



*Лейкин Владислав Валерьевич*  
*магистрант кафедры философии, искусствознания*  
*и журналистики,*  
*Байкальский государственный университет,*  
*г. Иркутск, Россия*  
*e-mail: VlaD1994V@mail.ru*

## **ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

**Аннотация.** Целью исследования является рассмотрение феномена образовательной журналистики, как вида журналистики и как педагогического явления, а также определение проблем и перспектив образовательной журналистики. Для достижения указанной цели были изучены научные статьи и монографии по теме исследования. В своей работе мы не стали акцентировать внимание на терминах, связанных с образовательной журналистикой, мы сделали акцент на самом феномене образовательной журналистики и влиянии данной отрасли на общество.

**Ключевые слова:** образовательная журналистика, СМИ, медиаобразование, образовательный контент, общественное мнение, педагогическая сфера.

*Vladislav V. Leikin*  
*Master's Student, Department of Philosophy, Art History and Journalism,*  
*Baikal State University,*  
*Irkutsk, Russia*  
*e-mail: VlaD1994V@mail.ru*

## **EDUCATIONAL JOURNALISM: PROBLEMS AND PROSPECTS**

**Abstract.** The aim of the study is to consider the phenomenon of educational journalism as a type of journalism and as a pedagogical phenomenon, as well as to identify the problems and prospects of educational journalism. To achieve this goal, scientific articles and monographs on the topic of research were studied. In our work, we did not focus on terms related to educational journalism, we focused on the very phenomenon of educational journalism and the impact of this industry on society.

**Keywords:** educational journalism, mass media, media education, educational content, public opinion, pedagogical sphere.

Значение средств массовой информации в жизни современного общества трудно переоценить. Они настолько прочно обосновались в нашей повседневности, что мы даже представить себе не можем своего существования без них [1]. Транслируя и передавая по своим каналам ценностные установки, политические ориентации, образовательные

стандарты и тому подобные социокультурные ценности, средства массовой информации формируют общественное мнение, влияют на процесс развития человека, управляют толпой. Можно с уверенностью сказать, что становление личности сегодня происходит именно под прессом массовой коммуникации.

### **Воздействие средств массовой информации образовательной направленности на людей разных возрастных групп**

Воздействие средств массовой информации на человека начинается в самом раннем возрасте и продолжается всю жизнь. Ребенок, просматривая детские телепередачи, читая детские журналы или слушая детские радиопрограммы, получает знания, его сознание формируется, он становится личностью. Специализированное учреждение Организации Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры ЮНЕСКО рекомендует использовать информационно-коммуникационные технологии для образования детей начиная с трех лет. Именно в этом возрасте начинается процесс формирования личности — ребенок стремится получать новые знания, жаждет получения новой информации, все время задает вопросы — у него включается так называемый «режим почемушки». И именно в этом возрасте, как правило, родители начинают образовывать свое дитя с помощью образовательного контента: детские журналы, телепередачи, радиопередачи для детей и т.д. При этом важно, чтобы сам процесс подачи знаний выступал увлекательной забавой для ребенка. Если он будет чувствовать, что его принуждают к учебе, а тот контент, что дают детские СМИ, будет неинтересным и отталкивающим, то и процесса развития у ребенка происходить не будет. Дети должны понять, что изучение окружающего мира — это увлекательный и важный процесс, который интересен не только им, но и всему их окружению. Создатели современных детских СМИ, в большинстве случаев, это уже поняли и при создании контента для детской теле-, радиопередачи или детского журнала, они и делают упор на интересность подаваемого контента. В свою очередь, интересный образовательный контент способствует развитию подрастающего поколения.

