

Филология: научные исследования

Правильная ссылка на статью:

Евсеев А.Ю. Аспекты визуализации исторической памяти в СМИ Чеченской республики // Филология: научные исследования. 2025. № 8. DOI: 10.7256/2454-0749.2025.8.74805 EDN: UBFGBH URL:
https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=74805

Аспекты визуализации исторической памяти в СМИ Чеченской республики

Евсеев Александр Юрьевич

кандидат политических наук

доцент; департамент медиакоммуникаций; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ

Россия, Московская обл., г. Домодедово, мкр. Центральный, ул. Октябрьская, д.33

 evseevau@mail.ru



[Статья из рубрики "Историзм"](#)

DOI:

10.7256/2454-0749.2025.8.74805

EDN:

UBFGBH

Дата направления статьи в редакцию:

11-06-2025

Аннотация: Статья посвящена особенностям визуализации медийной продукции на темы исторической памяти народа. В обозначении актуальности вопросов визуализации исторической памяти народа автор опирается на тезис о том, что культура народа накладывает свой отпечаток на использование невербальных средств передачи информации в медийной среде, а также на выбор визуальных средств отображения культуры. Трансляция этнических и культурно-исторических ценностей посредством фотографии основывается в СМИ, прежде всего, на принципе документальности информации. Исходя из этого принципа, фотографическое изображение в чеченской газете рассматривается как инструмент демонстрации реальности истории, трансляции исторической памяти. Автор представляет результаты исследования, основанного на психолингвистическом анализе фотографических изображений. Фотография рассматривается как медиатекст, а соединение в одном материале фотографии, верbalного текста, элементов дизайна и других составляющих материала – как креолизованный текст. Текст как феномен – явление многогранное, разнообразное и

многоаспектное, психолингвистических исследований фотографических изображений практически нет. В этом автор видит актуальность обращения к данной теме. Объектом выступает республиканская газета «Даймохк» (Чеченская Республика), которая издается на чеченском языке. Обоснованием выбора объекта исследования послужила уникальность издания – первая газета в мире, издающаяся исключительно на чеченском языке. Визуальный материал газеты является не только дополнением, но и транслятором идей и ценностей чеченского народа для тех, кто просматривает издание. Среди причин, которые способствовали выбору издания – большая и долговременная популярность газеты у чеченского народа. Выявлены основные функции фотографии в СМИ, в частности, в газете. К ним можно отнести документальность, визуальная демонстрация духовной составляющей жизни народа. Фотографическое изображение происходящего в чеченских газетах отображает национальную самобытность издания, верность традициям журналистики реалистично отображать события. Такая стратегия позиционирования ценностей народа является частью информационно-пропагандистского воздействия. В Чеченской Республике основной задачей такого воздействия является сохранение традиционных ценностей горцев. Приемы эффективного воздействия на читателя, выявленные при анализе фотографий чеченских газет, могут быть полезны и востребованы региональными и федеральными СМИ.

Ключевые слова:

журналистика, СМИ, историческая память, дизайн газеты, фотография, концептуальный образ, традиция, медиатрансляция традиций, духовность, документальность

К вопросу актуальности визуализации медиапродукции

Процесс визуализации продукции массовой коммуникации, особенно средств массовой информации, стал в XXI веке одним из самых актуальных с точки зрения социокультурной компетенции. В средствах массовой информации к визуализации относят все больше и больше новых форм отображения действительности: фотоизображение и фотоколлаж, инсталляция, инфографика, таблоидное сопровождение текста и многие другие. Перечисленные формы визуального представления действительности в СМИ выполняют функцию невербальной коммуникации наряду с невербальным общением (Бибикова 2019: 25).

Невербальное общение включает такие формы самовыражения, которые не опираются на слова и другие речевые символы. Символы невербального языка у разных народов имеют различное значение (Юсупов 1991: 31). К функциям, которые призваны выполнять различные символические системы в теоретическом познании мира, относят: миф и искусство, язык и наука – это не отпечатки действительности, а формы «чеканки бытия», благодаря которым человеческий дух осуществляет переход от хаоса непосредственных впечатлений к «миру созерцания и представления», формирует картину мира (Кассирер 1995: 179). Символические формы составляют содержание культуры. В качестве знака и символа «могут выступать самые различные объекты: предметы, действия, их проявления» (Даниленко 2013: 6-8). Невербальная коммуникация помогает человеку транслировать знаково-символический организацию опыта пребывания в социуме, а средства массовой информации ретранслируют такой опыт на большие аудитории. Фотографическое изображение позволяет демонстрировать использование зрительных и слуховых форм восприятия, расположения не только самих коммуникантов и их произведений, но и частей, фрагментов произведения в общем

контексте коммуникации. Следовательно, визуальные представления информации на страницах средств массовой информации, могут рассматриваться и как сигналы личности (автора и его героев, группы людей, объединенных несколькими важными для общества характеристиками, либо одной идеей).

