**ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**
**ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА**

**СОЦІОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ**

**Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій**

**Пояснювальна записка**

до кваліфікаційної роботи

на тему

# «КУЛЬТУРА СКАСУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ МЕДІАОБРАЗУ ПУБЛІЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРІ»

Виконав: студент 4 курсу групи ССК-41
першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
спеціальності 054 Соціологія
Теплинський С. В.
Керівник**:** канд.соц.н. Зінюк А. В.

Харків – 2025

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Харківський національний університет імені В.Н.Каразіна

Соціологічний факультет
Кафедра прикладної соціології та соціальних комунікацій
Рівень вищої освіти (освітньо-кваліфікаційний рівень) перший (бакалаврський)
Спеціальність ___054 - Соціологія_____

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**Завідувачка кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій**

**_____ Ірина СОЛДАТЕНКО**
підпис

“____” _____20___ року

# З А В Д А Н Н Я
## НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ (ПРОЄКТ)

_____Теплинський Сергій Віталійович_____
(прізвище, ім’я, по батькові студента)

1. Тема роботи Культура скасування як інструмент впливу на формування медіаобразу публічних осіб в українському медіапросторі

Керівник роботи __Зінюк Анна Володимирівна, кандидат соціологічних наук

Затверджені наказом по університету від «08» травня 2024 року №1006-5/921

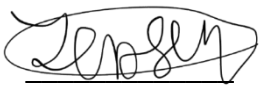
2. Строк подання студентом роботи __25.05.2025__

3. Перелік питань, які потрібно розробити:
   1. розглянути культуру скасування як соціальне та комунікативне явище;
   2. проаналізувати концепт медіаобразу як результат стратегій персонального брендингу;
   3. визначити роль соціальних мереж у поширенні культури скасування;

4. дослідити культуру скасування як інструмент деформації та реконструкції публічного образу;
5. окреслити специфіку функціонування культури скасування в українському соціокультурному контексті;
6. проаналізувати політичну проблематику як один із тригерів культури скасування;
7. проаналізувати гендерну проблематику як один із тригерів культури скасування;
8. провести контент-аналіз медійного образу Анни Алхім у контексті культури скасування;
9. оцінити реакцію аудиторії на дії Анни Алхім у контексті культури скасування.

4. План роботи

| № з/п | Назви етапів роботи |
|---|---|
| 1 | Вибір теми. |
| 2 | Збір матеріалів, пошук літератури за темою дипломної роботи. |
| 3 | Визначення структури роботи: формулювання назв розділів та підрозділів. |
| 4 | Написання основної частини. |
| 5 | Написання висновків. |
| 6 | Оформлення дипломної роботи відповідно до методичних вказівок. |
| 7 | Захист дипломної роботи. |

**Студент**  **Сергій ТЕПЛИНСЬКИЙ**

**Керівник роботи** **Анна ЗІНЮК**

# ЗМІСТ

ВСТУП....3

1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРИ СКАСУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ МЕДІАОБРАЗУ....5

1.1 Культура скасування як соціальне та комунікативне явище....5

1.2 Медіаобраз як продукт стратегій персонального брендингу....15

1.3 Культура скасування як інструмент деформації та реконструкції медіаобразу....23

Висновки до розділу 1....27

2 АНАЛІЗ РОЛІ КУЛЬТУРИ СКАСУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ МЕДІАОБРАЗУ ПУБЛІЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРІ....30

2.1 Специфіка проявів культури скасування в українському контексті....30

2.2 Політична проблематика як тригер культури скасування публічних осіб в українському медіапросторі....35

2.3 Гендерна проблематика як тригер культури скасування публічних осіб в українському медіапросторі....41

Висновки до розділу 2....48

3 ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ КУЛЬТУРИ СКАСУВАННЯ НА ФОРМУВАННЯ МЕДІАОБРАЗУ ПУБЛІЧНОЇ ОСОБИ (НА ПРИКЛАДІ БЛОГЕРКИ АННИ АЛХІМ)....50

3.1 Контент-аналіз медійного образу Анни Алхім у контексті культури скасування....50

3.2. Оцінка реакції аудиторії на дії Анни Алхім у контексті культури скасування....61

ВИСНОВКИ....68

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ....70

ДОДАТКИ....79

# ВСТУП

**Актуальність.** У XXI сторіччі цифровий простір значно змінив процеси комунікації, поведінки та взаємодії між індивідами та соціальними групами. Внаслідок розвитку соціальних мереж виникло таке явище як культура скасування, яке є неформальним інструментом соціального контролю. Культура скасування передбачає публічне засудження чи дистанціювання осіб, брендів, організацій, окремих соціальних груп чи країн, які порушують суспільно значущі норми.

Актуальність дослідження культури скасування зумовлена її стрімким поширенням в суспільствах різних країн, зокрема в українському, а також її впливом на формування медіаобразу публічних осіб, зміною соціальних норм та трансформацією поняття моральної відповідальності.

Ступінь наукового дослідження обраної теми. Культура скасування як соціальне та комунікативне явище привертає дедалі більшу увагу науковців гуманітарної галузі. Зокрема, у своїх роботах це явище розглядали Мередіт Д. Кларк, Ерве Сен-Луї, Піппа Норріс, Клементина Морріган. Українські автори також зробили свій внесок до вивчення культури скасування, наприклад, Слоневська І., Коробко М., Пірошенко С.

Проте, попри широку суспільну дискусію та роботи науковців стосовно культури скасування, все ще багато питань залишаються дискусійними, зокрема її вплив на формування медіаобразів публічних осіб. Беручи до уваги стрімкий розвиток цифрового середовища, зміну соціальних норм та посилення громадянської участі, можна заявити, що культура скасування як явище потребує постійного перегляду та досліджень у цій сфері.

**Мета і завдання роботи.** Метою даної кваліфікаційної роботи є комплексне дослідження культури скасування як інструменту впливу на формування медіаобразу публічних осіб в українському медіапросторі. Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

1. розглянути культуру скасування як соціальне та комунікативне явище;

2. проаналізувати концепт медіаобразу як результат стратегій персонального брендингу;
3. визначити роль соціальних мереж у поширенні культури скасування;
4. дослідити культуру скасування як інструмент деформації та реконструкції публічного образу;
5. окреслити специфіку функціонування культури скасування в українському соціокультурному контексті;
6. проаналізувати політичну проблематику як один із тригерів культури скасування;
7. проаналізувати гендерну проблематику як один із тригерів культури скасування;
8. провести контент-аналіз медійного образу Анни Алхім у контексті культури скасування;
9. оцінити реакцію аудиторії на дії Анни Алхім у контексті культури скасування.

**Об'єктом** дослідження є культура скасування як соціальне явище в цифровому середовищі.

**Предметом** дослідження є механізми впливу культури скасування на формування медіаобразу публічних осіб в українському медіапросторі.

**Методи дослідження**. Для досягнення поставленої мети та вирішення завдань у роботі будуть використані такі методи: аналіз і синтез наукової літератури з тематики дослідження, її обробка, контент-аналіз та кейс-стаді для глибинного аналізу конкретного прикладу (Анна Алхім).

# 1 ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРИ СКАСУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ МЕДІАОБРАЗУ

## 1.1 Культура скасування як соціальне та комунікативне явище

У зв'язку зі зростанням рухів на підтримку толерантності, медіа та Інтернет дедалі частіше стають інструментами боротьби з проявами нетерпимості. З одного боку, деякі користувачі або медійні діячі іноді, часто несвідомо, можуть демонструвати неповагу чи дискримінувати представників соціальних груп. Відповіддю на це є активна позиція правозахисників і активістів, які останніми роками дедалі більше привертають увагу громадськості до проблем порушення прав людини і необхідності протидії дискримінації. Варто також відзначити, що необачно створені медіа-продукти, рекламні кампанії чи проєкти дедалі частіше стають предметом критики.

Цей процес спричинив появу нового соціального явища, відомого як «культура скасування». Це поняття активно вивчають зарубіжні науковці в галузі медіа та соціології. За міжнародними словниками, культура скасування описується як сучасний феномен, який полягає у втраті людиною репутації чи впливу через суперечливі висловлювання чи вчинки. Найчастіше цей процес відбувається у соціальних мережах у вигляді масового осуду та посиленого суспільного тиску [1].

Термін «культура скасування» може інтерпретуватися в різних контекстах і охоплює широкий спектр соціальних проявів, чисельність яких зросла паралельно з активним поширенням самого явища в колах активістського дискурсу. Культура скасування стала об'єктом досліджень представників різних гуманітарних галузей – культорології, соціології, мистецтвознавства, медіазнавства та журналістики.

Теоретичний аналіз наявних досліджень дає змогу виокремити ключові характеристики феномена та окреслити його соціокультурні витоки.

Одним із провідних чинників формування культури скасування виступає цифрове середовище, специфіка якого полягає в гіперболізації інформаційних потоків та соціальних взаємодій.

У даному контексті варто виокремити кілька властивостей, що були «успадковані» культурою скасування від цифрового простору:

- підвищений рівень агресії, який зумовлений відносною анонімністю користувачів ;

- патологічна впевненість учасників у моральній правоті власних дій;

-надзвичайно висока швидкість поширення інформації.

Останній чинник є типовим для цифрових комунікацій загалом і сприяє швидкому залученню осіб, які поділяють спільні переконання, та їхньому прагненню оперативно винести публічний «вирок». Впевненість «скасовуючої» сторони, імовірно, є наслідком доступності швидкого соціального схвалення завдяки цифровим каналам взаємодії.

Другим важливим джерелом виступає протестантська релігійна традиція [2]. Із цієї традиції культура скасування запозичила концепт моральної чистоти, що передбачає бінарне розмежування вчинків та переконань на «допустимі» і «неприпустимі» [3], а також ідею соціального таврування й відмови від прощення. Додатково, запозиченою є концепція спокути через страждання, згідно з якою індивід має прийняти будь-яке покарання, що зумовлюється суб’єктивно сприйнятою провиною [4].

Третім витоком досліджуваного феномена є сучасний цифровий активізм, який, на відміну від традиційних форм протестної діяльності, характеризується певною відірваністю від практичного досвіду соціальних рухів [5].

Відсутність конструктивного діалогу між поколіннями активістів обумовлюють тенденцію до радикалізації висловлювань і дій. У цьому контексті варто згадати феномен так званої «гнівної залежності», що базується на двох взаємопов’язаних чинниках: з одного боку – нерозмежування конструктивної критики та онлайн-цькування (кібербулінгу), з іншого –

патологічна впевненість у праведності власного гніву, що набуває самодостатньої цінності в цифровому середовищі [6].

Узагальнюючи вищевикладене, культуру скасування доцільно визначити як форму цифрової практики, що полягає в публічному відкликанні підтримки (як інституційної, так і особистісної) щодо осіб, організацій або явищ, які, на думку певної аудиторії, порушують соціально прийнятні норми або цінності. Найчастіше ця практика реалізується у формі публічного засудження в соціальних мережах .

Серед ключових характеристик культури скасування, зумовлених природою цифрового простору, можна виокремити такі (рис. 1.1):

Рис. 1.1 Ключові характеристики культури скасування

Кембріджський словник визначає культуру скасування як спосіб поведінки в суспільстві чи групі, особливо в соціальних мережах, у якому прийнято повністю відкидати та припиняти підтримувати когось через те, що він сказав або зробив щось, що образило вас [7].

Культуру скасування визначають по-різному, і множинність цих визначень дуже важлива для розуміння цього явища. Однак спершу, я хотів би надати основні концептуалізації цього поняття. Іноді культуру скасування визначають дуже широко, а саме як будь-яку форму культурного бойкоту осіб та інституцій, які порушують соціальні норми [8].

Практика скасування передбачає заперечення інтересу, покупок, використання, підтримки будь-чого, що піддається критиці в рамках цієї культури.

У таблиці 1.1 наведені визначення поняття культури скасування різними дослідниками:

Таблиця 1.1

Визначення поняття культури скасування різними дослідниками

| Досідник | Визначення культура скасування |
|---|---|
| Мередіт Д. Кларк [9] | специфічна форма культурного бойкоту, спрямована на досягнення соціальної справедливості. |
| Клементина Морріган [10] | колективне онлайн-покарання тих, чия поведінка та висловлювання є проблематичними або образливими. |
| Наталі Вінн [11] | покарання – передусім сором і остракізм, що застосовуються колективно та онлайн до тих, хто порушує соціальні норми. |

Таким чином, культуру скасування можна порівняти з тим, що раніше називали інтернет-лінчуванням, плугом.

Ерве Сен-Луї підкреслює ще один фактор інтересу до цього явища, а саме те, що має бути бажаним наслідком культури скасування. За Ерве Сен-Луї, культура скасування – це форма публічного покарання, що має широкі наслідки для життя індивіда (як приватного, так і професійного) і виконання якого має колективний характер. Інакше кажучи, людина в результаті

застосування культури скасування не карається одномоментно, але покарання має випромінюватись протягом усього її життя, унеможливлюючи продовження колишнього способу життя [12].

Також культуру скасування можна визначити як покарання, що стосується тих, хто порушує важливі соціальні норми. За цим визначенням, культура скасування має на меті усунути подібних осіб із суспільного життя [13-14].

Як бачимо, значення цього терміну є дуже широким. Він може стосуватися всіх форм позасудового, колективного покарання.

Складові культури скасування можна трактувати як неформальні прояви соціального контролю, що направлені на усунення зі спільноти осіб, які загрожують її цілісності, згуртованості та гармонії або намагаються її внутрішньо послабити. Культура скасування також є потужним інструментом підвищення соціальної солідарності через висвітлення цінностей та норм.

Варто також зазначити, що діяльність, яку називають культурою скасування має специфічні характеристики. Серед них варто виокремити три групи.

По-перше, це тісний зв'язок між культурою скасування та політикою соціальної справедливості [15]. Принаймні на початковому етапі діяльність, що становить те, що ми зараз називаємо культурою скасування, була інструментом для виправлення, створення реальних, формально обов'язкових правил рівності щодо раси, статі, класу, сексуальної орієнтації тощо. Цей зв'язок змушує розглядати "культуру скасування" як наступну фазу рухів за демократизацію і наштовхує на безпосередні асоціації з тим, що відбувалося в США, тобто з гарячими дискусіями в публічній сфері навколо позитивної дискримінації, політкоректності, індексів думок, історичного ревізіонізму та реконструкції культурного канону.

Другою важливою особливістю практик, які вважаються проявами культури скасування є присутність третьої сторони в процесі як необхідного елемента, що робить весь процес можливим. Цією третьою стороною є

установи та організації, з якими особа, що зазнала дискваліфікації, пов'язана (як правило, професійно) і які під впливом мережевого викриття її вини розривають з нею стосунки (визнають недійсними контракти, припиняють співпрацю, цензурують твори або перешкоджають їх розповсюдженню, перестають запрошувати тощо).

Як зазначає Сен-Луї [12], саме ці треті особи, а не самі користувачі мережі, викривачі чи жертви, здійснюють правосуддя. Однак треті особи здійснюють його не в ім'я примноження суспільного блага, а передусім для того, щоб захистити свою репутацію, розірвати всі стосунки з потерпілими, щоб процес не торкнувся і їх. Інакше кажучи, специфіка культури скасування (і водночас ефективність практик покарання, які її складають) випливає з того, що вона змушує реагувати не обвинувачених, а тих, хто отримує вигоду від їхньої популярності, репутації, талантів. Присутність цих третіх осіб можна розуміти й по-іншому – як дію акторів, які відповідають за здійснення правосуддя, а отже, зобов'язані вислухати те, що колектив на даний момент вважає порушенням і що ще не унормовано, не охоплено законом.

Остання особливість пов'язана з тим, що основним середовищем поширення культури скасування є Інтернет, а точніше – соціальні мережі. Це тягне за собою кілька важливих наслідків. Позаправове покарання здійснюється не стільки над індивідом, скільки над системами репрезентації, що стосуються індивіда, пов'язані з ним або адресовані йому. Таким чином, у порівнянні із іншими формами самосуду, культура скасування є символічною, що безпосередньо негативно впливає на імідж, репутацію та довіру.

Наразі, культура скасування є частим предметом обговорення представників суспільства, що об’єднує як прихильників, так і критиків цього явища. В останні роки і культура скасування як явище, і її поняття зазнало певної деформації. Раніше культура скасування стосувалась переважно медійних осіб, зірок, селебріті, зараз же це явище може впливати і на різні соціальні та етнічні групи, і навіть на цілі країни.

Культура скасування стала предметом численних наукових і публіцистичних досліджень. Зокрема, проблематика культури скасування розкривається в резонансному відкритому зверненні *A Letter on Justice and Open Debate* [18], яке було підписане провідними представниками світової інтелектуальної спільноти.

Незважаючи на відсутність актуального сталого визначення для явища культури скасування, термін активно використовується в суспільних та академічних колах для опису практики публічного осуду, дистанціювання або відмови від підтримки осіб, брендів чи організацій за їхні слова, дії або переконання, що сприймаються як соціально неприйнятні.

Культуру скасування часто трактують як форму цифрової репутаційної відповідальності. Вона дає змогу маргіналізованим або недостатньо репрезентованим групам голосно реагувати на расизм, сексизм, зловживання владою та інші прояви соціальної несправедливості.

З академічної точки зору, культура скасування є складним комунікативним процесом. Вона об'єднує індивідуальні акти відмови від підтримки у колективне соціальне явище, де формуються нові норми, а відхилення від них спричиняє миттєву реакцію. В дослідженні Martinkus [19] скасування визначається як публічна демонстрація несхвалення в соціальних мережах – зазвичай через Instagram або X – із супровідною відмовою від фінансової чи моральної підтримки бренду чи особи. Поведінка скасування, хоч і починається на індивідуальному рівні, перетворюється на колективний тиск, який має реальні соціальні й економічні наслідки.

Основною причиною поширення та актуалізації культури скасування є розвиток цифрового середовища, зокрема соціальних мереж. Соціальні мережі це інструмент не лише для споживання контенту, а і для формування публічного простору. Вони виступають платформою для формування цифрових спільнот та миттєвого поширення та масштабування повідомлень. Водночас, на цьому ґрунті, в суспільстві спостерігається поляризація поглядів: частина вважає скасування інструментом справедливості, інші ж формою

цифрового покарання. Pew Research [20] показує, що ці погляди суттєво відрізняються залежно від віку, статі й політичних переконань.

Окремі дослідники наголошують на відмінності між скасуванням і бойкотом. Хоча обидва явища пов’язані з протестною поведінкою споживачів, мотивації відрізняються. У випадку бойкоту – це здебільшого функціональні, економічні причини. Натомість скасування провокується переважно моральними або емоційними чинниками, і часто має соціально-символічний характер [21-22]. Споживачі, які беруть участь у "скасуванні", частіше керуються соціальною приналежністю, прагненням уникнути осуду або продемонструвати власну моральну позицію. Ці патерни збігаються з теорією соціального впливу Герберта Кельмана [23], яка пояснює зміни поведінки людини під впливом групових норм через процеси ідентифікації, інтерналізації та послуху.

На фоні швидкого розвитку, культуру скасування та її прихильників звинувачують у надмірній радикальності та низькому порозі винуватості. Трапляються випадки скасування осіб за необережні висловлювання, що вирвані з контексту чи за події давніх часів, під час яких негативної реакції не було. Тренд на культуру скасування породжує полярність поглядів – чи дійсно це явище виступає як інструмент формування свідомого суспільства чи як інструмент формування імпульсивного цифрового ком’юніті? Також, культура скасування може глобально обмежувати свободу власної думки через страх перед репутаційними втратами навіть за конструктивні думки.

Попри це, вона залишається важливим індикатором зміни соціальних норм і запитом на нові форми етичної поведінки у публічній сфері. Скасування – це соціальне або професійне відкидання, що відображає зміну у суспільній терпимості до певних форм поведінки. Особливо це проявляється серед молоді – як показує дослідження Milieu Insight [24], молоді респонденти частіше беруть участь у "скасуваннях", особливо з причин політичної чи культурної неприйнятності. Це демонструє зростання ролі соціального впливу як чинника регулювання публічної моралі в цифровому середовищі.

Культура скасування набула поширення в останні роки і продовжує поширюватися і надалі, оскільки люди з кожним роком все більше занурені та “прив’язані” до соціальних мереж, включаючи і старше, і молодше покоління, які беруть участь в обговореннях багатьох питань.

