

ПОЛІТИЧНІ НАУКИ

УДК 329.8

Тимченко М. М.,
аспірант кафедри політології, Дніпропетровський
національний університет ім. Олеся Гончара
(Україна, Дніпропетровськ),
mihail_timchenko@mail.ru

ТЕОРЕТИКО–МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВНУТРІШНЬОПАРТІЙНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Партійна комунікація є одним із різновидів політичної комунікації який є малодослідженим у сучасній політичній науці. В будь-якій демократичній політичній системі політичні партії виступають важливим чинником залучення соціальних груп та груп інтересів. Внутрішньопартійна комунікація визначає процес циркуляції політичної інформації всередині партії між її структурними елементами та членами. Внутрішньопартійна комунікація забезпечує розповсюдження та створення каналів зворотного зв'язку між окремими елементами партійної організаційної структури. Мета дослідження – аналіз теоретико–методологічних засад дослідження внутрішньопартійної комунікації. До основних цілей дослідження відносяться: визначення понять політичної, партійної та внутрішньопартійної комунікації; окреслення основних методологічних підходів до дослідження внутрішньопартійної комунікації; аналіз структури внутрішньопартійної комунікації. Реалізація мети обумовлює використання комплексу загальнонаукових методів: системного, структурно–функціонального та типологічного.

Ключові слова: політична партія, політична комунікація, партійна комунікація, внутрішньопартійна комунікація, міжпартійна комунікація.

Практика сучасної внутрішньопартійної та міжпартійної боротьби за владу, регулювання порядку створення і діяльності, а також визначення завдань, функцій і прав політичних партій у сучасних умовах, наукові й теоретичні обґрунтування їх необхідності – усе це, безсумнівно, становить собою актуальну політичну проблему.

Сутність комунікаційних процесів полягає у передачі, переміщенні та обігу політичної інформації. З її допомогою передається політичний досвід, знання, координуються зусилля людей, відбувається їх політична соціалізація і адаптація, структурується політичне життя. Характер політичної комунікації у суспільстві, рівень її розвитку визначається в більшій мірі станом загальної та політичної культури. Важливими передумовами оптимального розвитку політичної комунікації є інтелектуальна свобода, демократична політична культура, свобода засобів масової інформації від владних структур.

Стійкість глобального інформаційного суспільства ґрунтується на стимулюючих розвиток людини демократичних цінностях, таких як вільний обмін знаннями і інформацією, взаємна толерантність і повага до особливостей інших людей [6, с. 47].

Аналізу діяльності політичних партій, формування демократичних механізмів внутрішньопартійних відносин у процесі взаємодії влади та громадянського суспільства присвячені праці таких вчених, як Г. Ашин, Р. Арон, П. Бурдьє, Л. Вайтхед, Д. Волдрон, А. Вілдавські, О. Гаман–Голутвіна, О. Дегтярьов, Ф. Закарія, Т. Карозерс, Г. Колбеч, Н. Мотрошилова, В. Парсонс, А. Пшеворський, Д. Растоу, О. Тоффлер, А. Шедлер, Т. Шмачкова, Ф. Шміттер та ін.

Концептуальні основи дослідження діяльності демократизації внутрішньопартійної взаємодії у контексті

посткомуністичних політичних трансформацій представлені у роботах таких дослідників, як Б. Андресюк, О. Балакірева, А. Білоус, Є. Бистрицький, В. Денисенко, І. Жданов, І. Кресіна, Ю. Куц, О. Левченко, В. Литвин, С. Наумкіна, І. Павленко, О. Радченко, М. Рибачук, Ф. Рудич, Ю. Саєнко, С. Телешун, М. Томенко, О. Фісун, В. Шаповал, Л. Шкляр, Ю. Якименко, Д. Яковлев, Л. Ярошенко та ін.