Речевое общение всегда сопровождается невербальным. Последнее, однако, может происходить независимо от речи (Цыбуля 2014: 252). Исследователи также ставят проблему современной систематизации и научного подхода к использованию неверbalных средств, данный тезис актуален в связи с частотой употребления и одновременно постепенным упрощением использования невербальных средств. Исследователи подразделяют современные средства невербальной коммуникации на три условных типа: знаки, определяющие поведение человека; знаки, возникающие ненамеренно; знаки собственно коммуникативные (Коненбаев 2019: 61). В средствах массовой информации все три типа проявляются наиболее отчетливо, так как объемные тексты сегодня мало кто читает – их заменяют креолизованные произведения с использованием всех средств выражения мысли, как вербальных, так и невербальных. Как правило, креолизованный текст сегодня невозможно представить без фотографического изображения. В случае презентации истории на помощь авторам приходят коллажные изображения, которые могут соединять в образ либо концепцию фотографию и ее реставрацию, ретушь, пространственное расположение. Современные процессы визуализации СМИ отражают и потребности аудитории в различных формах, способах познания. Так, культурное пространство больших городов также становится объектом этнопознания, так как историческое многообразие «существующих в обществе культурных интересов и потребностей» – это динамика социальной и культурной жизни (Воскресенская 2019: 6). Отражение этой жизни в медиа становится все более разнообразным в точки зрения жанровой подачи: репортажи, портретные интервью, тревэлоги, лонгриды. Отмечается повышенное внимание к историческим формам культуры, к попыткам моделировать элементы культурной жизни минувших веков. Визуализация приводит к тому, что насущные и важные мировоззренческие вопросы преподносятся читателю в визуально-речевой форме, более понятной современному потребителю информации в силу клиповости его мышления.

Исследователи отмечают: сегодня посредством невербальной коммуникации медиа способны передавать огромный пласт информации. Использование такого рода информации резко возросло на фоне активного функционирования «нового вида общения – социальных сетей интернета. Главная роль невербальной коммуникации заключается в получении самой разнообразной информации о человеке» (Коненбаев 2019: 61). В публикациях на тему сохранения наследия, исторической и национальной памяти информации о человеке придается не только познавательный, но и духовно-нравственный смысл. Невербальное сопровождение словесной информации (рисунок, фотография, цветовая символика и т.п.) в этом случае должно решать и задачу единого целостного восприятия как речевых знаков, так и невербальной символики. Здесь фотографические изображения выполняют визуально-познавательную и связующую роль – организуют медиатекст в целом, дополняют словесно выраженную мысль, являются эффективным транслятором событий и явлений (информационный и социальный аспект).

Невербальные средства общения служат для организации и поддержания социально-психологической направленности в общении, регулирования коммуникативного процесса; придания нового либо уточненного смысла тексту (расстановка акцентов); выражению эмоций, ценностей (Шевандрин 1995: 30-32). Под содержанием коммуникации принято понимать, в том числе, передачу информации о внутренней

мотивации и эмоциональном состоянии. Инструменты коммуникации могут включать язык, устный и письменный (текст, изображения, схемы, запись информации, технические средства передачи (радио и видеоаппаратура, механическая, магнитная, лазерная и другие формы письма) знаковые системы), эмоциональный тон» и другие (Собирова 2021: 23).

Для изучения и осмысливания процессов современных процессов визуализации важен тезис о том, что каждая культура накладывает свой отпечаток на трансляцию информации при помощи невербальных средств (форма, цвет, символика и т.п.). Нормы подачи информации, этические и моральные нормы изображения на рисунках и фотографиях документально отражают те ценности и традиции, которые формируются в этносреде. Ценность невербальной информации в том, что она отражает реальные эмоции в момент событий, явлений (Юсупов 1991: 49). Фотография не случайно стала в XX в. предметом философского осмысливания. Фотографию как зеркальное дело правомерно называть отражением. Если рассмотреть фотографию как фотографирование не просто вещей, но вещей-символов, то можно сказать, что она открывает нам невидимое (Авдошин 2014: 47). Человек познает реальность при помощи принципа документальности журналистской фотографии (невидимые в первого взгляда документальные детали, акценты, время и пространство). Одновременно «ум отражает окружающие вещи. Но чем «выше» мы поднимаемся, тем меньше вокруг оказывается вещей, живых существ, людей, и в конечном итоге уму не остается ничего другого, как отражать и созерцать себя самого. И когда мы бываем поражены какой-либо фотографией, это значит, что мы увидели в ней самих себя. Точнее, ум через нас увидел в ней сам себя (Авдошин 2014: 48).