Розуміння природи культури скасування експерти пов’язують із концепцією спіралі мовчання, запропонованою Е. Ноель-Нойман. Політологиня пов’язує всі прояви суспільної думки з загрозою ізоляції для індивіда. Неможливість вільно висловити свою думку або діяти на власний розсуд лякає людей менше, ніж імовірність опинитися в ізоляції – тобто бути «скасованим» і підданим остракізму [25].

Сьогодні вже ні для кого не новина, що соціальні мережі істотно впливають на формування та сприйняття суспільної думки. Хоча віртуальна картина світу, яку вони створюють, часто не відповідає дійсності, саме сприйняття цієї думки індивідом визначає появу ефекту «спіралі мовчання». У цьому контексті важливо зазначити, що культура скасування може виступати чинником, який посилює цей ефект, обмежуючи свободу самовираження та пригнічуючи відкриту дискусію. Ті, хто наважується на критику або має альтернативну позицію, нерідко ризикують опинитися серед так званих «скасованих».

Не можна заперечувати, що культура скасування вже встигла змінити сучасне розуміння толерантності. Життя «на публіку» дедалі частіше передбачає вимушене замовчування власних переконань задля уникнення осуду, що поступово може перетворитися на нову соціальну норму.

Таким чином, культура скасування дедалі більше постає не як форма захисту прав, а як інструмент тиску та маніпуляції суспільною свідомістю. Вона виявляє низку деструктивних рис: нав’язування неоднозначних норм, сформованих маргінальними групами, більшості; нетерпимість до інакодумства; публічне цькування, що часто виходить за межі розумного; домінування логіки виключення у публічній комунікації.

Наслідки активного застосування цієї практики є неоднозначними та потенційно небезпечними. Поширення культури скасування охоплює всі сфери суспільного життя й провокує низку проблем: трансформацію публічного простору на закритий, у якому обговорення соціальних питань стає ускладненим; перетворення відкритої комунікації на авторитарну й маніпулятивну, що супроводжується зростанням цензури та утиском свободи слова; спрощення уявлень громадян про складні суспільно-політичні процеси, зведення оцінок цих процесів виключно до моральних категорій.

У підсумку виникає ситуація, коли моральна позиція окремої особи переважає над результатами її діяльності. Це вимагає переосмислення етичних засад і політичних підходів, аби повернути культурі скасування первісне призначення – служити інструментом соціальної справедливості, а не засобом тиску та роз’єднання.

## 1.2 Медіаобраз як продукт стратегій персонального брендингу

В умовах цифрової доби публічна персона все частіше постає перед нами через медійний образ – узагальнену, часто спрощену чи символічно насичену візуалізацію людини у медіа-просторі. Цей образ формують не лише ЗМІ, але й сама особистість, її команда, суспільна думка та цифрові алгоритми. Водночас, сам медіаобраз функціонує за принципом персонального бренду, що передбачає управління сприйняттям, публічними повідомленнями, візуальним стилем та репутацією.

Таким чином, медійний образ публічної особи можна розглядати як частину брендингу, де комунікаційні стратегії застосовуються для створення цілісного, впізнаваного та ціннісно орієнтованого іміджу.

Персональний брендинг – це спосіб показати та передати те, що робить вас особливим та унікальним. Персональний брендинг визначає процес, у якому особистість чи професіонал диференціюється та відрізняється від інших, окреслюючи та висловлюючи свою унікальну ціннісну пропозицію, незалежно від її характеру, будь то особистого чи професійного, а потім представляючи її на різних платформах з послідовним посилом для досягнення певних цілей. Завдяки цьому люди можуть здобути більшу впізнаваність досвіду в своїх галузях, створити репутацію та довіру, просувати кар'єру та зміцнювати впевненість [26].

Девід Макнеллі та Карл Д. Спік у книзі «Як виділитися з натовпу, або Формула персонального брендингу» [27] виділяють три основні характеристики персонального бренду (рис. 1.2).

Рис. 1.2 Характеристики персонального брендингу

Визначень персонального бренду безліч, як у роботах теоретиків, так і в практиків. Вони не суперечать один одному, швидше, доповнюють. Філіп Котлер розглядає власний бренд як комплекс інструментів, атрибутів та заходів маркетингу, спрямованих на збільшення популярності конкретної особи серед цільових груп громадськості і ставить за мету «преміальну винагороду за надані послуги» [28].

За словами І. Шеперда, особистий брендинг тепер став галуззю, адже людей заохочують та рекомендують створювати та формувати свій особистий бренд. Шеперд продемонстрував, що особистий брендинг використовує ті ж базові принципи, що й маркетинг продуктів та брендинг компаній [29].

У межах персонального брендингу сформувалася ціла система структур, принципів і стратегій, які регулюють процес формування, розвитку та підтримки унікального іміджу особистості в публічному просторі. Однією з цих структур є “Чотири С” [30].

Ця структура обертається навколо основних елементів: чіткості (clarity), послідовності (consistency), контенту (content) та комунікації (communication) (рис. 1.3).

Рис. 1.3 Структура персонального брендингу “4C”

Чіткість передбачає чітке розуміння того, хто ви є та за що ви виступаєте. Послідовність стосується необхідності послідовного представлення цих цінностей та атрибутів на різних платформах та під час різних взаємодій. Контент зосереджений на створенні та поширенні матеріалів, які відображають та зміцнюють ваш бренд. Комунікація підкреслює важливість побудови відносин та ефективного й автентичного донесення вашого бренду до інших.

Джилл Хаувіллер, власниця та головний консультант Leadership Refinery, описує структуру, за якою вона веде своїх клієнтів у коучингу, – таку, що охоплює сім ключових компонентів: мета, цінності, чіткість, сильні сторони, енергія, спадщина та відповідальність – структура отримала назву “7 Стовпів” (рис 1.4) [31].

Рис. 1.4 Структура персонального брендингу “7 Стовпів”

У своїй презентації «Створення вашого бренду – історія за історією» Джессіка Де Анда, оратор, бізнес-тренер та директор з кар’єрних програм MBA в Haas, виступає за створення особистого бренду через розповідь історій. Вона наголошує на використанні чотирьох ключових питань для формування цього наративного підходу. Власне, назва її структури – “Чотири питання” (рис. 1.5) [32].

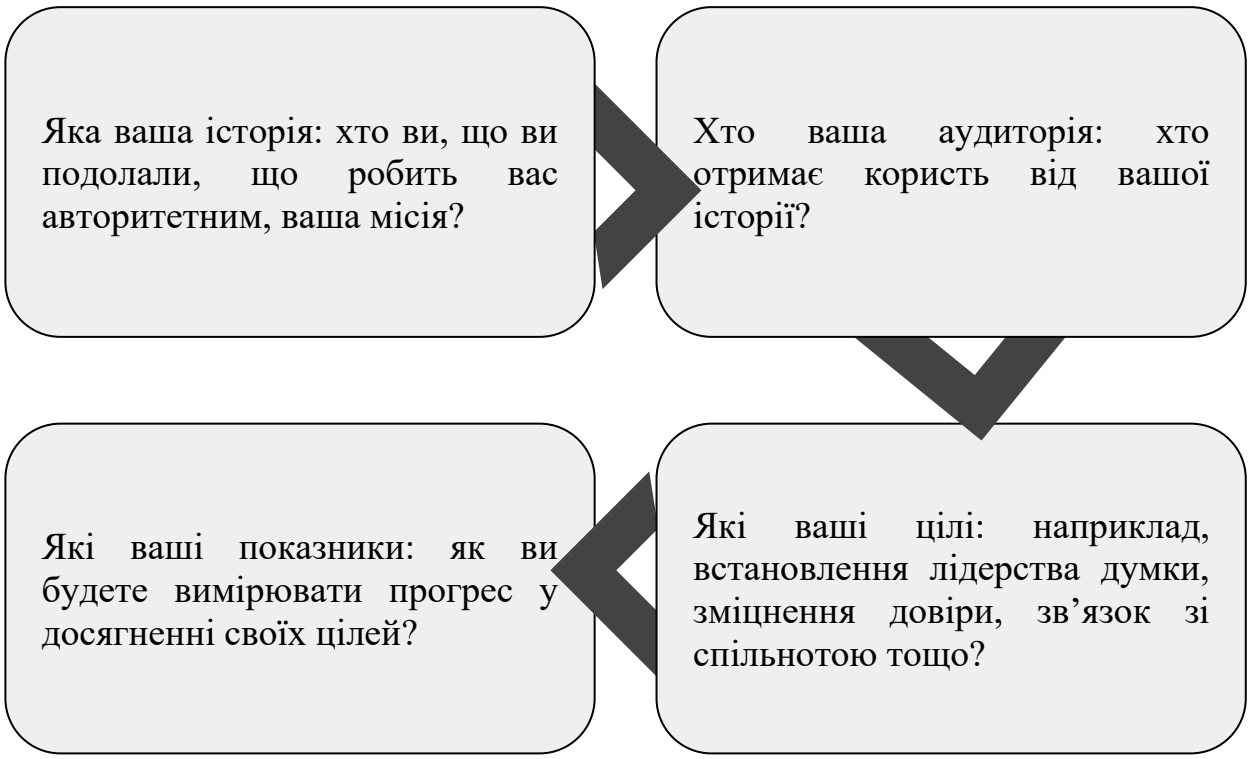



Рис. 1.5 Структура персонального брендингу "4 питання"

Тож, існує безліч структур, моделей та підходів до формування персонального бренду – від "Чотирьох С" до "Семи Стовпів" та наративних стратегій, – проте всі вони мають спільне підґрунтя: потребу в усвідомленості, ціннісній основі та послідовності. Усі елементи брендингу зрештою зводяться до відповідального ставлення до власного публічного образу, адже в епоху цифрової гіпервидимості кожна дія чи слово можуть набути широкого резонансу. Саме тому персональний бренд сьогодні не лише інструмент самопрезентації, а й зона постійної репутаційної відповідальності, у якій культура скасування стає важливим чинником – як ризику, так і виклику, що потребує стратегічної обачності.

Хоча практика особистого брендингу порівняно нова, її активно використовують публічні діячі у кіно, спорті та музичній індустрії, а також лідери в корпоративній та політичній сферах протягом останніх десяти років [29].

Сьогодні, оскільки медіа та комунікаційні технології стають дедалі динамічнішими, це стимулює перехід від формування іміджу публічної особи в короткостроковій перспективі до довгострокової, з метою його сталого формування в репутацію.

Термін "репутація" зазвичай не тлумачиться неправильно. Словник "Нового Світу" Вебстера визначає репутацію як (1) те, що постає перед людиною або громадськістю, спільнотою тощо, (2) те, що приносить користь (наприклад, втрата представницьких повноважень) або (3) те, що відрізняє. Побудова, захист або використання репутації може бути складним мистецтвом; вміння маркетингу репутації часто визначають успіх або провал компанії, продукту або бренду. Це пов'язано з тим, що маркетинг, у ширшому сенсі, зосереджується на позиціонуванні, пакуванні, ціноутворенні та просуванні, а управління репутацією є частиною диференціації в маркетинговому процесі [33].

Те, як ви виглядаєте або себе презентуєте, формує ваш імідж. Імідж з часом створює репутацію. Ви позиціонуєте себе на ринку через рекламні кампанії, зв'язки з громадськістю, унікальну торгову пропозицію, презентацію та ефективність та якість роботи.

Утім, у сучасному цифровому просторі, де інформація поширюється блискавично, а оцінки та реакції аудиторії можуть бути миттєвими та поляризованими, репутація стала не лише результатом тривалої праці, а й потенційною зоною вразливості. Саме в цьому контексті феномен культури скасування постає як новітній виклик – він здатен неочікувано трансформувати репутаційний капітал, поставивши під загрозу роками вибудуваний особистий бренд.

Наприкінці 90-х років, після чверті століття обмеженого використання академічними дослідниками та військовими, Інтернет швидко став центром маркетингової діяльності. Незабаром його назвали "новими медіа", хоча він вийшов за ці рамки. Інтернет став новим місцем для демонстрації корпоративного чи особистого використання.

Соціальні медіа – це засоби соціальної взаємодії, платформи, що виходять за межі просто соціальної комунікації. Вони функціонують, доступні та вимірюються завдяки цифровим комунікаційним технологіям. Соціальні медіа суттєво змінили спосіб комунікації.

Поява соціальних мереж також вплинула на індустрію, орієнтовану на імідж, включно з індустрією розваг. Публічні особистості, які використовують соціальні мережі, до яких має доступ їхня аудиторія, можуть підсилювати певні іміджі, що сприяє побудові репутації. Один з найвигідніших способів для публічних осіб використовувати соціальні мережі – це створювати свої бренди, щоб бути ближчими до своїх фанатів. Соціальні медіа ідеально підходять для самореклами за допомогою щоденних публікацій, оновлень статусу або фотографій, щоб присутність знаменитості добре підтримувалася в очах публіки. Багато знаменитостей використовують різні платформи одночасно, щоб їхні фанати могли бути в курсі подій. Вони діляться своєю діяльністю, планами та інформацією про майбутні проекти, щоб тримати шанувальників в курсі.

Розвиток цифрових засобів та платформ для соціалізації докорінно змінив те, як люди спілкуються в сучасному суспільстві. Цей процес спровокував виникнення нових методів соціального контролю, одним із яких є культура скасування. Цей феномен поширився зокрема через визначальну роль соцмереж, котрі стали медіа-майданчиками для формування та розповсюдження цього явища серед різних прошарків населення та у багатьох сферах життя.

Застосовуючи метод віртуально-етнографічного дослідження та спираючись на ідею технологічної детермінації Маршалла Маклюена, Б’янка Джаафар і Герна [34] дійшли висновку, що саме соцмережі, зокрема Instagram, відіграють ключову роль як інфраструктурний каталізатор у культурному явищі скасування. Завдяки відсутності часових та просторових обмежень, комунікація через соцмережі дає можливість мобілізувати користувачів у

реальному часі, реагуючи на події скасування швидше та ефективніше, ніж це було б офлайн.

Instagram та інші соціальні платформи (X, TikTok, YouTube) не лише забезпечують швидке розповсюдження інформації, але й забезпечують високий рівень емоційного залучення аудиторії. Завдяки інтерактивним можливостям аудиторія може не лише споживати контент, а й активно впливати на перебіг подій: залишати коментарі, ставити позначки, ділитися та створювати нові інтерпретації навколо конкретної ситуації. Така відкритість платформ може призвести до трансформації окремих випадків громадського осуду у великі інформаційні кампанії з ознаками колективного бойкоту.

Важливо підкреслити, що культура скасування еволюціонувала в новий цифровий феномен, який вийшов за межі однієї держави або конкретної соціальної структури. Соціальні мережі стирають кордони між локальним і глобальним, сприяючи блискавичному поширенню практик скасування. Це ставить на порядок денний питання відповідальності користувачів, а також потребує механізмів перевірки інформації та оцінки в ситуаціях, що стосуються репутаційних криз.

Особливої уваги потребує трансформація культури скасування в інструмент соціального регулювання, який діє незалежно від правових та етичних норм. Як підкреслюють дослідники, у віртуальному просторі навіть не підтверджене звинувачення може мати руйнівний вплив на кар'єру, соціальне становище чи психологічний стан людини. При цьому, скасування часто виникає на основі моральної оцінки вчинків, яка формується в певних спільнотах зі своїми нормами – наприклад, у феміністичних організаціях, ЛГБТК+ спільнотах, культурних активістів та інших.

Усе це дозволяє розглядати соціальні мережі не лише як технічний канал поширення культури "скасування", а й як активного учасника процесу, що визначає швидкість, масштаб та емоційний фон публічного реагування. Культура скасування втрачає ознаки індивідуальної дії, трансформуючись на

колективний перформативний акт, де аудиторія самостійно визначає прийнятні рамки.

## 1.3 Культура скасування як інструмент деформації та реконструкції медіаобразу

Культура скасування – це сучасний феномен масового публічного засудження та остракізму особи (часто публічної) у відповідь на нібито порушення. По суті, це колективне публічне приниження, посилене соціальними мережами. В рамках культури скасування інтернет-спільноти викривають провини (від кримінальних дій до образливих думок) та мобілізуються, аби присоромити, змусити замовкнути або покарати правопорушника, іноді тиснучи на роботодавців, спонсорів чи платформи для розриву зв’язків. Цей механізм може різко деформувати медійний образ публічної особи – трансформуючи її репутацію майже за одну ніч. Для розуміння функціонування культури скасування як інструменту руйнування та відновлення публічної репутації, були застосовані соціологічні та комунікаційні теоретичні рамки. Ключові підходи включають розгляд культури скасування як форми соціального контролю та публічного приниження, аналіз її впливу через медіа-фреймінг та символіку, вивчення того, як цільові групи намагаються керувати репутацією та відновлювати імідж, а також дослідження динаміки ідентичності, яку вона породжує в суспільстві.

Культуру скасування можна розглядати як сучасний спосіб забезпечення соціальних норм через публічне засудження. Вона має паралелі з історичними "покараннями за ганьбу" – неформальним процесом соціального контролю, коли спільнота засуджує порушника для підтвердження спільних цінностей. Концепція Гарольда Гарфінкеля про "церемонію зниження статусу" безпосередньо застосовується: культура скасування служить ритуалом деградації, в рамках якого правопорушника публічно визначають девіантним

та позбавляють його позитивного статусу. У цьому процесі виділяють три ключові ролі: викривач (ті, хто вказує на проступок), правопорушник (публічна персона, яку звинувачують) та свідки (аудиторія/публіка). Якщо аудиторія колективно погоджується, що особа порушила суспільні цінності, наслідком є "соціальна смерть" репутації правопорушника – його фактично виганяють з поваги. Як було зазначено в одному з аналізів, "епізоди скасування точно відповідають цій формулі" церемонії зниження.

З функціоналістської точки зору, таке публічне засудження можна розглядати як форму соціального контролю, керованого спільнотою. Емілі Лейдлоу [35] стверджує, що онлайн-сором діє як "своєрідний соціальний контроль", що базується на забезпеченні норм у стилі самосуду. У контексті культури скасування інтернет-натовпи в соціальних мережах беруть на себе роль моральних арбітрів – вдаючись до таких форм поведінки, як самосуд, цькування та масове осудження, щоб контролювати, що є прийнятним. Ці колективні дії накладають репутаційні витрати на правопорушника, стримуючи тим самим порушення норм. Іншими словами, культура скасування – це механізм, за допомогою якого суспільство забезпечує відповідальність поза формальними інституціями, хоча іноді й хаотичним або каральним чином. Примітно, що соціологи помітили, що не всі порушники "скасовуються" однаково – результати варіюються залежно від правопорушення та соціального контексту. Деякі постаті стикаються з тимчасовою негативною реакцією, а потім реабілітуються, тоді як інші зазнають тривалої стигматизації.

Теорія комунікації підкреслює, як культура скасування змінює медіа-образ публічної особи через фреймінг. У медіа-просторі, що супроводжує культура скасування, людину часто переосмислюють як символ порушених норм. Її ім'я стає скороченням для відповідного правопорушення. Цікаво, що коли негативні якості людини опиняються в центрі уваги, "скасована" особа набуває особливого значення, слугуючи негативним символом, таким чином, що її постать уособлює саме порушення. Вражаючим прикладом є

голлівудський продюсер Гарві Вайнштейн: після викриття серійних сексуальних домагань, постать Вайнштейна мала основне символічне значення – саме його ім'я викликає асоціації зі зловживанням владою в індустрії розваг. Це призвело до так званого "ефекту Вайнштейна", оскільки його падіння надихнуло багатьох інших виступити зі звинуваченнями проти інших діячів. У висвітленні подій у ЗМІ образ Вайнштейна швидко змінився з образу шанованого продюсера на символ сексуального хижацтва.

Для "зневаженої" особи культура скасування є суворою кризою репутації. Дослідники комунікації часто аналізують ці ситуації крізь призму теорій іміджевої реабілітації та кризової комунікації (наприклад, теорія відновлення іміджу Бенуа [36]). Публічні особи, що стикаються з негативною реакцією, намагатимуться використати різні стратегії пом'якшення шкоди – вибачення, пояснення, дистанціювання від образів або демонстрацію змін – всі вони спрямовані на відновлення свого публічного іміджу. Нещодавнє дослідження Гоббса та О'Кіфа [37] надає емпіричне розуміння, досліджуючи репутаційні траєкторії декількох зневажених знаменитостей. Вони проаналізували чотири випадки – коміка Луї Сі Кея, ютубера Логана Пола, актора Джусі Смоллетта та письменниці Дж. К. Роулінг – використовуючи масштабні дані про настрої в соціальних мережах, щоб відстежити, як погіршувалися або відновлювалися настрої кожної особистості. Результати дослідження виявили різний ступінь руйнування та відновлення репутації. Найсуттєвіше, що певні чинники впливали на те, чи зможе публічна особа відновити позитивний імідж. Правопорушення, які вважаються відверто злочинними чи аморальними (наприклад, кримінальний обман Смоллетта або зізнання Луї Сі Кея в сексуальних домаганнях), як правило, спричиняли глибшу та тривалішу шкоду, ніж суперечки, орієнтовані на дебати (наприклад, поляризуючі думки Роулінг).

