

Информационное общество и СМИ

РОЛЬ СМИ В ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ЕСТЕСТВЕННОНАУЧНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ОБУЧЕНИЯ (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ – АЛАНИЯ)

Статья рекомендована к публикации главным редактором Т.В. Ершовой 15.06.2021.

Сурхаева Кристина Вадимовна

*Молодежная газета РСО – Алалия «Слово», корреспондент
Владикавказ, Российская Федерация
surchik0309@yandex.ru*

Габараева Марина Руслановна

*Владикавказский научный центр Российской академии наук, Лаборатория прикладной социологии и конфликтологии, младший научный сотрудник
Владикавказ, Российская Федерация
mariina95@yandex.ru*

Аннотация

Современное общество стоит перед решением важных социальных, экономических, научных и других задач. Однако для их решения нужны квалифицированные специалисты, в которых в России ощущается острая нехватка. Средства массовой информации, как один из главных инструментов влияния на общество, играют ключевую роль в популяризации тех или иных направлений обучения и тем самым способствуют увеличению числа квалифицированных специалистов в различных областях. В статье рассматривается взаимосвязь количества публикаций в СМИ по теме технического образования и возрастанием интереса к естественнонаучным направлениям обучения среди абитуриентов вузов РСО-Алании за 2014-2019 гг.

Ключевые слова

средства массовой информации; СМИ; образование; контент-анализ; влияние медиа

Введение

В век стремительного развития информационных технологий и цифровизации все большую роль в жизни общества играют IT-специалисты – разработчики, дизайнеры, аналитики данных и другие. Они разрабатывают не только мобильные приложения, создают новые устройства, но и предлагают усовершенствованные решения в таких социально важных областях как медицина, образование, правоохранительная система, государственное управление и другие, таким образом, способствуя развитию цифровой экономики страны.

В 2017 году Президент России Владимир Путин на заседании Совета по стратегическому развитию и приоритетным проектам заявил: «Цифровая экономика – это не отдельная отрасль, по сути это уклад жизни, новая основа для развития системы государственного управления, экономики, бизнеса, социальной сферы, всего общества. Формирование цифровой экономики – это вопрос национальной безопасности и независимости России, конкуренции отечественных компаний» [1].

Чтобы обеспечить перспективный кадровый потенциал для решения задач развития цифровой экономики, государство все больше средств выделяет на поддержку талантливых школьников и студентов в области математики и информатики [2], создавая для них все необходимые условия. Для этого, в последние годы в школах обновляется оборудование, создаются ресурсные центры для углубленного изучения математики, физики, астрономии и других

© Сурхаева К.В., Габараева М.Р., 2021. Производство и хостинг журнала «Информационное общество» осуществляется Институтом развития информационного общества.

Данная статья распространяется на условиях международной лицензии Creative Commons «Атрибуция — Некоммерческое использование — На тех же условиях» Всемирная 4.0 (Creative Commons Attribution – NonCommercial - ShareAlike 4.0 International; CC BY-NC-SA 4.0). См. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/legalcode.ru>
https://doi.org/10.52605/16059921_2021_06_91

естественнонаучных предметов, открываются детские технопарки «Кванториум», где школьники изучают перспективные направления IT-отрасли [3]. Однако помимо создания условий, немалую роль здесь играет популяризация того или иного направления обучения в подростковой среде, и здесь незаменимым помощником становятся средства массовой информации (СМИ), как инструмент влияния на общественное сознание и поведение.

Для успешной реализации государственной программы по развитию цифровой экономики страны необходимо изучить все аспекты этого вопроса. В частности, для решения вопроса об обеспечении перспективного кадрового потенциала, а также для решения задач развития цифровой экономики, необходимо изучить роль СМИ в популяризации естественнонаучных направлений обучения среди школьников для более эффективного использования их возможностей в будущем.

Целью данного исследования является изучение влияния средств массовой информации на популярность естественнонаучных направлений подготовки высших учебных заведений. Задачами исследования являются: рассмотрение связи СМИ и образования, сбор материалов СМИ Республики Северная Осетия-Алания для контент-анализа, проведение контент-анализа, изучение полученных данных и их интерпретация.

1. Роль СМИ в популяризации различных направлений обучения

Стоит отметить, что сегодня средства массовой информации – это не только радио, телевидение, газеты и журналы. Под эту категорию также можно отнести новостные страницы (паблики) в социальных сетях, телеграмм-каналы, в которых дублируется практически вся информация из официальных СМИ, а также публикуется реклама, авторский анализ и мнения о происходящих событиях.

