К.В. Харченко
*(Белгород)*

# МАТЕРИАЛЬНАЯ СТОРОНА ЖИЗНИ В ЗЕРКАЛЕ СУБЪЕКТИВНЫХ СМЫСЛОВ: ОПЫТ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА

В статье предлагается модификация метода контент-анализа—алгоритм выявления социально значимых субъективных смыслов, понимаемых как связи между категориями мышления. Этот алгоритм апробирован в процессе анализа студенческих эссе на тему «Материальная сторона жизни в моем понимании» и включает этапы выделения ключевых категорий (БОГАТСТВО, ТРУД, ЗДОРОВЬЕ и т.д.), корреляционный анализ соотношений между ними, определение влияния на субъективные смыслы социально-демографических характеристик респондентов.

*Ключевые слова:* материальная сторона жизни, субъективный смысл, социально значимый смысл, контент-анализ, категории анализа, взаимосвязь категорий.

## *Теоретическая база исследования*

Исследование, результаты которого приведены в статье, предполагает два взаимосвязанных направления поиска. С одной стороны, оно являет собой анализ социальных представлений о материальной стороне жизнедеятельности человека. С другой стороны, оно призвано усовершенствовать методический инструментарий контент-анализа путем выделения и количественной оценки *социально значимых смыслов,* актуальных для современного обще-

Константин Владимирович Харченко — кандидат социологических наук, доцент кафедры социальных технологий БелГУ. E-mail: geszak@mail.ru.

ства и влияющих на формирование представлений о богатстве и о материальном мире в целом.

В качестве обозначения объекта нашего исследования мы избрали понятие *«материальная сторона жизни»*. Как известно, материальная сторона жизнедеятельности в отечественной социологии рассматривается в категориях благосостояния, уровня и качества жизни [ 1; 2; 3], социальных общностей богатых и бедных [4]. Среди зарубежных исследований особый интерес представляют работы, посвященные межличностному взаимодействию в рамках отношений обладания материальными благами и опирающиеся на категорию *«материализм»* [5; 6]. Это понятие, аналог которого в русском языке отсутствует, характеризует связь между обладанием благами и состоянием удовлетворенности. На наш взгляд, именно понятие материальной стороны жизни в большей мере ориентировано на то, чтобы раскрыть субъективный взгляд на благосостояние как одну из сторон, граней жизненного мира. Обращение к субъективному миру, который нельзя рассмотреть иначе, чем через язык, предполагает интерпретацию материальной стороны жизни посредством понятия *«смысл»*.

Проблематика смысла достаточно глубоко изучена в философии. В частности, Ж. Делез характеризует смысл как «бестелесную, сложную и не редуцируемую ни к чему сущность на поверхности вещей» [7, с. 38]. С такой позиции смысл предстает как маргинальное явление (и в то же время связующее звено) между миром объектов и миром языка, будучи «развернут одной стороной к вещам, а другой - к предложениям» [7, с. 42]. Если дополнить эту ось следующим образом: *«объекты —язык-субъект -референтная группа»,* можно перейти от логики к психологии и далее к социологии смысла. Подробный обзор психологического содержания концепций смысла предпринят Д.А. Леонтьевым [8]. В них для наших целей важно то, что смысл: 1) определяется местом объекта в жизни субъекта; 2) воплощается в личностных структурах; 3) в конечном счете обуславливает поведение субъекта по отношению к объекту [8, с. 165]. Более того, смысл задается социальной общностью [8, с. 51], а это уже прямая проекция на социологию. Иными словами, с позиции социологии *смысл* — это субъективно воспринимаемое отношение между объектами, общепринятое в рамках социальной группы.





Смыслы не просто существуют в индивидуальном и общественном сознании, но и оказывают влияние на поведение людей. Соответственно, выявление, «картографирование» этих смыслов позволяет предопределить возможные реакции представителей различных социальных групп на типичные повседневные ситуации.