Окрім індивідуальних репутацій, культура скасування також виявляється на рівні групової ідентичності та символічної влади. Соціологічна теорія (зокрема, концепції П'єра Бурдьє) припускає, що публічні суперечки є

аренами, де різні групи змагаються за символічний капітал (тобто повагу, моральний авторитет, легітимність).

Академічні тематичні дослідження допомагають проілюструвати ці процеси деформації та реконструкції образу. Гучні скасування виступів останніх років надають реальні дані для соціологів та експертів з комунікацій. Дослідження Луї Сі Кея, Логана Пола, Джуссі Смоллетта та Дж. К. Роулінг, згадане раніше, показало, що кожен випадок мав різні траєкторії розвитку. Комік Луї Сі Кей, наприклад, зіткнувся із серйозними професійними наслідками після викриття неправомірних дій – скасування вистав, публічний осуд – проте за кілька років спробував тихо повернутися до комедії, перевіряючи, чи можна пом'якшити його імідж ізгоя з часом та обмеженим каяттям. На противагу цьому, Джуссі Смоллетт (якого визнали винним в інсценуванні містифікації злочину на ґрунті ненависті) значною мірою став відомим завдяки цьому скандалу, зазнавши юридичного покарання та майже повної втрати акторської кар’єри; його ім’я зараз майже виключно викликає згадку про цей інцидент. Логан Пол, інфлюенсер у соціальних мережах, якого "скасували" після публікації образливого відео, зумів оговтатися, вибачившись та змінивши свій контент, що ілюструє, що молодші інтернет-знаменитості можуть відновити свій імідж, якщо збережуть основну аудиторію та уникнуть повторних помилок. Скасування Дж. К. Роулінг (через суперечливі твіти) демонструє поляризуючий ефект: її зневажали в прогресивних ЗМІ як символ нетерпимості, проте вона також здобула підтримку від прихильників свободи слова та залишається улюбленою багатьма читачами – її медіа-образ розколовся на суперечливі зображення. Ці випадки підтверджують, що серйозність та тривалість впливу культури скасування можуть сильно відрізнятися. Такі фактори, як характер правопорушення, стратегія реагування особи, що скасувала підписку, медіа-фреймінг та лояльність її шанувальників, впливають на те, чи буде репутація публічної особи постійно спотворена, чи її можна буде частково реабілітувати.

Інший приклад можна побачити в еру #МеТоо з "ефектом Вайнштейна", коли скасування підписки однією особою запускає каскад. Публічне падіння Гарві Вайнштейна не лише зруйнувало його особистий імідж, але й стало каталізатором змін у всій галузі. Медійний образ Вайнштейна перетворився з визнаного продюсера на архетип «сексуального хижака» в Голлівуді. Після цього численні інші публічні особи (актори, режисери, медійні особистості) були аналогічно "скасовані", оскільки жертви зверталися до суду. Кожен випадок відповідав схемі осуду та публічного сорому, описаній вище, і кожен також вимагав від обвинувачених та їхніх PR-команд вирішити, як відновити імідж. Деякі публічно вибачалися або відходили від уваги; інші заперечували правопорушення та стверджували, що їх несправедливо скасували – з різним успіхом у відновленні їхньої репутації. Сукупний ефект полягає в тому, що культура скасування стала потужною репутаційною зброєю: вона може швидко переосмислити те, що публічна особа представляє в очах суспільства, на краще чи на гірше.

Культура скасування функціонує як потужний інструмент для деформації та реконструкції медійних образів публічних осіб, як це розуміється крізь численні теоретичні призми.

## Висновки до розділу 1

Культура скасування – це багатогранний суспільний та комунікаційний феномен, народжений перетином цифрових платформ, трансформацією суспільних норм та підвищенням чутливості громадськості до морально-етичних аспектів, проявів дискримінації та репутаційної відповідальності. Його трактування варіюється – від загальноприйнятого розуміння як форми культурного бойкоту до спеціалізованого інструменту досягнення соціальної справедливості через онлайн-санкції. Основною рисою культури скасування є її неформальний, публічний і здебільшого символічний характер, де засудження відбувається через соціальні медіа та тягне за собою значні репутаційні втрати.

Серед важливих підсумків дослідження культури скасування варто відзначити її маніпулятивну, егоцентричну, ірраціональну та вибіркову природу. Цей феномен не піддається однозначному оцінюванню як виключно позитивне або негативне явище. Варто усвідомлювати, що скасування не завжди призводить до фактичної втрати кар'єри особи, проти якої було спрямовано критику, а отже, відповідальність за можливі наслідки значною мірою лежить на ініціаторах та учасниках кампанії.

Це підкреслює специфіку культури скасування як форми цифрового активізму, що виходить за межі суто онлайн-взаємодій і має потенціал для тривалого впливу на рівні міжособистісних та професійних стосунків. Водночас, кожен окремий випадок потребує уважного аналізу щодо можливих упереджень чи необ'єктивних мотивів з боку ініціаторів скасування.

Однією з потенційних загроз, пов'язаних із зростанням популярності даного явища, є підвищення надмірної чутливості до контенту, що може бути поспішно визнаний «образливим». Це, у свою чергу, призводить до викривлення сприйняття реального змісту подій і свідчить про поступове віддалення частини аудиторії від контекстуальної реальності.

У публічному просторі культура скасування вийшла за межі індивідуальної реакції та перетворилася на громадський механізм санкціонування, що функціонує поза формальними юридичними рамками. Особливістю цього явища є залучення "третіх сторін" – мас-медіа, брендів, організацій, які під тиском цифрової спільноти припиняють взаємодію з особами, які стали об'єктами скасування. Суттєву роль у цьому процесі відіграють емоційні, моральні та політичні чинники, що засвідчує настання нової ери цифрової нормативності, де репутація публічної особи або бренду залежить від цінностей і реакцій інтернет-спільнот.

Провідною передумовою поширення культури скасування є домінування соціальних мереж як платформи для комунікації. Instagram, Twitter, TikTok, YouTube створюють інфраструктуру, що забезпечує оперативність, візуалізацію, емоційний відгук та глобальний розмах

скасувальних кампаній. У такому середовищі особисті висловлювання осуду легко переростають у колективне явище з елементами цифрового перформансу, де учасники водночас виступають глядачами та суддями.

Особливу увагу у дослідженні зосереджено на медіа-образі публічної особи як результату стратегій особистого брендингу. В цифрову епоху медіа-образ не тільки відтворює публічну активність, але й виконує функцію регулятора соціального статусу, довіри та легітимності. За допомогою особистого брендингу людина формує контрольований імідж, який зазнає трансформацій у кризові періоди, зокрема під час скасування. Під тиском громадськості цей імідж може деформуватися або, навпаки, реконструюватися через кризові комунікації, вибачення, контр-наративи чи переосмислення цінностей. У процесі скасування формується новий наратив про публічну особу, де вона виступає або як символ порушення цінностей, або як жертва несправедливого цифрового тиску. Це дає підстави розглядати культуру скасування не лише як механізм покарання, але й як фактор формування нових суспільних уявлень про мораль, публічність та легітимність.

Узагальнюючи, культура скасування – це не тільки етична практика, а й складна форма цифрової комунікації, яка суттєво впливає на медійні процеси, соціальні ієрархії та колективне розуміння меж дозволеного в публічному просторі.

Таким чином, культура скасування є ефективним інструментом соціального тиску, проте її моральна виправданість і якість впливу залишаються дискусійними й потребують критичного осмислення.

# 2 АНАЛІЗ РОЛІ КУЛЬТУРИ СКАСУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТУ ВПЛИВУ НА ФОРМУВАННЯ МЕДІАОБРАЗУ ПУБЛІЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНСЬКОМУ МЕДІАПРОСТОРІ

## 2.1 Специфіка проявів культури скасування в українському контексті

З початком повномасштабного російського вторгнення в Україну у 2022 році, питання культури скасування вийшло на передній план громадських дискусій та значно збільшило свою суспільну вагу. Якщо раніше в українському інформаційному полі культура скасування, як сформоване соціальне явище, не була повністю сформована і не мала усталених практик, то в умовах війни ми бачимо поступовий перехід до її активного застосування [38]. Скасування стає не лише інструментом морального осуду, а й символом спротиву, перевірки цінностей та деколонізації публічного простору.

На цьому етапі свого розвитку, культура скасування в Україні перестає бути лише періодичними інформаційними хвилями, набуваючи ознак стійкої соціальної практики. Це зумовлено актуальними викликами війни, переосмисленням національної ідентичності та прагненням до очищення культурного та медійного простору. З огляду на це, для глибшого розуміння цього явища необхідно розглядати його в двох часових рамках: до початку повномасштабної війни – як не дуже поширену або епізодичну реакцію, та після 2022 року – як важливу складову процесів суспільних перетворень [39].

До повномасштабного вторгнення у 2022 році, культура скасування не вкоренилася в Україні як усталена соціальна практика. Це явище залишалося відносно новим та таким, що ще потребувало осмислення на академічному рівні, що, у свою чергу, унеможливлювало чітке формування суспільних норм щодо його застосування. Дослідники констатують, що "культура скасування є складним феноменом сучасного світу", який поки що не має достатньої наукової розробки чи однозначного трактування [40].

В українському публічному просторі до 2022 року саме поняття "cancel culture" переважно запозичувалося із західних мас-медіа та соціальних мереж,

аніж випливало з місцевих практик. Як зазначають фахівці з культурології, зацікавленість цим явищем в Україні посилилася під впливом зовнішніх подій та західних інтелектуальних дискусій. [38]. Інакше кажучи, український дискурс навколо "скасування" формувався здебільшого через рефлексію на західні тенденції, а не через існування власної сталої традиції публічного "скасування" відомих осіб.

Притаманною рисою українського медійного простору та цифрової культури до 2022 року була фрагментарність виявів публічного осуду. Тільки поодинокі скандали здобували широкий розголос, при цьому вони не перетворювалися на системний рух. Як правило, такі випадки лишалися локалізованими в межах окремих спільнот або "бульбашок". Наприклад, у 2021 році виник скандал навколо бренду здорового харчування Yaro: власниця опублікувала в Instagram недоречний жарт про "бандерівців", що спричинило хвилю критики з боку інтернет-спільноти та бойкот бренду партнерськими компаніями [41].

Інший приклад – багаторічні звинувачення у сексуальних домаганнях стосовно відомого режисера київського Молодого театру, Андрія Білоуса, які протягом довгого часу замовчувалися в рамках театральної спільноти. Тільки на початку 2021 року ці факти стали загальновідомими: у соцмережах поширили відеозвернення однієї зі студенток, яка детально описала неприйнятну поведінку викладача, яка раніше терпляче ігнорувалася оточенням [42].

Обидва випадки демонструють, що до 2022 року публічне засудження в українському інформаційному просторі виникало епізодично й реактивно – як відповідь на окремі волаючі інциденти, – але не функціонувало як сталий механізм превентивної соціальної відповідальності.

Варто відзначити, що західний інформаційний простір мав значний вплив на формування українських уявлень про "культуру скасування". Українські ЗМІ та соціальні мережі регулярно ретранслювали новини про резонансні кейси скасування на Заході – від кампанії #MeToo до бойкотів

кінопремій чи відомих осіб. Наприклад, у 2021 році українська преса обговорювала ситуацію з "Золотим глобусом", коли через звинувачення в неетичній поведінці організаторів Том Круз повернув свої нагороди, а телеканал NBC відмовився від трансляції церемонії [43].

Такі сюжети служили своєрідними прикладами: вони знайомили українську аудиторію з практиками публічного бойкоту та підзвітності публічних осіб. Хоча безпосередньо ці західні кейси відбувалися за межами України, вони закладали основу термінології та аргументації, яка згодом використовувалась у вітчизняних дискусіях про доцільність "культури скасування" та межі прийнятного в публічній сфері. Відтак, західний контекст не тільки постачав конкретні прецеденти, але й формував нормативне підґрунтя, на якому українські журналісти та експерти оцінювали власні випадки публічного засудження.

Ключову роль в епізодичних випадках "скасування" до 2022 року відігравали соціальні мережі, незалежні медіа та активна частина громадянського суспільства. Саме цифрові платформи ставали простором, де зароджувалося і набирало обертів суспільне засудження, випереджаючи офіційну реакцію інституцій. У згаданому випадку з Молодим театром актори та працівники першими порушили мовчання: випускник університету публічно оприлюднив звинувачення, а колишня балетмейстерка закликала інших потерпілих поділитися своїм досвідом харасменту. Через Facebook та Instagram небайдужі колеги поширювали свідчення, апелюючи до моралі спільноти ("не мовчіть про страшні речі") та підтримуючи потерпілих у їхньому прагненні домогтися справедливості. Паралельно з цим, традиційні та онлайн-ЗМІ підхоплювали тему, надаючи їй ширшого розголосу. Зрештою саме синергія соцмереж і медіа призвела до того, що адміністрації університету та театру змушені були відреагувати офіційно – принаймні тимчасово відсторонити звинуваченого від виконання обов’язків [44]. Подібна динаміка простежувалася й в інших ситуаціях: громадський розголос, згенерований у цифровому середовищі, ставав рушієм (хоча й короткочасним)

публічної відповідальності. Водночас слід підкреслити, що ці процеси до 2022 року відбувалися переважно "знизу" – з ініціативи активістів, журналістів або обурених громадян – тоді як державні та корпоративні інституції реагували радше вимушено і не завжди системно.

Загалом, до початку 2022 року Україна не мала цілком сформованих механізмів публічної підзвітності, котрі б надавали культурі скасування відчутного впливу на медійні образи публічних персон. Експерти з медіа та комунікацій здебільшого сходилися на тому, що "в Україні інститут репутації ще не утвердився – він тільки починає розвиватися", на відміну від західних держав [45]. Це означало, що ні суспільні сподівання, ні санкції стосовно неприйнятної поведінки знаменитостей чи брендів не були досить дієвими. Більшість скандалів не призводила до тривалих репутаційних втрат або фінансових збитків для винуватців, а суспільний резонанс швидко згасав без структурних наслідків. Показовим було те, що деякі постаті, "скасовані" на Заході, майже без перепон продовжували свою діяльність в Україні [46]. Така вибірковість дії культури скасування підкреслює, що у досліджуваний період український простір тільки починав виробляти ефективні інструменти соціального впливу на поведінку публічних осіб. Інститут репутації та культура громадського осуду були в зародковому стані, через що практика "скасування" за провини мала епізодичний і непослідовний характер. Лише з накопиченням громадського досвіду та під тиском історичних подій цей феномен поступово наближався до формування більш сталих норм відповідальності в українському медіапросторі.

Феномен культури скасування в українському контексті набув особливої актуальності через історичні зміни, зокрема повномасштабне вторгнення Росії у 2022 році. Відтоді культура скасування у вітчизняному символічному просторі проявилася не тільки як форма суспільного протесту, але й як складова стратегії національної безпеки та деколонізаційної політики. Однією з ключових форм стала відмова від російського культурного продукту.

Після початку повномасштабного вторгнення у ЗМІ та соціальних мережах лунали заклики до відмови від російської мови, медіасередовищ, зокрема медіа осіб. Проте, трохи згодом, в українському суспільстві виникла потреба і у відмові від українських медіаосіб-пропагандистів російської культури та від українців “за мир” – тих, хто замовчують події в Україні та не називають їх відкрито війною. Отже, в українському сучасному контексті культура скасування стала не лише реакцією на двомислення чи невизначеність публічних осіб, а й інструментом самоідентифікації та захисту інформаційного простору.

Проте, скасування російського культурного продукту стосується не тільки сучасних реалій, а і історичних подій. Як зазначає І. Слоневська [38], феномен "cancelled Russian culture" включає бойкот російських митців, виставок, творів мистецтва, а також символічну реінтерпретацію привласнених постатей, таких як Рєпін чи Айвазовський, повернення їх до українського культурного контексту. Це явище має чітку постколоніальну складову та спрямоване на деконструкцію культурної гегемонії Росії.

Цей процес часто сприймається неоднозначно. Як відзначає О. Гриценко, прихильники декомунізації поділяються на конструктивних (що прагнуть створити новий ідентифікаційний простір) і деструктивних (що обмежуються боротьбою), а опоненти – на захисників демократичних свобод і так званих "ватників" [47].

Тож, суспільна реакція на такі дії часто поляризована, проте тенденція до активного формування власного культурного наративу в Україні стає все очевиднішою. Поступова трансформація візуального простору, зміна топонімів, оновлення символіки та впровадження нових форм художнього спротиву свідчить про те, що культура скасування в Україні є не руйнівною, а реконструктивною практикою.

В цьому контексті український приклад впровадження культури скасування також слугує інструментом переосмислення культурної спадщини. За словами Песенті, декомунізаційні закони мали на меті не тільки усунення

символів, але й конструювання нового національного дискурсу, зорієнтованого на боротьбу з тоталітаризмом та посилення культурної незалежності.

Отже, українська специфіка культури скасування полягає у поєднанні громадянської активності, національної політики, мистецьких практик та символічних дій, спрямованих на очищення від імперського впливу та творення власного національного культурного простору.

## 2.2 Політична проблематика як тригер культури скасування публічних осіб в українському медіапросторі

Одним із ключових проявів політично вмотивованого скасування в Україні після 2022 року стало масове переосмислення символів минулого, зокрема постатей, пов’язаних із радянською та російською культурною спадщиною. У цьому контексті культура скасування торкнулася і сучасних російських медійних осіб або українських медійних осіб, що пропагують російську культуру або замовчують факт війни.

Колективна відмова від російської культури стала не лише актом декомунізації, а й прикладом колективного канселінгу в публічному просторі. Це явище супроводжується активними суспільними дискусіями, медійним резонансом і, в окремих випадках, спротивом. Таким чином, повна відмова від російського культурного продукту в новому політичному контексті можна розглядати як символічну форму скасування – інструмент перевизначення колективної пам’яті та національної ідентичності.

Далі розглядатимуться актуальні кейси нехтування фактом війни в Україні та популяризації російської культури на прикладі українських інфлюенсерів.

Перший кейс стосуватиметься серіалу "Слово пацана. Кров на асфальті". Це російський кримінальний серіал про молодіжні групування Казані 1980-х років, який незважаючи на війну, в Україні був один із найобговорюваніших

серіалів в період його виходу. Висказались позитивно про цей серіал і блогери Анна Алхім [48] та Микола Заліпуха [49], які внаслідок цього потрапили до скандалу, який спричинили невдоволені українські користувачі, яких обурило таке легковажне ставлення блогерів з аудиторією 200+ тисяч осіб (Микола Заліпуха – 200+ тис., Анна Алхім – 400+ тис.) до тем, які вони екстраполюють на таку велику публіку, а також спонсорування агресора за рахунок перегляду серіалу, який знятий за фінансової підтримки IPI – Російського Інституту Розвитку Інтернету, який вже не вперше випускає російський "патріотичний контент". Блогери виразили власне щире захоплення цим серіалом, записавши відео, в яких поділилися позитивними враженнями. Свідомі українські користувачі були ошелешені фактом, що під час повномасштабного вторгнення Росії на територію України, люди, особливо медійні, можуть не тільки спонсорувати країну-агресора, а ще і романтизувати часи пізнього СРСР і проявів російської культури.

Нижче, можна побачити коментарі аудиторії на дану ситуацію (рис. 2.1 та дод. А) [50-51] .

