

Мелина А.Ю.

ВЗАИМОСВЯЗЬ ЛОКУЦИИ РАСКАЯНИЯ И ПЕРЛОКУТИВНОГО ЭФФЕКТА В КОНТЕКСТЕ СЛУЧАЕВ «ОТМЕНЫ»[©]

*Московский государственный лингвистический университет,
Россия, Москва, McShane97.pt@gmail.com*

Аннотация. В статье рассматривается акт публичного извинения как часть процесса «отмены» через призму теории речевых актов Дж. Остина. Актуальность исследования обусловлена интересом исследователей к феномену в контексте лингвопрагматики и реальным последствиям, сопряженным с этим явлением. Посредством контент-анализа на материале различных кейсов «отмены» в русско- и англоязычном медиапространстве устанавливается связь между выражением раскаяния в извинении и смягчением последствий процесса «отмены» для индивида или компании. Ожидаемый перлокутивный эффект наблюдается, когда объект «отмены» принимает единоличную ответственность за собственные действия, выражает безоговорочное раскаяние в них, а также дает публичное обещание смягчить последствия этих действий.

Ключевые слова: культура отмены; социальные интернет-сети; социолингвистика; лингвопрагматика; теория речевых актов.

Получена: 16.09.2024

Принята к печати: 20.10.2024

Melina A.Yu.

**On interconnection between exhibition of remorse and
perlocutionary effect in cases of cancel culture[©]**

*Moscow State Linguistic University,
Russia, Moscow, Mcshane97.pm@gmail.com*

Abstract. In this article the act of a public apology as a part of cancel culture is analyzed from the standpoint of J. Austin's speech act theory. The relevance of the research is supported by the interest shown to the phenomena in the context of lingua-pragmatics and real consequences "cancelling" results in. Through content analysis of various "cancelling" cases in Russian and English-speaking media, a connection is established between the expression of remorse in the text of the apology and mitigation of the "cancelling" consequences for an individual or a company. The expected perlocutionary effect is observed in cases where the object of the cancelling accepts sole responsibility for their actions, expresses unconditional remorse about them and publicly commits to mitigate their repercussions.

Keywords: cancel culture; social media; sociolinguistics; linguistic pragmatics; speech acts theory.

Received: 16.09.2024

Accepted: 20.10.2024

Введение

Явление «культуры отмены», под которым в общественном дискурсе подразумевается получение либо угроза значительных материально-имиджевых издержек в результате общественно прицаемых высказываний либо действий, является существенным фактором влияния на деятельность публичных лиц и частных компаний [Мирзаева, 2023]. Анализ данных о кейсах «отмены», произошедших с 2014 по 2024 г., позволяет установить, что самым распространенным видом реакции объекта «отмены» является публичное извинение [Jang, 2023]. Схожие структуры, речевые обороты и элементы содержания позволяют выделить тексты данных извинений в отдельный жанр, обладающий высоким потенциалом лингвопрагматического воздействия, которое может быть положительным и отрицательным [Кошкова, 2020]. К положительному лингвопрагматическому воздействию относится восстановление индивидуального социального капитала [Aráguiz, 2025], к отрицательному –

невозможность остановить процесс потери индивидуального социального капитала либо дополнительные издержки как результат собственно публикации извинения [Aránguiz, 2025]. Упомянутый потенциал, а также относительная новизна «культуры отмены» как предмета научного исследования одновременно с изменчивостью и вариативностью процессов «отмены» определяют актуальность данного исследования.

Целью работы является определение параметров корреляции между лингвистическим выражением раскаяния и перлокутивным актом при реализации «культуры отмены».

Представленное исследование имеет практическую значимость для деятельности публичных лиц и частных компаний, а также работы PR-агентств и политических деятелей. Практический интерес представляют способы оказать как позитивное лингвопрагматическое воздействие в случае, когда целью является восстановление или сохранение индивидуального социального капитала объекта, так и негативное лингвопрагматическое воздействие в случае, когда субъект заинтересован в нанесении дальнейшего ущерба индивидуальному социальному капиталу объекта.