Для исторической памяти данное свойство фотографии является ключевым, оно формирует доверие к опубликованному материалу, к средству массовой информации, к автору произведения. Пройдя через десятилетия исторического беспамятства, общество возвращается к истокам культурного самосознания, и в этом возрождении духовных традиций помогают образы, воплощённые в живом слове и изображении произведений массовой коммуникации. Поэтому среди инструментария неверbalного воздействия одну из ведущей ролей, на наш взгляд, выполняет фотография.

Фотография как инструмент демонстрации реальности истории

«Визуальность является одной из важнейших черт современной цивилизации, культуры и, конечно, средств массовой коммуникации, активно трансформирующих актуальную реальность и при этом кардинально изменяющих в этом процессе самих себя» (Симакова 2017а: 91). Визуализация – это наглядность, доказательство, более полное конструирование образа и имиджа. В информационном пространстве слово обретает некое пространственное значение за счет демонстрации и дополнения вербализованных мыслей при помощи изображения. «Виртуализация пространства взаимодействия придает имиджу столь нужное ему (ввиду неуловимости, незакрепленности в институциональном дизайне) пространственное измерение (Симененко 2008: 7). Философский смысл фотографии заключается в выборе способа мировидения.

Сегодня процесс формирования новых форм клипового мышления идет стремительно. В связи с этим клиповую культуру можно считать вполне объективной формой восприятия реальности, адекватной текущим условиям, поэтому «визуализация журналистского контента в средствах массовой информации – наиболее эффективный путь взаимодействия с современным потребителем медиапродукта» (Симакова 2017б: 139). М.В. Загидуллина отмечает, что массовый сдвиг в сторону «считывания информации»

задает возможность рассмотрения современного этапа как переходного к собственно новым репрезентациям мысли» (Загидуллина 2015: 21). Фотография в этом смысле незаменима на страницах СМИ, так как обеспечивает этот переход на нейропсихологическом уровне.

В региональных СМИ визуализация выполняет роль портретирования соседей по общежительству. В небольших населенных пунктах люди знают друг друга намного больше, чем в больших городах. Фотографический процесс в газете – целое событие для всех, а не только для героев публикаций. То же самое происходит и с архивными фотографиями: их рассматривают, узнают родственников, знакомых, вспоминают, как это было, обсуждают детали и контекст размещения. Портретирование в городских газетах регионов – свидетельство о событиях, оно помогает открывать новое в хорошо известном и близнем. Поэтому так актуальны вопросы применения инфографики и фотографических процессов в ней – в частности. Исследователи отмечают и еще одну важную роль инфографики – используется как вид иллюстрации и в большинстве случаев иллюстрирует темы, содержащие статистические данные. При создании инфографики журналистам региональных СМИ следует стремиться к соблюдению баланса между числовым и текстовым контентом, более тщательной проработки требуют визуальная и композиционная составляющие (Егорова 2017: 91). Инфографика часто становится важной составляющей медиатекста, объясняет на визуальном уровне поводы обращения кой или иной теме, аспекты жизни людей (например, обрамление материалов в цвете ислама – зеленом и т.п.). Фотографическое изображение в этом смысле является символическим воплощением объекта исторической памяти, оно транслирует как документальность, так и чувственность восприятия (как было сказано выше у Г. Авдошина), давая возможность читателю оценить как событие или повод в прошлом, так и его интерпретацию в СМИ (о чем фотография, где сделана, по какому поводу, детали изображения и т.п.).

Фотография – это и передача эмоционального состояния. Аристотель называет эмоциональное состояние человека «чувствилищем». Мыслительный образ чувственного Аристотель уподобляет рисунку, сохранность которого мы называем памятью (Психологические сочинения Аристотеля 1885), оформление же мыслительного образа понимается им как движение, подобное изменению, производимому печатью в воске. Аристотель различает память и реминисценцию, или припомнание. Припомнание есть возвращение знания или ощущения, которое у нас уже было. Это напряженное усилие поиска верного пути среди всего содержимого памяти, выслеживание того, что мы пытаемся припомнить. В этом усилии Аристотель выделяет два связанных между собою начала. Это принцип того, что мы называем ассоциацией, хотя Аристотель на употребляет этого слова. По законам ассоциаций, рассматривая фотографии, человек может восстановить порядок событий или впечатлений. В конце XX века ассоциативный подход к изучению процессов творчества был частью так называемого мемориального бума. Исследователи указывают и причины такого бума:

- социальные причины: уход поколения, явившегося свидетелем трагических событий истории, и необходимость создания обществом «культурных форм памяти прошлом», так как «живое воспоминание» может исчезнуть; П. Нора относит к социальным причинам всплеска интереса к проблемам памяти – «ускорение истории» (процесс доминирования памяти над историей) и «деколонизацию» (появление необходимости создания собственной идентичности через обращение к прошлому);
- влияние технической революции (развитие электронных медиа, массмедиа, социальных сетей и их влияние на коллективные представления о прошлом), (Вишнякова, Липгарт,

Мартюшова 2022: 701).

