

УДК 316.77  
JEL M31

## КУЛЬТУРА ОТМЕНЫ КАК ФАКТОР СТРАТЕГИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА В ЦИФРОВОЙ СРЕДЕ

**Щукина Александра Валентиновна**

*Ярославский государственный педагогический университет им. К.Д. Ушинского, г. Ярославль, Россия, e-mail: Alexandra2103Shchukina@yandex.com, SPIN-код: отсутствует, <https://orcid.org/0009-0001-1058-9328>*

**Аннотация.** В статье рассматривается феномен «культуры отмены» как институциональный фактор экономики внимания, влияющий на стратегическое управление политическим брендом и репутационным капиталом лидеров. На материале кейса Дональда Трампа анализируется, каким образом санкции цифровых платформ и массивная негативная повестка преобразуют структуру каналов коммуникации, поведение стейкхолдеров и метрики вовлечённости, меняя стоимость и волатильность репутационного актива. Теоретическая база объединяет концепции символического капитала и управления впечатлением (П. Бурдьё; Э. Гоффман), гиперреальности и симулякров (Ж. Бодрийяр), а также подходы платформенной политэкономии и медиа-менеджмента. Методология исследования базируется на институциональном анализе правил и санкций платформ, медиадискурс-анализе и интерпретации поведенческих эффектов аудитории в логике экономики внимания. Представлено, что «отмена» функционирует как репутационный «шок» с взаимонаправленным эффектом: частичной утратой доступа к массовой аудитории и одновременной мобилизацией ядра лоялистов (эффект «репутационного мученичества»), что открывает окно для ребрендинга и конверсии медиа-капитала в электоральные и организационные выгоды. Делается вывод о необходимости включения сценариев «отмены» в стратегическое планирование политических кампаний, а также о значимости институциональной среды платформ для долгосрочной легитимности и конкурентоспособности политических брендов.

**Ключевые слова:** медиадискурс, культура отмены, постмодерн, политический лидер, Дональд Трамп, цифровая цензура

## CANCEL CULTURE AS A FACTOR OF STRATEGIC MANAGEMENT IN THE DIGITAL ENVIRONMENT

**Shchukina Alexandra Valentinovna**

*Yaroslavl State Pedagogical University named after K.D. Ushinsky, Yaroslavl, Russia, e-mail: Alexandra2103Shchukina@yandex.com, SPIN code: missing, <https://orcid.org/0009-0001-1058-9328>*

**Abstract.** The article examines the phenomenon of "cancellation culture" as an institutional factor of the attention economy that affects the strategic management of the political brand and reputational capital of leaders. Based on the case of Donald Trump, it analyzes how the sanctions of digital platforms and a massive negative agenda transform the structure of communication channels, the

behavior of stakeholders and engagement metrics, changing the value and volatility of a reputational asset. The theoretical framework combines the concepts of symbolic capital and impression management (P. Bourdieu; E. Goffman), hyperreality and simulacra (J. Baudrillard), as well as approaches of platform political economy and media management. The research methodology is based on an institutional analysis of platform rules and sanctions, media discourse analysis, and interpretation of audience behavioral effects in the logic of attention economics. It is presented that "cancellation" functions as a reputational "shock" with a mutually directional effect: partial loss of access to a mass audience and simultaneous mobilization of the core of loyalists (the "reputational martyrdom" effect), which opens a window for rebranding and converting media capital into electoral and organizational benefits. It is concluded that it is necessary to include "cancellation" scenarios in the strategic planning of political campaigns, as well as the importance of the institutional environment of platforms.

**Keywords:** media discourse, cancellation culture, postmodernity, political leader, Donald Trump, digital censorship

**Введение.** В условиях постмодернистской культурной парадигмы, описанной Ж. Бодрийяром как «царство симулякров», политика перестаёт быть сферой, где господствует исключительно стремление к рационализму и объективности, она функционирует в логике массового зрелища, где граница между образом и реальностью размыта. Культура отмены, таким образом, выступает не только как форма общественного осуждения или санкций, но и как механизм медиа, создающий новые смыслы и нарративы вокруг политического имиджа конкретной личности. Для 45-го президента Соединенных Штатов Дональда Трампа этот процесс оказался двойственным: с одной стороны, цифровые платформы и СМИ стремились обличить и унизить его образ в глазах общественности, с другой — эта же публичность и постоянное обсуждение усилили влияние имиджа политика, сделали его символом оппозиции «мейнстримному» политическому дискурсу.

