

АНОТАЦІЯ

Приймич А. П. **Чорний піар у виборчих кампаніях: теоретико-методологічний аналіз** — Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю - 052 Політологія 05 - Соціальні та поведінкові науки — Західноукраїнський національний університет, Тернопіль, 2026.

Дисертаційна робота присвячена вивченню чорного піару у виборчих кампаніях: теоретико-методологічному аналізу.

За допомогою комплексу загальнонаукових і спеціальних методів досліджено феномен чорного піару у виборчих кампаніях як складову сучасного політичного процесу. Це явище виявляється значно глибшим, ніж може здатися на перший погляд, і аж ніяк не обмежується поширенням негативних матеріалів про конкурентів. Насправді йдеться про розгалужену систему інформаційного впливу, що функціонує в контексті виборчих кампаній.

Дослідження показують, що чорний піар є поширеним явищем у сучасній політиці та існує в різних проявах. Він буває явним — коли компрометуюча інформація подається відкрито, — і прихованим, коли негативний образ формується через натяки чи маніпулятивні напівправди. Здебільшого це не стихійний інструмент, а свідомо вбудований елемент виборчої стратегії.

Ключовим механізмом впливу є апеляція до емоцій аудиторії. Емоційна реакція, як правило, передуює раціональному осмисленню, тому вона є ефективнішою точкою докладання зусиль. При цьому достатньо подати факти у викривленому контексті або навмисно виділити лише окремі деталі — і потрібне враження вже сформовано, навіть без прямої неправди.

Виявлено, що сучасне цифрове середовище суттєво посилило дію таких технологій. Соціальні мережі, месенджери, онлайн-платформи створюють умови, де інформація поширюється дуже швидко і майже неконтрольовано. Один допис або відео може за короткий час охопити велику аудиторію, навіть без перевірки фактів. З'ясовано, що ефективність чорного піару залежить від багатьох чинників. Важливу роль відіграє рівень довіри до медіа. Також має

значення політична культура суспільства та здатність громадян критично оцінювати інформацію. Там, де ці показники слабші, вплив таких технологій стає сильнішим і більш відчутним.

Проведеними дослідженнями встановлено, що чорний піар впливає не лише на окремих політичних суб'єктів. Він змінює загальну атмосферу виборчого процесу. Формує недовіру, посилює скепсис, інколи навіть викликає розчарування політикою як такою. Це відбувається поступово, без різких змін, але результат є помітним. Виявлено також, що сучасний інформаційний простір є перенасиченим. Людина щодня стикається з великою кількістю повідомлень, і не всі вони є перевіреними. У такому середовищі складно відрізнити факти від маніпуляцій. Саме тому чорний піар у сучасних умовах має значно більший вплив, ніж раніше.

Наукова новизна одержаних результатів. Комплексним дослідженням чорного піару у виборчих кампаніях встановлено, що він не може розглядатися лише як допоміжний інструмент політичної боротьби. Це значно ширше явище, яке поступово набуло системного характеру і почало впливати на саму структуру електорального процесу. Його функціонування сьогодні тісно пов'язане з розвитком цифрових медіа, соціальних мереж та нових форматів політичної комунікації, що суттєво змінило способи впливу на виборця.

Вперше з'ясовано, що чорний піар слід розглядати як багаторівневу комунікаційну практику, яка одночасно працює на декількох рівнях - інформаційному, психологічному та соціальному. Такий підхід дозволяє відійти від спрощеного трактування цього явища як просто «негативної агітації» і перейти до його розуміння як складної системи впливу на політичну свідомість. У цьому контексті важливо, що чорний піар не завжди має прямий і очевидний характер, інколи він діє приховано, через емоційні повідомлення або напівправдиву інформацію. Виявлено, що сучасні стратегії чорного піару значно змінюються під впливом інформаційного середовища. Якщо раніше основний акцент робився на традиційних медіа, то сьогодні головним

майданчиком стають соціальні мережі та онлайн-платформи. Саме тут формується швидкий і часто неконтрольований обіг інформації, який дозволяє поширювати компрометуючі матеріали практично миттєво. При цьому реакція суспільства часто є емоційною, а не раціональною, що підсилює ефективність таких технологій.

