

DOI: 10.22363/2312-9220-2026-31-1-163-174

EDN: TVKMUF

УДК 81'22:316'4

Научная статья / Research article

Цифровая фотография в эпоху социальных медиа: между правдой и вымыслом

Ю.В. Балакина 

Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Нижний Новгород, Российская Федерация
✉ julianaumova@gmail.com

Аннотация. Исследуется феномен цифровой социальной фотографии как результат современных социомедийных практик; анализируется трансформация роли фотографии в эпоху цифровых технологий, где она выступает не только как средство фиксации реальности, но и как активный агент процесса смыслообразования. Исследование базируется на методологии цифровой, постцифровой и воплощенной семиотики, что позволяет выявить специфические черты цифровой социальной фотографии в современной коммуникативной среде. Цифровая социальная фотография определяется как постцифровой знак, который формируется под воздействием двух разнонаправленных тенденций: активности аудитории (продюсентов), интерпретирующей и репрезентирующей смыслы, а также технологических систем, влияющих на эти процессы. Непрерывный поток цифровых изображений устанавливает связь между онлайн- и офлайн-пространствами, социальными практиками и их индивидуальными интерпретациями. Фотография в социальных медиа является универсальным средством коммуникации, выполняющим функции визуализации, самопрезентации и выражения эмоций. Параллельно происходит утрата фотографией ее прежней документальной достоверности. Границы между вымыслом и реальностью становятся размытыми, в том числе в результате развития современных технологий, позволяющих не только модифицировать форму и содержание реальных фотографий, но и генерировать их с использованием искусственного интеллекта. В исследовании делается вывод о том, что цифровая социальная фотография функционирует как гибридный знак, значение которого зависит от воли пользователя и алгоритмов воздействия, что бросает вызов традиционным представлениям о достоверности фотографий.

Ключевые слова: фотография, семиотика, постцифровой знак, социальные медиа, визуальная коммуникация, цифровая культура

Заявление о конфликте интересов. Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

История статьи: поступила в редакцию 27 августа 2025 г.; отрецензирована 30 сентября 2025 г.; принята к публикации 11 ноября 2025 г.

© Балакина Ю.В., 2026



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode>

Для цитирования: Балакина Ю.В. Цифровая фотография в эпоху социальных медиа: между правдой и вымыслом // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Литературоведение. Журналистика. 2026. Т. 31. № 1. С. 163–174. <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2026-31-1-163-174> EDN: TBKMUF

Photography in the Age of Social Media: Between Truth and Fiction

Yulia V. Balakina 

HSE University, Nizhny Novgorod, Russian Federation

✉ julianaumova@gmail.com

Abstract. The phenomenon of digital social photography is explored as a product of contemporary social media practices. It analyses the transformation of the role of photography in the digital age, where it functions not merely as a tool for recording reality, but also as an active agent in the process of meaning-making. The study relies on the methodologies of digital, post-digital, and embodied semiotics, which allow to identify the specific characteristics of digital social photography in today's communicative environment. Digital social photography is defined as a post-digital sign shaped by two opposing trends: the activity of the audience (producers) who interpret and represent meanings; and technological systems that influence these processes. The continuous flow of digital images establishes connections between online and offline spaces; social practices and their individual interpretations. In social media, photography serves as a universal means of communication, fulfilling the functions of visualisation; self-presentation and emotional expression. At the same time, photography is losing its former documentary authenticity. The boundaries between fiction and reality are becoming blurred, partly due to the development of modern technologies that not only allow modifying the form and content of real photographs, but also enable generating images using artificial intelligence. The study concludes that the digital social photograph functions as a hybrid sign, whose meaning is negotiated between user agency and algorithmic influence, fundamentally challenging traditional notions of photographic indexicality.

Keywords: photography, semiotics, post-digital sign, social media, visual communication, digital culture

Conflicts of interest. The author declares that there is no conflict of interest.

Article history: submitted August 27, 2025; revised September 30, 2025; accepted November 11, 2025.