Понятийный аппарат исследования

Автор предлагает собственное определение явления «отмены», которое будет использовано в рамках данной статьи: культура отмены – систематическое (1) привлечение публичных лиц (2) к ответственности за их высказывания и действия, (3) берущее начало среди народных масс и (4) приводящее к значительным финансовым, репутационным, личным и иным потерям (5) для этих публичных лиц [Мелина, 2023].

Среди российских исследователей культура отмены рассматривается прежде всего с морально-этической точки зрения, внимание акцентируется в большей степени на последствиях состоявшейся «отмены» и связи ее с формированием института репутации и изменением общественных морально-этических норм, в меньшей степени «отмена» рассматривается в ходе осуществления как обратимый и контролируемый процесс [там же]. Для зарубежных исследователей культура отмены представляет интерес как показатель растущей роли социальных интернет-сетей [Alvarez Trigo, 2020] либо поляризации общества в основных политических вопросах [Bhat, Klein, 2020].

Ключевым термином данного исследования является понятие индивидуального социального капитала. П. Бурдье определяет социальный капитал как «совокупность реальных и потенциальных ресурсов, связанных с обладанием прочной сетью более или менее институционализированных отношений взаимного знакомства и признания» [Richardson, 1986]. Другие определения социального капитала ориентированы не на индивида, а на совокупность отношений в обществе, уровень доверия и кооперации в нем. Так, Р. Патнэм под социальным капиталом подразумевает «связи между индивидами – социальные сети и происходящие от них нормы взаимности и доверия» [Putnam, 2001], а Ф. Фукуяма определяет социальный капитал как неформальную норму, способствующую кооперации между двумя и более индивидами [Fukuyama, 1997].

В начале XXI в. на основании понятия «социальный капитал» была предложена идея «индивидуального социального капитала», определяемого как система межличностных связей индивида, его социальная включенность [Dasgupta, 2002]. Отмечается также связь между успехом предприятия и индивидуальным социальным капиталом его владельца – установлено, что чем выше уровень социального капитала основателя бизнеса, тем больший успех склонно иметь его дело [Bosma et al, 2004]. Последнее, в частности, представляет отдельную важность в контексте того, что «отмена» в том виде, в каком она рассматривается, приводит к реальным издержкам не только в репутации, но и в профессиональной сфере ее объекта.

Переходя к частным примерам, отметим, что в рамках исследования индивидуальный социальный капитал, то есть социальная включенность объекта «отмены», может подразумевать совокупность таких факторов, как действующие рекламные контракты, участие в профессиональных проектах, количество фолловеров в социальных интернет-сетях и коммерциализация собственной деятельности через продажи фирменной продукции, билетов на выступления, доступа к контенту с участием объекта «отмены» и т.п. В индивидуальный социальный капитал нами не включается негативная общественная реакция в случаях, когда она не оказывает влияние на указанные выше материальные факторы.

Реализация «культуры отмены» рассматривается в соотношении с теорией речевых актов, предложенной Дж. Остином и существенно дополненной Дж. Серлем [Searle, 1979] в середине XX в. Согласно данной теории речевой акт, являющийся основной

единицей коммуникации, должен быть рассмотрен не только со стороны того, какие языковые единицы были использованы при составлении высказывания, но и с позиции роли, которую играет высказывание в коммуникации, а также конечной цели, с которой оно было произнесено. Дж. Остин разделяет речевые акты на [Austin, 1962]: локутивные – само произнесение фразы, издание звуков, использование связанных друг с другом слов; иллокутивные – коммуникативная цель высказывания, его характер; перлокутивные – конечная цель высказывания, то, какого эффекта говорящий стремится добиться.

Дж. Остин предлагает следующую классификацию иллокутивных актов:

- вердиктивы – высказывания, выполняющие функцию вынесения определенного решения (*полагаю, оцениваю* и т.д.);
- экзерситивы – приказы, советы, принуждения и т.д.;
- комиссивы – высказывания, выражающие намерения, обещания, взятые на себя обязательства;
- бехабитивы – высказывания, сделанные с целью соблюдения этикетов и социальных установок (извинения, благодарности, приветствия и т.д.);
- экспозитивы – высказывания, выполняющие функцию объяснения, аргументации и выяснения причин.

