

Об элементах деструктивности фотографий в социальных сетях

Яковлева Елена Людвиговна¹, Дарчинов Эдгар Вадимович²

¹доктор философских наук, кандидат культурологии,
доцент кафедры философии и социально-политических дисциплин,
Казанский инновационный университет им. В. Г. Тимирязова.

Россия, г. Казань. ORCID: 0000-0002-4940-604X. E-mail: mifoigra@mail.ru

²аспирант кафедры философии и социально-политических дисциплин, Казанский инновационный университет им. В. Г. Тимирязова. Россия, г. Казань. E-mail: darchinoved@gmail.com

Аннотация. Современный индивид, приобретая новую форму идентичности – электронное кочевничество, позиционирует себя в социальных сетях, что актуализирует анализ данной проблемы. Объектом исследования избран электронный кочевник, рассматриваемый через призму фотографий, размещаемых им на социальных страницах. Феноменологический метод, базирующийся на идеях Э. Фромма, позволяет выявить в этих фотографиях элементы деструктивности, не замечаемые и не осознаваемые электронным кочевником. В социальных сетях помимо способа коммуницирования и обмена информацией фотография несет в себе и иные черты. Кочевник в фотографии конструирует свой образ, придавая ему черты эстетичности и театральной постановочности, тем самым подменяя реальность желаемой возможностью. Особую роль в этом играют многочисленные тренды обработки фотографии. Тиражируя фотографии в социальных сетях, кочевник любит себя и буквально превращается в рекламируемый товар. В социальных сетях кочевник одновременно играет роль наблюдателя и наблюдаемого объекта. Испытывая зависимость от гаджетов и проявляя (нередко скрытый) властный характер собственной натуры, кочевник желает и видеть, и быть видимым. Но его потребность власти есть проявление витальной импотенции, потому что вместо реального взаимодействия с другими кочевник предпочитает любоваться собственным телом/лицом на фотографии. Современный кочевник, превращая себя в медиаобъект и выкладывая в социальных сетях огромное количество фотографий, начинает жить в отчужденном формате. Поиск новых ракурсов, соответствующих модным тенденциям, делает кочевника мечущейся и децентрированной натурой. Перечисленное свидетельствует о наличии деструктивных элементов в фотографии и кризиса в бытии кочевника. Проблема требует дальнейшего анализа с целью более глубокого рефлексирования над ситуацией и ее исправления.

Ключевые слова: фотография, социальная сеть, электронный кочевник, некрофильские тенденции, деструктивность, Нарцисс, властный характер, отчужденность.

Введение. В эпоху господства образов, мгновенно распространяющихся в цифровой среде, в оптику внимания попадает фотография. Фиксируя образ, она становится значимым элементом мифодизайна. К данной технике на собственных социальных страницах сегодня постоянно прибегает новый тип личности – *электронный кочевник*. В своей жизни и деятельности он постоянно пользуется цифровыми телекоммуникационными технологиями, в том числе Интернетом и гаджетами. «Для кочевника информационно-виртуальные миры оказываются способом бытия и коммуникации, производства и отдыха»: он «многие аспекты бытия изначально воспринимает только благодаря новым медиа, наглядно демонстрирующим созданные модели реальности, нередко не имеющие образ(ц)а» [20, с. 66]. Технические устройства помогают кочевнику взаимодействовать с людьми. Посредством них он коммуницирует, осуществляет учебный процесс/деятельность, читает/формирует/тиражирует информацию, развлекается, осуществляет множество операций. Обязательной считается принадлежность электронного кочевника к социальным сетям. Публикуя информацию о себе, кочевник «на собственных социальных страницах обращается к технике мифодизайна, включающей в себя визуальный и вербальный компоненты» [8, с. 19]. Фотография как визуальный сегмент мифодизайна демонстрирует имидж, достижения и ситуативность жизни кочевника, передает его эмоции и чувства. Небольшой текст к фотографии, обладающий чертами мифа, позволяет акцентировать внимание на значимых деталях образа. Одновременно фотография несет и иную, вуалируемую информацию, которую кочевник нередко не осознает или укрывает, в том числе от себя. Перечисленное обусловило выбор объекта исследования. Им стал электронный кочевник, рассматриваемый через призму размещаемых им на социальных страницах фотографий.

