

## КУЛЬТУРА И ЦИВИЛИЗАЦИЯ

УДК 070

DOI: 10.22412/2413-693X-2026-20-2-156-165

# СТРАТЕГИИ АНТИКРИЗИСНЫХ КОММУНИКАЦИЙ В УСЛОВИЯХ «КУЛЬТУРЫ ОТМЕНЫ»: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ ПРАКТИК ГОЛЛИВУДСКОЙ И РОССИЙСКОЙ КИНОИНДУСТРИИ

**КОНОВАЛОВА Елена Евгениевна,**

Российский государственный университет туризма и сервиса (Москва, РФ);

Кандидат экономических наук, доцент; e-mail: eekmgus@mail.ru

**МАКУШЕВА Ольга Николаевна,**

Российский государственный гуманитарный университет (Москва, РФ);

Кандидат экономических наук, доцент; e-mail: Mak-olgina@yandex.ru

**Аннотация.** В современную цифровую эпоху, когда любая информация распространяется очень быстро, репутация и имидж становятся хрупким и ценным активом, особенно такой для массовой индустрии, как кинематограф. Кино является высокобюджетной, эмоционально вовлеченной индустрией и зависит от имиджа особенно в условиях «отмены». В статье проводится сравнительный анализ стратегий антикризисных коммуникаций в условиях феномена «культуры отмены» (cancel culture) в голливудской и российской киноиндустрии. Автор раскрывает понятие и особенности феномена как современного социально-медийного явления, подчеркивая его глобальный и неоднократный характер. На примере конкретных кейсов выявляются принципиальные различия между западной и российской моделью кризисов и механизмами их управления. В ходе исследования было выявлено, что антикризисный PR в Голливуде ориентирован на диалог с общественностью и требует быстрого, комплексного и честного ответа. В России доминирует модель «корпоративной отмены» где ключевую роль играют государственные и корпоративные структуры, а не массовые движения, что влияет на антикризисные коммуникации, демонстрирующие лояльность и адаптацию к решениям. Авторы делают вывод о том, что эффективность антикризисной стратегии зависит от понимания специфики социокультурного и медийного контекста. Интернет и социальные сети выступают площадкой для новых медиа, в меньшей степени подверженных цензуре со стороны редакторов и авторов, но моментально масштабирующим явление канселинга.

**Ключевые слова:** коммуникации, медиакommunikации, культура отмены (cancel culture), антикризисные коммуникации, антикризисный PR, киноиндустрия, российский кинематограф, корпоративная отмена, общественное мнение, цифровая среда

**Для цитирования:** Коновалова, Е.Е., Макушева, О. Н. Стратегии антикризисных коммуникаций в условиях «культуры отмены»: сравнительный анализ практик голливудский и российской киноиндустрии // Сервис plus. 2026. Т. 20 № 2. С. 156–165. DOI: 10.22412/2413-693X-2026-20-2-156-165.

**Статья поступила в редакцию:** 12.01.2026.

**Статья принята к публикации:** 26.02.2026.

## CULTURE AND CIVILIZATION

UDC 070

DOI: 10.22412/2413-693X-2026-20-2-156-165

## STRATEGIES OF ANTI-CRISIS COMMUNICATIONS IN THE CONDITIONS OF THE “CANCEL CULTURE”: COMPARATIVE ANALYSIS OF PRACTICES IN THE HOLLYWOOD AND RUSSIAN FILM INDUSTRY

Elena E. KONOVALOVA,

Russian State University of Tourism and Service (Moscow, Russia);

PhD (Cand. Sc.) in Economics, Associate Professor; e-mail: eekmgus@mail.ru

Olga N. MAKUSHEVA,

Russian State University for the Humanities (Moscow, Russia);

PhD (Cand. Sc.) in Economics, Associate Professor; e-mail: Mak-olgina@yandex.ru

---

**Abstract.** In the modern digital age, when any information spreads very quickly, reputation and image become fragile and valuable assets, especially for the mass industry such as cinema. Cinema is a high-budget, emotionally involved industry and depends on image, especially in the face of “cancel”. The article provides a comparative analysis of anti-crisis communication strategies in the context of the phenomenon of “cancel culture” in the Hollywood and Russian film industries. The author reveals the concept and features of the phenomenon as a modern socio-media phenomenon, emphasizing its global and repeated nature. Based on specific cases, the study reveals fundamental differences between the Western and Russian models of crises and their management mechanisms. The study found that crisis PR in Hollywood is focused on public dialogue and requires quick, comprehensive, and honest responses. In contrast, Russia’s “corporate cancel” model emphasizes the role of government and corporate structures rather than mass movements, which affects crisis communication strategies that prioritize loyalty and adaptation to solutions. The authors conclude that the effectiveness of an anti-crisis strategy depends on understanding the specifics of the sociocultural and media context. The Internet and social networks serve as a platform for new media, which are less subject to censorship by editors and authors, but which instantly scale the phenomenon of canceling.

