

**УДК 316.37:303.422(303.824)**

**Л. Л. Юзва**, канд. соціол. наук

*Київський національний університет ім. Тараса Шевченка*

## **ОБРАЗ "СИЛЬНИХ СВІТУ ЦЬОГО": МЕТОДОЛОГІЯ ТА РЕЗУЛЬТАТИ ЕМПІРИЧНОГО КОНТЕНТ-АНАЛІТИЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ**

***Люди не народжуються,  
а стають тими, ким вони є.  
Давня мудрість***

Сконструйовано та проаналізовано образ "сильних світу цього" за певними показниками (соціально-демографічна ознака, стать, раса, стан здоров'я, освіта, сімейний стан, кількість дітей, вид діяльності, вік, сексуальна орієнтація, хобі, титули та звання), що були отримані в результаті емпіричного контент-аналітичного дослідження.

**Ключові слова:** контент-аналіз, методологія, традиційний аналіз, біографія, образ, емпіричне дослідження.

Сучасний світ можна сміливо називати visual-світом. Усе більше людей не зважають на основний текст друкованого видання, а лише гортають його, переглядають зображення і читають заголовки. Зображення сьогодні повсюди. Нас оточує реклама на велетенських бордах, зі стін будинків до нас "кричать" графіті, а з вікон кіосків преси нас беруть у полон сотні глянцевого видань. Саме глянець став найпопулярнішим серед друкованого матеріалу і продовжує свою переможну ходу. Розмаїття тем, які він нам пропонує, неймовірно картате. Але справа не в тому, про що хочуть повідомити нам глянцеви щомісячники, щотижневики і т. ін., а в тому, що вони впливають на масову свідомість. Сьогодні ні для кого цей факт не є таємницею. Водночас для науковця ці видання є полем, на якому можна назбирати латентну інформацію. Оскільки одним з найпопулярніших напрямів подібних видань є життєписи, а за оцінками психологів, у глянцевого видання показані ілюстровані взірці (візуалізація прагнень) [1], то виникає зацікавлення – які ж саме образи (а водночас і сенси [2]) пропонуються (чи то пропагуються?) сучасному читачеві? Фактично саме в цьому і полягає **науковий інтерес** (проблема): щоб виявити латентні характеристики (ознаки, риси і т. п.) персоналій, що подаються нам сучасними ЗМІ, їхня біографія варта особливої уваги, адже даним особам приписується статус "сильних світу цього". Гіпотетично можемо при-

пустити, що дані персоналії мають такі риси, на які варто "рівнятись", аби досягти в житті висот, чого прагне більшість людства.

Серед соціологів радянських часів, які займалися окремими питаннями використання автобіографій як особистісних документів, відомі І. Сандомирська, Л. Маркус, В. Журавльов, Н. Козлова, Є. Мещеркіна. Життєвий шлях особистості досліджували Є. Головаха, Л. Сохань, Н. Паніна, Є. Злобіна та інші, вони приділяли увагу деяким особливостям вивчення біографій. Основні якісні методи аналізу біографічних матеріалів були запропоновані А. Штраусом, Б. Глейзером, Дж. Корбінім, Н. Дензінім, Л. Ньюманом. Серед вітчизняних соціологів, які досліджували автобіографії якісними методами, слід назвати Л. Сокурянську та Л. Скокову.

**Об'єктом дослідження** є образ персоналії, якій надається статус "сильний світу цього". *Емпіричний об'єкт* – біографії відомих осіб, викладені в статтях сучасного глянцевого видання (у рубриці "Сильні світу цього" видання "Viva! Біографія" за період 06.2008–06.2009 рр.).

**Предмет дослідження** – основні характеристики образу особи, якій надається статус "сильний світу цього".

Таким чином, *мета* даного дослідження – виявлення характеристик образу "сильних світу цього" та їх узагальнення. *Завданнями*, які необхідно розв'язати для досягнення мети, є такі: застосувати контент-аналіз до текстів біографій та фотозображень; проаналізувати результати контент-аналізу текстів біографій та фотозображень; надати узагальнений опис образу "сильних світу цього".

**Методом дослідження** виступатиме контент-аналіз, який давно визнано найоптимальнішим методом у дослідженнях такого типу.

**Обґрунтування джерел, що використовуватимуться.** Відомим є факт, що найчастіше за все об'єктами контент-аналізу є засоби масової інформації<sup>1</sup>: повідомлення газет або транскрипти теле- та радіопередач, фільмів, публічних виступів, громадських та особистих документів, соціологічних інтерв'ю, відповідей на відкриті запитання анкет тощо. Очевидно, подібна ситуація зумовлена історично, оскільки перші контент-аналітичні дослідження проводилися саме для періодичних видань, зокрема, досліджувались газетні повідомлення<sup>2</sup>. Проте не менш популярними об'єктами контент-аналітичного вивчення є і біографічний тип документів (мемуари, біографії, автобіографії, есе, листи, щоденники, записники, автобіографічні нотатки, літературні портрети, біографічні статті та ін.). Кожен з цих різновидів біографічного матеріалу має свої особливості та специфіку. До того ж, сучасна ситуація щодо

<sup>1</sup> Хоча об'єктами в контент-аналітичному дослідженні можуть бути найрізноманітніші джерела, наприклад, заяви політичних діячів, програми партій, правові акти, рекламні та пропагандистські матеріали, історичні джерела, літературні твори та ін.

