

І. С. Дем'яненко,
студентка

УДК 007: 304: 070

Дослідження змісту характеристик розважального журналу «Viva!» за допомогою кількісно-якісного формалізованого методу контент-аналізу

Проведено контент-аналіз розважального журналу про шоу-бізнес «Viva!» за його проблемно-тематичним, жанровим, авторським, гендерним та зображально-ілюстративним аспектами.

Ключові слова: контент-аналіз, кількісні методи, розважальні журнали, журнал «Viva!».

Кількісні методи у системі аналізу джерел масової інформації є на сьогодні одним із найбільш поширених та дієвих методів дослідження преси. На сьогодні математичний аналіз активно використовується саме для системного оцінювання інформаційних масивів.

Актуальність застосування кількісних методів дослідження у дослідженнях преси загалом визначається не лише підвищенням суспільної значущості останньої серед комунікаційних процесів, що відбуваються зараз у нашій країні, а й взагалі підвищенням рівня досліджень сучасної преси. Зважаючи на те, що за останні роки помітно збільшилася кількість друкованих джерел масової інформації, використання кількісних методів для їх аналізу є актуальним, а підвищення зацікавленості науковців з окремих галузей таких, як соціологія, політологія, журналістика, лінгвістика, є логічним та передбачуваним.

Розважальна функція сучасної журналістики, порівняно з попереднім тривалим пропагандистським періодом, нині посідає чільне місце [1]. Проте сьогодні «розважальна функція ЗМІ є найбільш критикованою, а водночас, хоч як це парадоксально, найменш дослідженою». Дослідження таких видань є важливим для розуміння та побудовування цілісної картини щодо їх змісту і тенденцій у суспільстві, які вони відображають або формують.

Метою дослідження є переведення кількісних характеристик журналу «Viva!» у якісні та виявлення особливостей редакторської політики у розважальному виданні. Для реалізації поставленої мети окреслено такі *завдання*: вивчити проблемно-тематичний аспект матеріалів; дослідити жанрову різноманітність текстів; вивчити гендерну політику видання; розглянути ілюстрування журналу та рекламу.

Вітчизняні дослідники Н. Костенко та В. Іванов визначають контент-аналіз як «якісно-кіль-

кісний метод вивчення документів, який характеризується об'єктивністю висновків і строгістю процедури та полягає у квантифікаційній обробці тексту з подальшою інтерпретацією результатів» [2]. В. Різун і Т. Скотникова визначають контент-аналіз як «метод збирання кількісних даних про досліджуване явище чи процес, які містяться в документах... це статистична (квантитативна) семантика і метод для об'єктивного кількісного аналізу змісту комунікації» [3]. Дослідники наголошують, що важливим є не абсолютна, а відносна частота появи в тексті досліджуваної одиниці аналізу. У різних визначеннях контент-аналізу, незважаючи на певні відмінності, все ж більше спільного, що дозволяє досить чітко ідентифікувати даний метод серед інших і зрозуміти його суть.

Наукова та практична новизна дослідження полягає в тому, що у вітчизняній практиці науковці застосовують метод контент-аналізу переважно для преси політичного характеру, не звертаючи увагу при цьому на пресу, яка має інше інформаційне наповнення. За основу джерельної бази для дослідження було взято окремі Інтернет-видання (монографії та статті науковців із електронних бібліотек імені М. Максимовича, В. Вернадського, Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка та електронного ресурсу *Litera.ua*) і друковані фахові видання.

Хронологічні межі дослідження: номери за лютий–березень 2013 р. (№ 3–7) розважального журналу «Viva!».

Методи дослідження: кількісно-якісний формалізований метод контент-аналізу.

Практичне і теоретичне значення: з'ясувати, чи відповідає наповнення журналу його концепції, визначити та охарактеризувати змістові аспекти, що впливають на реципієнта.