For citation: Balakina, Yu.V. (2026). Photography in the Age of Social Media: Between Truth and Fiction. *RUDN Journal of Studies in Literature and Journalism*, 31(1), 163–174. (In Russ.) <http://doi.org/10.22363/2312-9220-2026-31-1-163-174> EDN: TBKMUF

Введение

Первую камеру Kodak представил миру Джордж Истмен в 1888 г. Его презентация сопровождалась слоганом: «Вы нажимаете на кнопку – мы делаем все остальное» (Zuromskis, 2021). С этого момента произошел переход от ис-

кусства фотографии к повседневной практике фотографирования (Venema, Lobinger, 2020).

Однако появление таких цифровых технологий, как камеры на мобильных телефонах, практически повсеместный доступ к сети Интернет и развитие социальных сетей кардинально изменили не только технические аспекты фотографирования, но и социокультурный контекст их создания и потребления, наделив пользовательский контент беспрецедентной значимостью в медиапространстве.

Цифровые социальные фотографии, доступные 24/7, мгновенно публикуются в социальных медиа и передаются через мессенджеры, что обусловлено гипервизуальностью, ремедиацией и кросс-медиацией современного мира. Фотографии, являясь частью офлайн-реальности, интегрируются в онлайн-пространство, распространяются, интерпретируются и вновь становятся частью офлайн-мира посредством материального воплощения или же через воспроизведение репрезентируемых фактов, формируя постцифровые пузыри, тем самым влияя на поведение пользователей (Besley et al., 2018; Lacković, 2020).

Демократизация доступа к технологиям создала парадоксальную ситуацию: с одной стороны, фотография стала универсальным языком коммуникации, а с другой – утратила свою прежнюю документальную достоверность, превратив образцентричное медийное пространство в площадку для конструирования желаемой виртуальной реальности и обмена мифами.

Данный парадокс приводит к необходимости осмысления роли фотографии как инструмента социальной коммуникации в эпоху цифровых технологий.

Материалы и методы

Основная цель настоящего исследования заключается в концептуализации феномена цифровой социальной фотографии (ЦСФ) как результата социомедийных практик. Это предполагает теоретическое осмысление ЦСФ как семиотического знака, системный анализ формируемых посредством практик значений, а также выявление специфических черт, определяющих статус ЦСФ в современной коммуникативной среде.

Теоретико-методологической основой выступают подходы социальной, цифровой, постцифровой и воплощенной семиотики (Berlanga-Fernández, Reyes, 2024; Jones, 2020; Lacković, 2020; Lefebvre, 2022).

Результаты и обсуждение

С формальной точки зрения современная цифровая фотография – это знак, или индекс, представляющий собой цифровой след объекта, запечатленного на фотографическом изображении; символ – транслирующий традиционные значения, устоявшиеся идеи или концепции; икона – демонстрирующая визуальное сходство с объектом (Пирс, 2000; Barthes, 1973; Niemelä-Nyrhinen, Seppänen, 2020).

Визуальный репрезентант фотографии, то есть фактически то, что представлено, является лишь одним из множества возможных конкретных проявлений абстрактных понятий, материальных объектов, социально-культурной информации и коннотаций, которые могут интерпретироваться по-разному в зависимости от контекста и восприятия различных интерпретаторов.

Фотография как средство репрезентации имеет двойственную природу, сочетая в себе реальное и воображаемое, при этом первое подкрепляет второе. Реальность репрезентации достигается посредством указания на объект опыта, существование и характеристики которого по определению могут быть верифицированы (Lefebvre, 2022).

Так, в качестве знака-сообщения (Пирс, 2000), или образа бытия реального факта, фотография показывает лишь то, что изображено на ней, и ничего больше. Фотография сообщает информацию о существовании объекта, его свойствах или ситуации, но не дает логического доказательства, то есть не гарантирует истинности.

Соответственно, когда истинность суждения о содержании фотографии не может быть верифицирована через визуальное восприятие и идентификацию объектов на изображении, не может быть подкреплена сопутствующими знаниями о представленных объектах в соответствии с их фотографическим изображением, фотография утрачивает свою функцию знака-сообщения и начинает функционировать как индексная рема, создавая образ бытия позитивной качественной возможности, не сообщающий о реальном наличии объекта или ситуации и не претендующий на истинность.