Кожна політична система розгортає власну мережу політичної комунікації відповідно до своїх можливостей. Ця мережа розвивається одночасно з політичними структурами. Однак існує безпосередній зв'язок між рівнем економічного розвитку суспільства та рівнем розвитку структур політичної комунікації. Останній визначається як технічним рівнем передавання інформації, так і базовою ідеологією політичної системи.

Звичайно, що комунікація життєво необхідна політичній системі. Політичний аналіз має враховувати проблеми інформації та політичної комунікації в поєднанні з іншими проблемами, як це робиться в межах функціональної концепції дослідження політичної сфери суспільства [4, с. 330].

Аналіз генезису і подальшої еволюції теоретичних моделей політичної комунікації як когнітивних конструкцій, що сприяють розкриттю і осмисленню каузальних зв'язків між процесами і явищами інформаційного впливу і взаємодії у сфері політики, приводить до висновку про прояв стійкої тенденції поступового заміщення односпрямованої, уніполярної комунікації формами інформаційного обміну, що припускають наявність, зворотного зв'язку між учасниками політико–комунікаційних процесів.

В умовах становлення інформаційного суспільства політична комунікація здійснюється вже не тільки по вертикалі – меж «керуючими» і «керованими»: сучасний рівень технологічної оснащеності соціуму, одним з показників якого виступає стрімке поширення Інтернету, що дає можливість практично будь-якому індивіду вільно створювати і поширювати власні інформаційні продукти, безсумнівно, виступає фактором, що сприяє диверсифікації комунікаторів, зростанню інтенсивності горизонтальних комунікаційних потоків, виникненню і розвитку мережових інтерактивних структур, що охоплюють і сферу політики [5, с. 35].

Розвиток засобів комунікації виступає як один з факторів, що роблять в історичному контексті істотний вплив на перетворення соціально–політичної дійсності. Починаючи з епохи Середньовіччя та Нового часу і аж до наших днів цей вплив пов'язується з постійним підвищенням рівня доступності відомостей про події та процеси, що відбуваються у сфері політики. Однак стрімке зростання використання новітніх комунікаційних технологій супроводжується збільшенням ступеня інформаційного ризику як наслідку досягнення небуvaloї прозорості в діяльності соціально–політичних інститутів,

і в плані контролю за поведінкою і діями окремих індивідів.

Сучасна демократія функціонує переважно у представницькій формі, тому дослідження демократизації внутрішньопартійної взаємодії у політологічному дискурсі глибоко пов'язані із діяльністю політичних партій щодо формування політичних еліт та політичного класу, громадянського суспільства, участю у виборчих кампаніях, процесі прийняття політичних рішень [2, с. 177].

Партійна комунікація – це один з видів політичної комунікації, коли політична інформація циркулює всередині партії між її структурними елементами та членами, або ж з ініціативи партії передається особі, громадянину, групі, іншій партії, політичному актору чи політичному інституту і має на меті досягнення заздалегідь визначених результатів, базованих на партійних інтересах.

У структурі партійної комунікації цілком може бути застосований підхід видатних американських науковців у сфері управління М. Х. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедоурі, які виділяють два великих класи комунікацій з подальшою їх деталізацією:

– комунікації між організацією та її зовнішнім середовищем;

– комунікації між рівнями і підрозділами організації [3, с. 267].

При внутрішньопартійній комунікації інформація рухається всередині політичної партії між елементами її організаційної структури і включає такі напрямки: всередині партійного осередку, між партійними осередками одного рівня (горизонтальна комунікація), між партійними осередками різної субординації (вертикальна комунікація).

Що стосується блоків партій, то, залежно від ситуації чи аспекту дослідження, комунікацію між партіями-учасницями блоку можна розглядати як міжпартійну або ж внутрішньопартійну [8, с. 220].

Партійну комунікацію можна поділити на зовнішню і внутрішню. Зовнішня партійна комунікація характеризується тим, що отримувач знаходиться зовні по відношенню до партії. Зовнішній аспект включає інформаційний обмін з органами влади, політичними партіями та іншими політичними утвореннями держави. Комунікація між двома і більше політичними партіями чи блоками – це один з видів партійної комунікації – міжпартійна комунікація.