З'ясовано, що ефективність чорного піару значною мірою залежить від рівня політичної культури суспільства. Там, де рівень критичного мислення є нижчим, а довіра до медіа нестабільна, такі технології працюють значно сильніше. У таких умовах навіть неперевірена інформація може формувати стійкі політичні установки у виборців. Це створює додаткові ризики для демократичних процесів і впливає на якість виборів. Встановлено також, що імперативи чорного піару формуються не випадково, а як відповідь на запити політичного середовища. Йдеться про певні суспільні очікування, страхи та установки, які можуть використовуватися у виборчих технологіях. У багатьох випадках саме ці імперативи визначають логіку побудови негативних інформаційних кампаній. Вони не завжди є раціональними, але добре працюють на рівні емоційного сприйняття.

Вперше доведено, що виборчі настанови безпосередньо впливають на формування стратегій чорного піару. Політичні актори орієнтуються не лише на програмні цілі, а й на очікування електорату, що часто призводить до використання маніпулятивних технологій. У результаті чорний піар стає не випадковим явищем, а продуманою частиною виборчої стратегії, яка враховує психологію виборця. Виявлено, що у сучасних умовах чорний піар набуває ознак холистичного феномену. Це означає, що його не можна аналізувати ізольовано від інших елементів політичної системи. Він взаємодіє з медіа, політичною культурою, соціальними структурами та навіть міжнародним інформаційним середовищем. Такий підхід дозволяє краще зрозуміти складність його функціонування.

З'ясовано, що процесуальний характер чорного піару проявляється у постійній зміні його форм і методів. У одній виборчій кампанії можуть поєднуватися класичні компромати, емоційні інформаційні атаки, а також цифрові маніпуляції через соціальні мережі. Це створює ефект багаторівневого впливу, який важко однозначно ідентифікувати або нейтралізувати. Встановлено, що соціоструктурні особливості чорного піару визначаються рівнем розвитку суспільства та його інформаційної відкритості. У більш фрагментованих суспільствах такі технології мають вищу ефективність, оскільки там легше формуються різні інформаційні «бульбашки». У результаті виборці отримують різні картини політичної реальності, що ускладнює формування спільного розуміння політичних процесів.

Виявлено, що вплив чорного піару на електоральну поведінку часто є непрямим. Він не завжди змінює конкретний вибір, але впливає на загальний рівень довіри до політичної системи. У деяких випадках це призводить до політичної апатії або відмови від участі у виборах. Саме цей ефект є одним із найбільш небезпечних для демократичного розвитку. Вперше узагальнено теоретико-методологічні підходи до аналізу чорного піару у виборчих кампаніях та запропоновано його розгляд як комплексного феномену сучасної політичної комунікації. Такий підхід дозволяє інтегрувати різні наукові перспективи і сформувані більш цілісне уявлення про його роль у виборчому процесі.

Практичне значення отриманих результатів. Отримані результати розширили уявлення про чорний піар як явище сучасного виборчого процесу. Не як щось випадкове або другорядне, а як доволі системний інструмент політичної комунікації, який працює в різних умовах і по-різному проявляється залежно від середовища. Це дозволяє точніше розуміти логіку інформаційних впливів у період виборчих кампаній, коли межа між фактом і інтерпретацією часто стає дуже умовною. Результати роботи розширили також можливості аналізу поведінки виборців у ситуації інформаційного перевантаження. У

сучасному медіапросторі людина постійно стикається з великою кількістю повідомлень, і частина з них має емоційно забарвлений або маніпулятивний характер. Саме тому важливо враховувати, як такі повідомлення впливають на сприйняття політичних процесів. Інколи це відбувається швидко і майже непомітно, через повторення певних наративів або створення негативного фону навколо політичних суб'єктів.

Результати дослідження впроваджено у навчальний процес кафедри політології та філософії імені Сергія Коновала Західноукраїнського національного університету. Використовуються вони під час викладання дисциплін на бакалаврському рівні вищої освіти спеціальності «Політологія» ОП «Міжнародні та регіональні політичні комунікації». Це дозволило дещо оновити зміст навчальних курсів, наблизити їх до сучасних реалій політичної комунікації, де інформаційні технології відіграють ключову роль, а виборчі процеси значною мірою залежать від медіасередовища.