<sup>2</sup> Перші контент-аналітичні дослідження датують кінцем XIX ст. У 1881–1883 рр. Дж. Спід вивчав динаміку змісту саме газет.

технічного прогресу призводить до постійного поповнення подібної класифікації, оскільки завдяки лише Інтернету сьогодні з'являються абсолютно нові форми документальної інформації, текстових повідомлень. Так, щоденник уже не має однозначного тлумачення як неофіційний документ особистого характеру, де особа описує певні дні свого життя, адже у віртуальному середовищі з'явилися такі його аналоги, як блоги, кожен з яких (залежно від сайту й т. п.) має свою структуру, специфічні характеристики та особливості. Дослідження будь-якого з різновидів біографічного матеріалу є потенційно цікавим з наукової точки зору, оскільки відкриває необмежене предметне поле для вивчення та аналізу.

Таким чином, існують різні типи біографічних статей. Повертаючись до безперервного зацікавлення повідомленнями ЗМІ в межах контент-аналітичних досліджень, зазначимо, що виявляється доцільним зосередити дослідницьку увагу на одному з таких типів, а саме – на біографіях, які представлені в сучасних глянцеvih виданнях. Саме такий різновид біографічного матеріалу є, з одного боку, надзвичайно популярним у сучасного споживача продукції ЗМІ, з іншого – зручним для будь-якого аналізу, зокрема й наукового, насамперед завдяки своїй доступності. Так, коли досліднику необхідна інформація щодо біографічних даних відомих людей, йому не завжди вдається застосувати такі соціологічні методи, як інтерв'ю (наприклад, глибинне), або отримати доступ до особистих документів (зокрема, родинних архівів). Інше питання – якою є достовірність інформації, представленій у глянцеvih виданнях. Як відомо, достовірність будь-яких неофіційних документів є нижчою, ніж офіційних. Проте вони широко використовуються в контент-аналітичних дослідженнях, в яких при відборі джерела або повідомлення не ставиться умова обов'язкової достовірності інформації, представленій в ньому. Зазвичай надається інформація лише щодо рівня (ступеня) достовірності. У широкому розумінні цієї проблеми можна стверджувати про актуальність проблеми достовірності будь-якого з існуючих документів загалом. Також варто згадати про те, що журналіст несе правову відповідальність за достовірність викладеної ним інформації, тому в ідеалі він повинен всебічно та неодноразово (за потреби) перевіряти факти, дані тощо, з якими працює.

Оскільки сьогодні існує багато глянцеvih видань і їх зміст досить однотипний (вони містять статті про моду, здоров'я, інтерв'ю про особисте життя та біографії відомих людей), то вибір одного або кількох з них виявляється неоднозначним завданням. При цьому варто дотримуватися ланцюжка логічних гіпотетичних уявлень, а саме:

- кожне з видань має назву, яка відображає загальну спрямованість джерела;
- залежно від цієї спрямованості в окремих статтях робляться відповідні акценти.

Тому недоцільним було б обрання глянцевого видання, які мають вузько конкретизовану назву "Здоров'я", "Моя родина", "Караван", "Вона" і т. п. До того ж серед усього обсягу сучасних глянцевого видання існує журнал з тематично відповідною меті нашого дослідження назвою "Viva! Біографія"<sup>3</sup>, періодичність виходу якого – раз на місяць. Усі статті та інтерв'ю в ньому саме біографічні.

Однак у межах контент-аналітичного дослідження недостатньо навести "описове" обґрунтування джерел, що використовуються. Обґрунтування має бути науковим, із застосуванням певних наукових методів. Найбільш доцільним у даному разі є неформалізований аналіз документів, а саме – традиційний.

При цьому дослідник повинен з'ясувати ряд питань, які стосуються зовнішнього аналізу документів і внутрішнього аналізу змісту документів. Результатом такого аналізу є повна структурна картина змісту джерел, що досліджуються.

Традиційний аналіз видання "Viva! Біографія" представлено у табл. 1. Необхідно навести деякі уточнення щодо форми та виду джерела. Документ є:

- офіційним, оскільки повідомлення ЗМІ розглядаються як офіційні заяви, що мають протокольний характер;
- неспровокованим, тобто таким джерелом інформації, яке функціонує в суспільстві безвідносно до дослідження, що проводиться; складається не на вимогу дослідника, а генерується суспільством;
- письмовим (друкованим), тобто тексти на будь-якому носії виконані з використанням письмових знакових символів (у даному випадку – глянцева паперове друковане видання), та водночас іконографічним – документ, який містить відеоряд – фото, малюнки, зображення тощо.