Понятие смысла отсылает йас к контексту феноменологической, интерпретативистской социологии, основы которой заложил М. Вебер. В настоящее время значение категории *«субъективное»* возрастает, причем это наблюдается как в науке, так и в общественной жизни. Вероятной причиной тому может быть усложнение общественных отношений. В самом деле, результат социального действия все больше определяется не функциями и даже не социальными характеристиками деятеля, а свойственными ему ценностями, в чем мы смогли убедиться по итогам серии массовых опросов[1]. Например, на их основе было обнаружено относительно слабое влияние (на основе коэффициентов корреляции) пола, возраста, материального положения на удовлетворенность различными аспектами проживания в городской среде.

Можно предположить, что эффективными рычагами социального управления и контроля становятся не специализированные институты, а гаранты духовно-нравственного порядка - продукты опять-таки субъективного мира человека.

[1] Опросы были проведены Институтом муниципальных проблем в 2007-2008 гг. на территории Белгорода под руководством автора и посвящены изучению удовлетворенности населения сферами ЖКХ, транспорта, безопасности, трудовых отношений и т.д. Число у частников каждого опроса составляло порядка 2000 человек. Выборка квотная (по полу, возрасту и месту жительства).

Субъективные смыслы повседневности значимы для социологического анализа постольку, поскольку они формируют жизненные стратегии. В этом плане актуальным становится понятие жизненного мира (нем. *Lebenswelt)* — одного из центральных в феноменологической социологии. Жизненный мир, т.е. мир повседневности, интересен для социолога тем, что имеет социальную природу. Атрибутами повседневности являются и предопределенная схема восприятия, и детерминация поведения внешними условиями, и непроблематичное видение мира, и вписывание в сложившиеся структуры, и неразделенность реальности и иллюзий [9; 10, с. 64; 11, с. 45-46]. Тем самым конструирование реальности людьми во многих случаях, когда подразумевается повседневность, оказывается не более чем «списыванием» ее у представителей референтных социальных групп. Соответственно, и логика исследования повседневности должна идти от единичного факта к *типизациям* и затем, в отдельных случаях, к интерпретации случаев, выпадающих из общей тенденции.

Отталкиваясь от философских, психологических и социологических концепций, определим, что представляет собой *смысл* в процедурном отношении, т.е. взятый как предмет эмпирического анализа. На наш взгляд, этот концепт включает два и более значимых (искомых) объекта, а также отношение между ними. Схематично это можно представить в видах, например: А *(не) зависит от* В, А *определяется* В, А *более значимо, чем* В, А *обеспечивает* В, А *дает возможность для* В. Если к этому добавить твердое убеждение группы людей в такого рода зависимости, а также готовность отстаивать его, строить в соответствии с ним жизненные планы и линию поведения, то мы получим *социально значимый смысл.*

Поскольку жизненные стратегии большинства людей существуют в слабовербализованной форме, их социологическое изучение требует поиска (а то и преднамеренного создания) адекватного источника информации. В качестве такового в нашем





исследовании выступили тексты кратких эссе на тему *«Материальная сторона жизни в моем понимании».*

Выбор таких текстов в качестве источника социологических данных определил и метод их анализа — контент-анализ. Несмотря на ряд значимых публикаций по этому методу [12; 13; 14; 15; 16] в каждом случае его применения возникает целый ряд вопросов, включая уточнение его дефиниции и процедурных тонкостей. Мы будем придерживаться понимания контент-анализа как *анализа содержания текста по формальным признакам, в основе которого лежит выделение категорий и определение зависимостей между их употреблением.*

В соответствии с процедурными требованиями и особенностями источника данных в нашем случае контент-анализ включал четыре этапа: 1) формирование массива текстовых фрагментов; 2) создание массива категорий, включая массив *словоформ* под каждую категорию; 3) подсчет частоты встречаемости этих категорий в текстах; 4) выявление социально значимых смыслов материальной стороны жизни.

Эмпирическая база исследования. В качестве таковой послужили тексты 445 студенческих эссе, написанные в 2005-2006 гг. Респондентами выступали студенты белгородских вузов как очного, так и заочного отделений, что позволило расширить возрастной диапазон. Чтобы обеспечить чистоту эксперимента, комментарии, даваемые участникам исследования, были минимальными: акцент делался на четком обозначении темы эссе, а также на ценности высказывания собственной позиции. Время написания эссе ограничивалось 20-25 минутами, чтобы получить тексты в среднем на полстраницы, но в то же время пропорциональные объему возникших за это время ассоциаций. Исследованием оказались охвачены различные возрастные группы: молодежь (18-25 лет), молодые взрослые (26-30 лет), а также две подгруппы средней возрастной группы (31-40 и 41-52 лет). Распределение по четырем группам составило, соответственно, 41,1%, 22,5%, 17,5% и 11,2%.