Как известно, интернет, социальные сети и медиа стали неотъемлемой частью жизни современного человека. По данным глобального отчета «Digital 2021» число пользователей социальных сетей в Российской Федерации в январе 2021 года составило 67,8% от общей численности населения, что на 4,8 миллиона человек (+5,1%) больше по сравнению с прошлым годом [4]. При этом, по данным совместного исследования Google и Ipsos, 98% российской молодежи пользуются интернетом ежедневно [5].

Сегодняшние подростки – поколение, выросшее вместе с компьютерами, ноутбуками, планшетами и мобильными телефонами, они с трудом могут себе представить жизнь без доступа в Интернет и в социальные сети. Как свидетельствуют данные опроса, проведенного Финансовым университетом при правительстве РФ, около 80% молодых людей проводит в интернете более четырех часов в день, из них более трети – до восьми часов в сутки [6]. Именно из СМИ они получают практически всю информацию о внешнем мире, происходящих в нем социально-экономических процессах (по данным ВЦИОМ более 80% пользователей сети в России пользуются интернетом для получения новостей о жизни города, страны и мира) [7].

Реклама отдельных профессий в СМИ способствует повышению интереса молодежи к этим специальностям и как следствие высокому конкурсу на некоторые факультеты. Личное мнение о социально-профессиональной иерархии общества является важной характеристикой престижа профессии, которое люди формируют на основе индивидуальных склонностей, стереотипов и вновь почерпнутой информации. Решение о выборе профессии принимается на основании образа профессиональной структуры общества, транслируемого СМИ [8]. Из этого следует, что получаемая подростками информация формирует у них определенное мировоззрение, в соответствии с которым они выстраивают свое поведение и планируют будущее, в том числе и выбирают будущую профессию. На основании этого мы можем сказать, что СМИ играют ключевую роль в выборе школьниками будущей профессии.

1.1 Влияние СМИ на человека

Проблема воздействия средств массовой информации на аудиторию является предметом исследований ученых в области теории массовых коммуникаций уже в течение двух столетий. Как отмечают в своей книге «Основы воздействия СМИ» Дженнингс Браунт, Сьюзан Томпсон, история изобилует примерами, иллюстрирующими воздействие СМИ. «Сюда относятся социальные изменения, вызванные распространением новых медиатехнологий; случаи государственного вмешательства в деятельность прессы; случаи общественных акций против насилия и порнографии в СМИ; действия, направленные против сотрудников изданий, ответственных за публикацию

провокационных материалов, и паника потребителей массовой информации как реакция на медиавоздействие. Многочисленные успешные рекламные кампании свидетельствуют о способности СМИ к убеждению и внушению аудитории» [9].

Ричард Харрис в своей книге «Психология массовых коммуникаций» пишет, что опыт общения со средствами массовой информации во многом обуславливает те знания, которые человек получает о мире. «Мы можем назвать это когнитивным подходом к СМИ, поскольку упор делается на то, как мы формируем представления о мире – в сущности, некую ментальную реальность, основываясь на своём опыте общения со СМИ. Эта ментальная реальность становится затем основой всех установок и моделей поведения и оказывает огромное влияние на нашу жизнь» [10].

Особенный интерес представляет влияние, оказываемое средствами массовой информации на молодежь, так как они – будущее любой нации. Влияние масс-медиа на молодых людей может быть как положительным, так и отрицательным. К положительному можно отнести: утоление «информационного голода», интеллектуальное развитие молодежи, а также обратную связь между властью и населением. К отрицательному же влиянию относится пропаганда и навязывание антиморальных ценностей, бесконтрольный поток информации о насильственных действиях, которые передаются максимально подробно и нередко сопровождаются фотографиями или видео – все это может негативно сказаться на психологическом состоянии и, как следствие, на поведении подрастающего поколения [11].

Ученые считают, что масс-медиа способны конкурировать с родителями и педагогами в качестве не только источника информации, но и источника ролевых моделей для подражания. Сообщения СМИ, взаимодействуя с аудиторией, формируют у людей, особенно у детей и подростков, так как они более подвержены влиянию, разнообразные потребности, интересы и влечения [12]. Становление моделей поведения современной молодежи происходит на основании формирования целей и ценностных ориентиров в процессе социализации, и если до распространения средств масс-медиа ценности, убеждения и цели транслировались в семье, то на современном этапе одним из ключевых факторов социализации выступает информация, распространяемая в СМИ и социальных сетях [13].