Подростки также стремятся к получению новых знаний, к постижению смысла бытия. Они стремятся к познанию тех вещей и предметов, о которых в ранние периоды жизни даже не задумывались. Информацию эту, во многом, подростки получают из средств массовой информации. И сейчас речь идет не о тех СМИ, которые ориентированы на взрослых, а о подростковых средствах массовой информации, которые созданы специально для обогащения знаниями разума юного поколения. Важно понимать, что далеко не каждый подросток стремится получить знания от взрослого. У молодежи часто складывается мнение, что взрослый — это тот человек, который диктует информацию, а не дает ее, причем информация эта, как правило, неправильная, по мнению подростков. А вот интернет-источники или специализированные СМИ могут дать тот контент, который требуется. Отсюда молодежь и черпает знания. Поэтому важно, чтобы молодежные средства массовой информации давали необходимую информацию — в

первую очередь образовательную, а не развлекательную. Как правило, молодежные СМИ и ориентированы на образовательный контент, но, к сожалению, не все средства массовой информации являются таковыми. У многих на первом месте стоит развлекательный контент. Однако необходимо понимать, что средства массовой информации сегодня — это один из главных источников получения знаний, это «машина», формирующая взгляды молодого поколения. И от того, какими будут эти взгляды, и будет зависеть будущее. Сегодня средства массовой информации оказывают огромное влияние на подростков. Будь то телевидение, радио или печатные СМИ — все это влияет на все аспекты жизни подростка. Важно понимать, каким должно быть это влияние.

Вопрос образования взрослых — это совсем другая тема. Часто взрослые люди не хотят учиться из-за страха, стеснения или отсутствия мотивации, как таковой. В силу приобретенного опыта человеку бывает трудно определить, что он знает хорошо, а чему бы еще стоило подучиться. Возникает ложное представление «я все знаю», зачастую основанное на поверхностном знакомстве с предметом обучения. Человек уже считает себя экспертом и боится признаться, что ему еще есть к чему стремиться. Кроме того, зачем взрослому человеку учиться, если в этом нет потребности? Работа есть, стаж идет, зарплата начисляется — что еще надо? Однако, в наше время, когда все вокруг стремительно меняется и развивается, часто возникает потребность обучения взрослых. И здесь вновь на помощь приходят образовательные СМИ. Нередко взрослому человеку вовсе не нужно получать ту или иную «корочку», ему лишь нужны новые знания. Образовательные СМИ и выступают источником этих знаний. Смотря ту или иную образовательную телепередачу, слушая радиопрограмму образовательной направленности или читая научный журнал, взрослый человек получает знания, по сути, занимаясь своим хобби. При этом, человек не испытывает стеснения или страха, ведь его никто не видит. Взрослый человек получает новые знания, находясь дома. Вот он положительный аспект образовательных средств массовой информации. Вопрос образования взрослых можно рассмотреть и с другой стороны — развиваться, получать образование хочется, но где раздобыть новые знания, и как найти время на их получение, — человек не знает. И вновь на помощь приходят образовательные средства массовой информации.

В наш век информации успешные люди постоянно ищут пути для самообразования. Знания сегодня — это ценный багаж, который пригодится в любой ситуации. Нужно использовать каждую возможность, чтобы пополнить свою теоретическую базу и приобрести практические навыки. Средства массовой информации образовательной направленности и выступают сегодня возможностью для самообразования. Человек в любом возрасте способен самосовершенствоваться и добиваться большего, и СМИ помогут ему в этом.

**Образовательная тематика в современных средствах массовой информации**

Безусловно, образовательная тематика всегда присутствовала на газетной или журнальной полосе, в радиийном или телевизионном эфире. Взять, к примеру, периодическое издание Николая Новикова «Детское чтение для сердца и разума», выходявшее в XVIII веке. Или рассмотреть в качестве примера советские журналы «Ёж» и «Чиж». Все эти средства массовой информации были созданы именно с образовательной функцией и стремились дать новые знания своим читателям. Ориентировались издания образовательной направленности того времени, как правило, на детей.

XXI век изменил политику образовательных СМИ. Сегодня средства массовой информации, с одной стороны, информируют общество о том, что происходит в системе образования, а с другой — сами непосредственно включаются в образовательные процессы, порой выступая и как средство обучения. Это притом, что отечественные средства массовой информации накопили большой опыт реализации образовательной функции в соответствии с потребностями общества. Первопроходцами в этом направлении были газеты и журналы, затем к ним добавилось радиовещание, создававшее радиоуниверситеты и «театр у микрофона», и такие знамениты радиопередачи, как «Радионяня», «Клуб знаменитых капитанов» и многие другие. Позже на образовательную арену вышло и телевидение, обозначив самостоятельное направление деятельности — учебное телевидение. Интернет и вовсе стал прорывом в области образовательных медиа, выступив электронной информационно-образовательной средой, которая не имеет территориальных и временных ограничений. Интернет сегодня способствует развитию медиаобразования, как самостоятельного направления образовательной сферы, а также выступает помощником в процессе перехода к информационному обществу. Следовательно, само развитие общества как информационного, основанного на знаниях, и происходящая современная трансформация СМИ — позволяют говорить о том, что на ведущие позиции выходит образовательная функция СМИ, проявляющаяся как самостоятельно, так и в контексте с другими функциями [2]. Образовательный аспект при этом, чаще всего превышает все остальные.

