

Шугаєв Андрій, Мальченко Михайло

Політична комунікація і політична PR-комунікація: проблеми диференціації

1. Актуальність

У сучасному глобалізованому світі політична комунікація відіграє ключову роль у формуванні суспільної думки, мобілізації електорату та забезпеченні ефективного функціонування демократичних процесів. Одним із важливих аспектів цього явища є політична PR-комунікація, яка тісно пов'язана з політичною комунікацією, але водночас має низку специфічних характеристик, що зумовлюють необхідність її диференціації.

Політична комунікація охоплює широку сферу взаємодії між політичними суб'єктами, медіа та громадськістю, спрямовану на обмін інформацією, ідеями та цінностями. У свою чергу, політична PR-комунікація орієнтована переважно на управління іміджем політичних діячів, створення позитивного сприйняття їх діяльності та досягнення стратегічних цілей комунікації. Попри взаємопов'язаність цих понять, нечіткість меж між ними призводить до теоретичних та практичних ускладнень у дослідженні політичної комунікації як феномену.

У науковій літературі проблема диференціації політичної комунікації та політичної PR-комунікації досі залишається недостатньо вивченою. Відсутність чіткого розмежування між цими двома поняттями ускладнює аналіз їх природи, функцій і впливу на цільову аудиторію. Це, власне, створює труднощі для формування ефективних підходів до вивчення та регулювання політичних процесів у сучасному інформаційному просторі.

2. Аналіз останніх досліджень та публікацій

Сучасний підхід до комунікації фокусується не просто на передачі інформації, а на динамічному процесі спільного конструювання значень, що постійно оновлюються та адаптуються в соціальному контексті (Bakir, 2018; Шоріна, 2024). Ця зміна відображає складність соціальних взаємодій і взаємовпливів у сучасному світі. Таким чином, вищезгадана тенденція

суттєво трансформує політичну комунікацію, її стратегії, тактики та наслідки. У зв'язку з цим, постають питання, які стосуються обміну інформацією між державними установами та громадськістю. Дослідження зосереджені на принципах прозорості, достовірності та нейтральності в офіційному спілкуванні, а також на методах ефективного донесення урядових рішень до населення (Косар, 2018).

Стратегічну політичну комунікацію детермінують як маніпулятивну за своєю суттю, що використовує соціально-наукові методи для розуміння людської мотивації та поведінки. Це дозволяє ефективно формувати наративи та впливати на громадську думку, створюючи сприятливе середовище для урядової політики як на внутрішньому, так і на міжнародному рівнях (Bakir, 2018).

Політична комунікація – це взаємодійний процес обміну інформацією між політичними діячами, медіа та суспільством, який охоплює декілька напрямків: зверху вниз – від державних інституцій до громадян; горизонтально – між політичними акторами; і знизу вгору – від громадської думки до органів влади. Політична комунікація завжди відігравала рушійну роль у виборчих кампаніях та становленні політики. Однак із початку 1990-х років відбулися значні зміни, які суттєво вплинули на цей процес. Особливого значення набули післявоєнні тенденції в мас-медіа, які трансформувалися від традиційних форматів, таких як газети, радіо та телебачення, до нових цифрових платформ, зокрема інтернету (Norris, 2001). Ці зрушення вплинули на те, як політики, журналісти та громадськість взаємодіють між собою, змінюючи структуру політичної комунікації в сучасному світі.

3. Мета і завдання дослідження

Метою статті є дослідження ключових аспектів політичної комунікації і політичної PR-комунікації, визначення їх спільних і відмінних рис, а також розробка критеріїв диференціації цих понять.

Реалізація поставленої мети передбачає розв'язання таких завдань:

- 1) з'ясувати сутність понять «політична комунікація» і «політична PR-комунікація»;
- 2) окреслити, як політична комунікація і політична PR-комунікація впливають на громадську думку, політичну активність та демократичні процеси;
- 3) виокремити критерії розмежування «політичної комунікації» і «політичної PR-комунікації».