Поступившие в наше распоряжение тексты становились единицами анализа, на основе которых как раз и производился подсчет частоты встречаемости категорий, о которых речь пойдет ниже. Чтобы выявить влияние на конструирование смыслов социально-демографического фактора, потребовалось учесть не только лингвистические переменные, но и социально-демографические: пол и возраст.

## *Категории контент-анализа с позиции содержания*

Под *категорией контент-анализа* понимается множество слов, объединенных вместе по тому или иному основанию [12, с. 15]. При этом, если объединение слов в категории соответствует их представленности в структуре массового сознания, можно утверждать, что мы по существу имеем дело с концептом — одним из отправных понятий когнитивной лингвистики, под которым понимается «"пучок" представлений, понятий, знаний, ассоциаций, переживаний, который сопровождает слово» [17, с. 43]. Соответственно, у контент-анализа как метода имеется множество точек пересечения с концептуальным анализом [18].

С позиции содержания категории контент-анализа можно разделить на базовые (тематические), универсальные и метакатегории. Охарактеризуем их более подробно.

В рамках нашего исследования был проведен анализ десяти *базовых категорий:* БОГАТСТВО И ДЕНЬГИ, ТРУД, БЕРЕЖЛИВОСТЬ, ТВОРЧЕСТВО, ОБРАЗОВАНИЕ, ЗДОРОВЬЕ И МЕДИЦИНА, ДУХОВНОСТЬ, БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ, СЕМЬЯ, ГОСУДАРСТВО. Каждая категория идентифицировалась по набору словоформ. Так, в категорию ОБРАЗОВАНИЕ вошли слова: *учить, учебник, обучение, мудрость, институт, университет, способность, потенциал, язык, репетитор.* Принятый подход к отбору словоформ будет разъяснен ниже.

Частота встречаемости базовых категорий в текстах приведена в табл. 1. В этой же таблице представлены также результаты





анализа соотношения между базовыми категориями и социально-демографическими характеристиками - полом и возрастом респондентов. Наличие этих, категорий в текстах эссе может указывать на соответствующие ценности в сознании респондента, тем более что каждое словоупотребление было самостоятельно осознанным актом, а не выбором из априори предложенных вариантов ответа.

Выделение именно такого набора категорий для анализа ценностей обусловлено спецификой источника, что, с одной стороны, продуктивно, так как обеспечена достаточная наполняемость этих категорий, но, с другой, изучение той же проблематики на ином материале потребует уточнения категориальной системы. Так, если эту же проблематику проанализировать на другом материале, проведя эссе на тему «История моей семьи», на первый план выдвинется категория ПАМЯТЬ.

Помимо базовых, или содержательных категорий, непосредственно раскрывающих тематику исследования, контент-анализ позволил выявить *универсальные категории,* известные со времен Аристотеля - ВРЕМЯ, ПРОСТРАНСТВО, ПРИЧИНА, хотя это необходимо лишь при наличии соответствующих гипотез. Так, в тех же эссе «История моей семьи» характер описания материальной стороны жизни и, в частности, имущества, зависит от того, о каком ВРЕМЕНИ идет речь: если это дореволюционный период, в ряде сочинений перечисляется имущество, которым владели зажиточные крестьяне - предки респондента, и при этом говорится о том, каким трудом все это наживалось. При описании военных лет имущество, как правило, обретает смысл «источник спасения», а когда повествуется о более спокойном времени, чаще всего следуют упоминания о вещах, которые служат памятью о близких людях.