Ступінь опрацювання теми іншими науковцями: В. Іванов, Н. Костенко («Досвід контент-ана-



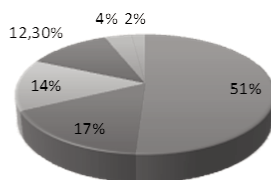
лізу. Моделі та практики», О. Семотюк («Застосування контент-аналізу в дослідженнях преси як масового джерела»), М. Романюк («Українське пресознавство: наукові принципи і методи досліджень»).

В арсеналі дослідників преси саме контент-аналіз виявився досить ефективним через його випробувану та усталену методику застосування, адже використання саме цього методу робить якість тексту вимірюваною, доступною для точних обчислювальних операцій [4]. Тому саме метод контент-аналізу було обрано за основу дослідження розважального журналу «Viva!». Наукова доцільність використання контент-аналізу зумовлюється тим, що він дає змогу отримати й відповідно проаналізувати не окремі факти, а їхню оптимальну сукупність [5]. Але контент-аналіз вимагає виконання певних підготовчих операцій, основною з яких є вибірка. В узагальненому вигляді – це обрання джерела інформації [6]. В. Іванов поділяє вибірку на два типи: репрезентативну та типологічну. Найменшу похибку з них при дослідженні певного об'єкту дає саме репрезентативна. Тож саме її і було використано при аналізі вище зазначеного видання. Щоб зробити вибірку більш об'єктивною, було проаналізовано 5 номерів розважального журналу «Viva!» (№ 3–7 за 2013 р.).

На підставі вивчення численних матеріалів з контент-аналізу преси було проведено власне дослідження розважального журналу «Viva!» за різними аспектами, зокрема проблемно-тематичним, жанровим, гендерним, зображально-ілюстративним, авторським. За одиницю підрахунку було взято кожену статтю з кожного номера, який було проаналізовано для проведення дослідження [7].

Рисунок 1.
Проблемно-тематичний аспект журналу «Viva!»
(у % від загальної кількості всіх матеріалів)

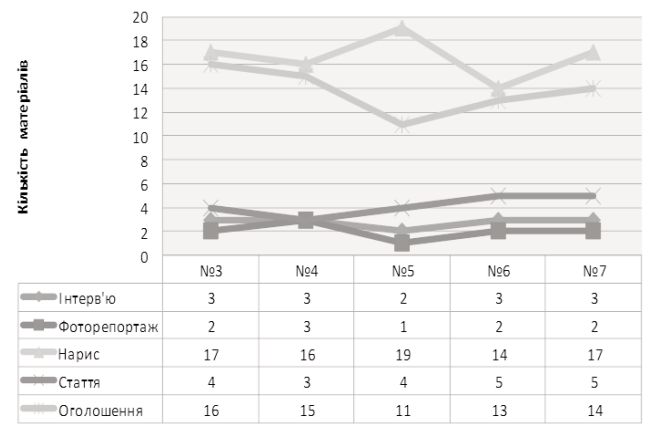
■ Світські хроніки ■ Мода ■ Краса і здоров'я ■ Дозвілля ■ Кулінарія ■ Психологія



Назва «Viva!» цілком відповідає наповненню видання (див. Рис. 1): тут розміщені матеріали біографічного та інформаційно-розважального спрямування. Оскільки головними читачами журналу є жінки (85 % усіх читачів), то контент видання створюється таким чином, щоб зацікавити в першу чергу жінок. Більшість текстового на-

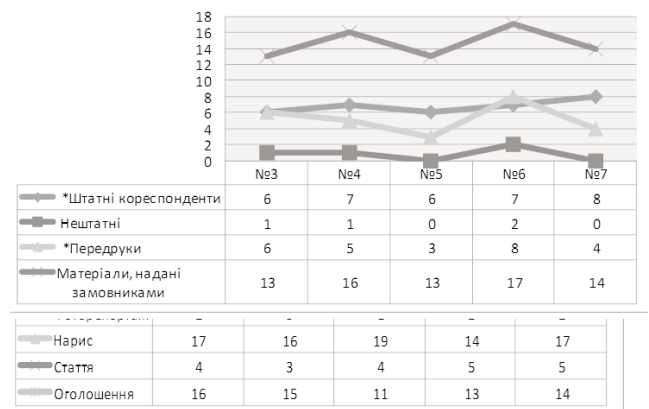
повнення журналу – історії з життя різних знаменитостей.

