

## Theoretical and Methodological Foundations of Sociological Analysis of the Concept of «Character Assassination»

UDC 316.658

DOI: <https://doi.org/10.15421/172679>**Kashyrova Nataliia**Ph.D. Student, <https://orcid.org/0000-0002-6893-8754>, [mnala2328@gmail.com](mailto:mnala2328@gmail.com)

National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute" (Kharkiv, Ukraine)

### Abstract.

The article presents a sociological analysis of the theoretical and methodological foundations for studying the concept of character assassination (CA) as a specific form of social action and communicative practice aimed at undermining reputation, trust, and social legitimacy of individuals, groups, or institutions. CA is considered not only as a tool of political or media struggle, but also as a complex social process embedded in structures of power, symbolic domination, and the management of social perceptions.

Special attention is paid to the systematization of the main theoretical approaches to the study of this phenomenon - the rhetorical, socio-psychological, and socio-cultural approaches - as well as to outlining their analytical capacities and limitations for sociological knowledge. It is shown that, despite the dominance of communication-based and psychological interpretations, CA remains insufficiently conceptualized in sociology as a mechanism of stigmatization, maintenance of social hierarchies, and reproduction of power relations.

The article emphasizes the heuristic potential of the socio-cultural perspective, which makes it possible to analyze CA as a process of interaction between actors, media, and audiences within specific social contexts. The use of social dramaturgy theory, field theory, and the structuration approach justifies the possibility of studying this phenomenon at the micro-, meso-, and macro-levels of social reality. Particular attention is given to the relevance of character assassination for the analysis of contemporary information conflicts, digital media, and wartime conditions.

The article provides a methodological basis for further empirical research on character assassination in the sociology of politics, media studies, and reputation management, and contributes to the clarification of conceptual tools and analytical frameworks for studying this phenomenon in the Ukrainian social context.

**Keywords:** character assassination, reputation destruction, reputation denigration, reputation management, political communication, information warfare, strategic management

## Теоретико-методологічні засади соціологічного аналізу концепту «character assassination»

**Каширова Наталія**

Національний Технічний університет «Харківський Політехнічний Інститут» (Харків, Україна)

### Анотація.

У статті здійснено соціологічний аналіз теоретико-методологічних засад дослідження концепту character assassination (CA) як специфічної форми соціальної дії та комунікативної практики, спрямованої на підлив репутації, довіри й соціальної легітимності індивідів, груп або інституцій. СА розглядається як інструмент політичної чи медійної боротьби, як комплексний соціальний процес, вбудований

**Вступ.**

У сучасних умовах інтенсивних інформаційних потоків, політичної конкуренції, невизначеності та цифрової медіатизації феномен «character assassination» (CA), «очорнювання» (Bondarenko, 2020,) руйнування репутації (Samoilenko et al., 2017) набуває особливої наукової й практичної важливості. Його розуміють як цілеспрямовану, стратегічну та комунікативно опосередковану атаку на репутацію, статус, довіру чи соціальну легітимність індивіда або групи. У класичній інтерпретації Davis, J. (1950), цей феномен розглядався через призму політичних кампаній і етнічних упереджень, проте у XXI столітті він перетворився на комплексну соціальну практику, інтегровану в політичну комунікацію, цифрові медіа, міжгрупові конфлікти, професійні взаємодії та «культуру скасування» (cancel culture) (Самойленко, 2023).

У сучасному науковому дискурсі CA виявляється як складне, міждисциплінарне поняття, яке вивчається на перетині політичної психології, риторики, соціології та комунікаційних студій.

**Актуальність дослідження** зумовлена кількома тенденціями. По-перше, зростання частоти та інтенсивності репутаційних атак у політичному полі, що підтверджують роботи М. Ікса, Е. Шираєва, С. Самойленка та інших дослідників, які демонструють, що Character Assassination (CA) є інструментом боротьби за владу, ресурсну перевагу та символічне домінування (Icks et al., 2020). По-друге, цифрові технології радикально розширили арсенал методів руйнування репутації, уможлививши застосування дезінформації, глибоких фейків, маніпулятивних візуальних матеріалів і масових кампаній тиску (Самойленко, 2023). У цифровому середовищі CA вже не обмежується політичними акторами – вона охоплює компанії, активістів, маргіналізовані групи та пересічних громадян. По-третє, характерологічні атаки вийшли за межі політичної сфери, і застосовуються у повсякденні соціальні практики, від медіа-дискурсів до комунікації в професійних і міжособистісних взаємодіях. Це наголошує на його універсальності та потребі міждисциплінарного аналізу.