К числу *мета-,* или *служебных категорий* мы относим те, которые позволяют анализировать растворенные в тексте экстралингвистические признаки. Это, в частности, ЗНАЧИМОСТЬ ПРОБЛЕМЫ и наличие собственного ОТНОШЕНИЯ к ней. В на-

*Таблица 1*

ЧАСТОТА ВСТРЕЧАЕМОСТИ БАЗОВЫХ КАТЕГОРИЙ,
% от числа опрошенных

| Категория | Всего | Пол | | Возраст (лет) | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Муж. | Жен. | 17-22 | 23-29 | 30-39 | 40-55 |
| БОГАТСТВО И ДЕНЬГИ | 78,4 | 70,2 | 82,4 | 87,4 | 68,0 | 71,8 | 72,0 |
| ТРУД | 42,0 | 38,3 | 43,9 | 32,2 | 51,0 | 53,8 | 44,0 |
| БЕРЕЖЛИВОСТЬ | 2,2 | 2,1 | 2,3 | 2,2 | 3,0 | 2,6 | 3,0 |
| ТВОРЧЕСТВО | 33,3 | 35,5 | 32,6 | 23,0 | 36,0 | 43,6 | 58,0 |
| ОБРАЗОВАНИЕ | 24,0 | 17,7 | 27,2 | 18,0 | 26,0 | 37,2 | 24,0 |
| ЗДОРОВЬЕ И МЕДИЦИНА | 16,6 | 10,6 | 19,6 | 13,1 | 19,0 | 21,8 | 16,0 |
| ДУХОВНОСТЬ | 21,1 | 21,3 | 21,3 | 21,3 | 16,0 | 19,2 | 22,0 |
| БЛАГОТВОРИТЕЛЬНОСТЬ | 14,6 | 14,9 | 14,6 | 12,6 | 16,0 | 19,2 | 12,0 |
| СЕМЬЯ | 16,4 | 11,3 | 18,6 | 22,4 | 9,0 | 11,5 | 16,0 |
| ГОСУДАРСТВО | 18,7 | 21,3 | 17,3 | 16,9 | 23,0 | 20,5 | 12,0 |





шем случае по этим метакатегориям наблюдается достаточно большой процент словоупотреблений, соответственно, 55% для первой и 53% для второй. Этот результат позволяет убедиться в том, что материальная сторона жизнедеятельности достаточно актуализирована в сознании респондентов и до вмешательства исследователя.

### *Категории контент-анализа с позиции формы*

Категории контент-анализа могут быть классифицированы не только по содержательному признаку, т.е. какой феномен они подразумевают, но и по форме. Понятие формы в данном случае условно и относится к характеру связи между словоформами, наполняющими категорию. Мы имеем в виду то, что эти словоформы могут быть либо равнозначными по отношению друг к другу, т.е. синонимами или иными видами ассоциаций, либо выстраиваться в определенную последовательность.

По приблизительной аналогии с типами шкал мы предлагаем разделить категории на *номинальные, порядковые* (ординальные) и *концентрические.* В первом случае все словоформы признаются в равной степени имеющими общее логическое основание в виде категории и, соответственно, порядок их встречаемости в тексте не имеет значения. Во втором случае словоформы могут быть проранжированы, например, МАСШТАБ может быть *большим, средним и малым* либо фигурировать в словах *мир, страна, регион, город;* ОЦЕНКА может быть *позитивной, нейтральной* и *негативной.* В третьем случае словоформы по аналогии с ядром и периферией концепта [18, с. 50] подразделяются на ядерные (вес =1), околоядерные (вес = 2) и периферийные (вес = 3). Например, категория СЕМЬЯ может включать словоформы, относящиеся к подгруппам *семья* (вес = 1), *дети* (вес = 2), *дом* (вес = 3).

Для номинальных категорий самая типичная процедура - анализ частоты их встречаемости в текстах, который может быть

дополнен расчетом коэффициента разнообразия (аналогичное наименование термина встречается в разработке [19]) и асимметрии разнообразия. Коэффициент разнообразия — это доля словоформ данной категории, встретившихся в некотором текстовом фрагменте, из общего числа словоформ, включенных в анализируемую категорию. Показатель весьма информативен для выявления характера шаблонности при интерпретации различных явлений.

Номинальные категории удобны для исследователя тем, что их можно анализировать «пакетом», т.е. механически «прогнать» через компьютер все сразу. Вместе с тем, в некоторых случаях может потребоваться уделить пристальное внимание отдельной категории. Одним из способов углубления контент-аналитической процедуры является построение *карты текста.* На наш взгляд, оптимальным для последующей количественной обработки вариантом карты будет не картинка, как это предлагается в работе [13, с. 38], а набор символов из цифр или букв, схематично показывающий следование искомых словоформ друг за другом. Рассмотрим построение карты текста на примере фрагмента из одного эссе.