Согласно результатам исследования М. МакКомс и Д. Шоу, средства массовой информации, привлекая внимание к тем или иным событиям, формируют в сознании индивида картину мира. Люди получают представление о проблемах и событиях через СМИ и формируют свое представление об окружающем мире, а как утверждают социологи, именно представление об окружающем мире оказывается основой, на которой строится поведение. Это значит, что в определенном смысле нашу реальность создают масс-медиа [14]. Сегодня власть, которой обладает тот или иной человек, определяется уже не количеством собственности, находящейся в его распоряжении, а скорее тем, сколько минут «праймтайма» на телевидении или страниц новостной печати он может заполнить [15].

Современные средства массовой информации, при правильном использовании могут стать отличным помощником власти в успешной реализации государственных программ. С их помощью государство и другие политические субъекты могут не только информировать население о целях и ценностях своей политики, но и формировать определенное настроение общественности по отношению к ним [16].

В связи со всем вышесказанным анализ освещения образования в СМИ представляет интерес по нескольким причинам: 1) медиа является основным источником информации, и их анализ даст нам понимание об информированности населения о новых образовательных программах, учебных заведениях, курсах дополнительного образования и т.д.; 2) имея представление о потоке информации о тех или иных образовательных программах, мы можем говорить об отношении общества к нововведениям; 3) анализ публикаций СМИ может дать лучшее понимание того, почему некоторые направления приобретают большую популярность и какие специальности представляются более престижными для Северо-Осетинского общества и России в целом.

2. Методология

Контент-анализ – это «техника исследования, позволяющая делать надежные и верные выводы из текстов (или любого другого значимого материала) относительно контекстов их использования» [17]. Такой анализ направлен на объективное изучение текстов, исследование социальных процессов, объектов и явлений, которые эти тексты представляют [18]. Основным аналитическим принципом контент-анализа является юнитизация содержания текста «на элементы содержания в

соответствии с принятыми в исследовании единицами анализа» [19] и дальнейшей классификацией этих элементов по соответствующим категориям, которые были разработаны теоретически в программе анализа или созданы эмпирически при предварительном изучении текста.

Существуют три вида контент-анализа: количественный (подсчет частотности слов и словосочетаний), качественный («ручное» кодирование текста) и смешанный. Задача количественного контент-анализа – получить количественную структуру содержания текста. Такой анализ является автоматическим и дает возможность получить самые часто употребляемые слова, словосочетания в тексте. Такой метод лучше подходит для обработки большого количества данных, которое сложно и длительно обрабатывать вручную [20]. Все существующие на данный момент автоматизированные методы анализа далеки от понимания содержания текста. Такие методы исследуют текст как просто группу слов, которые они могут лишь подсчитать [21]. При качественном же контент-анализе фиксируются смысловые элементы содержания, интересующие исследователя.

Контент-анализ обычно состоит из следующих шагов: формирование вопросов исследования; сбор текстов; формирование категорий кодирования; кодирование текстов; анализ полученных данных и их интерпретация [22].

3. Контент-анализ СМИ Северной-Осетии

В данном исследовании проведен контент-анализ новостных сообщений СМИ о дополнительных образовательных программах для школьников. Так как в рамках исследования интерес представляет возможность воздействия СМИ на выбор выпускниками будущей специальности, представляется целесообразным анализировать новостные сообщения не в рамках календарного года, а в рамках учебного (с сентября по июнь). Собраны данные с 2014-2015 по 2018-2019 учебные годы следующих средств массовой информации Республики Северная Осетия-Алания: «15 регион», «Слово», «Основа» и ВГТРК «Алания». Всего собрано 129 публикаций.

При проведении контент-анализа были выбраны следующие категории: математика, физика, робототехника, программирование, гуманитарные науки. В текстах публикаций средств массовой информации помечались единицы текста (в данном случае единицами текста выбраны абзацы), в которых речь шла о том или ином направлении подготовки. Как видно из таблицы 1 общее число публикаций растет, а самыми часто упоминаемыми направлениями являются физика и программирование.

Таблица 1. Количество упоминаний направлений в публикациях с 2014-2015 по 2018-2019 годы.