Окремі положення роботи були враховані у практичній діяльності політичної партії «Європейська Солідарність». Вони використовуються як аналітична основа для оцінки інформаційного простору під час виборчих кампаній, розуміння ризиків інформаційних атак та особливостей формування політичних повідомлень у публічній площині. Це радше допоміжний інструмент для кращого розуміння комунікаційних процесів, ніж готовий алгоритм дій. Матеріали дослідження також застосовуються в роботі органів місцевої та обласної влади Тернопільської області. Йдеться про підвищення якості комунікації з громадськістю, врахування інформаційного контексту під час підготовки публічних повідомлень та більш уважне ставлення до можливих інтерпретацій інформації. У сучасних умовах навіть нейтральні повідомлення можуть набувати різного змісту залежно від інформаційного середовища, у якому вони поширюються. Практичне значення полягає також у можливості використання окремих результатів для підвищення рівня медіаграмотності. Це стосується формування критичного ставлення до інформації, вміння

розпізнавати маніпулятивні повідомлення та розуміння механізмів їхнього впливу. Такий підхід є важливим для зменшення вразливості суспільства до негативних інформаційних технологій, особливо в періоди політичної активності.

Ключові слова: Вибори (виборчі кампанії), технології, маніпуляції, комунікація, чорний піар, політичні процеси, корупція, консолідація, пропаганда, дезінформація, медіа, фейки, контент-аналіз, наративи, політичні свободи.

ABSTRACT

Pryimych A. P. *Black PR in Election Campaigns: A Theoretical and Methodological Analysis* — Qualifying Scientific Work Manuscript.

Dissertation for obtaining the degree of Doctor of Philosophy in Specialty 052 Political Science 05 - Social and Behavioral Sciences — West Ukrainian National University, Ternopil, 2026.

The dissertation is devoted to the study of black PR in election campaigns from a theoretical and methodological perspective.

Using a complex of general scientific and special research methods, black PR in election campaigns has been examined as a phenomenon of the contemporary political process. It is more complex than it may seem at first glance and certainly cannot be reduced merely to negative messages about opponents. In reality, it represents a comprehensive system of informational influence functioning within election campaigns.

The conducted research established that black PR is currently used quite frequently and in various forms. It may be explicit, when information is presented directly, or hidden, when negativity is created through hints or partially truthful messages. In many cases, it becomes part of an overall electoral strategy rather than a random element. It was determined that the foundation of black PR lies in influencing the emotional sphere of voters. This is more important than it may appear, since

emotions often operate faster than analytical thinking. Information may be presented with distorted context or with emphasis placed only on selected details, which is sometimes sufficient to create the desired impression.

It was revealed that the modern digital environment has significantly strengthened the effect of such technologies. Social networks, messengers, and online platforms create conditions in which information spreads very rapidly and almost uncontrollably. A single post or video may reach a wide audience within a short period of time, even without fact-checking. It was found that the effectiveness of black PR depends on numerous factors. An important role is played by the level of trust in the media, as well as by the political culture of society and the ability of citizens to critically evaluate information. Where these indicators are weaker, the influence of such technologies becomes stronger and more noticeable.

The conducted studies established that black PR affects not only individual political actors. It changes the overall atmosphere of the electoral process, generates distrust, intensifies skepticism, and sometimes even causes disappointment in politics itself. This occurs gradually, without abrupt changes, but the result is clearly noticeable. It was also found that the modern information space is oversaturated. People face a huge amount of information every day, and not all of it is verified. In such an environment, it becomes difficult to distinguish facts from manipulations. Therefore, under modern conditions, black PR has a significantly greater impact than before.

Scientific Novelty of the Obtained Results

A comprehensive study of black PR in election campaigns established that it cannot be considered merely an auxiliary instrument of political struggle. It is a much broader phenomenon that has gradually acquired a systemic character and begun influencing the very structure of the electoral process. Today, its functioning is closely connected with the development of digital media, social networks, and new forms of political communication, which have significantly transformed methods of influencing voters.