При использовании данной классификации в контексте «культуры отмены» для публичного извинения характерно несоответствие между иллокутивным и перлокутивным актами. Для физических лиц триггером «отмены» служат личные конфликты, в частности харассмент либо буллинг в отношении другого физического лица, извинения которому можно принести в частном порядке. Таким образом, сам публичный характер таких изменений позволяет считать, что хотя с точки зрения иллокуции данное высказывание является бехабитивом, конечной его целью, то есть перлокутивным актом для говорящего, является не получение прощения от пострадавшей стороны, а сохранение индивидуального социального капитала.

Дальнейшее развитие теория речевых актов [Searle, 2012] получила в работах Дж. Серля, который предлагает следующую классификацию высказываний:

- репрезентативы (также ассертивы) – высказывания, отражающие реальное положение вещей;
- директивы – побуждения собеседника к действию;

- комиссивы – высказывания, выражающие намерения, обещания, взятые на себя обязательства;
- экспрессивы – высказывания, выражающие психологическое состояние говорящего (благодарность, сочувствие, приветствие и т.д.);
- декларативы – высказывания, становящиеся соответствующими реальности ввиду того, что они были произнесены (*Я увольняюсь, Я поздравляю* и т.п.).

Позднее в лингвопрагматической науке были выделены пять ключевых элементов извинения [Blum-Kulka, House, Kasper, 1989]:

- способ выражения иллокутивной силы (собственно, выражение извинения, такие слова и выражения, как *Извините, Простите, Мне жаль*;
- принятие на себя ответственности (например, *Мы совершили ошибку*);
- объяснение происходящего (например, *К сожалению, в связи с погодой возможны задержки*);
- шаги к исправлению ситуации (например, *Мы работаем над возмещением средств*);
- обещание на будущее (например, *Будем стараться, чтобы этого не произошло в будущем*).

Далее в качестве основных стратегий восстановления имиджа субъекта, вынужденного приносить извинения, предлагаются следующие действия [Benoit, 1995]:

- отрицание, в том числе перенос вины на других лиц;
- уклонение от ответственности, включающее апелляции к случайности, благим намерениям объекта, нехватке информации и возможностей либо к имевшей место провокации;
- преуменьшение оскорбительности деяния через минимизацию, дифференциацию, компенсацию и иные средства;
- корректирующее действие, то есть план решения или дальнейшего предотвращения проблемы;
- принижение себя через признание вины и поиск прощения.

Лингвопрагматика XXI в. исследует жанр публичного извинения начиная с середины 2010-х годов. Отдельный интерес данная проблема вызывает в контексте мультимодальных исследований видеоизвинений принесенных как частными лицами, так и предприятиями [Jaworska, 2023; Sandlin, Gracialny, 2018]. Так, в качестве элементов канонического нарратива в видеоизвинениях различных компаний называются введение, ориентирование,

кульминация и концовка. Семиотическими сходствами публичных видеоизвинений называются музыкальное сопровождение, цветовая гамма ролика, его персонажи, их действия и выражения лица [Jaworska, 2023]. В тех случаях, когда рассматриваются публичные извинения в форме постов в социальных интернет-сетях, выделяется их схожая структура, а именно приветствие, заключение, подпись под сообщением и обращение к клиенту по имени там, где это возможно. Упомянутые языковые средства не являются характерными для публикаций другого характера в тех же социальных интернет-сетях и потому могут расцениваться как попытка компании установить дистанцию между адресантом и возможными адресатами извинения [Page, 2013].

Лингвистические детерминанты перлокутивного акта публичных извинений

Данная работа составлена на основании кейсов «отмены», затрагивающих медийных деятелей и компаний, имевших разные по силе последствия и послужившие триггером для принесения публичных заявлений различного характера объектами «отмены». Данные случаи включали как кейсы, где публичное извинение имело положительный эффект, так и те, в которых извинение не принесло желаемый результат либо далее увеличило негативные последствия для объекта «отмены». Для каждого кейса рассматривалось не менее трех публикаций в СМИ, и одной компиляции реакций в социальных интернет-сетях, содержащей не менее 20 комментариев. Итого материал исследования составили 276 единиц анализа (в рамках 69 кейсов, из которых к положительному для объекта «отмены» результату привело 22 кейса, к отрицательному – 47). В рамках данной работы будут подробно рассмотрены и описаны кейсы, одновременно демонстрирующие несколько детерминант. В результате были выделены следующие pragматические детерминанты успешного публичного извинения:

