

## Специфика публичного осуждения и «культуры отмены» в современных интернет-СМИ

Научный руководитель – **Стяжкина Лилия Анатольевна**

*Пустовалова Марьяна Романовна*

*Студент (магистр)*

Новосибирский государственный университет, Факультет журналистики, Новосибирск, Россия

*E-mail: m.pustovalova@g.nsu.ru*

В XXI веке в России и других странах начало развиваться такое явление, как «культура отмены». Канселинг — это стремление убрать из медиапространства персону, которая сказала или сделала то, что противоречит нормам и ценностям, транслируемым обществом в данный момент. Смежным понятием с термином «культура отмены» является шейминг, который можно определить следующим образом: это публичное осуждение аудиторией медийной личности с целью продемонстрировать своё недовольство её девиантным поведением, которое выходит за рамки допустимых норм и нарушает устоявшиеся стереотипы. Отметим, что в изданиях РБК, RT и 360tv.ru (по данным компании «Медиадиагностика», они занимают первые три позиции в рейтинге самых цитируемых интернет-ресурсов в СМИ) [5] есть статьи, где авторы рассказывают о специфике канселинга, разных видах публичного осуждения, объясняют, чем они опасны, как их остановить, приводят конкретные истории. **Актуальность нашего исследования** обусловлена тем, что инструменты шейминга и «культуры отмены», используемые обществом для проявления реакции на то или иное действие, высказывание известной личности, в последние годы становятся всё более популярными в новых медиа. В качестве **объекта исследования** мы выбрали шейминг и канселинг относительно медиаперсон, которые публично высказались об актуальных общественных проблемах и на мнение которых аудитория отреагировала негативно.

**Предмет исследования** — специфика конструирования «культуры отмены» и шейминга в материалах онлайн-СМИ «Медуза» (*издание признано в России нежелательной организацией*), на сайте РБК и Russia Today.

**Цель работы** — выявить в выбранных медиа особенности конструирования случаев шейминга и канселинга в отношении Регины Тодоренко, Ксении Собчак и команды шоу Comment Out.

**Эмпирическая база исследования** насчитывает 46 материалов. Поиск работ осуществлялся по ключевым словам: «Регина Тодоренко, домашнее насилие», «Ксения Собчак, шоу Comment Out», «Ксения Собчак, Black Lives Matter», «Comment Out, протесты». В нашей работе мы применили методы дискурс-анализа, кейс-стади, тематического анализа.

**Хронологические рамки** ограничены периодом с 23.04.2020 г. по 31.12.2020 г.

А. Э. Киселева и А. В. Муромская считают, что «cancel culture», или «культура отмены» — средство, с помощью которого общество привлекает к ответственности тех, кто совершает «правонарушения» социального характера [4]. М. К. Карнаухова и Е. Г. Карпова придерживаются позиции, что с помощью канселинга аудитория привлекает внимание к поведению и высказываниям персоны, которые выходят за рамки принятого и могут нанести вред [3]. И. П. Василец и Д. А. Перегон в своей работе поднимают вопрос о бодибейминге, описывают его, противопоставляя бодипозитиву [2]. Р. М. Айсина пишет о дранк шейминге, который связан с размещением в Интернете фото или видео «группового издевательства над человеком, напившимся "до потери сознания"» [1]. Д. Шекебаев

выделяет в своей статье четыре типа публичного осуждения и характеризует их: слат-, боди-, скинни- и фэтшейминг [6].

В ходе исследования мы выявили особенности освещения публичного осуждения российских медиаперсон и «культуры отмены» в отношении них в выбранных интернет-медиа. Так, мы установили следующее:

- 1) средства массовой информации стремятся сообщить о публичном осуждении медиаперсон и снизить уровень травли в отношении них;
- 2) «Медуза» (*издание признано в России нежелательной организацией*), РБК и RT обращают внимание пользователей на лишение нематериальных благ;
- 3) в работах присутствует акцент на том, что аудитория отреагировала на поведение личности негативно, выразив своё недовольство через дизлайки и комментарии;
- 4) авторы информируют о разрыве деловых отношений с рекламодателями;
- 5) журналисты предоставляют мнения других известных людей, которые поддержали шейминг в отношении той или иной медиаличности;
- 6) СМИ приводят примеры историй других героев в рамках данной темы, которые противоречат публично высказанному мнению медийной личности;
- 7) выбранные издания фокусируются на медиаперсоне, которая побудила общество к осуждению другой медиаличности (кейс с командой Comment Out и Юрием Музыченко);
- 8) «Медуза» (*издание признано в России нежелательной организацией*), РБК и RT активно информируют о действиях персоны после осуждения;
- 9) авторы материалов делают акцент на том, что медиаперсона извинилась за своё поведение и предприняла попытки для исправления положения;
- 10) журналисты апеллируют к другим случаям публичного осуждения популярных людей и делают акцент на несоразмерности наказания в данной ситуации;
- 11) данные интернет-СМИ выявляют «плюсы» последствий случившегося.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что при освещении публичного осуждения и «культуры отмены», журналисты стремятся снизить травлю в отношении медийных личностей. Пользователи новых медиа активно освещают проблему и «культуры отмены», и публичного осуждения и нередко обращаются к зарубежному опыту, чтобы не допустить полноценного канселинга.

### Источники и литература

- 1) Айсина Р. М. Психологическая безопасность взрослых интернет-пользователей: анализ современных исследований. 2019. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/psihologicheskaya-bezopasnost-vzroslyh-internetpolzovateley-analiz-sovremennyh-issledovaniy> (дата обращения: 14.02.2023)
- 2) Василец И. П., Перегон Д. А. Короникулы, свайпить и шейминг: анализ дискурсивных практик социальной реальности на примере неологизмов молодёжной аудитории. 2020. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/koronikulysvaypit-i-sheyming-analiz-diskursivnyh-praktik-sotsialnoy-realnosti-na-primereneologizmov-molodyozhnoy-auditorii> (дата обращения: 14.02.2023)
- 3) Карнаухова М. К., Карпова Е. Г. Социальная роль «культуры отмены» для развития общественных отношений. 2020. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=45637743> (дата обращения: 14.02.2023)

- 4) Киселева А. Э., Муромская А. В. Cancel culture и институт репутации в России. 2020. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44318353> (дата обращения: 14.02.2023)
- 5) Медиалогия. Федеральные СМИ: 2020 год. 11.01.2021. URL: <https://www.mlg.ru/ratings/media/federal/10165/> (дата обращения: 14.02.2023)
- 6) Шекебаев Д. Словарь терминов цифровой травли. URL: <https://etika.nplus1.ru/persécution/term> (дата обращения: 14.02.2023)