4. Методи дослідження

Вибір методів дослідження зумовлений характером проблеми й поставленими завданнями: для порівняння теоретичних концепцій політичної комунікації і політичної PR-комунікації використано порівняльний аналіз, для виявлення ідеологічних і стратегічних наративів залучено дискурс-аналіз. Системний підхід уможливив розгляд політичної комунікації та політичної PR-комунікації як частин соціального і політичного середовища, що дозволяє зрозуміти їх взаємодію і вплив на суспільство.

5. Виклад результатів дослідження

Політичну комунікацію визначають як передачу повідомлень із політичним змістом. Вона охоплює продукування, поширення, обробку та вплив інформації як через мас-медіа, так і міжособистісно, у політичному контексті. Це включає аналіз медіа, вивчення політичних промов, діяльності тих, хто намагається вплинути на політичні процеси, а також формальні та неформальні розмови серед громадян. Медіа виконують роль мосту між урядом і суспільством, забезпечуючи зв'язок між політикою і громадянами, а також формуючи різні способи взаємодії цих груп. Відносини у політичній комунікації можуть будуватися на основі переконання, що реалізується через використання трьох риторичних засобів: емоцій (Pathos), етичних аргументів (Ethos) або логічних доказів (Logos) (Kiraç, 2022, с. 3).

Участь у політичному житті є важливим аспектом будь-якого демократичного суспільства, спрямованим на забезпечення його здорового функціонування. Центральну роль у цьому відіграє політична комунікація, яка об'єднує громадян, засоби масової інформації, уряд і зацікавлені групи, створюючи між ними зв'язок. Ця комунікація формує моделі взаємодії між політичними інституціями та окремими людьми. Інтернет значно спрощує взаємодію громадян із представниками влади, організацію політичних ініціатив, обговорення важливих тем і обмін знаннями про політичні питання. У свою чергу, ключові політичні суб'єкти отримують можливість ефективно взаємодіяти зі своїми громадянами через веб-простір. Таким чином, Інтернет стає новим каналом комунікації для передачі політичних повідомлень і отримання зворотного зв'язку від громадян (Barnes, 2003).

Англомовний інтернет-дискурс є важливим для сучасної політичної комунікації, оскільки формує унікальний простір для взаємодії між політичними суб'єктами та аудиторією. Ця комунікація має динамічний характер, поєднуючи інформаційний, інтерактивний і емоційний аспекти.

Політичні суб'єкти (уряди, політики, партії) використовують інтернет для інформування аудиторії про політичні події, законодавчі ініціативи та

інші актуальні питання. Прикладом є офіційні заяви, публікації в соціальних мережах та онлайн-пресконференції. Соціальні мережі, такі як Twitter, Facebook, і X (колишній Twitter), забезпечують платформи для активного обговорення політичних тем, залучення громадськості та формування суспільного порядку денного. Мережа інтернет дозволяє політичним рухам мобілізувати підтримку, поширюючи ідеї та заклики до дій через мему, відео чи хештеги.

Політична PR-комунікація зосереджена на управлінні іміджем, поширенні стратегічних наративів і створенні довіри до політичних суб'єктів. У межах інтернет-дискурсу це проявляється через:

- Брендинг політиків. Онлайн-присутність політиків формується через ретельно продуманий контент: візуальні матеріали, персоналізовані повідомлення та адаптацію до різних платформ. Наприклад, використання Instagram для демонстрації «людяного обличчя» політиків.
- Кризовий PR. У разі скандалів або негативного висвітлення політики використовують онлайн-ресурси для публічного вибачення або пояснення своїх дій. Прикладом є звернення до громадськості у форматі відеозвернень або публічних постів.
- Інформаційні кампанії. Через інтернет поширюються цілеспрямовані повідомлення, спрямовані на зміцнення лояльності або дискредитацію опонентів.

Під час своїх виступів Дональд Трамп часто використовував прийоми політичного PR для формування свого іміджу та впливу на громадську думку. Наприклад, у своїй інавгураційній промові 2017 року він заявив: «The forgotten men and women of our country will be forgotten no longer.» Це висловлювання мало на меті створити образ Трампа як захисника простих громадян, які раніше не отримували належної уваги від влади. Крім того, Трамп активно використовував соціальні мережі, зокрема Twitter, для прямого спілкування з громадськістю та просування своїх політичних меседжів, що є характерним для сучасних PR-стратегій.

