

УДК-316.77

**Панченко Полина Игоревна**, магистрант кафедры массовых коммуникаций, филологического факультета, Российского университета дружбы народов им.

Патриса Лумумбы

**Малаховский Алексей Кимович**, кандидат исторических наук, доцент кафедры теории истории и журналистики, Российского университета дружбы

народов им. Патриса Лумумбы

## **КУЛЬТУРА ОТМЕНЫ В РОССИИ КАК ЦИКЛИЧЕСКИЙ РЕПУТАЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС**

### **Аннотация**

В статье анализируется феномен культуры отмены (cancel culture) в российском цифровом пространстве как форма неинституционального социального контроля и коммуникационного давления на публичных персон и инфлюенсеров. Рассматриваются предпосылки развития культуры отмены в России, её этические последствия для инфлюенсеров, а также трансформация социальных норм в медиасреде. Особое внимание уделяется стратегиям использования кризисного периода «отмены» как ресурса для репозиционирования личного бренда и символического перерождения публичного образа.

**Ключевые слова:** культура отмены, инфлюенсеры, репутационный кризис, этика коммуникаций, социальные нормы, бренд-перерождение.

## **CANCEL CULTURE IN RUSSIA AS A CYCLICAL REPUTATIONAL PROCESS**

Panchenko Polina Igorevna, Master's Student of the Department of Mass Communications, Faculty of Philology, Peoples' Friendship University of Russia. Patrice

Lumumba

Malakhovsky Alexey Kimovich, PhD in History, Associate Professor of the  
Department of Theory of History and Journalism, Peoples' Friendship University of  
Russia. Patrice Lumumba

### **Annotation**

The article analyzes the phenomenon of cancellation culture in the Russian digital space as a form of non-institutional social control and communication pressure on public figures and influencers. The prerequisites for the development of a culture of cancellation in Russia, its ethical consequences for influencers, as well as the transformation of social norms in the media environment are considered. Special attention is paid to strategies for using the crisis period of "cancellation" as a resource for repositioning a personal brand and symbolically rebirthing a public image.

**Keywords:** culture of cancellation, cancel- culture, influencers, reputational crisis, ethics of communication, social norms, brand transformation.

В условиях цифровизации коммуникационного пространства публичность перестает быть статичной характеристикой социальной роли и приобретает процессуальный характер. Публичный образ личности или бренда формируется в режиме постоянного взаимодействия с аудиторией, что усиливает уязвимость к моральной оценке и общественному осуждению. Одним из наиболее противоречивых механизмов подобного давления становится культура отмены (cancel culture) [2], которая в российском медиапространстве проявляется как гибридное явление, сочетающее элементы общественной санкции, морального осуждения и репутационного кризиса.

Актуальность исследования обусловлена тем, что культура отмены в России перестает быть эпизодическим медиаскандалом и все чаще функционирует как циклический процесс [3], способный либо привести к символическому обнулению публичного образа, либо стать точкой его трансформации и перерождения. В научном дискурсе культура отмены определяется как совокупность не

институциональных практик коллективного воздействия, направленных на ограничение символического присутствия субъекта в публичном пространстве [1, с. 249; 7, с. 34]. В отличие от формальных механизмов ответственности, cancel culture не предполагает четкой процедуры рассмотрения обвинений и апеллирует преимущественно к эмоционально-нормативной реакции аудитории [8, с. 5–6].

В российском контексте культура отмены формируется на пересечении трех факторов: медиатизации повседневности, кризиса универсальных моральных ориентиров и роста символического значения инфлюэнсеров как носителей ценностных установок [2, с. 436–437; 4, с. 58–61]. В результате публичное пространство начинает функционировать как зона постоянной этической экспертизы, в рамках которой любое высказывание или действие может быть интерпретировано как нарушение норм, установленных представителями общественности. Важно подчеркнуть, что российская модель культуры отмены отличается нестабильностью и фрагментарностью [3, с. 17]. В большинстве кейсов общественное осуждение не приводит к окончательному исключению субъекта, однако сопровождается краткосрочным, интенсивным репутационным кризисом, последствия которого зависят от выбранных кризисных стратегий реагирования.