**Аналіз попередніх публікацій.** У світовій науковій спільноті феномен character assassination (руйнування репутації) сформувався як міждисциплінарний напрям досліджень на перетині риторики, політичної комунікації, соціальної психології та стратегічних комунікацій.

У сучасних комунікаційних студіях character assassination як стратегічне руйнування репутації через медіа-атаки започаткували С. Самойленко, М. Ікс, Е. Шираєв і Дж. Кі

Л. (1950) у збірці про політичні кампанії руйнування репутації. Ретроспективний огляд показує, що найбільш розробленим є комунікаційний вимір СА: політична комунікація, риторика й переконання; медіа та нові комунікаційні технології; зв'язки з громадськістю (PR) та стратегічна комунікація. СА трактується як інструмент соціального впливу, що працює, персоналізує конфлікти, поглиблює поляризацію і дискримінацію, при цьому наголошується на поширенні аналізу СА у медійному просторі (телебачення, соціальні мережі, дезінформаційні операції, тролінг, меми) та в організаційному контексті через нові комунікаційні технології.

Ефективність СА та використання певних інструментів, в багатьох дослідженнях, залежить від контексту та аудиторії. СА легітимізується як інструмент боротьби в політиці або виборчій конкуренції. Соціально-психологічний дискурс наголошує на мотивах атакуючого, упередженнях аудиторії та емоційних ефектах впливу на репутацію. В такому варіанті, СА є засобом продукування невизначеності, страху та стигми, що впливають на процеси соціальної оцінки та довіри (Самойленко, 2023).

Ключовим для соціології та філософії є соціокультурний дискурс СА, який розглядає цей феномен як процес взаємодії, символічної боротьби у публічному просторі. В такому контексті, СА аналізується як динамічна взаємодія між акторами, аудиторіями, медіа, контекстами, які вбудовані у соціокультурне поле. Культурний капіталу в такій системі має бінарний характер як стала та водночас мінлива структура. Емоційна енергія в аспектах довготривалості, міцності, персоналістичності містить у собі позарациональні підґрунтя культури. При цьому, лінії протистояння містять механізм формування культури у якості інтелектуальної надспільноти в якій інтелектуальна репутація є механізмом прояснення історичної динаміки інтелектуального капіталу (Шевцов, 2021).

З іншого боку, застосування теорії соціальних полів, структурного підходу та концепції соціальної драматургії дозволяє аналізувати СА на мікро-, мезо- та макрорівнях. На рівні макросоціології СА та стратегії «скасування» виявляються як механізми суспільного переконання й символічного тиску, спрямовані на переосмислення та підриг гегемонічних владних

структур, норм і важливих інтерпретацій соціальної реальності. У такому контексті вони працюють як чинники соціальних трансформацій, що мобілізують колективні уявлення, змінюють межі прийнятного та впливають на перерозподіл легітимності в просторі публічності (Samoilenko, 2016).

На рівні мікросоціології такі практики виконують роль інструментів рит

| Поняття                                 | Визначення                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | Схожість с СА                                                                                                                                                                                          | Відмінність від СА                                                                                                                                                | Джерела                                                  |
|-----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|
| <b>Стигматизація</b>                    | процес застосування стигми: перенесення дійсних чи уявних якостей, притаманних усій групі, на окремих її представників; процес виокремлення індивідів на підставі їхніх негативних, неприйнятних індивідуальних рис (уявних чи дійсних) з їх відсторонення чи ізоляції; процес соціального маркування людей, наліплювання ярликів                                      | публічне знецінювання                                                                                                                                                                                  | формує фон соціального виключення                                                                                                                                 | Товщик, 2014                                             |
| <b>Газлайтинг</b>                       | вужькі маніпулятивні спроби дестабілізувати почуття реальності другої людини                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Мають подібні соціологічні наслідки: підривають впевненість людини у власному досвіді та сприйнятті реальності, відтворюють структурну нерівність і стигматизацію                                      | з соціологічної точки зору, газлайтинг є механізмом внутрішньої десоціалізації індивіда, підриваючи його здатність до самостійної інтерпретації соціального світу | Moore et al., 2025                                       |
| <b>Пропаганда</b>                       | більш прямий, неприкритий, орієнтований на широкий загальний ідеологічний вплив, який в сучасному світі втрачає свою дієвість та ефективність, тоді як маніпуляції є, скоріше, прихованими, багатовекторними та націленими на індивідуалізовані переконання (навіть у масових проявах) комунікативними взаємодіями, що створюють враження та апелюють до самостійності | - цілеспрямований вплив,<br>- стратегічний характер,<br>- зміна громадської думки/поведінки                                                                                                            | працює відкрито та ідеологічно                                                                                                                                    | Мотузенко, 2000;<br>Мотузенко, 2003;<br>Бондаренко, 2023 |
| <b>Культура відміни (Cancel cultur)</b> | колективна форма морального контролю, що розгортається в умовах соціального конфлікту та спрямована на перегляд усталених норм і ціннісних орієнтацій                                                                                                                                                                                                                  | - функціонує як механізм символічної санкції,<br>- логіка символічного покарання: соціальний актор виводиться за межі морально легітимного простору, а його соціальний статус піддається делегітимації | у характері суб'єкта дії та логіці мотивації                                                                                                                      | Самойленко та Джаспер, 2023                              |

