

Львівський національний університет імені Івана Франка

**ДЕНИСОВА АЛІНА ЮРІЇВНА**

**УДК:316.622:32.001**

**ТЕХНОЛОГІЇ «ЧОРНОГО ШАРУ»  
У ПОЛІТИЧНИХ ПРОЦЕСАХ СУЧАСНОСТІ**

23.00.02 – політичні інститути та процеси

**А В Т О Р Е Ф Е Р А Т**

дисертації на здобуття наукового ступеня  
кандидата політичних наук

Львів – 2018

**Дисертацією є рукопис.**

Робота виконана на кафедрі політології та державного управління Донецького національного університету імені Василя Стуса Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник: доктор політичних наук, професор  
**Примуш Микола Васильович**  
Донецький національний  
університет імені Василя Стуса,  
професор кафедри політології  
та державного управління

Офіційні опоненти: доктор політичних наук, професор  
**Андрущенко Тетяна Вікторівна**  
Національний педагогічний університет  
імені М.П. Драгоманова,  
завідувач кафедри політичної психології та  
соціально-правових технологій

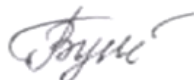
кандидат політичних наук, доцент  
**Доцяк Ігор Іванович,**  
ДВНЗ «Прикарпатський національний  
університет імені Василя Стефаника»  
директор Центру соціальних досліджень,  
доцент кафедри політології

Захист відбудеться 31 травня 2018 р. о 12 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д  
35.051.17 у Львівському національному університеті імені Івана Франка за адресою: 79000, м.  
Львів, вул. Університетська, 1, ауд. 301, тел. 239-44-62

З дисертацією можна ознайомитись у науковій бібліотеці Львівського національного  
університету імені Івана Франка за адресою: 79005, м. Львів, вул. Драгоманова, 5

Автореферат розісланий квітня 2018 р.

Учений секретар спеціалізованої вченої ради



В. В. Бунь

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність дослідження.** Сучасний стан політичних процесів характеризується мінливістю, динамікою та швидкоплинністю, де одне й те саме суспільно-політичне явище змінює свою форму, тлумачення, функції та значення. Одним із таких факторів змін стають технології «чорного піару», які виконують роль комунікації між політиком та населенням і пояснюють сукупність дій та результатів, аналіз так званих політичних змін, що пропонує політик, але орієнтуються лише на телевізійний ефект, приховуючи при цьому низку негативу. У політичній науці це явище розуміється здебільшого як «чорний піар» - певна дія, яка завдає шкоди іншому. Але так буває не завжди. Трансформаційний розвиток України призвів до появи певних відхилень суспільно-політичних змін: тяжіння до швидких результатів структурних реформ, безапеляційна презентація високих досягнень у власній діяльності, формування змішаної системи виборів у бік мажоритарних кандидатів та інше. Усе це призвело до того, що політична сфера сучасності перетворюється не на майданчик для дискусій, а на телевізійний ефект, рейтингову складову, де з точки зору теорії ігор – переможець отримує все.

Відтепер громадянам, виборцям пропонується не тільки персоніфіковані іміджі політичних партій, але й іміджі окремих кандидатів, їхні ідеологічні та політичні програми. Як показує політична практика, у ході всіх виборчих кампаній політики, політичні партії та рухи все більш активно апелюють до «чорного піару», що закономірно підвищує їхню роль у сучасному політичному процесі й особливо ускладнює політико-правове врегулювання чорного піару, оскільки предмет для нормативних засад усе більше розмивається. Це перетворює чорний піар у невіддільну складову політичного розвитку, яка виконує важливі функції: адаптації громадської думки шляхом корегування інформації, вивчення суспільного запиту з метою пропозицій певної моделі поведінки чи дій політика, керівника.

Особливо гостро це відчувається в Україні, де значною мірою розвиток країни стає заручником загострення розбіжностей в економічних, політичних та соціальних інтересах соціальних груп, що призвело до формування вектору розвитку країни виключно в інтересах зацікавлених осіб. Прояви народного невдоволення у 2004 та в 2013 роках загострили протікання соціально-політичних процесів, що призвело до формування системи маневрування в розвитку політичних процесів між інтересами кланів та суспільними вимогами реальної демократії й участі громадян. Ситуацію ускладнює факт російської агресії, як в політичному, військовому, так і в інформаційному плані, де викривлюється інформація про соціально-політичний розвиток України. Дослідження присвячено вивченню базових категорій «чорного піару», його технологічного інструментарію, аспектів політико-правового врегулювання, засобів інформаційної безпеки, стратегії політичного маркетингу, засобу формування соціологічного простору, комунікації між суспільством та політичними акторами або елементом трансформаційного розвитку політичних процесів. Також науково-теоретичного та практичного значення набуває комплексне дослідження технологій «чорного піару» у контексті специфіки

політичних наук, оскільки його сутність, функцій, сфери прояву прямо впливають на особливості розвитку українських політичних процесів.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертаційне дослідження виконане в рамках науково-дослідних тем: кафедра політології та державного управління ДонНУ імені Василя Стуса – «Стабільність і кризовість у відносинах між державою та суспільством: крайній і регіональний виміри»; «Динамічні аспекти суспільно-політичних процесів в Україні та світі в другому десятиріччі XXI століття» (реєстраційний номер 0117U003535).

**Мета** роботи обумовлена актуальністю та ступенем розробленості даної теми й полягає у визначенні сутності, функцій, сфер прояву, засобів упровадження та соціально-політичних умов розвитку «чорного піару» під час формування політичних процесів і політичної сфери України. Для досягнення цієї мети були поставлені такі наукові **завдання**:

- дослідити сутність, поняття, еволюцію та основні фактори розвитку «чорного піару» та його складової як елемента політичного процесу;
- здійснити критичний огляд сучасних досліджень з проблематики «чорного піару» в політичних процесах;
- проаналізувати основний політичний зміст «чорного піару» як системного елемента політичних процесів;
- дослідити методи вироблення «чорного піару» й детермінанти прогнозування їх наслідків у політичних процесах та виборчих кампаніях;
- розглянути основні тенденції та закономірності розвитку «чорного піару» в Україні;
- показати функції «чорного піару» та інтернет-технологій у системі відносин між владою та суспільством;
- визначити роль «чорної політичної реклами» в політичних процесах сучасності;
- оцінити значення застосування зв'язків з громадськістю засобами «чорного піару»;
- обґрунтувати політичну пропаганду та політичні скандали як різновид технологій виборчого «чорного піару», піар-маркетингових стратегій політичних акторів та окреслити мету їхньої участі в політичних процесах сучасності;
- виявити особливості застосування технологій «чорного піару» у політичному просторі України.

*Об'єкт дослідження* – політичний процес в умовах перехідного стану політичної системи в контексті впливу «чорного піару» та інших політичних технологій маніпулювання масовою свідомістю індивіда, що формують його політичну поведінку.

*Предмет дослідження* - технології «чорного піару» та результати їх застосування в умовах трансформаційних політичних процесів в Україні.