Також у межах обґрунтування джерел, що використовуються, окремо необхідно розглянути питання надійності. Для підвищення надійності результатів дослідження необхідно брати різні джерела. Однак з цією позицією варто посперечатись, оскільки завжди існує залежність власне від предмета дослідження. При аналізі документів враховується стилістика, жанр, "почерк" автора і т. п. Тому абсолютно обґрунтованою є ситуація, коли доцільно досліджувати саме однотипні за максимальною кількістю ознак джерела.

Сучасні популярні журнали зазвичай містять такі жанри: інтерв'ю, нарис, репортаж, есе, оглядова, аналітична, рекламна стаття і т. ін. Однак не варто використовувати таку детальну класифікацію в межах контент-аналітичного дослідження.

<sup>3</sup> Мовою оригіналу – "Viva! Биография". Журнал зареєстрований 07.07.2005. Свідоцтво про реєстрацію КВ 10038. 03150, Київ – 150, а/я № 543.

Таблиця 1

Традиційний аналіз видання "Viva! Біографія"

	Основа класифікації за статусом документального джерела	Вид	Особливості
1. Що являє собою документ (його вид, форма)?	за мотивами створення документа	офіційне джерело	Можуть бути джерелом інформації у соціологічних дослідженнях, оскільки офіційно протоколюють події та процеси. Забезпечують легтимність позицій, надають їм офіційного статусу. Емоційний фон хоча і присутній, однак він порівняно незначний.
	за носієм інформації	неспророковане документальне джерело	Документи протоколюють події, процеси, думки людей, що стосуються предметної царини дослідження, водночас не залежать від волі дослідника.
2. Який його контекст?		письмовий документ (друкований)	Має семантичну та лінгвістичну структуру. Текст подається колонками.
3. Хто його автор?		іконографічний документ	Містить ілюзійно присутності читача під час подій, що відбуваються. Дозволяє максимально наблизити реципієнта до емоційних фактів.
4. Яка мета створення?	Сучасне глянцеве видання України. Випускається з 2005 року. Має аналогію в інших країнах.		
5. Яка надійність документа?	Група авторів. Кожна окрема стаття є авторською. Головний редактор М. Макаревич. Основна мета – комерційна. Другорядні – ознайомлення споживача з інформацією; створення способу проведення вільного часу в процесі читання. Джерело є неспророкованим, офіційним, тому можна вважати його надійним. Правдивість інформації є високою. Щирість авторів тощо.		
	Позиції, за якими оцінюється достовірність		Ступінь достовірності документа
6. Яка достовірність зафіксованих у ньому даних?	Статус документального джерела	Інформація, наведена в джерелі, є вторинною, тому її достовірність, відповідно, не може претендувати на найвищий рівень.	Інформація, наведена в джерелі, є вторинною, тому її достовірність, відповідно, не може претендувати на найвищий рівень.
	Наявність процедури контролю		Оскільки дослідник може перевірити зміст повідомлень в інших джерелах, то достовірність документальної інформації є високою.
	Відсутність фактальної інформації		У статтях автор відверто висловлює свою позицію у вступному слові. Зміст статті складається з життєвих фактів. Оскільки стаття журналістська, то їй притаманна емоційна компонента. Таким чином, достовірність є високою, але з урахуванням похибки на позицію автора.
	Мотиви створення документів		Зміст повідомлень не зачіпає інтересів автора, тому документи є достовірними.
7. Яка суспільна дія, суспільний резонанс документа?	Умови створення документа	Відомості про умови створення документа не є доступною інформацією.	
8. Який фактичний зміст документа?		Документ знайомить читача з історичними фактами біографій відомих політиків, суспільних діячів, науковців, митців та ін.	
9. Які висновки можна зробити щодо автора документа?		Статті та інтерв'ю біографічного характеру. Також документ містить рекламні повідомлення, гороскопи, статті туристичного характеру та офіційну інформацію про видання.	
		Єдиний автор відсутній. Автори видання є журналістами, серед них представлені як жінки, так і чоловіки. Публікації російською мовою.	

У найширшому розумінні важливим є текст, виконаний у публіцистичному стилі чи у формі "запитання – відповідь" (мається на увазі інтерв'ю). Адже для дослідження інтерв'ю доцільніше використовувати такий метод, як інтент-аналіз, тоді як у контент-аналітичному дослідженні краще<sup>4</sup> працювати із "суцільним" текстом. Але це вже є не питаннями обґрунтування джерела інформації, а, скоріше, питаннями, які стосуються вибірки контент-аналітичного дослідження.

**Вибірка.** У контент-аналітичних аналізах інформації, що надається ЗМІ, найчастіше використовують суцільну або багатоступеневу вибірку текстів, як і в нашому дослідженні, яке в цілому базується на теоретичній вибірці. Відповідно, репрезентативність обґрунтовується не однаковою ймовірністю потрапляння всіх елементів генеральної сукупності до вибірки, а ретельним відбором одиничних випадків, що відповідають заданим критеріям.

