

Ахапов Е.А.¹, Даирова А.С.², Османова М.С.³

¹Ph.D., старший преподаватель, кафедра Дальнего Востока, факультет востоковедения, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы, тел. +7-777-2323-363, e-mail: aharov.erlan@kaznu.kz
²ассистент, кафедра Дальнего Востока, факультет востоковедения, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы, тел. +7-777-2323-363, e-mail: dairova.aizhan@kaznu.kz
кафедра Дальнего Востока, факультет востоковедения, Казахский национальный университет имени аль-Фараби, Казахстан, г. Алматы, тел. +7-701-5519-073, e-mail: osmanova.mukhabbat@gmail.com

**ФАКТОРЫ ЭФФЕКТИВНОГО ВОСПРИЯТИЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕЛЕ- И РАДИОПЕРЕДАЧ**

Данная статья посвящена изучению факторов влияния образовательных теле-, радиопередач на мировоззрение японцев. Цель настоящей работы – выявить особенности образовательных теле-радиопередач Японии, способствующие личностному развитию общества. В статье были использованы метод контент-анализ теле-радиопередач и анкетное исследование. В качестве респондентов были выбраны студенты бакалавриата и магистратуры университетов. Вследствие тесного сотрудничества между КазНУ имени аль-Фараби и японскими университетами проведению анкетирования содействовали преподаватели и профессора широко известных университетов Японии: Университет Васеда, Токийский Университет Иностранных Языков и Университет Цукуба. Опрос проводился в электронном виде анонимно, а именно в формате интернет-анкетирования.

Применение образовательных теле-радиопередач на практике, а именно в сфере изучения японского языка и литературы, предположительно может повысить уровень образованности студентов и предоставить новые интерактивные методы преподавания и обучения, которые выведут на новый уровень взаимодействие СМИ и образовательной системы.

Ключевые слова: образовательные теле- и радиопередачи, влияние, фактор, мировоззрение, сознание.

Ахапов Е.А.¹, Даирова А.С.², Османова М.С.³

¹Ph.D., аға оқытушы, Қиыр шығыс кафедрасы шығыстану факультеті, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ., тел. +7-777-2323-363, e-mail: aharov.erlan@kaznu.kz.
²ассистент, Қиыр шығыс кафедрасы шығыстану факультеті, әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ., тел. +7-777-2323-363, e-mail: dairova.aizhan@kaznu.kz
³әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті, Қазақстан, Алматы қ. тел. +7-701-5519-073, e-mail: osmanova.mukhabbat@gmail.com

Білім беру теле және радио бағдарламаларын тиімді түсіну факторлары

Мақала жапондықтардың дүниетанымына білім беретін телерадио бағдарламалардың әсер ететін факторларын зерделеуге арналады. Осы жұмыстың мақсаты – Жапон қоғамының жеке дара дамуына әсері бар білім беретін телерадио бағдарламаларының ерекшелігін анықтау. Мақалада контент-анализ және сауалнамалық зерттеулер әдістері қолданылды. Респонденттерге бакалавриат және магистратура студенттері таңдап алынды. Әл-Фараби атындағы ҚазҰУ және Жапонияның Васеда Университеті, Токио Шет тілдер Университеті және Цукуба Университетінің терең халықаралық байланысы нәтижесінде, сауалнаманың жүзеге асуына осы университеттердің ұстаздары мен профессорлары атсалысты. Сауалнама электронды анонимді түрде, интернет-сауалнама формасында өткізілді.

Телерадио бағдарламаларды тұрмыста қолдану, әсіресе жапон тілі мен әдебиетін үйренуге қолдану, студенттердің білім сапасын жақсарту мүмкіндігіне ие. Оқытудың жаңа интерактивті тәсілдері БАҚ және білім беру жүйесінің өзара әрекеттестігін жаңа сатыға көтереді деп болжанады.

Түйін сөздер: білім беру теле- және радиобағдарламалары, әсер, фактор, дүниетаным, сана.

Akhapov E.A.¹, Dairova A.S.², Osmanova M.S.³

¹Ph.D., senior lecturer Far East Department Oriental studies faculty al-Farabi KazNU, Kazakhstan, Almaty, +7-777-2323-363, e-mail: ahapov.erlan@kaznu.kz

²assistant, Far East Department Oriental studies faculty al-Farabi KazNU, Kazakhstan, Almaty, +7-777-2323-363, e-mail: dairova.aizhan@kaznu.kz

³Kazakhstan, Almaty, +7-701-5519-073, e-mail: osmanova.mukhabbat@gmail.com

Factors Of Effective Understanding Of Educational Television And Radio Programs

This article is devoted to the study of the influence of educational television and radio programs on the worldview of the Japanese. The purpose of this work is to reveal the features of Japan's educational television and radio programs that contribute to the personal development of society. The article used the method of content analysis of TV and radio broadcasts and a questionnaire study. Students of bachelor's and master's degrees of universities were selected as respondents. Due to close cooperation between KazNU al-Farabi and Japanese universities, the survey was facilitated by teachers and professors from well-known universities in Japan: Waseda University, Tokyo University of Foreign Languages and Tsukuba University. The survey was conducted electronically anonymously, and in the format of an Internet survey.

The use of educational television and radio programs in practice, namely in the sphere of studying Japanese language and literature, presumably can increase the level of students' education, and provide new interactive methods of teaching and learning that will bring the interaction of the media and the educational system to a new level.