Політична комунікація передбачає безпосередній обмін інформацією між політичними лідерами та громадськістю. Прикладом цього є виступи Вінстона Черчилля під час Другої світової війни, зокрема його промова 4 червня 1940 року, відома як «We shall fight on the beaches». У цій промові Черчилль звертався до британського народу, інформуючи про ситуацію на фронті та мобілізуючи націю до опору. Цей виступ є прикладом політичної комунікації, оскільки він спрямований на безпосереднє інформування та мотивування громадськості без використання PR-стратегій.

Попри відмінності у функціях і цілях, політична комунікація та політична PR-комунікація часто взаємопроникають у межах англомовного інтернет-дискурсу. Наприклад, офіційна заява уряду певної країни може виконувати як інформаційну, так і PR-функцію, залежно від контексту та цільової аудиторії. Ці аспекти викликають труднощі, які пов'язані з розмиванням меж між інформуванням і маніпуляцією. Політичні заяви репрезентують як факти, але насправді вони, за певних умов, мають приховані PR-цілі. У зв'язку з цим, в англомовному інтернет-дискурсі спостерігається тенденція поширення фейкових новин і дезінформації, що ускладнює відокремлення правдивої інформації від PR-стратегій.

Політична комунікація та політична PR-комунікація мають спільні риси, але різняться за цілями, функціями, методами та аудиторією. Розмежування між ними може бути здійснене за наступними критеріями: цільовою спрямованістю, функціональною роллю, тематичним контентом, аудиторією, методами й засобами впливу, ступенем відкритості, контекстом використання та кінцевим результатом.

Політична комунікація зосереджується на обміні інформацією між політичними акторами, медіа та громадськістю, прагнучи інформувати, дискутувати та формувати суспільний порядок денний. Натомість політична PR-комунікація спрямована на створення і підтримку позитивного іміджу політичних суб'єктів, акцентуючи увагу на впливі на емоції й поведінку аудиторії з метою досягнення конкретних стратегічних цілей.

Функціонально політична комунікація виконує інформаційну, просвітницьку та інтерактивну функції. Вона орієнтована на відкритий діалог і залучення суспільства до обговорення важливих тем. Політична PR-комунікація, натомість, виконує іміджеву, рекламну та маніпулятивну функції. Її головне завдання – формування вигідного сприйняття політичних акторів і управління громадською думкою.

Тематика цих двох форм комунікації також різниться. Політична комунікація орієнтована на об'єктивне висвітлення політичних подій, програм і ідей, що мають суспільну значущість. Натомість політична PR-комунікація акцентує увагу на персоналізованих висловлюваннях, які підкреслюють сильні сторони політичних акторів і мінімізують їх слабкі сторони.

Політична комунікація охоплює широкую аудиторію, а саме громадян, журналістів, експертів і навіть політичних опонентів. Політична PR-комунікація адаптується до конкретних цільових груп, таких як молодь, бізнес, соціальні чи етнічні групи.

Політична комунікація використовує прозорі засоби, такі як публічні виступи, дебати, офіційні заяви та інформаційні кампанії. Політична PR-комунікація більше орієнтована на емоційний вплив, застосовуючи

медіаплани, візуальні матеріали, рекламні кампанії та емоційно забарвлений контент, який часто акцентує увагу на страхах або позитивних емоціях.

Політична комунікація прагне до прозорості та відкритого діалогу, тоді як політична PR-комунікація має прихований характер і включає елементи маніпуляції, наприклад, спін-докторинг або контрольований витік інформації. Контекст використання цих видів комунікації також різний. Політична комунікація зазвичай використовується для донесення змістовної інформації у таких контекстах, як вибори, обговорення законодавчих ініціатив чи міжнародні переговори. Політична PR-комунікація, навпаки, спрямована на підвищення популярності політичних суб'єктів, вирішення кризових ситуацій та зміцнення лояльності до політичного бренду.