Рисунок 2.
Жанровий аспект журналу «Viva!»



Контекстуальне наповнення за жанровим аспектом має тісний зв'язок з тематичним, тому логічно, що основним жанровим стрижнем журналу є інтерв'ю із зірковими персоналіями та яскраві фоторепортажі подій світського життя (див. Рис. 2). Загалом, переважають художньо-публіцистичні жанри, зокрема нарис. Значну частку змістового контенту складають також рекламні оголошення.

Рисунок 3.
Авторський аспект журналу «Viva!»



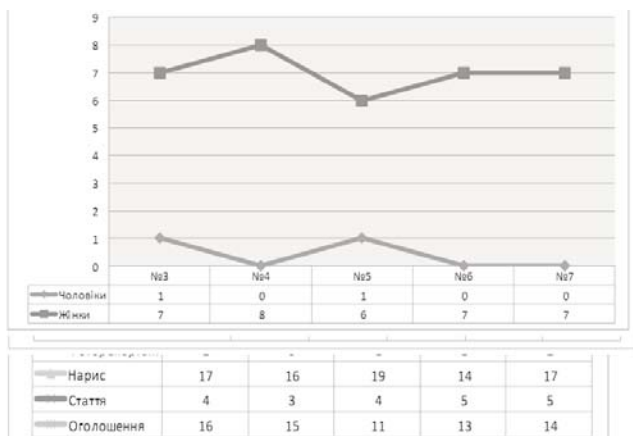
*частина гіпотетично

Аналізуючи авторський аспект контенту видання слід зауважити, що авторів вказано не всюди, а лише під центральними статтями журналу (див. Рис. 3). Зазвичай це штатні редактори видання. В деяких рубриках («Extra», «Отдых», «Тренды» тощо) матеріали опубліковані без підпису, тому ми можемо лише гіпотетично стверджувати, що їх авторами є штатні кореспонденти. Нештатних дописувачів небагато, зокрема в № 6 є інтерв'ю кореспондентки журналу «Hello» та стаття наукового співробітника відділу неонатології ГУ «ПАГ НАМН України» про психологію ди-



тини. До передруків з сайту можна віднести більшість новинних заміток, гороскопи тощо. Рекламні матеріали та тексти рубрик «Шопінг», «Краса» і «Здоров'я» зазвичай надані дистриб'юторами продукції, а рецепти в рубриці «Кулінарія» – прес-службою певного ресторану чи кав'ярні.

Рисунок 4.
Гендерний аспект журналу «Viva!»



Як бачимо з вищенаведеного графіку, серед п'яти досліджених нами номерів чоловіки були авторами лише двох публікацій, що, імовірно, зумовлює аудиторія журналу (див. Рис. 4).

Цікавим також є те, що зазначено авторів більшості фотоматеріалів. Це слугує доказом важливості ілюстративного аспекту для контенту цього журналу і логічно підводить до останнього пункту нашого дослідження.

Рисунок 5.
Ілюстративний аспект журналу «Viva!»
(у % від загальної кількості всіх матеріалів)



Всі новини, що потрапляють на шпальти, піддаються максимальній візуалізації (див. Рис. 5). Ілюстрації, як оригінальні, так і взяті з інших джерел загалом займають приблизно половину площі видання.

Фішкою журналу є ефектні постановочні фото різного формату. Привертає увагу колірне рішення журналу: агресивні контрасти трьох класичних кольорів – червоного, чорного та бі-

лого. Для виділення використовуються як вишукані антиквенні шрифти, так і прямолінійні гротески, курсивне накреслення, капітель, буквиці. Деякі заголовки рубрик друкуються моноширинною гарнітурою. Така шрифтова схема створює враження гламуру та елітарності.

