

Аліна Вовкобой,
здобувач третього (освітньо-наукового) рівня вищої освіти,
спеціальність 061 Журналістика,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
Науковий керівник –
кандидат філологічних наук,
доцент кафедри масової та міжнародної комунікації
Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара
Лілія Темченко

«ЦИФРОВА ГІЛЬЙОТИНА» ЯК НОВА ФОРМА МЕДІААКТИВІЗМУ: ПЕРЕДУМОВИ, ЦІЛІ ТА РЕЗУЛЬТАТИ

Соціально-комунікаційна культура будь-якого суспільства, особливо мережевого, є динамічною. Сьогодні однією з найновітніших форм реалізації культури скасування є так звана «цифрова гільйотина» – медіатренд, метою якого є докорінна трансформація сучасного медіаландшафту шляхом метафоричного «відсікання» від публічної підтримки тих, хто не користується своїм соціальним статусом заради наближення реальних позитивних змін. Нова форма канцелінгу швидко стала вірусною й на певний час заповнила інформаційний простір ряду популярних соцмереж, передусім – *TikTok* та *Instagram*. Однак виникає закономірне питання: «*Чи досягла вона поставлених цілей?*».

Моментом зародження цього медіатренда стала публікація користувачкою *TikTok* на ім'я Рей (@*ladyfromtheoutside*) авторського відеозвернення, у якому йдеться: «*Для людей настав час втілити в життя те, що я хочу назвати «цифровою гільйотиною». Або, якщо бажаєте, «диджитиною» (від англ. скор. “digitine,” тобто “digital guillotine” – прим. авт.). Настав час заблокувати всіх знаменитостей, впливовців і заможних світських осіб, які не використовують свої ресурси задля допомоги вкрай нужденним. Ми ті, хто дали їм їхні платформи, настав час їх відчужити – забрати назад наші перегляди, наші вподобайки, наші коментарі та наші гроші шляхом блокування цих осіб у кожній соціальній мережі та на кожній цифровій платформі*» [1]. Приводом для виголошення такого закликів стала публікація відомої американської медіаособистості Гейлі Каліл (@*haleuybaylee*). У жартівливому ліпсінк-відео з престижного заходу *Met Gala* вона, використавши аудіофрагмент із кінострічки «*Марія-Антуанетта*» (2006), процитувала приписану останній королеві Франції горезвісну фразу «*Нехай їдять тістечка*» [2]. Однак про справжню причину громадського

невдоволення свідчать події, на тлі яких розгорталася ця контроверза. Так, найголовніший івент у світі моди, відомий своєю ексклюзивністю та екстравагантністю запрошених гостей, відбувся 6 травня 2024 року – у день наступу ізраїльської армії на місто Рафах у Секторі Гази.

Контраст між цими двома реаліями – триумф розкоші в період загострення міжнародних конфліктів, створення елітою байдужого контенту замість привернення уваги до важливих соціальних проблем, витрачання величезних коштів на статусні символи, тоді як у світі панують смерть, голод і руйнування – більшість Інтернет-користувачів охарактеризувала як антиутопічний. Події сьогодення почали активно прирівнювати до сюжету популярної медіафраншизи під назвою *«Голодні ігри»*, у якій заможні капітолійці свідомо перебувають у безпеці власної *«інформаційної бульбашки»*, відсторонено споглядаючи за екзистенційною боротьбою мешканців більш віддалених дистриктів на кривавій арені [3]. Наочна паралель між реальністю та постапокаліптичною фікцією (а також між сучасністю та епохою Старого порядку) лише зміцнила нетизенів у бажанні дати відсіч подібним «іграм» та «відкрити очі» їх мовчазним спостерігачам. Так, на сьогодні відео пані Рей налічує 2,7 млн переглядів та майже 600 тис вподобайок, а під хештегом *#blockout2024* зроблено понад 46 тис публікацій. У мережі також з'явився окремий сайт зі списком осіб, яких, на думку аудиторії, необхідно якнайшвидше притягти до соціальної відповідальності. Та попри масштабність анти-зіркової кампанії, вона мала доволі неоднозначні результати (див. табл. 1).