Створено автором

Сучасні дослідження розглядають СА як цілеспрямовану та тривалу атаку на репутацію й довіру до індивіда, групи, організації чи інституції, що здійснюється через підрив його/її моральних якостей, цінностей і соціальної легітимності (Shirae et al., 2021). Узагальнюючи комунікаційні дослідження за період 1958–2024 рр., М. Мур та співавтори розглядають СА як «комплексну комунікативну дію, що реалізується через цілеспрямоване підривання особ

рамка: дослідження «культури скасування» (cancel culture), корпоративних криз, регулювання моралі через цифрові платформи. Саме цей комунікаційний вимір досліджень задає сьогодні основний понятійний та емпіричний фон для подальшої соціологічної концептуалізації.

У сучасній теорії СА визначають щонайменше три ключові дослідницькі традиції, які розглянуті в роботах S. Samoilenko (2019, 2021):

- риторичний підхід розглядає «характерні атаки як різновид аргументації *ad hominem*, яку або засуджують як логічну хибу, або трактують як легітимну риторичну стратегію в певних контекстах. В. Бенуа показує, що критика актора може бути «корисною», коли викриває неправомірні дії та інформує виборців, тоді як інші автори фіксують ризики нормалізації дискредитуючого дискурсу» ;

- соціопсихологічний підхід описує СА як «раціональну, цілеспрямовану стратегію «прагматичного атакуючого», орієнтовану на створення невизначеності у виборців та вплив на «коливаючі» аудиторії й їхню обробку інформації про скандали. Ця стратегія спрямована на створення невизначеності серед виборців і вплив на «коливаючі» аудиторії, зокрема, на те, як вони обробляють інформацію про скандали. Тут досліджують мотивації атакуючих, психологічні механізми переробки інформації аудиторіями та їхні реакції». Як приклад, дослідження Sigelman & Shiraev (2002), яке показує, що СА ефективно створює невизначеність серед виборців і впливає на вибори. Психологічні дослідження аналізують, як аудиторії сприймають інформацію про цілі атак та реагують на неї;

- соціокультурний підхід вивчає СА не лише як інструмент, а як процес соціальної взаємодії та структуротворення.

Спираючись на теорію структурації Е. Гідденса і роботи П. Бурдьє, Самойленко трактує *character assassination* як практику, що одночасно підтримує існуючі владні й нормативні структури, використовується в субверсивних кампаніях для підриву культурної гегемонії й морального порядку (Samoilenko, 2021).

Соціокультурна перспектива наголошує на ко-продукуванні СА різними акторами (атакуючий, ціль, медіа, аудиторії, контекст), на транзакційному характері атак та відповідей, а також на важливості міждисциплінарності та спільних значень, що роблять характерологічні атаки «резонантними» у певних спільнотах.

Особливе місце в науковому дискурсі займають роботи на перетині СА та репутаційного менеджменту

перспективні, але мало представлені для розширення концептуалізації та розуміння СА як комунікативного феномену (Moore et al., 2025).

У цьому контексті дослідження М. Бондаренка (2023) (дисертаційна робота «Маніпулятивні технології у полі політики як об'єкт соціологічного дослідження») є одними з перших спроб системно інтегрувати СА в понятійний апарат української соціології.