Фрагмент: *«В моем понимании материальная сторона жизни является важным фактором в "выживании", не более. Как ни странно: без материального благополучия сложно развиваться духовно. Лично для меня деньги — не самое главное».*

Каждую категорию, встречающуюся в тексте, можно закодировать: БОГАТСТВО {благополучие; деньги} -«A», ДУХОВНОСТЬ {духовно} -«B», САМОРЕАЛИЗАЦИЯ {развиваться} -«C», ЗНАЧИМОСТЬ {главное} — «D». Тогда последовательность **DABAD** интерпретируется как карта текста, и служит она для упрощения процедуры извлечения субъективных смыслов, которая будет рассмотрена ниже.

Определение категории как *ординальной* позволяет проверить наличие некоторой тенденции. Например, из всего массива эссе можно выделить те, в которых встречаются две позиции одновременно (например, *богатство* и *духовность, скупость* и *щедрость* и т.д.), одна из позиций либо ни одной. Построение карты текста для таких случаев позволяет выявить логику рассуждений респондента как определенную тенденцию, например, движение от негатива к позитиву.





Частным случаем ординальных категорий являются *оппозиционные категории,* предполагающие всего два полюса. Компьютерный контент-анализ позволяет не просто отметить факт совмещения в тексте оппозиций либо доминирования одного из полюсов, но и посредством карты текста наглядно представить размещение словоформ оппозиционных категорий в тексте относительно друг друга, например, ABBAABBB.

Рассмотрение категории как *концентрической* предполагает анализ ее ядерно-периферийной структуры и может быть полезным тогда, когда необходимо проверить, соответствует ли частота слов в тексте некоторой модели, т.е. встречается ли ожидаемая словоформа чаще, чем остальные.

## *От массива категорий к массиву словоформ*

Результаты подсчета частоты встречаемости категорий во многом зависят от того, какими словоформами наполнены эти категории. Возможны два подхода к формированию массивов словоформ.

*Первый подход* предполагает априорную разработку категорий и (при необходимости) последующую подгонку их содержания под конкретное исследование. На этой основе реализованы пакеты компьютерных программ [19; 20]. Преимущество такого подхода состоит в универсальности содержания категорий, а недостаток - в том, что могут быть упущены из виду редкие и идиоматические конструкции, а также увеличатся затраты машинного времени на поиск отсутствующих словоформ. При этом необходима так называемая программа лемматизации, т.е. приведения слов к словарному виду. Варианты такого рода программ представлены в источниках [21; 22].

*Второй подход* к формированию массива словоформ состоит из двух этапов. Сначала формируется единый словарный массив из всей совокупности текстовых фрагментов, а затем из него автоматически удаляются дублирующиеся словоформы. Такая операция может быть проделана автоматически, в том числе с помощью бесплатной он-лайновой программы [23]. Затем слова из полученного списка вручную соотносятся с категориями.

В нашем случае оказалось целесообразным совместить указанные подходы, поскольку текстовый массив был относительно небольшим. В начале интуитивно были заданы категории, которые неизбежно оказались популярными для данного вида текстов, затем они были наполнены очевидными словоформами (например, если речь идет о ЗДОРОВЬЕ, это слова *медицина, болезнь, поликлиника),* после чего лексическое содержание каждой категории наращивалось по результатам внимательного прочтения первой сотни текстов.

Проведенный нами анализ основывался на комбинировании операций, производимых вручную и с использованием компьютера.

Мы сочли нецелесообразным пользование готовым программным продуктом и инициировали разработку техническим специалистом программы с чистого листа. Это дало возможность проследить весь алгоритм анализа и модифицировать отдельные его процедуры.