**Keywords:** communications, media communications, cancel culture, anti-crisis communications, anti-crisis PR, film industry, Russian cinema, corporate cancel, public opinion, digital environment

**For citation:** Konovalova, E.E., Makusheva, O.N. (2026). Strategies of anti-crisis communications in the conditions of the “cancel culture”: comparative analysis of practices in the Hollywood and Russian film industry. *Service plus*, 20(2), 156–165. DOI: 10.22412/2413-693X-2026-20-2-156-165. (In Russ.).

**Submitted:** 12/01/2026.

**Accepted:** 26/02/2026.

---

### Strategies of anti-crisis communications in the conditions of the «cancel culture»: comparative analysis of practices in the Hollywood and Russian film industry

Культура отмены – это не новое явление в обществе. Ее корни уходят глубоко в Античность. В Древней Греции существовал такой институт, как остракизм – граждане, представляющие угрозу для полиса, изгонялись путем народного голосования. В христианстве существует такой термин, как анафема, когда человека отлучали от церкви, что влекло за собой также социальную изоляцию. Однако, если сравнивать исторические примеры с современным феноменом, то ключевым отличием будет являться то, что «культура отмены» характеризуется неинституциональным явлением.

Зачастую инициируется активными социальными группами. В статье «Культура отмены: история и современность» Марина Ступко дает определение понятию культуры отмены (cancel culture), или канселинга, который «представляет собой форму общественного бойкота, при котором человек или группа людей исключается из социальных и профессиональных кругов в качестве порицания действий или высказываний» [7].

Под «отмену» могут попасть абсолютно любой человек, бренд, организация, а события 2022 года показали, что даже целая страна. Основная цель феномена заключается в том, чтобы лишить объекта «отмены» влияния, публичного признания, финансирования, социальной поддержки.

«Культура отмены» с одной стороны, – социальное движение, которое стремится к социальной справедливости и является инструментом демократии, но с другой стороны – это манипуляция общественным мнением, подавление других точек зрения и может быть несправедливой [1; 6; 8].

В большей степени этот феномен проявляется в цифровой среде и проходит через определенные этапы (рис. 1) [14; 15].

Главной особенностью распространения в цифровой среде является глобализация. Кампания, зародившаяся в одной стране, масштабируется по всему миру.

Ярким примером такого феномена может послужить #MeToo, которая зародилась в США и в 2010-е распространилась за ее пределами, приобретая всеобщую узнаваемость в период активного движения Black Lives Matter. Впервые фраза Me Too была использована в социальных сетях в 2006 году для поддержки темнокожих женщин, подвергшихся сексуальному насилию, а в 2017 году актриса Алиса Милано призвала распространить эту фразу повсеместно для привлечения внимания к сексуальному домогательству. Ну а хештег получил мировое признание к отмене в связи со скандалом вокруг кинопродюсера Харви Вайнштейна [2].

Киноиндустрия – это сфера высокой публичности, и поэтому она является главной площадкой, на которой применяется «культура отмены» [5; 9]. Главными объектами кампаний по «отмене» являются актеры, режиссеры, продюсеры, а также целые стриминговые платформы и сервисы. Компании вынуждены отказываться от сотрудничества из-за этических проступков, гендерных и сексуальных высказываний, за дискриминацию по религиозному, национальному и половому признаку. В киносреде скандалы развиваются с огромной скоростью [6].

Главными распространителями являются журналисты, которые создают инфоповод, раздувая