- выражение признания, что ошибочное действие имело место, отказ от его отрицания, отказ от замалчивания проблемы (16 ед. / 73%), например, рассматриваемые далее в данной работе кейсы № 1 и № 2;
- выражение раскаяния за совершенное действие и принятия на себя ответственности за него (13 ед. / 59%), например, рассматриваемый далее кейс № 2;

- заявление о реальных добровольных совершенных действиях для смягчения последствий поступка: выплата компенсации пострадавшим, уход с занимаемой должности, примирение с пострадавшим, подтвержденное с его стороны (8 ед. / 36%), например, рассматриваемый далее кейс № 1.

Материалы исследования взяты на английском и русском языках. Такой выбор обусловлен тем, что явление «культуры отмены» зародилось в англоязычной среде, однако нам наиболее интересно на основе компаративного анализа увидеть, как эти явления проявляются в русскоязычной лингвокультуре как объекте возможного внешнего воздействия.

Извинения, имевшие ожидаемое лингвопрагматическое воздействие, таким образом, включали в себя высказывания, которые Серль определяет как экспрессивы (выражение извинения, раскаяния), комиссивы (принятие на себя обязательств в отношении реальных действий или изменения поведения), а также репрезентативы (репрезентация реального положения дел, то есть признание самого факта деяния).

В качестве кейса № 1 был рассмотрен случай российской медийной личности *А*¹. Допустив оскорбительные высказывания о жертвах домашнего насилия, она принесла извинения, признав их неприемлемость, дополнительно сообщив о планах снять фильм о домашнем насилии и сделать пожертвование в специализированные фонды, которые в дальнейшем действительно были осуществлены. Несмотря на изначальную потерю контрактов с крупными брендами, после этих шагов количество ее подписчиков в социальных интернет-сетях выросло на несколько сотен тысяч по сравнению с тем же показателем до совершения оскорбительных высказываний; сама *А* продолжила работу на российском телевидении, а также публичную и коммерческую деятельность.

Рассмотренным кейсом № 2 является извинение, принесенное американской медийной личностью *Б*. После того, как в широком доступе оказались посты из ее неактивных на данный момент социальных интернет-сетей, содержащие оскорбительные высказывания об отдельных социальных группах, *Б* выпустила официальный комментарий, где использовала такие обороты как «*мне крайне стыдно за [язык, который использовала]*», и сожалеть об

¹ Здесь и далее рассматриваются реально произошедшие кейсы, однако фигуранты данных случаев анонимизированы.

этом я буду всегда», «я извинилась [ранее] и вновь прошу прощения сейчас», а также «я проявила необразованность и невежественность». Принятие на себя полной ответственности способствовало тому, что по сей день *Б* продолжает музыкальную и актерскую деятельность, включающую в себя выступления на ведущих фестивалях и получение престижных наград.

В случаях несостоявшегося перлокутивного акта, в свою очередь, были выделены следующие детерминанты:

- отказ от раскаяния, перенос вины на недоброжелателей либо общественные движения, чьих взглядов объект «отмены» не разделяет (27 ед. / 57%), например, рассматриваемый далее кейс № 4;
- разделение ответственности с пострадавшими, смещение фокуса с поступка на их чувства, использование фраз со значением «извините, если сделал вам больно», либо «мне жаль, что я сделал вам больно» вместо «мне жаль, что я совершил данный поступок» (22 ед. / 47%), например, рассматриваемый далее кейс № 3;
- отрицание произошедшего при отсутствии доказательств своей невиновности (12 ед. / 26%), например, рассматриваемый далее кейс № 4;
- апелляция к внешним обстоятельствам, попытка смягчить вину за счет упоминания своей принадлежности к социальной группе, которую принято считать угнетаемой либо приведение в пример других схожих кейсов, в которых объекты не понесли серьезных издержек (9 ед. / 19%), например, рассматриваемый далее кейс № 3;
- использование юмора, включение в извинение шуток и шутливых отсылок к предыдущим событиям в карьере, отказ от серьезного тона извинения (7 ед. / 15%), например, рассматриваемый далее кейс № 4.