На першому кроці, згідно з попереднім аналізом, здійсненим у межах обґрунтування джерел, що використовуються, відбирається друковане видання "Viva! Біографія", яке найбільш точно репрезентує біографічні факти відомих осіб. Його загальною ідеєю є виклад біографічного матеріалу. Те, що обирається одне джерело, є перевагою даного дослідження, оскільки інтерпретуватимуться приблизно однакові за обсягом інформаційні потоки.

Наступна сходинка вибірки – це формування сукупності повідомлень обраного джерела. Насамперед, встановлюються часові межі, що є стандартною процедурою при формуванні вибірки в контент-аналітичних дослідженнях повідомлень ЗМІ. Аналізуватимуться повідомлення з № 6 (22) по № 6 (33) за період з червня 2008 р. по червень 2009 р.<sup>5</sup>

На цьому кроці виникають певні суперечності. Оскільки всі<sup>6</sup> публікації даного видання за своєю суттю є біографічним матеріалом, то одним з логічних шляхів формування вибіркової сукупності може бути їх кодування і, наприклад, випадковий відбір, з урахуванням місяця виходу примірника, за таблицею випадкових чисел певної їх кількості, попередньо розрахованої за відповідною формулою. Проте цей шлях не може бути реалізований з ряду логічних аналітичних міркувань, що ґрунтуються на предметному полі дослідження. По-перше, як уже зазначалось, об'єкти мають бути за жанром статтями, нарисами (есе, якщо бути максимально точними), тому певна частина публікацій автоматично не потрапляє до вибірки, оскільки вони за жанром – інтерв'ю. Таким чином, з масиву випадають цілі рубрики біографічного спрямування, такі як "Душевна роз-

<sup>4</sup> Не лише з позиції зручності для дослідника. Розмова, інтерв'ю – це завжди набір інтенцій, прихованих мотивів і т. ін., які з великою ймовірністю можуть бути предметом дослідження і, відповідно, зумовлювати метод.

<sup>5</sup> Аналіз джерел за рік також є стандартом формування вибірки у контент-аналітичному дослідженні повідомлень ЗМІ.

<sup>6</sup> Крім публікацій у "додаткових" рубриках, таких як "Гороскоп" та ін.

мова", всі публікації якої є інтерв'ю. По-друге, оскільки предметом дослідження є образ "сильних світу цього", то коло уваги звужується до відповідної рубрики: "Сильні світу цього".

Тобто, застосовується спрямований відбір, який ґрунтується на канонах теоретичної вибірки. Таким чином, генеральну сукупність складатимуть статті (нарис) рубрики "Сильні світу цього"<sup>7</sup>, що найбільш точно репрезентують тематику предмета дослідження. Такий спосіб відбору характерний для інтенсивної вибірки як однієї з моделей теоретичної. У межах рубрики використовуватиметься суцільний відбір.

Таке визначення генеральної сукупності може видатись очевидним і таким, що не потребувало попередніх додаткових міркувань. Однак варто цьому заперечити, оскільки детальний, логічний, поетапний опис формування генеральної та вибіркової сукупностей є обов'язковим елементом наукового дослідження, зокрема соціологічного. Подібний опис вибірки дозволяє вести мову про відсутність ще однієї з типових помилок аналізу документів у соціологічному дослідженні.

Генеральна сукупність включає річний період, і видання має періодичність виходу раз на місяць. Отже, логічним висновком є те, що вона повинна становити 12 статей. Проте рубрика "Сильні світу цього" містить 11 публікацій протягом 2009 р., оскільки у травневому номері цей розділ відсутній. Таким чином, основа вибірки складатиме 11 публікацій.

Варто відзначити, що до вибіркової сукупності потрапляє публікація з № 11 (27), незважаючи на те, що за жанром це – інтерв'ю. Такий виняток робиться лише для однієї публікації, щоб не зменшувати обсяг вибірки. Доведеться виключити публікацію з № 7 (23) внаслідок того, що матеріал, представлений у ній, містить архаїчні терміни, події і т. п. і його неможливо закодувати разом з сучасними текстами. Отже, вибірку сукупність складатимуть 10 однотипних публікацій.

**Інструментарій дослідження.** В дослідженні було використано кодифікатор, що містив 22 категорії<sup>8</sup> та набір субкатегорій<sup>9</sup> до них (див. табл. 2).

Фіксація одиниць рахунку відбувалась у кодувальному бланку (див. табл. 3).

Відповідно подальші розрахунки здійснювались в межах кожної окремої категорії (див. табл. 4).

<sup>7</sup> Ця рубрика була обрана для аналізу тому, що вона має найбільше наповнення.

<sup>8</sup> Такі як Стать, Вік, Колір шкіри, Орієнтація, Соціальне походження, Статки, Освіта, Дисципліни, Шлюб, Шкідливі звички, Діти, Батьківщина, Країна проживання, Хобі, Рід діяльності, Титули (звання), Здоров'я, Епоха, Релігія, Судові справи, Превентивні дії, Характер.

<sup>9</sup> В окремих випадках і субсубкатегорій.