Дослідник обґрунтовує введення поняття «очорнювання репутації» у термінологічний апарат української соціології, розглядає СА як окремий вид маніпулятивних технологій в полі політики, який має стратегічний характер і навмисне націлений на підлив довіри до індивідів, груп, організацій, системну шкоду репутації. Також М. Бондаренко, розвиваючи підходи М. Іккса та Е. Шираєва, удосконалив класифікацію методів очорнювання: анонімна брехня, неправильне цитування, «заглушення»/стирання, акти вандалізму, навішування дискредитуючих ярликів, звинувачення у девіаціях, «пов'язування» з уже стигматизованими об'єктами,

М. Бондаренко пропонує розглядати СА як соціологічний об'єкт, який можна досліджувати на різних рівнях (від мікро-взаємодій до глобальних процесів) із використанням інструментів підходу соціальної драматургії (Е. Гофман), моделей комунікації та теорій стратегічної інтеракції. Він ініціює конкретні методи аналізу СА, серед яких: контент-аналіз для класифікації типів агітації та виявлення форм і цілей очорнювання, візуальний аналіз для інтерпретації образів та символічних кодів, які використовуються в атаках та кейс-стаді для вивчення випадків СА. Таким чином, автор рекомендує досліджувати СА як стратегічну дію, практику боротьби за позиції та ресурси у полі політики (за термінами П. Бурдьє), складну маніпулятивну технологію, яка поєднує символічні, комунікативні та структурні рівні впливу. Такі пропозиції є схожими з соціокультурною перспективою С. Самойленка, який вивчає СА за допомогою структурних режимів значення, легітимації та домінації (теорія структурації), а також через розуміння символічного інтераціоналізму та соціальної конструкції реальності.

Близькі до змістом явища можуть бути описані й через різні понятійні рамки. Наприклад термін «чорний PR» використовується для позначення технологій впливу, тобто цілеспрямованої дискредитації у політико-медійному просторі, тоді як М. Бондаренко концептуалізує аналогічні процеси як «очорнювання репутації», розглядаючи їх як форму маніпулятивної соціальної дії та символічного насильства. Таким чином, «чорний PR» може інтерпретуватися як одна з форм реалізації складного соціального процесу очорнювання репутації. Додамо

групи, спрямована на підриг їхньої репутації, довіри та соціальної легітимності. Разом з тим у науковому дискурсі домінують комунікаційні та психологічні інтерпретації цього явища, тоді як соціологічна концептуалізація характерологічних атак залишається недостатньо розробленою.

У статті показано, що соціологічний аналіз СА потребує інтеграції кількох теоретичних підходів, серед яких особливе значення мають риторичний, соціопсихологічний та соціокультурний. Риторичний підхід розглядає характерологічні атаки як специфічну форму аргументації *ad hominem*, яка може функціонувати як інструмент політичної боротьби або як засіб маніпулятивного впливу на аудиторію. Соціопсихологічна перспектива акцентує увагу на мотивах атакуючих акторів, механізмах сприйняття інформації аудиторією та емоційних ефектах дискредитаційних кампаній. Водночас соціокультурний підхід дозволяє інтерпретувати СА як процес символічної боротьби у публічному просторі, що відтворює або трансформує владні відносини, культурні норми та соціальні ієрархії.

Важливим результатом дослідження є обґрунтування того, що *character assassination* слід розглядати не лише як комунікативну технологію чи риторичний прийом, а як складний соціальний механізм, інтегрований у ширші структури соціальної взаємодії та символічного домінування. У цьому контексті застосування драматургічного підходу Е. Гофмана, теорії соціальних полів П. Бурдьє та структураційної теорії Е. Гідденса відкриває можливості для аналізу СА на різних рівнях соціальної реальності – від мікрорівня міжособистісних взаємодій до макрорівня політичних та інформаційних конфліктів. Такий підхід дозволяє трактувати репутаційні атаки як інструмент боротьби

за символічний капітал, соціальну легітимність та позиції у відповідних соціальних полях.

Окрему увагу приділено взаємозв'язку СА з іншими соціальними феноменами, такими як стигматизація, пропаганда, газлайтинг та культура відміни (*cancel culture*). Порівняльний аналіз показує, що хоча ці явища мають спільні риси, вони відрізняються за логікою дії, мотивацією акторів та механізмами впливу на соціальні структури. У цьому сенсі СА виступає як специфічна форма символічного насильства, спрямована на перерозподіл репутаційного капіталу та формування моральних меж соціальної легітимності.