Key words: educational television and radio programs, impact, factor, world view, awareness.

Введение

XXI век – это век цифровых и интеллектуальных технологий, где стремительно происходит информатизация общества и глобализация общественных процессов. Глобализация способствует необходимому сближению и слиянию культур разных стран. В связи с этим поток информации, воспринимаемый нами из внешних источников, основными из которых являются средства массовой информации (далее – СМИ), с каждым днем возрастает в своем объеме. Поэтому становится необходимым рациональное использование и правильное анализирование данных, полученных из СМИ. Данная статья рассматривает контент образовательных теле- и радиопередач японского телерадиовещания и предлагает ознакомиться с основными факторами их эффективного восприятия.

Цели и задачи

Цель настоящей работы – выявить особенности образовательных теле-радиопередач Японии, способствующие личностному развитию общества. Задачи исследования – изучить факторы эффективного восприятия теле-радиопередач, провести анализ степени влияния образовательных теле-радиопередач на японцев в соответствии с этапами их взросления.

Методы исследования - контент-анализ теле-радиопередач и анкетное исследование.

Анкетирование проводилось в период с 28 сентября 2017 года по 28 октября 2017 года среди

52 респондентов. Анкетирование было составлено на основе структурных элементов работы исследователя Etou M. (江藤守國, 2007: 1). Целью анкетирования являлся анализ характера влияния образовательных теле-радиопередач на мировоззрение и сознание японцев в зависимости от этапов взросления и социального становления личности. Именно поэтому в качестве респондентов были выбраны студенты бакалавриата и магистратуры университетов. Вследствие тесного сотрудничества между КазНУ имени аль-Фараби и японскими университетами проведению анкетирования содействовали преподаватели и профессора широко известных университетов Японии: Университет Васеда, Токийский Университет Иностранного Языка и Университет Цукуба. Опрос проводился в электронном виде анонимно (интернет-анкетирование), что значительно упростило как проведение анкетирования, так и накопление ответов респондентов.

Структура анкеты представлена 27-ю вопросами, выполняющими индикаторную функцию и различающимися по форме и предполагаемому ответу. Анкетирование было составлено в соответствии с основными фазами опроса.

Наиболее распространенными фазами опроса при проведении анкетирования являются:

1. Фаза адаптации, которая обычно включает в себя приветствие, разъяснение обстоятельств опроса и вводные вопросы. Цель данной фазы – мотивация респондента к ответам и его подготовка к дальнейшему опросу.

2. Основная фаза, целью которой является, в сущности, сбор основной информации по теме исследования.

3. Фаза снятия напряжения. Представляет собой фазу – корректное завершение опроса, которое оставит приятные впечатления о взаимодействии у респондентов. Включает в себя слова благодарности, адресованные респондентам за сотрудничество и т.п.

Результаты и обсуждение

В анкете были использованы разные типы вопросов, основываясь на которые можно разделить опрос на несколько основных категорий.

В I-ой категории четыре вопроса дают представление о социально-демографических данных респондента (пол, возраст, место рождения и нынешнее место проживания).

«Социально-демографические данные», как правило, состоят из вопросов, которые касаются социально-демографических и других характеристик респондента.

Расположение социально-демографических данных в начале анкеты данной работы позволяет постепенно повышать сложность вопросов с психологической точки зрения. Количество респондентов мужского пола составило 33 человека (63,5%), а респондентов женского пола – 19 человек (36,5%). Возраст респондентов варьируется от 20 до 69 лет. Поскольку основную часть респондентов составляли студенты бакалавриата и магистратуры, больше всего было человек в возрасте от 21 года до 23 лет (69,2%). Предполагалось, что в зависимости от места проживания может различаться характер просмотров и прослушивания образовательных теле-радиопередач респондентами. Однако, данная гипотеза не оправдалась в связи с тем, что на данный момент эфирное время теле-радиопередач практически не отличается по регионам Японии.

Следующие категории вопросов составляют основную часть анкеты.

II-ая категория включает в себя вопросы под номерами с 5-го по 13-й и посвящена образовательным телевизионным передачам. Внутри она подразделяется на три блока, предназначенных для того, чтобы выявить характер изменения степени влияния телепередач на респондентов в зависимости от этапов их взросления (младшая, средняя и старшая школа). Для каждого периода времени последовательно задаются по три вопроса. Из них первый и третий это открытые вопросы, а второй – вопрос составленный по

шкале Лайкерта. Открытые вопросы, как правило, позволяют респондентам свободно высказать свое мнение. Такие вопросы помогают получить наиболее развернутый ответ, что является их несомненным преимуществом, но в тоже время их становится труднее обрабатывать. Эти вопросы сопровождаются специальным полем для вписывания ответа.

Вопросы со шкалой Лайкерта (с выбором градации) предоставляют возможность высказать степень согласия или несогласия с выдвинутыми утверждениями, и как правило, подразумевают выбор из следующих вариантов ответов: «полностью согласен», «согласен в определенной мере», «не согласен» и «категорически не согласен». Такие вопросы могут включать варианты ответа «не знаю», «затрудняюсь ответить». Респонденты выбирают только один вариант. Вопросы со шкалой Лайкерта иногда подразумевают наличие оценки в баллах.