Направление	Год				
	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019
Математика	9	6	9	8	21
Физика	13	5	8	8	25
Робототехника	6	3	3	3	16
Программирование	10	4	10	15	29
Гуманитарные науки	1	3	0	0	3
Общее число публикаций за год	23	11	18	22	55

Стоит также отметить, что из всех публикаций 49 касается дополнительного образования – это различные кружки, центры развития, технопарки и т.д. В 19 случаях организаторами курсов, выставок для школьников и будущих абитуриентов являются высшие учебные заведения республики; школы – в 21 случае. 36 публикаций касаются конкурсов и олимпиад. Все упоминания гуманитарных наук приходятся на сообщения о награждении победителей конкурсов и олимпиад.

4. Анализ средних баллов выпускников школ и абитуриентов вузов республики

Показателем того, насколько действенными являются организации дополнительного образования и популяризация естественнонаучных направлений, могут служить данные о средних тестовых

баллах ЕГЭ выпускников школ. Итоговые данные за 2020 г. по республике пока, к сожалению, отсутствуют, поэтому на таблице 2 представлены средние баллы с 2015 по 2019 гг.

Из таблицы 2 видно, что по большинству предметов средний балл в целом растет, как по естественнонаучным предметам, так и по гуманитарным. Средний балл по таким гуманитарным предметам, как русский язык, история, обществознание, литература, английский язык растет плавно, без резких скачков. Тогда как средний балл по профильной математике и информатике и ИКТ в 2019 г. вырос на 10 баллов. Произошел достаточно резкий скачок, как и в публикациях в СМИ. Можно говорить о том, что популяризация IT-специальностей, открытие кружков и курсов программирования и математики помогает улучшить средний уровень знаний выпускников школ.

Стоит обратить внимание на средние баллы ЕГЭ по физике. По этому предмету резкий рост баллов отсутствует – они изменяются достаточно плавно, как и по многим гуманитарным предметом. Возможно, это вызвано нехваткой учителей по физике в школах Северной Осетии, о чем часто говорят представители республиканского министерства образования. Эту проблему отмечали еще в 2016 г. [23], остается она и сейчас [24]. Проблему нехватки или же низкого уровня учителей математики и информатики получается решить наличием дополнительного образования, тогда как кружков и курсов именно по физики в республике нет – «Кванториум» и другие подобные системы дополнительного образования занимаются скорее робототехников и инженерией.

Таблица 2. Средние баллы ЕГЭ по предметам РСО-Алания (*балл по базовой математике указаны по пятибалльной шкале).

Предмет	Средний тестовый балл				
	2015	2016	2017	2018	2019
Русский язык	56,5	61	60,2	63,5	63,7
Математика профиль	40,7	42,9	41,9	41,9	51,5
Математика базовая	3,61*	3,8*	3,85*	3,79	3,8*
Физика	42,8	43,4	44,2	44,7	46,5
Химия	48,9	47	44,8	45,5	49,8
Информатика и ИКТ	40,6	41,9	47	42,6	53,7
Биология	45,5	42,9	43,4	47,3	48,1
История	40,8	39,1	42,6	41,4	46,8
География	36,9	32,3	35,5	35,4	37,5
Обществознание	44,6	47	44,8	46,5	47,3
Литература	37,8	43,1	47,5	52,7	48,7
Английский язык	53,4	63	65,2	62,9	68,1

Средний баллы абитуриентов, зачисленных в два крупнейших высших учебных заведения Северной Осетии – Северо-Кавказский горно-металлургический институт (СКГМИ) и Северо-Осетинский государственный университет (СОГУ), – подтверждают эти выводы. В таблицах 3 и 4 отображены средние баллы абитуриентов, зачисленных в вузы, по предметам, представляющим интерес в рамках данного исследования. Средний балл абитуриентов в 2019 г. также увеличивается на 10 баллов по направлениям подготовки, основными экзаменами для которых являются информатика и математика. В эти направления входят следующие специальности вузов:

- 1) Информатика и вычислительная техника: Прикладная математика, Информатика и вычислительная техника, Информационные системы и технологии, Прикладная информатика, Программная инженерия, Применение и эксплуатации автоматизированных систем специального назначения;

- 2) Математика: Математика, Прикладная математика и информатика, Механика и математическое моделирование, Фундаментальная математика и механика, Математика и компьютерные науки, Фундаментальная информатика и информационные технологии, Математическое обеспечение и администрирование информационных систем.