#### **Материалы и методы.**

Методологическая основа исследования опирается на междисциплинарный подход, включающий:

- **Дискурсивный анализ** — для выявления ключевых нарративов, сопровождающих образ Трампа в медиапространстве [16].

- **Медиаанализ** — для изучения специфики репрезентации политического образа в различных типах СМИ и социальных сетях [4].

- **Концепцию симулякров** Ж. Бодрийера — для объяснения процессов подмены реальности медийным образом [1].

- **Теории имиджа в политике** Э. Гоффмана и П. Бурдьё, акцентирующие внимание на стратегической репрезентации и символическом капитале [7; 2].

Современная западная политическая наука всё активнее обращается к изучению культуры отмены как социокультурному феномену [14]. В российской научной среде этот вопрос изучен только фрагментарно, преимущественно в контексте цифровой социологии и медиаэтики западной медиакультуры [3]. Это объясняется отсутствием развитой гражданской культуры публичных протестов и коллективных реакций в социальных медиа, где данное явление обычно проявляется, а также, более жёстким государственным контролем над СМИ и цифровыми платформами, что

ограничивает открытое обсуждение и общественное давление на «отменяемые» фигуры; отсутствием институциональных механизмов отмены через официальные структуры, распространённых в западных странах. Среди российских исследователей существуют разные мнения: одни считают, что культура отмены находится в зачаточном состоянии и проявляется эпизодически, другие полагают, что данный феномен в российской социальной среде фактически не функционирует. отмечает А.В. Иванова, «в российском обществе пока не сформировался полноценный феномен культуры отмены, что связано с особенностями политической системы, контролем над СМИ и отсутствием развитой практики гражданских протестов в цифровой среде» [3, с. 42].

Культура отмены (англ. «cancel culture») как феномен возникла в англоязычном медиапространстве в конце 2010-х годов, однако её корни уходят в более ранние формы общественного бойкота и «символического изгнания» [13]. В классическом определении она представляет собой совокупность практик, направленных на публичную критику и исключение индивида или организации из определённого культурного и социального поля в ответ на их действия или высказывания, признанные неприемлемыми [6]. В политической сфере она превращается в инструмент не только морального давления на личность и даже на ее приверженцев, но и медийной переработки образа, когда публичная фигура начинает существовать в пространстве «интерпретированных версий» своего поведения, лишённых какой-либо объективности. Работы Г. Дженкинса и М. Кастельса позволяют рассматривать культуру отмены в русле сетевой коммуникации, где аудитория активно участвует в создании и распространении определённого политического нарратива [9; 5]. В этой модели социальные сети выступают не как нейтральный канал передачи информации, а как активный участник формирования политического имиджа — зачастую в оппозиции к традиционным (телевизионным, поддерживаемым государством) медиа.

С точки зрения теории публичной сферы Л. Хатчинсон, культура отмены демонстрирует парадокс: она формально опирается на демократическую свободу высказывания, но одновременно ограничивает её, создавая механизмы неформальной цензуры [8]. Для политиков, обладающих эпатажным медийным образом, «отмена» становится скорее не концом карьеры, но ее сколько точкой переопределения и обновления публичного имиджа. Применительно к Дональду Трампу культура отмены проявилась в серии публичных и институциональных действий, направленных на ограничение его присутствия в медиапространстве. Наиболее известным эпизодом стала **массовая блокировка его аккаунтов** в Twitter\*<sup>1</sup>, Facebook\*, Instagram\* и YouTube\* в январе 2021 года. Данное событие стало кульминацией длительной медиаполюмики, в ходе которой Трамп подвергался постоянным атакам со стороны оппозиционных СМИ и активистов. Как отмечает Л. Энджи, культура отмены в подобных случаях выступает частью более широкого процесса «символического исключения», где медийная персоналия становится объектом коллективного переосмысления имиджа публичной персоны [13].