Отвечая на первый открытый вопрос из каждого блока II-й категории (вопросы №5, №8 и №11), респонденты должны были вписывать названия 2-х и более образовательных передач японского телевидения (включая передачи NHK), которые они смотрели во время посещения начальной школы (на яп. 小学校; Shōgakkō), средней школы (на яп. 中学校; Chūgakkō), старшей школы (на яп. 高校; Kōkō), соответственно (Рисунок 1).

В результате было собрано большое количество названий образовательных телепередач, которые респонденты смотрели во время посещения начальной, средней и старшей школ.

Среди передач, просматриваемых в начальной школе наиболее часто были упомянуты следующие названия: 『おかあさんといっしょ』 (Okāsan to issho; «Вместе с мамой»), 『がんこちゃん』 (Ganko-chan; Ганко-чан), 『アニメ忍たま乱太郎』 (Nintama Rantarō; Rantarō the Ninja Boy), 『アニメ おじゃる丸』 (Ojarumaru; «Одзярумару»), 『天才てれびくん』 (Tensaiterebikun; Tensai TV kun), 『つくってあそぼ』 (Tsukutte Asobo; пер. на рус.яз. – «Давайте весело мастерить»), 『にほんごであそぼ』 (Nihongo de Asobo;), 『ピタゴラスイッチ』 (Pythagoraswitch), 『クインテット』 (Quintet; пер. на рус.яз. – «Квинтет»).

При сравнении ответов, касающихся начальной школы, где абсолютно все респонденты смотрели образовательные телепередачи, с ответами респондентов во время посещения ими средней школы, можно заметить, что рейтинг просмотренных

ров образовательных телепередач значительно сократился. 11 респондентов ответили следующим образом: 中学校の頃は見ていませんでした (с яп. яз. – «не смотрели образовательные телепередачи в средней школе»), 見なくなった (с яп. яз. – «перестали смотреть образовательные телепередачи»), 見る時間がありませんでした (с яп. яз. – «не было времени смотреть»). А также 9 респондентов ответили 特になし/なし, что в переводе на русский язык означает «ничего особенного/нет». Таким образом, они тоже не смотрели образовательные передачи во время посещения средней школы. Появились и такие ответы как 覚えてない, わかりません, 部活や習い事が多く、テレビはあまり見た記憶がない, что в переводе с японского языка означает «я не помню», «не знаю» и «поскольку было мно-

го учебы и я посещал разные кружки, не помню, чтобы я вообще смотрел телевизор». Среди оставшихся ответов респондентов наиболее популярными оказались следующие названия образовательных телепередач: 『アニメ おじゃる丸』 (Ojarumaru), 『アニメ 忍たま乱太郎』 (Nintama Rantarō), 『天才てれびくん』 (Tensai TV kun), 『ピタゴラスイッチ』 (Pythagoraswitch), 『スイエンサー』 (Suiensā), 『テストの花道』 (Tesuto no hanamichi), 『その時歴史が動いた』 (Sonotoki rekishi ga ugoita; пер. на рус.яз. – «В то время история двигалась»). Были названы телепередачи из специального раздела языкознания NHK: ハングル講座 (Hanguru kōza; пер. на рус.яз. – лекции по корейскому языку) и 中国講座 (Chūgoku kōza; пер. на рус.яз. – лекции по китайскому языку).

5) 小学校の頃によく見た教育テレビ番組 (NHK も含む) の名前を2つ以上書いてください。

8) 中学校の頃によく見た教育テレビ番組 (NHK も含む) の名前を2つ以上書いてください。

11) 高校の頃によく見た教育テレビ番組 (NHK も含む) の名前を2つ以上書いてください。

Рисунок 1 – Вопросы №5, №8 и №11

32 респондента из 52-х ответили, что они практически не смотрели телевизор во время посещения старшей школы, в связи с тем, что были заняты иной деятельностью (уроки, участие в различных кружках и клубах) либо им просто было уже не интересно. Некоторые ответили, что смотрели в основном новости и передачи о спорте (регби, бейсбол). Следующие образовательные телепередачи оказали определенное влияние на респондентов по их субъективному мнению в старшей школе: 『スイエンサー』 (Suiensā), 『その時歴史が動いた』 (Sonotoki rekishi ga ugoita), 『歴史秘話ヒストリア』 (Rekishi hiwa hisutoria; пер. на рус.яз. – «История тайной истории»), 『サイエンスZERO』 (Saiensu zero; пер. на рус.яз. – «Наука ZERO»), 『びじゅチューン!』 (Biju chūn!), 『はなかつぱ』 (Hana kappa), 『Rの法則』 (R no hōsoku), 『テストの花道』 (Tesuto no hanamichi).

Вопросы со шкалой Лайкерта №6, №9, и №12 во II-й категории анкетирования поставлены в

качестве утверждения (с яп. яз. «Указанные вами выше образовательные телепередачи оказали положительное влияние на ваше мировоззрение и сознание») с 4-мя вариантами ответа: «полностью согласен», «согласен в определенной мере», «не согласен» и «категорически не согласен», исключающими варианты «не знаю» и «затрудняюсь ответить» во избежание неоднозначных ответов (Рисунок 2).

Мировоззрение (англ. world view; нем. weltanschauung) – это обобщенная система взглядов человека на мир в целом, на место отдельных явлений в мире и на свое собственное место в нем, понимание и эмоциональная оценка человеком смысла его деятельности и судеб человечества, совокупность научных, философских, политических, правовых, нравственных, религиозных, эстетических убеждений и идеалов людей (Спиркин А.Г., 1964: 127).