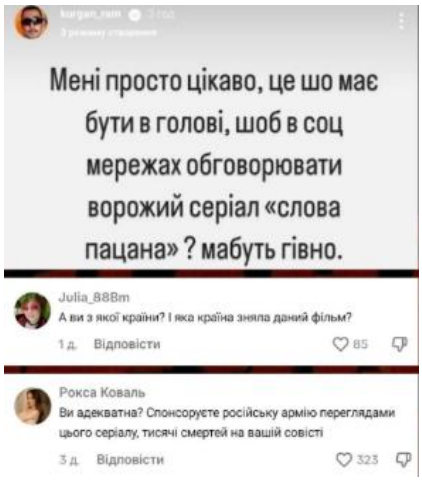



Рис 2.1 – коментарі з Instagram щодо поширення в маси серіалу «Слово пацана» Анною Алхім та Миколою Заліпухою

Також, автори серіалу зробили спробу убезпечити себе від звинувачень у підтримці військової агресії Росії. Це можна простежити через згадування дати 24 лютого на дошці в класі в одній зі сцен, де обговорюється напад на

вчительку зі спини, що натякає на напад Росії на Україну. Олександр Штефанов – російський блогер, ютубер та журналіст, автор відео на історичні та політичні теми на інтерв'ю на Ютуб-шоу "Дудь" зазначив, що це можна вважати за "умеренное антивоенное высказывание", виходячи з контексту сцени.

Обговорення цього серіалу відбувалося не лише в сторіс у великих блогерів, але і на інших соціальних платформах звичайними користувачами. Більш молоду аудиторію цей серіал цікавив екзотикою, старшу – ностальгією за часами.

Також, реліз цього серіалу спричинив нову хвилю скасувань російської музики – старої та сучасної, оскільки, крім того, що в серіалі можна почути старі пісні гурту "Ласковий май", так ще в "Слово пацана" з'являється сучасний саундтрек – пісня "Пыяла" російського гурту "Аигел", який очолив українські Гугл-тренди та музикальні чарти. Наприклад, станом на 9 грудня 2023 року, за даними BBC Ukraine, цей трек вже багато днів знаходився на першому місці чарту Top-100 Ukraine на Apple Music (дод. Б).

Проти цього серіалу також висказались відомі українські діячі – Ірма Вітовська та Маша Єфросиніна. "Хочу звернутися до СБУ та всіх громадян України з такою проблемою: наші підлітки симпатизують російському серіалу країни, яка вбиває наших підлітків і нас всіх", – висловилася українська акторка Ірма Вітовська у відеозверненні в Фейсбуці. [52].

З таким самим посилом в соціальних мережах з'явилася і телеведуча Маша Єфросиніна, звертаючись до тих, хто продовжує пропагувати та підтримувати російськостворені продукти: "Давайте, вперед, туди (в Росію – Ред.), тільки не тут, де за ваші с*аки прямо зараз гинуть українські чоловіки та жінки".

Влада, в особі Міністерство культури, зробило заяву, засудивши поширення серіалу [53]. Урядовці пояснили це тим, що він "пропагує насилля, кримінал та естетику, притаманну країні-агресорці, а також ворожу пропаганду, побутування якої в Україні в умовах війни є неприпустимим" [54].

Продовжимо розглядати постать Анни Алхім в контексті поширення російської культури, зокрема, музики та мови. На подкасті в Олександра Волошина, Анна Алхім "похвалилася" тим, що слухає російські пісні – "Я слухаю російські пісні в машині", – заявила Анна. Олександр Волошин (автор Ютуб-каналу) перепитав чи слухає Анна російських виконавців через стримінгові платформи, на що Анна відповіла: "Що це таке стримінгові майданчики? Я не знаю, що таке стримінгові майданчики... Я слухаю на Apple Music, звичайно". Також додала: "Я не розумію, як це я їм “бабки” відправляю. Де мені тоді слухати це?". На час виходу інтерв’ю, велика війна тривала вже понад 1 рік [55].

Розглянуті кейси свідчать про те, що в Україні розгортається культурна перебудова, хоча вона залишається ні системною, ні глибоко вкоріненою. Хоча деякі блогери, які відкрито демонструють свою прихильність російській культурі або ігнорують війну, що триває, стикаються з соціальним несхваленням, конкретні наслідки, такі як пошкоджений медіаобраз або погіршені кар'єрні перспективи, часто недостатні. Зрештою, такі постаті, як Анна Алхім та Микола Заліпуха, незважаючи на деяке обурення аудиторії, підтримували активну онлайн-присутність, зберігаючи більшість підписників та уникаючи відчутних фінансових санкцій, чого не можна сказати про репутаційні втрати. Незважаючи на досі існуючу медійність та наявність співпраць в обох блогерів, їхній медіаобраз тепер асоціюється у свідомих українців як “проросійські та зросійщені блогери, які не несуть жодної відповідальності за власні дії у публічному просторі”, про що свідчать коментарі під контентом блогерів та новинні статті на різних ресурсах.

Це свідчить про декілька важливих проблем. Перш за все, нова українська культурна реакція виглядає радше як низка епізодичних та фрагментарних реакцій, ніж як єдина спільна культурна практика. По-друге, значна частина населення, особливо молоді люди, які охоче споживають небажаний в Україні контент, не мають чітко визначених етичних стандартів взаємодії з контентом, пов'язаним з країною-агресором. По-третє, відсутність

правових або комерційних механізмів скасування сприяє обговоренням стосовно нього лише у форматі коментарів в інтернеті та не призводять до змін у поведінці аудиторії чи діях інфлюенсерів.

Такі ж самі прояви відсутності сталої культури скасування стосовно підтримки російської музики та культури спостерігаються і у випадку з харківською рок-групою "Пошлая Молли", заснованою Кирилом Тимошенко.

Після початку повномасштабного вторгнення країни-агресорки, гурт "Пошлая Молли" скасував усі концерти на території Росії та повернувся до України. У березні того ж року, гурт разом з іншими артистами влаштував благодійний концерт у Варшаві, виручені кошти з якого були відправлені на допомогу українським біженцям. Більш того, згодом, "Пошлая Молли" організували благодійний євро-тур SAVE UKRAINE TOUR та отримані гроші спрямували на допомогу захисникам України та постраждалим від війни особам (дод. В-Г) [56-57].

Проте, також у біографії цього гурту можна знайти і певні суперечливі дії, які викликали полярні думки у коментаторів. Попри допомогу Україні, благодійні тури та висвітлення ситуації, у червні 2022 року Кирило Тимошенко – фронтмен гурту – анонсував спільний трек "DON'T PLAY, BAE" із російським репером Молодим Платоном, що викликало обурення у фанатів.

А вже зараз в мережі можна знайти відео, наприклад від 21 липня 2023 року [58], де ці два виконавця виконують вже іншу спільну пісню на території РФ, що, відповідно, також викликає певне нерозуміння зі сторони української аудиторії, оскільки людям незрозуміла достатньо різка зміна позиції гурту.

Також, широкі суспільні дискусії викликала перша пісня, яка вийшла майже через два роки відсутності групи – “Адская колыбельная”. Українців у мережі обурило не лише виконання пісні російською мовою, а ще і завантаження пісні на російські стрімінгові платформи – VK МУЗЫКА, ЗВУК, МТС МУЗЫКА тощо. До слова, завантаження музики на російські стрімінгові сервіси означає сплату податків до країни-агресорки (дод. Д-Е).

До списку "гріхів" цього гурту також можна додати ще один епізод – gід відео-релізом кліпу до пісні на YouTube, можна побачити, що гурт “Пошлая Молли” продовжує співпрацю із росіянами – трек був створений завдяки креативній студії Indigo Flow, яка розташована у Санкт-Петербурзі та допомагала у зйомці кліпу до пісні [59-60].

У листопаді 2023 року, перебуваючи в Польщі, Кирило завантажив відео до соціальних мереж [61], в якому висловив своє невдоволення польською мовою (дод. Ж).

Крім того, він запропонував полякам "нарешті вже вивчити російську мову та спілкуватися на нормальній мові". Він також запропонував возз'єднати Польщу з Російською імперією. Це викликало хвилю критики [62], через що він пізніше заявив, що ці заяви були лише жартом і пародією на імперіалістичного росіянина. Однак це пояснення не викликало довіри у громадськості, і заплановані концерти гурту в Польщі згодом були скасовані.

Ще до артистів, які або підтримують війну, або замовчують факт її існування відноситься, наприклад, Ані Лорак, яка на початку війни виставляла неоднозначні пости з посилом “За мир!”, не називаючи відкрито країну-агресора, а згодом після невеликої паузи відновила тури по російських містах. В той же список входить і російсько-українська телеведуча Регіна Тодоренко. Паттерн поведінки простежується такий самий як в Ані Лорак – жодного слова про країну-агресора, в її постах та медіа-проявах загалом відсутні слова “війна”, натомість все змінюється словами “біда”, “трагедія” тощо. Дмитро Шепелєв в Україні відомий як ведучий шоу “Розсміши коміка” належить вже до іншої категорії скасованих осіб в Україні – тих, хто за війну. На початку повномасштабного вторгнення Дмитро вибачався перед українцями в Інстаграм-сторіс за свою можливість спокійно відвести дитину до школи, в той час як його друзі з України відводять своїх дітей до бомбосховищ. Проте, цієї позиції він притримувався недовго, і у вересні 2023 року він вже повернувся на російське телебачення на пропагандистський канал “Росія 1”, ставши ведучим шоу “У колі друзів”, що присвячено тваринам. В рамках шоу Дмитро

відвідав тимчасово окупований Маріуполь, в якому з його вуст прозвучала фраза: “Ірина вже 9 років рятує тварин, які постраждали від обстрілів ЗСУ”.

Підбиваючи підсумок, всі вищезгадані медіа особи, попри критику, зберігають значну базу шанувальників, проте їхній медіаобраз в очах української аудиторії точно зазнав негативних змін. Всі розглянуті медійні особистості не зазнали відчутних фінансових санкцій з різних причин, проте цього не можна сказати про їхні репутаційні втрати в українському медіасередовищі.

Це свідчить про те, що культура скасування ще не є повністю усталеною або глибоко вкоріненою практикою в Україні та переважно проявляється місцями. Потенційними факторами, що сприяють цьому, є брак медіаграмотності, відсутність чітко визначених етичних стандартів у суспільстві та брак ефективних механізмів притягнення публічних осіб до відповідальності, коли вони висловлюють суперечливі погляди щодо важливих соціальних питань.

## 2.3 Гендерна проблематика як тригер культури скасування публічних осіб в українському медіапросторі

Поширеним аспектом культури скасування в українському медіаландшафті є гендерні питання. Зокрема, вона зосереджена на реакції громадськості на випадки сексизму, насильства, мізогінії або приниження жінок у заявах чи поведінці публічних осіб. У суспільстві, де питання гендерної рівності продовжують викликати поляризовані дискусії, такі інциденти стають поштовхом для хвиль масового обурення, які часто переростають у спроби "скасувати" порушників. Це включає бойкоти, репутаційну ізоляцію або заклики до звільнення чи видалення з публічної сфери.

Цей підрозділ присвячено дослідженню того, як гендерні питання функціонують як каталізатор культури скасування у цифровому середовищі. Ми також проаналізуємо окремі кейси, які набули популярності в ЗМІ та на платформах соціальних мереж, щоб дослідити, як суспільство реагує на порушення гендерних норм, а також наслідки цих дій для публічних осіб та формування їхнього медіаобразу.

Ми розглянемо декілька кейсів 2023 року, коли відбулись певні ситуації, внаслідок яких медійні особи зазнали певної негативної деформації їхнього медіаобразу.

Почнемо з Ютуб-шоу під назвою "Мекнув – питайте". 3 серпня 2023 року вийшов найпопулярніший випуск цього формату – відео набрало понад 480 тисяч переглядів [63]. Але найпопулярнішим воно стало саме через хвилю хейту в бік учасників цього випуску через неприпустимі висловлювання про зовнішність жінок. В цьому випуску були присутні ведучий, Володимир Остапчук, співак Олексій Задорожний (більш відомий як Позитив) та блогер Богдан Шелудяк. Темою випуску було "чоловіки про жінок" і протягом ефіру, чоловіки активно висловлювали свої погляди на те, чи прийнятними є целюліт або неголені частини тіла. Найбільшого хейту зазнало обговорення теми "Вона 10/10, але не робить депіляцію в різних частинах тіла", на що чоловіки одноголосно відповіли, що жінка не може бути 10/10, якщо дозволяє собі не видаляти волосся (рис. 2.2 та дод. З).

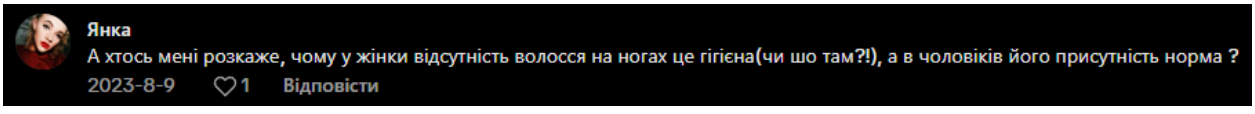



Рис. 2.2 – Коментар із TikTok щодо скандального випуску шоу «Мекнув – питайте»

Такі заяви від відомих публічних осіб викликали шквал критики та висміювання у соціальних мережах, де люди запустили тренд під вирізаний звук із цією фразою, де показували свої неголені частини тіла, інтерпретували

висказування на чоловіків тощо. В цьому тренді також були помічені відомі українські зірки, такі як Alyona Alyona, Jerry Heil та інші, які ділилися з аудиторією своїми "неідеальними" світлинами та наголошували на повному прийнятті себе та заперечували нав’язування сексистських думок.

Після більш ніж 1000 коментарів з обговоренням цієї тематики, учасники програми спробували виправдатися, назвавши це їхньою суб’єктивною думкою, але це не дало очікуваного виправдання для чоловіків, натомість, це тільки погіршило ситуацію, і обговорення аудиторії ще довго не вщухали (рис. 2.3 та дод. И).

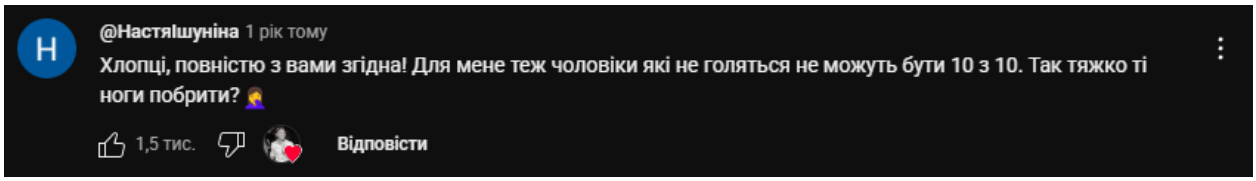



Рис. 2.3 – Коментар із YouTube під скандальним випуском шоу «Мекнув – питайте»

Ще один подібний випадок трапився на Ютуб-шоу Трендсеттер, де ведучий Олександр Волошин та гість Дмитро Євтушенко гостро висловились стосовно абортів, називаючи це вбивством та перекладаючи всю відповідальність за результат статевого акту, внаслідок якого відбулось запліднення, на жінку. Після шквалу негативних коментарів, Дмитро Євтушенко вирішив піти за прикладом колег із шоу "Мекнув – питайте", називаючи це своєю думкою, але це не вирішило ситуацію.

Наразі старі випуски знайти неможливо і шоу припинило своє існування без пояснень причини від ведучого. Тож, на цих прикладах ми вже можемо простежити дію культури скасування. Ця культура не про шеймінг, хейт та висміювання позицій популярних осіб, а про спосіб змінити їхній погляд на ситуації, "достукатися" до них, показати, які цінності в суспільства та спонукати адаптуватися до нових вимог аудиторії, де недостатньо просто бути популярним, а і нести здорові сенси та цінності у суспільство.

Тепер ми розглянемо ще одне популярне Ютуб-шоу, яке неодноразово було помічено у різних скандалах, які могли призвести до скасування. Це популярний Ютуб-канал "Леви на джипі".

"Леви на джипі" – це розважальний гумористичний канал. Поговоримо про один з їхніх проєктів – шоу "С*ач". Почати варто з того, що перед кожним випуском на екрані з’являється дисклеймер, текст якого говорить глядачам про гумористичний контент та про можливе неспівпадіння думки учасників шоу від їхньої реальної думки, таким чином намагаючись наперед себе убезпечити. Проте, український глядач не готовий миритися із неприпустимими висказуваннями навіть у жартівливій формі.

Постійними учасниками цього шоу є Андрій Лузан, Микола Зирянов, Валентин Міхієнко, Роман Щербан, Костя Трембовецький та Даша Кубік. Крім постійних учасників, в шоу також присутні гості – відомі українські особистості. Майже завжди у випусках цього каналу можна почути провокаційні жарти, де спостерігаються сексизм, расизм тощо.

Ці жарти нерідко виходять за межі прийнятного, але учасники одразу просять вибачення у глядачів та повторюють, що це все жартівливий формат шоу, та все сказане ними не треба приймати близько до серця [64].

Тепер розглянемо конкретний кейс з учасниками цього шоу, який на початку квітня 2025 року набув широкого розголосу. Учасників шоу – Костянтина Трембовецького та Миколу Зирянова розкритикували за популяризацію ідеї тиску на жінку з метою отримання статевого акту без її бажання.

8 квітня 2025 року вийшов новий випуск шоу "С*ач", в якому окрім "основного складу" також були присутні запрошені гості – учасники гурту "Курган і Agregat" Аміл та Раміл Насірови [65]. Суть такого формату шоу полягає в тому, що коміки та гості обговорюють теми, які цікаві глядачам каналу, займаючи позицію "за" чи "проти" з аргументацією, після чого зал аплодує, приймаючи остаточне рішення з певної тематики. В цьому випуску постала така тема від глядачів: "Наполягати на сексі, коли друга половинка не

має бажання". "Проти" були всі учасники шоу, окрім Трембовецького та Зирянова.

"У мене є чітка позиція. Так. Для цього ми й входили з тобою в стосунки. Це як підпис: типу ми в стосунках – тепер секс, коли кожен із нас хоче", – цитата Костянтина Трембовецького. Потім додав: "Ми просто в цій розмові дуже емпатично приймаємо небажання дівчини. Ми такі типу: ну, вона ж не хоче, ми маємо поважати бажання. Але й вона має поважати бажання партнера. Партнер теж не ходить завжди такий. Ну от, нахлинуло щось. Вона ж теж має в стосунках, як на марафоні, працювати".

Микола Зирянов ж сказав: "Навіть якщо не хочеш, потерпи трошки".

У коментарях під цим випуском, більшість людей обурилися словами коміків, відстоюючи позицію того, що ані жінка, ані чоловік не має пересилювати себе в питаннях сексуальної близькості, а також загострювали увагу на тому, що з аудиторією понад 1 мільйон підписників говорити подібні висказування недоречно та неприпустимо. Також, велика кількість людей писала коментарі про бажання "прибрати" Костянтина з шоу, оскільки його слова виявились найбільш образливими для аудиторії. Обурені глядачі не оминули особисті сторінки коміків: вимагали пояснень та вибачень. Багато хто нагадував про важливість згоди в інтимних стосунках, а також про випадки насилля навіть у тривалих стосунках (рис 2.4 та дод. Й).

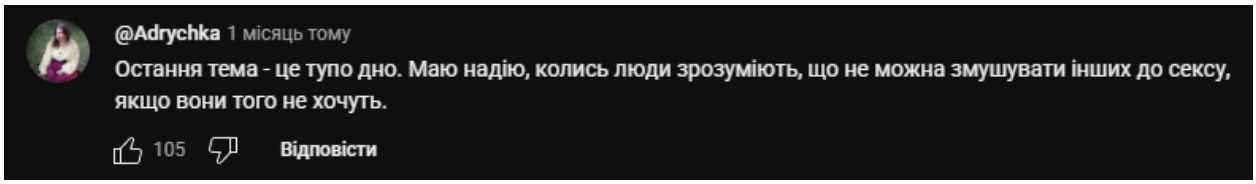



Рис. 2.4 – Коментар в YouTube під скандальним випуском шоу «С*ач»

Костянтин дозволяв собі дуже грубо та агресивно відповідати на коментарі глядачів, чим викликав наступні хвилю вже в Threads, де активно поширювалися скріншоти з переписок з Трембовецьким (рис. 2.5).