Этическая специфика культуры отмены заключается в смещении фокуса с поступка на последствия для личности. Нарушение нормы интерпретируется аудиторией зачастую, как проявление устойчивой идентичности субъекта [6, с. 248], когнитивные искажения ведут к категоричности восприятия единичных прецедентов. Такой образ мышления формирует новую систему социальных ожиданий. Инфлюэнсеры чаще начинают руководствоваться самоцензурой, соблюдение формальных норм порождает непрерывную демонстрацию «корректности» в высказываниях, поступках и позиционировании.

В российской медиасреде данная логика усиливается за счет отсутствия устойчивого консенсуса относительно допустимых границ публичного поведения [5], что в том числе, вызывает волну обсуждения полярных сторон внутри кейсов. Как следствие, культура отмены выполняет функцию компенсаторного механизма, замещая институциональные формы моральной оценки коллективным осуждением.

Для более глубокого понимания механизма функционирования культуры отмены в российском медиапространстве представляется целесообразным обратиться к анализу конкретных кейсов публичных персон, чьи репутационные кризисы стали источником для формирования общественного дискурса. В рамках данного исследования в качестве аналитических примеров рассматриваются кейсы инфлюэнсера Анастасии Ивлеевой и публичного расставания блогера Саши Теслонда, демонстрирующие различные этапы репутационного цикла культуры отмены.

Скандал вокруг Анастасии Ивлеевой, вызванный проведением так называемой «голой вечеринки» в ночь с 20 на 21 декабря 2023 года, стал одним из наиболее резонансных примеров культуры отмены в России. Особенностью данного кейса является масштаб негативной реакции, вышедшей за пределы цифрового пространства, коснувшись многих участников события через ряд последствий: разрыв рекламных контрактов, отмена телевизионных проектов и резкое сокращение публичного присутствия инфлюэнсеров. Однако мы можем наблюдать, как поменялся публичный образ Анастасии со временем, и она получила шанс от аудитории на возвращение в публичное пространство. Иной логике подчиняется кейс публичного расставания блогера Саши Теслонда, получивший огласку в начале 2026 года. Обнародование личных данных не сработало механизмом защиты от шквала хейта, наоборот разделив аудиторию на полярные по мнению группы. Волна общественного обсуждения и моральной оценки личных взаимоотношений пары в цифровом пространстве, сильно сказалась на моральном состоянии блогера. В отличие от предыдущего примера, данный кейс находится внутри цикла, и мы можем в реальном времени отслеживать, как новые заявления влияют на трансформацию образа блогера и постепенный переход на стадию отмены. В статье предлагается рассмотреть культуру отмены как циклический репутационный процесс (Таблица 1), включающий три взаимосвязанных этапа: репутационный шок, кризисную рефлексию и символическое перерождение либо обнуление публичного образа.

Таблица 1. Репутационный цикл культуры отмены в российском медиапространстве

<b>Этап цикла</b>	<b>Содержательная характеристика</b>	<b>Доминирующие социальные и этические механизмы</b>	<b>Типовые коммуникационные действия</b>
<b>Репутационный шок</b>	Резкая утрата субъектом контроля над интерпретацией события; формирование негативного общественного дискурса в кратчайшие сроки	Коллективная моральная санкция; эмоциональная поляризация аудитории; символизация нарушения социальной нормы	Молчание либо реактивные комментарии; попытки оправдания или объяснения без выстроенной стратегии
<b>Кризисная рефлексия</b>	Осмысление причин отмены и выбор модели публичного реагирования; попытка стабилизации репутационного поля	Этика публичной ответственности; ожидание раскаяния или демонстрации ценностной позиции; утрата рекламных контрактов из-за нестабильного образа	Публичные извинения; отказ от конфронтации; реструктуризация коммуникационного нарратива
<b>Символическое перерождение / обнуление</b>	Временная утрата публичной субъектности; трансформация образа либо отчуждение	Пересборка публичного капитала; смещение социальной роли инфлюэнсера; разработка альтернативного позиционирования	Репозиционирование бренда; смена тематики контента; временное снижение публичной активности

На данной стадии «репутационного шока» происходит резкая утрата субъектом контроля над интерпретацией событий. Общественный дискурс формируется преимущественно аудиторией, объект отмены в то же время оказывается в позиции реактивного участника [9].

