позволяет им задуматься об инновациях, найти время для пересмотра старых ценностей, которые противоречат новым ценностям, выдвигаемым инновациями, и тестировать и вводить новшества.

**Заключение.** СМИ, особенно телевидение, являются основным средством коммуникации в различных странах по таким вопросам, как образование и развитие общества. Основная причина этого в том, что телевидение – самый дешевый и эффективный способ добиться развития общества. В сфере образования с помощью телевидения даже страны, решившие существующие проблемы в сфере образования, имеют такой важный опыт в плане развития. Все это, конечно, еще раз отражает важность образования и просвещения через телевидение. Но в то же время немаловажный вопрос – может ли телевидение самостоятельно справиться с этой сложной и ответственной задачей как в Азербайджане, так и в других странах, в процессе просвещения и образования.

До тех пор, пока общество не достигнет необходимого уровня развития, не будет нуждаться в новых и сложных технологиях и не будет иметь финансовых средств для удовлетворения этих потребностей за счет применения передовых технологий, роль телевидения в обучении науке и технологиям не будет высокой. Чтобы обеспечить использование телевидения в обществе, направленном на ускорение и расширение социального развития, в первую очередь необходимо повысить осведомленность об инновациях, которые могут применяться в этом обществе.

#### Список литературы:

1. Унсал О. Радио и телевидение в общественном развитии. Анкара : Типография Севинц, 1971.
2. Гарри К. Б., Ричард Стивенсон Москва : Анализ социальных систем, 1964.
3. Джозеф К. Эффекты массовой коммуникации. Нью-Йорк : Free Press of Glencoe, 1963. Введение.
4. Маршалл М. Средство – это массаж. Нью-Йорк : Bantam Books, 1967.



5. Пол А. Баран. Политическая экономия роста. Нью-Йорк : Марзани и Манселл Прометус в мягкой обложке, 1960.
6. Вилбур Э., Лернер Д. Коммуникация и изменения в развивающихся странах. Гонолулу : East-West Center Press, 1967. С. 7.
7. Уилбур Э., Лернер Д. К незападной модели развития / Инаятуллах. 1964.
8. Уильям О. Технологии и социальные изменения. Нью-Йорк : Appleton-Century-Crofts, 1957.
9. Сумерки богов. Москва : Политиздат, 1990. 398 с.
10. Грищенко А.М. Философия культуры Марбургской школы. Минск, 1984.
11. Горфункель А.Х. Философия эпохи Возрождения. Москва : Высшая школа, 1980. 368 с.

#### **Huseynova M. M. MAIN DIRECTIONS OF USING TELEVISION AS A MEANS OF EDUCATION IN THE PROCESS OF SOCIETY ADAPTATION TO INNOVATIONS**

*We consider it necessary to consider culture as a sign system that constitutes the essence of human life. The semantic content of signs in this system is historical, transitory. The most universal and flexible system here is language. Other groups of signs that need to be included in culture are examples of technology, scientific paradigms, customs and traditions in religion, family, everyday life, art, and economic technologies, political and legal systems of government. Each of these groups has its own set of signs that change from epoch to epoch, develop, perish, transferring place to more advanced groups of signs. The richness and variety of forms of communication, the perfection of sign systems that create the possibility of “communicative action” (J. Habermas) help to “seek” the truth and immediately “find” it; The “riddles” of the world and man, which have puzzled many generations of researchers, excited their imagination and stimulated creativity, are solved thanks to numerous information channels; get a solution not only theoretical, but also practical, i.e. there is not an unambiguous, linear answer, but a whole model of the development of the problem, up to its prediction. These are the possibilities of virtual reality, created on a computer screen, in planning and forecasting the development and management of social processes in practice. The development of technology has created ample opportunities for setting up psychological experiments and using them in practice. The article examines the changes taking place in various spheres of social and cultural life, their impact on society and the role of television against this background. It is noted that the media, especially television, are the main means of communication in less developed countries on issues such as education and social development. On the basis of this factor, the main directions of using the educational function of television in the adaptation of society to innovations are studied, problems and ways of their solution are shown.*

**Key words:** television, society, innovation, education, adaptation, education, social structure.