Фотография, как разновидность публицистического произведения имеет содержание и язык, изображающий идею образа. «Экраном для зрительских восприятий» является поле «человеческого зрения» < ... >, и формы восприятия поэтому наиболее субъективно воспринимаемы в эстетическом плане (Фатеева 2024: 93). В СМИ портрет выполняет иллюстративно-информационную функцию. Используя фото можно представить не только внешний и внутренний облик человека, но и проиллюстрировать его отношения с семьей, сторонниками, наиболее выгодные факты его биографии, результаты деятельности, выражение интересов избирателей, воплощение их идеалов. В фотогении коннотативное сообщение заключается в самом образе с учетом фотографического контекста (приемы освещения, экспозиции, так активно используемые в фотографии в прошлые годы). Так, например, портрет крупного плана фиксирует особенности формы лица, передает его выражение, мимику, улыбку. (Крупный план — кадр, в котором объект человек снят с небольшого расстояния, на котором отсутствуют отвлекающие детали. Если говорить о портрете, то крупный план — это съемка лица, шеи, плеч. Крупный план в первую очередь призван показать эмоции, мимику). Снимок среднего плана выделяет позу и жест, движение фигуры. Такой вид демонстрирует объект фотографирования с меньшей дистанции и, соответственно, в более крупном масштабе. Благодаря этому, он делает зрителя ближе к сюжету на фото; имеет возможность сконцентрировать его внимание на значимом элементе или моменте действия. Общий план показывает человека в окружающей его обстановке.

Об этом пишет Р. Барт. Анализируя произведенияотовыставки, он указывает на такое эффективное для восприятия ее свойство, как натуральность. Такие фотографии, «без патетики и без объяснений, эти фотографии заставляют зрителя напряженно вдумываться, подталкивают его к самостоятельному суждению», «можно сказать, что мы здесь имеем дело с категориями эпического и трагического». (Барт 1996: 110). Феномен фотографии при восприятии текста объясняется самой сущностью медиатекста, его вербально-невербальной природой.

С точки зрения анализа процесса фотофиксации при создании журналистского произведения, сама фотография выполняет роль инструмента исследования, демонстрации реальности истории. Фотография и фоторяд в СМИ компеллирует диаметрально противоположные свойства — точное техническое и технологическое воспроизведение и творческий выбор. Метафорически — фотография как «живой объект, заставляет человека использовать ее расширяющие и трансформирующие прямое видение качества (Обухов, Умярова 2020: 129). Вышесказанное позволяет сделать вывод о том, что роль фотографических изображений в трансляции исторической памяти является важной, а иногда и ведущей.

Память и ее отражение в газетных фотографиях

Визуализация вопросов исторической памяти актуальна в связи с мировыми событиями XXI века. Формирование многополярного мира требует обращения к новым коммуникационным стратегиям с точки зрения осмысливания исторического опыта и культуры. Не только словесно, и визуально запечатлена память народа, его познавательный опыт, морально-этические, социально-эстетические, художественные и воспитательные идеалы. Одним из приоритетных направлений государственной политики Российской Федерации является аккумуляция положительного межнационального взаимодействия, установление диалога культур. Фотография на страницах газет отображает реальную картину национальной культуры в средствах массовой

информации. Автором статьи была изучена картина такого визуального отображения.

Для реализации исследовательских задач проведен анализ публикаций в газетной периодике Чеченской Республики. Основным объектом исследования стали фотографии, размещенные как часть публикаций и как отдельно взятые газетные публикации в республиканской газете «Даймохк»: это средство массовой информации является «первой и единственной газеты в мире, издающейся исключительно на чеченском языке» (Мусаева 2021: 45). Как справедливо отмечает А.А. Мусаева, несмотря на статус и возраст издания (в текущем году газете исполнилось 98 лет), газета до сих пор не подвергалась серьезному научному изучению.