For the first time, it was determined that black PR should be considered a multi-level communication practice simultaneously operating on informational, psychological, and social levels. Such an approach makes it possible to move away from the simplified interpretation of this phenomenon as merely “negative campaigning” and toward understanding it as a complex system of influence on political consciousness. In this context, it is important that black PR does not always have a direct and obvious nature; sometimes it operates covertly through emotional messages or partially truthful information.

It was revealed that modern strategies of black PR are significantly changing under the influence of the information environment. While traditional media previously played the main role, social networks and online platforms have now become the primary arena. It is precisely here that rapid and often uncontrolled circulation of information is formed, allowing compromising materials to spread almost instantly. At the same time, public reaction is often emotional rather than rational, which increases the effectiveness of such technologies.

It was established that the effectiveness of black PR largely depends on the level of political culture within society. Where critical thinking is weaker and trust in media is unstable, such technologies operate much more effectively. Under these conditions, even unverified information may form stable political attitudes among voters. This creates additional risks for democratic processes and affects the quality of elections.

It was also established that the imperatives of black PR are formed not accidentally but as a response to the demands of the political environment. These involve certain social expectations, fears, and attitudes that may be used in electoral technologies. In many cases, these imperatives determine the logic behind the construction of negative information campaigns. They are not always rational, but they function effectively on the level of emotional perception.

For the first time, it was proven that electoral attitudes directly influence the formation of black PR strategies. Political actors focus not only on programmatic

goals but also on the expectations of the electorate, which often leads to the use of manipulative technologies. As a result, black PR becomes not an accidental phenomenon but a deliberate part of an electoral strategy that takes voter psychology into account.

It was found that under modern conditions black PR acquires the characteristics of a holistic phenomenon. This means that it cannot be analyzed separately from other elements of the political system. It interacts with media, political culture, social structures, and even the international information environment. Such an approach allows for a better understanding of the complexity of its functioning.

It was established that the procedural nature of black PR is manifested in the constant transformation of its forms and methods. Within one election campaign, classical compromising materials, emotional information attacks, and digital manipulations through social networks may coexist. This creates the effect of multi-level influence, which is difficult to identify or neutralize unambiguously.

It was determined that the socio-structural features of black PR are defined by the level of societal development and informational openness. In more fragmented societies, such technologies are more effective because different informational “bubbles” are formed more easily. As a result, voters receive different perceptions of political reality, complicating the formation of a common understanding of political processes.

It was revealed that the influence of black PR on electoral behavior is often indirect. It does not always change a specific electoral choice but affects the general level of trust in the political system. In some cases, this leads to political apathy or refusal to participate in elections. This effect is one of the most dangerous for democratic development.

For the first time, theoretical and methodological approaches to the analysis of black PR in election campaigns were generalized, and it was proposed to consider it as a comprehensive phenomenon of contemporary political communication. Such an

approach makes it possible to integrate different scientific perspectives and develop a more holistic understanding of its role in the electoral process.

Practical Significance of the Obtained Results

The obtained results expanded the understanding of black PR as a phenomenon of the contemporary electoral process — not as something accidental or secondary, but as a rather systemic instrument of political communication that operates under different conditions and manifests itself differently depending on the environment. This allows for a more precise understanding of the logic of informational influence during election campaigns, when the boundary between fact and interpretation often becomes highly conditional.

The results of the research also expanded possibilities for analyzing voter behavior under conditions of information overload. In the modern media environment, individuals constantly encounter a large amount of information, part of which has an emotional or manipulative character. Therefore, it is important to consider how such messages influence the perception of political processes. Sometimes this occurs rapidly and almost imperceptibly through the repetition of certain narratives or the creation of a negative background around political actors.

The results of the study were implemented into the educational process of the Serhiy Konoval Department of Political Science and Philosophy at West Ukrainian National University. They are used in teaching bachelor-level courses in Political Science within the educational program “International and Regional Political Communications.” This made it possible to update the content of academic courses and bring them closer to the contemporary realities of political communication, where information technologies play a key role and electoral processes largely depend on the media environment.