Автоматизировать удалось самую кропотливую операцию - поиск в текстовом массиве словоформ, относящихся к каждой из выделенных категорий. Естественно, автоматизация процесса поиска словоформ была чревата неточностями (прежде всего, это пропуск редких и идиоматических словоформ), однако риск получения некачественных данных был минимизирован. Во-первых, как уже отмечалось, на основе внимательного прочтения первых ста текстов, а во-вторых, введением совокупности служебных знаков, позволяющих исключать отдельные словоформы (например, если ищем *роль,* удаляем *король)* и отбирать те, которые





начинаются с определенной последовательности символов либо заканчиваются не более *n* знаками и т.д.

На выходе мы предпочли получить не готовые результаты контент-анализа, а таблицу «объект-признак». Удобство такой таблицы состоит в том, что она ничем не отличается от исходных данных обработанных анкет. Следовательно, к этим данным применимы всевозможные статистические процедуры, предлагаемые, в частности, пакетом SPSS.

## *Контекстный анализ - ключ к субъективным смыслам*

В плане извлечения из текстов социально значимых смыслов окружающего мира, пожалуй, наиболее важной процедурой контент-анализа является контекстный анализ [12, с. 20]. В рамках такой процедуры интересен не контекст сам по себе (например, по три слова слева и справа от искомого), а попадание в этот контекст некоторой другой категории. В таком ключе контекстный анализ предстает как анализ пересечения категорий (лингвистический аналог — поиск пересечения концептов на материале внутрисемейных родословных- см. в работе [18, с. 117-136]). Результатом анализа является число пересечений категорий, т.е. доля текстов, в которых эти категории употребляются одновременно, в определенной связи друг с другом.

Итак, наиболее типичным смыслом материальной стороны жизни является мир материальных ценностей. Категория БОГАТСТВО в сумме с категорией ДЕНЬГИ фигурирует в 78,4% текстов, в которых она встречаются от 1 до 10 раз. В большей степени эти категории (независимо от числа повторений в каждом случае) присутствуют в текстах, созданных женщинами (82,4% против 70,2% ответов мужчин); еще более выражена тенденция зависимости от возраста: в эссе представителей молодого поколения (до 22 лет) анализируемый показатель частоты увеличивается до 87,2%, а у средней возрастной группы (от 40 лет) он снижается до 71,8%.

Оппозиционный анализ категорий БОГАТСТВО и ДУХОВНОСТЬ показал, что обе категории используются в 17,3% случаев, только первую из них отмечают 61,1% респондентов, только вторую - 3,8%. Не используются эти категории в 17,8% эссе.

Установление факта наличия категорий не дает существенного прироста знания. Гораздо полезнее выявить смыслы использования категорий. С точки зрения процедуры анализа смысл содержится в связках между категориями. Исходя из этого, можно получить столько смыслов, сколько будет случаев одновременного употребления соответствующих словоформ. Тем не менее, особо выделяются только те смыслы, которые фигурируют чаще всего и, следовательно, являются социально значимыми. Именно через эту операцию контент-анализ превращается в социологический метод.

Поиск смыслов мы осуществляли вручную на основании карт текстовых фрагментов, которые выдала программа. Теоретически процедуру можно автоматизировать, если в роли категорий особого вида (их можно именовать *субкатегориями)* использовать слова, рассматриваемые в качестве служебных: А ЗАВИСИТ ОТ В, А БОЛЕЕ ЗНАЧИМО, ЧЕМ В, А СВЯЗАНО С В и т.д.

Категория БОГАТСТВО была сопоставлена, прежде всего, со своим антиподом—духовностью. Анализ распределения смыслов на пересечении этих двух категорий обнаруживает следующие взаимосвязи (см. табл. 2).

Категория ТРУД встретилась нам в 42,0% текстов, преимущественно среди представителей средневозрастной группы (51,0-53,8% в разных подгруппах). Тот факт, что категория ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО намного менее частотна, говорит о существующем в среде молодежи (и тем более старшего поколения) предпочтении предпринимательству работы по найму, что подтверждается специальными исследованиями [24, с. 37].