В кейсе Анастасии Ивлеевой, где триггером отмены стало событие, интерпретированное как нарушение негласных культурных норм, вышедшее за рамки закрытого комьюнити. Масштаб и скорость негативной реакции были обусловлены высокой символической нагруженностью образа инфлюэнсера. Анастасия, являлась

репрезентантом массовой культуры, что усилило ожидания соответствия негласным этическим стандартам. Репутационный шок сопровождался быстрым переходом общественного осуждения на институциональный уровень, что усилило эффект отмены и отразилось на всех участниках события. Иначе этап проявился в кейсе публичного расставания блогера Саши Теслонда. Репутационный шок был вызван интерпретацией личных отношений как публичного высказывания, вынуждающего блогера сделать публичные заявления, на которые он не был готов. Несмотря на отсутствие прямого нарушения нормативных запретов, личная ситуация выступила объектом моральной оценки против воли блогера. cancel culture расширила сферу влияния, коснувшись частной жизни публичных персон.

«Кризисная рефлексия» предполагает анализ причин отмены и выбор коммуникационной стратегии. На практике на этой стадии определяется дальнейшая траектория публичного образа. На этапе репутационного шока аудитория активно включилась в моральную экспертизу поведения участников конфликта, формируя позиции и приписывая субъектам определенные ценностные характеристики. Важно отметить, что отмена на начальном этапе носит фрагментарный характер и не сопровождается массовым отказом от поддержки, что соответствует российской модели ограниченного воздействия культуры отмены. В первом кейсе вербальная компенсация в форме публичных извинений стала недостаточной мерой для снижения негативного фона и стала инструментом для насмешек, что свидетельствует о снижении эффективности декларативных стратегий в условиях высокой моральной поляризации. Отмена в публичном пространстве послужила мерой пресечения, приобрела характер наказания, не предполагающего диалога. Кейс Саши Теслонда демонстрирует аналогичную слабую эффективность использования риторики и апелляции к фактам в публичных интервью. Желание подтвердить каждое своё заявление физическими элементами: переписками, голосовыми сообщениями и заметками, не дало нужного эффекта и стало выглядеть для массового зрителя, попыткой искусственно «отбелиться». Методы защиты были в данном случае стали громче и масштабнее самого обвинения. Многие фразы, использованные для подтверждения заявлений, переросли в локальный юмор над ситуацией. «Пройти

метр в моих тапочках» стало новым «свитером для извинений». Отказ от конфронтационной риторики в период кризисной рефлексии и постепенное смещение фокуса позволили бы интегрировать ситуацию в нарратив личностного роста, что позволило бы снизить интенсивность общественного давления. Заключительный этап цикла «символическое перерождение/обнуление» связан с трансформацией публичного образа. В случае успешного прохождения кризиса отмена может стать отправной точкой перерождения бренда, при котором обновленная идентичность воспринимается аудиторией как более зрелая и аутентичная [15].

События «голой вечеринки» привели Анастасию к репутационному «обнулению» и временной утрате публичной субъектности. В данном примере потребовалось большое количество времени, чтобы вернуть право быть в инфополе. Однако возвращение в медиaprостранство с шоу, пропагандирующим традиционные ценности на контрасте с прошлым блогерши смогло стать резонансным проектом и позволить случиться трансформации личного бренда. Исход ситуации с отменой Саши Теслонда на данный момент ещё не определён и зависит от дальнейшей стратегии проявления в социальных сетях. Уже сейчас можно увидеть, как общественное давление влияет на рекламные контракты и нарративы, которыми делится бывшая аудитория блогера в своих аккаунтах. Категоричность оценочных суждений зачастую не соизмеряется пользователями с масштабом последствий отмены. Грамотная трансляция ключевых посылов и подбор репозиционирования позволяет избежать длительной утраты публичного капитала.