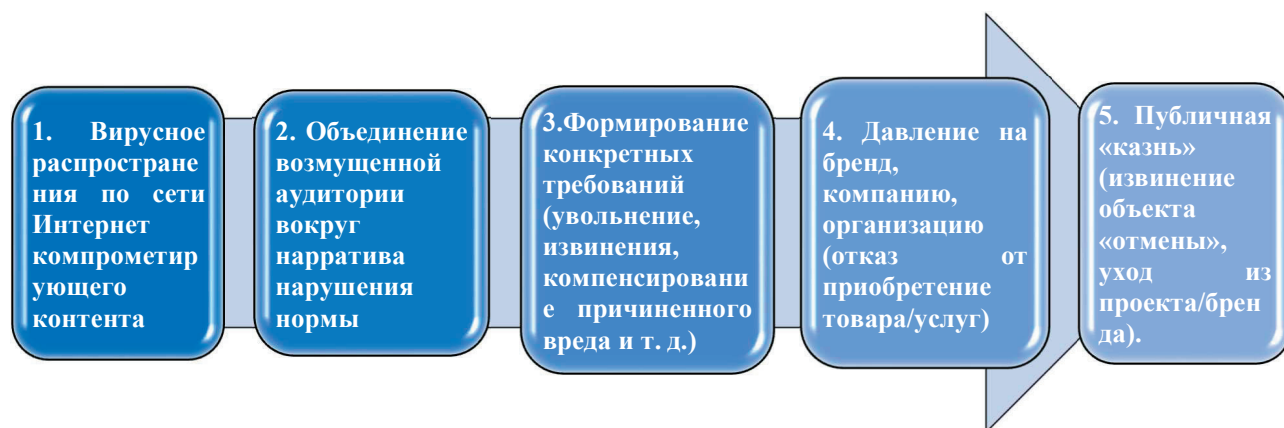


Рис. 1. Этапы канселинга в цифровой среде [составлено авторами]

Fig. 1. Cancel stages in a digital environment [Compiled by the authors]

**Стратегии антикризисных коммуникаций в условиях «культуры отмены»: сравнительный анализ практик голливудский и российской киноиндустрии**

события для привлечения аудитории. СМИ выступают катализатором общественного осуждения, что превращает в событие в скандал.

Пользователи социальных сетей запускают хештеги, призывают к санкциям, создают петиции. Что, в свою очередь, приводит к тому, что кинокомпании, рекламодатели, расторгают контракты еще до вынесения решения в суде. Ведь важнее для бизнеса минимизировать репутационные риски, чем установить истину.

Именно в такие моменты все участники кинобизнеса, как в России, так и в Голливуде, представляют собой уникальный и уязвимый объект для кризисного управления. Специфика индустрии заключается в нескольких взаимосвязанных факторах, которые увеличивают риски в условиях «культуры отмены» (cancel culture). Большие финансовые затраты на создание фильма или сериала, которые исчисляются сотнями миллионов рублей или долларов. Эти вложения разовые, и их окупаемость зависит от кассовых сборов, продаж прав и мерчендайзинга [6].

В отличие от многих других сфер, изменить сценарий, удалить или заменить актера или режиссера сложно и требует дополнительных финансовых затрат. Поэтому любой репутационный скандал ставит под угрозу экономическую выгоду огромных вложений еще до выхода на экран.

По данным «Кинопоиска», российская индустрия особенно чувствительна к этому фактору, так как большинство кинопроектов создаются частично или полностью за счет государственного финансирования (ИРИ, Фонд кино) [15].

Это сопровождается увеличением конкуренции и делает каждый проект еще более финансово уязвимым.

Индустрия кино напрямую зависит от публичного имиджа. Зритель зачастую смотрит ту или иную кинокартину из-за актера, режиссера, компании-бренда. В условиях «культуры отмены» прошлые или настоящие действия или высказывания, личная жизнь участников проекта становятся мишенью для бойкотов, осуждений [3].

Как отмечает Кристина Сенцова в статье о конвергентной культуре и фанатском опыте, «произошла смена роли аудитории: пассивный зритель становится активным участником процесса. Он не только распространяет контент,

но и может напрямую влиять на процесс создания: менять судьбу сериалов, фильмов и других продуктов. Как это происходило, например, с популярными петициями о возобновлении или изменении сюжета сериалов» [12].

Для российского кинематографа фокус на доброе, светлое и традиционные ценности сместился на расхождение в поведении известных лиц, и эти ожидания становятся поводом для «отмены» целого проекта.

Ключевую роль в cancel culture играют фанатские сообщества, выступающие в роли усилителей. Фаномы, особенно в США, эволюционировали от читательских клубов до целой армии фанатов, которые создают свою субкультуры и фестивали [3].

Фанаты стали активными участниками, которые распространяют контент в социальных сетях, видеохостингах и тематических форумах, обеспечивают быстрое распространение информации. В кризисных ситуациях это сообщество может превратиться в силу, требующую «отмены» актера, режиссера, продюсера или целого проекта.

Все вышеперечисленные факторы тесно связаны между собой. Любой репутационный риск может сильно ударить по коммерческим показателям. И даже если проект финансирует государство, это не дает гарантий, что в дальнейшем создатели смогут получить новое финансирование [5].

Провал картины означает неэффективное использование бюджетных средств.

Поэтому важно выстроить четкий антикризисный PR. В него входит прогнозирование, предотвращение, управление и минимизация последствий коммуникационных кризисов, которые обладают разрушительным потенциалом для репутаций студий, продюсеров, режиссеров, актеров и кинопроектов [9].