Політична комунікація спрямована на формування обізнаності, обговорення та прийняття суспільно значущих рішень. Політична PR-комунікація зосереджується на підвищенні рейтингу, створенні позитивного іміджу та управлінні поведінкою аудиторії. Таким чином, хоча політична комунікація та політична PR-комунікація нерідко переплітаються, їх можна чітко розрізнити за цілями, функціями, методами впливу та кінцевими результатами.

Однією з основних функцій PR у політичних кампаніях є створення та поширення повідомлень, а саме розробка ключових тез, пресрелізів та інших матеріалів, які транслюють позиції та цінності політика до суспільства. Фахівці з PR тісно співпрацюють зі стратегами кампанії, щоб забезпечити послідовність повідомлень і їх відповідність загальним цілям кампанії.

Окрім створення повідомлень, PR-фахівці також відповідають за роботу зі ЗМІ для політичних кампаній, організовуючи інтерв'ю з журналістами, відповідаючи на запити від медіа та поширюючи історії через ЗМІ. Вони відіграють ключову роль у тому, щоб донести повідомлення політиків до громадськості через традиційні та соціальні медіа.

У цифрову епоху соціальні мережі стали важливою платформою для політичних кампаній. PR-фахівці відповідають за управління присутністю політика в соціальних мережах, створення та планування постів, взаємодію з підписниками, а також моніторинг і відповідь на коментарі та повідомлення.

Сприйняття інформації аудиторією залежить від способів символізації, які існують у суспільстві. Вплив політичної комунікації залежить від узгодження методів кодування та декодування повідомлень. Для належного розуміння інформації символічна система комунікатора має відповідати системі символів реципієнта. Ефективність політичної комунікації значною мірою залежить від правильності обраного методу кодування, зокрема від точності усталених жанрів, що мають смислову цінність для реципієнтів (Проноза, 2021, с. 78).

Політична комунікація є важливою складовою політичного процесу. Вона відбувається у різних формах — офіційній чи неофіційній, на різних майданчиках — державних чи приватних, і через різні засоби масової інформації шляхом створення та передавання політичних повідомлень як прямими, так і непрямыми каналами. Політична комунікація охоплює політичні інститути, суб'єкти, медіа та громадян. Кожен акт політичного спілкування, ініційований партіями, зацікавленими групами або медіа, спрямований на громадян з метою інформування та впливу на них. Взаємодія між цими трьома групами є ключовою у політичній комунікації. Потоки комунікації рухаються у багатьох напрямках: від владних структур до громадян, горизонтально між політичними суб'єктами та медіа, і вгору від громадян та груп до політичних інституцій.

Політична комунікація і політична PR-комунікація можуть ефективно взаємодіяти, особливо в цифровому середовищі, де кордони між інформаційною взаємодією та PR-кампаніями часто розмиваються. Соціальні медіа, блоги та інші платформи дозволяють інтегрувати інформаційні повідомлення з елементами іміджевого просування, створюючи більш комплексну комунікацію, яка одночасно інформує та формує громадську думку.

6. Висновки й перспективи дослідження

Роль зв'язків з громадськістю у політичній сфері надзвичайно важлива. Від формування повідомлень і роботи зі ЗМІ до управління особистим брендом політика, PR суттєво впливає на сприйняття громадськістю певної інформації і, зрештою, на успіх політичної кампанії. Зі зростанням ролі PR у політиці стає дедалі важливішим для політиків тісно співпрацювати з PR-фахівцями для ефективного спілкування з громадськістю та досягнення своїх цілей.

Політична комунікація та політична PR-комунікація в англомовному інтернет-дискурсі є складними, але надзвичайно важливими феноменами. Їх взаємодія визначає сучасну політичну реальність, впливаючи на формування суспільної думки та політичних процесів. Для диференціації цих понять необхідно враховувати когнітивні, прагматичні, соціолінгвістичні й технологічні аспекти, які формують специфіку інтернет-дискурсу як медіаплатформи. Попри те, що політична комунікація та політична PR-комунікація мають різні цілі та підходи, їх симбіоз в інтернет-дискурсі значно підвищує ефективність взаємодії з громадськістю, поєднуючи інформування з активним формуванням іміджу і громадської думки. Перспективи подальших розвідок вбачаємо у дослідженні політичної комунікації і політичної PR-комунікації у різних соціокультурних контекстах.