Рассмотрение кейса Дональда Трампа как примера постмодернистской трансформации политического образа в результате «отмены» представляется важным

---

<sup>1</sup> все упомянутые под «\*» платформы признаны экстремистскими и запрещены в РФ

вкладом в дальнейшее развитие отечественного дискурса о медийной политике. Исследование призвано продемонстрировать, что культура отмены в постмодернистской политике функционирует не только как форма цензуры или социального осуждения, но и как стратегический инструмент формирования нового образа политической и медийной личности, в рамках которого «симулякр изгнания» может обернуться «симулякром возвращения». Понятия «симулятор изгнания» и «симулятор возвращения» в теории Жана Бодрийера описывают процесс символического исключения и последующего возвращения индивида или группы в общественное пространство в виде медийной симуляции, а не реальных событий. Симулятор изгнания — это искусственно сконструированное «исключение», созданное средствами медиа и культуры, где реальный акт исключения заменён символическим. Симулятор возвращения — это вновь сконструированное появление субъекта в публичной сфере, но уже в трансформированном виде, как часть медийного спектакля. Таким образом, эти категории описывают не фактическое изгнание и возвращение, а их имитацию, создающую эффект реальности и влияющую на восприятие аудитории [1].

Теоретической основой исследования является постмодернистская концепция Ж. Бодрийера, в которой современное общество описывается как пространство господства симулякров — знаков и образов, утративших прямую связь с реальностью и существующих в самостоятельной системе значений [1]. В этой логике политический имидж не является отражением личности, а представляет собой конструкт, созданный средствами массовой коммуникации. Дональд Трамп, будучи медиаперсоной задолго до прихода в политику, воплощает собой тип «гиперреального» лидера, чей образ существует в медиапространстве как самостоятельная реальность, независимая от биографической и политической действительности. Идеи Бодрийера о «смерти реальности» и подмене её знаковыми системами позволяют рассматривать культуру отмены скорее как механизм переработки, а не уничтожения образа. В постмодерне запрет и изгнание лидера из медиа могут, напротив, конвертироваться в новый символический капитал — феномен, который Л. Хатчинсон называет «цифровым мученичеством» [8]. В основе исследования также лежит представление о политическом имидже как о динамическом медиаконструкте, что отражено в работах Э. Гоффмана и П. Бурдьё. Гоффман, анализируя социальное взаимодействие, описывает имидж как результат «управления впечатлениями» («impression management»), где политик выступает в роли актёра, исполняющего определённую роль перед аудиторией [7]. Бурдьё дополняет этот подход понятием «символического капитала», который политик накапливает через признание своей легитимности и авторитета [2]. В случае с Трампом особенность заключается в том, что значительная часть его символического капитала сформирована в медиасреде до политической карьеры — в телевизионных реалити-шоу, интервью и социальных сетях. Этот медийный багаж стал фундаментом для восприятия его политического образа и одновременно причиной уязвимости в условиях функционирования культуры отмены.

Прежде чем стать 45-м президентом США, Дональд Трамп существовал в публичном сознании как **медиабренд**. С конца 1980-х годов он активно использовал телевидение, печатные СМИ и рекламные кампании для конструирования образа

«успешного бизнесмена» и «человека-победителя», «self-made-man» [17]. Этот этап можно рассматривать в логике концепции Э. Гоффмана о «сценической презентации Я» (presentation of self), где публичный субъект сознательно выбирает и демонстрирует определённые атрибуты для аудитории, чтобы сконструировать определенный образ в ее глазах [7].

Ключевую роль в укреплении его медийного статуса сыграл телепроект **The Apprentice** (NBC, 2004–2015), в котором Трамп исполнял роль строгого, но справедливого наставника, закрепляя в массовом сознании архетип «капитана индустрии». Исследователи массовой культуры [18; 10] отмечают, что формат реалити-шоу позволил Трампу не только транслировать выигранный образ, но и создать устойчивый **симулякр** (исходя из концепции Ж. Бодрийера), не требующий фактической проверки его бизнес-успехов [1]. С началом президентской кампании 2016 года произошла **трансформация медийного капитала в политический**. Здесь проявляется концепция П. Бурдьё о конвертации символического капитала в другие его формы [2]. Трамп не стал отказываться от элементов развлекательного стиля, но, напротив, интегрировал их в политический дискурс: резкие заявления, провокационные мемы, эмоциональная экспрессия — всё это стало частью риторической стратегии. В отличие от традиционных политиков, стремящихся к умеренности и дипломатичности (Барак Обама, Митт Ромни и др.), Трамп строил публичную речь по законам **постдраматического театра** (по Х.-Т. Леману): отказ от линейного нарратива, работа с фрагментированным контентом, прямое вовлечение аудитории в перформативное действие [11]. Его публичные выступления часто описывались журналистами как «шоу» или «спектакли» [16], а сам он — как «актёр, играющий роль президента» [15].