В современной исследовательской литературе фотография становится все более привлекательным объектом анализа. Феномен рассматривается с разных позиций. В психоанализе фотографию трактуют как мощное средство фототерапии, которое оказывает корректирующее воздействие на личность [6, с. 64–108; 7, с. 95–100; 10, с. 117–126; 12]. В философских исследованиях можно обнаружить многоаспектный подход к феномену. Отмечая связь с технико-технологическим сдвигом, А. Н. Назаренко отводит место фотографии между искусством и документом [17, с. 93]. По мнению Е. А. Кондратьева, фотографический образ содержит в себе не только реальные, документированные черты, но и художественные, преобразованные [11, с. 46–61]. Последнее качество обусловлено постановочностью образа в фотографии как *имитации самого себя*, что приводит к *декоративной визуализации*: «находясь перед камерой, объект одновременно являлся тем, кем считал себя и тем, кем хотел бы, чтобы его считали, кем воспринимал его фотограф» [2, с. 70–74]. Активное проникновение цифровых технологий в фотографию заставило Н. Мирзоева говорить *о смерти феномена*, в котором образы-химеры имеют незначительное сходство с объектом [21, с. 88].

Сегодня в научном дискурсе началось исследование фотографии в социальных сетях. Так, Л. В. Чернавина и С. Т. Махлина видят в ней средство коммуникации [19, с. 71–75]. О многофункциональности фотографии в социальных сетях пишут С. П. Караулов и Д. В. Лапшина. Они считают, что ленты фотографий помогают коммуницировать, привлекать внимание, находить поддержку среди единомышленников, распространять новые ценности [9, с. 82–86]. Сегодня селфи признают в качестве жанра цифровой фотографии, в котором наглядно, например, верующие демонстрируют свой религиозный опыт, сакральные события или места [1, с. 15–27]. Э. В. Дарчинов и Е. Л. Яковлева обращают внимание на то, что в социальных сетях «фотообраз личности оказывается искусственной конструкцией, сгенерированной цифровым кодом» [8, с. 9].

В целом в исследовательской литературе фотография анализируется как социокультурный феномен, развивающийся благодаря новейшим технологиям как разновидность арт-терапии, как средство позиционирования и коммуницирования современной личности в социальных сетях. Тем не менее многие аспекты фотографии еще не исследованы. Данный факт инициировал дальнейшее изучение фотографии в социальных сетях. Несмотря на множество положительных моментов, в фотографиях электронного кочевника обнаруживаются и элементы деструктивности, что стало новизной статьи.

Методом исследования избран феноменологический, позволяющий раскрыть некоторые неосознаваемые и вуалируемые аспекты фотографии. Методологической основой исследования стали идеи Э. Фромма, обратившего внимание на деструктивность фотографии как феномена культуры. Основной посыл, раскрытый Э. Фроммом относительно фотографии, в современной ситуации усилился. Подтверждение фроммовских интуиций обнаруживается в трудах Р. Барта, Ж. Липовецкого, С. Маккуайра, В. Савчука, а также при осуществлении авторами статьи собственного феноменологического анализа.

Основная часть. Современный электронный кочевник не расстается с гаджетами, с помощью которых фиксирует свою повседневность/рабочие будни/досуг/праздничный образ жизни и размещает полученные фотографии в социальных сетях. Сегодня страсть к тотальному фиксированию в виде фотографирования «заменяет (вытесняет) подлинный интерес к жизни и избавляет человека от применения того обширного набора способностей и функций, которыми он наделен от рождения» [18, с. 472]. Неслучайно процесс фотографирования и рассматривания фотографий представляет собой *эргаэ зрительного восприятия* (Э. Фромм). Дело в том, что он связан только *со взглядом*, но не *с видением* кочевника. По мнению Э. Фромма, видение – «великий дар, полученный от рождения» и требующий «деятельного отношения к жизни, внутренней собранности, заинтересованности и терпения» [18, с. 471]. В современности видение практически игнорируется личностью. Концептуальность и смысловая компонента видения оказываются обременительной интеллектуальной составляющей для электронного кочевника. Он испытывает потребность в быстром получении фотографии, выбирая необходимый ракурс, запечатлевая себя и мгновенно размещая результат в социальных сетях, не задумываясь о концептуальности композиции и смысловой компоненте образа. Главное для кочевника – получить эстетичный и эффектный/экстравагантный/шокирующий снимок, нередко свидетельствующий *о возможном* событии.