**Методологічна основа дослідження** покликана забезпечити комплексне вивчення аспектів і засобів упровадження технологій «чорного піару» в умовах виборчих процесів та системної трансформації українського суспільства. Базовими методологічними підходами є інституційний і неінституційний підходи, які дозволили проаналізувати інституційну природу й основні причини використання чорного піару під час розбудови політичних інституцій до і після

виборчого процесу. Допоміжним фактором стало використання соціологічного та політико-психологічного підходів, які застосовуються для пояснення політичних дій суб'єктів виборчого процесу (політиків, політтехнологів та ін.) з точки зору їх соціально-політичних характеристик: займаної посади, соціальних ролей, статусу, престижу тощо.

Основними в межах дослідження є використання системного та структурно-функціональних підходів. Структурно-функціональний аналіз дозволив розкрити особливості структури та функцій «чорного піару» та визначити його специфіку під час виборчих кампаній. Використання політико-психологічних методів дозволило довести прямий вплив «чорного піару», політичних технологій і засобів маніпулювання масовою свідомістю. Допоміжним аспектом було використання синергетичної методики й техніки, яка дозволила пояснити природу та внутрішні закономірності сприйняття суспільством певних технік чорного піару та інших технологій політичного «чорного піару», їхнього впливу на масову свідомість.

Результативним також було застосування *компаративного методу* під час дослідження переваг і недоліків використання технологій «чорного піару» у виборчих кампаніях в українській історії. Порівняльний аналіз також був корисний при розгляді вітчизняних і закордонних практик і методів чорного піару, основних тенденцій його розвитку в Україні, специфіки окремих політичних маніпулятивних технологій. Структуру та логіку дослідження обумовила така наукова гіпотеза: в умовах слабкої нормативно-правової бази врегулювання «чорного піару» веде до розширення сфер його використання задля більш ефективного впливу на масову свідомість з метою утворення в ньому бажаної для зацікавлених осіб думки.

**Наукова новизна** полягає в тому, що пропонована дисертаційна робота є одним із перших комплексних досліджень технологій «чорного піару» під час виборчих кампаній, застосовуваних у сучасній Україні. У ході проведеного дослідження були одержані наукові результати, що відзначаються науковою новизною.

*Вперше:*

- аргументовано, що використання технологій «чорного піару» в політичній сфері України стали причинами перетворення політики в ринково-орієнтований політичний процес, а не механізмом ефективної комунікації та взаємодії між владою та суспільством. Доведено, що чорний піар у політичному процесі спотворює свідомість громадян, у технологію легітимізації бажаного сприймання політичної дійсності. Виявлено, що, з одного боку, низька політична культура населення сприяє поширенню технологій «чорного піару», з іншого боку, саме в результаті штучного спотворення політичного простору залучається все менше і менше громадян;

- доведено, що в українському політичному просторі знижується роль та значення політичних платформ. Успіх у політичному процесі більшою мірою починає залежати від технологій «чорного піару»: скандалів, кліше, актуалізації другорядних питань у відповідності з наявною кон'юнктурою політичного ринку. Отже, підвищується роль іміджевих стратегій політичних сил, які ретельно формуються з урахуванням уподобань певної групи громадян;

- на підставі компаративного аналізу виборчих кампаній встановлено, що в українському політичному просторі використання технологій «чорного піару» в чистому вигляді стає неефективним, оскільки в ньому відбувається вплив чіткого регіонального розділення на тематику «чорного піару», у результаті чого політичний або виборчий процес завжди підкріплюється адміністративним ресурсом з метою гарантованої перемоги бажаного для зацікавлених груп кандидата. Як результат, влада та суспільство перебувають у спотвореній політичній реальності, що призводить до непередбачуваних наслідків;

- досліджено особливості використання технологій «чорного піару» як в залежності від регіонального сприйняття, так і змістовного наповнення кожної з них. Доведено, що політичні актори (політична еліта, партії, політичні лідери), створюючи у вигляді політичних платформ поствиборчу реальність, продовжують використання чорного піару й далі, але як технологію виправдовування власних прорахунків у простір політичної боротьби з опонентами.

*Уточнено:*

- шляхом наукового уточнення доповнено визначення співвідношення понять «політичні технології», «технології політичного піару», «технології чорного піару», «маркетингові політичні стратегії», «інформаційно-політичні технології» як сукупності методів, способів, процедур, які використовують політичні актори з метою досягнення бажаних політичних результатів.

- методологічне осмислення набору технологій «чорного піару», які виступають одним зі складових елементів політичного маркетингу та повсякденною політичною риторикою певних дійових осіб політики, до складу яких включаються також виборчі та маніпулятивно-психологічні технології. Запропоновано систематизацію технологій «чорного піару», політичного маркетингу та виборчих стратегій у трансформаційних політичних процесах, які є складовою частиною технологій політичного маркетингу, а методологічний інструментарій – складовою піар-технологій.

*Набули подальшого розвитку:*

- теоретико-практичні аспекти співвідношення понять «чорний піар» і «технології зв'язків з громадськістю». Запропоновано підхід, відповідно до якого політичні зв'язки з громадськістю також можуть виступати практичним напрямком чорного піару. Більш того, зв'язки з громадськістю, спрямовані на просування політичного продукту, слід вважати найважливішим елементом чорного піару. У той же час, «чорний піар» використовує комунікаційні методи зв'язків з громадськістю, що значно підвищує його ефективність. Цей підхід відрізняється від наявного в науковій літературі підходу тим, що розглядає технологічний аспект чорного піару та інших політичних технологій у структурі політичних зв'язків з громадськістю;

- порівняльний підхід до аналізу політичних виборів в Україні. У контексті стратегій «чорного піару» показали, що українське суспільство оцінюється політичною елітою як об'єкт впливу, для чого і використовуються різні політтехнології, у тому числі маніпулятивні. Мета – продати політичний продукт за будь-яку ціну з поступовим утворенням тривалих політичних відносин через формування довіри до політичних інститутів шляхом формування

певної політичної реальності. Тобто, спотворюється суспільне кліше, що чинна влада є найкращим варіантом, що негативно впливає на характер протікання політичного процесу.

**Практичне значення одержаних результатів** полягає в тому, що положення та висновки дисертації дають основу для подальшого як теоретичного, так і прикладного дослідження застосування технологій «чорного піару» в українському політичному процесі, а також можуть бути використані в практиці органів державної влади, політтехнологів і політконсультантів, громадських організацій. Науково-теоретичні та практичні напрацювання й висновки дослідження можуть використовуватися у вищих навчальних закладах при читанні курсів з публік рілейшнз, політичного маркетингу, політології, прикладної політології, державного управління.