Нельзя не отметить также и эмоциональные реакции, которые вызывают фотографии независимо от возможности извлечения достоверных суждений о реальном объекте. В тех случаях, когда объект изображен неопределенно или почти отсутствует, эмоциональные интерпретации становятся доминирующими (Lefebvre, 2022).

Таким образом, физическая связь цифрового фотографического изображения с событием или объектом обеспечивается фотофиксацией реального момента, так как съемка происходит здесь и сейчас. Контекст публикации дополняет индексальность посредством добавления геотега, даты, имен отмеченных людей, комментариев, осуществляя «привязку» фото к конкретной ситуации, даже в том случае, когда репрезентируемые объекты не могут быть верифицированы.

Однако значение формируется не только объектом (денотатом), но и способом показа, формирующим коннотативные значения. При этом связь понимания текста с осознанием его структуры чрезвычайно важна (Березин, 2012). Фотография не просто фиксирует момент, но и настраивает восприятие через ракурс, свет, фильтр, элементы композиции, которые подчеркивают определенные качества (например, уют, роскошь, грусть и т.п.).

Рематическая функция изображения поддерживается также интерактивными инструментами платформ: лайками, комментариями и шерами, которые формируют коллективное восприятие качества изображения, а не проверяют

его достоверность. Таким образом, значение рождается в обмене качествами, а не в верификации фактов.

С точки зрения того, что становится объектом репрезентации современных цифровых фотографий, можно отметить, что, с одной стороны, снимки столь же разнообразны, как и запечатленные на них субъекты, а с другой – отмечается некоторая схожесть «семейных альбомов». Так, некоторые сцены приобретают статус знаковых под воздействием культовых изображений, таких как фотографии у новогодней елки. В ответ на это фотографы стремятся создать персонализированные версии традиционных снимков, одновременно формируя уникальные интерпретации значимых моментов. Такой подход позволяет не только следовать устоявшимся визуальным канонам, но и привносить индивидуальные художественные элементы в свои работы (Zuromskis, 2021).

Из представленных выше аргументов очевидно, что формальные характеристики цифровых изображений (технические параметры, визуальные коды) и их смысловое наполнение – это результат коммуникативного взаимодействия пользователей и технологических систем.

С позиции цифровой семиотики цифровые знаки, к которым относятся и фотографии, не являются статичными; они функционируют на нескольких уровнях, при этом символы часто интерпретируют другие символы, аналогично синтаксису в языкознании, но с добавлением визуальных и интерактивных компонентов. Таким образом, цифровая среда предоставляет возможность использования новых форм кодирования и декодирования, где значение формируется посредством процессов и операций, а не через фиксированные репрезентации (Mangueira et al., 2020).

Постцифровая семиотика, в свою очередь, расширяет понимание прагматических возможностей цифровой фотографии и определяет ее как «постцифровой знак», который характеризуется способностью к манифестации как в виртуальной, так и в физической среде, выполняя роль посредника коммуникации и создания смысла в обеих средах, размывая границы между ними (Lacković, 2020).

Постцифровая семиотика подчеркивает значимую роль технологий, включая генеративный искусственный интеллект (ИИ), в процессе создания и интерпретации цифровых изображений. Например, исследования, посвященные анализу семейных портретов, сгенерированных ИИ, демонстрируют, что алгоритмы играют активную роль в формировании смысловых структур, иногда внедряя предвзятости или «визуальные иллюзии», которые могут являться маркерами глобальных социальных проблем, таких как вопросы расового представительства (Hurley, 2024).

Наряду с этим, фотография как результат социомедийных практик концептуализируется в подходе «воплощенной» семиотики, сформулированной Джоунсом (Jones, 2020).

Первая практика – смотрение (*looking*) реализуется через способность технологий направлять как индивидуальное, так и коллективное внимание

на определенные аспекты опыта. Смотрение не ограничивается только фокусировкой на визуальных стимулах, но и подразумевает формулирование определенной интерпретации событий.