*Таблица 2*

СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫЕ СМЫСЛЫ НА ПЕРЕСЕЧЕНИИ КАТЕГОРИЙ «БОГАТСТВО-ДУХОВНОСТЬ»

| № | Смысл | % от числа пересечений категорий | Доминирующая подгруппа респондентов |
|---|---|---|---|
| 1 | Материальное определяет духовное | 18,9 | 31-39 лет (54,5%) |
| 2 | Необходимо поддерживать равновесие между духовным и материальным | 21,1 | Муж. (25,0%); 23-39 лет (50%) |
| 3 | Духовность преобладает над материальным и определяет | 25,3 | Муж. (28,6%) |
| 4 | В нашем обществе преобладают материальные ценности | 17,9 | Жен. (19,4%); 17-22 лет (31,1%) |

Представления респондентов о взаимосвязи богатства и труда представлены в табл. 3. Позитивной тенденцией является то, что значительная часть респондентов, главным образом молодых, считает труд условием богатства.

*Таблица 3*

СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫЕ СМЫСЛЫ НА ПЕРЕСЕЧЕНИИ КАТЕГОРИЙ «БОГАТСТВО-ТРУД»

| № | Смысл | % от числа пересечений категорий | Доминирующая подгруппа респондентов |
|---|---|---|---|
| 1 | Труд как условие богатства | 57,6 | 17-22 лет (74,5%) |
| 2 | Работа должна быть интересной; необходимы высокие устремления (а не только мысли о доходе) | 13,6 | 23-29 лет (25,9%) |

*Окончание табл. 1*

| № | Смысл | % от числа пересечений категорий | Доминирующая подгруппа респондентов |
|---|---|---|---|
| 3 | Работа дает уверенность; стабильность в материальном отношении | 8,2 | 40-55 лет (21,1%) |
| 4 | Текущая ситуация: несоответствие зарплаты труду | 9,2 | 23-29 лет (13,8%) |

Категория ЗДОРОВЬЕ упоминается в 16,6% эссе. По количеству упоминаний данной категории несколько лидируют женщины (19,6%), а в возрастном отношении заметно отстают молодые (до 22 лет), среди которых показатель составляет 13,1%. Анализ позволяет выделить три основных смысла (см. табл. 4), причем первые два фактически сходны.

*Таблица 4*

СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫЕ СМЫСЛЫ НА ПЕРЕСЕЧЕНИИ КАТЕГОРИЙ «БОГАТСТВО-ЗДОРОВЬЕ»

| № | Смысл | % от числа пересечений категорий | Доминирующая подгруппа респондентов |
|---|---|---|---|
| 1 | Здоровье зависит от богатства | 28,4 | Муж. (38,5%); 31-55 лет (до 50%) |
| 2 | Недостаток денег затрудняет лечение | 37,3 | Жен. (44,4%); 23-39 лет (47,1%) |
| 3 | Здоровье важнее денег | 27,4 | Жен. (38,5%); 17-22 лет (31,8%) |

Категория ОБРАЗОВАНИЕ напрямую не связана с понятием богатства, так как имеет нематериальную природу, однако реа-





лии нашего общества таковы, что получение знаний поставлено в прямую зависимость от наличия денег. Итак, об образовании в контексте материальной стороны жизни упомянули 24,0% респондентов. Вместе с тем, интерпретировать значение показателя следует осторожно, поскольку все участники исследования являются студентами, причем многие из них - заочного отделения, сделавшими сознательный выбор в пользу повышения своего образовательного уровня. Категория ОБРАЗОВАНИЕ выражена в большей степени в ответах женщин (27,2% против 17,7% ответов мужчин), а по критерию возраста - в ответах представителей возрастной группы 30-39-летних. Отсюда видно, что молодые люди, которым удалось поступить в вуз, возможно, за счет родителей, еще не осознают в полной мере связь между обеспеченностью и образованием.

Масштаб субъективного видения материальной стороны жизни может быть проинтерпретирован путем оппозиционного анализа категорий СЕМЬЯ и ГОСУДАРСТВО, которые фигурируют, соответственно, в 16,4% и 18,7% случаев. Связь данных переменных с признаком пола выражена не сильно, однако о семье упоминают, скорее, женщины, а о государстве - мужчины.

Анализ смыслов, представленных в табл. 5, показывает, что государство почти во всех случаях рассматривается как препятствие к достижению достаточного уровня благосостояния, которое к тому же не контролирует стихийные процессы всеобщей коммерциализации отношений.