В XXI веке люди жаждут знаний, любая информация для современного человека — это обязательно должно быть что-то новое. В век информационных технологий информация устаревает практически также быстро, как и появляется. И чтобы оставаться на высоте, ориентироваться в информационном обществе, современному человеку необходимо получать новую информацию постоянно. Если человек не узнал что-нибудь новое из средства массовой информации, то в следующий раз он уже может задуматься: а зачем оно мне нужно? Конкуренция среди средств массовой информации сегодня просто огромная. Если не одно СМИ, то второе однозначно даст то, что требуется современному человеку — контент, который поможет в развитии и в самообразовании. Таким образом, можно сделать вывод, что современный рынок образовательных СМИ велик. Найти для себя необходимый образовательный контент сможет каждый.

Однако, одного лишь образовательного контента в СМИ будет мало, необходимо и освещение самой темы образования. Несмотря на то, что это также будет относиться к образовательному контенту (получатель информации узнает что-то новое об образовательной сфере), важность освещения темы просвещения, образования порой и вовсе может превысить важность собственно образовательного контента. От того, как средства массовой информации подают информацию об образовательной сфере, также зависит ее развитие. Если СМИ плохо освещают образовательную сферу и не акцентируют внимание общественности на проблемы современного образования, то процесс развития данной сферы может пойти не в то русло или существенно замедлиться. В будущем это отразится на всем образовательном контенте, поставляемом СМИ. Не стоит забывать, что одним из первых источников знаний для человека выступают его учителя, педагоги. И если эти люди будут плохо образованны, если им будет тяжело работать в своей сфере, то они не смогут дать необходимых знаний подрастающему поколению. Качественное образование сегодня способствует развитию общественной активности. В свою очередь, необразованный гражданин не сможет создать образовательный контент.

Сегодня, однако, образовательную сферу, в большей степени, освещают люди, «подкованные» в этом деле. Авторами статей, создателями радио- или телепрограмм образовательной направленности выступают журналисты, разбирающиеся в педагогической тематике, а зачастую и сами педагоги являются основателями образовательных СМИ. В свою очередь, освещая и обсуждая проблемы системы образования, авторы статей — педагоги, политические и культурные деятели выступают в роли своеобразных общественных экспертов, формируя определенное отношение читателей к данным проблемам [3]. Причем чем больше публикаций по той или иной образовательной теме, тем точнее отражается картина образования. Авторы публикаций, в данном случае, как никто другой знают проблемы образовательной сферы, они «крутятся» в ней каждый день. Если проблема есть, то она касается их напрямую. И благодаря активным общественным деятелям педагогической сферы, общество узнает о ее проблемах. В сознании читателей или слушателей происходит своеобразное «воспламенение» соответствующей проблемной зоны. Аудитория начинает воспринимать освещенные проблемы, как наиболее важные и заслуживающие внимания [4, с. 142]. Аудитория начинает требовать решения этих проблем от государства. А так как проблема показана СМИ остро, государство вынуждено обратить на нее внимание, тем самым оказав помощь образовательной сфере.

### **Проблемы и перспективы образовательной журналистики**

Информатизация общества вызвала необходимость не только обновить содержание образования в соответствии с последними научными достижениями, но и активно внедрять в учебный процесс информационные и коммуникационные технологии [5, с. 17–18]. Внедрение феномена образовательной журналистики в процесс образования — одно из ключевых

направлений. Вот только процесс этот сложный и трудоемкий. Следует рассмотреть поближе проблемы образовательной журналистики и попытаться опередить перспективы ее развития.