Література

1. Косар Людмила 2018. *Комунікаційний інструментарій для державних службовців*. Київ.
2. Проноза Інна 2021. Роль політичних комунікацій у сучасному інформаційному просторі. *Науковий журнал «Політикус»* 3: с. 75–80. <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2021-3.12>
3. Шоріна Тетяна 2024. Комунікація як соціальне конструювання та її виміри (на основі досліджень Е. А. Візера). В: *Матеріали Всеукраїнського круглого столу «Співвідношення соціального-індивідуального у сучасних комунікативних процесах»*. Київ: Національний авіаційний університет, с. 115–117.
4. Bakir, Vian 2018. *Intelligence Elites and Public Accountability: Relationships of Influence with Civil Society*. London: Routledge.
5. Craig, Robert 1999. Communication theory as a field. *Communication Theory* 9/2: pp. 119–161. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1999.tb00355.x>
6. Kiraç, Ziya Kivanç 2022. Ideologies and Democracy: A Symbolic Approach. In: Chitadze, Nika ed. *Global Dimensions of Democracy and Human Rights: Problems and Perspectives*. Hershey: IGI Global, pp. 95–106. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-4543-3.ch003>
7. Norris, Pippa 2001. Political Communication. In: Smelster, Neil J. – Baltes, Paul B. eds. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. Amsterdam: Elsevier, pp. 11631–11640. <https://doi.org/10.1016/B0-08-043076-7/04364-3>
8. Pearce, Barnett 1989. *Communication and the Human Condition*. Carbondale: Southern Illinois University Press.

References

1. Kosar, Liudmyla 2018. *Komunikatsiynyi instrumentarii dlia derzhavnykh sluzhbovtziv* [Communication Toolkit for Civil Servants]. Kyiv. (In Ukrainian)
2. Pronoza, Inna 2021. Rol politychnykh komunikatsii u suchasnomu informatsiinomu prostori [The role of political communications in the modern information space]. *Naukovyi zhurnal «Politicus»* 3: s. 75–80. <https://doi.org/10.24195/2414-9616.2021-3.12> (In Ukrainian)
3. Shorina, Tetiana 2024. Komunikatsiia yak sotsialne konstruiuvannia ta yii vymiry (na osnovi doslidzhen E. A. Vizera) [Communication as a social construction and its dimensions (based on the research of E. A. Wieser)]. In: *Materialy Vseukrainskoho kruhloho stolu «Spivvidnoshennia sotsialnoho-indyvidualnoho u suchasnykh komunikatyvnykh protsesakh»*. Kyiv: Natsionalnyi aviatsiynyi universytet, s. 115–117. (In Ukrainian)
4. Bakir, Vian 2018. *Intelligence Elites and Public Accountability: Relationships of Influence with Civil Society*. London: Routledge.
5. Craig, Robert 1999. Communication theory as a field. *Communication Theory* 9/2: pp. 119–161. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1999.tb00355.x>

6. Kiraç, Ziya Kivanç 2022. Ideologies and Democracy: A Symbolic Approach. In: Chitadze, Nika ed. *Global Dimensions of Democracy and Human Rights: Problems and Perspectives*. Hershey: IGI Global, pp. 95–106. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-4543-3.ch003>
7. Norris, Pippa 2001. Political Communication. In: Smelster, Neil J. – Baltes, Paul B. eds. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*. Amsterdam: Elsevier, pp. 11631–11640. <https://doi.org/10.1016/B0-08-043076-7/04364-3>
8. Pearce, Barnett 1989. *Communication and the Human Condition*. Carbondale: Southern Illinois University Press.

Політична комунікація і політична PR-комунікація: проблеми диференціації

Шугаєв Андрій, кандидат філологічних наук, доцент. Житомирський державний університет імені Івана Франка, кафедра англійської філології та перекладу, доцент. shuhaievandrii@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0008-2259.

Мальченко Михайло. Житомирський державний університет імені Івана Франка, кафедра германської філології та зарубіжної літератури, викладач. asedimiruna@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0288-8328.