Certain provisions of the dissertation were also taken into account in the practical activities of the political party European Solidarity. They are used as an analytical basis for assessing the information environment during election campaigns, understanding the risks of informational attacks, and analyzing the specifics of

political message formation in the public sphere. This serves more as a supportive analytical tool for understanding communication processes than as a ready-made algorithm for action.

The research materials are also applied in the work of local and regional authorities of the Ternopil Oblast. This concerns improving the quality of communication with the public, considering the informational context while preparing public messages, and paying closer attention to possible interpretations of information. Under modern conditions, even neutral messages may acquire different meanings depending on the informational environment in which they are disseminated.

The practical significance also lies in the possibility of using certain results to improve media literacy. This concerns the development of a critical attitude toward information, the ability to recognize manipulative messages, and understanding the mechanisms of their influence. Such an approach is important for reducing societal vulnerability to negative informational technologies, especially during periods of political activity.

Keywords: elections (election campaigns), technologies, manipulations, communication, black PR, political processes, corruption, consolidation, propaganda, disinformation, media, fakes, content analysis, narratives, political freedoms.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані результати дисертації:

1. Приймич А. П. Чорний піар у виборчих процесах сучасності_Грані. 2024. Том 27 № 2. С. 109-115 URL: <https://grani.org.ua/index.php/journal/article/view/2031/1996> DOI: <https://doi.org/10.15421/172438>
2. Приймич А. П._Методологія вивчення інфраструктури чорного піару в контексті політичного процесу Актуальні проблеми філософії та соціології. 2024. Випуск 50. С. 207 - 211. URL:http://apfs.nuoua.od.ua/archive/50_2024/36.pdf DOI <https://doi.org/10.32782/apfs.v050.2024.34>
3. Томахів В. Я., Приймич А. П. An individualistic approach to the research of black pr in election campaigns. Політичне життя. 2024. № 3. С 81-84

URL:<https://jpl.donnu.edu.ua/article/view/16384/16273> DOI: 10.31558/2519-2949.2024.3.10

4. Томахів В. Я., Приймич А. П. Невидимі війни чорного піару в глобальному політичному контексті. *Polliticus*. 2025. № 2. С 172-176
URL:http://politicus.od.ua/2_2025/29.pdf DOI: <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2025-2.27>

5. Гурик М.І., Приймич А. П. Екзистенціалізм і цифрове суспільство. Актуальні проблеми філософії та соціології. 2025. № 55. С.42-46. URL: http://apfs.nuoua.od.ua/archive/55_2025/7.pdf DOI: <https://doi.org/10.32782/apfs.v055.2025.5>

6. Приймич А. П. Black PR as a tool of destructive influence in political marketing. Трансформація суспільних відносин в Україні в умовах децентралізації публічної влади (соціально-філософський та політологічний аспект): монографія / авт. колектив: О. Рудакевич (керівник) та ін. Тернопіль: Видавництво ЗУНУ, 2025 . С. 254 - 275.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації:

7. Томахів В. Я., Приймич А. П.. Reasons for the effectiveness of «black PR» technologies. Матеріали Всеукраїнської online конференції «Шляхи та засоби ефективного національного спротиву українців російській агресії: політико-ідеологічний аспект». Трансформація суспільних відносин в Україні в умовах децентралізації публічної влади (соціально-філософський та політологічний аспекти): щорічник наукових праць студентів та викладачів кафедри політології та філософії Західноукраїнського національного університету. Том1 / відп. ред. Т. В. Чолач (Гончарук). Тернопіль: ЗУНУ, 2023. С. 56-57 URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/48900>

8. Приймич А. П.. Індивідуалістичний підхід дослідження чорного піару у виборчих компаній. Матеріали Всеукраїнської конференції «Наукові орієнтири: теорія та практика досліджень». Трансформація суспільних відносин в Україні в умовах децентралізації публічної влади (соціально-філософський та політологічний аспекти): щорічник наукових праць студентів та викладачів кафедри політології та філософії Західноукраїнського національного університету. / відп. ред. Т. В. Чолач (Гончарук). Тернопіль : ЗУНУ, 2024. С. 55-57 URL: <http://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/53183>