По физике же наблюдаются такие же стабильные средние баллы, заметного скачка в уровне подготовки школьников и абитуриентов не происходит.

Таблица 3. Средние баллы абитуриентов, зачисленных в СОГУ, на бюджетные и платные места.

Направление подготовки	2015		2016		2017		2018		2019	
	б	пл	б	пл	б	пл	б	пл	б	пл
Информатика и вычислительная техника	58.1	-	51.3	-	50.7	-	50.3	-	67.4	53.7
Математика	56.5	-	55.6	-	53.2	-	56.8	41.6	67.7	50.4
Физика	57.7	-	50.8	-	51.7	-	51.5	-	54.2	39.7

Таблица 4. Средние баллы абитуриентов, зачисленных в СКГМИ, на бюджетные и платные места.

Направление подготовки	2015		2016		2017		2018		2019	
	б	пл	б	пл	б	пл	б	пл	б	пл
Информатика и вычислительная техника	57.5	-	55.5	-	56.6	-	59.9	-	56.8	45.7
Электронная техника, радиотехника и связь	51.1	-	50.7	-	49.2	-	50.5	38.3	53.8	39.1

Заключение

Очевидно наметившееся изменение престижности направлений обучения. Если еще несколько лет назад самой большой популярностью пользовались экономический и юридический факультет, а конкурс на естественнонаучные специальности вузов Северной Осетии был невысоким, то в последние годы можно говорить о возрастающей популярности IT-специальностей, физики и математики. Открытие «Кванториумов» и других мест для обучения школьников способствует росту интереса к этим специальностям. Освещение же таких центров развития и кружков в средствах массовой информации способствует еще большему интересу и популяризации естественнонаучных направлений.

Как показывают результаты проведенного исследования, с увеличением числа публикаций образовательного характера в год, повышаются и средние результаты выпускников школ РСО-Алании по ЕГЭ. Безусловно, это нельзя назвать прямой зависимостью, на результаты ЕГЭ оказывает влияние скорее сам факт большего внимания к естественнонаучным предметам и помощь школьникам в освоении цифровых технологий. Однако освещение дополнительного образования приводит к большему узнаванию о подобных кружках, конкурсах и способствует их популяризации.

Совершенно точно можно сказать, что СМИ оказывают влияние на школьников, на их мировоззрение, поведение и, конечно, выбор будущей профессии. На сегодняшний день СМИ и социальные сети являются мощным инструментом влияния на общество. При неправильном использовании это влияние может оказаться негативным и привести к неблагоприятным последствиям. Однако при правильном использовании это влияние может стать отличным помощником в эффективной реализации государственных программ, в частности популяризации тех или иных направлений обучения и увеличению числа квалифицированных специалистов в различных областях.

Стоит также отметить, что пандемия коронавируса и связанные с ней ограничительные меры внесли свои коррективы во все сферы человеческой жизни включая образование, потребление информации и рынок труда. Это, безусловно, отразилось и на роли СМИ в популяризации направлений обучения. Именно поэтому в дальнейшем представляется интересным исследовать публикации СМИ о рынке труда и перспективных направлениях обучения, а также рейтинг популярных направлений обучения до пандемии, во время и после нее.