Таблиця 2

Фрагмент інструментарію (кодіфікатора) дослідження

Категорія	Код	Код	Субкатегорія	Субсубкатегорія		N	
шлюб	9	9.01	Сімейний стан	вдівство			
				неодружений/незаміжня			
				одружений/заміжня	Код	Кількість шлюбів	N
					9.01.1		1
					9.01.2		2
		9.01.3			3		
		9.01.4	понад 10				
		9.01.5	невідомо				
		9.02	громадянський шлюб	9.02.1		1	
		9.03	Рівність осіб у шлюбі	9.03.1	рівний		
				9.03.2	нерівний (мезальянс)		
				9.03.3	невідомо		
		9.04	Зради	9.04.1	чоловіка/дружини		
				9.04.2	власні		
		9.05	Коханці	9.05.1	коханці		
9.05.2	проститутки						

Таблиця 3

Фрагмент кодувального бланка дослідження

Код	Код	Субкатегорії	A1 <sup>10</sup>	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	...	
01	01.1		1		1			1	1	1	1	1	...	
	01.2			1		1	1						...	
02	02.1	02.1.1			1			1	1				...	
		02.1.2		1		1	1				1		...	
		02.1.3	1								1		1	...
		02.1.4												...
	02.2	02.2.1												...
		02.2.2			1			1						...
		02.2.3	1						1		1		1	...
		02.2.4	02.2.4-1				1				1			
02.2.4-2				1							1		...	

<sup>10</sup> Коди для одиниць аналізу.



Таблиця 4

## Кодування та аналітичне групування для категорії "Хобі особи"

	Далай-Лама	Кондоліза Райс	Ернесто Че Гевара	Беате Узе	Заха Хадід	Клаус Хіпп	Ів Сен-Лоран	Карл XVI	Джон Кеннеді	Абдулла II		Σ
ремонт годинників	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	специфічне	1
собаки	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	кінологічне	2
американський футбол	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	спортивне	4
теніс	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-		
підводні занурення	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-		
гольф	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	мистецьке	2
картини	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-		
фортепіанні концерти	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-		
Σ											9	

З табл. 4 ми можемо бачити, що, наприклад, група хобі, яка відноситься до мистецького напрямку, отримує 22%<sup>11</sup>.

**Статус дослідження.** Власне, дослідження є пілотажним. Його результати показали недостатню наповненість субкатегорій, тобто необхідність збільшення обсягу вибірки. Однак вагомим методичним результатом стала розробка кодифікатора, який може виступати базовим для подібного роду досліджень.

**Аналіз результатів дослідження**

**Походження.** "Усі ми родом з дитинства"... Відома фраза. Справді, всі родом з дитинства, але дитинство у всіх різне. Люди народжуються в родинах з різними соціальним становищем, кількістю дітей, релігійною належністю батьків тощо. Тому перше, що варто розглянути відносно досліджуваних осіб, – це соціальне становище батьківської родини. Оскільки в публікаціях спостерігалось значне розшарування щодо походження "сильних світу цього", то доцільним виявилось застосувати аналітичне групування на основі методу узагальнення, для якого за основу було взято марксистський розподіл

<sup>11</sup> Розрахунки здійснюються на основі складання простих пропорцій.

9 – 100%

2 – x%

$X = 2 * 100 / 9 \approx 22\%$

на класи. В результаті виявляється, що "сильні світу цього" переважно вже з дитинства мають "високий старт", оскільки походять з родин, які належать до еліти суспільства та вищого класу (50%), а також до середнього класу (30%). До нижчого класу належить порівняно менша частка (20%).

Важливим показником є також кількість дітей у родині. Оскільки те, чи народилася людина в багатодітній родині, чи була єдиною дитиною, часто впливає на "показники" майбутнього життя в суспільстві. Можемо констатувати, що значна частка "сильних світу цього" походить з багатодітних родин. Цей факт, з одного боку, заперечує поширені в суспільстві уявлення, що дітям у багатодітних родинах важче повноцінно розвиватись, а з іншого – підтверджує теорію про те, що діти з багатодітних родин живуть у стані постійного суперництва і внаслідок цього мають більші досягнення в дорослому житті.

Водночас цікаво проаналізувати співвідношення кількості дітей у родині "сильних світу цього" та кількості дітей у їхніх батьківських родинах. Тут маємо відмітити певний казус. З одного боку, "сильні світу цього", які походять з багатодітних родин, теж створюють багатодітні сім'ї (50%), з іншого – разуючою є частка бездітних "сильних світу цього" (40%). Даний факт можна пояснити тим, що люди, яких віднесено до "сильних світу цього", внаслідок тотального захоплення своєю діяльністю часто не реалізують себе в родині, зокрема в такому її сегменті, як батьківство (народження дітей).