**Апробація результатів дисертаційного дослідження.** Основні положення дисертаційного дослідження були оприлюднені автором у виступах на науково-практичних і науково-теоретичних конференціях: Міжнародна науково-практична конференція V щорічний Національний конвент МАСПН «Політична наука в Україні: проблеми і перспективи (Одеса, 27 травня 2014 року); XXXVI Міжнародна науково-практична конференція «Глобальна криза сучасності в сфері співвідношення світогляду, соціальних цінностей і політичних інтересів» (Одеса, 5 жовтня 2015 року); Всеукраїнська науково-практична конференція «Політична парадигма розвитку XXI століття: ризики та конфігурації сучасної політики» (Київ, 15 березня 2016); IX Всеукраїнська науково-практична конференція «Модернізація політичної системи сучасної України: стан та перспективи розвитку» (Львів, 23 жовтня 2016 року).

Результати дослідження обговорено на засіданнях кафедри політології та державного управління Донецького національного університету імені Василя Стуса.

**Публікації.** За результатами дисертаційного дослідження опубліковано 8 наукових публікацій, із яких 7 статей у фахових виданнях з політичних наук і одна у періодичному виданні політологічної тематики іноземної держави (держава) і 8 тезах конференцій.

**Структура дисертації** зумовлена метою і завданнями, що були визначені у процесі науково-теоретичної розробки обраної теми. Наукове дослідження складається із вступу, чотирьох розділів, восьми підрозділів, висновків та списку використаної літератури. Загальний обсяг рукопису дисертації становить 204 сторінки (з них 165 – основний текст). Список використаних джерел містить 200 позицій.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ**

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми дисертації, сформульовано мету та завдання, визначено об'єкт і предмет дослідження, його теоретико-методологічні та практичні засади, визначено новизну дисертаційної роботи, теоретичне та практичне значення отриманих результатів, особистий внесок здобувача в розробку наукової теми, висвітлено відомості щодо апробації результатів дисертації, наукових публікацій автора та структуру наукового дослідження.

У першому розділі «Ступінь наукового розроблення та поняттєва основа дослідження чорного піару» встановлено науково-практичне значення поняття й основних чинників виникнення технологій «чорного піару» як невіддільного елемента політичних процесів сучасності. Задля цього здійснюється політологічний аналіз наявних досліджень з політичних технологій та політичних процесів, що дозволило виокремити це явище з публіцистичного виміру в явище політичної науки. Уточнюючи поняття «чорний піар», «політичні технології», «технології чорного піару», у контексті сучасної динаміки політичного процесу вивчаються характерні особливості напрямку протікання політичних процесів з точки зору їх змістовного наповнення та векторів протікання. Оскільки сучасний «чорний піар» виходить за рамки одноосібного прояву та виступає повсякденною практикою інформаційного супроводу інституцій політичної системи, це знаходить свій відбиток у політичних процесах, що стають більш динамічними, ускладнюється їх внутрішня будова. Проте повного контролю над ними через використання технологій «чорного піару» здійснити неможливо, бо повністю підірвати рівень довіри громадськості або направити суспільний негатив у дію проти однієї чи іншої особи неможливо, оскільки змінам піддається ставлення суспільства до результатів політичної діяльності комунікаторів.

Визначено умови, коли з'являється необхідність максимально уникнути проявів суспільного негативу через різке погіршення умов життя, а з іншої сторони – не допустити різкого впливу технологій «чорного піару» політичних опонентів. Задля цього «чорний піар» виходить зі свого суто публіцистичного тлумачення як форми впливу на свідомість громадян з метою досягнення певного результату до повсякденної практики конструювання тем для громадського усвідомлення, шляхом виокремлення актуальних подій. В умовах відсутності достатніх для досягнення відчутних результатів рекламних бюджетів у представників політичного процесу, вони змушені звертатися до певних технологій впливу на масову свідомість, одним з яких є «чорний піар» як надійна, направлена на швидкий результат, продумана до дрібниць операція, яка у чинному законодавстві врегульована слабо, що й підсилює тяжіння до неї.

Проаналізовано ідеї «чорного піару» Д. Ліндона, що у політичному процесі являють сукупність теорій і методів, якими можуть користуватися політичні організації та публічна влада для визначення своїх цілей і програм, і для одночасного впливу на поведінку громадян.

Досліджено сутність, структуру, соціально-політичні та політико-психологічні підстави та характеристики «чорного піару» як специфічного виду політичних технологій, які у політичній сфері мають приносити бажані результати. Автори М. Біскер, М. Гунар, А. Твердов стверджують, що в політичній сфері існують об'єктивні та суб'єктивні передумови, серед яких: рівень політичної культури, добробут населення, задоволення життям, що стають предметом впливу чорного піару та у політичному процесі викликають появу деструктивних технологій і форм поведінки, які проявляють себе у формі політичної участі (абсентеїзм) та в електоральних настроях (радикалізм).

Визначено технології «чорного піару» в роботах таких закордонних дослідників, як: М. Бонгран, Р. Барт, Т. Іглтон, Дж. Фолі та ін., де ключовою ознакою є його раціональність і доцільність. Проте використання теорії



раціонального (громадського) вибору аналізується у працях теоретиків публічної політики та демократії: Й. Шумпетера, Д. Блейка, Е. Даунса, Дж. Бьюкенена, Г. Таллока, Г. Беккера, М. Олсона та ін., що дало можливість встановити зв'язок між технологіями «чорного піару» та рівнем його впливу на політичні процеси сучасності.

У другому розділі «**Методологічний інструментарій дослідження чорного піару**» визначено доцільність використання методів політичного прогнозування дослідження «чорного піару» як елементу політичного процесу та певної форми політичної діяльності. Доведено, що «чорний піар» стає технологічним результатом роботи політтехнологів із первинною соціально-психологічною інформацією, де за допомогою політичної аналітики обираються форми здійснення впливу на громадську думку.

Виявлено, що переважна більшість сучасних досліджень з «чорного піару» та політичних процесів базовими прийомами вбачають інституційний й неінституційний підходи, оскільки, через сучасні політичні та соціально-економічні трансформації саме політичні інститути та їх гнучкість у виробленні політичних рішень дозволяє оперативну, завдяки нормативно-правовому аспекту діяльності, швидко коригувати стратегію й тактику політичного маневру. У роботах В. Горбатенко, які присвячені методологічному аналізу брудних технологій у політиці, зазначається, що для проведення спеціальних наукових досліджень політичних процесів, особливо якщо вони знаходяться під впливом політичних технологій (до яких належить і «чорний піар») зростає роль взаємозв'язків з іншими сферами протікання політичних процесів: економічною, соціальною, духовною, де наявні латентні загрози для держави та її інститутів з боку керівної еліти чи опозиції, бюрократії, політичних сил-конкурентів. Це дозволяє своєчасно приймати необхідні політичні рішення «на випередження». Отже, основне завдання інституціонального підходу полягає в тому, щоб за перших ознак виникнення загрози виявити фактори та розробити ефективні інституціональні чи нормативні заходи щодо її ліквідації.