В вытеснении реального за счет современных технологий, как и само обращение к компьютерным программам и технике мифодизайна, доведенной нередко до автоматизма, про-

являются элементы *некрофильских тенденций*. «У некрофила одна цель – превратить все живое в неживую материю: он стремится разрушить все и вся, включая себя самого, его врагом является сама жизнь» [18, с. 479]. *Символом мертвечины* Э. Фромм называет технику. В современности к ней можно отнести компьютеры и всевозможные технические гаджеты. В щелчке при фотографировании сокрыт элемент агрессивности [18, с. 471], что также свидетельствует о некрофильских проявлениях. Перечисленные черты свидетельствуют о скрытой и неосознаваемой электронным кочевником *деструктивности*, имеющей место в его бытии. Необходимо признать, страсть к фотографированию, присущая электронному кочевнику, продиктована логикой технического прогресса. Современный кочевник оказывается рабом технических устройств, и Э. Фромм пренебрежительно называет его *кибернетическим человеком*. Он «становится частью гигантского механизма», подчиняясь ему [18, с. 481], но при этом теряя собственную уникальность.

Сегодня кочевник оказывается практически полностью погруженным в управляемую систему информационных и коммуникативных услуг. Пространством проявлений кочевника все чаще оказывается цифровая среда, поддерживающая и даже стимулирующая его импульсы к некрофильскому. Сами некрофильские тенденции высвечиваются в ориентации кочевника на искусственность, что стирает его непосредственность и естественность. Постепенно кочевник «отворачивает свой интерес от жизни, от людей», «он обращает все живое в предметы, вещи, включая самого себя и свои человеческие качества: чувства и разум, способность видеть, слышать и понимать, чувствовать и любить» [18, с. 481]. Используя технику мифодизайна на социальных страницах, он демонстрирует подписчикам и любителям подглядывать специально сконструированный собственный образ и мифологизированный нарратив к нему. Перечисленное укрывает реальный облик кочевника и его жизненные ситуации.

Акцент на эстетизации собственного образа выявляет в электронном кочевнике явно-го/скрываемого *Нарцисса*, который одновременно «пытается найти оправдание созерцанию самого себя, самолюбованию, не знающему удержу эксгибиционизму, празднеству видимостей и переменчивых обликов» [13, с. 150]. Фотографический образ подвергается *невыносимой эстетичности* (Ж. Бодрийяр) – театральной постановочности сюжета/поз/мимики, правке и ретуши посредством многочисленных редакторов фотографий. Обусловлена данная процедура существующими в обществе гламурными стандартами и желанием кочевника преподнести себя в соответствии с ними в качестве совершенства. Неслучайно суть фотографического акта заключается в том, чтобы заставить кочевника *стать Другим*.

Этому способствуют манипуляции с фотографическими снимками. Изображение на фотографии «подвергается сокращению и упрощению – масштабному, перспективному, цветовому» [3, с. 319], а сегодня используются многочисленные тренды обработки фотографии (в том числе мобильная, естественная, в виде кадрирования, эффекта фотопленки, двойной экспозиции, коллажирования и рисования по фотографии). В фотографии ретушируются любые детали как лица и тела кочевника, так и фона. Подобные процедуры свидетельствуют в пользу парадоксальности фотографии. Ее сущность заключается «в сосуществовании двух сообщений – одно из них без кода (фотографический аналог реальности), а другое с кодом ("искусство", обработка, "письмо", риторика фотографии)» [3, с. 319]. Первоначальная реальность образа кодируется путем придания кадру эстетичности с искусственными выражениями лица, постановочными позами и жестами в окружающей (симулятивной) обстановке. Благодаря технической обработке и применению редакторов образ на фотографии приобретает нарциссический вид. «Нарциссическое пленение производит не красивый, а идеализированный образ», которому «вменяется соответствие тем или иным канонам красоты» [15, с. 258]. В подобной практике конструирования фотографии, превращающей кочевника в мифологический образ, обнаруживается определенная деструктивность, связанная с ничтожением индивида. Усиливает данную характеристику и текст к фотографии, который *патетизирует образ* (Р. Барт). Нередко текст бывает не соответствующим фотографии, противоречащим ей или отвлеченным, с «совершенно новым означаемым» [3, с. 326]. В итоге «ни одна фотография никогда никого не убедила и не разубедила» в представляемом на ней изображении [3, с. 329].

