

УДК 94(47)«1941/1945»(084.5)

## КОНТЕНТ-АНАЛИЗ ТЕКСТОВЫХ СООБЩЕНИЙ ПЛАКАТОВ ПЕРИОДА ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ (НА ПРИМЕРЕ МУЗЕЙНОЙ КОЛЛЕКЦИИ)

*П. А. Сигеев*

*курсант 1 курса факультета милиции*

*Могилевского института МВД Республики Беларусь*

*Научный руководитель: А. Е. Игнатович,*

*доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин*

*Могилевского института МВД Республики Беларусь,*

*кандидат исторических наук, доцент*

Визуальные образы Великой Отечественной войны продолжают осмысливаться как на научном уровне, так и на уровне массового сознания и общественной практики. Цель исследования — провести контент-анализ текстовых сообщений плакатов коллекции Белорусского государственного музея истории Великой Отечественной войны [1].

Плакат обычно содержит и текстовую часть (лозунги) наравне с изображением. Автором использовались возможности онлайн-ресурса [advego.com](http://advego.com) по подсчету частоты использования слов в тексте, выявлению семантического ядра и т. д. Наиболее значимые результаты представлены ниже (авторы каталога объединили плакаты 1942–1943 гг. в один раздел):

*1941:* количество значимых слов — 117; фраза/слово семантического ядра (количество): фашистский (9), враг (8), фронт (6), армия (4), защита (4), народный (4), СССР (4), тыл (4), бить (3), красная (3), красной армии (3), крепкий (3), много (3), раздавить (3), ряд (3);

*1942–1943:* количество значимых слов — 128; фраза/слово семантического ядра (количество): враг (9), победа (9), фронт (8), вперед (7), герой (7), боец (6), все (6), немец (5), фашистский (5), армия (4), красная (4), красной армии (4), слава (4), смерть (4);

*1944:* количество значимых слов — 38; фраза/слово семантического ядра (количество): слава (4), Берлина (3), бой (3), котел (3), Берлине русский котел (2), близкий (2), вид (2), вперед (2), враг (2), герой (2), длить (2), зверь (2), Ленинград (2), Москвы вид (2), немецкий (2), победа (2), советский (2);

*1945:* количество значимых слов — 13; фраза/слово семантического ядра (количество): большевиков партия (2), немец (2), партия (2), победа (2).

Таким образом, при контент-анализе коллекции плакатов Белорусского государственного музея истории Великой Отечественной войны выявлено, что лозунги плакатов отражали все изменения в ходе Великой Отечественной

войны, определяя акценты их восприятия, влияя на формирование образа Великой Отечественной войны и сегодня, спустя десятилетия после войны.

---

1. Родина-Мать зовет! Плакаты Великой Отечественной войны : каталог коллекции Белорусского государственного музея истории Великой Отечественной войны / сост. Г. П. Павловская ; фото К. Л. Дробова, В. А. Сибрикова. Минск : Літ. і мастацтва, 2010. 224 с. [Вернуться к статье](#)