Описанные примеры подтверждают тезис о цикличности культуры отмены и её зависимости от контекста, масштаба публичности и выбранной коммуникационной стратегии. Отмена в российской медиасреде не является универсальным приговором, однако при неблагоприятном сочетании факторов может приводить к длительной репутационной паузе или обнулению личного бренда.

Усиление концентрации упоминаний в инфополе удачный момент для видоизменения бренда. Отказ от прошлого в пользу контрастного образа может выступать катализатором нового витка развития и популярности объекта. В условиях репутационного кризиса, вызванного культурой отмены, стратегия перерождения

предполагает поэтапное коммуникационное реагирование. Ключевой задачей репутационного шока становится снижение интенсивности негативного резонанса за счет отказа от импульсивных комментариев и концентрации на мониторинге медиаполя. Целесообразно формирование управляемого нарратива на следующем этапе цикла. Выверенное публичное заявление зафиксировывает ответственность. Важно избежать оправдательной риторики и агрессивной защиты. Этическая соразмерность реакции масштабу кризиса способствует снижению моральной поляризации аудитории и возвращению субъектности публичного образа. Далее рекомендуется сознательная коммуникационная пауза, направленная на снижение эффекта информационного «перегрева». Ограничение публичной активности и переход к нейтральному контенту ослабят внимание к кризисному событию. Заключительным этапом становится резкое репозиционирование, смена ценностных акцентов коммуникации. Возвращение в публичное пространство поддерживается обновленным нарративом, где кризис интегрируется в повествование как инструмент приобретения опыта, позволяет закрепить символическое перерождение и сформировать устойчивую обновлённую модель публичной идентичности.

Культура отмены не линейный процесс ведущий к наказанию. Она раскрывается на общественной практике в качестве динамичной системы. Исход прецедентов зависит от совокупности контекстуальных и коммуникационных факторов. Новый подход к культуре отмены в российском медиапространстве противопоставляет её восприятие как механизма исключения из общества и позицию, где общественное угнетение ресурс репутационной трансформации. Преобразование отношения к трендовому явлению сможет выступить инструментом борьбы в этическом аспекте, поддержать инфлюэнсеров столкнувшихся с глобальной травлей в интернете. Ключевым условием перехода к символическому перерождению является способность субъекта интегрировать кризис в обновленную коммуникационную стратегию, соответствующую ожиданиям аудитории и логике цифровой морали.

### **Список литературы**

1. Костенко О. В. Историко-философские предпосылки становления понятия «культура отмены» // Общество: философия, история, культура. – 2023. – № 5. – С. 248–252. – DOI: 10.24158/fik.2023.5.38.
2. Рустамова Л. Р., Иванова Д. Г. «Культура отмены» в отношении России и способы борьбы с ней // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Политология. – 2023. – Т. 25. – № 2. – С. 434–444. – DOI: 10.22363/2313–1438-2023-25-2-434-444.
3. Хлыщева Е. А. Культура отмены как инструмент общественного давления в современной медиасреде // Caspium Securitatis. – 2024. – № 3. – С. 16–20.
4. Коротких А. Ю. Феномен культуры отмены в России: особенности восприятия российскими потребителями : выпускная квалификационная работа бакалавра. – М. : НИУ ВШЭ, 2024. – 170 с.
5. Костенко О. В. Культура отмены как механизм цивилизационного противостояния // Автореферат диссертации на соискание ученой степени. – М., 2023. – 34 с.
6. Bourdieu P. The Forms of Capital // Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education / ed. by J. Richardson. – New York : Greenwood, 1986. – P. 241–258.
7. Ronson J. So You've Been Publicly Shamed. – New York : Riverhead Books, 2015. – 304 p.
8. Ng E. Cancel Culture: A Critical Analysis // Journal of Communication Inquiry. – 2020. – Vol. 44. – No. 4. – P. 1–20.
9. Van Dijck J. The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. – Oxford : Oxford University Press, 2013. – 240 p.