Вторая практика – видение (*seeing*) – включает технологии, тактики и дискурсивные практики, которые определяют, что и как можно увидеть. Восприятие никогда не является прямолинейным и очевидным, поэтому оно включает в себя не только то, что непосредственно воспринимается, но и то, что остается скрытым, а также то, кто и каким образом заполняет эти пробелы, устанавливая приоритетные и авторитетные версии событий.

Третья практика – бытование (*being*) – феноменологические и социальные аспекты идентичности, формируемые через взаимодействие с технологиями. Это вопрос того, кто мы есть, кем можем быть в рамках ограничений наших воплощенных отношений с технологиями, к которым у нас есть доступ, – наших феноменологических «Я», и ограничений наших отношений с более крупными социотехническими объединениями – наших социальных «Я».

Таким образом, форма и значение цифровой фотографии определяются взаимодействием практик субъектов медийного пространства: деятельностью продуцентов, создающих и интерпретирующих изображения, и технологических систем, ограничивающих или, напротив, стимулирующих порождение определенных форм и смыслов.

С одной стороны, наше видение формируется на основе персональных предпочтений и субъективного восприятия реальности наряду с социально-принятыми как в онлайн-, так и в офлайн-пространствах нормами, ценностями, стереотипами. Здесь мы говорим об интеграции индивидуального и социального. С другой стороны, форма определяется собственно медиа как технологиями – техническими возможностями платформы и умениями пользователей манипулировать формой изображения.

Значение фотографии как знака (индекса, символа или иконы) отчасти объективно, так как передает ключевые концепты коллективного когнитивного пространства (Балакина, 2025). Наряду с этим значение динамично, поскольку формируется в непрерывном процессе постоянного обмена фотографиями в медиа как социальной практике.

Иницируемые публикацией реакции, такие как лайки, комментарии или репосты, способствуют формированию значений фотографий, так как значения, «принимаемые» аудиторией, распространяются далее, трансформируются, подстраиваются под новые контексты и аудиторию, при этом распространение «непринятых» значений ограничивается.

С другой стороны, фотографии, опосредованные технологиями, транслируют мифы, то есть определенную идеологию¹, «публичные» значения как результат манипулирования образами. Технологии определяют акт «смотре-

¹ Вслед за В. Бургином (Burgin, 1982) под идеологией мы понимаем совокупность концептуальных положений, касающихся природного и социального бытия, которые в данном обществе считаются общепринятыми и отражающими действительную природу мира и происходящих в нем событий.

ния», продвигая, скрывая или же манипулируя визуальными репрезентациями, соответственно, передаваемыми с их помощью смыслами. Алгоритмы осуществляют отбор контента на основе анализа показателей вовлеченности пользователей, актуальных трендов и индивидуальных предпочтений, что позволяет усиливать или подавлять определенные значения.

Таким образом, взаимодействие пользовательской активности, маркирующей «желаемые» значения, и технологических систем, реализующих на ее основе фильтрацию, формируют пул циркулирующих в определенный момент времени в постцифровом пузыре значений, репрезентируемых посредством ЦСФ.

Значения цифровых фотографий также определяются контекстом их публикации в социальных медиа: в личных профилях, группах, лентах новостей и т.п., оказывая влияние на интерпретацию фотографий и их семантическое наполнение (Jovanovic, van Leeuwen, 2018). Наряду с этим, некоторые платформы, такие как Instagram² и TikTok, предоставляют инструменты для ремедиации аналоговых изображений, которые подвергаются переосмыслению и реконтекстуализации в цифровом формате. Этот процесс включает трансформацию личных воспоминаний в коллективные культурные артефакты, способные вызывать ностальгию и эмоциональный отклик (Ibrahim, 2018).

В социальных сетях, ориентированных на визуальные материалы, изображения выполняют функцию медиаторов повседневного опыта пользователей, демонстрируя индивидуальные предпочтения, вкусы и привычки. Публикация визуальных материалов и настройка профилей становятся инструментами управления впечатлением, позволяя пользователям контролировать восприятие своей личности (D'armenio, 2022).