Первое публичное извинение уже упомянутой *А*, являющейся субъектом кейса № 1, является примером несостоявшегося перлокутивного акта на русском языке, послужившим основой для кейса № 3. Извинение было принесено после того, как высказывания стали причиной разрыва рекламных контрактов с рядом брендов и потери награды, присужденной *А* ведущим глянцевым изданием. После этого видеоролика *А* подверглась еще большей критике из-за того, что извинялась, по собственным словам, за *некорректные формулировки*, а не за само содержание высказывания, а также упоминала

о неких прошлых событиях, о которых пока не готова говорить, предположительно намекая на то, что сама была жертвой домашнего насилия. Резко негативная реакция на данное видео побудила *A* выразить раскаяние в иных формах, что оказалось ожидаемое лингвопрагматическое воздействие.

Примером несостоявшегося перлокутивного акта на английском языке является кейс № 4, представляющий высказывание американской комедиантки *B*, которую летом 2023 г. обвинили в неприемлемом поведении по отношению к несовершеннолетним поклонникам. Несмотря на многочисленные показания пострадавших от ее действий бывших поклонников, а также доказательства в виде скриншотов переписки, видеокомментарий *B* о данной ситуации не содержит выражений вины, при этом события, подтверждаемые рядом не связанных друг с другом источников, комментируются как работа *вереницы токсичных сплетников*, которые якобы пытаются уничтожить репутацию *B* за то, что *много лет назад [она] однажды неуместно пошутила*. Кроме того, ее высказывание было опубликовано в форме десятиминутной шуточной песни, в которой она аккомпанирует себе на укулеле. В результате *B* отменила все свои выступления и с момента скандала не выпустила ни одного видео на своем YouTube-канале, имеющем более 10 млн подписчиков.

Экстравиалингвистические детерминанты перлокутивного акта публичных извинений

В ходе исследования было установлено, что, хотя лингвистические аспекты извинения и имеют реальное влияние на успех извинения в целом, существует также ряд экстравиалингвистических параметров, имеющих потенциал как способствовать положительному лингвопрагматическому воздействию извинения, так и наоборот, превратить его в резко негативное. К таким параметрам можно отнести соразмерность поступка и публичного комментария о нем и единичность либо повторное совершение осуждаемого поступка.

Под соразмерностью поступка подразумевается, что публичные извинения оказывают ожидаемое воздействие только в случаях, когда комментируют высказывание, а не реальное действие, в том числе классифицируемое как правонарушение. Обратной ситуацией является кейс № 5 с «отменой» американской телеведущей *Г* в 2020 г. Тогда *Г*, обвиняемая в создании тяжелых условий

работы для своей съемочной группы, принесла публичные извинения в следующем выпуске своего ток-шоу, используя такие фразы, как *прошу прощения у людей, которых это затронуло и я беру ответственность за то, что происходит на моем шоу*. Несмотря на то, что использованные в извинении лексические единицы относятся к способствующим положительному эффекту, в данной ситуации сохранить индивидуальный социальный капитал не удалось ввиду несоразмерности деяния. Так, одним из обвинений в адрес Г было то, что она уволила сотрудника, который создал краудфандинговую страницу для оплаты непокрываемого рабочей страховкой лечения. К числу обвинений относился и тот факт, что в начале пандемии Covid-19 Г уволила часть съемочной группы шоу, чтобы заменить их сотрудниками, чьи интересы не представляет ни один профсоюз. Таким образом, даже успешное с лингвистической точки зрения извинение оказалось недостаточным, чтобы избежать последствий обнародования фактов создания финансовых и трудовых препятствий для нескольких десятков человек. В результате в конце того же телесезона Г объявила о закрытии своего шоу, выходившего в эфир почти 20 лет.