Особое место в формировании образа Трампа занимают **социальные сети**, прежде всего Twitter\*. Личный аккаунт стал каналом прямой коммуникации с избирателями, минуя традиционные медиафильтры в форме теле-, радиовещания, официальных и неофициальных СМИ, где требуется обсуждать транслируемый контент [6]. Это согласуется с концепцией М. Кастельса о «сетевой политике», где контроль над каналами коммуникации становится ключевым ресурсом власти [5]. Через Twitter\* Трамп создавал **потокую политическую реальность** — фрагменты заявлений, мемы, хэштеги, которые мгновенно становились предметом обсуждения в новостных циклах. Здесь проявляется постмодернистская особенность медийного образа — он формируется не только в результате стратегического планирования, но также в постоянном процессе перетолковывания, ремикса и иронического цитирования [8]. Кульминацией медийной поляризации стал январь 2021 года, когда Twitter\*<sup>2</sup>, Facebook\* и ряд других платформ заблокировали аккаунты Трампа. С точки зрения теории Бодрийера, это событие не уничтожило его образ, а трансформировало его в **«симулякр изгнания»**, за которым последовал симулякр возвращения — усиливший мифологию «преследуемого лидера» [1]. То есть образ Дональда Трампа в глаза аудитории получил статус изгнанника, которого преследуют оппоненты и противники, наделенный властью, однако, он сумел вернуться и восстановить аккаунты (каналы связи), чтобы снова напрямую поддерживать связь с аудиторией.

Все это вкупе с масштабными медиакмпаниями, усилило образ политика и расширило круг его приверженцев. Л. Энджи в своём исследовании культуры отмены так же подчёркивает, что цифровое изгнание часто усиливает харизму лидера в глазах его сторонников, превращая его в символ сопротивления системе [13]. В случае с Трампом это стало инструментом консолидации электората и переформатирования публичного образа — от президента-«администратора» к президенту-«оппозиционеру». Таким образом, Дональд Трамп – пример политической фигуры, чей **имидж** построен на стыке трёх медийных режимов:

1. Традиционные СМИ — печатная пресса, телевидение, ток-шоу;
2. Развлекательная индустрия — реалити-шоу, перформанс;
3. Цифровая сетевая культура — социальные сети, мемы, культура отмены.

Этот синтез делает имидж Дональда Трампа феноменом постмодернистской политики, где граница между политическим и развлекательным контентом исчезает, а борьба за власть ведётся не только в избирательных округах, но и в информационно-визуальном цифровом пространстве. Таким образом, можно выделить три механизма, через которые культура отмены меняет медийный образ политика, они отражены в работах исследователей цифровой коммуникации [12]:

1. Реинтерпретация прошлого — отдельные события или цитаты вырываются из контекста и становятся «доказательствами», объясняющими негативное отношение к политику [12]. В случае Трампа этим символом стали его твиты, которые оппоненты использовали как доказательство «токсичности», мизогинии, ксенофобии и пр.;

2. Информационное гетто — ограничение доступа к крупным медиaplatformам заставляет фигуру перемещаться в альтернативные, менее регулируемые каналы коммуникации (например, Truth Social в случае Трампа), что меняет характер взаимодействия с аудиторией;

3. Инверсивный эффект («backfire effect») — блокировка или изгнание усиливает харизму лидера среди сторонников, превращая его в образ «мученика системы» [14].

Возвращаясь к теории симулякров Ж. Бодрийяра, следует отметить, что «отмена» Трампа не уничтожила его образ, а создала **новый уровень симулякра** — образ политика, лишённого официальной трибуны, но присутствующего в медиaprостранстве как «фигура отсутствия» [1]. Это соответствует принципу гиперреальности, в которой знаки (твиты, цитаты, мемы и т.д.) продолжают циркулировать и влиять на общественное мнение, даже в случае безмолвия со стороны личности. В этом контексте образ Трампа стал не просто политическим, а **метаполитическим** — он функционирует как символ борьбы против «либерального представительства» и цифровых монополий. Таким образом, культура отмены в его случае стала не концом медийного присутствия, а катализатором его трансформации. До событий 2021 года имидж Трампа строился вокруг роли активного кандидата, принимающего решения и формирующего тенденции, актуальные для американского общества. После блокировок акцент сместился к роли **символа сопротивления**. Этот переход можно интерпретировать через концепцию политического мифа [7]: Трамп перестал быть лишь участником политической борьбы и стал метафорой для всего движения, которое он представлял.