Основной целью является не только защита репутации, но и сохранение коммерческой жизнеспособности проекта, увеличение лояльности аудитории, инвесторов, дистрибьютеров, партнеров. На рис. 2 – характеристика моделей реагирования на кризис. [24]

Ключевыми элементами любой модели является постоянный мониторинг и аналитика, которые отслеживают упоминания, настроение аудитории, потенциальные кризисы вокруг кинокомпании, проекта, персоны.

### Strategies of anti-crisis communications in the conditions of the «cancel culture»: comparative analysis of practices in the Hollywood and Russian film industry



Рис. 2. модели реагирования на кризис [составлено авторами]

Fig. 2. Crisis response models [Compiled by the authors]

Важно поддерживать оперативные коммуникационные каналы для публикации официальных заявлений, через пресс-релизы, сайты, социальные сети.

Не менее важным является целенаправленная работа с лояльными журналистами, кино-критиками, инфлюэнсерами для формирования положительного информационного фона.

Эффективно дополняет коммуникация с аудиторией через ответы на комментарии, участие в форумах и фестивалях. Также существуют легальные и законные инструменты, такие как официальные запросы на опровержение, удаление комментариев в рамках правил работы платформ, обращение к правовым механизмам для защиты чести, достоинства и деловой репутации.

Успех антикризисного PR зависит от скорости и оперативности, поскольку тишина трактуется аудиторией как согласие с обвинением.

При этом важно, чтобы информация была прозрачной и честной, так как попытки скрыть что-либо в цифровую эпоху почти всегда раскрываются и наносят непоправимый урон доверительным взаимоотношениям. Сообщения должны демонстрировать понимание чувств аудитории, соответствовать ценностям.

Кризисное управление требует последовательного и единого голоса, чтобы все каналы

взаимодействия с аудиторией, журналистами транслировали единую позицию и не было противоречий.

Все заявления и извинения должны подкрепляться действиями: изменение маркетинговых материалов, перемонтаж сцен, пересмотр контрактов, поддержка социальных инициатив. Антикризисные меры не должны работать отдельно от других команд и активностей.

История Джонни Деппа служит примером стратегического взаимодействия PR-команд и юридических инструментов для отстаивания своих позиций в условиях «культуры отмены» [4; 14].

Изначально после обвинений Эмбер Херд в 2016–2018 годах в домашнем насилии Депп и его команда не реагировали, что привело к серьезным профессиональным, а в следствии финансовым потерям: актер был уволен из франшизы «Пираты Карибского моря» (Disney) и был вынужден покинуть проект «Фантастические твари» (Warner Bros.). В 2022 году стратегия изменилась [15]. Актер подал иск о клевете в начале в 2020 года в Великобритании, а затем в 2022 году в США. Судебный процесс 2022 года был превращен в масштабную PR-кампанию. По словам Джастина Али из CherryRed PR «этот судебный процесс назревал уже давно, и Депп, похоже, очень хорошо подготовился с точки зрения пиара», используя взвешенные публичные

**Стратегии антикризисных коммуникаций в условиях «культуры отмены»: сравнительный анализ практик голливудский и российской киноиндустрии**

выступления, четкое следование сценарию. Его команда, включая кризисного менеджера Мэтью Хиллика и медиадиректора Каролину Хёрли, сделала ставку на активную работу с общественным мнением через социальные сети, в том числе прямая трансляция судебного процесса. Также активно работала с прессой, используя близкие к источнику заявления, чтобы формировать позитивный имидж. The Guardian отмечает, что пиар-менеджеры Деппа избегали прямого упоминания движения #MeToo, вместо этого делали акцент на том, что голливудская звезда движется дальше [4; 15].

Стратегия включала не только юридическую защиту, но и формирование нарратива о невиновности и несправедливом преследовании, что привело к росту поддержки в социальных сетях (#Johnnydeppisinnocent набрал более 1,4 млрд просмотров) и благотворительным акциям для укрепления имиджа. Через месяц после решения суда актер перечислил 800 тысяч долларов детским больницам.

Кейс Деппа показал, что «культура отмены» может иметь необратимые последствия для карьеры, даже если суд признает клевету.

Ключевые голливудские студии Disney и Warner Bros. выбрали стратегию полного дистанцирования от актера. Компания Disney ориентирована на семейную аудиторию и поэтому исключила Деппа из будущих проектов «Пиратов Карибского моря», чтобы избежать репутационных рисков, связанных с обвинением в домашнем насилии. Warner Bros. заменил актера во франшизе «Фантастические твари» [4; 14]. Студия MGM заплатила Джонни Деппу за участие в «Великом» \$3 млн вместо \$6 млн, а потом фильм и вовсе не появился в прокате. Эти решения были приняты под давлением общественного мнения и страхом перед негативной реакцией.

Однако если посмотреть с точки зрения восстановления репутации, этот случай демонстрирует успешную антикризисную PR-стратегию, которая сочетала в себе юридические действия и работу с общественным мнением.