Доведено, що в політичній науці через публіцистичність тлумачення «чорного піару» недостатньо використовуються технології політичного аналізу та прогнозування, тому допоміжним фактором його вивчення стає використання соціологічного та політико-психологічного підходів, які використовувались для пояснення дій суб'єктів політичного процесу.

Встановлено, що для дослідження політичних процесів у контексті впливу технологій «чорного піару» є теорії суспільного вибору та раціонального вибору, основи якої представлені в роботах класиків політичної економії: Дж. Б'юкенена, Г. Таллок, Е. Даунс, М. Олсона, Дж. Стіглер та ін., де ефективний чорний піар є основою тенденцій розвитку політичної ситуації, поведінки політичних акторів, «ціни» політичного продукту відповідно до кон'юнктури, що склалася у політичному процесі.

Завдяки роботам Р. Даля встановлено межі інструментально-емпіричного аналізу та теорії ігор, які долучені в технології «чорного піару» у політичних процесах.

Уточнено, що через існування низки неполітологічних тлумачень «чорного піару» недостатньо використовуються технології політичного аналізу та прогнозування, бо через розмиття предмета впровадження чорного піару, вони

не знаходять підтвердження в політичній практиці, так проблема якісного політичного аналізу та прогнозування загострюється на тлі автономного існування представників теоретичної фундаментальної науки та спільноти «політологів-прикладників». Це, у свою чергу, породжує розбіжності в критеріях аналізу, методиках, стандартах проведення досліджень тощо. Тому проблема стандартів якісного політичного аналізу та прогнозування для надійної фіксації змін, виявлення механізмів політичної динаміки для реалізації адекватної стратегії прийняття політичних рішень набуває особливої актуальності.

**У третьому розділі «Чорний піар у політичних процесах сучасності та особливості його політико-правового врегулювання»** доведено, що основним змістовним елементом технологій «чорного піару» у політичних процесах повинні стати точно підібрані інформаційні сегменти. Для цього виробляються детермінанти політичного аналізу на основі зібраної інформації на предмет визначення тих проблем, які особливо хвилюють громадян, та за технологіями «чорного піару» визначаються теми, які можуть вплинути на мотивацію людей і змінити їхню поведінку в політичному процесі.

**У підрозділі 3.1. «Особливості політико-правового врегулювання чорного піару в політичних процесах»** встановлено, що поза нормативно-правовим урегулюванням є два основні способи передачі інформації як технології «чорного піару», які здатні вплинути на реципієнта з метою зміни структури його свідомості відповідно до повідомлення: логічні переконання; емоційні переконання, що впливають на систему ціннісних орієнтацій особистості, оскільки інформаційні канали орієнтовані на вплив на емоції людей, щоб змусити їх чинити відповідно до певної системи політичних цінностей, тому врегулювати це питання вкрай важко, що і є одним із засобів ефективного чорного піару.

Проаналізовано, що в багатьох країнах (США, країни Європи) чорний піар має слабку нормативно-правову спрямованість, це дозволяє його активно використовувати, а з іншої сторони – користуватись найбільшим каналом упровадження, яким є політична реклама. Остання, у свою чергу, чітко регулюється здебільшого виборчим та спеціальним законодавством. Окремих законів про політичну рекламу не існує. У європейських країнах, наприклад, політична реклама повинна відповідати Європейській Конвенції із захисту прав людини і основних свобод 1950 року згідно з тлумаченням Європейського Суду з прав людини. Усі країни, які підписали та ратифікували цю Конвенцію, у тому числі й Україна, повинні забезпечити вільне висловлення поглядів і право на інформацію.

Досліджено роботи Л. Кочубей, де проаналізовано досвід країн Західної Європи щодо політико-правового статусу та регуляції «чорного піару». Встановлено, що сучасною провідною тенденцією розвитку європейського законодавства є ототожнення його з політичною рекламою та введенням заборони на розміщення її на радіо та телебаченні (Велика Британія, Іспанія, Мальта, Португалія, Франція).

В Україні норми про політичний чорний піар і його технології регулюються виборчим законодавством. У Законі України «Про вибори народних депутатів України», де йдеться про поняття технологій передвиборчої

агітації, нормативно зазначено про недопущення неправдивої інформації, але відповідальності за неї Законом не встановлено.

Виявлено, що сучасні технології «чорного піару» мають широку палітру, яка законодавчо не врегульована, але активно впроваджується в політичному процесі: по-перше, це жовтий піар, який залучає увагу образливих для більшості населення цієї держави елементів (сексуальні скандали, особливості приватного життя тощо); сірий піар – реклама (позитивна чи негативна), що завжди приховує джерело отримання інформації, апелюючи до народної думки чи фейкових голосувань без встановленої групи реципієнтів. На відміну від чорного піару, сірий піар не передбачає прямої брехні про своє походження. Найбільш жорсткий за проявом – коричневий піар – пропаганда або інформаційна війна.

Доведено, що ефект технологій «чорного піару» спрямований, як правило, на те, щоб зберегти вплив кандидата на ті групи, які активно чи пасивно його підтримують, максимально зацікавити групу нейтральних виборців і мінімізувати витрати на перетягування на свій бік недовірливих і налаштованих проти.

На підставі вивчення світового досвіду політико-правового врегулювання встановлено, що є такі аспекти сучасних технологій «чорного піару», які можуть надалі стати предметом політико-правового врегулювання: вірогідність інформації та фактів, до яких вона апелює (наприклад, тільки офіційна відповідь має стати фактором комунікації, а не емоційні замітки в ЗМІ), зміст політичної реклами та канали впровадження чорного піару.

**У підрозділі 3.2. «Моделі та форми прояву чорного піару в політичних процесах сучасності»** встановлено, що політична реклама – це одна з форм політичної комунікації, покликана змінити свідомість і поведінку людей у відповідності з політичними цілями рекламодавця, спонукати проголосувати за певну політичну партію, діяча. Вона здійснює певний адресний зв'язок, використовує гранично доступну для сприйняття знакову систему, отже, є базовим елементом технологій «чорного піару» у політичних процесах сучасності.

На підставі досліджень Є. Єгорова-Гантман і Т. Нікітіної встановлено, що чорний піар як форма виступає ретранслятором образів, символів, міфів, що живуть і функціонують у масовій свідомості суспільства. Тоді як технології (моделі) «чорного піару» тяжіють до ідейного впливу на людей, які мають на меті прямо або опосередковано звернути увагу на суб'єктів політичного процесу, сформувати в суспільстві та свідомості громадян позитивне або негативне ставлення до них, або спрямувати політичну поведінку громадян і соціальних груп у їхньому сприйнятті суб'єктів політичного процесу, зокрема, інформаційні повідомлення про заходи, які проводяться або підтримуються із визначеною метою, де вони постійно модифікуються, химерно поєднуючись із реаліями перехідного суспільства.