Таблиця 1. Динаміка зміни кількості підписників «скасованих» медіа особистостей

Ім'я	TikTok			Instagram		
	Загальна кількість до 06.05.2024	Втрата після 06.05.2024	Загальна кількість на 23.03.2025	Загальна кількість до 06.05.2024	Втрата після 06.05.2024	Загальна кількість на 23.03.2025
Гейлі Каліл	10 млн	–100 тис	12 млн	5,8 млн	?	7,1 млн
Тейлор Свіфт	32 млн	–300 тис	32 млн	279 млн	–50 тис	283 млн
Селена Гомес	59 млн	–1 млн	59 млн	430 млн	–100 тис	422 млн
Ім'я	X (раніше Twitter)			Instagram		
	Загальна кількість до	Втрата після 06.05.2024	Загальна кількість на	Загальна кількість до	Втрата після 06.05.2024	Загальна кількість на

	06.05.2024	4	23.03.2025	06.05.2024	4	23.03.2025
Кім Кардаш'ян	75 млн	–9 тис	75 млн	363 млн	–1 млн	358 млн
Зендея	20 млн	–40 тис	20 млн	184 млн	–153 тис	180 млн
Біллі Айліш	7 млн	?	7 млн	119 млн	–1 млн	124 млн
Бейонсе	15 млн	?	15 млн	320 млн	–689 тис	312 млн
<i>Джерела (дата звернення: 26.03.2025):</i> https://www.forbes.com/sites/danidiplacido/2024/05/29/why-are-people-blocking-celebrities-on-tiktok/ https://www.aa.com.tr/en/middle-east/celebrities-face-digital-blockout-over-silence-on-gaza-war/3217927						

Ця вибірка демонструє, що початкова фаза медіаактивізму була досить дієвою – у перші тижні протесту за допомогою «цифрової гільйотини» від акаунтів-мішеней було «відтято» декілька мільйонів підписників, що змусило певних публічних осіб порушити тишу щодо власної соціальної позиції. Попри це, ми не можемо з впевненістю говорити про успіх цієї кампанії, оскільки:

- 1) порівняно із загальною аудиторією, частка втрачених підписників була надто малою для досягнення бажаного результату;
- 2) ефективність канцелінгу поступово зменшувалася через втрату актуальності інформаційного приводу;
- 3) більшість знаменитостей змогли не лише відновити свою аудиторію, але й суттєво її розширити.

Це може свідчити як про необізнаність пересічного вебгромадянина щодо природи тих чи інших міжнародних або мережових конфліктів, так і про його неготовність остаточно відмовитися від відчуття ескапізму, яке дарує перегляд улюблених контент-мейкерів.

Більш точне пояснення результатів цього кейсу скасування пропонує комунікаційна модель науковців В. Бошера та К. Альбрехта, яка досліджує закономірності впливу культурних факторів на стосунки між індивідами (див. рис. 1). Так, у залежності від зовнішніх та внутрішніх чинників, парасоціальні зв'язки можуть трансформуватися в без особистісні – позбавлені емоційного складника й спрямовані виключно на досягнення конкретної мети [4, с. 5–8].