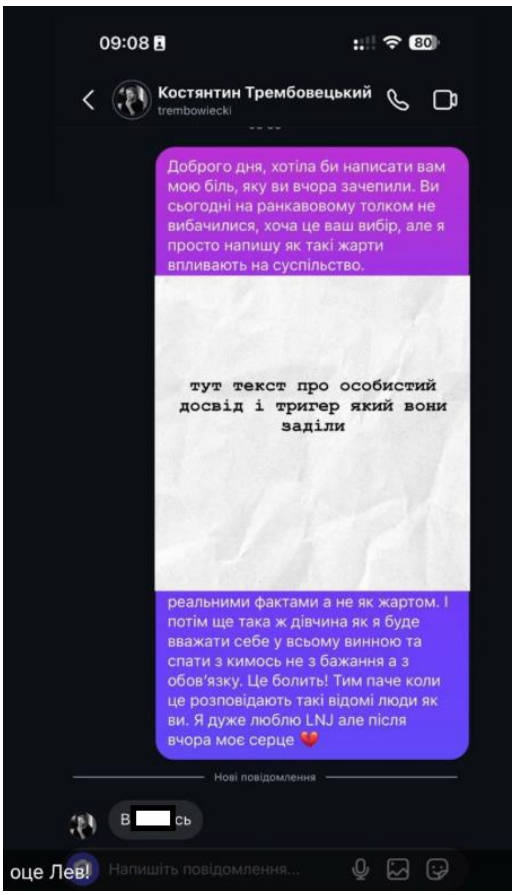



Рис. 2.5 – Скріншот переписки глядача з Костянтином Трембовецьким в Instagram

Після інциденту, коміки Зирянов та Трембовецький спробували виправдати ситуацію непорозумінням між коміками та глядачами та результату це не дало. В результаті, після негативної реакції глядачів, фрагмент з обговоренням видалили, а коміки попросили вибачення за свої висловлювання у дописі під відео: "Тема помилкова, обговорювати це було неправильно. Після такої кількості тем за всі роки, колись це могло статись, працюємо далі й враховуємо негативний досвід" [66].

Тепер розглянемо кейс ще однієї медійної української особи, часто, із контроверсійними поглядами – Олексія Арестовича. У 2023 році Арестович, колишній радник Офісу президента, опинився в центрі скандалу через сексистські висловлювання на своїх закритих "психологічних" семінарах. Журналістки Яна Брензей та Емма Антонюк оприлюднили відео з вирізками з

цих семінарів, де Арестович називає жінок "істотами", стверджує, що вони "неврівноважені", і висловлює думки про бажання "задушити" жінку [67].

Ці висловлювання викликали широкий резонанс у суспільстві та медіа, що призвело до публічного осуду Арестовича. Народна депутатка Інна Совсун подала заяву до правоохоронних органів з проханням відкрити кримінальне провадження за розповсюдження відеопродукції, що пропагує культ насильства та жорстокості.

У відповідь на критику Арестович заявив, що його слова були вирвані з контексту, і що він "зображує чоловіків" у своїх семінарах, використовуючи акторські прийоми. Він також пригрозив юридичними наслідками для журналісток, які оприлюднили відео.

Більш того, колишній позаштатний радник Офісу президента України отримав антипремію “Сексист року” від кампанії “Сексизм патруль”, що заснована активістками об’єднання “Гендер в деталях”.

Цей випадок ілюструє, як гендерна проблематика може стати тригером для культури скасування публічних осіб в українському медіапросторі. Суспільна реакція на сексистські висловлювання Арестовича свідчить про зростаючу нетерпимість до мізогінії та насильства щодо жінок, а також про силу громадського тиску в контексті культури скасування.

Конкретно цей кейс ілюструє вже більш довершену структуру культури скасування, оскільки окрім репутаційних втрат, таких як громадське обурення та втрата публічної довіри, Олексій отримав ще і юридичні наслідки, такі як відкриття кримінального провадження [68-70].

Наведені приклади яскраво ілюструють, як гендерні проблеми можуть можуть слугувати тригером поширення культури скасування в українському медіапросторі. Зокрема, кожна ситуація свідчила про швидку реакцію громадськості, активну участь аудиторії в розгортанні дебатів та прикладення зусиль щодо зміни поведінки відомих осіб шляхом висловлення несхвалення, закликів до бойкоту або вимог явних вибачень.

Крім того, ми бачимо швидкі дії публічних осіб, які реагували, висловлювали вибачення та видаляли образливий контент. Це свідчить про те, що культура скасування стає все більш актуальною. Тим не менш, цей процес залишається незавершеним. Навіть за умови значного громадського обурення більшість осіб, причетних до цих суперечок, зберігають свою медійну популярність, все ще мають велику аудиторію та продовжують свою професійну діяльність, стикаючись лише з репутаційною шкодою, яка впливає на їхній медіаобраз в цифровому українському середовищі. Натомість, у західному контексті ці практики часто мають інституційне підкріплення. Також, у багатьох випадках відбувається втручання з боку партнерів та роботодавців, брендів, організація, які мають можливість публічно дистанціюватися від фігури, що стала предметом обговорень, до чого і має прагнути українське цифрове суспільство.

## Висновки до розділу 2

Вивчення практик культури скасування в українському медіа-середовищі демонструє її поступове становлення як інструменту соціального впливу, який реагує на політичні, моральні та суспільні подразники. У національному контексті культура скасування набуває специфічних рис, поєднуючи прагнення до деколонізації, відстоювання демократичних цінностей, боротьбу за гендерну рівність та посилення відповідальності публічних осіб за свої висловлювання.

Проаналізовані кейси свідчать, що після 2022 року культура скасування вийшла за рамки простих інформаційних кампаній у соцмережах – натомість вона почало впливати на публічний простір, поведінку медійних персон та ціннісні орієнтири аудиторії. Бойкоти впливових осіб, критика сексистських висловлювань – все це стало частиною глибинної трансформації українського інформаційного середовища та формування нових репутаційних стандартів.

Водночас практика скасування в Україні залишається неоднозначною та не до кінця сформованою. Незважаючи на гучні скандали та хвилі суспільного осуду, публічні особи часто зберігають популярність та продовжують діяльність без серйозних наслідків, лише зазнаючи репутаційних втрат. Це вказує на низку викликів: недостатній рівень медіаграмотності, нечіткі етичні межі, відсутність інституційних механізмів відповідальності, а також фрагментарність реакції громадськості.

Культура скасування в українському контексті має прагнути до залучення інституційного підкріплення, а також втручання з боку популярних установ, брендів, організацій, роботодавців, які мають можливість публічно дистанціюватися від особи, що потрапила під ризик скасування.

# 3 ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ КУЛЬТУРИ СКАСУВАННЯ НА ФОРМУВАННЯ МЕДІАОБРАЗУ ПУБЛІЧНОЇ ОСОБИ (НА ПРИКЛАДІ БЛОГЕРКИ АННИ АЛХІМ)

## 3.1 Контент-аналіз медійного образу Анни Алхім у контексті культури скасування

В попередньому розділі ми вже розглядали скандальні кейси з Анною Алхім, тому пропоную більше заглибитися в аналіз цієї медійної особистості в рамках теми дипломної роботи. За час своєї активної діяльності Анна Алхім, відома українська блогерка, стала фігуранткою низки скандалів, що викликали значний резонанс у медіа та соціальних мережах. Її висловлювання та дії, які часто сприймаються як проросійські або такі, що зневажають українську культуру та мову, призвели до численних закликів до "скасування" її як публічної особи, що створює підставу для проведення детального контент-аналізу контенту блогерки для переосмислення впливу культури скасування на медійний образ медійних осіб.

Метою цього контент-аналізу є виявлення закономірностей в процесі формування медійного образу блогерки Анни Алхім.

Для досягнення поставленої мети необхідно виконати такі завдання:

- проаналізувати тематичний розподіл контенту Анни Алхім;
- розглянути динаміку підписників Анни Алхім у соціальній мережі Instagram;
- провести контент-аналіз Instagram-акаунта @alkhimova_anna15 [48] у контексті культури скасування;
- виявити, які теми, тональність, типи реакції, фрейми та цитати переважають у публічному обговоренні діяльності Анни Алхім на прикладі 5 найгучніших кейсів;
- визначити, наскільки ці реакції можна розцінювати як прояви культури скасування

- охарактеризувати закономірності в процесі формування медійного образу блогерки Анни Алхім.

Об’єктом аналізу є медійний образ Анни Алхім у контексті культури скасування.

Предметом аналізу є контент Анни та контент, побудований на скандальних ситуаціях з Анною Алхім.

Джерела/одиниці контент-аналізу. Для аналізу тематичного розподілу контенту, динаміки підписників та контент-аналізу у контексті культури скасування будуть використовуватися сторінки в соціальних мережах Анни Алхім та реакції аудиторії (лайки, коментарі). Для подальшого аналізу на прикладі конкретних кейсів було обрано один новинний ресурс – РБК-Україна для збереження уніфікованості подачі матеріалу та уникнення стилістичних розбіжностей. Це джерело дозволяє простежити, як саме ЗМІ відтворює і транслює конфліктні ситуації за участю блогерки, забезпечуючи цілісну картину аналіз.

Категоріально-кодувальна сітка. В рамках контент-аналізу на основі 5 кейсів буде використовуватися категоріально-кодувальна сітка. Було створено набір змінних для фіксації даних (табл. 3.1):

Таблиця 3.1 – Загальна категоріально-кодувальна сітка для конент-аналізу

| Категорія | Варіанти/Пояснення |
|---|---|
| Тема | мова / патріотизм / сексизм / мораль / російська культура / пам’ять / війна / особисті стосунки |
| Тональність | позитивна / нейтральна / негативна |
| Тип реакції | підтримка / критика / іронія / заклик до бойкоту (бойкот) / мовчання / дискусія / співчуття / заклики до відписки |
| Фрейм | “жертва”, “зрадниця”, “неосвічена”, “байдужа”, “провокаторка”, “емоційна” |
| Цитати/аргументи | дослівні або стислі репліки, які передають зміст |

Викладення основного матеріалу. У табл. 3.2 контент-аналіз блогерки Анни Алхім.

Таблиця 3.2 – Тематичний розподіл контенту Анни Алхім (Instagram, TikTok, YouTube) (розроблено автором роботи на основі медіаматеріалів)

| Тематика контенту | Частка публікацій (%) | Коментарі аудиторії (середнє) | Взаємодії (лайки + перегляди) |
|---|---|---|---|
| Особисте життя (романи, сім'я, секс) | 40% | 800–1500 | 100 000 – 300 000 |
| Мода / Зовнішність / Self-brand | 25% | 400–700 | 80 000 – 200 000 |
| Музика / кліпи | 15% | 300–600 | 200 000 – 1 000 000 |
| Провокаційні висловлювання | 10% | 1500–5000 | 500 000 – 1 200 000 |
| Психологія / «мудрості» | 5% | 150–300 | 50 000 – 100 000 |
| Інше (реклама, колаборації) | 5% | 100–250 | 30 000 – 70 000 |

Таблиця 3.3 – Динаміка підписників (Instagram) (розроблено автором роботи на основі медіаматеріалів)

| Місяць | Підписники | Приріст (+/-) | Коментар |
|---|---|---|---|
| Листопад 2024 | 225000 | +30 000 | новий скандальний кліп |
| Грудень 2024 | 245000 | +20 000 | обговорення в ЗМІ |
| Березень 2025 | 259000 | +14 000 | справа про держзраду |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Травень 2025 | 254000 | −5 000 | хвиля відписок через розслідування |

Таблиця 3.4 – Контент-аналіз Instagram-акаунта @alkhimova_anna15 у контексті культури скасування (розроблено автором роботи на основі медіаматеріалів)

| Категорія контенту | Частота публікацій | Приклади тем | Відповідність культурі скасування |
|---|---|---|---|
| Лайфстайл та особисте | 40% | Повсякденні фото, подорожі | Відсутність критики, позитивний імідж, формування лояльної аудиторії |
| Соціально-політичні пости | 20% | Теми толерантності, дискримінації, права людини | Активна підтримка соціальної справедливості, потенційний ризик скасування через чутливі теми |
| Критика та суперечки | 10% | Критика окремих явищ або осіб | Можливість стати об’єктом скасування через конфліктні висловлювання |
| Гумор та меми | 15% | Сатира, трендові меми | Ризик неоднозначного сприйняття, можливість публічного осуду |
| Рекламний контент | 15% | Просування брендів, партнерства | Нейтральний контент, зазвичай позбавлений ризику скасування |

Ключові висновки по проведеному аналізу:

- Соціально-політичний контент найчастіше піддається ризику «культури скасування» через підвищену чутливість тем і високі очікування від аудиторії.
- Критичні пости створюють найбільший ризик отримання негативної реакції та остракізму в мережі, особливо у разі, якщо вони не відповідають соціально прийнятим нормам.

- Активне використання гумору і мемів може як послабити, так і загострити потенційні конфлікти, залежно від тематики і контексту.
- Контент, який формує позитивний і безпечний образ, допомагає уникати негативних реакцій і зменшує загрозу «скасування».

У подальшій частині дослідження було здійснено вибірковий аналіз кейсів, пов’язаних із діяльністю А. Алхім, з метою глибшого розгляду взаємозв’язку між специфікою контенту та механізмами формування культури скасування.

Примітка. У дослідженні використано переопубліковані матеріали, скріншоти та відео, поширені іншими користувачами в соціальних мережах або онлайн-медіа, оскільки оригінальні публікації Анни Алхім та публікації з нею були видалені з офіційних акаунтів. Попри це, зміст і форма збережених матеріалів відповідають тому, що обговорювалося в публічному просторі в момент виникнення скандалів, що дає змогу об'єктивно аналізувати реакцію аудиторії та медіа.

Обрані кейси для контент-аналізу:

Кейс 1. Блогерка з Дніпра обізвала жителів заходу України "заводом де*ілів" [71].

Кейс 2. Скандальна блогерка Алхім потанцювала під російську музику біля алеї загиблих воїнів: мережа лютує [72].

Кейс 3. Хрестини дітей Стасі Макеєвої. Реакція Олени Мандзюк та Олександра Терена [73-74].

Кейс 4. Скандал з Алхім та її одруженим "ексом": як "сповідь коханки" спровокувала запеклі суперечки в мережі [75].

Кейс 5. "Нацисти, бл*ядь". Блогерка Алхім знову оскандалилась через українську мову [76].

Період аналізу. 1 березня 2023 - 05 травня 2025

Кейс 1. Блогерка з Дніпра обізвала жителів заходу України "заводом де*ілів".

Короткий опис ситуації. У серпні 2023 року в соціальних мережах розгорівся скандал після того, як блогерка Анна Алхім у розмові використала принизливу характеристику мешканців західної України, назвавши регіон "заводом де*ілів", тим самим викликавши резонанс в українському суспільстві (рис. 3.1, дод. К та табл. 3.5).

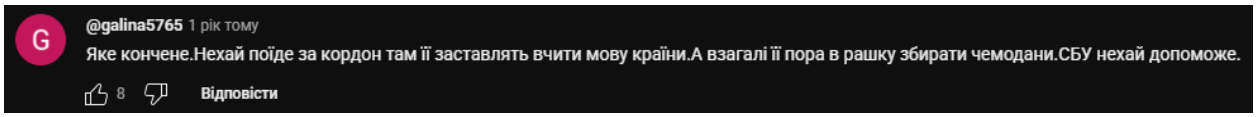



Рис. 3.1 – Коментар з YouTube під відео, де Анна Алхім принижує мешканців західної України

Таблиця 3.5 – Категоріально-кодувальна сітка для кейсу 1

| Категорія | Варіанти/Пояснення |
|---|---|
| Тема | мова / патріотизм / мораль / російська культура |
| Тональність повідомлення | негативна |
| Тип реакції | критика / заклик до бойкоту (бойкот) |
| Фрейм | “зрадниця”, “неосвічена”, “провокаторка” |
| Цитати/аргументи | "Тим, хто це не подобається, можете відписатися. У мене багато друзів в Ужгороді і ніхто не реагує так, як ви. Що ви хочете сказати - я неправду опублікувала? Правду-правду" |

Висновок по кейсу. Аудиторія інтерпретувала висловлювання як прояв агресивного стереотипізування та зневаги до національної єдності. Висловлення викликало емоційну реакцію та заклики до бойкоту, що є типовими для культури скасування в її онлайн-формі.

Кейс 2. Скандальна блогерка Алхім потанцювала під російську музику біля алеї загиблих воїнів: мережа лютує

Короткий опис ситуації. У січні 2025 року блогерка опублікувала відео, на якому вона танцює під російську пісню біля меморіалу загиблих військових у Хмельницькому (рис. 3.2, Додатки Л та Таблицю 3.6).

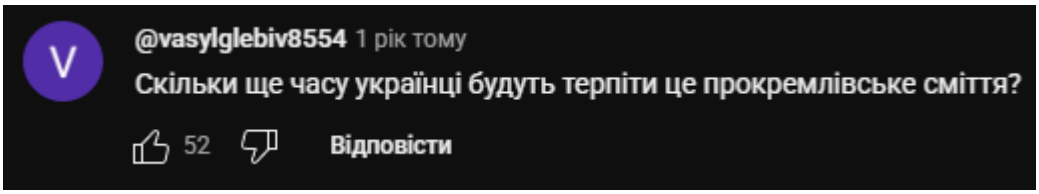



Рис. 3.2 – Коментар з YouTube під відео, де Анна Алхім танцює під російську пісню

Нижче представлена категоріально-кодувальна сітка для кейсу 2.

Таблиця 3.6 – Категоріально-кодувальна сітка для кейсу 2

| Категорія | Варіанти/Пояснення |
|---|---|
| Тема | пам’ять / мораль / російська культура / війна |
| Тональність повідомлення | негативна |
| Тип реакції | критика / заклик до бойкоту (бойкот) |
| Фрейм | “байдужа”, “зрадниця”, “провокаторка” |
| Цитати/аргументи | "Це відео не про загиблих. Я не дивилася по сторонах, коли його знімали, я вперше тут. І я не вважаю, що якимось чином спаплюжила пам'ять людей, які загинули. Ви, звісно, можете думати, як вам дозволить ваше мислення" |

Висновок по кейсу. Цей епізод виявився одним із найрезонансніших. Поведінку Алхім сприйняли як зневагу до пам’яті загиблих, що транслювалася

через емоційно насичені реакції. Образ блогерки формувався через фрейми цинізму й аморальності.

Кейс 3. Хрестини дітей Стасі Макеєвої. Реакція Олени Мандзюк та Олександра Терена.

Короткий опис ситуації. У квітні 2025 року під час хрестин дітей блогерки Стасі Макеєвої Анна Алхім закотила очі та зробила незадоволене обличчя на прохання ведучого свята заспівати українську пісню. Подію гостро прокоментували багато людей, зокрема блогерка Олена Мандзюк та ветеран Олександр Терен (рис. 3.3, дод. М та табл. 3.7).

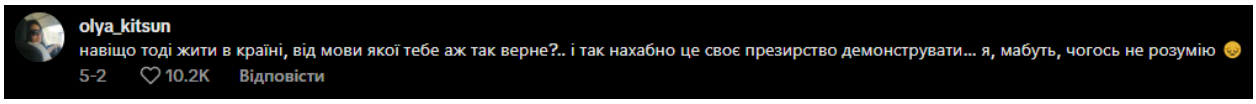



Рис. 3.3 – Коментар з TikTok під відео з хрестин дітей блогерки Стасі Макеєвої

Таблиця 3.7 – Категоріально-кодувальна сітка для кейсу 3

| Категорія | Варіанти/Пояснення |
|---|---|
| Тема | мораль / російська культура / патріотизм |
| Тональність повідомлення | переважно негативна |
| Тип реакції | критика / заклик до бойкоту (бойкот) / дискусія |
| Фрейм | “байдужа”, “неосвічена” |
| Цитати/аргументи | "От було б чудово, якби українці масово викинули цю медійну гн*ду зі свого інфопростору на звалище непотребу…", "бути українцем - це не лише говорити українською мовою", "Умийтесь холодною водою й прийдіть до тями", “Мене дивує та жахає кількість людей, які споживають цей дегенеративний контент. Дуже прикро, що українське в моді, коли це модно та вигідно. Існують люди, які просто руйнують |

| | |
|---|---|
| | український простір, руйнують все українське, що було. Л*йно відверте. Я шокований з тієї кількості людей, які це дивляться, і які це споживають” |

Висновок по кейсу. Кейс ілюструє ситуацію, в якій частина аудиторії критикує мовну пасивність, а інша – захищає право блогерки на вибір. Це створює подвійне тлумачення та вказує на відсутність усталеної культури скасування.

Кейс 4. Скандал з Алхім та її одруженим "ексом": як "сповідь коханки" спровокувала запеклі суперечки в мережі.

Короткий опис ситуації. Алхім оприлюднила в Інстаграмі допис, в якому емоційно розповіла про свої стосунки з одруженим чоловіком, що викликало змішану реакцію суспільства (рис. 3.4, Додатки Н та табл. 3.8).