Практика ретуширования образа обладает и иной, скрытой подоплекой, в которой высвечиваются негативные черты. В результате ее применения на социальных страницах кочевник превращает свой образ на фотографиях в *товар*, что свидетельствует о скрытой *рекламе/саморекламе*. Некоторые материалы, представленные на социальных страницах кочевников, имеют рекламный характер. Реклама способствует повышению социального ста-

туса, узнаваемости имени и образа электронного кочевника, принося ему экономическую прибыль. Но нередко *товарное Я* кочевника оказывается только «разовым изделием»: «от него можно запросто отказаться и выбросить ради другого, более результативного» [14, с. 304]. В данной ситуации деструктивность обнаруживается в трансформации личности в товар и пренебрежительном отношении к ней, как со стороны самого кочевника, допускающего подобное, так и со стороны других кочевников.

Необходимо признать, сегодня деструктивность, связанная с рекламными акциями в фотографиях кочевника, не замечается или игнорируется им. Реклама буквально заставляет кочевника воспринимать определенный образ жизни и следовать демонстрируемому. В обществе потребления с постоянно изменяющимися гламурными стандартами реклама играет роль *властного ресурса*. Электронный кочевник усвоил современный принцип о том, что «ценностные ориентиры все меньше зависят от традиционных знаний и все больше – от содержания медийных сообщений» [13, с. 264]. Неслучайно он демонстрирует на собственных социальных страницах зависимость от рекламы и одновременно, прибегая к аналогичным методам позиционирования, мягко управляет своей аудиторией подписчиков, ее ценностями и вкусами, формируя мнение и образ жизни. Позиционируя себя, кочевник приобретает власть над аудиторией. Воздвигая «дистанцию между людьми» посредством демонстрации на фотографии идеализированного образа, кочевник мягко исключает «из конкурентной борьбы... конкурентов» либо приспосабливает их к себе [13, с. 199].

Подчеркнем, в социальных сетях электронный кочевник выступает одновременно в роли наблюдателя и наблюдаемого. Данной двойственности способствуют фотографии. В качестве образных сегментов техники мифодизайна они привлекают внимание к социальным страницам кочевников, не только позиционирующих себя, но и следящих за себе подобными. Кочевник, ведя собственные социальные страницы и листая страницы других, оказывается и внутри цифрового мира, и снаружи, постоянно меняя угол собственного взгляда. Как справедливо заметил С. Маккуайр, «быть "внутри" этого пространства – значит только смотреть. Быть "вовне" – значит находиться в изображении, быть видимым... на фотографии» [14, с. 274–275]. Кочевник, живя в обществе образов, испытывает тягу не только к фотографированию себя с целью самолюбования и наблюдению со стороны других, но и обладает потребностью рассматривать фотографии себе подобных, заимствуя идеи и ракурсы. Более того, взгляд другого и его оценка фотографий в социальных сетях помогают кочевнику стать известным/успешным/богатым. Данный процесс доставляет ему удовольствие.

Властный характер фотографии приводит к трансформации декартовского принципа *Cogito ergo sum/Я мыслю, следовательно, я емь* в *Video, cogito ergo sum/Я видим, следовательно, я емь*. Неслучайно при взаимодействии между людьми появляются новые формы, обусловленные фотографией: *видеомания* (захваченность и поглощенность образами), *видеофилия* (любовь к образам), *вуайеризм* (желание созерцать потаенное), *экзгибиционизм* (потребность выставляться напоказ). Камера, осуществляющая фотосъемку, функционирует как *продолжение субъективности*, которая желает объективации бытия и подтверждения значимости кочевника. Последний ввиду своей нарциссичности желает быть увиденным. С. Маккуайр иронично замечает, что сегодня «многие люди испытывают страх перед тем, что за ними не наблюдают» [14, с. 297]. В современной эпохе образа «заряд "подлинных эмоций", свойственных образам личной интимности, превращается в новую социальную "валюту"» [14, с. 297]. Частная жизнь сегодня в большей степени оказывается *медийным контентом* (С. Маккуайр), а люди на социальных платформах демонстрируют *глобальную сверхвзаимосвязанность* (У. Митчелл). Само существование кочевника связывается с техникой и практиками визуализации. Согласимся с позицией С. Жижжека, заметившим, что современным оказывается принцип *личность существует лишь потому, что на нее все время смотрят*. Другое дело, как замечает Э. Фромм, само желание власти в социальном, связанное с утверждением любой ценой, есть воплощение *витальной импотенции*. В демонстративных фотографиях кочевника на социальных платформах присутствует и *сексуальная подоплека*. Как заключает П. В. Ювченко, «разглядывание, оценивание образа в этой логике не должно вести ни к чему, кроме разрядки возбуждения, что заменяет реальный акт с партнером» и поддерживает связи в социуме [15, с. 256]. При этом взгляд кочевника все чаще направляется на собственное тело, что свидетельствует не только о нарциссизме, но и о сексуальной инфантильности/витальной импотенции.