Сознание (англ. consciousness, mind) – состояние психической жизни индивида, выражающееся

в субъективной переживаемости событий внешнего мира и жизни самого индивида, в отчете об этих событиях (Лекторский В.А., 2001: 589). Под

сознанием понимают способы восприятия человеком окружающей реальности и его отношение к самому себе, его мысли и чувства.

6) 上記で示した教育テレビ番組はあなたの意識や世界観に良い影響を与えました。

よく当てはまる

やや当てはまる

あまり当てはまらない

まったく当てはまらない

Рисунок 2 – Вопрос №6

С вопросами со шкалой Лайкерта было выявлено, что влияние образовательных телепередач

на мировоззрение и сознание респондентов уменьшается по мере их взросления (Рисунок 3).

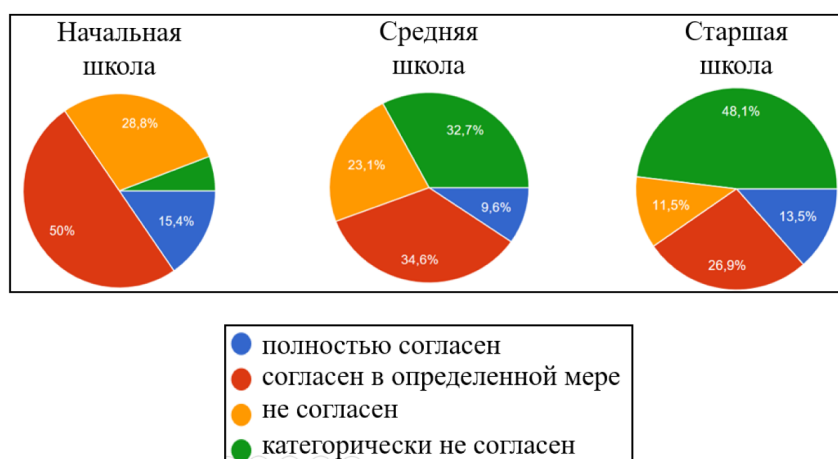


Рисунок 3 – Влияние образовательных телепередач на мировоззрение и сознание респондентов по мере их взросления

Вопросы под номерами 7, 10 и 13 (третий открытый вопрос II-ой категории) абсолютно одинаковы по содержанию и выражают просьбу: подробно описать влияние, которое оказали образовательные телепередачи на респондентов по их собственным ощущениям и впечатлениям. Данные вопросы также сопровождаются специальным полем для свободного выражения мнения респондентов. Необходимо заметить, что эти вопросы включают в себя подробный пример способа ответа на них: 例えば、「この教育テレビ番組は非常に面白く、勉強の刺激となりました。」 (с яп. яз. – например, «эта

образовательная телепередача очень интересная и послужила мне стимулом к образованию», в соответствии с Рисунок 4).

Поэтапно (младшая, средняя, старшая школа) были рассмотрены характерные особенности влияния образовательных теле-радиопередач на японцев.

По оценке результатов респондентов за период посещения ими младшей школы, выяснилось, что передача 『おかあさんといっしょ』 (Okāsan to issho) достаточно интересная и ее весело смотреть, однако особого влияния на респондентов она не оказала.

7) それらの教育テレビ番組はあなたにどのような影響を与えたかを詳しく書いてください。
例えば、「この教育テレビ番組は非常に面白く、勉強の刺激となりました。」

Рисунок 4 – Вопрос №7

Респонденты отметили, что передачи 『アニメ 忍たま乱太郎』 (Nintama Rantarō), 『さわやか3組』 (Sawayaka 3-kumi; пер. на рус. яз. – «3 бодрых пары»), 『ざわざわ森のがんこちゃん』 (Zawazawa Mori no Ganko-chan) «воспитали в них нравственные чувства» и «научили некоторым принципам общественной морали» (на яп.яз. – 道徳心が芽生えた、道徳感が育まれた). Помимо этого 『がんこちゃん』 поспособствовала осознанию важности дружбы. Также 『アニメ 忍たま乱太郎』 и 『アニメ おじゃる丸』 расширили кругозор и позволили увеличить словарный запас японского языка. Образовательная телепередача 『クインテット』 (Quintet) вызвала у респондентов неподдельный интерес к классической музыке. Большое влияние оказала передача 『にほんごであそぼ』 (Nihongo de Asobo). Благодаря ей респонденты заинтересовались японской традиционной литературой (поэзия и пословицы), и процесс чтения известных художественных произведений для них стал намного проще, улучшились навыки владения японским языком. Телепередачи 『つくってあそぼ』 (Tsukutte Asobo) и 『ピタゴラスイッチ』 (PythagoraSwitch) мотивировали респондентов к творческой деятельности (оригами и т.п.), развили в них конструктивное и логическое мышление. Такие передачи как 『えいごであそぼ』 (Eigo de Asobo) и 『リトル チャロ』 (Ritoru Charo; пер. на рус. яз. – «Маленький Чаро») помогли в изучении английского языка. А также респонденты в возрасте за 40 лет отметили немаловажную роль образовательной передачи 『できるかな』 (Dekiru ka na; пер. на рус.яз. – «Смогу ли я?»), трансляция которой завершилась в 1990 году, в становлении их мировоззрения, поскольку она привила любовь к труду, стимулировала креативное мышление и помогла взглянуть на привычные вещи другими глазами.