Джоанна Жилинска утверждает, что мы живем в эпоху, когда бытие человека определяется через представления, которые мы создаем о себе и которые создаются о нас посредством фотографии (Zylinska, 2017). В то же время потребность в репрезентации собственной жизни другим индивидам обусловлена возможностью формирования у последних неточных и фрагментарных представлений о субъекте и его жизненном укладе (Круткин, 2009, с. 118). Для молодежной аудитории социальные медиа являются платформами для демонстрации собственной идентичности в режиме реального времени, что соответствует их самовосприятию. Пользователи стремятся представить себя такими, какими они себя видят или хотят быть (Фофанова, Таланов, 2022).

Таким образом, визуальная составляющая виртуальной идентичности выполняет функции интеграции индивида в структуру социальной сети, служит средством идентификации и персонализации пользователя, а также механизмом его самовыражения и признания (Ушкин, 2012).

Вместе с представленными характеристиками цифровой социальной фотографии важно описать роль фотографий в социальных отношениях. Наряду с формированием, поддержанием и укреплением социальных связей,

² Запрещен в Российской Федерации.

созданием индивидуальных и коллективных воспоминаний, самовыражением, репрезентацией и реализацией межличностных отношений (Venema, Lobinger, 2020), фотографии через эффект визуально-опосредованного соприутствия (Villi, 2015), а также при непосредственной и достоверной передаче эмоций создают основу для аффективной «визуальной близости», связей, интимного общения (Miguel, 2016). В итоге усиление синхронности визуальных взаимодействий способствует дальнейшему снижению коммуникативных барьеров.

Таким образом мы приходим к выводу, что доминирующая функция цифровых фотографий, распространяемых в медиапространстве, в настоящее время может быть определена как коммуникативная.

Цифровая социальная фотография – это, в первую очередь, сообщение, в основе которого комплекс семиотических ресурсов, объективируемый с помощью доступных технологических инструментов, включая технологии манипулирования визуальным контентом, которые рассматриваются как часть визуального словаря (Voerlits, 2021). В то же время функция фотографии как средства фиксации прошлого определенно отходит на второй план (Hand, 2020).

Мобилография как социальная практика способствует самовыражению индивидов, их социальной коммуникации и самопрезентации, а также играет ключевую роль в формировании и укреплении социальных и культурных связей, предоставляя возможность визуальной репрезентации глубинных ценностей, смыслов, культурных и этнических особенностей (Паниотова, Митрохина, 2021).

Так, цифровая социальная фотография становится инструментом конструирования социально-одобряемых и культурно-знакомых сценариев, где социальное взаимодействует с индивидуальным.

Заключение

Цифровая социальная фотография функционирует как постцифровой знак, значение и форма которого определяются деятельностью аудитории (продюсентов) по интерпретации и репрезентации смыслов, а также технологических систем, оказывающих влияние на эти процессы.

Соответственно, ЦСФ является средством трансляции социомедийной парадигмы представлений, связывающих онлайн- и оффлайн-пространства, социальные практики и их индивидуальные интерпретации, создаваемые, передаваемые и ограничиваемые медиа.

Роль ЦСФ как средства коммуникации в медиасреде и оффлайн невозможно переоценить. ЦСФ способствует самовыражению индивидов, обеспечивает их социальную коммуникацию и самопрезентацию, формирует и укрепляет социальные и культурные связи, создает индивидуальные и коллективные воспоминания, репрезентирует и реализует межличностные отношения, а также интегрирует индивидов в структуру социальной сети через визуаль-

ную составляющую виртуальной идентичности, которая одновременно служит средством идентификации и персонализации пользователя и механизмом его самовыражения и признания.

Обратная сторона медали растущей значимости ЦСФ – утрата фотографией своей прежней документальной достоверности. Граница между вымыслом и реальностью размывается, в том числе благодаря развитию современных технологий, позволяющих не только манипулировать формой и содержанием реальных фотографий, но также и генерировать их с помощью ИИ.

Сегодня, глядя на снимок на экране мобильного телефона или мониторе компьютера, мы все чаще задаемся вопросом: где здесь правда, а где – искусственная иллюзия?

