

Генезис феномена «культуры отмены» в современном коммуникативном пространстве

Научный руководитель – Багаева Алиса Валерьевна

Серединова Татьяна Владимировна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: tanya_seredinova05@mail.ru

В современном цифровом обществе феномен «культуры отмены» (cancel culture) стал одним из наиболее заметных и социально значимых механизмов общественного контроля. Его актуальность обусловлена трансформацией форм коммуникации, переносом публичной дискуссии в онлайн-пространство и усилением роли социальных сетей в формировании репутации и общественного мнения. «Культура отмены» предполагает публичное осуждение и социальное исключение индивида или группы за нарушение актуальных моральных норм, что реализуется преимущественно через цифровые медиа [1].

Несмотря на цифровую специфику, данное явление имеет исторические аналоги — от античного ostracism до церковной анафемы. Однако современная «отмена» принципиально отличается отсутствием институционализированной процедуры и регламентации санкций. Инициатива исходит от горизонтальных сетевых сообществ, а масштабы и последствия осуждения оказываются непредсказуемыми. Идейной основой подобных практик становится феномен «новой этики», ориентированной на защиту индивидуальных прав и нетерпимость к дискриминации, что, с одной стороны, способствует расширению публичного обсуждения социальных проблем, а с другой — создает риск моральной догматизации и подавления инакомыслия [2].

Стремительное распространение «культуры отмены» связано не только с технологическими возможностями цифровых платформ, но и с психологическими механизмами коллективного поведения. Теоретическую основу анализа составляет классическая концепция психологии толпы Г. Лебона, согласно которой в условиях массового объединения усиливается внушаемость, происходит диффузия ответственности и снижается уровень критического мышления [4]. В цифровой среде данные механизмы приобретают новое качество: анонимность пользователей и мгновенность реакции усиливают эмоциональное заражение и радикализацию оценок.

Современные исследования подтверждают, что негативные эмоции, особенно гнев, распространяются в социальных сетях быстрее позитивных сообщений, формируя эффект «вирусной» мобилизации и коллективного давления [5]. Это позволяет говорить о возникновении феномена «сетевой толпы», сочетающей характеристики классической толпы с особенностями информационного общества.

В рамках концепции сетевого общества М. Кастельса подчеркивается, что власть в цифровую эпоху реализуется через контроль информационных потоков и управление коммуникационными сетями [3]. В этих условиях репутация становится ключевым социальным ресурсом, а механизмы публичного осуждения — инструментом символического регулирования поведения.

Наряду с групповыми процессами важную роль играют индивидуальные особенности участников. Когнитивные упрощения, потребность в социальной идентичности, конформизм и страх оказаться объектом «отмены» усиливают вовлеченность в кампании публичного осуждения. В результате «культура отмены» выступает сложным социопсихологиче-

ским феноменом, в котором взаимодействуют архаические механизмы поведения толпы и структурные особенности цифровой коммуникации.

Таким образом, анализ «культуры отмены» актуален в контексте изучения трансформации общественного контроля, групповой динамики и механизмов формирования общественного мнения в цифровую эпоху. Ее исследование позволяет выявить как потенциал защиты социальных норм, так и риски коллективной травли и поляризации общества.

Источники и литература

- 1) Давид Г.К. Истоки возникновения феномена культура отмены // Общество: философия, история, культура. 2024. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/istoki-vozniknoveniya-fenomena-kultura-otmeny>
- 2) Ерохина Т.И. «Культура отмены» в контексте «новой этики» // Диалоги и конфликты культур в меняющемся мире: XXI Международные Лихачевские научные чтения, 25–26 мая 2023 г. СПб., 2024. С. 209–211.
- 3) Кобакин М.В., Крюкова М.М. Концепция власти коммуникации Мануэля Кастельса в научном дискурсе цифровой социологии // Цифровая социология. 2020. Т. 3. № 3. С. 4–11.
- 4) Лебон Г. Психология толпы // Психологическая антропология. М.: Наука, 1990. С. 98–226.
- 5) Tang J., Liu H., Zhang J., Mei Q. Higher contagion and weaker ties mean anger spreads faster than joy in social media [Электронный ресурс]. URL: <https://arxiv.org/abs/1608.03656>