Дональда Трампа часто обвиняют в популизме (политическая стратегия и риторика, основанная на противопоставлении «народа» и «элит», которая апеллирует к чувствам широкой аудитории, зачастую через простые и эмоционально насыщенные послания) [12]. В контексте политического имиджа Дональда Трампа популизм проявляется в использовании прямой, конфликтной коммуникации, критике установленных институтов и мобилизации массовой поддержки на основе образа «борца за простой народ» против «коррупцированной системы» [10]. Популизм и постмодерн — выгодные партнёры. Популистская стратегия стремится к максимальной простоте апелляций, «чувству справедливости» и эмоциональной связи с массой; постмодерн же разрушил ожидание рационального, последовательного политического деятеля. Комбинация — агрессивная перформативность, прямой язык, демонстративное нарушение норм — даёт эффект аутентичности в глазах аудитории, утомлённой институциональными ритуалами. Трамп наглядно воспроизводит эту логику: экранная харизма, эпатажные, язвительные, радикальные высказывания, способность держать внимание аудитории — всё это конвертировалось в стратегию политического «землетрясения» [15]. В этом смысле «отмена» воспринимается его сторонниками не как логичное наказание, а как подтверждение силы — знак, что он угрожает системе. [12].

Культура отмены — это одновременно этическая реакция и новый регулятор публичности. С одной стороны, она выражает запрос общества к ответственности; с другой — становится инструментом политического позиционирования, механизмом быстрой «адаптации» имиджа. В условиях постмодерна проблема усложняется: граница между «истиной» и «ложью» размывается, а их определение происходит в условиях стремительной цифровизации, быстрой, и не всегда тщательной проверки и верификации информации (значение обретают не столько подтверждённые факты, сколько сила нарратива большинства и современной значимой и принятой большинством тенденции). Поэтому политический философский дискурс должен сочетать нормативную рефлексию (право на справедливое разбирательство, всестороннее рассмотрение обстоятельств) и медиа-аналитику (формирование медианарративов, контроль над их и распространением). Это этико-политическое воспитание медиаобщества — ключ к минимизации произвольных и манипулятивных «отмен» [16].

**Результаты.** Проведённый анализ показал, что в постмодернистском медиaprостранстве феномен «культуры отмены» не сводится к линейному механизму репутационного уничтожения и завершения политической карьеры. Напротив, он часто становится точкой поворотной трансформации публичного образа, перевода политическую фигуру в иной статус — символа, мученика или знаковой фигуры сопротивления. В условиях гиперреальности и сетевой перформативности легитимность перестаёт быть прямым следствием институционального признания и всё чаще конструируется в конкурентной среде нарративов, где образ политика формируется и перерабатывается в непрерывном процессе циркуляции информации [13]. Пример имиджа Дональда Трампа убедительно демонстрирует, что блокировки и медийные ограничения, введённые в январе 2021 года, не уничтожили его как активно действующее лицо в политике, а переопределили семантику его публичного образа. Этот эффект был достигнут не только благодаря устойчивости персонального

бренда, сформированного задолго до президентства, но и за счёт умелой эксплуатации политико-коммуникационной среды постмодерна, где любая попытка вытеснения может быть переосмыслена как подтверждение правоты лидера.

**Выводы.** Для будущей политической коммуникации феномен «культуры отмены» имеет двоякое значение. С одной стороны, он выполняет функцию общественного контроля, обеспечивая возможность мгновенного «морального» реагирования на высказывания и действия политиков. С другой — он представляет собой инструмент нарративного конструирования, который может быть обращён в пользу «отменённого» политика, усиливая его харизму и закрепляя за ним образ «антисистемного» лидера. В этой связи особое значение приобретает способность политических команд работать с кризисами как с частью стратегии, заранее закладывая в коммуникационный план сценарии, где «отмена» будет использована как ресурс мобилизации. Таким образом, исследование феномена культуры отмены требует интеграции политической философии, социологии символов и медиакультурного анализа. Культура отмены в постмодернистской политике оказывается не концом публичного пути, а одним из этапов его переосмысления, в ходе которого изменяется не только восприятие конкретного лидера, но и сама структура политической коммуникации в цифровую эпоху.