Деструктивность фотографий в социальных сетях связана и с рождаемой ими *отчужденностью*, распространяемой на бытие электронного кочевника. Последний предпринимает

два шага к отчуждению от себя: окружает себя вещами, соблазняющими других жадой обладания, и превращает себя в товар как медиаобъект чужого наслаждения. Кочевник «живет в таком отчужденном состоянии, что он и тело-то свое собственное воспринимает исключительно как инструмент (средство) для достижения успеха» [18, с. 481]. Усиливает эффект отчуждения огромное количество фотографий на личных страничках кочевников в социальных сетях, что приводит к «избыточности восприятия», «вызывает привыкание, а привыкание ведет к зависимости, к визуальной булимии и, в конечном итоге, к "перееданию" визуальной информации» [15, с. 78]. Перечисленное делает кочевника отчужденным. Он начинает скользить взглядом по образам и информации, не вникая в суть: «экранная фактичность актуального не приводит к осознанности» [15, с. 81]. Жизнь начинает протекать в выключенном формате, без (о)сознания происходящего. Отчужденность кочевника от самого себя приводит и к отчужденности от окружающих людей. Как справедливо заметил Ж. Бодрийяр, «чем больше отсутствие в себе, тем больше дистанция с другим» [5, с. 91].

Отчужденность проявляется и в признании *успешности* электронного кочевника и его фотообразов. Успех измеряется количеством просмотров и лайков. Но данные просмотры поверхностны и нередко носят характер *взаимной лицемерности*. Они указывают на отчужденную вовлеченность кочевника в процесс коммуникации, позволяя ему осуществлять *френддинг* (добавление в друзья) и оставлять жест *like*. Это *легкое* выражение симпатии без непосредственного контакта и эмоций, без критического отношения к ситуации и объяснений своего жеста. Парадоксально, но «лайки создают взгляд, который может ранить лишь своим отсутствием» [15, с. 259].

Множество фотографий, тиражируемых на социальных платформах, не собирают личность кочевника, а буквально дробят его, способствуя *мозаицизму* и расщеплению индивидуальности на множество Я. Об этом говорит и первая половина названия книги У. Митчелла *Я++* [16]. Кочевник становится *мечущейся натурой*, желающей не упустить актуальных тенденций и быть всегда на виду. В. В. Савчук справедливо заключил, «новые средства коммуникации порождают новую конфигурацию субъекта, отличительной чертой которого является децентрация, а, в конце концов, и всеприсутствие», оказывающиеся иллюзорными [15, с. 21]. Фотографии благодаря технике мифодизайна рождают *онтологию вымысла*, в которую встраивается *онтология субъективности* (Ж.-Л. Нанси) электронного кочевника, представляя собой *бытие-здесь-для-Другого*. Демонстративность и нередко полная/частичная симулятивность социальных страниц способствуют отчуждению кочевника от самого себя, усугубляя экзистенциальный кризис. Современная коммуникация в социальных сетях посредством фотографий не способствует развитию эмоциональных и интеллектуальных процессов. Захваченность «становлением-образом мира на экранах, становлением-образом нашей вселенной, превращением всего в образное», приводит к не замечанию того, что «там, где всё есть образ, никакого образа больше не существует» [4, с. 91]. Перечисленное говорит в пользу элементов деструктивности фотографий, выкладываемых электронным кочевником на социальных платформах.

Заключение. Электронный кочевник, проводя большую часть времени на социальных платформах и ведя собственные социальные страницы, формирует свой образ, фиксирует в фотографиях и тиражирует его. Благодаря фотографиям электронный кочевник проявляет себя как потребитель, подглядывая за социальными страницами себе подобных, и как производитель собственных образов на социальных платформах. В выставленных кочевником фотографиях можно обнаружить деструктивные элементы и некрофильские установки. С помощью фотографий личное видение заменяется фотокадрами, фиксирующими остановившийся на мгновение взгляд. Желание быть видимым заставляет кочевника сосредоточить внимание на бесконечных (постановочных) позиционированиях Я. Кочевник занят конструированием образов, оказывающихся его видимостью. На фотографиях индивидуальность кочевника корректируется под определенный стандарт, что приводит к отчуждению от себя. Фотообраз превращается в товар в медиареальности, а фотографии помогают привлечь внимание к кочевнику и реализовать собственный властный потенциал над аудиторией подписчиков. В результате сегодня нарушаются взаимоотношения между людьми, обменивающимися друг с другом симулятивными фотообразами и испытывающими безразличие, которое скрывают под лицемерными лайками. Перечисленное ничтожит реальность и мешает адекватности восприятия, что обнажает кризисность бытия электронного кочевника. Посредством социальных страниц электронных кочевников современности происходит умножение