Досліджено, що окрім традиційних, представницьких ресурсів, які містять текстову та графічну інструкцію й ресурси зворотного зв'язку, що дають можливість повідомити джерелу інформації свою думку щодо поданої інформації (моделі), є ще й ресурси розширеного комунікаційного типу (форми), що доповнюють традиційні та дозволяють проводити масові інформаційні акції

політичного характеру. Такими ресурсами є чати, через які можна спілкуватися в Інтернеті з відомими політиками, та інформаційно-психологічні операції (ІПО) як сукупність (узгоджених за метою, завданням, часом та об'єктами) форм, методів і засобів інформаційно-психологічних впливів на структуру та процес прийняття рішень. Їхнім завданням є видозміна чи зрив інформаційного забезпечення супротивника, де особливе місце посідають розвідувальні операції, збирання, опрацювання й подача інформації особам, причетним до прийняття рішень щодо оперативних, тактичних чи стратегічних завдань, а також заходи щодо захисту власних інформаційних, інформаційно-технічних та інформаційно-психологічних ресурсів.

**У підрозділі 3.3. «Світовий досвід використання та конструювання чорного піару в сучасних політичних процесах»** визначено частини чорного піару як елементу політичного процесу в контексті досвіду різних країн світу.

Встановлено, що стрімкий попит на чорний піар відбувся після 1945 року, і за дослідженням Ф. Уебстер зазначається, що будь-який піар – це особлива сфера людської діяльності. Він сформувався у США та Західній Європі в минулому столітті. Спочатку становив собою всього лише один (хоча і найефективніший) напрямок ринкової діяльності, покликаний сприяти процесові просування на ринок поновлюваних товарів і послуг. Піар у практичному сенсі – це різновид реклами, але реклами витонченої, заснованої на останніх відкриттях у галузі соціальної психології та нейролінгвістичного програмування.

У країнах сталої демократії встановлено, що взаємозв'язок політичної культури та чорного піару проявляється в багатьох формах, головною з яких для демократичного суспільства є вибори.

Визначено, що винятком є Франція, яка відрізняється жорсткими інституційними обмеженнями технологій «чорного піару», оскільки тут заборонена оплачувана телевізійна політична реклама. Тому саме чорний піар є головною політичною технологією, яку використовують у французьких електоральних кампаніях, і тому застосування технологій політичного чорного піару завжди ґрунтується на повному або частковому спотворенні реальності. Велику роль у процесі поступової або миттєвої заміни елементів справжньої реальності на елементи віртуальної реальності відіграють засоби масової інформації.

**Четвертий розділ дослідження – «Місце та роль технологій «чорного піару» у політичних процесах сучасної України»** вивчає специфіку сучасних технологій «чорного піару» в перехідних суспільствах пострадянського простору, де це явище має внутрішню специфіку в розвитку політичних процесів. По-перше, це його спрямованість на електоральні процеси та поведінку виборців. По-друге, інтеграція політичних акторів в інформаційний простір веде до того, що замість упровадження зрілих реформ, перевага віддається саме формуванню власного іміджу та нагадуванню політика про себе. Не дивлячись на те, що ЗМІ та інформаційний простір є потужним елементом розуміння політичної реальності, він має штучне спотворення в політичних процесах сучасності.

**У підрозділі 4.1. «Специфіка прояву технологій «чорного піару» в умовах українського політичного процесу»** встановлено, що в умовах українських

політичних процесів це явище має нелінійне використання, а поєднання трьох сфер свого прояву: політичні кампанії – негативне формування образу свого опонента; політичний ринок – повсякденне формування іміджу політика за допомогою політтехнологій; політичний і виборчий процес – формування за допомогою каналів комунікації певного варіанту політичної свідомості громадян. Отже, в умовах українського політичного процесу постає задача у визначенні ролі технологій «чорного піару» в українському політичному просторі.

Виявлено фактори, що впливають на свідомість громадян і роблять їх поступливими до маніпулятивних технологій, а саме: невпевненість мас у завтрашньому дні, порівняно низька політична культура, а також недостатній розвиток інститутів громадянського суспільства та використання технологій політичного чорного піару в сфері державного управління.

Основні завдання державної PR-політики з огляду на законодавчо-нормативні акти: створення розвиненого інформаційного середовища; модернізація інформаційної інфраструктури; розвиток інформаційних і телекомунікаційних технологій; ефективне формування та використання національних інформаційних ресурсів, забезпечення вільного доступу до них; розвиток незалежних ЗМІ й забезпечення громадян суспільно вагомою інформацією; сприяння міжнародній спільноті в інформаційній сфері та утвердження інформаційного суверенітету України; запобігання загрози заподіяння в процесі інформаційної діяльності шкоди життєво важливим інтересам особи, суспільства, держави.

Одним з ефективних повідомлень засобами чорного піару є свідчення про те, що поставлені в умови виживання українці стали байдужими до політики влади та водночас більш сприйнятливими до технологій маніпулювання. Факторами, що впливають на свідомість громадян і роблять їх поступливими до маніпулятивних технологій, є: невпевненість мас у завтрашньому дні, порівняно низька політична культура, а також недостатній розвиток інститутів громадянського суспільства.

На підставі аналізу застосування «брудних» технологій (часто основою є політичне маніпулювання) у роботах Богуша, Підстригача, Почепцова, Бебика та інших сказано, що чорний піар – це форма політичної поведінки у процесі масової комунікації в усіх ситуаціях, коли людям доводиться приймати рішення в умовах двоступінчатого потоку інформації, яка викликає в них певні реакції спрямованої дії. Найчастіше це електоральна поведінка, що є наслідком загальної політичної культури, а також своєрідним результатом дії «чорних» технологій.

**У підрозділі 4.2. «Засоби конструювання чорного піару в політичних процесах сучасної України»** вивчаються політичні технології учасників виборчого процесу на політичній арені. Встановлено, що технології політичного чорного піару в умовах України мають такі функціональні групи: технології політичної діяльності (влади, політичного управління); технології державного управління; технології прийняття політичних рішень; технології політичного лідерства; технології політичного конструювання (політична інженерія); технології політичних конфліктів; технології політичних реформ; антикризові

політичні технології; технології тоталітарного панування; технології демократії; технології захисту прав людини; технології політичного аналізу; технології політичних досліджень; технології політичного прогнозування; технології політичного планування; технології політичного моделювання; технології аналізу політичних ризиків), технології політичних комунікацій; PR-технології; виборчі технології; технології політичної реклами; технології політичного впливу та маніпулювання; технології формування політичного іміджу; технології міжнародних політичних комунікацій.

Маніпулятивні засоби не суперечать нормам українського виборчого законодавства, однак їхнє застосування суперечить основним принципам організації демократичних виборів, більшість з яких покликані ввести в оману виборців і приховано вплинути на електоральний вибір.

*У підрозділі 4.3 «Перспективи та напрямки подальшого розвитку технологій «чорного піару» в політичних процесах сучасної України»* виявлено, що через падіння лояльності українських виборців до політичних акторів, в українському політичному процесі спостерігається певний рівень абстрагованості суспільства до політичної участі, де активність протягом часу змінюється посиленням маргінальних настроїв.