Примечательно, что многократные случаи «отмены» одного и того же публичного лица или компании не обязательно имеют негативный эффект. Например, для ряда публичных лиц каждый последующий случай «отмены» имеет все меньший эффект за счет того, что такое поведение становится ожидаемым, привычным и, как следствие, уже не вызывает резко негативной реакции. Так, в кейсе № 6 американская певица Д впервые стала объектом «отмены» в 2018 и 2020 г. в результате использования оскорбительных терминов по отношению к различным меньшинствам. Тогда певица принесла публичные извинения, в которых взяла ответственность за свое поведение. Аналогичная ситуация возникла в 2022 г., когда певица была вынуждена извиниться за неуважительное отношение к фанатам во время гастролей в Парагвае. Тем не менее, когда в 2023 г. ее вновь обвинили в неуважении к фанатам, она не принесла никаких извинений, наоборот, посоветовав им *выключить телефон и найти работу или помочь родителям по дому*. Поскольку такое поведение не стало неожиданностью для фанбазы Д, оно не дало достаточного импульса для ее полноценной «отмены». Несмотря на потерю 250 тысяч фолловеров с момента скандала Д выступила на престижной церемонии вручения музыкальных наград, а ее новый сингл три недели продержался на первой строчке главного

хит-парада США. Предположительно, регулярные попытки «отмены» способствовали одновременному отчуждению тех фанатов *Д*, которые уделяют важное место поведению и личностным качествам медиийных персон и сохранению таких поклонников, интерес которых вызывает исключительно ее творчество.

Выводы

Проанализированные на данном этапе случаи позволяют предположить, что в результате использования различных лингвистических средств при составлении публичного извинения достигаются различные лингвопрагматические результаты. Так, наиболее успешными с точки зрения лингвопрагматического воздействия являются те высказывания, которые включают безусловное раскаяние, единоличное принятие ответственности, а также заявление о реальных действиях с целью смягчить последствия поступка. Наименее успешными с лингвопрагматической точки зрения являются извинения, не включающие в себя выражений раскаяния, а также содержащие отрицание предоставленных доказательств, разделение ответственности с пострадавшими, апелляцию к внешним факторам и неуместный юмор.

Таким образом, наиболее сильное воздействие с точки зрения перлокуции имеют комиссивы, экспрессивы, в частности выражающие раскаяние и осознание субъектом ошибочности своих действий, а также декларативы с той точки зрения, что к ним относятся ключевые для данного жанра высказывания типа *Я приношу извинения* или *Я беру на себя ответственность*.

Следует также обратить внимание на то, что значительное влияние на результат перлокутивного акта, превосходящее по силе лингвистические параметры, могут иметь экстралингвистические факторы, включая соразмерность извинения поступку и повторные случаи «отмены». Статистический анализ данных позволит сделать выводы о том, подтверждаясь ли сделанные нами на данном этапе наблюдения.

Список литературы

- Кошкарова Н.Н. Публичное извинение: вчера, сегодня, завтра // Жанры речи. – 2020. – № 3(27). – С. 214–221.
- Мелина А.Ю. О возможности влияния на процессы «культуры отмены» при помощи лингвистических средств // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Гуманитарные науки. – 2023. – Вып. 8(876). – С. 59–65.

- Mirzaeva D.U. Является ли культура отмены культурой? // Человек: образ и сущность. Гуманитарные аспекты. – 2023. – № 4(56). – С. 59–75.*
- Aránguiz I. Culture and symbolic capital: theoretical contributions from Pierre Bourdieu’s theory of the artistic field // Tercio Creciente, – 2025. – N 27. – P. 255–272.*
- Austin J.L. How to do things with words. – Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1962. – 174 p.*
- Benoit W. Accounts, excuses and apologies: a theory of image restoration strategies. – New York: State University of New York Press., 1995. – 208 p.*
- Blum-Kulka S., House J., Kasper G. Cross cultural pragmatics: requests and apologies. – Norwood, N.J: Ablex Pub. Corp., 1989. – 300 p.*
- Bosma N., van Praag M., Thurik R., de Wit G. The value of human and social capital investments for the business performance of startups // Small Business Economics. – 2004. – N 23. – P. 227–236. DOI: <https://doi.org/10.1023/B:SBEJ.0000032032.21192.72>*
- Dasgupta P. Social capital and economic performance: analytics // Critical Writings in Economic Institutions: Foundations of Social Capital / ed. by Ostrom E., Ahn T.K. – Cheltenham : Edward Elgar, 2003. – P. 309–339.*
- Fukuyama F. Social capital. – Oxford : Brasenose College, 1997. – 110 p.*
- Jang J.Y. A study of apology strategy realized in apology text of public figure: focusing on the impact on public evaluation // The Sociolinguistic Journal of Korea. – 2023. – Vol. 31, N 2. – P. 59–93.*
- Jaworska S. But then something happened: a critical multimodal genre analysis of corporate image repair videos // English for Specific Purposes. – 2023. – Vol. 69. – N 4. – P. 95–108.*
- Page R. Saying ‘sorry’: corporate apologies posted to twitter // Journal of Pragmatics. – 2014. – Vol. 62. – P. 30–45.*
- Richardson J. Handbook of theory and research for the sociology of education. – Westport, CT : Greenwood, 1986. – 401 p.*
- Putnam R.D. Bowling alone: the collapse and revival of American community. – New York : Simon and Schuster, 2001. – 544 p.*
- Sandlin J.K., Gracialny M.L. Seeking sincerity, finding forgiveness: YouTube apologies as image repair // Public Relations Review. – 2018. – Vol. 44. N 3. – P. 393–406.*
- Searle J.R. Speech acts: an essay in the philosophy of language. – Cambridge: Cambridge University Press, 2012. – 203 p.*
- Searle J.R. Expression and meaning: studies in the theory of speech acts. – Cambridge: Cambridge University Press, 1979. – 201 p.*