реальности гиперреальностью, что таит определенные опасности. Еще Ж. Бодрийяр предупредил, что в результате подобного умножения «культура реальности рушится под избытком реальности, культура информации рушится под избытком информации», поэтому мир «постоянно ускользает от экспертизы смысла» [5, с. 36, 37]. Необходимо обладать мужеством и силой, чтобы пробираться через симуляции к реальности и ее смыслу. Но современный электронный кочевник к этому оказывается не готовым и не способным.

Список литературы

1. Артамонов Д. С., Медведева Е. Н. Holy selfie как канал медиапамяти в цифровом мире / С. В. Тихонова, М. Л. Воловикова // *Galactica Media: Journal of Media Studies*. 2021. № 2. С. 15–27. DOI: 10.46539/gmd.v3i2.150.
2. Артемьев Т. М., Дидык А. В. Философия фотографии / А. Н. Махонина // *Научный журнал*. 2018. № 3 (26). С. 70–74. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32839175> (дата обращения: 21.05.2024).
3. Барт Р. Фотографическое сообщение // Система моды. Статьи по семиотике культуры. М. : Академический проект, 2018. С. 318–330.
4. Бодрийяр Ж. Пароли. От фрагмента к фрагменту. Екатеринбург : У-Фактория, 2006. 199 с.
5. Бодрийяр Ж. Совершенное преступление. Заговор искусства. М. : РИПОЛ классик, 2019. 347 с.
6. Вайзер Дж. Техники фототерапии: использование интеракций с фотографиями для улучшения жизни людей // *Визуальная антропология: настройка оптики*. М. : Вариант, ЦСПГИ, 2009. С. 64–108.
7. Грошева Е. В. Фототерапия и терапевтическая фотография // *Инновации и традиции в сфере культуры, искусства и образования : мат-лы научно-практической конференции рамках Фестиваля науки*. М. : Перо, 2017. С. 95–100. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32584900> (дата обращения: 21.05.2024).
8. Дарчинов Э. В., Яковлева Е. Л. Антиномичность фотографии как визуального сегмента мифодизайна в социальных сетях // *Культурный код*. 2023. № 1. С. 9–24.
9. Караулов С. П., Лапина Д. В. Удовлетворение потребности в общении путем обмена фотографиями // *Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации : сборник материалов Всероссийской конференции молодых исследователей*. М. : Социальный инженер, 2017. С. 82–86.
10. Кевац М. А. Фототерапия как инструмент психотерапии // *Консультативная психология и психотерапия*. 2015. № 23 (3). С. 117–126.
11. Кондратьев Е. А. Фотография в «объективе» философии // *Художественная культура*. 2018. № 1. С. 46–61. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36312701> (дата обращения: 21.05.2024).
12. Копытин А. И. Фототерапия: использование фотографии в психологической практике. М. : Когито-Центр, 2006. 192 с.
13. Липовецкий Ж. Империя эфемерного. Мода и ее судьба в современном обществе. М. : НЛО, 2012. 335 с.
14. Маккуайр С. Медийный город: медиа, архитектура и городское пространство. М. : Strelka Press, 2014. 392 с.
15. Медиареальность: концепты и культурные практики / глав. ред. В. В. Савчук. СПб. : Фонд развития конфликтологии, 2017. 388 с.
16. Митчелл У. Я++: Человек, город, сети. М. : Стрелка пресс, 2012. 387 с.
17. Назаренко А. Н. Визуальный образ в контексте современных исследований медиа // *Вестник Санкт-Петербургского государственного института культуры*. 2019. № 4 (41). С. 93–97. DOI: 10.30725/2619-0303-2019-4-93-97. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42335130> (дата обращения: 21.05.2024).
18. Фромм Э. Анатомия человеческой деструктивности. М. : АСТ, 2009. 635 с.
19. Чернавина Л. В., Махлина С. Т. Роль фотографии в виртуальной жизни человека // *Наука России: цели и задачи : сборник научных трудов по материалам VII международной научной конференции*. Екатеринбург, 2018. С. 71–75. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32484683> (дата обращения: 21.05.2024).
20. Яковлева Е. Л. Антиномичность электронного кочевника: опыт философской рецепции посредством метафор // *Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования*. 2019. Т. 19. № 1 (45). С. 58–68.
21. Mirzoeff N. *An Introduction to Visual Culture*. London : Routledge, 1999. 151 p.