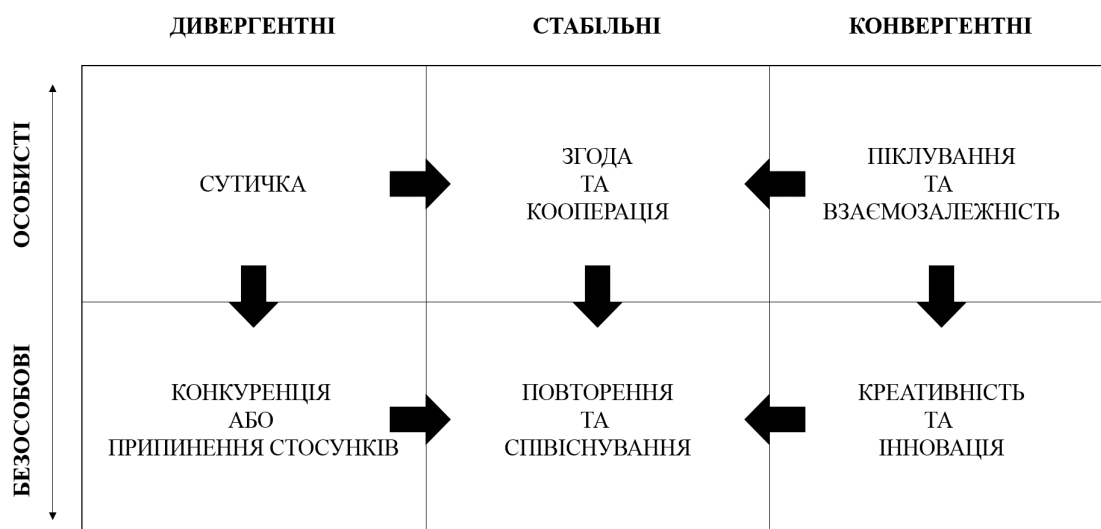


Рис. 1. Вплив культурних факторів на стосунки між індивідами

Наприклад, у стабільних та конвергентних відносинах активна аудиторія з часом стає пасивною, якщо на сторінці немає бажаного контенту (залучення як спосіб вираження підтримки vs скролінг як метод марнування часу). У відносинах дивергентного характеру, які передують скасуванню, розбіжності в поглядах, навпаки, спричиняють інтенсифікацію взаємодії аудиторії шляхом ініціювання конфлікту – публічного виявлення невдоволення через брак затребуваного контенту. Його подальше неотримання призводить або до остаточного розірвання відносин, або до початку своєрідної «інформаційної війни», у якій кожна зі сторін має намір перемогти (наприклад, масова публікація звинувачувальних коментарів на адресу публічної особи як стратегія її скасування vs фільтрація публічною особою негативних коментарів з метою збереження власного іміджу). Найцікавішим є те, що, за моделлю Бошера-Альбрехта, попри траєкторію розвитку будь-яких відносин, усі вони рано чи пізно доходять спільного висновку – повторення та співіснування. Іншими словами, це означає, що успіх або провал «цифрової гільйотини» у довгостроковій перспективі мав би такий вигляд:

1. *Провал кампанії.* Подальша підтримка представників еліти, які ігнорують нагальні проблеми сьогодення → продовження мережевого співіснування як суб'єктів, так і об'єктів скасування; відновлення дивергентних стосунків.

2. *Успіх кампанії.* Початок використання елітою власних ресурсів задля покращення соціального становища глобального суспільства →

продовження мережевого співіснування як суб'єктів, так і об'єктів скасування; встановлення стабільного чи конвергентного типу стосунків.

3. *Успіх кампанії.* Деплатформізація представників еліти, які ігнорують нагальні проблеми сьогодення → продовження мережевого співіснування як суб'єктів, так і об'єктів скасування через незміну наявності цифрового сліду останніх.

Отже, як засвідчили результати дослідження, нова форма медіаактивізму, відома як «цифрова гільйотина», не виправдала покладених на неї сподівань. До того, вона допомогла ідентифікувати так званий парадокс культури скасування: *а чи може будь-яка впливова публічна особа бути по-справжньому скасованою?* – питання, відповідь на яке потребує подальших соціокомунікаційних досліджень.

Список використаної літератури

1. It's time for the people to conduct what I want to call a 'digital guillotine.' *TikTok*. URL: <https://www.tiktok.com/@ladyfromtheoutside/video/7366720367882210602> (дата звернення: 26.03.2025).

2. 'Let them eat cake': Why one influencer is facing backlash over her TikTok. *CNN*. URL: <https://edition.cnn.com/2024/05/17/entertainment/video/let-them-eat-cake-influencers-celebrities-blockout2024-digvid> (дата звернення: 26.03.2025).

3. Navlakha M. Why the internet is comparing the Met Gala to 'The Hunger Games.' *Mashable*. URL: <https://mashable.com/article/met-gala-2024-hunger-games> (дата звернення: 26.03.2025).

4. Pfeiffer J. W. Theories and Models: Group. The Pfeiffer Library Volume 25, 2nd Edition, 1998. 292 p.