При внутрішньопартійній комунікації інформація рухається всередині політичної партії між елементами її організаційної структури і включає такі напрямки: всередині партійного осередку, між партійними осередками одного рівня (горизонтальна комунікація), між партійними осередками різної субординації (вертикальна комунікація).

Горизонтальні комунікації у політичних партіях здійснюються між особами, які знаходяться на одному рівні партійної ієрархії. Такий обмін інформацією забезпечує координацію діяльності. Роль вертикальних комунікацій полягає у налагодженні зв'язків між партійними масами та партійними лідерами різних рівнів [4, с. 331].

Діагональні комунікації у партіях здійснюються між особами, які перебувають на різних рівнях ієрархії (наприклад, між територіальними та штабними підроз-

ділами, коли штабні служби партії, розташовані у столиці, керують виконанням певних функцій у регіонах).

На даний час зросла роль внутрішньопартійної комунікації, зокрема, в таких напрямках як «партія – регіональна організація», «партія – місцева організація», «партія – кандидат», «кандидат – місцева організація», «кандидат – регіональна організація» [4, с. 331].

Неформальні комунікації у політичних партіях не передбачені організаційною структурою. Водночас вони відіграють подекуди вирішальне значення. Адже саме у ході неформальних комунікацій формуються групи впливу з їхніми лідерами, приймаються важливі рішення, обговорюються перспективні партійні коаліції чи вихід з останніх.

Слід зазначити, що внутрішньопартійна та міжпартійна комунікація відрізняються як предметом, так і використовуваними каналами. На думку О. В. Шиманової, предметом внутрішньопартійної комунікації виступають: партійні цінності, партійна ідеологія, програма діяльності партії, передвиборча програма партії, критерії формування виборчих списків, співпраця з іншими політичними утвореннями, розподіл повноважень між елементами організаційної структури, а предметом міжпартійної комунікації зазвичай є критерії формування блоків, альянсів, коаліцій, міжпартійна співпраця чи протистояння, законотворча та нормотворча діяльність, проведення спільних акцій [8, с. 220]. Основними каналами внутрішньопартійної комунікації є з'їзди, збори, партійні ЗМІ, неформальні канали; в той же час офіційні переговори і зустрічі, кулуарні домовленості, засоби масової інформації – це найпоширеніші канали міжпартійної комунікації.

На взаємини і рух інформації всередині партії впливають наступні чинники: організаційна структура партії, стан та рівень внутрішньопартійної демократії, статут, партійний список і програма партії, що одночасно можуть виступати предметом як внутрішньопартійної, так і міжпартійної комунікації. Окрім того, статут – це документ, що формалізує існуючу організаційну структуру партії.

Особливу роль у внутрішньопартійній комунікації, що впливає з організаційної структури партії, відіграють взаємини між елементами організаційної структури (центр – регіональні (місцеві) осередки, осередки між собою), між керівництвом партії та парламентською фракцією (якщо партія представлена в парламенті), між окремими партійними групами.

Доволі важливою частиною внутрішньопартійної комунікації виступає форми взаємодії політичної партії та її парламентської фракції. М. Дюверже охарактеризував три можливі варіанти взаємодії парламентської фракції та керівництва партії: домінування фракції над партією, відносна рівновага між парламентарями і керівниками партії, та домінування партії над фракцією. Система цих взаємовідносин, окрім того, детермінується типом виборчої системи. Оскільки пропорційна система передбачає формування виборчого списку, то кандидати, включені до нього, залежні від партійного керівництва, яке фактично його формує. В той же час, мажоритарна виборча система навпаки надає обраним депутатам певну свободу дій [1, с. 103].