About the destructive elements of photos in social networks

Yakovleva Elena Ludvigovna¹, Darchinov Edgar Vadimovich²

¹Doctor of Philosophy Sciences, PhD in Cultural Studies, associate professor of Philosophy and Socio-Political Disciplines, Kazan Innovative University n. a. V. G. Timiryasov. Russia, Kazan.

ORCID: 0000-0002-4940-604X. E-mail: mifoigra@mail.ru

²postgraduate student of the Department of Philosophy and Socio-political Disciplines, Kazan Innovative University n. a. V. G. Timiryasov. Russia, Kazan. E-mail: darchinoved@gmail.com

Abstract. A modern individual, having acquired a new form of identity – electronic nomadism, positions himself on social networks, which actualizes the analysis of this problem. The object of the study is an electronic nomad, viewed through the prism of photographs posted by him on social pages. The phenomenological method, based on the ideas of E. Fromm, makes it possible to identify in these photographs elements of destructiveness that are not noticed or realized by the electronic nomad. In social networks, in addition to the way of communication and information exchange, photography has other features. The nomad in photography constructs his image, giving it aesthetic and theatrical features, thereby replacing reality with the desired opportunity. Numerous photo processing trends play a special role in this. By replicating photos on social networks, the nomad admires himself and literally turns into an advertised product. In social media, a nomad simultaneously plays the role of an observer and an observed object. Being addicted to gadgets and showing (often hidden) the domineering nature of his own nature, the nomad wants to both see and be visible. But his need for power is a manifestation of vital impotence, because instead of real interaction with others, the nomad prefers admiring his own body/face in a photograph. A modern nomad, turning himself into a media object and posting a huge number of photos on social networks, begins to live in an alienated format. The search for new perspectives corresponding to fashion trends makes a nomad a rushing and decentered nature. The above indicates the presence of destructive elements in photography and a crisis in the life of a nomad. The problem requires further analysis in order to reflect more deeply on the situation and correct it.

Keywords: photography, social network, electronic nomad, necrophilic tendencies, destructiveness, Narcissist, domineering character, alienation.

References

1. Artamonov D. S., Medvedeva E. N. *Holy selfie kak kanal mediapamyati v cifrovom mire* [Holy selfie as a media memory channel in the digital world] / S. V. Tikhonova, M. L. Volovikova // *Galactica Media: Journal of Media Studies* – Galactica Media: Journal of Media Studies. 2021. No. 2. Pp. 15–27. DOI: 10.46539/gmd.v3i2.150.
2. Artem'ev T. M., Didyk A. V. *Filosofiya fotografii* [Philosophy of photography] / A. N. Makhonina // *Nauchnyj zhurnal* – Scientific journal. 2018. No. 3 (26). Pp. 70–74. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32839175> (date accessed: 21.05.2024).
3. Bart R. *Fotograficheskoe soobshchenie* [Photographic message] // *Sistema mody. Stat'i po semiotike kul'tury* – Fashion system. Articles on the semiotics of culture. M. Academic Project, 2018. Pp. 318–330.
4. Baudrillard J. *Paroli. Ot fragmenta k fragmentu* [Passwords. From fragment to fragment]. Yekaterinburg. U-Faktoria, 2006. 199 p.
5. Baudrillard J. *Sovershennoe prestuplenie. Zagovor iskusstva* [A perfect crime. The conspiracy of art]. M. RIPOL classic, 2019. 347 p.
6. Weiser J. *Tekhniki fototerapii: ispol'zovanie interakcij s fotografijami dlya uluchsheniya zhizni lyudej* [Phototherapy techniques: using interactions with photographs to improve people's lives] // *Vizual'naya antropologiya: nastrojka optiki* – Visual anthropology: setting up optics. M. Variant, TSPGI, 2009. Pp. 64–108.
7. Grosheva E. V. *Fototerapiya i terapevticheskaya fotografiya* [Phototherapy and therapeutic photography] // *Innovacii i tradicii v sfere kul'tury, iskusstva i obrazovaniya : mat-ly nauchno-prakticheskoy konferencii ramkah Festivalya nauki* – Innovations and traditions in the field of culture, art and education : proceedings of a scientific and practical conference within the framework of the Science Festival. M. Pero, 2017. Pp. 95–100. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32584900> (date accessed: 21.05.2024).
8. Darchinov E. V., Yakovleva E. L. *Antinomichnost' fotografii kak vizual'nogo segmenta mifodizajna v social'nyh setyah* [The antinomianism of photography as a visual segment of myth design in social networks] // *Kul'turnyj kod* – Cultural code. 2023. No. 1. Pp. 9–24.
9. Karaulov S. P., Lapshina D. V. *Udovletvorenije potrebnosti v obshchenii putem obmena fotografijami* [Satisfaction of the need for communication through photo exchange] // *Social'no-gumanitarnye problemy obrazovaniya i professional'noj samorealizacii : sbornik materialov Vserossijskoj konferencii molodyh issledovatelej* – Socio-humanitarian problems of education and professional self-realization : collection of materials All-Russian Conference of Young Researchers. M. Social Engineer, 2017. Pp. 82–86.
10. Kevats M. A. *Fototerapiya kak instrumentarij psihoterapii* [Phototherapy as a psychotherapy toolkit] // *Konsul'tativnaya psihologiya i psihoterapiya* – Consultative psychology and psychotherapy. 2015. No. 23 (3). Pp. 117–126.