Таким чином, проведене дослідження дозволяє стверджувати, що соціологічна концептуалізація *character assassination* має значний евристичний потенціал для аналізу сучасних інформаційних конфліктів, політичних кампаній та репутаційних стратегій у цифровому середовищі. У контексті с

- Davis, J. (1950). *Character assassination*. Philosophical Library. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000175390>
- Ferrara, E. (2017). Disinformation and social bot operations in the run up to the 2017 French presidential election. *First Monday*, 22(8). <https://doi.org/10.5210/fm.v22i8.8005>
- Haselmayer, M. (2019). *Negative campaigning and its consequences*. University of Konstanz. <https://kops.uni-konstanz.de/bitstreams/963adb6b-7150-4fb4-be6a-cdd13215d0cb/download>
- Hintz, E. A., Romann, L. R., Tucker, R. V., & Moore, M. J. (2025). Examining character assassination in patient–clinician interactions about chronic pain. *Journal of Health Communication*. <https://doi.org/10.1080/10810730.2025.2546375>
- Icks, M., Shiraev, E., Keohane, J., & Samoilenko, S. A. (2020). Character assassination: Theoretical framework. Y S. A. Samoilenko, M. Icks, J. Keohane, & E. Shiraev (Ред.), *Routledge handbook of character assassination and reputation management* (pp. 11–24). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315150178-2>
- Kvitka, S. A. (2018). Government relations and public administration in Ukraine: the latest forms of interaction between government and business. *Public Administration Aspects*, 5(11), 94–104. <https://doi.org/10.15421/15201743>
- Moore, M. J., Romann, L. R., Tucker, R. V., & Hintz, E. A. (2025). Character assassination as a communicative phenomenon: A retrospective review of concept development and extensions. *Annals of the International Communication Association*, 49(3). <https://doi.org/10.1093/anncom/wlaf010>
- Samoilenko, S. (2019). Character assassination and reputation management in the context of mediated complexity. In *The global public relations handbook: Theory, research, and practice* (3rd ed.). Routledge.
- Samoilenko, S. (2021). Character assassination: The sociocultural perspective. *Journal of Applied Social Theory*, 1(3). <https://socialtheoryapplied.com/journal/jast/article/view/100/119>
- Samoilenko, S. A. (2016). Character assassination. In C. Carroll (Ed.), *The SAGE encyclopedia of corporate reputation* (pp. 115–118). SAGE. <https://doi.org/10.4135/9781483376493>
- Samoilenko, S. A., & Jasper, J. M. (2023). The implications of character assassination and cancel culture for public relations theory. Y C. Botan & E. J. Sommerfeldt (Ред.), *Public relations theory III* (pp. 452–469). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003141396-30>
- Samoilenko, S. A., Icks, M., Keohane, J., & Shiraev, E. (Eds.). (2021). *Routledge handbook of character assassination and reputation management*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315150178>
- Shiraev, E., Keohane, J., Icks, M., & Samoilenko, S.

- Samoilenko, S. (2021). Character assassination: The sociocultural perspective. *Journal of Applied Social Theory*, 1(3). <https://socialtheoryapplied.com/journal/jast/article/view/100/119>
- Samoilenko, S. A. (2016). Character assassination. In C. Carroll (Ed.), *The SAGE encyclopedia of corporate reputation* (pp. 115–118). SAGE. <https://doi.org/10.4135/9781483376493>
- Samoilenko, S. A., & Jasper, J. M. (2023). The implications of character assassination and cancel culture for public relations theory. Y. C. Botan & E. J. Sommerfeldt (Eds.), *Public relations theory III* (pp. 452–469). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003141396-30>
- Samoilenko, S. A., Icks, M., Keohane, J., & Shiraev, E. (Eds.). (2021). *Routledge handbook of character assassination and reputation management*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315150178>
- Shevtsov, S. (2021). The Phenomenon of R. Collins' Intellectual Communities in the Horizon of Research in the Philosophy of Culture. *Scientific and theoretical almanac Grani*, 24(11), 14–20. <https://doi.org/10.15421/1721103>
- Shiraev, E., Keohane, J., Icks, M., & Samoilenko, S. (2021). *Character assassination and reputation management: Theory and applications*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429466267>
- Sigelman, L., & Shiraev, E. (2002). The rational attacker in Russia? Negative campaigning in Russian presidential elections. *The Journal of Politics*, 64(1), 45–62. <https://doi.org/10.1111/1468-2508.00117>
- Tovshchyk, S. A. (2014). Stigmatization. In N. A. Seiko (Ed.), *Encyclopedia of Human Rights: Socio-Pedagogical Aspect* (collective monograph). Zhytomyr: ZhDU Publishing House. I. Franko.
- Vysotskaya, V. A. (2024). Information technology for recognizing propaganda, fakes, and disinformation in textual content based on nlp and machine learning methods. *Radio Electronics, Informatics, Control*, (2), 126. <https://doi.org/10.15588/1607-3274-2024-2-13>