При этом, как отмечает The Guardian, Голливуд в конечном счете руководствуется коммерческими интересами: потенциальная прибыль от возвращения Деппа может перевесить репутационные риски [2].

Если же рассмотреть российскую киноиндустрию, то в последние годы все чаще сталкивается с «культурой отмены».

Однако она отличается от американской и европейской. Есть различия в правовом поле: этот феномен рассматривается как деструктивное явление, которое нарушает такие принципы, как презумпция невиновности, свобода слова и право на труд. Также, в отличие от западной модели, где «отмена» чаще всего начинается с общественного движения, фанатов, пользователей Интернета, то в России доминирует модель «корпоративной отмены» [2].

Этот термин используют в своей статье Овчинников А. В. и Аникин Д. А. и описывают культурную отмену «как способ поведения в публичном пространстве, при котором отменяющее сообщество стремится к моральной дискредитации своего оппонента с целью его исключения из системы символического обмена (распределение благ, ресурсов, публичного одобрения)» [8].

Это согласуется с выводом исследователей о том, что «культура отмены» в России показывает попытку общества использовать делегированных государству полномочий. Антикризисный PR в данном случае не использует коммуникацию с обществом, а скорее подчиняется доминирующему сообществу и использует переговоры с ним.

Ярким примером «корпоративной отмены» в киноискусстве является прокат фильма «Микулай» 2023 года. Картина, посвященная жизни жителя кряшенской деревни, вызвала волну возмущения части кряшенской общественности, увидевшей в образе заброшенного поселения символ отчуждения своей этнической группы из социального общества.

В фильме кряшены были изображены как маргинальная, инфантильная, с туземными чертами общность. Это поставило под угрозу ключевой идеологический нарратив единой татарской нации, на котором основана легитимность власти в Татарстане. Однако создатели не стали реагировать. Главную роль сыграл известный актер Виктор Сухоруков, и режиссер рассчитывал на поддержку чиновников республики. Кульминацией «отмены» стала недовольство высокопоставленного чиновника – генерального директора крупной татарстанской корпорации, депутата Госсовета и главы

**Strategies of anti-crisis communications in the conditions of the «cancel culture»: comparative analysis of practices in the Hollywood and Russian film industry**

Общественной организации крышен РТ. После его критики подконтрольные финансовые структуры отказались оплачивать расходы на фильм, включая гонорары для актеров, хотя ранее было все согласовано. Постепенно упоминание о фильме в СМИ прекратилось, как и показ в кинозалах. Антикризисная стратегия была выражена в молчаливом принятии решения корпоративного актора, а не публичное отстаивание своей точки зрения, хотя ранее одноименную пьесу того же автора критики хвалили [8].

Иную стратегию антикризисных коммуникаций демонстрирует скандал, связанный с «голой вечеринкой» вокруг Филиппа Киркорова в декабре 2023 года. В данном случае проявилась классическая «культура отмены»: общественное возмущение, призывы к бойкоту, расследование финансов. В следствие чего телеканалы и продюсеры приняли решение расторгнуть договоры. Киркорова вырезали из новогодних проектов: шоу «Маска» канала НТВ, Новогодний голубой огонек-2024 на канале Россия 1 [11; 12].

Срочно пересняли фильм «Иван Васильевич меняет все», заменив певца на Павла Волю. Что же касается антикризисного PR самого артиста, то он состоял из публичных извинений и демонстрации лояльности. Филипп Киркоров записал видеообращение, где признал свою вину, подчеркнул свой патриотизм и любовь к Родине. Особое внимание нужно уделить внешнему виду звезды. Артист всегда одевается ярко и богато, каждый его наряд исчисляется в миллионах.

Но на видео Филипп Бедросович одет в неприметную черную водолазку. Позже он перечислил свой гонорар за участие в телепроекте «Новогодняя маска» в помощь жителям Белгорода, которые подверглись обстрелу в новогодние праздники. Тем не менее данная стратегия больше напоминает попытку реабилитироваться в первую очередь перед корпоративными и государственными структурами, нежели перед обществом [11; 12].

Как показала практика, этот жест не отменил решений, что подтверждает преобладание в России «корпоративной отмены» над западной «культурой отмены». Как отмечают авторы в статье «Культура отмены: причины трудностей развития в России», «культура отмены» слабо приживается

из-за отсутствия общественных и гражданских институтов, имеющих сильное влияние и сильной роли правящей элиты, регулирующей публичное пространство [7].

Проведенный анализ показывает, что, несмотря на глобальную природу феномена «культуры отмены», стратегия антикризисных коммуникаций в голливудской и российской киноиндустриях выстраивается под влиянием разных политических, социальных, правовых особенностей стран. Это приводит к различным подходам в управлении кризисами.