9. Приймич А. П.. Філіп Каріім-Санчес: інсайдер політичних стратегій. Матеріали Всеукраїнської конференції «Інформаційна гігієна в соціальних мережах». Трансформація суспільних відносин в Україні в умовах децентралізації публічної влади (соціально-філософський та політологічний аспекти): щорічник наукових праць студентів та викладачів кафедри політології та філософії Західноукраїнського національного університету. Том 2 / відп. ред. Т. В. Чолач (Гончарук). Тернопіль: ЗУНУ, 2024. С. 50-52. URL: <https://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/55643>

10. Приймич А. П. A synergistic approach to the analysis of black PR of election campaigns. XXXII Міжнародна науково-практична конференція «Actual

problems of professional education: experience and prospects». Мюнхен, 2024. С. 151-152. URL:<https://eu-conf.com/events/actual-problems-of-professional-education-experience-and-prospects/>

11. Приймич А. П. Black PR in election campaigns from the point of view of holistic methodology. XXXIII Міжнародна науково-практична конференція «Peculiarities of the organization of human activity in the environment». Париж, 2024. С. 163-165. URL: <https://eu-conf.com/en/events/peculiarities-of-the-organization-of-human-activity-in-the-environment/>

12. Приймич А. П. Мікротаргетинг у соціальних мережах як засіб аналізованого чорного піару: аналіз ризиків для приватності. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції: «Політичні ідеї в епоху глобалізації: філософські рефлексії та сучасні виклики». Трансформація суспільних відносин в Україні в умовах децентралізації публічної влади (соціально-філософський та політологічний аспекти): щорічник наукових праць студентів та викладачів кафедри політології та філософії ім. Сергія Коновала Західноукраїнського національного університету. Том 2 / відп. ред. Т. В. Чолач (Гончарук). Тернопіль: ЗУНУ, 2024. с 55-57. URL <https://dspace.wunu.edu.ua/items/6f5227dd-014c-43dc-afcd-b9a228f9a4d7>

13. Приймич А. П. Чорний піар як політична комунікація: структура, механізми, наслідки. Соціальні комунікації в умовах глобалізаційних процесів: стан, тенденції, перспективи. Збірник тез за матеріалами III Міжнародної наукової конференції (м. Тернопіль, 14 травня 2025 року) / упоряд.: Н. Поплавська, Г. Синоруб, Т. Решетуша. Тернопіль: Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка, 2025. с 172-175. URL: <http://dspace.tnpu.edu.ua/handle/123456789/36575>

14. Приймич А. П. Використання ШІ, дідфейків та маніпуляції фактами як інструментів чорного піару у виборчих кампаніях. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції: «Від війни до миру: філософія політики у світі геополітичних конфліктів, кризи демократії та нових форм влади». Трансформація суспільних відносин в Україні в умовах децентралізації публічної влади (соціально-філософський та політологічний аспекти): щорічник наукових праць студентів та викладачів кафедри політології та філософії Західноукраїнського національного університету. Том 1. Тернопіль: ЗУНУ, 2025. С. 45-47 URL: <https://dspace.wunu.edu.ua/handle/316497/55644>

15. Приймич А. П. The influence of Black PR on the development of political marketing. I Міжнародна науково-практична конференція «The latest modern technologies and their implementation in life». Ліон 2025- с. 95-97. URL: <https://eu-conf.com/en/events/the-latest-modern-technologies-and-their-implementation-in-life/>

16. Приймич А. П. Виборчі технології в інформаційному суспільстві. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції: «Цінності свободи, гідності та відповідальності в політичній культурі України». Трансформація суспільних відносин в Україні в умовах децентралізації публічної влади (соціально-філософський та політологічний аспекти): щорічник наукових праць

студентів та викладачів кафедри політології та філософії Західноукраїнського національного університету. Том 2. Тернопіль: ЗУНУ, 2025. С. 49-50. URL: <https://dspace.wunu.edu.ua/items/11e6c4c1-fbb2-4cb4-a79a-cfc4ae652f5f>

Науковий керівник

кандидат політичних наук,
доцент кафедри політології та філософії
ім. Сергія КОНОВАЛА



Володимир ТОМАХІВ