На основі опрацьованого матеріалу можна зробити такі висновки:

Аналіз розважального журналу «Viva!» дав можливість дослідити та охарактеризувати проблемно-тематичний, жанровий, гендерний, зображально-ілюстративний та авторський аспекти видання.

Більшість матеріалів присвячені темам шоу-бізнесу (51 %), моди (17 %), краси та здоров'я (14 %).

Жанровою основою журналу є інтерв'ю та репортажі. Також значну частку становлять нариси та рекламні оголошення.

Серед авторів переважають штатні кореспонденти. Є також передруки з сайтів та матеріали, надані дистриб'юторами продукції або ж прес-службою певної установи. Зовсім невелика частка позаштатних дописувачів.

Проблематика журналу приваблює жіночу аудиторію, тому серед авторського складу переважають жінки.

Ілюстрації займають майже половину площі всього видання і є основою його контенту. Більшість зображень – постановочні фото зірок або ж фоторепортажі різних світських заходів.

Великий наклад свідчить про популярність видання серед його цільової аудиторії. Тобто за допомогою проаналізованих аспектів діяльності журналу можемо стверджувати, що обрана редакційна політика є успішною. Загалом було б цікаве більше різноманіття в матеріалах, але цей недолік компенсується якісними ілюстраціями.

1. Овсяникова Т. Ф. Розважальна функція преси: благо чи шкода? [Електронний ресурс] / Т. Ф. Овсяникова // Електронна б-ка Ін-ту журналістики : [сайт]. – URL: <http://journalib.univ.kiev.ua/index.php?act=article&article=46>.

2. Костенко Н. Досвід контент-аналізу: Моделі та практики : монографія / Н. Костенко, В. Іванов. – К. : Центр вільної преси, 2003. – 200 с.

3. Різун В. В. Методи наукових досліджень у журналістичному навч. посіб. / В. В. Різун, Т. В. Скотникова. – К. : Преса України, 2008. – С. 34.

4. Романюк М. Українське пресознавство: наукові принципи і методи досліджень / М. Романюк. – Львів, 2000. – С. 30–31.

5. Viva!: перший журнал про відомих людей / засн. ООО «Едіпрес Україна» [2004, груд.]. – К. : ООО «Едіпрес Україна», 2013. – № 3–7.

6. Семотюк О. Застосування контент-аналізу в дослідженнях преси як масового джерела [Електронний



ресурс] / О. Семотюк // Вісн. Львів. ун-ту ім. Івана Франка. – 2007. – № 30. – С. 68–73. – URL: http://www.lnu.edu.ua/faculty/jur/publications/visnyk30/Visnyk%2030_P1_06_Semotiuk.pdf.

7. Шевченко В. Е. Композиція та архітектоніка друкованого видання / В. Е. Шевченко // Вісн. Київ. ун-ту ім. Тараса Шевченка. Сер.: Журналістика. – К. : РВЦ «Київ. ун-т», 2000. – № 8. – С. 70–75.

Подано до редакції 21. 01. 2013 р.

Demyanenko Ivanna. Study of content characteristics of the entertainment magazine «Viva!» using the quantitative and qualitative formal method of content analysis.

The content analysis of the entertainment show-business magazine «Viva!» was conducted according to its problem-thematic, genre, literary, gender, art and illustrative aspects.

Keywords: content-analysis, quantitative methods, entertainment magazines, the magazine «Viva!».

Дем'яненко І. С. Исследование содержания характеристик развлекательного журнала «Viva!» с помощью количественно-качественного формализованного метода контент-анализа.

Проведен контент-анализ развлекательного журнала о шоу-бизнесе «Viva!» по его проблемно-тематическим, жанровым, авторским, гендерным и изобразительно-иллюстративным аспектам.

Ключевые слова: контент-анализ, количественные методы, развлекательные журналы, журнал «Viva!».