**Соціально-демографічні ознаки.** Загальновідомо, що кожна соціологічна анкета містить так званий демографічний блок, де зазначаються основні соціально-демографічні ознаки особи. Тексти публікацій теж дають можливість проаналізувати образи "сильних світу цього" за рядом соціально-демографічних ознак, першою з яких є стать. Розподіл за даною ознакою в дослідженні – поле для обговорення фахівців, які займаються гендерною проблематикою. Тут переважає чоловіча стать (70%). Важко однозначно проаналізувати цей факт, оскільки відбір персоналій пов'язаний, насамперед, з вибором видавництва (редакторів і т. п.). Водночас він все-таки може відображати загальну тенденцію, зокрема сучасного суспільства, коли найвищі суспільні щаблі посідають саме чоловіки. Фахівці з гендерної проблематики, найбільш імовірно, стверджували б саме так.

Наступною ознакою є вік. Розшарування показників за віком передбачало аналітичне групування для подальшого аналізу, внаслідок якого можемо констатувати, що найбільшої частки (40%) осіб, яких віднесено до "сильних світу цього", вже немає серед живих. Недаремно таких людей часто називають легендами, надаючи їм цього статусу вже після їх смерті. У розподілі відсутні діти, юні та молоді люди. Отже, статус "сильні світу цього" вимагає не лише відповідного походження, але й власних значних досягнень. Це підтверджує частка зрілих (30%) та літніх (20%) людей, що в сумі становить 50%.

Цікавою для аналізу є також інформація про те, в якому віці особа стала відомою (дістала статус "сильний світу цього"). Цей розподіл фактично заперечує попереднє твердження або вимагає його уточнення: люди можуть набутися статусу "сильних світу цього" від народження (30%), але увагу публіцистів вони привертають значно пізніше – переважно у зрілому або літньому віці. Як показує розподіл, "сильними світу цього" люди стають або від народження, або у молодому та зрілому віці (30%), рідше – в ранній юності та ближче до літнього віку (ці групи в розподілі займають, відповідно, по 20%).

Наступною ознакою, яка аналізуватиметься, є сімейний стан. Більшість досліджуваних осіб мають один шлюб у житті. Водночас значна їх частка має позашлюбні стосунки, що в частині випадків вказує на порушення ними клятви вірності, яка дається, коли людина бере шлюб. Цей факт можна віднести до характеристики сучасного суспільства, оскільки саме в ньому не засуджуються позашлюбні стосунки, а, навпаки, активно пропагуються. До того ж часто наявність коханок підкреслює високий статус чоловіка в суспільстві<sup>12</sup>. Це питання часто обговорюється фахівцями з гендерної проблематики. Значна частка неодружених/незаміжніх – це ще одна причина відсутності у "сильних світу цього" дітей.

У поєднанні з ознакою "сімейний стан" варто розглянути таку ознаку, як "сексуальна орієнтація". Характерним є "класичний" розподіл, коли значна більшість (80%) має традиційну сексуальну орієнтацію. Однак частка представників нетрадиційної сексуальної орієнтації (реальної – 10%<sup>13</sup> або ймовірної – 10%) у сумі становить 20%.

До цього блоку віднесемо таку ознаку, як колір шкіри, оскільки в більшості випадків досить складно встановити належність до певної національності чи громадянство. Даний розподіл теж підтверджуватиме ряд стереотипів сучасного суспільства. Зокрема той, що афроамериканці рідко сягають високих суспільних щаблів. Їх частка у розподілі становить лише 10% і є найменшою, білошкірі особи представлені максимально – 50%. Значною є частка азіатів (40%).

Ще однією ознакою даного блоку є освіта, яка є вагомим показником початкового етапу життя і впливає на подальший розвиток особи. В текстах біографій зустрічаємо *згадування* про відвідування досліджуваними особами різного типу шкіл (63%) і університетів (39%). Фактично, це є свідченням високого освітнього рівня "сильних світу цього"<sup>14</sup>.

<sup>12</sup> У сучасному суспільстві в певних випадках вважається, що чоловік, який обіймає високу посаду, не просто може собі дозволити, а навіть "зобов'язаний" мати коханок.

<sup>13</sup> У даному випадку представником "сильних світу цього" з нетрадиційною сексуальною орієнтацією є кутюр'є Ів Сен Лоран. Варто зауважити, що в сучасному суспільстві певні напрями діяльності "передбачають" нетрадиційну сексуальну орієнтацію (це стосується мистецтва в цілому та світу моди зокрема).

<sup>14</sup> Лише в статті про Клауса Хіппа немає жодних згадувань про освіту, яку він здобув.

Ширше уявлення про освіту "сильних світу цього" можемо дістати з розподілу, в якому представлені предмети, що вивчалися ними. Розподіл було побудовано на основі попереднього аналітичного групування з використанням методу узагальнення. Найбільшу частку в ньому становлять предмети, пов'язані зі сферою мистецтва (24%). Хоча серед досліджуваних діяльність лише кількох із "сильних світу цього" пов'язана з мистецтвом, у дитинстві більшість з них здобули відповідну освіту. Другий щабель посідають загальноосвітні та спеціалізовані предмети (відповідно, по 19%), що є природним і не потребує особливих пояснень. Чималу частку становить спортивне виховання (16%), хоча серед досліджуваних "сильних світу цього" немає жодного висококласного спортсмена.