Были исследованы около двухсот номеров газеты на чеченском языке, период исследования – 2016-2023 годы (на сайте газеты размещены архивные номера с 2016 по 2024 гг). Часть архива представлена в черно-белом изображении. Хронологические рамки исследования объясняются следующими причинами. Во-первых, это период осмыслиения политики обновленной республики, ее современной стратегии и отображения культурно-исторических ценностей прошлого. Во-вторых, обращение к данному пятилетию обусловлено технологическим моментом – номера газет доступны в электронном виде. Анализ визуальной составляющей контента газеты может быть полезным другим изданиям, язык фотографии понятен всем. Ручным способом подсчитано: в указанном количестве номеров газет размещено примерно две тысячи фотографий. Автор акцентирует внимание на том, что для него было важно не само количество фотографий, которые в итоге первичного мониторинга подверглись дальнейшему исследованию, а их наличие в ракурсе тематики историко-культурных событий.

Основной метод исследования – психолингвистический анализ фотографических изображений. Психолингвистика, «являясь наукой о производстве и восприятии речи, ориентирована также преимущественно на исследование того, как речевой материал воспринимается среднестатистическим носителем языка, какие образы формируются в его сознании» (Белянин 2000: 3). Каждый элемент текста обусловлен не только лингвистическими, но и психологическими закономерностями. В филологических работах анализируются принципы организации медиатекста как сложного образования, такой подход может дать целостное представление о визуальном произведении. Среди целей психолингвистического анализа визуальной продукции исследователи называют изучение обращенности произведения к читателю, интерпретацию произведения как способа постижения смысла произведения. Как было сказано выше, в процессе анализа единицы публикаций, а именно – фотография, фоторяд, фотография+текст рассматривались как медиатекст. Как и любой текст, они рассматриваются в первую очередь как продукты речевомыслительной деятельности. Фотографии отбирались для анализа путем ручного поиска (листажа издания).

Во многих исследованиях текст рассматривается именно как креолизованный продукт, выраженный как вербальными, так и невербальными – паралингвистическими, визуальными и т. д. – средствами. Сегодня самые «стойкие» лингвисты не отмахиваются от того факта, что при непосредственной коммуникации до 80% информации коммуниканты получают по неверbalным каналам, и соглашаются с тем, что невозможно изучать речь, не учитывая экстралингвистических факторов, на нее влияющих (В.П. Белянин, И.В. Бибикова и др.).

Вербально-невербальная природа текста объясняется тем, что из всего спектра средств выражения некоторого смысла автор выбирает не только вербальные, но и

невербальные средства. Автору (либо издателю) в этом смысле вторит читатель, так как он так же вслед за автором отбирает, фильтрует средства выражения, но уже воспринимает их по-своему, в своей картине мира. Удачность, эффективность публикации – когда отбор средств автора во многом, почти полностью совпадает с выбором читателя. У фотографии всегда больше таких шансов, чем у других форм авторского выражения.

По результатам исследования выявлены основные качественные социально-психологические характеристики размещенных фотографий – документальность, духовная составляющая жизни горцев, реальность происходящего (за счет минимальной ретуши и коллажа). Выявлены также визуальные средства, при помощи которых выражается идейное и эмоциональное содержание фотографических произведений. Среди них – портретное изображение деятелей прошлого, портретирование старейшин и представителей старшего поколения, репортажные элементы фотографических изображений.



(Архив газеты «Даймохк» (на чеченском языке). Шот, хIутосург (май) беттан 21-гIа де, 2016 шо https://vk.com/doc-101123485_437526699).



(Архив газеты «Даймохк» (на чеченском языке). Кхаара, асаран (июнь) беттан 15-гIа де, 2016 шо https://vk.com/doc-101123485_437594758).



(Архив газеты «Даймохк» (на чеченском языке). Шинара, асаран (июнь) беттан 20-гIа де, 2017 шо // https://vk.com/doc-101123485_446643173).



(Архив газеты «Даймохк» (на чеченском языке). ПIераска, лахъанан (ноябрь) беттан 16-гIа де, 2018 шо // https://vk.com/doc-101123485_481945732).

Фотографии диалогичны по смыслу и функциям, приглашают к размышлению и диалогу. На это указывают отзывы читателей, размещаемые в некоторых номерах печатного издания на последних страницах. Довольно большой объем фотографических изображений выполняет роль иллюстративного материала на литературных страницах газеты. На этих полосах публикуются художественные произведения на чеченском языке – очерки, эссе, отрывки повестей. Анализ показал, в большинстве таких публикаций фотография не имеет самостоятельной смысловой нагрузки, она дополняет текст либо визуализирует печатное издание (исследовались сканы газет, размещенных на архивной странице издания).

Газета сохраняет традиции верстки и размещения материалов советских времен, используя современные способы оформления и дизайна. Сохраняется принцип баланса документальности и художественности в фотографических изображениях, а также принцип историчности в фотографическом портретировании. Как и в прошлом, в визуальном плане первые страницы газеты – традиционно фотографии с места событий, новости (портреты, репортажные и отчетные фотографии). Общий посыл фотографий издания не предусматривает сенсационных сообщений. Как правило, это изображения первых лиц государства, сотрудников органов государственной власти, фотографические репортажи. Элементы исторической памяти проявляются в образах руководителей:

национальная одежда и головные уборы, размещение в пространстве с предметами быта, изображение на коне, окружение и место съемки.