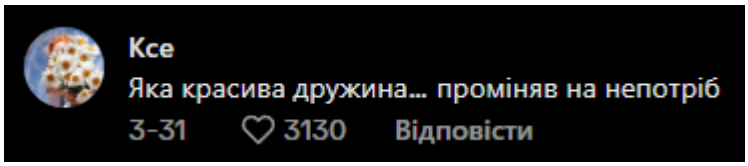



Рис. 3.4 – Коментар із TikTok щодо новин про роман Анни Алхім з одруженим чоловіком

Таблиця 3.8 – Категоріально-кодувальна сітка для кейсу 4

| Категорія | Варіанти/Пояснення |
|---|---|
| Тема | особисті стосунки / мораль |
| Тональність повідомлення | нейтральна / негативна |
| Тип реакції | критика / обговорення / співчуття |
| Фрейм | “жертва”, “неосвічена”, “емоційна” |

| | |
|---|---|
| Цитати/аргументи | "От було б чудово, якби українці масово викинули цю медійну гн*ду зі свого інфопростору на звалище непотребу…", "бути українцем - це не лише говорити українською мовою", "Умийтесь холодною водою й прийдіть до тями", “Мене дивує та жахає кількість людей, які споживають цей дегенеративний контент. Дуже прикро, що українське в моді, коли це модно та вигідно. Існують люди, які просто руйнують український простір, руйнують все українське, що було. Л*йно відверте. Я шокований з тієї кількості людей, які це дивляться, і які це споживають” |

Висновок по кейсу. Реакції не мали переважно морального осуду – радше емоційне співчуття чи дистанційне спостереження. Це знижує інтенсивність реакції і відносить ситуацію на периферію культури скасування.

Кейс 5. "Нацисти, бл*ядь". Блогерка Алхім знову оскандалилась через українську мову

Короткий опис ситуації. У серпні 2023 року Алхім використала агресивну лексику у відповідь на критику через її небажання переходити на українську мову (див. рис. 3.5, Додатки. П та Таблицю 3.9).

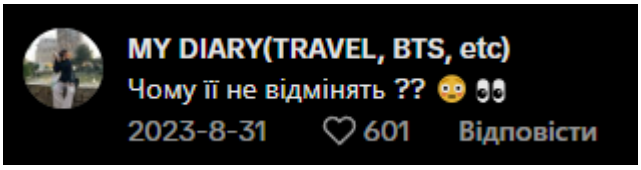



Рис. 3.5 – Коментар із TikTok щодо новин про відмову Анни Алхім переходити на українську

Таблиця 3.9 – Категоріально-кодувальна сітка для кейсу 5

| Категорія | Варіанти/Пояснення |
|---|---|
| Тема | мова / патріотизм / мораль / російська культура |

| | |
|---|---|
| Тональність повідомлення | негативна |
| Тип реакції | масова критика / заклики до відписки |
| Фрейм | “зрадниця”, “байдужа”, “провокаторка” |
| Цитати/аргументи | "Не перестану бути патріотом, якщо розмовлятиму російською", "Ні, не повинні усі розмовляти українською. Не можна зневажати того, хто не розмовляє українською мовою. У нас сильна незалежна країна, де люди можуть поводитися вільно, ніхто не має права примушувати розмовляти українською. Навіть якщо зараз війна. Ті люди, котрі хотіли перейти на українську мову, вони перейшли. Харків завжди розмовляв російською, Одеса розмовляла російською. Що за тиск? Я не перестану бути патріотом, коли розмовлятиму російською", "Чому в цій залі всі спілкуються російською? Оператори! У буфеті! У Києві всі говорять російською! У ресторанах! Якщо я говоритиму українською, то війна закінчиться?!", "Перейти на українську - що це за "требованиє д*більноє". Якщо людям так комфортно (спілкуватися російською. - Ред), навіщо, нах*я їх змушувати?! Це брєд! Це нацизм! Ви нацисти, бл*ть!" |

Висновок по кейсу. Публічне використання агресивної лексики у контексті мовного питання спровокувало наймасовішу хвилю критики. Алхім потрапила в центр осуду як символ мовної байдужості, що однозначно підпадає під ознаки культури скасування.

Контент-аналіз п’яти репрезентативних кейсів показав, що формування медійного образу Анни Алхім відбувається переважно у негативному ключі, із домінуванням критичних наративів та фреймів. У більшості випадків реакції аудиторії відзначаються високим рівнем емоційності, чіткою патріотичною мотивацією та активним залученням у форматі коментарів, репостів, іронічних мемів тощо.

Найпоширенішими фреймами виявилися: "зрадниця", "байдужа", "провокаторка". Домінуючими темами стали питання мови, моральної відповідальності, поваги до пам’яті загиблих та національної ідентичності. Усі п’ять кейсів свідчать про те, що аудиторія не лише спостерігає, але й активно реагує на суперечливу поведінку публічної особи, що дає підстави говорити про фрагментарну, але вже наявну культуру скасування в українському медіапросторі.

З урахуванням поставленої мети – виявити закономірності у формуванні медійного образу Анни Алхім – можна зробити висновок, що ключовими факторами є: контекст воєнного часу, мовна чутливість суспільства, підвищені моральні очікування до публічних осіб та низький рівень терпимості до проявів проросійської риторики або зневаги до українських цінностей. У цьому контексті культура скасування виконує функцію соціального регулятора через негайне публічне реагування на порушення суспільних норм.

## 3.2. Оцінка реакції аудиторії на дії Анни Алхім у контексті культури скасування

Анна Алхім, одна з найвідоміших українських блогерок, упродовж 2023–2025 років неодноразово ставала фігуранткою гучних скандалів у соціальних мережах та медіа. Її поведінка, публічні заяви та висловлювання викликали неоднозначну реакцію громадськості, проте найчастіше – різку критику. У цьому підрозділі розглянуто, яким чином аудиторія реагувала на скандальні ситуації, у які потрапляла блогерка, і наскільки ці реакції можуть розглядатися як прояви культури скасування. Особливу увагу приділено резонансній ситуації, яка призвела до відкриття одразу трьох кримінальних проваджень проти Алхім, що є безпрецедентним випадком у межах українського медіаполя.

Суспільна реакція на публічних осіб в Україні все частіше набирає ознак цілеспрямованого бойкоту, відкритого осуду, кампаній у соціальних мережах,

а в окремих випадках – юридичних наслідків. Це можна трактувати як форму культури скасування – соціального механізму, що покликаний публічно «відмінити» особу за порушення морально-етичних норм або за дії, які суперечать цінностям суспільства. Випадок Анни Алхім ілюструє, як цей механізм реалізується у вітчизняному контексті: спочатку – хвиля обурення в соціальних мережах, потім – підключення відомих блогерів, військових та громадських діячів, далі – інформаційне посилення через медіа та, як наслідок, відкриття кримінальних справ.

Після серії скандалів – від танців під російську музику біля меморіалу загиблих воїнів до образ жителів західної України та зневажливого ставлення до української мови – аудиторія вибухнула хвилею критики. Соціальні мережі були переповнені закликами до відписки, закриття акаунтів, бойкоту та звернення до правоохоронних органів. У ситуацію публічно втрутилися блогерка Олена Мандзюк, ветеран Олександр Терен, колишня снайперка Євгенія Емеральд та інші медійні особи. Вони публічно засудили поведінку Алхім, звинувативши її у пропаганді проросійських наративів, зневазі до пам’яті про загиблих та використанні мови ворожнечі. Реакція аудиторії в TikTok, Instagram і Facebook стала масовою: тисячі користувачів залишали коментарі з критикою, писали скарги, публікували меми та відео з осудом. У публічному просторі сформувалося чітке уявлення про неприйнятність поведінки блогерки в умовах війни.

Найвищою точкою суспільного тиску стали події квітня–травня 2025 року, коли правоохоронні органи офіційно повідомили про відкриття трьох кримінальних проваджень проти Анни Алхім. Як зазначає РБК-Україна, справи стосуються можливих фактів порушення статей 161, 111 та 346 Кримінального кодексу України – за розпалювання ворожнечі, поширення проросійських наративів і погрози на адресу публічних осіб, що стало прямим наслідком її публічної діяльності та проявом радикалізованої культури скасування в українському медіапросторі [77].

Це перший випадок в українській практиці, коли публічна блогерка стає об’єктом одразу трьох кримінальних проваджень через свої дії в онлайн-просторі. Варто зазначити, що самі дії блогерки не мали відкрито злочинного характеру, однак у контексті воєнного стану, колективної чутливості до моральних і патріотичних стандартів, вони були сприйняті як надзвичайно образливі й неприйнятні. Тобто громадський осуд трансформувався у формалізовану юридичну реакцію – ознака не тільки глибокої взаємодії між інформаційним суспільством і державними інституціями, а і ознака виходу культури скасування на новий рівень в українському контексті.

Таким чином, кейс Анни Алхім є прикладом того, як реакція суспільства, підсилена медіа, стає формою публічного покарання за відхилення від моральних норм. Фактично, блогерка своїми публічними діями і висловлюваннями досягла того рівня збурення, при якому відбулося не лише скасування в аудиторному сенсі, а й фактичне втручання органів правопорядку. Важливо зазначити, що не лише дії блогерки, а й контекст – війна, агресія Росії, загибель воїнів, підвищена чутливість до питань мови, культури та національної гідності – стали визначальними у формуванні такої жорсткої реакції.

Проаналізувавши інформаційні ресурси, що висвітлювали ситуацію навколо блогерки Ані Алхім, можна впевнено стверджувати, що культура скасування в її випадку проявилася надзвичайно активно та мала низку конкретних і відчутних наслідків. Обурення громадськості було масштабним і швидко набрало обертів завдяки соціальним мережам, де користувачі масово поширювали критику, викривальні матеріали та деталі скандалів, пов’язаних з її висловлюваннями та поведінкою (рис. 3.6).

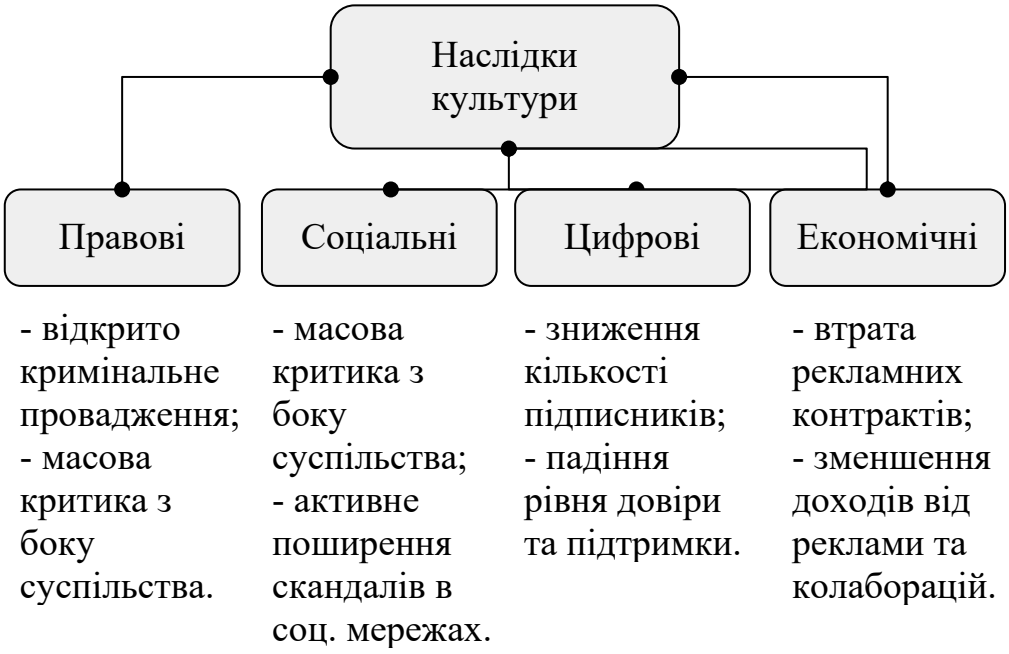



Рис.3.6 Наслідки культури скасування для Ані Алхім

Одним із найбільш значущих результатів суспільного тиску стало відкриття кримінального провадження за підозрою у розпалюванні національної ворожнечі. Ця справа виникла після того, як у публічному просторі з’явилася хвиля обурення щодо висловлювань блогерки, що розцінювалися як прояв неповаги до української мови. Це, зокрема, було підкріплено офіційною заявою Національної поліції та численними зверненнями громадян, які вимагали відповідної реакції з боку правоохоронних органів [78].

Другим важливим наслідком стало суттєве скорочення аудиторії блогерки у соціальних мережах. Частина підписників відкрито висловлювала незгоду з її позицією, відписувалась від акаунтів, а також закликала інших користувачів не підтримувати інфлюенсерку. Таким чином, цифровий простір перетворився на інструмент соціального осуду, а втрата довіри аудиторії негативно позначилась на її репутації.

Окрім цього, публічний скандал призвів до припинення співпраці з боку багатьох комерційних партнерів. Бренди, що раніше активно взаємодіяли з блогеркою для просування своїх продуктів, почали дистанціюватися від

співпраці, прагнучи уникнути репутаційних ризиків. Для багатьох компаній асоціація з інфлюенсером, який опинився в центрі резонансного конфлікту, могла б означати втрату довіри серед власної цільової аудиторії.

Таким чином, ситуація з Анею Алхім демонструє типовий сценарій реалізації культури скасування в українському медійному просторі: публічний осуд, цифрове бойкотування та розрив комерційних зв'язків стали основними інструментами суспільної реакції на поведінку, що була визнана неприйнятною. Це також свідчить про зростаючу роль цифрових платформ як простору для громадської позиції, що здатна впливати як на особисті, так і на професійні наслідки для публічних осіб.

Отже, культура скасування в Україні поступово набуває чіткіших рис: вона більше не обмежується іронічними постами та хвилею відписок, а може мати серйозні репутаційні, економічні та навіть юридичні наслідки для публічних осіб. Випадок Анни Алхім демонструє перехід від спонтанної аудиторної реакції до скоординованої суспільної відповіді, яка починає набувати інституційного характеру. Це свідчить про те, що український медіапростір стає чутливим до питань публічної відповідальності, моральності та патріотизму – і культура скасування в цьому контексті виконує роль не лише «карального інструменту», а й громадського регулятора.

## Висновки до розділу 3

У третьому розділі було здійснено практичний аналіз феномену культури скасування на прикладі кейсів, пов’язаних із діяльністю блогерки Анни Алхім. Проведений контент-аналіз публікацій у медіа, реакцій у соціальних мережах, коментарів громадськості та офіційних дій з боку держави дозволив сформувати комплексне уявлення про механізм впливу культури скасування на формування медійного образу в українському контексті.

Результати контент-аналізу засвідчили, що діяльність Анни Алхім спровокувала серію суспільних обговорень, які супроводжувались різко негативною тональністю, домінуванням критичних та осудливих реакцій, а також закликами до бойкоту. Основними темами, що викликали найбільший резонанс, стали: зневажливе ставлення до української мови, використання проросійських символів чи музики, образи жителів різних регіонів України, а також публічна зневага до моральних та патріотичних цінностей. Фрейми, що переважали у відображенні блогерки в медіа – «неосвічена», «зрадниця», «провокаторка» – демонструють формування негативного символічного образу в колективній уяві.

Особливу увагу слід звернути на той факт, що активне публічне обговорення кейсів блогерки, посилене впливом відомих осіб і лідерів думок, трансформувалось у юридичну площину: проти Анни Алхім було відкрито одразу три кримінальні провадження за статтями 161, 111 та 346 КК України. Це є показовим прикладом того, як культура скасування може перейти з рівня морального та медійного осуду до рівня юридичних санкцій, що свідчить про зростання ролі цифрового громадського контролю в Україні.

Таким чином, кейс Анни Алхім демонструє, що культура скасування в українському медіапросторі поступово набуває системності: вона вже не є виключно емоційною чи хаотичною реакцією спільнот, а перетворюється на інструмент впливу з реальними наслідками для публічних осіб. Разом із тим, українська культура скасування ще перебуває у процесі становлення: реакції

суспільства часто фрагментовані, а відсутність усталених етичних стандартів чи правових рамок може призводити як до справедливого осуду, так і до надмірного остракізму.

Отже, аналіз показав, що культура скасування в Україні вже має потенціал впливати на медіаобрази публічних осіб – через критику, інформаційний тиск і навіть юридичну відповідальність. У випадку з Анною Алхім цей механізм реалізувався повною мірою – від хвилі цифрового обурення до кримінальних наслідків, що є унікальним прикладом у сучасному українському медіаполі.

# ВИСНОВКИ

У цій кваліфікаційній роботі було здійснено комплексне дослідження культури скасування як соціального феномена, що стрімко набуває популярності в умовах цифрового медіапростору та формує нові механізми суспільної взаємодії з публічними особами.

У першому розділі роботи було охарактеризовано теоретичні засади культури скасування: вивчено її дефініції, функції, механізми впливу, соціальну природу та еволюцію. Особливу увагу було приділено взаємозв'язку культури скасування з феноменом медіаобразу, персональним брендингом та суспільним сприйняттям репутації. Розглянуто, як під впливом соціального осуду формується нове уявлення про публічну особу – як позитивне, так і негативне. Також проаналізовано культуру скасування як інструмент символічного покарання, який набуває сили завдяки масовій цифровій участі.

У другому розділі дослідження було вивчено приклади функціонування культури скасування в українському медіапросторі. Розглянуто її національні особливості – зв'язок із війною, деколонізаційними процесами, чутливістю до політичних і гендерних проблем. На прикладах скандалів навколо українських публічних осіб продемонстровано, що культура скасування в Україні існує, проте вона не завжди має системний характер. Часто реакція суспільства фрагментована, а наслідки для фігурантів обмежуються короткочасною хвилею критики без глибоких змін або реальної відповідальності.

У третьому розділі було здійснено практичний контент-аналіз кейсів блогерки Анни Алхім. Це дало змогу емпірично простежити динаміку формування її негативного медіаобразу під впливом серії скандальних подій, зокрема тих, що торкалися мовного питання, проросійської риторики, зневаги до пам'яті загиблих воїнів. У межах аналізу було виявлено фрейми, які домінують у публічному обговоренні (зрадниця, байдужа, неосвічена), а також зафіксовано активні реакції аудиторії у формі бойкоту, критики, створення мемів, звернень до поліції. Найбільш показовим стало відкриття трьох

кримінальних проваджень проти блогерки, що засвідчує еволюцію культури скасування в Україні – від морального осуду до правових наслідків.

Узагальнюючи результати дослідження, можна зробити кілька ключових висновків:

1. Культура скасування є впливовим інструментом публічного регулювання, що дедалі частіше використовується громадськістю для символічного покарання публічних осіб за дії, які порушують соціальні норми, моральні цінності або національні інтереси.
2. Формування медіаобразу в умовах культури скасування відбувається швидко й радикально, з особливою залежністю від емоційної тональності в медіа та соціальних мережах. Один скандал може переформатувати сприйняття особи суспільством на довгі роки.
3. Українська культура скасування має специфіку воєнного часу – чутливість до мови, патріотизму, поваги до жертв війни. Це формує жорсткіші суспільні вимоги до поведінки публічних осіб, порівняно з мирними країнами.
4. Попри ріст культури скасування, вона залишається фрагментованою, часто залежить від настроїв аудиторії та не має чітких етичних або інституційних рамок, що створює ризики маніпуляцій або необґрунтованого остракізму.

У підсумку, культура скасування в українському медіапросторі є явищем, що активно розвивається. Вона впливає не лише на репутацію окремих осіб, а й на ширші процеси трансформації суспільних норм, цифрової етики та колективної відповідальності. Подальші дослідження мають зосередитися на виробленні балансів між публічною критикою та правом на реабілітацію, а також на розробці етичних стандартів функціонування культури скасування як соціального регулятора.

# СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ


1. Dictionary.com. Cancel culture // Pop Culture Dictionary. URL: https://www.dictionary.com/e/pop-culture/cancel-culture/ (дата звернення: 17.03.2025).
2. Merritt J. Evangelicals perfected cancel culture. Now it's coming for them // Religious News Service. URL: https://religionnews.com/2020/06/17/evangelicals-perfected-cancel-culture-now-its-coming-for-them/ (дата звернення: 24.04.2025).
3. Nixey C. Christianity was the original cancel culture // UnHerd. URL: https://unherd.com/2020/09/christianity-was-the-original-cancel-culture/ (дата звернення: 24.04.2025).
4. Schelin Ch. Cancel culture looks a lot like old-fashioned church discipline // The Conversation. URL: https://theconversation.com/cancel-culture-looks-a-lot-like-old-fashioned-church-discipline-158685 (дата звернення: 24.04.2025).
5. Jenkins J. The blurred lines between genuine allyship and performative activism // Yale News. URL: https://yaledailynews.com/blog/2020/11/12/the-blurred-lines-between-genuine-allyship-and-performative-activism/ (дата звернення: 25.04.2025).
6. Beck G. Addicted to outrage: How thinking like a recovering addict can heal the country // Threshold Editions. URL: https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/290326/1/212-219.pdf (дата звернення: 25.04.2025).
7. Cambridge Dictionary. Cancel culture // Cambridge Dictionary. URL: https://dictionary.cambridge.org/uk/dictionary/english/cancel-culture (дата звернення: 07.03.2025).
8. Norris P. Closed Minds? Is a 'Cancel Culture' Stifling Academic Freedom and Intellectual Debate in Political Science? HKS Working Paper. 2020. RWP20-025. DOI: https://doi.org/10.2139/ssrn.3671026

9. Clark M. D. DRAG THEM: A brief etymology of so-called “cancel culture” // Communication and the Public. 2020. Vol. 5, no. 3–4. P. 88–92. DOI: https://doi.org/10.1177/2057047320961562
10. Morrigan C. (host). Talking Shit with Jah Grey: Choose Grace // Talking Shit. URL: https://www.fuckingcancelled.com/p/talking-shit-with-jah-grey-choose-76f (дата звернення: 24.02.2025).
11. ContraPoints. Canceling | ContraPoints, 2020 // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=OjMPJVmXxV8 (дата звернення: 02.03.2025).
12. Saint-Louis H. Understanding cancel culture: Normative and unequal sanctioning // First Monday. 2021. Vol. 26, no. 7. DOI: https://doi.org/10.5210/fm.v26i7.10891
13. Boland M. J. We need to talk about populism. The consequence of not doing so is Capitol Hill // SSRN Electronic Journal. 2021. DOI: https://doi.org/10.2139/ssrn.3836461
14. Bouvier G. Racist call-outs and cancel culture on Twitter: The limitations of the platform’s ability to define issues of social justice // Discourse, Context & Media. 2020. Vol. 38. DOI: https://doi.org/10.1016/j.dcm.2020.100431
15. Etzioni A. New common ground: A new America, a new world. Washington, D.C. : Potomac Books, 2009. 272 p.
16. Kucharczyk J. Kłopoty z wielokulturowością. *Różnica i różnorodność. O kulturze ponowoczesnej – szkice krytyczne* / ed. by A. Jawłowska. Poznań, 1996. P. 51–77.
17. Goldwag A. The new hate: A history of fear and loathing on the populist right. New York : Pantheon Books, 2012. 368 p.
18. A Letter on Justice and Open Debate // Harper's Magazine. URL: https://harpers.org/a-letter-on-justice-and-open-debate/ (дата звернення: 19.03.2025).
19. Martinkus C. Toxicity of Cancel Culture in the #MeToo Movement // Medium. URL: https://medium.com/@n10478094/toxicity-of-cancel-

culture-in-the-metoo-movement-331088946b33 (дата звернення: 19.03.2025).

20. Vogels E. A. et al. Americans and 'Cancel Culture': Where Some See Calls for Accountability, Others See Censorship, Punishment // Pew Research Center. URL: https://www.pewresearch.org/internet/2021/05/19/americans-and-cancel-culture-where-some-see-calls-for-accountability-others-see-censorship-punishment/ (дата звернення: 13.05.2025).
21. Saldanha N., Mulye R., Rahman K. Cancel culture and the consumer: A strategic marketing perspective // Journal of Strategic Marketing. 2022. Vol. 31, no. 5. P. 1071–1086. DOI: https://doi.org/10.1080/0965254x.2022.2040577
22. Costa C., Azevedo A. Antecedents and consequences of the "cancel culture" firestorm journey for brands: is there a possibility for forgiveness? // Journal of Marketing Management. 2023. Vol. 40, no. 3–4. P. 289–312. DOI: https://doi.org/10.1080/0267257x.2023.2266465 (дата звернення: 20.03.2025).
23. Kelman H. C. Compliance, identification, and internalization three processes of attitude change // Journal of Conflict Resolution. 1958. Vol. 2, no. 1. P. 51–60. DOI: https://doi.org/10.1177/002200275800200106
24. Marquez Y. Is cancel culture doing more harm than good in the Philippines? // Mileu Insights. URL: https://www.mili.eu/sg/insights/is-cancel-culture-doing-more-harm-than-good-in-the-philippines (дата звернення: 17.03.2025).
25. Noelle-Neumann E. The spiral of silence: Public opinion – our social skin. Chicago : University of Chicago Press, 1984. 200 p.
26. Schawbel D. Me 2.0: Build a powerful brand to achieve career success. New York : Kaplan Pub., 2009. 256 p.
27. Speak K. D., McNally D. Be Your Own Brand: Achieve More of What You Want by Being More of Who You Are. San Francisco : Berrett-Koehler Publishers, 2010. 208 p.

28. Rein I., Kotler P., Hamlin M., Stoller M. *High Visibility: Transforming Your Personal and Professional Brand*. New York : McGraw-Hill Education, 2006. 240 p.
29. Shepherd I. D. H. From Cattle and Coke to Charlie: Meeting the Challenge of Self Marketing and Personal Branding // Journal of Marketing Management. 2005. Vol. 21, no. 5–6. P. 589–606. DOI: https://doi.org/10.1362/0267257054307381 (дата звернення: 27.04.2025).
30. How to craft your story and create your brand star // The Berkeley MBA Blog. URL: https://blogs.haas.berkeley.edu/the-berkeley-mba/how-to-craft-your-story-and-create-your-brand-star (дата звернення: 29.04.2025).
31. The seven critical pillars of your personal brand // Forbes. URL: https://www.forbes.com/councils/forbescoachescouncil/2019/02/19/the-seven-critical-pillars-of-your-personal-brand/ (дата звернення: 29.04.2025).
32. UC Berkeley - People & Culture. Building Your Brand One Story at a Time // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=gJ0Oh6lw9Zs (дата звернення: 29.04.2025).
33. Marconi J. Reputation Marketing: Building And Sustaining Your Organization's Greatest Asset. New York : McGraw-Hill, 2001. 256 p.
34. Jaafar G. B., Herna H. The Impact of Media in Cancel Culture Phenomenon // Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia. 2023. Vol. 8, no. 2. P. 382–390. DOI: https://doi.org/10.25008/jkiski.v8i2.893 (дата звернення: 22.03.2025).
35. Laidlaw E. Online Shaming and the Right to Privacy // Laws. 2017. Vol. 6, no. 1. P. 3. DOI: https://doi.org/10.3390/laws6010003 (дата звернення: 18.04.2025).
36. Benoit W. L. Accounts, Excuses, and Apologies, Second Edition: Image Repair Theory and Research. Albany : State University of New York Press, 1995. 197 p.
37. Hobbs M. J., O'Keefe S. Agonism in the arena: Analyzing cancel culture using a rhetorical model of deviance and reputational repair // Public Relations

Review. 2024. Vol. 50, no. 1. DOI: https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2023.102420

38. Слоневська І. Б., Пірошенко С. Ю. Культура скасування як соціокультурний феномен: українські акценти // Культурологічний альманах. 2023. № 4. С. 262–268. DOI: https://doi.org/10.31392/cult.alm.2023.4.36

39. Підмогильна Н., Вовкобой А. Зовнішні прояви культури скасування в українському символічному просторі // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. 2023. Серія: Філологія. Журналістика. Т. 34 (73), № 6. С. 218–225. DOI: https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.6/38

40. Коробко М., Міщенко А. Культура скасування: етичний та політичний аспекти (до постановки проблеми у контексті російсько-української війни) // Вісник: Українські культурологічні студії. 2023. Т. 1, № 12. С. 44–47. DOI: https://doi.org/10.17721/ucs.2023.1(12).10

41. Полуніна Д. Скандал навколо Yaro. Чому компанії влаштували бойкот бренду і чим це може обернутися // The Page. URL: https://thepage.ua/ua/business/skandal-navkolo-yaro-i-yuliyi-privalovoyi-i-vidmova-kompanij-vid-spivpraci-sho-stalosya-i-chim-zagrozhuye (дата звернення: 18.04.2025).

42. Горлач П. Режисера Молодого театру Андрія Білоуса звинувачують у сексуальних домаганнях: що відомо // Суспільне.Культура. URL: https://suspilne.media/culture/930717-rezisera-molodogo-teatru-andria-bilousa-zvinuvacuut-u-seksualnih-domagannah-so-vidomo/?utm_source=copylink&utm_medium=ps (дата звернення: 09.04.2025).

43. Вернигор П. Я тебе скасовую. Що таке cancel culture, як вона влаштована та чому не зовсім працює // Заборона. URL: https://zaborona.com/ya-tebe-skasovuyu-scho-take-cancel-culture-yak-vona-vlashtovana-ta-chomu-ne-zovsim-praczyuye (дата звернення: 16.03.2025).

44. Мельник Р. Викладача Університету Карпенка-Карого Андрія Білоуса, якого звинувачують у сексуальних домаганнях, відсторонили від роботи // Детектор медіа. URL: https://detector.media/infospace/article/237587/2025-01-27-vykladacha-universytetu-karpenka-karogo-andriya-bilousa-yakogo-zvynuvachuyut-u-seksualnykh-domagannyakh-vidstoronyly-vid-roboty (дата звернення: 09.04.2025).
45. Плис А. Інститут репутації в Україні: чи працює він і за що бренди можуть скасувати // Наш Київ. URL: https://nashkiev.ua/business/institut-reputatsii-v-ukraini-chi-pratsyue-vin-i-za-scho-brendi-mozhut-skasuvati (дата звернення: 07.04.2025).
46. Гончарова М. Відтепер я вас не знаю: культура скасування // Куншт. URL: https://www.kunsht.com.ua/articles/vidteper-ya-vas-ne-znayu-kultura-skasuvannya (дата звернення: 13.04.2025).
47. Гриценко О. Декомунізація в Україні як державна політика і як соціокультурне явище. Київ : Інститут культурології НАМ України, 2019. 320 с.
48. Сторінка Анни Алхім // Instagram. URL: https://www.instagram.com/alkhimova_anna15 (дата звернення: 28.04.2025).
49. Сторінка Миколи Заліпухи // Instagram. URL: https://www.instagram.com/zalip.uha/ (дата звернення: 28.04.2025).
50. ҐРУНТ медіа. Серіал «внє політікі» і українські блогери // Instagram. URL: https://www.instagram.com/p/C0b36OINq1k/?utm_source=ig_embed&ig_rid=d34148e1-876b-47ad-baf7-1d54d6a4ef77 (дата звернення: 28.04.2025).
51. Блажко Л. Дивляться попри війну: українські блогери оскандалилися через російський серіал «Слово пацана» // Апостроф.The Lime. URL: https://apostrophe.ua/ua/article/lime/learn/2023-12-05/nesmotrya-na-voynu-

ukrainskie-blogeryi-oskandalilis-iz-za-rossiyskogo-seriala-slovo-patsana/55379 (дата звернення: 28.04.2025).

52. Вітовська І. СБУ (Служба безпеки України) Міністерство культури та інформаційної політики України, 2023 // Facebook. URL: https://www.facebook.com/irmcya/videos/сбу-служба-безпеки-україниміністерство-культури-та-інформаційної-політики-україн/1430231421235136/ (дата звернення: 28.04.2025).
53. Міністерство культури та інформаційної політики. Заява Міністерства культури та інформаційної політики щодо російського кінематографічного продукту, який набуває поширення в Україні, зокрема серед підлітків // Офіційний сайт МКСК. URL: https://mcsc.gov.ua/news/zayava-ministerstva-kultury-ta-informaczijnoyi-polityky-shhodo-rosijskogo-kinematografichnogo-produktu-yakyj-nabuvaye-poshyrennya-ukrayini-zokrema-sered-pidlitkiv/ (дата звернення: 28.04.2025).
54. Кундіренко Г. «Слово пацана». Чому цей серіал зненавиділи в Україні й хочуть заборонити в Росії // BBC News Україна. URL: https://www.bbc.com/ukrainian/articles/cglpxn9e7yzo (дата звернення: 28.04.2025).
55. Сулима В. Скандальна блогерка Анна Алхім похвалилася, що слухає російські пісні та спонсорує армію ворога: фото // ТСН. URL: https://tsn.ua/glamur/skandalna-blogerka-anna-alhim-pohvalilasya-scho-sluhaye-rosiyski-pisni-ta-sponsoruye-armiyu-voroga-2296336.html (дата звернення: 28.04.2025).
56. Сторінка Арт-Заводу «Механіка». «SAVE UKRAINE TOUR – благодійний євро тур від гурту ПОШЛАЯ МОЛЛИ» // Instagram. URL: https://www.instagram.com/artzavod.mechanica/p/CdIs0iCoIfR/ (дата звернення: 31.04.2025).
57. Сторінка Кирила Блєдного // Instagram. URL: https://www.instagram.com/dropbled/ (дата звернення: 31.04.2025).

58. ПРОТ АЙ. ПОШЛАЯ МОЛЛИ & МОЛОДОЙ ПЛАТОН & HOFMANITA – Habibati, 2023 // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=veGNMcFpjgc (дата звернення: 31.04.2025).
59. Пошлая Молли про війну // Stars About War. URL: https://starsaboutwar.in.ua/poshlaia-molli (дата звернення: 31.04.2025).
60. Яніна К. Продались за рублі: український гурт «Пошлая Молли» заспівав для росіян // УНІАН. URL: https://www.unian.ua/lite/stars/prodalis-za-rubli-ukrajinskiy-gurt-poshlaya-molli-zaspivav-dlya-rosiyan-12748248.html (дата звернення: 31.04.2025).
61. І.Р Р. Соліст українського гурту «Пошлая Молли» оскандалився в Польщі // YouTube. URL: https://youtube.com/shorts/fZR9Jk7bBNs?si=97btGezHqHzQ-3sL (дата звернення: 31.04.2025).
62. Хомуляк Г. «Бісить польська мова»: соліст гурту «Пошлая Молли» оскандалився у Польщі і записав відео з виправданнями // СтоКор. URL: https://www.stopcor.org/ukr/section-suspilstvo/news-bisit-polska-mova-solist-gurtu-poshla-molli-oskandalivsya-u-polschi-i-zapisav-video-z-vipravdannyami-07-11-2023.html (дата звернення: 31.04.2025).
63. Ostapchuk. ЧОЛОВІКИ ПРО ЖІНОК | Остапчук, Позитив, Буше | Мекнув – питайте, 2023 // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=KGydomkNKAU (дата звернення: 12.04.2025).
64. Радченко Я. “Краще зупинитись, поки нас не закенселили”: як в українських шоу працює культура скасування і що змінюється // Zmina. Центр прав людини. URL: https://zmina.info/articles/mudri-vchatsya-na-chuzhyh-zashkvarah-a-rozumni-na-vlasnyh-fejlah-yak-v-ukrayinskyh-shou-praczyuye-kultura-skasuvannya/ (дата звернення: 12.04.2025).

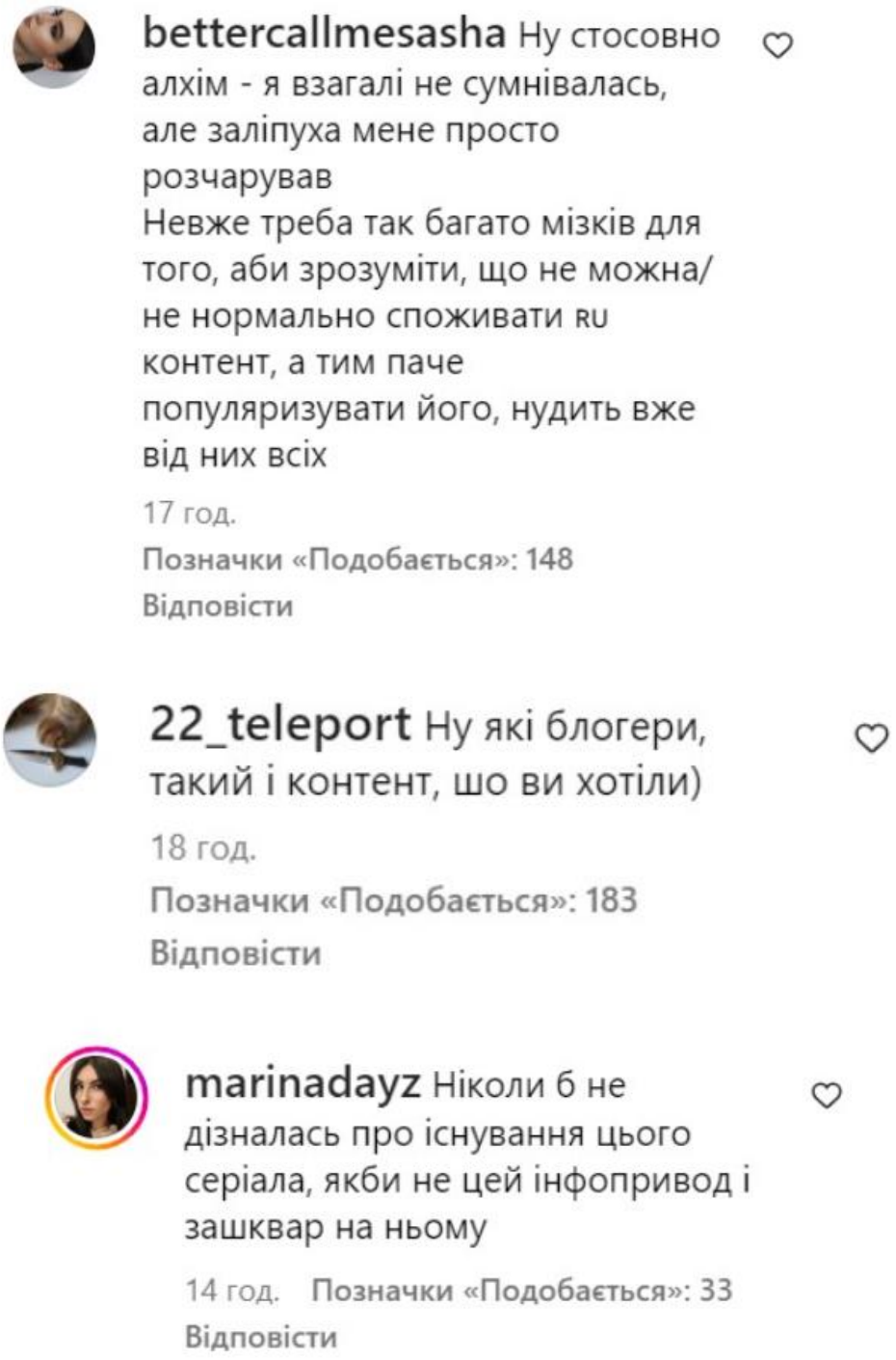
65. ЛЕВИ НА ДЖИПІ. АМІЛЬ і РАМІЛЬ (КУРГАН І АГРЕГАТ) в СР#ЧІ #35, 2025 // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=-fDhoXhmQtM (дата звернення: 12.04.2025).
66. Примич М. Учасників «Левів на джипі» розкритикували через висловлювання про секс без бажання партнерки // 24 Канал. URL: https://24tv.ua/show24/kostyantin-trembovetskiy-mikola-ziryanov-leviv-dzhipi-potrapili_n2796615 (дата звернення: 12.04.2025).
67. Палає. Семінари арестовича: Відьма VS Богородиця, кастрація і Буратіно. Що продає школа Апейрон?, 2023 // YouTube. URL: https://www.youtube.com/watch?v=ZbaeKXVigJ0 (дата звернення: 12.04.2025).
68. Поліція відкрила справу проти Арестовича через сексистські висловлювання // Волинські новини. Перше інформаційне агентство. URL: https://www.volynnews.com/news/all/politsiia-vidkryla-spravu-proty-arestovycha-cherez-seksystski-vyslovliuvannia/ (дата звернення: 18.04.2025).
69. Дишлева Є. «Палає» від Арестовича: які наслідки для суспільства мають сексистські семінари // Громадське. Медіапортал. URL: https://hromadske.ua/posts/vidpovidalnist-za-propagandu-nenavisti-shodo-zhinok-yaki-naslidki-dlya-suspilstva-mayut-seksistski-seminari-arestovicha (дата звернення: 18.04.2025).
70. Михайлов Д. Арестович потрапив у скандал через сексистські висловлювання // Суспільне. Новини. URL: https://suspilne.media/582443-arestovic-potrapiv-u-skandal-cerez-seksistski-vislovluvanna/ (дата звернення: 18.04.2025).
71. Жукова Л. Блогерка з Дніпра обізвала жителів заходу України «заводом де*ілів» // РБК-Україна. URL: https://www.rbc.ua/rus/styler/blogerka-dnipra-obizvala-zhiteliv-zahodu-1691735444.html (дата звернення: 12.05.2025).