References

- Koshkarova, N.N. (2020). Public apology: yesterday, today, tomorrow. *Speech Genres*, 3(27), 214–221.
- Melina, A.Y. (2023). Prospects of impacting cancel culture with linguistic means. *Vestnik of Moscow State Linguistic University. Humanities*, 8(876), 59–65.
- Mirzaeva, D.U. (2023). Is cancel culture ‘culture’? *Human Being: Image and Essence. Humanitarian Aspects*, 4(56), 59–75.
- Aránguiz, I. (2025). Cancel culture and symbolic capital: theoretical contributions from Pierre Bourdieu’s theory of the artistic field. *Tercio Creciente*, 27, 255–272.

- Austin, J.L. (1962). *How to do things with words*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- Benoit, W. (1995). *Accounts, excuses and apologies: a theory of image restoration strategies*. New York: State University of New York Press.
- Blum-Kulka, S., House, J., Kasper, G. (1989). *Cross cultural pragmatics: requests and apologies*. Norwood, N.J: Ablex Pub. Corp.
- Bosma, N., van Praag, M., Thurik, R., de Wit, G. (2004). The value of human and social capital investments for the business performance of startups, *Small Business Economics*, 23, 227–236.
- Dasgupta, P. (2003). Social capital and economic performance: analytics. In Ostrom, E., Ahn, T.K. (eds.) *Critical Writings in Economic Institutions: Foundations of Social Capital*, pp. 309–339. Cheltenham: Edward Elgar.
- Fukuyama, F. (1997). *Social capital*. Oxford: Brasenose College.
- Jang, J.Y. (2023). A study of apology strategy realized in apology text of public figure: focusing on the impact on public evaluation. *The Sociolinguistic Journal of Korea*, 2(31), 59–93.
- Jaworska, S. (2023). But then something happened: a critical multimodal genre analysis of corporate image repair videos. *English for Specific Purposes*, 69(4), 95–108.
- Page, R. (2014). Saying ‘sorry’: corporate apologies posted to Twitter. *Journal of Pragmatics*, 62, 30–45.
- Richardson, J. (1986). *Handbook of theory and research for the sociology of education*. Westport, CT: Greenwood.
- Putnam, R.D. (2001). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon and Schuster.
- Sandlin, J.K., Gracialny, M.L. (2018). Seeking sincerity, finding forgiveness: YouTube apologies as image repair. *Public Relations Review*, 44(3), 393–406.
- Searle, J.R. (1979). *Expression and meaning: studies in the Theory of Speech Acts*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Searle, J.R. (2012). *Speech acts: an essay in the philosophy of language*. Cambridge: Cambridge University Press.

Об авторе

Мелина Александра Юрьевна – младший научный сотрудник экспериментально-фонетической лаборатории криминалистики по речеведению, Московский государственный лингвистический университет, Россия, Москва, mcshane97.pm@gmail.com

About the author

Melina Alexandra Yuryevna – Junior Researcher at the Experimental Phonetic and Forensics Linguistic Laboratory, Moscow State Linguistic University, Russia, Moscow, mcshane97.pm@gmail.com