Одна из основных проблем, с которой сталкивается каждый конкретный учитель сегодня — это то, что у учеников нет больше абсолютного доверия ни к нему как учителю, ни к учебнику как источнику информации. И связано это, прежде всего, с приходом эпохи Интернета. Если раньше Интернет выступал в качестве источника информации, то сейчас от него ожидают работы в качестве организатора активной познавательной деятельности учащихся. И в самом деле, с точки зрения пользователя ресурсов Интернета учитель знает обо всем примерно в миллион раз меньше чем Интернет. Ученик теперь считает себя уже самостоятельным и осознает, что может где-то справиться и сам без учителя. Ведь он может легко найти информацию в Интернете. С этой же точки зрения традиционный учебник тоже выглядит довольно странно [6]. А вместе с учебником отходят на второй план и образовательные средства массовой информации. Как взрослый, так и ребенок, на безграничных просторах Интернета смогут найти для себя весь необходимый образовательный контент. Потребность в чтении образовательных журналов, просмотре образовательных телепередач и прослушивании образовательных радиопрограмм пропадает, все заменяет собой Интернет.

Какое влияние это окажет на образовательные средства массовой информации — покажет только время. Однако, можно сделать прогноз, что со временем Интернет поглотит большинство средств массовой информации, в том числе образовательные СМИ. Для выживания таким средствам массовой информации придется приспособливаться и вести образовательную деятельность уже на просторах Интернета, все также привлекая к себе новых потребителей знаний. Таким образом, развитие образовательных СМИ уже напрямую связано с Интернетом.

Малое число публикаций — также является одной из проблем современной образовательной журналистики. Данная проблема, однако, зависит от многих факторов. Во-первых, как таковых средств массовой информации, специализирующихся на образовательной тематике, немного. Некоторые СМИ берут на себя образовательную функцию, но ставят ее не на первое место. Такие средства массовой информации поставляют обществу образовательный контент, когда этот контент есть или когда у СМИ есть на него время и место. В остальных случаях, информация, поставляемая такими СМИ, несет образовательную функцию лишь, как второстепенную. То есть человек, получив информацию из СМИ, узнает что-то новое, но влияния на процесс воспитания или образования потребителя информации это не оказывает. Во-вторых, контент образовательной направленности, поставляемый конкретно образовательным СМИ, бывает скучным и неинтересным. Довольно часто образовательные средства массовой информации подают образовательный контент в сугубо научном стиле. Такой стиль повествования тяжело воспринимается аудиторией, и интерес к

подобной информации снижается, что приводит к вынужденному закрытию СМИ. Таким образом, средств массовой информации данного профиля на рынке становится меньше. В-третьих, малое число публикаций образовательной направленности может указывать на то, что педагогическое сообщество не сумело или не посчитало нужным установить постоянный контакт с журналистами [7, с. 68]. Таким образом, поставщики образовательного контента есть, потенциальные распространители — также имеются, но взаимосвязи между двумя сторонами нет. Каждая из сторон живет своей жизнью и не обращает внимания на работу другой стороны, в силу чего страдает общество. Если рассматривать перспективы решения обозначенных проблем, то здесь вновь на помощь приходит Интернет. Сегодня Всемирная сеть выступает площадкой для всех средств массовой информации, в том числе и для СМИ образовательной направленности. Публикации, видеосюжеты и радиовыпуски, размещенные на просторах Интернета найдут свою аудиторию, ведь в сети Интернет всегда есть те, кто ищет новую информацию. А педагоги без проблем смогут опубликовать образовательные материалы на сайте своего же образовательного учреждения, не договариваясь при этом с представителями СМИ. В свою очередь, журналисты, заметив интересный контент на сайте образовательного учреждения, поспособствуют его распространению в СМИ.