Литература

1. Путин: формирование цифровой экономики – вопрос нацбезопасности РФ URL: <https://tass.ru/ekonomika/4389411>
2. Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2024 года (утверждены Правительством Российской Федерации 29 сентября 2018 г.). Пункт 2.1. «Цифровая экономика Российской Федерации». URL: <http://government.ru/news/34168/>
3. Национальный проект «Образование». URL: <https://xn--80aapampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/projects/obrazovanie>
4. DIGITAL 2021: The Russian Federation. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-russian-federation>
5. Новое поколение интернет-пользователей: исследование привычек и поведения российской молодежи онлайн. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/consumer-insights/consumer-trends/novoe-pokolenie-internet-polzovatelei-issledovanie-privyчек-i-povedeniia-rossiiskoi-molodezhi-onlain/>
6. Эксперты: почти 80% молодежи в РФ проводит в интернете более четырех часов в день. URL: <https://tass.ru/obschestvo/5797509>
7. Жизнь онлайн: потребление, пользование, развлечения. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zhizn-onlain-potreblenie-polzovanie-razvlechenija>
8. В.А. Ермаков, Ю.В. Бажданова. Влияние средств массовой информации на формирование профессиональных иллюзий студентов. Журнал «Интерактивная наука». 2016. № 9, С. 56-59.
9. Браун Дженингз, Томпсон Сьюзан. Основы воздействия СМИ / пер. с англ. М.: Вильямс, 2004. 432 с. С. 51.
10. Ричард Харрис. Психология массовых коммуникаций. 4-е международное издание-М.: Олма-Пресс, 2002.
11. Карпова М.К. Роль СМИ в трансформации социокультурных ценностей современной молодежи. Электронный научный журнал «Наука. Общество. Государство». 2019. Т. 7. № 2.
12. Шепелева Е. В. Значение средств массовой информации в процессе самоопределения старшеклассника. Известия ПГПУ. 2008. № 7 (11). С. 161-163.
13. Ефимов. И. С. Влияние массмедиа на формирование моделей поведения молодежи. Социология и право. 2017. № 4 (38). С. 73-78.
14. Maxwell McCombs, Donald L. Shaw. The agenda-setting function of mass-media // Public Opinion Quarterly, 1972, vol. 36.
15. Рашкофф Д. Медиавирус. Как поп-культура воздействует на ваше сознание. М.: У-Фактория, 2003 г. 6 с.
16. Харламова Ю. О. СМИ как инструмент реализации государственной политики. Научно-политический журнал «Власть». 2012. № 8. 41-45 с.
17. Krippendorff K. Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. Thousand Oaks, CA: SAGE, 2004. 2nd edition. P. 18.
18. Федотова Л.Н. Анализ содержания – социологический метод изучения средств массовой коммуникации. М.: Институт социологии РАН, 2001. 202 с.
19. Гаршис Е. Я. Контент-анализ: Принципы методологии. (Построение теоретической базы. Онтология, аналитика и феноменология текста. Программы исследования). Изд. 2-е, стереотип. М.: ЛЕНАНД, 2018. 176 с.
20. Олейник А. Н. Контент-анализ больших качественных данных // International Journal of Open Information Technologies. 2019. Vol. 7. No. 10. Pp. 36-49.
21. Brantner, C., Pfeffer, J. (2019). Content analysis of Twitter: Big data, big studies. The Routledge Handbook to Developments in Digital Journalism Studies (pp. 79–92).

22. Seth C. Lewis , Rodrigo Zamith & Alfred Hermida (2013) Content Analysis in an Era of Big Data: A Hybrid Approach to Computational and Manual Methods, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57:1, 34-52.
23. В школах Северной Осетии не хватает учителей физики и математики. URL:
<https://tass.ru/obschestvo/3773394>
24. В Северной-Осетии Алании не хватает учителей химии, математики, физики URL:
<https://kavkaz.versia.ru/v-severnoj-osetii-alanii-ne-xvataet-uchitelej-ximii-matematiki-i-fiziki>

THE ROLE OF MASS MEDIA IN THE POPULARIZATION OF NATURAL SCIENCES IN EDUCATION (CASE OF REPUBLIC OF NORTH OSSETIA – ALANIA)

Surkhaeva, Kristina Vadimovna

*Youth newspaper of RSO – Alania “Slovo”, correspondent
Vladikavkaz, Russian Federation
surchik0309@yandex.ru*

Gabaraeva, Marina Ruslanovna

*Vladikavkaz Scientific Center of the Russian Academy of Sciences, Laboratory of applied sociology and conflictology, junior researcher
Vladikavkaz, Russian Federation
mariina95@yandex.ru*

Abstract

Modern society faces important social, economic, scientific and other challenges. However, to solve them, we need qualified specialists, in which there is an acute shortage in Russia. The mass media, as one of the main tools for influencing society, play a key role in popularizing certain areas of education and thereby contribute to increasing the number of qualified specialists in various fields. The article examines the relationship between the number of publications in the media on the topic of technical education and the growing interest in natural science areas of study among university applicants of the Republic of North Ossetia-Alania in 2014-2019.