Список литературы

- Балакина Ю.В. Социальные представления в медийной коммуникации с позиций лингвистики и семиотики // Коммуникативные исследования. 2025. Т. 12. № 1. С. 121–136. [https://doi.org/10.24147/2413-6182.2025.12\(1\).121-136](https://doi.org/10.24147/2413-6182.2025.12(1).121-136)
- Березин В.М. О семиотических принципах организации фотографических текстов // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2012. № 1. С. 22–28. EDN: PYHEYF
- Круткин В.Л. Снимки домашних альбомов и фотографический дискурс // Визуальная антропология: настройка оптики / под ред. Е.П. Ярской-Смирновой, П.В. Романова. М. : Вариант, 2009. С. 109–125. EDN: UCOQUH
- Паниотова Т.С., Митрохина М.В. Мобильные фотографии как «письма в будущее» // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2021. № 1(99). С. 129–142. <https://doi.org/10.24412/1997-0803-2021-199-129-142> EDN: XPGJTZ
- Пирс Ч.С. Учение о знаках // Избранные философские произведения / пер. с англ. К. Голубович, К. Чухрукидзе, Т. Дмитриев. М. : Логос, 2000. С. 176–234.
- Ушкин С.Г. Визуальные образы пользователей социальной сети «ВКонтакте» // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2012. № 5(111). С. 159–169. EDN: PGJYLT
- Фофанова К.В., Таланов Е.И. Особенности самовыражения молодежи в условиях сетевой коммуникации // Диалог культур. Культура диалога: цифровые коммуникации : материалы Третьей междунар. науч.-практ. конф., Москва, 29 марта – 2 апреля 2022 г. / отв. ред. Л.Г. Викулова. М. : Языки народов мира, 2022. С. 288–292. EDN: JDMCKQ
- Barthes R. Mythologies. St. Albans, UK : Paladin, 1973.
- Besley T., Peters M., & Rider S. Afterword: viral modernity // Post-Truth, Fake News: Viral Modernity & Higher Education / Eds. M. Peters, S. Rider, M. Hyvönen, & T. Besley. Singapore : Springer, 2018. P. 217–224. https://doi.org/10.1007/978-981-10-8013-5_19
- Boeris M. Emotive validity and the eye in the hand: Representing visual reality with digital technology // Discourse, Context & Media. 2018. Vol. 41. Article 100498. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2021.100498>
- Burgin V. Photographic practice and art theory // Thinking Photography / ed. V. Burgin. London : Palgrave, 1982. P. 39–83. https://doi.org/10.1007/978-1-349-16716-6_4
- D'armenio E. The rhetorical dimension of images: identity building and management on social networks // Semiotica. 2022. No. 246. P. 87–115. <https://doi.org/10.1515/sem-2020-0113>
- Hand M. Photography meets social media: image making and sharing in a continually networked present // The Handbook of Photography Studies / Eds. G. Pasternak. London : Routledge, 2020. P. 310–326. <https://doi.org/10.4324/9781003103974>