Встановлено, що в умовах відсутності часу для розвитку політичної культури українців пропонується просте інформування населення, упровадження полегшених форм освіти, коли потрібне не вміння думати й осмислювати, міркувати та розуміти, порівнювати й вибирати, а просто бути поінформованим.

Доведено, що в українському політичному просторі спостерігаються тенденції до звуження політичного ринку, дефіцит високопрофесійних політтехнологів, розширення впливу адміністративного ресурсу, використання «чорних» виборчих технологій протягом виборчих кампаній. Технології політичного чорного піару, які застосовуються на політичному ринку України, мають іміджеву орієнтацію на створення та просування на політичного продукту у вигляді іміджів політичних лідерів і кандидатів, а не політичних програм партій і рухів. Український політичний простір переобтяжений маніпулятивними технологіями. У результаті дискредитуються демократичні цінності, знижується рівень політичної конкуренції, моралі й етики в політиці, зростає абсентеїзм. Українці все частіше висловлюють небажання брати участь у суспільно-політичному житті. Засоби масової інформації намагаються всіма наявними у них способами викликати в аудиторії негативне ставлення до тих чи інших націй, країн і політичних партій, що показує полярно протилежні політичні погляди. Отже, суспільство все менше довіряє ЗМІ та журналістам.

Першим каналом й одночасно провідною тенденцією є бажання органів державної влади через ЗМІ втягнути громадян у вирішення проблем суспільства: забезпечення економічної стабільності, зниження злочинності, безробіття, зростання рівня життя населення та ін. Одним зі способів досягнення цих цілей є застосування технологій політичного чорного піару в державному управлінні. Держава використовує для конструювання публічного діалогу технології умиротворення громадськості, відволікання, маніпуляції, інформування, консультування, контролю й навіть поліцейного нагляду.

Перед державною владою України, яка намагається модернізувати країну, стоять завдання, вирішення яких неможливе без політичної підтримки з боку

широких верств населення. Провідною тенденцією розвитку сучасного українського «чорного піару» є посилення тенденції регіональної комунікації та впровадження трьох напрямків піару, комунікатором яких є державні органи влади. Перший – проведення досліджень стану та прогнозування політичної ситуації, визначення тенденцій її розвитку, з'ясування політичних очікувань, інтересів і потреб різних соціальних груп і прошарків, визначення політичних та інших ресурсів, а також прийняття правильного політичного рішення на основі певних політичних цілей. Другий – розробка політичної стратегії та вибір на її основі тактики, плану або програми політичних дій, пошук концепції та стилю політичної кампанії, створення і пропозиція політичного «товару», формування його іміджу, визначення технологій його просування, стимулювання різних соціальних груп на його «придбання», виявлення адресних груп і робота з ними. Третій напрям – просування політичного «товару» («маркетингове управління») – містить постійний політологічний і соціологічний моніторинг політичної ситуації, корегування поставлених політичних цілей і розв'язуваних завдань, визначення ефективності здійснюваних політичних дій, широке застосування різних політичних технологій, інформаційно-пропагандистська й рекламна підтримка застосовуваних політичних дій, побудова ефективної системи політичної комунікації.

### **ВИСНОВКИ**

У результаті дослідження ми прийшли до таких висновків:

1) Дослідження сутності, поняття, еволюції та основні фактори розвитку «чорного піару» та його складової як елемента політичного процесу дозволяє зробити висновок про його багатоаспектний і міждисциплінарний характер. По-перше, він виступає засобом політичних технологій і стратегією суспільного розвитку з метою формування політичної свідомості у громадян. Завдання чорного піару полягає у досконалому вивченні суспільних потреб і виробленні впливу на думку суспільства з метою отримання влади. З іншої сторони, особливо це відчувається в перехідних політичних процесах, він виступає компонентом політичного «чорного піару», але у контексті політичної теорії. Якщо політика – це відносини людей і соціальних груп з владою, то «чорний піар» – це така діяльність, що сприяє отриманню та утриманню влади чи завоюванню певних політичних ресурсів виключно маніпулятивним шляхом.

2) Здійснення критичного огляду сучасних досліджень з проблематики «чорного піару» в політичних процесах дозволило встановити, що раніше технології «чорного піару» застосовувалися тільки в ході виборчих кампаній (що давало підстави деяким дослідникам ототожнювати поняття «чорний піар» і «піар-технології»).

3) З'ясовано, що в сучасних умовах політичний чорний піар вийшов за межі виборчої кампанії та поширюється на всю ланку політичних процесів: використовується як форма управління державними інституціями, використовується під час формування громадської думки.

4) Дослідження методів вироблення «чорного піару» та детермінант прогнозування його наслідків у політичних процесах й виборчих кампаніях зокрема, наочно довело, що застосування його технологій в політичних процесах України виявляє його внутрішню специфіку: ця технологія розвивається як

політико-виборчий маркетинг у зв'язку з тим, що виборчі кампанії за своєю кількістю значно перевершують інші види політичних кампаній й ця тенденція спостерігається в динаміці руху політичних процесів на національному рівні та регіональному. Якщо на першому «чорний піар» застосовується виключно як технологія утворення позитивного іміджу, оскільки тут акцент робиться саме на пізнаваності політика, а на другому – здебільшого місцевому – виключно як класична технологія політичного бруду, оскільки саме він актуалізує електорат через кліше «обирай або програєш».

5) Розглянувши основні тенденції та закономірності розвитку «чорного піару» в Україні було встановлено, що до основних різновидів технологій «чорного піару» як елементу політичного процесу, які застосовуються в Україні, належать типові для перехідних суспільств: інтернет-технології, скандали, піар-акції, технології політичної реклами, технології політичних зв'язків з громадськістю, технології політичної пропаганди, також нестандартні ходи, особливо під час місцевих виборів, як наочно демонструє досвід Донецької області, де кандидати на посаду мера обирають кліше «позитивних» і «негативних» кандидатів. При цьому доводиться визнати, що всі ці технології, які застосовуються в політичному просторі України, в основному орієнтовані на маніпулювання думкою та поведінкою громадян, підкуп виборців, часто комбінуються з так званими «чорними» технологіями. Причинно-наслідкові зв'язки цього явища дозволили виявити закономірність, яка полягає у значному впливі процесів декомпозиції українського суспільства. За віком більш молоде суспільство демонструє переважно аполітичне становлення до політики, тоді як старші за віком повністю інтегруються в процес політичних виборів, отже, стають жертвами брудних політичних технологій.

б) Розгляд функцій «чорного піару» та інтернет-технологій у системі відносин між владою та суспільством та інших технологій політичного процесу (референдуми, плебісцити, політичні дискусії, кампанії з формування громадської думки, здійснення політичного тиску та ін.) доводить, що комунікація між владою та суспільством проходить через політичні очікування та переваги, мотиви політичної поведінки виборців, контекст політичних скандалів та ін.