*Таблица 5*

СОЦИАЛЬНО ЗНАЧИМЫЕ СМЫСЛЫ НА ПЕРЕСЕЧЕНИИ КАТЕГОРИЙ «БОГАТСТВО-ГОСУДАРСТВО»

| № | Смысл | % от числа пересечений категорий | Доминирующая подгруппа респондентов |
|---|---|---|---|
| 1 | Уровень жизни в России остается низким | 26,2 | 17-29 лет (33,3%) |

*Окончание табл. 5*

| № | Смысл | % от числа пересечений категорий | Доминирующая подгруппа респондентов |
|---|---|---|---|
| 2 | Государство должно обеспечивать людей | 4,6 | Только мужчины старше 30 лет |
| 3 | Люди хотят стабильности | 32,3 | Старше 23 лет (46-50%) |
| 4 | Сейчас везде нужны деньги | 15,4 | Жен. (17,9%); молодежь 17-22 лет (29,2%) |

Таким образом, контент-анализ является достаточно тонким инструментом, позволяющим проникнуть в общественное сознание и выявить тенденции в повседневном осмыслении окружающего мира различными социальными группами.

## ЛИТЕРАТУРА


1. *Жеребин В.М., Романов А.Н.* Уровень жизни населения. М.: Юнити-Дана, 2002.
2. *Римашевская Н.М.* Бедность и маргинализация населения // Социологические исследования. 2004. № 4. С. 33-44.
3. *Левина С.А.* Качество жизни как социокультурное явление: Автореф. дис.... канд. социол. наук. Саратов, 1998.
4. *Давыдова Н., Седова Н.* Особенности образа жизни богатых и бедных в современной России // Социологические исследования. 2004. № 3.
5. *Ger G., Belk R. W.* Cross-cultural Differences in Materialism // Journal of Economic Psychology, 1996. Vol. 17. P. 55-77.
6. *Richins M.L., Dawson S.A.* Consumer Values Orientation for Materialism and Its Measurement: Scale Development and Validation // Journal of Consumer Research. 1992. Vol. 19. P. 303-316.

*Т.ДелезЖ.* Логика смысла/ Пер. с фр. М.: Раритет; Екатеринбург: Деловая книга, 1998.

8. *Леонтьев Д.А.* Психология смысла: природа, строение и динамика смысловой реальности. М.: Смысл, 1999.
9. *Сыров В.Н.* О статусе и структуре повседневности (Методологические аспекты) // Личность. Культура. Общество. М., 2000. Т. 2.







10. *АбельсХ.* Интеракция, идентификация, презентация: Введение в интерпретативную социологию / Пер. с нем. СПб.: Алетейя, 1999.
11. *Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности. М.: Academia-Центр; Медиум, 1995.
12. *Шалак В.И.* Контент-анализ: Приложения в области политологии, психологии, социологии, культурологи, экономики, рекламы. М.: Омега-Л, 2004.
13. *Чураков А.Н.* Компьютерный контент-анализ. М.: Ин-т социологии, 1996.
14. *Парахонская К.А.* Контент-анализ документов: Учеб. пособие. Тверь: Тверской гос. ун-т, 2004.
15. *Таршис* Е.Я. Перспективы развития метода контент-анализа // Социология: методология, методы, математические модели. 2002. № 15.
16. *Саганенко Г.И., Каневский Е.А.* Концептуальное обоснование компьютерного анализа массивов с текстами // Социология: методология, методы, математические модели. 1997. № 6.
17. *СтепановЮ.С.* Константы: Словарь русской культуры. М.: Академический проект, 2001.
18. *Павлова А.А.* Жанр, гипертекст, интертекст, концептосфера (На материале внутрисемейных родословных). Белгород: Изд-во БелГУ, 2004.
19. Контент-анализ: Компьютерная программа. Версия 1.6 / А.Н. Чураков. М., 1995-1996.
20. Психологическая экспертная система ВААЛ // http://www.vaal.ru.
21. Автоматическая обработка текста //http://www.aot.ru/download.shtml.
22. Multitran // http://www.multitran.ru/'c/m.exe?a=DownloadFile&HL=2.
23. Multitran: Создание частотного словаря для текста // http://www.multitran.ru/'c/m.exe?a=ShowTextStatistics&HL=2.
24. *Староверов В.В.* Социальные проблемы молодежного малого предпринимательства. М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2004.