Політична комунікація є складним процесом взаємодії між політичними суб'єктами, медіа та громадськістю, з метою обміну інформацією, ідеями та цінностями. Вона відіграє важливу роль у формуванні суспільної думки, мобілізації електорату та забезпеченні ефективного функціонування демократичних процесів. Однак, разом з розвитком політичних комунікацій, відзначається необхідність розмежування між політичною комунікацією та політичною PR-комунікацією, які взаємопов'язані, але мають суттєві відмінності в своїх функціях та цілях.

У статті досліджено політичну комунікацію як процес передачі політичних повідомлень через різні канали комунікації, зокрема мас-медіа та міжособистісні зв'язки, підкреслюючи її важливість у демократичних суспільствах. Окрему увагу приділено ролі інтернету як новому каналу комунікації, який забезпечує прямий зв'язок між урядом та громадянами, сприяючи активному обговоренню політичних ініціатив та взаємодії через соціальні мережі. Вивчено взаємодію політичної та PR-комунікації, де перша зосереджується на інформаційній функції, а друга — на управлінні іміджем політичних акторів. Стаття також розглядає особливості політичного PR у цифрову епоху, зокрема в контексті соціальних мереж, де політичні повідомлення часто комбінуються з емоційними та маніпулятивними елементами. Автори підкреслюють важливість розмежування між політичною комунікацією та PR-комунікацією, враховуючи їх функціональні ролі, цільові аудиторії та методи впливу. Особливу увагу приділено викликам, пов'язаним з фейковими новинами та дезінформацією, що ускладнює відокремлення правдивої інформації від стратегій маніпуляції. Розглянуто важливість символізації та правильної декодування політичних повідомлень для ефективного сприйняття

інформації аудиторією. Крім цього, проілюстровано критерії розмежування політичної комунікації і політичної PR-комунікації.

Метою статті є вивчення спільних і відмінних рис політичної комунікації та політичної PR-комунікації, а також розробка критеріїв для їх диференціації. Завдання дослідження включають з'ясування сутності обох понять, визначення їх впливу на громадську думку, політичну активність та демократичні процеси, а також окреслення критеріїв для розмежування політичної комунікації і PR-комунікації. У перспективі передбачено дослідження політичної комунікації і політичної PR-комунікації у різних соціокультурних контекстах.

Ключові слова: комунікація, PR, контекст, ЗМІ, інтернет, дискурс.

Political communication and political PR-communication: problems of differentiation

Andrii Shuhaiev, candidate of philological sciences, associate professor. Zhytomyr Ivan Franko State University, Department of English Philology and Translation, associate professor. shuhaievandrii@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0008-2259.

Mykhailo Malchenko. Zhytomyr Ivan Franko State University, Department of Germanic Philology and Foreign Literature, lecturer. asedimiruna@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0288-8328.

Political communication is a complex process of interaction between political actors, the media and the public to exchange information, ideas and values. It plays an important role in shaping public opinion, mobilizing the electorate and ensuring the effective functioning of democratic processes. However, along with the development of political communication, there is a need to distinguish between political communication and political PR-communication, which are interrelated but have significant differences in their functions and goals.

The present article examines political communication as the process of transmitting political messages through various communication channels, including mass media and interpersonal relations, emphasizing its importance in democratic societies. Particular attention is paid to the role of the Internet as a new communication channel that provides a direct link between the government and citizens, facilitating active discussion of political initiatives and interaction through social networks. The interaction of political and PR communication is studied, where the former focuses on the information function and the latter on the image management of political actors. The article also focuses on the peculiarities of political PR in the digital era, in particular within the context of social media, where political messages are often combined with emotional and manipulative elements. The authors emphasize the importance of distinguishing between political communication and PR communication, taking into account their functional roles, target audiences, and methods of influence. Particular attention is paid to the challenges posed by fake news and disinformation, which make it difficult to separate reliable information from manipulation strategies. The importance of symbolization and proper decoding of political messages for the effective perception of information by the audience is considered.

In addition, the criteria for distinguishing between political communication and political PR communication are illustrated.