Снимки с различных мероприятий довольно часто демонстрируют гастрономические традиции, хлебосольность чеченцев – например, длинные и торжественные столы с блюдами национальной кухни и без спиртного. Практически перечисленные выше элементы изображений есть почти в каждом номере. Как правило, начиная с третьей полосы, газета активно размещает информацию о событиях культурно-исторического плана, тексты сопровождаются фотографиями местных жителей в одежде с национальными элементами, окрестностей местности, включающих чеченские крепости, реки и водопады, сочетания современного фото с фотографиями и репродукциями старинных книг, открыток.

В фотографических изображениях при их кажущейся повторяемости и иногда однообразном ракурсе проявляется эмоционально-смысловая доминанта. Она заключается в активной визуальной трансляции традиционных ценностей региона: одежда, атрибуты жизни, гастрономия, праздники, совместное решение социальных задач, гендерные особенности общежития (изображения мужчин и женщин согласно законам горцев – женщины в головных уборах, иногда изображаются с бокового ракурса, со спины т.п.). Стилистика фотографий проявляется за счет типажа изображаемой жизни.

Чеченская Республика – регион Северного Кавказа. В изображении жизни чеченцев отражаются «сложности и противоречия межнациональных процессов, происходящих в обществе и отраженных в СМИ (Рева 2014: 167). Трудности, которые народ переживал, как и все советские люди, вместе с теми проблемами, которые характерны для Северного Кавказа. При этом анализ газеты «Даймохк» показывает, что стереотипные представления о народах Северного Кавказа, бытующие в СМИ в начале 2000-х годов, в СМИ на чеченском языке не имели места. Газета позиционирует своеобразие народа посредством единства в отношении традиций (сбор урожая, праздники, почитание старших, спортивные мероприятия, свадьбы, строительство дома и т.п. – всё как и было раньше). Фотографические изображения газеты «Даймохк» представляют собирательный портрет чеченца в историческом развитии при условии соблюдения и сохранения самобытности. Визуальные составляющие газеты характеризуют культуру народа в традиционном ее понимании как «организацию явлений, видов и норм активности, предметов (средств, вещей, созданных с помощью орудий), идей (веры, знания) и чувств (установок, отношений, ценностей), выраженных в символической форме» (Орлова 1994: 17). Примеры визуального сопровождения либо отдельного от текстов визуального изображения, практикующегося на страницах газеты «Даймохк» демонстрируют стратегии отображения верности историческим традициям, пренебрежение к конъюнктурной тематике визуализации (в других СМИ начала XX века чеченцы позиционировались зачастую как агрессивные воины, как жаждущие наживы горцы, как люди, не желающие диалога с другими народами – упрямые и гордые; многие кадры были постановочны, перепечатка и ссылка на чеченский СМИ не проводилась).

Документальность фотографий сочетается с психологическим приемом демонстрации духовных факторов развития народа (жизнь в духе традиций). Документальность фотографии – это опора на факты, достигается изображением человека в социальном мире (окружение, время, место). Реальность событий на фотографическом снимке транслируется за счет объективно явленного мира (собственно, толкование термина реальность в реферативно-словарных источниках). Здесь мы можем констатировать реальность происходящего в кадре, что говорит о национальной самобытности издания.

Фотография как невербальная часть креолизованного текста в чеченских газетах отображает национальную самобытность самого издания, верность традициям журналистики реалистично отображать события. Газета «Даймохк» остается для чеченцев востребованным средством массовой коммуникации Стратегия активного и мудрого позиционирования ценностей, традиций народа является частью информационно-пропагандистского воздействия средств массовой информации, частью духовной функции журналистики. Психолингвистические характеристики фотографий о жизни народа сводятся к следующему: объединяющий единый жизненный мотив (традиции предков); установки на сохранение традиций (внешний вид, ракурсы фотографий); реагирование на современные героям фотографий события, их запечатление.

Приемы эффективного воздействия на читателя, выявленные при анализе фотографий чеченских газет, могут быть полезны и востребованы региональными и федеральными СМИ. Результаты анализа фотографий газеты позволили увидеть необходимость сопоставления в дальнейшем форм и способов современного изображения исторически сложившейся жизни народа с духовными ценностями этноса.