- Hurley Z. Generative AI's family portraits of whiteness: a postdigital semiotic case study // *Postdigital Science and Education*. 2024. Vol. 6. P. 1240–1260. <https://doi.org/10.1007/s42438-024-00491-3>
- Ibrahim Y. Transacting memory in the digital age: modernity, fluidity and immateriality // *Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences*. 2018. Vol. 11. No. 4. P. 453–464. <https://doi.org/10.1007/s40647-018-0222-2>
- Jones R.H. Towards an embodied visual semiotics: negotiating the right to look // *Visualizing Digital Discourse: Interactional, Institutional and Ideological Perspectives* / Eds. C. Thurlow, C. Dürscheid & F. Diémoz. Berlin ; Boston : De Gruyter Mouton, 2020. P. 19–42. <https://doi.org/10.1515/9781501510113-002>
- Jovanovic D., van Leeuwen T. Multimodal dialogue on social media // *Social Semiotics*. 2018. Vol. 28. No. 5. P. 683–699. <https://doi.org/10.1080/10350330.2018.1504732>
- Lacković N. Thinking with digital images in the post-truth era: a method in critical media literacy // *Postdigital Science and Education*. 2020. Vol. 2. P. 442–462. <https://doi.org/10.1007/s42438-019-00099-y>
- Lefebvre M. Photography and semiotics: use and purpose // *Critical Inquiry*. 2022. Vol. 48. No. 4. P. 742–773. <https://doi.org/10.1086/719852>
- Mangueira C., Fava F., Carvalhais M. Digital image as a semiotic agent // *Journal of Science and Technology of the Arts*. 2020. Vol. 12. No. 1. P. 11–17. <https://doi.org/10.34632/jsta.2020.8195>
- Miguel C. Visual intimacy on social media: from selfies to the co-construction of intimacies through shared pictures // *Social media + Society*. 2016. Vol. 2. No. 2. P. 1–10. <https://doi.org/10.1177/2056305116641705>
- Niemelä-Nyrhinen J., Seppänen J. Visual communion: The photographic image as phatic communication // *New Media & Society*. 2020. Vol. 22. No. 6. P. 1043–1057. <https://doi.org/10.1177/1461444819876237>
- Venema R., Lobinger K. Visual bonding and intimacy: a repertoire-oriented study of photo-sharing in close personal relationships // *Visualizing Digital Discourse: Interactional, Institutional and Ideological Perspectives* / Eds. C. Thurlow, C. Dürscheid, F. Diémoz. Berlin ; Boston : De Gruyter Mouton. 2020. P. 171–186. <https://doi.org/10.1515/9781501510113-009>
- Villi M. “Hey, I’m here right now”: Camera phone photographs and mediated presence // *Photographies*. 2015. Vol. 8. No. 1. P. 3–22. <https://doi.org/10.1080/17540763.2014.968937>
- Zuromskis C. *Snapshot Photography: The Lives of Images*. Cambridge : MIT Press, 2021.
- Zylinska J. *Nonhuman Photography*. Cambridge : MIT Press, 2017.

References

- Balakina, Yu.V. (2025). Social representations in media communication from linguistics and semiotics perspectives. *Communication Studies*, 12(1), 121–136. (In Russ.) [https://doi.org/10.24147/2413-6182.2025.12\(1\).121-136](https://doi.org/10.24147/2413-6182.2025.12(1).121-136)
- Barthes, R. (1973). *Mythologies*. St. Albans, UK: Paladin.
- Berezin, V.M. (2012). On semiotics of photography texts structures. *RUDN Journal of Language Studies, Semiotics and Semantics*, (1), 22–28. (In Russ.) EDN: PYHEYF
- Besley, T., Peters, M., & Rider, S. (2018). Afterword: viral modernity. In M. Peters, S. Rider, M. Hyvönen, & T. Besley (Eds.), *Post-Truth, Fake News: Viral Modernity & Higher Education* (pp. 217–224). Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-10-8013-5_19
- Boeriis, M. (2021). Emotive validity and the eye in the hand: Representing visual reality with digital technology. *Discourse, Context & Media*, 41, 100498. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2021.100498>