В средней и старшей школе респонденты практически перестали смотреть образовательные телепередачи. В связи с этим многие из них ответили следующим образом:まったく影響を与えなかった。В переводе с японского на русский язык это означает «совершенно

не подвергся какому-либо влиянию». Среди тех передач, что оказали воздействие, назвали 『サイエンスZERO』 (Saiensu zero), 『10min.ボックス』 (Tenminittsu bokkusu), которые пригодились в учебном процессе. Некоторые респонденты выделили две передачи, с помощью которых им удалось взглянуть на уроки истории с другой стороны и узнать еще больше интересных исторических фактов: 『その時歴史が動いた』 (Sonotoki rekishi ga ugoita) и 『歴史秘話ヒストリア』 (Rekishi hiwa hisutoria). Интерес к экспериментам вызвали передачи 『スイエンサー』 (Suiensā) и 『ピラメキーン』 (PIRAMEKI-NO). Несколько респондентов подчеркнули, что благодаря просмотру передач они могли найти общую тему для разговора со сверстниками и, таким образом, улучшать свои коммуникативные способности. Отдельные передачи пригодились в кулинарии и спорте.

Эфирное время образовательной передачи несомненно является одним из важных факторов восприятия информации, поступающей из этой передачи. Образовательные телепередачи, транслируемые во второй половине дня, отличаются по своей природе от утренних и ночных. В частности, утром и днем наблюдаются существенные различия в конкретности, креативности характера передач и способу контактирования ведущих передач со зрителями. Такую разницу в свойствах из-за времени вещания можно интерпретировать как вызванную возрастом детей, которые смотрят эти передачи. Например, многие образовательные теле-радиопередачи, транслируемые по утрам, предназначены для детей грудного и дошкольного возрастов, а во второй половине дня есть много лекционных программ для учеников средней и старшей школ, студентов и взрослых. Кроме того, существует множество теле-радиопередач, которые и взрослые и дети могут смотреть и слушать ночью, при чем разница в возрасте таких зрителей влияет именно на методы подачи темы передач, и считается, что она изменяет сам характер передачи. Например, образовательные передачи для учащихся начальной школы, транслируемые по утрам, должны иметь множество материалов и ком-

ментариев, простых для понимания и объяснения, чтобы их можно было использовать даже в классах. Что касается передач дневного курса, то основное внимание уделяется пониманию предмета, но требуется представление более подробных материалов, соизмеримых с учебным содержанием учащихся старших классов. Тем временем, вечерние программы разработаны с включением развлекательных элементов, чтобы зрители из самых разных возрастных групп могли учиться с удовольствием. Таким образом, разница в возрасте целевой аудитории, на которую нацелена передача, значительно характеризует эффективность ее восприятия.

Среди факторов, влияющих на восприятие телепередач, выделяют: количество персонажей; наличие дополнительных видео и пояснительных картинок; наличие вымышленных и реальных персонажей; место, в котором происходит действие передачи. Также значительное влияние оказывает ведущий передачи, а именно его выражение лица и зрительный контакт.

Японские исследователи Tajima S. и Sakamoto A. утверждают, что необходимо включить в образовательные передачи такие ценности, как честность, ответственность и вежливость, поскольку это основные нравственные качества характера, которые важно привить молодому поколению [田島祥 坂元章, 2012: 4].

При планировании, редактировании и трансляции образовательных передач необходимо также создать «такой контент, который будет транслироваться организованно и непрерывно, и будет эффективен и уместен для целевой аудитории в отношении предназначения данной передачи для школы и соответствия ее содержания стандартам учебного плана, установленном законами, касающимися школьного образования». Специально для передач, предназначенных для школьного образования, ограничивается объем содержания и уточняются главные моменты, которые должен учитывать производитель передачи при ее создании.

Одной из основных задач проведения анкетирования было выяснение причины, побудившей респондентов к просмотру и прослушиванию образовательных теле-радиопередач в школе. В анкетировании этой задаче посвящены полузакрытые вопросы под номерами 14 и 21, которые составляют III-ю категорию. Полузакрытый вопрос характеризуется множеством ответов, и в добавление к этому респондент не ограничивается предложенным списком вариантов, но также может предложить свой вариант ответа.

Для этого в список ответов добавляется пункт «другое» (на яп.яз. – その他).

Итак, среди причин, по которым респонденты смотрели образовательные телепередачи, в процентном соотношении больше всего было ответов 興味があった (38,5% респондентов, с яп.яз. – «было интересно»), 勉強になると思った (21,2%, с яп.яз. – «считал, что пригодится в учебе»), 皆がみていたので、私も見たくなった (17,3%, с яп.яз. – «поскольку все смотрели, я тоже смотрел»). Остальные ответили, что смотрели передачи в свободное время либо по наставлению преподавателя в школе.

Что касается прослушивания радиопередач в школе, то основными причинами были следующие: 勉強になると思った (21,2%, с яп.яз. – «считал, что пригодится в учебе»), 興味があった (9,6%, с яп.яз. – «было интересно»), 皆が聴いていたので、私も聴きたくなった (7,7%, с яп.яз. – «поскольку все слушали, я тоже слушал») и 両親によって聴くことが強制された (7,7%, с яп.яз. – родители заставляли меня слушать). Более 30 респондентов ответили, что таковые причины отсутствуют, так как они практически не слушали радио будучи школьниками. Мы видим, что респонденты, используя телевидение и радио во время посещения школы, делали это без какой-либо определенной цели. Также радио, в сравнении с телевидением, практически не пользовалось популярностью среди школьников. Это подтверждается оценкой ответов на №19 вопрос, поставленный в качестве утверждения о положительном влиянии радио на мировоззрение и сознание японцев во время посещения ими школы, отвечая на который 30 человек (57,7%) из 52-х отметили «категорически не согласен».