В Голливуде «культура отмены» реализуется путем реагирования на общественное мнение, которое инициируется активистами, фанатскими сообществами, пользователями социальных сетей. Антикризисный PR ориентирован на диалог с общественностью, требует быстрого реагирования, прозрачности, искренности и честности.

В российской же киноиндустрии феномен приобретает иную форму – «корпоративную отмену», где основным объектом взаимодействия антикризисных коммуникаций являются государственные и крупные корпоративные структуры.

Ключевую роль в кризисе играют не массовые общественные движения, а контролирующие органы. Соответственно, антикризисные стратегии смещаются с публичного пространства на изначальную лояльность, учитывание идеологического курса, переговоры и адаптацию к решениям, принимаемым властями и корпорациями.

Таким образом, ключевое отличие антикризисной коммуникации заключается в целевой аудитории. Голливуд ведет диалог с активной непредсказуемой цифровой публикой. Российская же индустрия ориентирована на узкие центры принятия решения, что делает коммуникацию более закрытой. Это отражает более широкий контекст: если на Западе «культура отмены» – это инструмент давления общества на институты, то в России она становится инструментом правящей силы для формирования и поддержания пропаганды и влияния на общественное мнение.

Следовательно, эффективная антикризисная стратегия в каждом случае должна быть разработана в соответствии с медиапространством, ресурсами в конкретной социокультурной среде и распределением власти.

**Стратегии антикризисных коммуникаций в условиях «культуры отмены»: сравнительный анализ практик голливудский и российской киноиндустрии****Список источников**

1. Акопов Г. Л. Социокультурное измерение «культуры отмены» как феномена XXI века [Электронный ресурс] / Г. Л. Акопов, Э. Г. Арутюнян, Л. П. Громова [и др.] // *Litera*. – 2024. – № 7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiokulturnoe-izmerenie-kultury-otmeny-kak-fenomena-xxi-veka/viewer> (дата обращения: 09.02.2026).
2. Алешичева Т. Большая чистка: как Голливуд переваривает «культуру отмены» [Электронный ресурс] / Т. Алешичева // *Радио РБК*. 2021. URL: <https://style.rbc.ru/life/6152cd5f9a7947887c54e3b6> (дата обращения: 04.01.2026).
3. Антипина Ю. В. Фанатские субкультуры и их взаимодействие с медиа [Электронный ресурс] / Ю. В. Антипина // *Материалы IV Всероссийского социологического конгресса*. – М.: РОС, 2012. – С. 486–495. URL: [https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/51960/1/klo\\_2013\\_062.pdf](https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/51960/1/klo_2013_062.pdf) (дата обращения: 20.01.2026).
4. Джонни Депп: снова можно любить [Электронный ресурс] // *Дзен*. 2022. 25 августа. URL: [https://dzen.ru/a/Ywc0nmoUG0vjw5X5#chto\\_po\\_pr\\_i\\_pri\\_chem\\_zdes\\_tramp](https://dzen.ru/a/Ywc0nmoUG0vjw5X5#chto_po_pr_i_pri_chem_zdes_tramp) (дата обращения: 17.01.2026).
5. Иванова В. Кто, как и сколько: посчитали все вложения государства в кино и сериалы в 2025 году [Электронный ресурс] В. Иванова, Ф. Миронов // *Кинопоиск*. 2025. 29 мая. URL: <https://www.kinopoisk.ru/media/article/4011265/> (дата обращения: 08.02.2026).