- Burgin, V. (1982). Photographic practice and art theory. In V. Burgin (Ed.), *Thinking Photography* (pp. 39–83). Palgrave. https://doi.org/10.1007/978-1-349-16716-6_4
- D’armenio, E. (2022). The rhetorical dimension of images: identity building and management on social networks. *Semiotica*, (246), 87–115. <https://doi.org/10.1515/sem-2020-0113>
- Fofanova, K.V., & Talanov, E.I. (2022). Features of youth self-expression in network communication. In L.G. Vikulova (Ed.), *Dialogue of Cultures. Culture of Dialogue. Digital Communication. Proceedings of the Third International Scientific and Practical Conference, March 29 – April 2, 2022, Moscow* (pp. 288–292). Moscow: Languages of the Worlds’s Peoples Publ. (In Russ.) EDN: JDMCKQ
- Hand, M. (2020). Photography meets social media: image making and sharing in a continually networked present. In G. Pasternak (Ed.), *The Handbook of Photography Studies* (pp. 310–326). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003103974>
- Hurley, Z. (2024). Generative AI’s family portraits of whiteness: a postdigital semiotic case study. *Postdigital Science and Education*, 6, 1240–1260. <https://doi.org/10.1007/s42438-024-00491-3>
- Ibrahim, Y. (2018). Transacting memory in the digital age: modernity, fluidity and immateriality. *Fudan Journal of the Humanities and Social Sciences*, 11(4), 453–464. <https://doi.org/10.1007/s40647-018-0222-2>
- Jones, R.H. (2020). Towards an embodied visual semiotics: negotiating the right to look. In C. Thurlow, C. Dürscheid, & F. Diémoz (Eds.), *Visualizing Digital Discourse: Interactional, Institutional and Ideological Perspectives* (pp. 19–42). De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9781501510113-002>
- Jovanovic, D., & van Leeuwen, T. (2018). Multimodal dialogue on social media. *Social Semiotics*, 28(5), 683–699. <https://doi.org/10.1080/10350330.2018.1504732>
- Krutkin, V.L. (2009). Snapshots from family albums and photographic discourse. In E.P. Yarskaya-Smirnova, P.V. Romanov (Eds.), *Visual Anthropology: Adjusting the Optics* (pp. 109–125). Moscow: Variant Publ. (In Russ.) EDN: UCOQUH
- Lacković, N. (2020). Thinking with digital images in the post-truth era: a method in critical media literacy. *Postdigital Science and Education*, 2, 442–462. <https://doi.org/10.1007/s42438-019-00099-y>
- Lefebvre, M. (2022). Photography and semiotics: use and purpose. *Critical Inquiry*, 48(4), 742–773. <https://doi.org/10.1086/719852>
- Mangueira, C., Fava, F., & Carvalhais, M. (2020). Digital image as a semiotic agent. *Journal of Science and Technology of the Arts*, 12(1), 11–17. <https://doi.org/10.34632/jsta.2020.8195>
- Miguel, C. (2016). Visual intimacy on social media: from selfies to the co-construction of intimacies through shared pictures. *Social Media + Society*, 2(2), 1–10. <https://doi.org/10.1177/20563051166641705>
- Niemelä-Nyrhinen, & J., Seppänen, J. (2020). Visual communion: The photographic image as phatic communication. *New Media & Society*, 22(6), 1043–1057. <https://doi.org/10.1177/1461444819876237>
- Paniotova, T.S., & Mitrokhina, M.V. (2021). Mobile photography as a “letter to the future”. *The Bulletin of Moscow State University of Culture and Arts*, (1), 129–142. (In Russ.) <https://doi.org/10.24412/1997-0803-2021-199-129-142> EDN: XPGJTZ
- Peirce, C.S. (1965–1967). *Collected Papers* (C. Hartshorne, P. Weiss, & A.W. Burks, Eds., Vol. 1–8). The Belknap Press of Harvard University Press.
- Ushkin, S.G. (2012). Visual images of VKontakte social network users. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, (5), 159–169. (In Russ.) EDN: PGJYLT
- Venema, R., & Lobinger, K. (2020). Visual bonding and intimacy: A repertoire-oriented study of photo-sharing in close personal relationships. In C. Thurlow, C. Dürscheid, & F. Diémoz (Eds.), *Visualizing Digital Discourse: Interactional, Institutional and Ideological Perspectives* (pp. 171–186). De Gruyter Mouton. <https://doi.org/10.1515/9781501510113-009>

- Villi, M. (2015). “Hey, I’m here right now”: camera phone photographs and mediated presence. *Photographies*, 8(1), 3–22. <https://doi.org/10.1080/17540763.2014.968937>
- Zuromskis, C. (2021). *Snapshot Photography: The Lives of Images*. MIT Press.
- Zylinska, J. (2017). *Nonhuman Photography*. MIT Press.

Сведения об авторе:

Балакина Юлия Владимировна, кандидат филологических наук, профессор департамента фундаментальной и прикладной лингвистики, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Российская Федерация, 603000, Нижний Новгород, ул. Б. Печерская, д. 25/12. ORCID: 0000-0002-4942-5953; SPIN-код: 1127-7669. E-mail: julianaumova@gmail.com

Bio note:

Yulia V. Balakina, PhD in Philology, Professor at the Department of Fundamental and Applied Linguistics, HSE University, 25/12 B. Pecherskaya St, Nizhny Novgorod, 603000, Russian Federation. ORCID: 0000-0002-4942-5953; SPIN-code: 1127-7669. E-mail: julianaumova@gmail.com