Keywords

mass media; education; content analysis; media influence

References

1. Putin: formirovaniye tsifrovoy ekonomiki – vopros natsbezopasnosti RF URL: <https://tass.ru/ekonomika/4389411>
2. Osnovnyye napravleniya deyatel'nosti Pravitel'stva Rossiyskoy Federatsii na period do 2024 goda (utverzhdeny Pravitel'stvom Rossiyskoy Federatsii 29 sentyabrya 2018 g.). Punkt 2.1. “Tsifrovaya ekonomika Rossiyskoy Federatsii”. URL: <http://government.ru/news/34168/>
3. Natsional'nyy proyekt “Obrazovaniye”. URL: <https://xn--80aapampemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/projects/obrazovanie>
4. DIGITAL 2021: The Russian Federation. URL: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-russian-federation>
5. Novoye pokoleniye internet-pol'zovateley: issledovaniye privyчек i povedeniya rossiyskoy molodezhi onlayn. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/consumer-insights/consumer-trends/novoe-pokolenie-internet-polzovatelei-issledovanie-privyчек-i-povedeniia-rossiiskoi-molodezhi-onlain/>
6. Eksperty: pochti 80% molodezhi v RF provodit v internete boleye chetyrekh chasov v den'. URL: <https://tass.ru/obschestvo/5797509>
7. Zhizn' onlayn: potrebleniye, pol'zovaniye, razvlecheniya. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/zhizn-onlain-potrebleniye-polzovanie-razvlecheniya>
8. V.A. Yermakov, Yu.V. Bazhdanova. Vliyaniye sredstv massovoy informatsii na formirovaniye professional'nykh illyuziy studentov. Zhurnal “Interaktivnaya nauka”. 2016. № 9. S. 56-59.
9. Brayant Dzheningz, Tompson S'yuzan. Osnovy vozdeystviya SMI / per. s angl. M.: Vil'yame, 2004. 432 s. S. 51.
10. Richard Kharris. Psikhologiya massovykh kommunikatsiy. 4-ye mezhdunarodnoye izdaniye. M.: Olma-Press, 2002.
11. Karpova M.K. Rol' SMI v transformatsii sotsiokul'turnykh tsennostey sovremennoy molodezhi. Elektronnyy nauchnyy zhurnal “Nauka. Obschestvo. Gosudarstvo”. 2019. T. 7. № 2.

12. Shepeleva E.V. Znachenije sredstv massovoy informatsii v protsesse samoopredeleniya starsheklassnika. Izvestiya PGPU. 2008. № 7 (11), S. 161-163.
13. Efimov. I.S. Vliyaniye massmedia na formirovaniye modeley povedeniya molodezhi. Sotsiologiya i pravo. 2017. № 4 (38), S. 73-78.
14. Maxwell McCombs, Donald L. Shaw. The agenda-setting function of mass-media // Public Opinion Quarterly, 1972, vol. 36.
15. Rashkoff D. Mediavirus. Kak pop-kul'tura vozdeystvuyet na vashe soznaniye. M.: U-Faktoriya, 2003 g. 6 s.
16. Kharlamova Yu.O. SMI kak instrument realizatsii gosudarstvennoy politiki. Nauchno-politicheskiy zhurnal "Vlast'". 2012. № 8. S. 41-45
17. Krippendorff K. Content Analysis: An Introduction to Its Methodology. Thousand Oaks, CA: SAGE, 2004. 2nd edition. R. 18.
18. Fedotova L.N. Analiz sodержaniya – sotsiologicheskii metod izucheniya sredstv massovoy kommunikatsii. M.: Institut sotsiologii RAN, 2001. 202 s.
19. Tarshis E.Ya. Kontent-analiz: Printsipy metodologii. (Postroyeniye teoreticheskoy bazy. Ontologiya, analitika i fenomenologiya teksta. Programmy issledovaniya). Izd. 2-ye, stereotip. M.: LENAND, 2018. 176 s.
20. Oleynik A.N. Kontent-analiz bol'shikh kachestvennykh dannykh // International Journal of Open Information Technologies. vol. 7, no.10, 2019. S. 36-49.
21. Brantner, C., Pfeffer, J. (2019). Content analysis of Twitter: Big data, big studies. The Routledge Handbook to Developments in Digital Journalism Studies (pp. 79-92).
22. Seth C. Lewis , Rodrigo Zamith & Alfred Hermida (2013) Content Analysis in an Era of Big Data: A Hybrid Approach to Computational and Manual Methods, Journal of Broadcasting & Electronic Media, 57:1, 34-52.
23. V shkolakh Severnoy Osetii ne khvatayet uchiteley fiziki i matematiki. URL: <https://tass.ru/obshchestvo/3773394>
24. V Severnoy Osetii – Alanii ne khvatayet uchiteley khimii, matematiki, fiziki URL: <https://kavkaz.versia.ru/v-severnoj-osetii-alanii-ne-xvataet-uchitelej-ximii-matematiki-i-fiziki>