Найменшу частку (9%) становить військова справа, що не є виправданим, оскільки маємо 70% чоловіків серед досліджуваних (розподіл за статтю). Було б природним, якби військова підготовка займала більшу частку в розподілі. Отже, можна сказати, що "сильні світу цього" вивчають загальноосвітні предмети, мистецтво та літературу (13%), а також займаються спортом.

Останньою ознакою, що аналізується в даному блоці, є стан здоров'я. Можна було б висунути гіпотезу про те, що "сильні світу цього" – це здорові люди, оскільки, як уже відомо з попереднього аналізу, в більшості випадків вони народжені в заможних родинах, де отримують належний догляд і (за потреби) відповідне медичне обслуговування. Однак підтвердженню цієї гіпотези заважатиме значна частка біографій, в яких не йдеться про стан здоров'я особистості. Тому можемо лише констатувати, що в текстах у більшості випадків згадується про міцне здоров'я персоналії і лише 9% згадок – про недуги.

**Вид діяльності.** Окремим блоком варто проаналізувати, чим займаються "сильні світу цього" в своєму житті. Цей розподіл було побудовано на основі попереднього аналітичного групування з використанням методу узагальнення. Перші щаблі в ньому посідають згадування про просвітницьку (25%) і творчу (24%) види діяльності. Це пояснюється тим, що "сильні світу цього" після досягнень у житті часто публікують книжки, читають лекції, а також займаються мистецтвом, представляють свої досягнення на різноманітних виставках тощо. У текстах також зустрічаються згадування про власний бізнес "сильних світу цього" (14%) та їхні екстремальні заняття (7%).

Доповнити уявлення про те, чим саме займаються "сильні світу цього", можна завдяки дослідженню їхнього хобі. Розподіл було побудовано на основі попереднього аналітичного групування з використанням методу узагальнення. Хоча згадування про різні види спортивного виховання, яке отримують "сильні світу цього", становлять лише 16% серед інших типів, згадування про пов'язане зі спортом хобі мають значно більший відсоток в текстах – 45%. Легко пояснюється і значна частка згадувань (22%) про хобі, пов'язане з мистецтвом, адже більшість досліджуваних попередньо здобули мистецьку

освіту і займаються діяльністю у сфері мистецтва. Любов до тварин набрала 22% згадувань. Це значний відсоток для даної групи. Пояснити його можна тим, що значна частка "сильних світу цього" неодружені (незаміжні) та не мають дітей. Як стверджують психологи, такі люди схильні мати вдома тварин і присвячувати їм значну частину своїх турбот.

**Титули та звання.** Ще одним вагомим показником є "регалії" (титули, звання і т. п.), які мають "сильні світу цього". Розподіл було побудовано на основі попереднього аналітичного групування з використанням методу узагальнення. Найбільшу частку в ньому становлять згадування про громадські (22%) та державні (21%) титули і звання, за ними йдуть згадування про наукові звання (17%), що підтверджує попереднє твердження про високий освітній рівень "сильних світу цього". Вагома частка згадувань також про владні титули (13%) "сильних світу цього", хоча цей відсоток теоретично мав би бути значно вищим. Духовні, військові та почесні звання здобули по 9% згадувань.

**Образ.** Дати певною мірою аргументовану відповідь на запитання: "То хто ж вони – ці люди, яких ми зємо "сильні світу цього"?" – можна, створивши на основі всіх показників<sup>15</sup>, які були отримані в результаті дослідження, збірний образ.

Отже, "сильні світу цього" – це, як правило, здорові білошкірі великодушні чоловіки традиційної сексуальної орієнтації з багатодітних родин, що займали вищі суспільні щаблі. Вони закінчили школу з великою кількістю предметів, пов'язаних з мистецтвом. У своєму єдиному шлюбі мали троє і більше дітей, ставали відомими в період від народження до 50 років, займалися просвітництвом і мали спортивне хобі, брали участь у військових подіях, здобули різноманітні суспільні звання. Переважно героями цього видання є люди-легенди, тобто люди, які вже пішли з життя.

**Висновки.** Третє тисячоліття вносить корективи не лише у світ технологій. Воно, як і будь-яке інше, руйнує застарілі стереотипи та створює інші, повністю змінює форми спілкування (ми вже не пишемо листів у напарфумованих конвертах, натомість надсилаємо SMS та e-mail). Третє тисячоліття розставляє інші вектори наших прагнень. Так, ми не прагнемо княжих титулів, але не відмовилися б від Нобелівської премії. Отже, образ, що нам пропонує глянець, носить відбиток третього тисячоліття. У ньому відображені не просто риси однієї персоналії, а ознаки епохи. Узявши на озброєння деякі принципи семіотики, варто проаналізувати отриманий узагальнений образ. Під час екологічних катаклізмів люди починають розуміти вагу здоров'я, і, відповідно, перед нами постає здорова людина, яка дбає про нього. Здавалося б, колір шкіри давно втратив вагу (сьогодні у США ми навіть маємо темношкірого президента). Проте перед нами – білошкіра людина. Домінанта світ-

<sup>15</sup> У цій статті представлено аналіз лише частини показників, що досліджувалися в цілому.