6. Культура отмены: причины трудностей развития в России [Электронный ресурс] / А. В. Никитин, О. М. Орлинская, П. В. Седаев [и др.] // *Власть*. – 2022. – Т. 30. – № 3. – С. 65–69. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kultura-otmeny-prichiny-trudnostey-razvitiya-v-rossii/viewer> (дата обращения: 27.01.2026).
7. Макушева О. Н. Культура как «вторая природа» / О. Н. Макушева // *Ежегодник научных трудов «Актуальные вопросы экономики, управления и права»*. – 2012. – № 1. – С. 92–96. URL: <https://rucont.ru/efd/564648> (дата обращения: 11.02.2026).
8. Овчинников А. В. «Культура отмены» и «корпоративная отмена» в дискурсе социальной философии [Электронный ресурс] / А. В. Овчинников, Д. А. Аникин // *Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология*. 2025. № 83. С. 76–87. URL: <https://vestnik.tstu.ru/issue/2025-083/article/76-87>
9. Подрабинок Е. М. «Культура отмены» и достоинство личности [Электронный ресурс] / Е. М. Подрабинок // *Гражданское право*. – 2023. – С. 272–282. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kultura-otmeny-i-dostoinstvo-lichnosti/viewer> (дата обращения: 27.01.2026).
10. Розанов А. В. Механизмы функционирования культуры отмены в СМИ [Электронный ресурс] / А. В. Розанов, О. С. Полунина // *Вестник науки*. – 2023. – № 5 (62). – Т. 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mehanizmy-funktsionirovaniya-kultury-otmeny-v-smi/viewer> (дата обращения: 07.01.2026).
11. Садчиков-мл. М. «С глаз долой, из телевизора – вон»: чего лишится Киркоров из-за голой вечеринки Ивлеевой [Электронный ресурс] / М. Садчиков-мл. // *78.ru*. 2023. 30 декабря. URL: <https://78.ru/articles/2023-12-30/s-glaz-doloi-iz-televizora-von-chego-lishitsya-kirkorov-izza-goloi-vecherinki-ivleevoi> (дата обращения: 14.02.2026).
12. Секретные закрома Киркорова: откупиться от «голой вечеринки» не получится [Электронный ресурс] // *Первый русский*. 2024. 22 января. URL: [https://tsargrad.tv/investigations/sekretnye-zakroma-kirkorova-otkupitsya-ot-goloi-vecherinki-ne-poluchitsja\\_948374](https://tsargrad.tv/investigations/sekretnye-zakroma-kirkorova-otkupitsya-ot-goloi-vecherinki-ne-poluchitsja_948374) (дата обращения: 07.02.2026).
13. Сенцова К. Конвергентная культура и фанатский опыт [Электронный ресурс] / К. Сенцова // *Газета тюменский курьер*. 2024. URL: <https://tm-courier.ru/2024/11/02/konvergentnaya-kultura-i-fanatskij-opyt/> (дата обращения: 01.02.2026).
14. Хелмор Э. «Дело не в политике, а в деньгах»: примет ли Голливуд Джонни Деппа обратно? [Электронный ресурс] / Э. Хелмор // *The Guardian*. 2022. 11 июня. URL: <https://www.theguardian.com/film/2022/jun/11/johnny-depp-film-career-hollywood-amber-heard> (дата обращения: 01.02.2026).
15. Уилсон Дж. Оптимизм и факты: чему нас учит судебный процесс Джонни Деппа и Эмбер Хёрд в отношении силы пиара [Электронный ресурс] / Дж. Уилсон // *Forbes*. 2022. 16 мая. URL: <https://www.forbes.com/sites/joshwilson/2022/05/16/optics-and-facts-what-the-johnny-depp-and-amber-heard-trial-teaches-us-about-the-power-of-pr/> (дата обращения: 07.02.2026).