72. Гаюк Ю. Скандальна блогерка Алхім потанцювала під російську музику біля алеї загиблих воїнів: мережа лютує // РБК-Україна. URL: https://www.rbc.ua/rus/styler/skandalna-blogerka-alhim-potantsyuvala-pid-1706173068.html (дата звернення: 12.05.2025).
73. Пашкевич І. «Знати тебе – себе не поважати». Блогерка Мандзюк публічно поскандалила з Алхім // РБК-Україна. URL: https://www.rbc.ua/rus/styler/znati-tebe-sebe-povazhati-blogerka-mandzyuk-1746357287.html (дата звернення: 12.05.2025).
74. Пашкевич І. «Л*йно відверте». Терен «пройшовся» по Алхім через її зневагу до української мови // РБК-Україна. URL: https://www.rbc.ua/rus/styler/l-yno-vidverte-teren-proyshovsya-alhim-cherez-1746439563.html (дата звернення: 12.05.2025).
75. Іваненко П. Скандал з Алхім та її одруженим «ексом»: як «сповідь коханки» спровокувала запеклі суперечки в мережі // РБК-Україна. URL: https://www.rbc.ua/rus/styler/skandal-alhim-ta-yiyi-odruzhenim-eksom-k-1743432890.html (дата звернення: 12.05.2025).
76. Копитко В. «Нацисти, бл*дь». Блогерка Алхім знову оскандалилась через українську мову // РБК-Україна. URL: https://www.rbc.ua/rus/styler/natsisti-bl-yad-blogerka-alhim-znovu-oskandalilas-1693579375.html (дата звернення: 12.05.2025).
77. Іваненко П., Акимова Ю. Проти блогерки Анни Алхім відкрили три кримінальні справи, одна з них – за держзраду // РБК-Україна. URL: https://www.rbc.ua/rus/styler/proti-blogerki-anni-alhim-vidkrili-tri-kriminalni-1747411032.html (дата звернення: 12.05.2025).
78. Скандал з Анною Алхім: поліція почала розслідування // Українська правда. Життя. URL: https://life.pravda.com.ua/society/skandal-z-annoyu-alhim-policiya-pochala-rozsliduvannya-308134/ (дата звернення: 12.05.2025).

# ДОДАТКИ

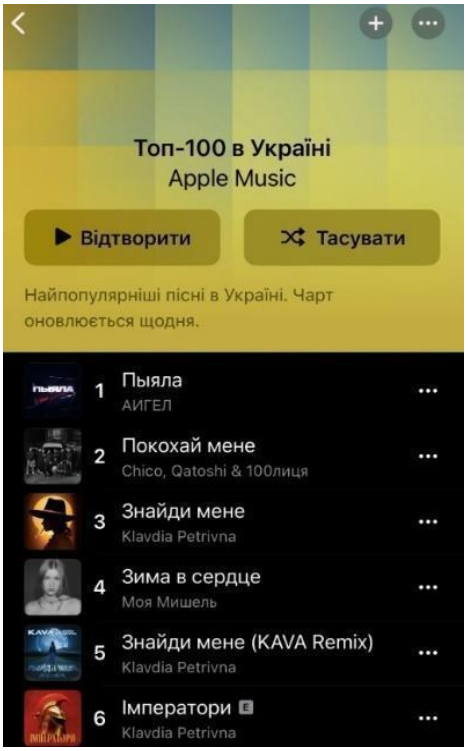
Додаток А

Коментарі з Instagram щодо поширення в маси серіалу «Слово пацана» Анною Алхім та Миколою Заліпухою



Додаток Б

Фото вершини чарту Топ-100 в Україні на Apple Music від 9.12.2023




Додаток В

Розклад благодійних концертів «SAVE UKRAINE TOUR», у яких брав участь гурт “Пошлая Молли”

## Додаток Г

Фото з Instagram Stories соліста гурту “Пошлая Молли”, концерт «SAVE UKRAINE TOUR»

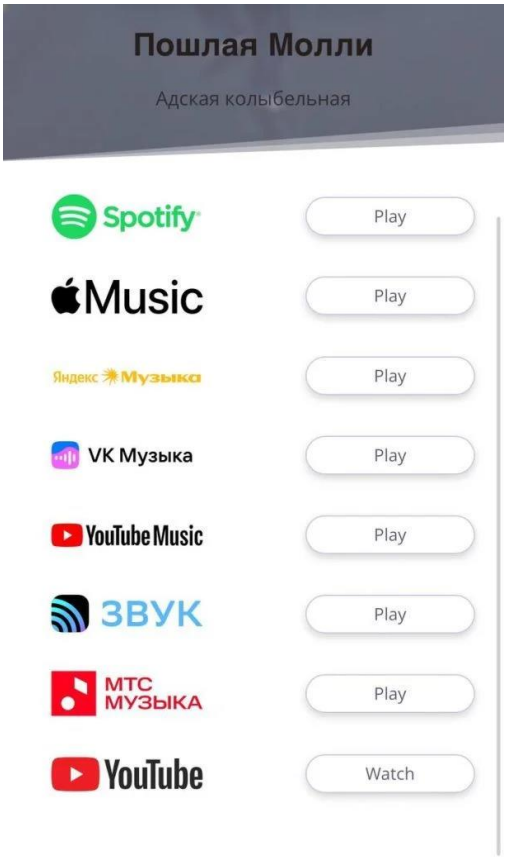
## Додаток Д

Коментарі під постом про реліз треку «Адская колыбельная»

- "Все супер, якби на якусь х*й*ю російську не заливав треки"
- "Дропнув на Яндекс та ВК. Кринжую"
- "Блідий" забув в якому часі він перебуває, викладати трек на російські платформи – це занадто"
- "Чому не українською?"
- "В чому сенс робити благодійні концерти, а потім закидувати на російські платформи свої пісні"

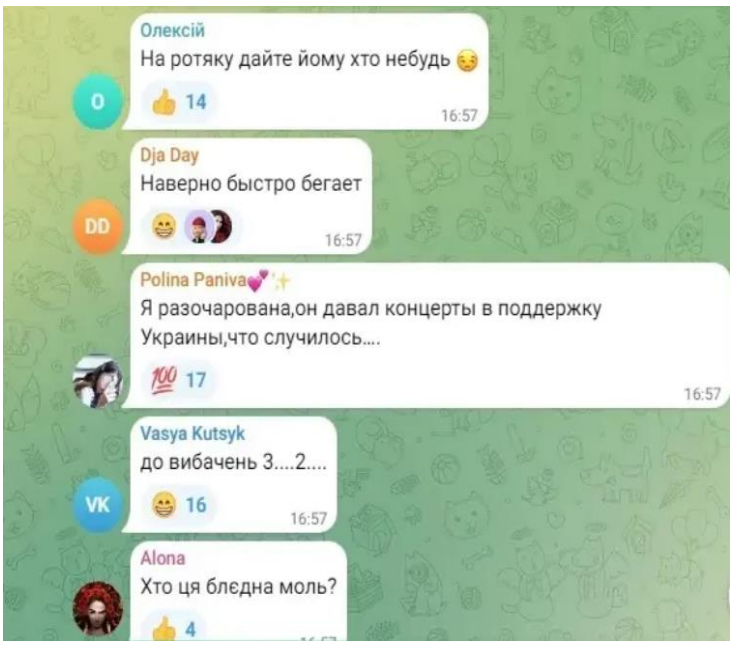
Додаток Е

Стрімінгові сервіси на яких представлена пісня «Адская колыбельная» гурту «Пошлая Молли»



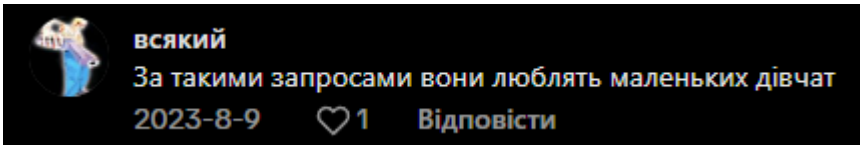

Додаток Ж

Коментар із Telegram під постом про вихід треку «Адская колыбельная»



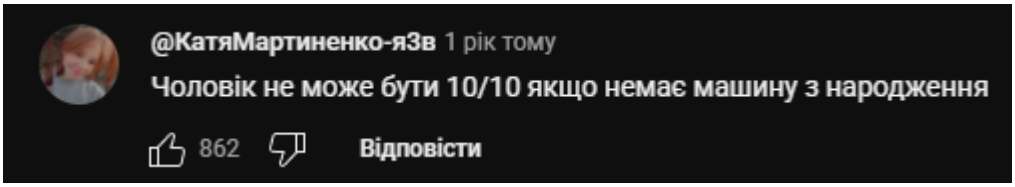

Додаток З

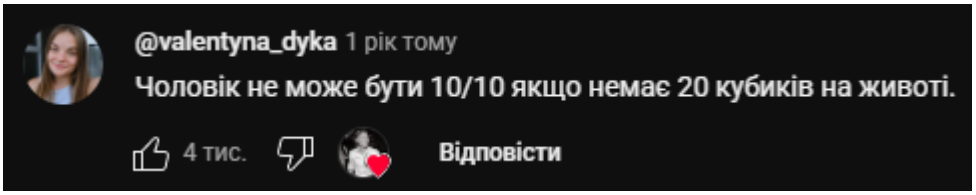
Коментар із TikTok щодо скандального випуску шоу «Мекнув – питайте»

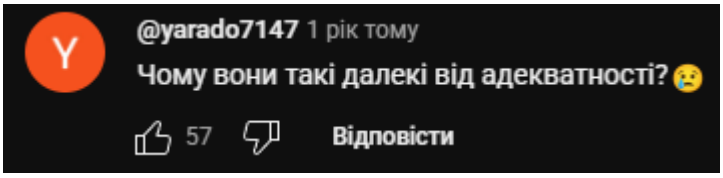



Додаток И

Коментарі з YouTube під скандальним випуском шоу «Мекнув – питайте»

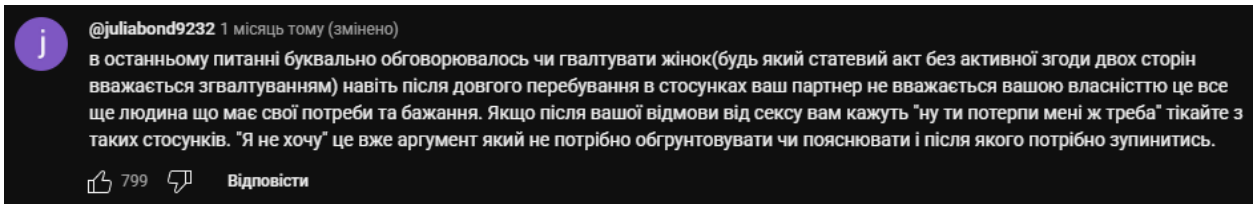


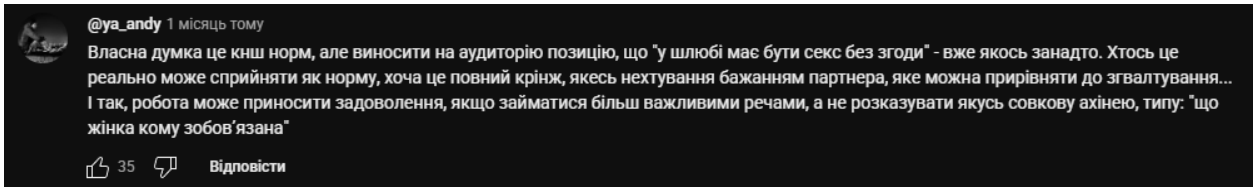



## Додаток Й

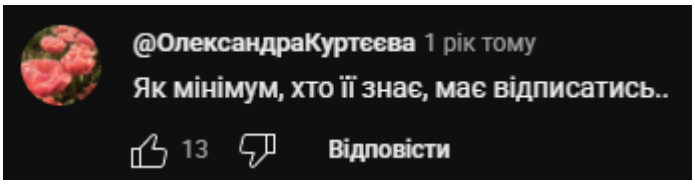
Коментарі з YouTube під скандальним випуском шоу «С*ач»

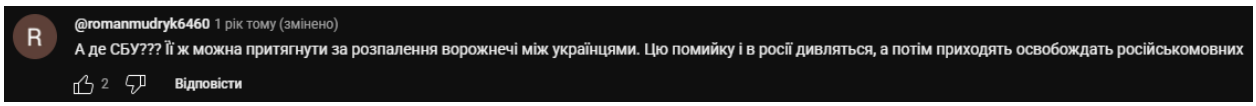


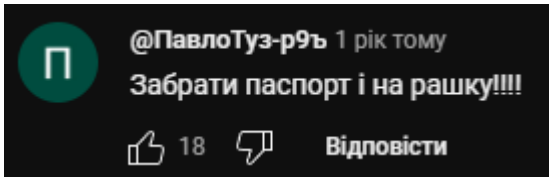




## Додаток К

Коментар з YouTube під відео, де Анна Алхім принижує мешканців західної України

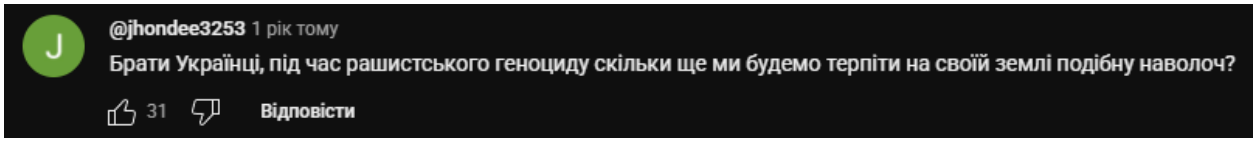


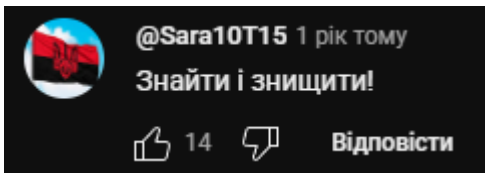




## Додаток Л

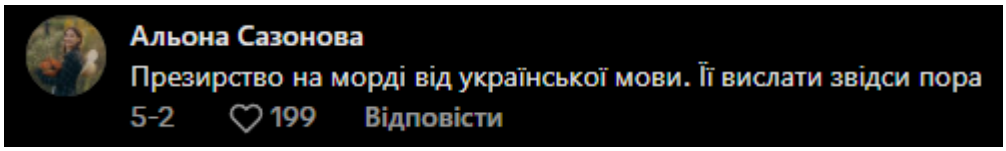
Коментар з YouTube під відео, де Анна Алхім танцює під російську пісню

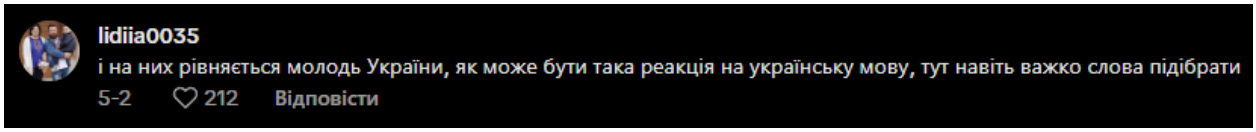


Додаток М

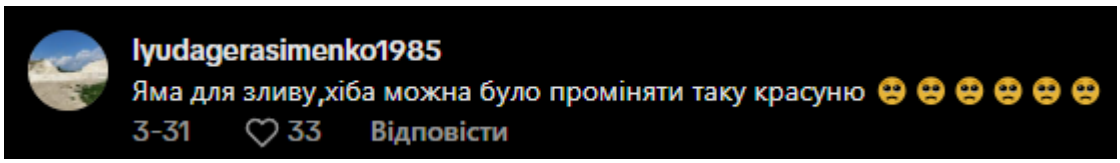
Коментар з TikTok під відео з хрестин дітей блогерки Стасі Макеєвої

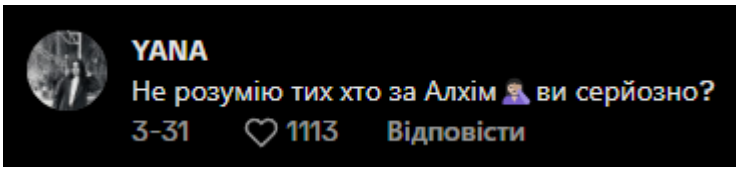



Додаток Н

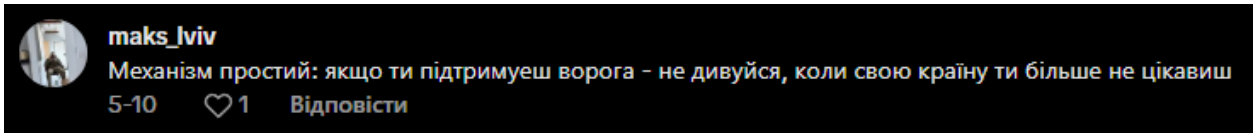
Коментарі з TikTok щодо новин про роман Анни Алхім з одруженим чоловіком

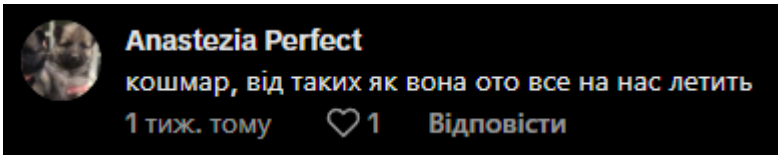



Додаток П

Коментарі з TikTok щодо новин про відмову Анни Алхім переходити на українську



# АНОТАЦІЯ

Дипломна робота на тему “Культура скасування як інструмент впливу на формування медіаобразу публічних осіб в українському медіапросторі” присвячена комплексному дослідженню культури скасування як інструменту впливу на формування медіаобразу публічних осіб в українському медіапросторі. У роботі розглядаються теоретичні аспекти дослідження культури скасування як інструменту впливу на формування медіаобразу, зокрема в українському медіапросторі, а також зроблено практичний аналіз впливу цього явища на формування медіаобразу відомої української постаті.

Об'єктом дослідження є культура скасування як соціальне явище в цифровому середовищі. Предметом дослідження є механізми впливу культури скасування на формування медіаобразу публічних осіб в українському медіапросторі. Метою даної кваліфікаційної роботи є комплексне дослідження культури скасування як інструменту впливу на формування медіаобразу публічних осіб в українському медіапросторі.

Теоретична частина зосереджена на розгляді культури скасування, її поширенні за допомогою соціальних мереж та її ролі у формуванні медіаобразу як інструменту персонального брендингу. Проаналізовано результати попередніх досліджень з теми.

В аналітичній частині за допомогою аналізу політичної та гендерної проблематики як тригерів культури скасування, окреслено специфіку проявів культури скасування в українському контексті.

У практичній частині проведено контент-аналіз медійного образу Анни Алхім та оцінено реакцію аудиторії на її дії у контексті культури скасування.

**Ключові слова:** культура скасування, медіаобраз, публічні особи, персональний брендинг, репутація, комунікативні стратегії.

# ABSTRACT

The thesis on the topic “Cancel Culture as a Tool for Shaping the Media Image of Public Figures in the Ukrainian Media Space” is devoted to a comprehensive study of cancellation culture as a tool for influencing the formation of the media image of public figures in the Ukrainian media space. The paper considers theoretical aspects of the study of cancellation culture as a tool for influencing the formation of the media image, in particular in the Ukrainian media space, and also makes a practical analysis of the impact of this phenomenon on the formation of the media image of a famous Ukrainian figure.

The object of the study is cancellation culture as a social phenomenon in the digital environment. The subject of the study is the mechanisms of the influence of cancellation culture on the formation of the media image of public figures in the Ukrainian media space. The purpose of this qualification work is a comprehensive study of cancellation culture as a tool for influencing the formation of the media image of public figures in the Ukrainian media space.

The theoretical part focuses on the consideration of cancellation culture, its spread through social networks and its role in the formation of media image as a tool of personal branding. The results of previous research on the topic are analyzed.

In the analytical part, using the analysis of political and gender issues as triggers of cancellation culture, the specifics of the manifestations of cancellation culture in the Ukrainian context are outlined.

In the practical part, a content analysis of Anna Alkhim's media image is conducted and the audience's reaction to her actions in the context of cancellation culture is assessed.



**Keywords:** cancellation culture, media image, public figures, personal branding, reputation, communication strategies.