### Литература

1. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция. М.: Постум; 2016. 240 с.
2. Бурдьё П. Язык и символическая власть. М.: Socio-Logos; 2001. 448 с.
3. Иванова АВ. Современные практики публичной дискредитации в цифровом пространстве России. Журнал социальных исследований. 2023;(4):40–52.
4. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М.: КАНОН-пресс-Ц; 2003. 464 с.
5. Castells M. Communication Power. Oxford: Oxford University Press; 2009. 571 p.
6. Enli G. Mediated Authenticity: How the Media Constructs Reality. New York: Peter Lang; 2015. 213 p.
7. Goffman E. The Presentation of Self in Everyday Life. Garden City (NY): Doubleday; 1959. 259 p.
8. Hutchinson L. Social Media and Contemporary Communication. London: Palgrave Macmillan; 2021. 240 p.
9. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press; 2006. 336 p.
10. Kellner D. American Nightmare: Donald Trump, Media Spectacle, and Authoritarian Populism. Rotterdam: Sense Publishers; 2016. 129 p.
11. Lehmann H-T. Postdramatic Theatre. London: Routledge; 2006. 224 p.
12. Marwick AE. Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age. New Haven (CT): Yale University Press; 2013. 368 p.
13. Ng E. No Grand Pronouncements Here...: Reflections on Cancel Culture. Television & New Media. 2020;21(6):621–627.
14. Norris P. Cancel Culture: Myth or Reality? Political Studies. 2021;69(2):403–419.

15. Postman N. Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business. New York: Viking Penguin; 1985. 184 p.
16. Rutenberg J. The Age of Spin: Journalism and Politics in the Digital Era. New York: PublicAffairs; 2016. 304 p.
17. Trump DJ, Schwartz T. Trump: The Art of the Deal. New York: Random House; 1987. 246 p.
18. Turner G. Ordinary People and the Media: The Demotic Turn. Los Angeles (CA): Sage; 2010. 192 p.

### References

1. Baudrillard Zh. Simuliakry i simuliatsiia. Moskva: Postum; 2016. 240 s. [Simulacra and Simulation; in Russ.]
2. Burd'e P. Iazyk i simvolicheskaja vlast'. Moskva: Socio-Logos; 2001. 448 s. [Language and Symbolic Power; in Russ.]
3. Ivanova AV. Sovremennye praktiki publichnoi diskreditatsii v tsifrovom prostranstve Rossii. Zhurnal sotsial'nykh issledovanii. 2023;(4):40–52. [in Russ.]
4. Makliuen M. Ponimanie media: vneshnie rasshireniia cheloveka. Moskva: KANON-pess-Ts; 2003. 464 s. [Understanding Media: The Extensions of Man; in Russ.]
5. Castells M. Communication Power. Oxford: Oxford University Press; 2009. 571 p.
6. Enli G. Mediated Authenticity: How the Media Constructs Reality. New York: Peter Lang; 2015. 213 p.
7. Goffman E. The Presentation of Self in Everyday Life. Garden City (NY): Doubleday; 1959. 259 p.
8. Hutchinson L. Social Media and Contemporary Communication. London: Palgrave Macmillan; 2021. 240 p.
9. Jenkins H. Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: New York University Press; 2006. 336 p.
10. Kellner D. American Nightmare: Donald Trump, Media Spectacle, and Authoritarian Populism. Rotterdam: Sense Publishers; 2016. 129 p.
11. Lehmann H-T. Postdramatic Theatre. London: Routledge; 2006. 224 p.
12. Marwick AE. Status Update: Celebrity, Publicity, and Branding in the Social Media Age. New Haven (CT): Yale University Press; 2013. 368 p.
13. Ng E. No Grand Pronouncements Here...: Reflections on Cancel Culture. Television & New Media. 2020;21(6):621–627.
14. Norris P. Cancel Culture: Myth or Reality? Political Studies. 2021;69(2):403–419.
15. Postman N. Amusing Ourselves to Death: Public Discourse in the Age of Show Business. New York: Viking Penguin; 1985. 184 p.
16. Rutenberg J. The Age of Spin: Journalism and Politics in the Digital Era. New York: PublicAffairs; 2016. 304 p.
17. Trump DJ, Schwartz T. Trump: The Art of the Deal. New York: Random House; 1987. 246 p.
18. Turner G. Ordinary People and the Media: The Demotic Turn. Los Angeles (CA): Sage; 2010. 192 p.

*Поступила в редакцию 30 августа 2025 г.*

*Принята к публикации 17 января 2026 г.*