Библиография

1. Авдошин Г.В. Фотография как отражение // Вестник Бурятского государственного университета. 2014. № 6 (2). С. 42-48.
2. Барт Р. Мифология. Пер с фр., вступ. ст. и comment. С.Н. Зенкина. М.: Изд-во им. Сабашниковых, 1996. 312 с.
3. Белянин В. П. Основы психолингвистической диагностики. (Модели мира в литературе). М.: Тривола, 2000. 248 с.
4. Бибикова И. В. Как научить говорить без слов или невербальная коммуникация как важнейший компонент социокультурной компетенции // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Серия Образование и педагогические науки. 2019. Вып. 3 (832). С. 25-34. EDN: WQQKOU
5. Вишнякова О. Д., Липгарт А. А., Мартюшова Н. О. Проблема исследования памяти в лингвистике: междисциплинарный подход // Вопросы журналистики, педагогики, языкоznания. 2022. № 41 (4). С. 700-706. DOI: 10.52575/2712-7451-2022-41-4-700-706. EDN: TTVMIG
6. Воскресенская М. А. Журналистика и культура общества. – СПб., 2019. 166 с.
7. Даниленко О.И. Психология символических форм поведения: понятия и подходы. – СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2013. 111 с. EDN: NDRSSK
8. Егорова Л. Г. Инфографика в региональных печатных изданиях (на материале газеты "Крымские известия") // Вестник Челябинского государственного университета. 2017. № 6 (402). Филологические науки. Вып. 106. С. 91-99.
9. Загидуллина М. В. Журнализм и вызовы современных технологий: net-мышление как новый виток развития человеческих способностей // Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. 2015. № 5 (360). Вып. 94. С. 20-25. EDN: TQSSML
10. Кассирер Э. Философия символических форм. Введение в постановку проблемы // Культурология. XX век. Антология. М., 1995. С. 163-212.
11. Кененбаев Е. Т. Невербальная коммуникация в социальной жизни общества // International scientific review. 2019. № LXVII. С. 60-62.
12. Мусаева А.А. Виды глаголов, наиболее часто используемых в языке газеты «Даймохк» // Филология: научные исследования. 2021. № 6. С. 45-51. DOI: 10.7256/2454-0749.2021.6.35909 URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?

id=35909

13. Обухов А. С., Умярова Д. К. Фотография как инструмент исследования // Исследователь. 2020. № 2. С. 128-136.
14. Орлова Э. А. Введение в социальную и культурную антропологию. М.: Изд-во МГИК, 1994. 214 с.
15. Психологические сочинения Аристотеля / пер. с греч. В. Снегирева. Казань, 1985. Вып. 1: Исследования о душе. 98 с.
16. Рева Е. К. Особенности репрезентации национальных культурных ценностей народов Северного Кавказа в современной журнальной периодике // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Гуманитарные науки. 2014. № 1 (29). С. 161-169.
17. Симакова С. И. Инструменты визуализации информации в СМИ: инфографика // Вестник Челябинского государственного университета. 2017а. № 6 (402). Филологические науки. Вып. 106. С. 91-99. EDN: ZDOTVH
18. Симакова С. И. Визуализация в СМИ: вынужденная необходимость или объективная реальность? // Вестник Самарского университета. История. Педагогика. Филология. 2017b. № 1-2. С. 135-140. EDN: YTOSJF
19. Симененко И. С. Образы и имиджи в дискурсе национальной идентичности // Полис. Политические исследования. 2008. № 5. С. 7-12.
20. Собирова Н. Н. Невербальная коммуникация // Проблемы современной науки и образования. 2021. № 5 (162). С. 22-25. EDN: AXDRIV
21. Цыбуля Н. Б. Основные направления исследований в области невербальной коммуникации // Вестник Московского государственного лингвистического университета. 2014. № 1 (687). С. 252-267.
22. Шевандрин Н. И. Социальная психология в образовании. Ч. 1. Концептуальные и прикладные основы социальной психологии. М.: Владос, 1995. 543 с.
23. Фатеева И.А. Проблематика "лица газеты" в трудах московских газетоведов // Челябинский гуманитарий. 2024. № 3 (68). С. 90-100. DOI: 10.47475/1999-5407-2024-68-3-90-100 EDN: DLTMYZ
24. Юсупов И.М. Психология взаимопонимания. – Казань, 1991. 192 с.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предмет исследования рецензируемой статьи довольно интересен, автор обращается к анализу проблемы «визуализации исторической памяти». В качестве примера / исследовательской базы использованы СМИ Чеченской республики. Думаю, что указанный вектор оценки современных средств массовой информации правомерен, ибо ситуация многогранна, да и форматы воздействия на слушателя / читателя трансформируются. Текст работы автором дифференцирован на т.н. смысловые блоки, логика членения вполне понятна: от актуализации проблемы к систематизации имеющихся источников до аналитической процедуры точечного характера. В принципе стиль данного труда ориентирован на научный тип, но использование генерации в ряде случаев все же есть: например, «в случае презентации истории на помощь авторам приходят коллажные изображения, которые могут соединять в образ либо концепцию фотографию и ее реставрацию, ретушь, пространственное расположение», или «следовательно, визуальные представления информации на страницах средств массовой информации, могут рассматриваться и как сигналы личности (автора и его героев, группы людей, объединенных несколькими важными для общества характеристиками,