7) Визначено, що роль чорної політичної реклами в політичних процесах сучасності складають єдиний інформаційно-комунікативний комплекс чорного піару, у межах якого політичний процес – це набір комунікативних процесів, що впливають на характер, напрямок і зміст системної трансформації, яка в політичній дійсності лише формує суспільну свідомість у цілому. Також, з'ясовано, що однією з основних рис реклами, у тому числі політичної пропаганди, є її однобічний характер. Якщо способи організації інформаційних потоків і політичної комунікації, у тому числі пропаганди, ігнорують інформаційні потреби, то про політичну рекламу можна сказати, що вона здатна формувати ці потреби. Уже очевидно, що ця реклама використовується як інструмент пропаганди певних політичних ідей, партій, діячів. Така реклама є також політичною маніпуляцією нарівні з пропагандою та зв'язками з громадськістю. Водночас так звана «біла» пропаганда є відкритою, використовує перевірені дані та не маскує своїх цілей. Наявна з боку суспільства



настороженість стосовно зв'язків з громадськістю, пов'язана з пропагандистською складовою чорного піару.

8) Дослідження значення застосування зв'язків з громадськістю засобами «чорного піару» показує, що він виступає як система комунікативних зв'язків між населенням та агентствами політичних процесів, систему досягнення політичних цілей, економічних ресурсів і наслідків у вигляді електоральної поведінки. Причому, природа й основні ознаки сучасного «чорного піару» постають відносно самостійним явищем соціально-політичного життя, та як основний елемент політичного ринку, політичного обміну або політичного продукту.

9) На сучасному етапі розвитку політичної науки, обґрунтування пропаганди та політичних скандалів як різновидів технологій виборчого чорного піару, піар-маркетингових стратегій політичних акторів розглядається як найбільш ефективний інструментом інформаційно-комунікаційних технологій, зокрема Інтернет. Політична практика показала, що застосування маркетингових, інтернет-технологій і піар-акцій дійсно впливає на структуру відносин між політичними акторами та громадянським суспільством. Інтернет стає популярною технологією серед політиків України, одним із найважливіших засобів зв'язків з громадськістю та політичної реклами через переваги перед традиційними ЗМІ: легкість і практична миттєвість опублікування будь-якої інформації, навіть тієї, що не можна розмістити в звичайних ЗМІ; відсутність просторово-часових меж, можливість тематичного пошуку, швидкий зв'язок для моніторингу ситуації, відсутність контролю. Особливо слід звернути увагу на блогосферу, яка здебільшого випереджає офіційну інформацію та є засобом її інформаційного фільтра з метою корегування суспільної реакції. Отже, можна зробити висновок, що піар-функція Інтернету полягає в розвитку взаємодії між політиком і виборцями, що має за мету донесення поглядів до виборців, залучення прихильників і, нарешті, перемогу на виборах, що здійснює ключовий фактор впливу на хід, напрямок та швидкість протікання політичних процесів. Водночас слід зазначити проблеми, пов'язані з використанням «чорних» інтернет-технологій в Україні, а саме: поки що обмежена політико-правова регламентація їхнього використання, бо вони реалізуються не повною мірою. Найбільш популярними технологіями серед суб'єктів політичного процесу є новинні розсилки, електронна пошта, банерна реклама, створення інтернет-представництв, використання форумів і блоків. В основному застосовуються виборчі інтернет-технології, що дозволяють проводити інформаційно-пропагандистську та мобілізаційну роботу в період виборчих кампаній.

10) Дослідження ситуації на політичному ринку України показало, що технології створення та просування політичного продукту занадто персоніфіковані, а його образи виглядають спрощено й одноманітно. Передвиборчі кампанії зараз проходять за одним сценарієм, що містить або демонстрацію позитивних якостей рекламованого кандидата, або публічне виявлення негативних характеристик опонентів. Подібні кампанії, як правило, будуються не просто на окремих, не пов'язаних один з одним, засобах, а на спеціальних і добре опрацьованих маніпулятивних технологіях. Дослідження українських виборчих кампаній періоду незалежності та характеру протікання політичних процесів у контексті застосування чорного піару показало, що

сучасні виборчі кампанії проводяться на основі органічного сполучення практичного досвіду політичної боротьби та наукового знання. Тепер уже недостатньо лише володіти витонченими засобами передвиборчої боротьби. Не менш важливим стає розуміння чинників успіху чи неуспіху конкретних технологій. Отже, організатори виборчих кампаній повинні володіти арсеналом теоретичних знань, уміти адекватно оцінювати обставини, що склалися навколо виборів, а саме: прогнозувати напрямки розвитку масових настроїв, уміти впливати на свідомість і мотивацію потенційних виборців з метою зміни їхньої поведінки відповідно до задумів організаторів виборів. З метою підвищення ефективності проведення виборчих кампаній суб'єкти політики залучають професійних консультантів, експертів.

Аналіз проведених в Україні політичних кампаній показав, що все частіше використовуються спеціальні політологічні та соціологічні дослідження з чорного піару, але результати цих досліджень не завжди використовуються під час прийняття політико-управлінських рішень. Причина полягає в недооцінці політичними акторами потенціалу чорного піару як технології, метою якої є просування не партійних програм і позицій, а політичних іміджів конкретних політиків. Технології актуалізації та просування політичних іміджів зводяться до формального проведення рекламної кампанії з використанням листівок і агітаторів. Перемога у виборчій кампанії залежить від ступеня доступу певних політиків, політичних сил до економічних, фінансових, інформаційних, адміністративних, політико-технологічних, медійних ресурсів. Важливим фактором політичної значущості сьогодні стає те, наскільки політичні актори професійно використовують технології перетворення даних ресурсів у реальний політичний результат.

Виявлено особливості застосування технологій «чорного піару» на політичному ринку України: обмежений арсенал комунікаційних технологій (телебачення, преса, розсилка інформаційно-агітаційних матеріалів тощо); заміна ідеологічного фактора рекламним, персоніфікація іміджу політичних партій, спонукання виборців до емоційного вибору політичного продукту, ідентичність пропонованих політичних програм, комбіноване застосування технологій політичного чорного піару й адміністративного ресурсу.

Виявлено, що однією з провідних особливостей застосування технологій «чорного піару» у політичному просторі України є його впровадження у вигляді пропаганди чи скандалу як частини політичних процесів, які відзначається відсутністю жорстких обмежень на доступ до інформації, що характерно для тоталітарної держави. Але високий рівень політичної культури населення, його обізнаність у політичній сфері суттєво обмежує використання брудних політичних технологій.

## **СПИСОК АВТОРСЬКИХ ПУБЛІКАЦІЙ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ**

### *Наукові статті у фахових виданнях*

1. Денисова А.Ю. Черный PR. Украинский опыт на примере парламентских выборов 2012/Науковий журнал ДНУ «Філософія і політологія в контексті сучасної культури». 2013. №6 (1). С. 14-18.

