**Социальные и культурные факторы как движущие силы «культуры отмены»**

**в модной индустрии**

***Рудь Е.О.***

*Студент, 3 курс бакалавриата*

*Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,*

*факультет журналистики, Москва, Россия*

*E-mail :* [prhrn@mail.ru](mailto:prhrn@mail.ru)

Феномен культуры отмены является сложным и многогранным явлением, в основе которого лежит отказ от определенных норм, которые ранее считались обязательными или приемлемыми в обществе. Также под данным термином подразумевают вытеснение какой-либо личности из-за её высказываний или поступков, не соответствующих актуальной общественной повестке. Этот процесс происходит под воздействием различных социальных и культурных факторов, которые становятся движущими силами его развития в различных областях, включая модную индустрию.

Социальные и культурные факторы играют ключевую роль в формировании предпосылок для культуры отмены. Развитие социальных движений, изменение взглядов и ценностей в обществе, а также повышение осознания своего индивидуального статуса и выражение собственной идентичности становятся основополагающими факторами. Кроме того, данные социальные явления формируют понятие «новой этики» и «новой нормальности». Повестка, которая подчеркивает инклюзивность, равенство и уважение к различиям способствует распространению культуры отмены.

В 2022 году в сети произошёл скандал с брендом Balenciaga: в Интернете появилась рекламная кампания товаров для дома, в рамках которой моделями выступили дети. Пользователи разглядели в данной кампании сексуализацию детей и пропаганду педофилии, так как в руках у детей были плюшевые игрушки, одетые в кожу и латекс. Как следствие, произошёл скандал и последующее частичное бойкотирование продукции бренда: пользователи начали сжигать вещи и активно писать о том, чтобы остальная аудитория присоединилась к бойкотированию, что привело к снижению продаж. Данный пример представляет собой яркий пример реакции общественности на поведение компании и демонстрации культуры отмены в действии.

В случае Balenciaga бойкотирование выражалось и выражается в отказе от покупки и использования продукции бренда, а также в активном распространении информации о проблеме через социальные сети и другие каналы коммуникации. Игнорирование продукции может привести к серьезным финансовым потерям для бренда, а также к ущербу его репутации. Публичное негодование и отказ потребителей могут привести к снижению продаж, потере доверия и лояльности клиентов, а также к длительному восстановлению репутации. Для бренда Balenciaga становится крайне важным проведение эффективного антикризисного менеджмента. Бренд должен активно реагировать на обвинения, предпринимать меры для устранения негативного воздействия и восстановления своей репутации, а также предпринимать шаги для предотвращения подобных инцидентов в будущем.

Таким образом, скандал с Balenciaga и последующая «отмена» бренда являются примером реакции общественности на аморальное поведение компании и демонстрации культуры отмены, в которой потребители активно выражают свое недовольство и стремятся изменить практики и стандарты в индустрии моды.

*Список литературы:*

1. Дунас Д. В., Гуреева А. Н., Киреева П. А. Формируя теоретическую рамку «культуры отмены»: концептуальные истоки и актуальные интерпретации // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2023. Т. 22, № 6: Журналистика. С. 70–81.
2. Котунова О. В. Культура отмены. Этический анализ / О. В. Котунова [Электронный ресурс] // cyberleninka.ru : [сайт]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kultura-otmeny-eticheskiy-analiz/viewer> (дата обращения: 08.02.2024).
3. Balenciaga оказался в центре скандала. Почему люди сжигают вещи бренда. / Анастасия Ворошкевич [Электронный ресурс] // rbc.ru : [сайт]. — URL: <https://www.rbc.ru/life/news/6388b5979a79470a1f530d9e> (дата обращения: 08.02.2024).
4. У НАС ОТМЕНА / Алена Важенина [Электронный ресурс] // theblueprint.ru : [сайт]. — URL: <https://theblueprint.ru/fashion/timeline/balenciaga-cancel> (дата обращения: 08.02.2024).