либо одной идеей)» и т.д. Даже если генерация и есть, желательно стремится к объективной манифестации смысла, что ценно для научного труда. Некоторые ссылки цитации сложно верифицировать в плане авторства: например, «Главная роль невербальной коммуникации заключается в получении самой разнообразной информации о человеке» (Коненбаев 2019: 61). Ссылка дана, но данная мысль была высказана еще в 2013 году Андреем Бекренёвым. При этом у А. Бекренёва есть отсылки на имена Поваляевой М.А., Рутер О.А.! Внимательно стоит компилировать собственный текст, ну или ссылки делать правильные. Стремится не отвлекаться автор от указанной в заголовке темы, часто тезирия, например, что «для исторической памяти данное свойство фотографии является ключевым, оно формирует доверие к опубликованному материалу, к средству массовой информации, к автору произведения. Пройдя через десятилетия исторического беспамятства, общество возвращается к истокам культурного самосознания, и в этом возрождении духовных традиций помогают образы, воплощённые в живом слове и изображении произведений массовой коммуникации. Поэтому среди инструментария невербального воздействия одну из ведущей ролей, на наш взгляд, выполняет фотография», или «Фотографическое изображение в этом смысле является символическим воплощением объекта исторической памяти, оно транслирует как документальность, так и чувственность восприятия (как было сказано выше у Г. Авдошина), давая возможность читателю оценить как событие или повод в прошлом, так и его интерпретацию в СМИ (о чем фотография, где сделана, по какому поводу, детали изображения и т.п.)» и т.д. Так называемый эффект диалога с оппонентами складывается векторно, что можно оценить положительно: «М.В. Загидуллина отмечает, что массовый сдвиг в сторону «считывания информации» задает возможность рассмотрения современного этапа как переходного к собственно новым репрезентациям мысли» (Загидуллина 2015: 21). Фотография в этом смысле незаменима на страницах СМИ, так как обеспечивает этот переход на нейropsихологическом уровне». Собственно свой взгляд на проблему автор вырабатывает на основе имеющихся данных. В статье есть даже ретроспекция к более ранним периодам развития общества, где «изображение» уже имело важное значение (см. ссылки на Аристотеля). Далее же ориентир направлен на наше время, современность, где фотография / клип «заполонили» пространство и СМИ, и интернета, и телевидения. Удачно автор работы определяется с функциями «иллюстративного» порядка: например, «в СМИ портрет выполняет иллюстративно-информационную функцию. Используя фото можно представить не только внешний и внутренний облик человека, но и проиллюстрировать его отношения с семьей, сторонниками, наиболее выгодные факты его биографии, результаты деятельности, выражение интересов избирателей, воплощение их идеалов». Таким образом, работа приобретает сферический, более объемный характер. Эмпирическая база / иллюстративный фон оправданы: «Для реализации исследовательских задач проведен анализ публикаций в газетной периодике Чеченской Республики. Основным объектом исследования стали фотографии, размещенные как часть публикаций и как отдельно взятые газетные публикации в республиканской газете «Даймохк»: это средство массовой информации является «первой и единственной газеты в мире, издающейся исключительно на чеченском языке». Термины и понятия, которые используются в статье, ориентированы на унифицированное значение, серьезных разнотечений в данном случае не выявлено. Ссылки на первоисточники даются полновесно: «(Архив газеты «Даймохк» (на чеченском языке). Піераска, лахъанан (ноябрь) беттан 16-Га де, 2018 шо // https://vk.com/doc-101123485_481945732»). Автор приходит к выводу, что «приемы эффективного воздействия на читателя, выявленные при анализе фотографий чеченских газет, могут быть полезны и востребованы региональными и федеральными СМИ. Результаты анализа

фотографий газеты позволили увидеть необходимость сопоставления в дальнейшем форм и способов современного изображения исторически сложившейся жизни народа с духовными ценностями этноса». Считаю, что цель работы достигнута, материал информативен, значим, научная новизна заключается в систематизации данных, в обобщении имеющихся позиций и точек зрения. Рекомендую рецензируемую статью «Аспекты визуализации исторической памяти в СМИ Чеченской республики» к публикации в журнале «Филология: научные исследования».