2. Денисова А.Ю. Чорний піар під час парламентських виборів 2014 року /Гілея.2014. №91 (12). С.367-370.
3. Денисова А.Ю. Чорний піар та пропаганда у російському недійному просторі в 2014 році /Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого». 2015. № 2(25). С. 206-213.
4. Денисова А.Ю. Скандал, як один із найефективніших методів чорного піару /Політологічний вісник. Київ. 2015. № 78. С.349-355.
5. Денисова А.Ю. Чорний піар під час місцевих виборів 2015 /Вісник Дніпропетровського університету. 2015. №5 (27). С.69-76.
6. Денисова А.Ю. Чорний піар, як домінанта, під час місцевих виборів 2015 /Humanities and Social Science. 2016. №IV (14). С. 20-25.
7. Денисова А.Ю. Використання чорного піару у парламентських виборчих кампаніях 2007, 2012 та 2014 років в Україні: прикладний аспект / Вісник Львівського університету. Серія філософсько-політологічні студії. 2017. №14. С. 118-125.
8. Денисова А.Ю. Технологія «чорний піар» у політичних процесах сучасності/ «Політичне життя» Донецького національного університету ім. Василя Стуса. 2017. № 4. С. 13-17.

#### **АНОТАЦІЯ**

**Денисова А.Ю. Технології «чорного піару» у політичних процесах сучасності. – Рукопис.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата політичних наук за спеціальністю 23.00.02 – політичні інститути та процеси. – Донецький національний університет імені Василя Стуса. - 2018.

Аргументовано, що розвиток технологій «чорного піару» в політичній сфері та перетворення їх у форму політичної діяльності призвели до перетворення політики та політичних процесів в ринково-орієнтовану (попит-пропозиція) систему відносин, в якій чорний піар стає механізмом комунікації між політичними акторами, владою та суспільством.

Доведено, що в українському політичному просторі, по причині слабкості нормативно-правової бази, посилюється не тільки роль чорного піару в політичному просторі, а значно розширюються межі його використання (від стратегій, пропаганди до інформаційно-психологічних операцій).

Досліджено особливості та специфіку розвитку нормативно-правової бази чорного піару у США та країнах Європи де він розуміється як неетична система комунікації та взаємовідносин між агентами політики, владою та членами суспільства.

Отримали подальшого розвитку положення, стосовно: визначення поняття «чорний піар», технології політичного «чорного піару», виборчий «чорний піар», інформаційно-політичні та інформаційно-психологічні технології й засоби впливу на масові свідомість»; з'ясовано співвідношення категорій «чорний піар» і «технології зв'язків з громадськістю».

Запропоновано положення, що в умовах українського політичного ринку використання технологій «чорного піару», через низький рівень довіри до інститутів влади, відсутність системи протидії йому, слабкий рівень політичної культури та обізнаності громадян, їх схильність до «жовтої інформації» -

створюють умови для впровадження технологій «чорного піару», в наслідок чого зростає розбіжність між політичною дійсністю та інформаційним супроводом.

**Ключові слова:** чорний піар, політичні технології, політична реклама, політична комунікація, політичний процес.

## АННОТАЦІЯ

**Денисова А.Ю. Технологии «чёрного пиара» в политических процессах современности . - Рукопись.**

Диссертация на соискание научной степени кандидата политических наук по специальности 23.00.02 – политические институты и процессы. – Донецкий национальный университет имени Василя Стуса. - 2018.

Аргументировано, что в современных условиях развития политической сферы и технологий чёрного пиара, ввиду слабости гражданских институтов и низкого уровня политической культуры, стали причинами корреляции политической сферы в сторону разработки наружной информационной системы взаимодействия между властью и обществом.

Показано, что в украинском политическом процессе использование технологий политического «чёрного пиара» продолжает быть эффективным ввиду заинтересованности структур власти.

Обосновано, что технологии «чёрного пиара» имеют значительный арсенал своего внедрения в политическом процессе. Выявлено, что указанные действия являются с одной стороны, следствием низкой политической активности граждан, ее пассивностью и побуждает участников политического процесса прибегая к технологиям «чёрного пиара» повысить эмоциональный градус и уровень внимания к политической сфере, с другой стороны, именно в результате использования технологий «чёрного пиара» граждане все больше теряют доверие к институтам власти, и возрастает апатия к происходящему.

Уточнены категории понятий «политические технологии», «технологии «чёрного пиара», технологии политического «чёрного пиара», избирательный «чёрный пиар», информационно-политические и информационно-психологические технологии и средства влияния на массовое сознание индивида.

Доказано, что технологии «чёрного пиара» в политическом и избирательном процессе имеют существенные различия. Использование расширенного методологического инструментария позволило показать, что технологии «чёрного пиара» применяемые в Украине, также актуальны и для стран Евросоюза, США. Так, политический процесс современности все больше и больше ориентируется на быстрые решения, широкое и повсеместное внедрение политтехнологий. Также, возрастает потребность нормативно-правового регулирования «чёрного пиара», но ввиду его специфической составляющей он не имеет прямого законодательного регулирования, отдельные его положения лишь выборочно прописаны в законодательствах стран о информации, политической рекламы и защите информационного пространства. Речь идёт о том, что при таких условиях технологии «чёрного пиара» остаются востребованными, актуальными и способными приносить высокие политические результаты. Востребованности им также добавляют слабость нормативно-

правовой базы, что позволяет широко воздействовать на граждан, а также значительный арсенал приёмов даёт участникам политического процесса возможность получать политическую выгоду в максимально сжатые сроки.

**Ключевые слова:** «чёрный пиар», политические технологии, политическая реклама, политическая коммуникация, политический процесс.

### ABSTRACT

**Denisova A.Y. Technologies of "black PR" in the political processes of nowadays. - The manuscript.**

Thesis for a candidate degree in political sciences in specialty 23.00.02 - Political Institutions and Processes. - Donetsk National University named after Vasyl Stus. - 2018.

It is argued that the development of technologies of "black PR" in the political sphere and their transformation into a form of political activity led to the transformation of politics and political processes into a market-oriented (demand-supply) system of relations in which the black PR becomes the mechanism of communication between political actors, authority and society.

It is proved that in the Ukrainian political area, due to the weakness of the legal framework, not only the role of the black PR in the political area increases, but significantly expands the limits of its use (from strategies, propagation to information and psychological operations). The peculiarities and specifics of the development of the legal base of black PR in the United States and European countries are considered, where it is understood as an unethical system of communication and relationships between agents of politics, government and members of society. They further developed their position regarding: definition of the concept of "black PR", technologies of the political "black PR", electoral "black PR", information-political, informational and psychological technologies and means of influence on mass consciousness "; The relationship between the categories "black PR" and "technology of public relations" is determined. It is proposed that in the conditions of the Ukrainian political market the use of "black PR" technologies due to the low level of trust in the institutions of authority, the absence of a system of counteraction to it, the low level of political culture and awareness of citizens, their propensity to "yellow information" create conditions for the introduction of technologies "black PR ", resulting in a growing discrepancy between political reality and information support.

**Keywords:** black PR, political technologies, political advertising, political communication, political process.