Категория IV включает в себя вопросы №15 и №22 с четырьмя вариантами ответа, составленные по типу порядковой шкалы, в которой подразумевается упорядоченность в каком-либо виде. Эти вопросы были составлены с целью показать разницу во взаимодействии респондентов с телевидением и радио в настоящее время. 34 респондента (65,4%) ответили, что совершенно не смотрят образовательные телепередачи на данный момент. Лишь 2 человека (3,8%) отметили вариант ответа «часто смотрю». Ситуация взаимодействия респондентов с радио колоссально отличается от их взаимодействия с телевидением. 48 человек (92,3%) ответили, что совершенно не слушают образовательные передачи, и всего 3 человека (5,8%) отметили вариант ответа «слушаю иногда». Это говорит о доминирующей роли телевидения на данный мо-

мент. Таким образом, можно предположить, что телевидение оказывает большее воздействие на граждан Японии, нежели радио.

Полузакрытые вопросы №17 и №24 (V-ая категория) раскрыли основные причины, по которым респонденты всё еще используют телепередачи и радиопередачи соответственно в процессе обучения на данный момент. К таким относятся: 興味がある (с яп.яз. – «мне интересно») и 大学での勉強のために必要である (с яп.яз. – «необходимо для учебы в университете»). Некоторые респонденты отметили, что продолжают смотреть или слушать теле-радиопередачи, потому что они «вызывают у них чувство ностальгии» (на яп.яз. – 懐かしいから).

По вопросам №18 и №20 (VI-ая категория) удалось выяснить, какие радиопередачи слушали респонденты во время посещения школы и особенности воздействия этих передач на респондентов по их субъективному мнению (собственным ощущениям). Наибольшей популярностью среди образовательных радиопередач пользовались передачи по английскому языку, такие как: 『ラジオ英会話』 (Rajio eikaiwa; пер. на рус.яз. – «Радио-английский разговор»), 『基礎英語 (1, 2, 3)』 (Kiso eigo; пер. на рус.яз. – «Основной английский язык»), 『英語ニュース』 (Eigo nyūsu; пер. на рус.яз. – «Новости на английском языке»). Эти передачи, по мнению респондентов, стали отличной мотивацией к изучению английского языка, материал передач пригодился в учебе. Также они способствовали улучшению навыкам разговорной речи и навыкам восприятия английского языка на слух. Важно отметить, что некоторым респондентам эти радиопередачи помогли выработать привычку правильно распределять время (на яп.яз. – 時間にきっちりする習慣がつかしました). В настоящее время определенные респонденты слушают радиопередачи, помогающие в усвоении иностранного языка: 『まいにち中国語』 (Mainichi chūgokugo; пер. на рус.яз. – «Каждый день китайский язык»), レベルアップ中国語』 (Rebēguappu chūgokugo; пер. на рус.яз. – «Уровень повышения владения китайским языком»), 『勝手にEnglish Journal』 (Katte ni ENGLISH JOURNAL; пер. на рус.яз. – «Свободный журнал на английском языке»), 『スピードラーニングポッドキャスト』 (Supīdo rāningu poddo kyasuto; пер. на рус.яз. – «Быстрый подкаст»).

Целью VII-ой категории вопросов (№25 и №26) являлось выявить, какие образовательные теле-радиопередачи являются наиболее популярными по мнению респондентов, а также

причины, объясняющие их выбор. Первое место (19 респондентов) по подсчетам заняла известная телепередача 『おかあさんといっしょ』. Среди причин популярности этой передачи были: тщательно продумывается состав передачи (музыка, визуальные эффекты и т.д.); эта передача транслируется уже долгое время, поэтому знакома всем японцам; передача популярна не только среди детей, но и их матерей и т.п. Кроме 『おかあさんといっしょ』, были перечислены радиопередачи, обучающие английскому языку 『基礎英語』 и 『ラジオ英会話』. Были отмечены несколько телепередач развлекательного характера такие как 『紅白歌合戦』 (Kōhaku utagassen; музыкальное шоу) и др. Большая часть респондентов ответила «не знаю», «не интересуюсь» (на яп.яз. – わかりません、あまり興味がない).

Последний 27-й вопрос анкеты можно назвать итоговым: 学習方法の一つとして、意識や世界観に最も効果的な影響を与えるのが何だと思えますか, что в переводе с японского языка означает «Как вы думаете, какой из методов обучения наиболее эффективно влияет на сознание и мировоззрение?». Предложены два варианта ответа: 教育テレビ番組を見ること (просмотр образовательных телепередач) и 教育ラジオ番組を聴くこと (прослушивание образовательных радиопередач). В итоге 44 респондента (84,6%) выбрали телевизионные передачи, что еще раз подчеркивает главенствующую роль телевидения над радио в Японии.