лої шкіри все ще має надто сильні позиції. Оскільки повсюди рекламується благодійність і т. п., то не дивина, що перед нами – людина великодушна. Як і колір шкіри, стать лишається гендерним "каменем спотикання" – перед нами чоловік! Хоча акції і найрізноманітніші заходи спрямовані на те, щоб людство визнало і зрозуміло нетрадиційну сексуальну орієнтацію, нині далеко не дивина – перед нами людина традиційної сексуальної орієнтації. Хоча теорія про те, що люди з бідних прошарків населення мають потужну жагу успіху і тому часто його досягають, є досить популярною, однак – перед нами людина із заможної родини, водночас багатодітної. Можливо, вектор стимулювання досягнення успіху варто змістити саме на цю ознаку. На підтримку даної тези наведемо і той факт, що перед нами людина, яка стала відомою в період від народження до 50 років. Освіта, армія і релігія – кити, на яких продовжує триматися світ. Отже, перед нами освічена людина, яка займається просвітництвом і брала участь у військових подіях. Водночас її освіта включає велику кількість предметів, пов'язаних з мистецтвом. Тут можна повернутися до вихідної тези про visual-світ і знову підтвердити її. Ще один інститут, який, як вважають науковці, вмирає потихеньку в сучасному суспільстві, а саме – шлюб, постає перед нами досить вагомо – успішна людина має єдиний і до того ж багатодітний шлюб! Сучасний світ не просто пропагує спорт як здоровий спосіб життя, сьогодні спорт – це і бізнес, і великі гроші, і звання. Однак перед нами все-таки людина, для якої спорт – лише хобі. І, врешті-решт, неможливо бути видатним, відомим, "сильним світу цього" без титулів і звань. Наостанок, як і споконвіків, сьогодні можемо переконатися знову, що часто за життя люди не здобувають того визнання, яке вони дістають вже після його завершення, – перед нами переважно людина, що пішла з життя.

З методологічного боку дослідження варто зауважити, що отриманий образ варто доповнити, застосувавши контент-аналіз до фотозображень, представлених у біографічних виданнях.

1. *Слепцова А.* Глянцевый журнал как жанр современной массовой культуры / А. Слепцова, О. Ромаха // Аналитика культурологии. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://analiculturolog.ru/index.php?module=subjects&func=view-page&pageid=557>
2. *Костенко Н.* Знание о смыслах: методологии глубины и поверхности / Н. Костенко // Социология: теория, методы, маркетинг. – 2011. – № 4. – С. 3–31.
3. *Ядов В.А.* Документальные источники : методы и операции сбора данных, подлежащих количественному анализу / В.А. Ядов // Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М. : Добросвет ; Книжн. дом "Университет", 1998. – С. 210–228.

### References

1. *Sleptsova A., Romakh O.* Glyantsevyi zhurnal kak zhanr sovremennoi massovoi kul'tury. Analitika kul'turologii. [Elektronniy resurs]. Rezhim dostupu: <http://analicul-turolog.ru/index.php?module=subjects&func=viewpage&pageid=557> [in Russian].
2. *Kostenko N.* Znanie o smyslakh: metodologii glubiny i poverkhnosti. Sotsiologiya: teoriya, metody, marketing. 2011, № 4, s. 3–31 [in Russian].
3. *Yadov V.A.* Dokumental'ne istochniki: metody i operatsii sbora dannykh, podlezhashchikh kollichestvennomu analizu. Strategiya sotsiologicheskogo issledovaniya. Opisanie, ob'yasnenie, ponimanie sotsial'noi real'nosti. Moskva, Dobrosvet; Knizhnyi dom "Universitet", 1998, s. 210–228 [in Russian].

Отримано 4.09.2013

*Л. Л. Юзва, канд. социол. наук*

#### ОБРАЗ "СИЛЬНЫХ МИРА СЕГО": МЕТОДОЛОГИЯ И РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО КОНТЕНТ-АНАЛИТИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Сконструирован и проанализирован образ "сильных мира сего" по определенным показателям (социально-демографический признак, пол, раса, состояние здоровья, образование, семейное положение, количество детей, вид деятельности, возраст, сексуальная ориентация, хобби, титулы и звания), полученным в результате эмпирического контент-аналитического исследования.

*Ключевые слова:* контент-анализ, методология, традиционный анализ, биография, образ, эмпирическое исследование.

*L. Yuzva, PhD (Sociology),  
Taras Shevchenko National University of Kyiv*

#### THE IMAGE OF THE "POWERFUL": METHODOLOGY AND RESULTS OF THE EMPIRICAL CONTENT-ANALYTICAL RESEARCH

The author suggests design and analysis of the image of "powerful" based on the certain parameters (socio-demographic characteristics, gender, race, health, education, marital status, number of children, occupation, age, sexual orientation, hobbies, titles and ranks), which were obtained by empirical content-analytical research.

*Keywords:* content analysis, methodology, traditional analysis, biography, image, empiric research.