The aim of the article is to study the common and distinctive features of political communication and political PR-communication, as well as to develop criteria for their differentiation. The objectives of the study include clarifying the essence of both concepts, determining their impact on public opinion, political activity and democratic processes, as well as outlining the criteria for distinguishing between political communication and PR communication. In the future, it is planned to study political communication and political PR-communication in different socio-cultural contexts.

Keywords: *communication, PR, context, media, Internet, discourse.*

Politikai kommunikáció és politikai PR-kommunikáció: a differenciálás problémái

Shuhajev Andrij, filológiai tudományok kandidátusa, docens. Zsitomiri Ivan Franko Állami Egyetem, Angol Filológia és Fordítás Tanszék, docens. shuhaievandrii@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0008-2259.

Malchenko Mihajlo. Zsitomiri Ivan Franko Állami Egyetem, Germán Filológia és Idegennyelvű Irodalom Tanszék, oktató. asedimiruna@gmail.com, ORCID: 0000-0002-0288-8328.

A politikai kommunikáció a politikai szereplők, a média és a nyilvánosság közötti összetett interakciós folyamat, amelynek célja az információk, eszmék és értékek cseréje. Jelentős szerepet játszik a közvélemény formálásában, a választók mozgósításában, valamint a demokratikus folyamatok hatékony működésének biztosításában. Ugyanakkor a politikai kommunikáció fejlődésével párhuzamosan szükségessé vált a politikai kommunikáció és a politikai PR-kommunikáció megkülönböztetése, amelyek bár összefüggenek egymással, funkciójukban és céljukban lényeges különbségeket mutatnak.

Jelen tanulmány a politikai kommunikációt mint politikai üzenetek közvetítésének folyamatát vizsgálja különböző kommunikációs csatornákon keresztül, beleértve a tömegmédiát és a személyes kapcsolatokon alapuló kommunikációt, hangsúlyozva azok fontosságát a demokratikus társadalmakban. Külön figyelmet kap az internet szerepe új kommunikációs csatornaként, amely közvetlen kapcsolatot teremt a kormányzat és az állampolgárok között, elősegítve a politikai kezdeményezések aktív megvitatását és a közösségi hálózatokon keresztüli interakciót. Górcső alá kerül a politikai és PR-kommunikáció kapcsolata is: míg az előbbi főként az információközlésre összpontosít, az utóbbi a politikai szereplők imázsának formálását szolgálja. A tanulmány kitér a digitális korszak politikai PR-jának sajátosságaira is, különösen a közösségi média kontextusában, ahol a politikai üzenetek gyakran érzelmi és manipulatív elemekkel társulnak.

A szerzők hangsúlyozzák a politikai kommunikáció és a PR-kommunikáció közötti különbségtétel fontosságát, figyelembe véve azok funkcionális szerepét, célközönségét és befolyásolási módszereit. Kiemelt figyelmet kapnak az álhírek és dezinformációk által jelentett kihívások, amelyek megnehezítik a megbízható információk és a manipulációs stratégiák

közötti különbségtételt. A politikai üzenetek szimbólumainak és megfelelő dekódolásának fontosságát is vizsgálja a tanulmány, mivel ezek elengedhetetlenek az információk hatékony befogadásához. Emellett bemutatásra kerülnek azok a kritériumok is, amelyek alapján a politikai kommunikáció és a politikai PR-kommunikáció elkülöníthető egymástól.

A tanulmány célja, hogy feltárja a politikai kommunikáció és a politikai PR-kommunikáció közös és eltérő jellemzőit, valamint kidolgozza ezek megkülönböztetésének kritériumait. A kutatás célkitűzései közé tartozik a két fogalom lényegének tisztázása, a közvéleményre, a politikai tevékenységre és a demokratikus folyamatokra gyakorolt hatásuk meghatározása, valamint a megkülönböztetésükhöz szükséges kritériumok felvázolása. A szerzők a jövőben a politikai kommunikáció és a politikai PR-kommunikáció vizsgálatát különböző társadalmi-kulturális kontextusokban is tervezik.

Kulcsszavak: *kommunikáció, PR, kontextus, média, internet, diskurzus.*