Еще одной важной проблемой образовательной журналистики можно назвать незаинтересованность средств массовой информации в публикации контента, связанного с образовательной деятельностью. Мы уже рассматривали данное явление в предыдущем параграфе и выяснили, что если средство массовой информации не специализируется на образовательном контенте, то публикация подобной информации стоит у него далеко не на первом месте. СМИ публикуют те новости, которые наиболее легко встроить в уже имеющуюся систему координат, исторический контекст. Мнение аудитории в этом вопросе учитывается слабо [8]. Хотя ранее мы и говорили, что человек сегодня — это активная личность, способная оказать влияния на те или иные процессы в обществе. Однако, порой средства массовой информации вынуждены публиковать только тот контент, который принесет прибыль, даже не вызвав при этом должный интерес у аудитории. Надо понимать, что способность редакции формировать собственную повестку дня во многом зависит от ресурсов, которыми она располагает. И ресурсы эти порой весьма незначительны. Редакциям приходится выживать, продавая «пустую» информацию, вместо того, чтобы преподносить людям знания. Решение данной проблемы и ее перспективы сегодня весьма скудны. Современные средства массовой информации во многом зависят от ресурсов и влияния, оказываемого на них владельцами или властью. И пока СМИ будут нуждаться в деньгах, публикации образовательного характера далеко не всегда будут привлекать редакторов «задаром».

### **Подведение итогов**

Современный исторический период отличается усилением воспитательной и образовательной функций средств массовой информации. Особое значение сегодня приобрела задача нравственного, культурного, творческого воспитания личности посредством СМИ. Благодаря возможностям средств массовой информации, личность может познакомиться с самыми разнообразными проявлениями общественной жизни, составить о них определенное представление. Таким образом, происходит процесс социализации личности. Влияние при этом оказывается как на ребенка, так и на взрослого. Благодаря образовательным СМИ люди могут получать знания, не выходя из дома. В то же время образовательные средства массовой информации выступают помощниками для учителей и педагогов, с одной стороны, оказывая помощь в воспитании учеников, с другой стороны, выступая площадкой для публикаций образовательного контента. Да, проблемы у образовательных СМИ есть и их не мало. Но и перспективы развития данной сферы весьма значительны, ведь общество требует знаний. Одно можно сказать наверняка, образовательная журналистика сегодня занимает особое место и роль ее весьма значительна. Образовательные СМИ сегодня — это мощный инструмент социального управления, оказывающий влияние на развитие общества.

#### **Список использованной литературы**

1. Бохонов Г. Ю. Влияние средств массовой информации на формирование молодежи: Авт.реф. студ. каф. техн. обр. метал. / Г. Ю. Бохонов. — М.: кафедра технологии обработки металлов МГТУ им. Н. Э. Баумана, 2014. — URL: <https://www.km.ru/referats/335726-vliyanie-sredstv-massovoi-informatsii-na-formirovanie-molodezhi> (дата обращения: 02.05.2020).
2. Кихтан В. В. Образовательный контент в интернет-медиа: история становления и тенденции развития: Авт.реф. дисс. д-р филол. наук. / В. В. Кихтан. — М.: кафедра печатных СМИ ФГОУ ДПО «Институт повышения квалификации работников телевидения и радиовещания», 2011. — URL: <https://www.dissercat.com/content/obrazovatelnyi-kontent-v-internet-media-istoriya-stanovleniya-i-tendentsii-razvitiya> (дата обращения: 05.05.2020).
3. Булыгин А. М. Педагогическая журналистика: теоретический анализ понятия / А. М. Булыгин // Научный поиск: вестник кафедры педагогики и психологии ФГБОУ ВПО ШГПИ. — 2013. — № 1. — С. 13–22.
4. Дьякова Е. Г. Эффект установления повестки дня как предвыборная технология / Е. Г. Дьякова // Дискурс-Пи. — 2003. — С. 142–143.
5. Славина В. А. Образовательная журналистика: проблемы и перспективы / В. А. Славина, Н. Е. Назарова // Преподаватель XXI век. — 2010. — С. 13–18.
6. Кравченко Н. В. Проблемы современного учителя: причины и пути их решения / Н. В. Кравченко // Научно-методический электронный журнал «Концепт». — 2015. — Т. 3. — С. 21–25.
7. Коптелов А. В. Организация работы муниципальных методических служб по информированию общественности о своей деятельности / А. В.

Коптелов // Тр. российск. конф. «Тенденции дополнительного профессионально-педагогического образования в контексте современной образовательной политики». — Челябинск, 2008. — Ч. I. — С. 62–69.

8. Абрамовских Т. А. Освещение вопросов образования в печатных СМИ как фактор позитивного воздействия на процесс реформирования современной школы: теория и реальность / Т. А. Абрамовских // Вестник Волжского университета им. В. Н. Татищева. — 2017. — № 2. — С. 110–116.