11. Kondrat'ev E. A. *Fotografiya v "ob'ektive" filosofii* [Photography in the "lens" of philosophy] // *Hudozhestvennaya kul'tura* – Art culture. 2018. No. 1. Pp. 46–61. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=36312701> (date accessed: 21.05.2024).
12. Kopytin A. I. *Fototerapiya: ispol'zovanie fotografii v psihologicheskoy praktike* [Phototherapy: the use of photography in psychological practice]. M. Kogito-Center, 2006. 192 p.
13. *Lipoveckij Zh. Imperiya efemernogo. Moda i ee sud'ba v sovremennom obshchestve* [The Empire of the ephemeral. Fashion and its fate in modern society]. M. UFO, 2012. 335 p.
14. McQuire S. *Medijnyj gorod: media, arhitektura i gorodskoe prostranstvo* [Media city: media, architecture and urban space]. M. Strelka Press, 2014. 392 p.
15. *Mediareal'nost': koncepty i kul'turnye praktiki* – Media reality: concepts and cultural practices / editor-in-chief V. V. Savchuk. SPb. Foundation for the Development of Conflictology, 2017. 388 p.
16. Mitchell W. *Ya++: Chelovek, gorod, seti* [Ya++: Man, city, networks]. M. Strelka press, 2012. 387 p.
17. Nazarenko A. N. *Vizual'nyj obraz v kontekste sovremennykh issledovanij media* [Visual image in the context of modern media research] // *Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo instituta kul'tury* – Herald of St. Petersburg State Institute of Culture. 2019. No. 4 (41). Pp. 93–97. DOI: 10.30725/2619-0303-2019-4-93-97. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=42335130> (date accessed: 21.05.2024).
18. Fromm E. *Anatomiya chelovecheskoj destruktivnosti* [Anatomy of human destructiveness]. M. AST, 2009. 635 p.
19. Chernavina L. V., Mahlina S. T. *Rol' fotografii v virtual'noj zhizni cheloveka* [The role of photography in human virtual life] // *Nauka Rossii: celi i zadachi : sbornik nauchnykh trudov po materialam VII mezhdunarodnoj nauchnoj konferencii* – Russian Science: Goals and objectives : collection of scientific papers based on the materials of the VII International Scientific Conference. Yekaterinburg, 2018. Pp. 71–75. Available at: <https://elibrary.ru/item.asp?id=32484683> (date accessed: 21.05.2024).
20. Yakovleva E. L. *Antinomichnost' elektronnoho kochevnika: opyt filosofskoj recepcii posredstvom metafor* [The antinomian nature of the electronic nomad: the experience of philosophical reception through metaphors] // *Gumanitarij: aktual'nye problemy gumanitarnoj nauki i obrazovaniya* – Humanities: current problems of humanities and education. 2019. Vol. 19. No. 1 (45). Pp. 58–68.
21. Mirzoeff N. *An Introduction to Visual Culture*. London : Routledge, 1999. 151 p.

Поступила в редакцию: 06.06.2024

Принята к публикации: 23.09.2024