Образовательные теле-радиопередачи, будучи популярными по статистическим данным результатов общенационального опроса по индивидуальному рейтингу просмотров, проведенного NHK放送文化研究所 (NHK hōsō bunka kenkyūjo; английский – NHK Broadcasting Culture Research Institute) за 2005 год, 2009 год и 2017 год, вошли и в число наиболее часто просматриваемых и прослушиваемых среди респондентов анкетирования. К этим передачам относятся следующие: 『おかあさんといっしょ』 (Okāsan to issho; пер. на рус.яз. – «Вместе с мамой»), 『えいごでがんこちゃん』 (Eigo de Ganko-chan; пер. на рус.яз. – «Ганко-чан на английском языке»), 『にほんごであそぼ』 (Nihongo de Asobo; пер. на рус.яз. – «Давайте играть на японском языке»), 『えいごであそぼ』 (Eigo de Asobo; пер. на рус.яз. – «Давайте играть на английском языке»), 『おはなしのくに』 (Ohanashi no kuni; пер. на рус.яз. – «Страна сказок»), 『ことばドリル』 (Kotoba doriru; пер. на рус.яз. – «Тренировка словарного запаса»), 『ピタゴ

ラスイッチ』 (Pitagora suitchi; английский – PythagoraSwitch) и др.

По окончании оценки результатов анкетирования мы пришли к следующим выводам:

1. Основную часть респондентов составили студенты бакалавриата и магистратуры в возрасте от 21 года до 23 лет.

2. Влияние образовательных теле-радиопередач на становление мировоззрения и формирование нравственного сознания респондентов уменьшается в соответствии с этапами их взросления (начальная, средняя, и старшая школа, университет).

3. Выявлены основные причины, побудившие респондентов к просмотру и прослушиванию образовательных теле-радиопередач в школе.

4. Проанализированы особенности влияния образовательных теле-радиопередач на респондентов на основании их ощущений (субъективного мнения).

5. Наиболее популярной образовательной телепередачей по мнению респондентов является 『おかあさんといっしょ』. Среди радиопередач – передачи, предназначенные для изучения английского языка.

6. Телевидение играет доминирующую роль, в сравнении с радио, в отношении влияния на мировоззрение и сознание японцев.

7. Большая часть респондентов отметила положительное влияние теле-радиопередач.

Заключение

Авторы старались выявить, каким образом на практике образовательные теле-радиопередачи влияют на становление мировоззрения и формирование сознания японцев, а также в ходе исследования обнаружили некоторые основные факторы их эффективного восприятия. Разбиение вопросов, используемых в анкете, на несколько категорий позволило выявить нюансы и рассмотреть характер влияния теле-радиопередач на респондентов с разных сторон.

В настоящее время процесс культурного и духовно-нравственного развития общества не-

возможно представить отдельно от его взаимодействия с многочисленными преобразованиями в сфере образовательной системы. На изменение характера этих преобразований в значительной степени влияют внешние источники информации, в особенности СМИ, с которыми мы довольно тесно контактируем в повседневной жизни. Разнообразные виды СМИ напрямую воздействуют на психологическое состояние социума, определяя тенденции его всестороннего развития. Зачастую СМИ диктуют нам ценностные предпочтения, моральные принципы, формируют наши идеи и представления об окружающем мире, влияют на образ мышления. СМИ предлагают нам огромное количество информации. Поэтому возникает необходимость ее систематизирования и анализа. Большая часть информации предоставляется нам в аудиовизуальной форме. В этом отношении, несмотря на стремительное развитие информационных технологий, в Японии, как и во многих развитых странах мира, на протяжении долгого времени доминируют радио и телевидение. Многие исследователи отмечают роль телевидения в формировании девиантного поведения, разнообразные формы которого оно активно демонстрирует и пропагандирует. В научной литературе большее внимание уделяется описанию, как правило, негативного влияния СМИ на общество, в особенности на еще несформировавшийся характер молодого поколения. В данном исследовании, наоборот, были предприняты попытки охарактеризовать влияние радио и телевидения с положительной точки зрения, а именно рассмотреть образовательные теле-радиопередачи в качестве катализатора процессов образования и стимулирования целевой аудитории к усвоению новых знаний.

Применение образовательных теле-радиопередач на практике, а именно в сфере изучения японского языка и литературы, предположительно может повысить уровень образованности студентов, и предоставить новые интерактивные методы преподавания и обучения, которые выведут на новый уровень взаимодействие СМИ и образовательной системы.

Литература

江藤守國. 久留米市 子育てに関するアンケート調査 小学生保護者用. URL: <http://www.city.kurume.fukuoka.jp/1050kurashi/2040kosodate/3150kodomopuran/files/2009-0717-1019.pdf> (accessed September 10, 2017).

Hosokawa K., Inoue M. (1999). Analysis of the Educational TV Program on Structuring Method of Keyscene. OUKA, Annals of Educational Studies, 4, 73-86.