## References

1. Akopov, G.L., Arutyunyan, E.G., Gromova, L.P., & Petrosyan, D.V. (2024). Sociokul'turnoe izmerenie «kul'tury otmeny» kak fenomena XXI veka [The socio-cultural dimension of the “culture of cancellation” as a phenomenon of the XXI century]. *Litera*, 7. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsiokulturnoe-izmerenie-kul'tury-otmeny-kak-fenomena-xxi-veka/viewer> (Accessed on February 09, 2026). (In Russ.).
2. Alyoshicheva, T. (2021). Bol'shaya chistka: kak Gollivud perevarivaet «kul'turu otmeny» [The Big Purge: How Hollywood is digesting the “cancel culture”]. *RBC Radio*. URL: <https://style.rbc.ru/life/6152cd5f9a7947887c54e3b6> (Accessed on February 10, 2026). (In Russ.).
3. Antipina, Yu.V. (2012). Fanatskie subkul'tury i ih vzaimodejstvie s media [Fan subcultures and their interaction with the media]. *Materialy IV Vserossijskogo sociologicheskogo kongressa [Proceedings of the IV All-Russian Sociological Congress]*. Moscow: ROS, 486–495. URL: [https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/51960/1/klo\\_2013\\_062.pdf](https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/51960/1/klo_2013_062.pdf). (Accessed on February 20, 2026). (In Russ.).
4. Johnny Depp: snova mozno lyubit' [Johnny Depp: It's Possible to Love Again]. *Dzen.ru*. 2022. URL: [https://dzen.ru/a/Ywc0nmoug0vjw5X5#cto\\_po\\_pr\\_i\\_pri\\_chem\\_zdes\\_tramp](https://dzen.ru/a/Ywc0nmoug0vjw5X5#cto_po_pr_i_pri_chem_zdes_tramp). (Accessed on February 17, 2026). (In Russ.).
5. Ivanova, V., Mironov, F. (2025) Kto, kak i skol'ko: poschitali vse vlozheniya gosudarstva v kino i seriale v 2025 godu [Who, how, and how much: all state investments in movies and TV series in 2025]. *Kinopoisk*. URL: <https://www.kinopoisk.ru/media/article/4011265/> (Accessed on February 8, 2026). (In Russ.).
6. Nikitin, A.V., Orlinskaya, O.M., Sedaev, P.V., Ustinkin, S.V., & Fomenkov, A.A. (2022). Kul'tura otmeny: prichiny trudnostej razvitiya v Rossii [Cancel Culture: Reasons for Development Challenges in Russia]. *Vlast' [The Authority]*, 30 (3), 65–69. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kul'tura-otmeny-prichiny-trudnostej-razvitiya-v-rossii/viewer> (Accessed on February 21, 2026). (In Russ.).
7. Makusheva, O.N. (2012). Kul'tura kak «vtoraya priroda» [Culture as a “Second Nature”]. *Sbornik nauchnykh trudov «Aktual'nye voprosy ekonomiki, upravleniya i prava» [Digest of Scientific Works “Current Issues of Economics, Management and Law”]*, 1, 92–96. URL: <https://rucont.ru/efd/564648> (Accessed on February 11, 2026). (In Russ.).
8. Ovchinnikov, A.V., Anikin, D. A. (2025). «Kul'tura otmeny» i «korporativnaya otmena» v diskurse social'noj filosofii [“Cancel culture” and “corporate cancellation” in the discourse of social philosophy]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya [Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science]*, 83, 76–87. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kul'tura-otmeny-i-korporativnaya-otmena-v-diskurse-sotsialnoj-filosofii/viewer>. (Accessed on February 14, 2026). (In Russ.).
9. Podrabinok, E. M. (2023). «Kul'tura otmeny» i dostoinstvo lichnosti [Cancel culture and Personal Dignity]. *Grazhdanskoe pravo [Civil Law]*, 272–282. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kul'tura-otmeny-i-dostoinstvo-lichnosti/viewer>. (Accessed on February 27, 2026). (In Russ.).
10. Rozanov, A.V., Polunina, O.S. (2023). Mekhanizmy funkcionirovaniya kul'tury otmeny v SMI [Mechanisms of Functioning the Culture of Canceling in the Media]. *Bulletin of Science [Vestnik nauki]*, 5(62), 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/mekhanizmy-funktsionirovaniya-kul'tury-otmeny-v-smi/viewer>. (Accessed on February 7, 2026). (In Russ.).
11. Sadchikov, Jr. M. (2023). «S glaz doloj, iz televizora – von»: chego lishitsya Kirkorov iz-za goloj vecherinki Ivleevoj [“Out of sight, out of TV—: what Kirkorov will lose because of Ivleeva's naked party”]. *78.ru*. URL: <https://78.ru/articles/2023-12-30/s-glaz-doloi-iz-televizora-von-chego-lishitsya-kirkorov-izza-goloi-vecherinki-ivleevoi>. (Accessed on February 14, 2026). (In Russ.).
12. Sekretnye zakroma Kirkorova: otkupit'sya ot «goloi vecherinki» ne poluchitsya [Kirkorov's Secret Stash: You Can't Buy Your Way Out of a Naked Party]. *Tsargrad*. 2024. URL: [https://tsargrad.tv/investigations/sekretnye-zakroma-kirkorova-otkupitsja-ot-goloi-vecherinki-ne-poluchitsja\\_948374](https://tsargrad.tv/investigations/sekretnye-zakroma-kirkorova-otkupitsja-ot-goloi-vecherinki-ne-poluchitsja_948374) (Accessed on January 07, 2026). (In Russ.).
13. Sentsova, K. (2024). Convergent Culture and Fan Experience [Konvergentnaya kul'tura i fanatskij opyt]. *Tyumen Courier newspaper [Gazeta tyumenskij kur'er]*, URL: <https://tm-courier.ru/2024/11/02/konvergentnaya-kul'tura-i-fanatskij-opyt/>. (Accessed on February 01, 2026). (In Russ.).
14. Helmore, E. (2022) “It's not about politics, it's about money”: Will Hollywood take Johnny Depp back?. *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/film/2022/jun/11/johnny-depp-film-career-hollywood-amber-heard>. (Accessed on February 01, 2026).

**Стратегии антикризисных коммуникаций в условиях «культуры отмены»:  
сравнительный анализ практик голливудский и российской киноиндустрии**

15. Wilson, J. (2022). Optics And Facts; What The Johnny Depp And Amber Heard Trial Teaches Us About The Power Of PR. *Forbes*. URL: <https://www.forbes.com/sites/joshwilson/2022/05/16/optics-and-facts-what-the-johnny-depp-and-amber-heard-trial-teaches-us-about-the-power-of-pr/>. (Accessed on February 07, 2026).