- Murphy Jr., E.F., Woodhull M.D., Post B., Murphy-Post C., Teeple W. & Anderson K. (2006). Impact on teenage values. *Journal of Business Ethics*, 69, 399-421.
- Itoh H. (1991). An analysis of eye movements while watching educational TV programs. *Bulletin of the National Institute of Multimedia Education*, 5, 147-162.
- Itoh H., Fujita K., Mio T. (1998). Using media for teaching and learning. A retrospective view of 12 years of research at NIME. *Research Report, The National Institute of Multimedia Education*, 4, 186-201.
- 視聴率グループ. テレビ・ラジオ 視聴の現況.平成17年6月全国個人視聴率調査から. (June 2005). 放送研究と調査, 46-57.
- 平田明裕・塚本恭子・関根智江・渡辺洋子. (2010). テレビ・ラジオ視聴の現況～平成22年6月全国個人視聴率調査から～世論調査部(視聴者調査)放送研究と調査, 14-25.
- 世論調査部 星 暁子・林田将来・有江幸司. (2017). テレビ・ラジオ視聴の現況. ～2016年11月全国個人視聴率調査から～. 放送研究と調査, 88-99.
- 鈴木みどり. (1996).子どもがテレビから学んでいる価値観. — 教育と医学, 34(9), 857-864
- 小平さち子, 津金澤聰廣・田宮武編 (1999). 子ども向けテレビの課題—番組の質と視聴の質. テレビへの提言. 東京: ミルネヴァ書房.
- 清水康敬. (2005). 学力問題とICTの活用. 日本教育工学会ニューズレター, 134, 1-2.
- 近江玲. 坂元章編 (2003). メディアと人間の発達. テレビと認知能力. 東京: 学文社.
- Сpirkin A.G. (1964). Мировоззрение // Философская энциклопедия, т.3, 127-128.
- Лекторский В.А. (2001). Сознание // Новая энциклопедия философии в 4-х томах / Институт философии РАН, Национальный фонд социальных наук. — М.: Изд-во Мысль, 3.
- 田島祥・坂元章. (2012). 教育番組に含まれる価値観に関する内容分析. 教育情報研究, 3-13.
- 野崎敏郎 (2013). カール・ラートゲン「日本人の世界観」. 資料の紹介と研究. 佛教大学社会学部論集, 56, 115-130. NHK for School. URL: <http://www.nhk.or.jp/school/> (accessed November 28, 2017).
- NHKオンライン. URL: <https://www.nhk.or.jp/> (accessed November 28, 2017).

References

- Etou M. Kurume-shi kosodate n ikansuru anke-to chousa shougakuseihogoshayou. URL: <http://www.city.kurume.fukuoka.jp/1050kurashi/2040kosodate/3150kodomopuran/files/2009-0717-1019.pdf> (accessed September 10, 2017).
- Hosokawa K., Inoue M. (1999). Analysis of the Educational TV Program on Structuring Method of Keyscene. *OUKA, Annals of Educational Studies*, 4, 73-86.
- Murphy Jr., E.F., Woodhull M.D., Post B., Murphy-Post C., Teeple W. & Anderson K. (2006). Impact on teenage values. *Journal of Business Ethics*, 69, 399-421.
- Itoh H. (1991). An analysis of eye movements while watching educational TV programs. *Bulletin of the National Institute of Multimedia Education*, 5, 147-162.
- Itoh H., Fujita K., Mio T. (1998). Using media for teaching and learning. A retrospective view of 12 years of research at NIME. *Research Report, The National Institute of Multimedia Education*, 4, 186-201.
- Shichousha gurupu. Terebi・Rajio shichou no joukyou. Heisei17nen 6gatsuzenkokukojinshichouritsuchousakara. (June 2005). *Houshoukenkyuu to chousa*, 46-57.
- Hirata A., Tsukamoto K., Sekine T., Watanabe Y. (2010). Terebi・Rajio shichou no jyoukougenkyou～Heisei22nen6gatsuzenkokukojinchousasihouritsuchousakara～Yoronchousabu (shichoushachousa) Houshoukenkyuu to chousa, 14-25.
- Akiko H, Hayashida M., Arie K. (2017). Terebi・Rajioshichou no genkyou. ～2016 nen 11gatsuzenkokukojinchousashichoukara～. *Houshoukenkyuu to chousa*, 88-99.
- Suzuki Midori. (1996). Kodomo ga terebi kara manadeiru kchikan. *Kyouiku to Igaku*, 34(9), 857-864.
- Kodaira S., Kanazawa T., Tamiya T. (1999). Kodomomuke terebi no kadai. *Bangumino sitsu to shichou no shitsu. Terebi heno teigen*. Tokyo: MInerwashoubu.
- Shimizu Y. (2005). Gakuryokumondai to ICT no katsuyou. *Nihonkyouikukougakukainyusureta-*, 134, 1-2.
- Omi R., Sakamoto A. hen (2003). Media to ningen no hattatsu. *Terebi to chinouryoku*. Tokyo:Gakubunsha.
- Spirkin A.G. (1964). Mirovozzrenie // *Philosofskya enciclopedia*, t.3, 127-128.
- Lekotorskii V.A. (2001). Szonanie // *Novaya encilopedia filosofii v 4-kh tomakh / Institut Filosofii RAN, Natsionalnyui fond socialnykh nauk. Moskva.:* izd-vo Mysl.
- Tajima S, Sakamoto A. (2012). Kyouikubangumi ni fukumarerukachikan ni kansuru bunsekinaiyou. *Kyouikujouhoukenkyuu*, 3-13.
- Nozaki T. (2013). Ka-ru・Ra-togen 「nihonjin no sekaikan」. *Shiryuu no shoukai to kenkyuu Bukkyoudaigaku shakaigakubuhenshu*, 56, 115-130. NHK for School. URL: <http://www.nhk.or.jp/school/> (accessed November 28, 2017).
- NHK online. URL: <https://www.nhk.or.jp/> (accessed November 28, 2017).