Політика, яку проводить фракція в межах парламенту, не завжди узгоджується з рішенням партії. Тому можна

говорити про певну автономію фракції відносно керівних органів партії. Партії, в яких саме парламентська фракція визначає напрями партійної діяльності і формує партійну політику, називаються гнучкими [7, с. 54].

Дослідження партійної діяльності у процесах політичних трансформацій має включати аналіз внутрішньопартійної комунікації. Без політологічного вивчення внутрішньопартійних відносин, методів партійної боротьби між групами впливу в середині партії неможливо представити повноцінну картину процесу демократизації політичної системи.

При осмисленні ролі політичних комунікацій у внутрішньопартійній діяльності політичних партій доцільно застосовувати певні методологічні підходи. Застосування аксіологічного підходу дозволяє розкрити зміст внутрішньопартійних комунікацій під ціннісно-нормативним кутом зору, зокрема, через розгляд внутрішньопартійних комунікацій через призму демократичних цінностей. Партійні комунікації через різноманіття політичних відносин виражають певні цінності акторів політичного процесу; відбивають у собі значиму політичну інформацію як зміст, включає процеси циркуляції цим змістом, а також прийоми, які використовуються в цьому процесі.

При дослідженні політичного простору, в рамках якого діють політичні партії, деякі дослідники застосовують компаративний підхід, що має бути орієнтований на виявлення якісних характеристик внутрішньопартійних комунікацій [5, с. 36]. Індивідуальна свобода політичних партій визначає більшою мірою їх внутрішньопартійні комунікації, які проявляються у формуванні партійного бюджету, вибори керівництва, проведенням праймеріз (внутрішньопартійного голосування) з метою подальшої демократизації внутрішньопартійного життя, підвищення відкритості та змагальності процесу кадрового відбору на виборні посади, підтримці відносин партійної бюрократії і рядових членів, сплаті або відмові від сплати членських внесків та ін.

Теоретико-методологічні засади дослідження внутрішньопартійної комунікації полягають у визначенні еволюції теоретичних моделей політичної та партійної комунікації як когнітивних конструкцій, що сприяють розкриттю і осмисленню каузальних зв'язків між процесами і явищами інформаційного впливу і взаємодії у сфері політики. Внутрішньопартійна комунікація реалізує взаємодію соціальних груп та політичних партій на певних рівнях: вертикальному, горизонтальному, діагональному та неформальному. Перспективними напрямками дослідження процесів внутрішньопартійної комунікації можна вважати комунікативні аспекти взаємодії між групами тиску всередині партійної структури, особливості взаємодії між різними рівнями партійної структури та особливостями комунікації між партійною структурою та партійною фракцією у парламенті.

Список використаних джерел

1. Дюверже М. Политические партии / М. Дюверже; [пер. с франц. Л. А. Зиминной]. – М.: Академический Проект, 2000. – 538 с.
2. Кройтор А. В. Внутрішньопартійна демократія з точки зору теорії партійних еліт / А. Кройтор // Всеукраїнська науково-практична конференція «Політичні парадигми розвитку XXI століття: аналітичні рамки та конфігурації сучасної політики». – Луганськ, 15 березня 2013 року. – С.176–183.
3. Meskon Майкл Х., Альберт Майкл, Хедоури Франклин. Основы менеджмента: пер. с англ. / М. А. Майорова (пер.). – М.: Дело, 2000. – 704 с.
4. Морарь М. В. Політична комунікація в іміджмейкерстві партійного лідера / М. В. Морарь // Гілея: науковий вісник. – 2014. – Вип.81. – С.329–333. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/gileya_2014_81_82.pdf
5. Тома Ю. П. Коммуникативное поле политических партий: региональный аспект // Актуальные проблемы современной науки и образования: Сборник научных трудов аспирантов и соискателей. – Ростов н/Д.: Изд-во ЮФУ, 2010. – С.35–41.
6. Чорна Н. В. Тенденції в розвитку політичної комунікації в інформаційному суспільстві / Н. В. Чорна, Т. Г. Авксентьева // Вісн. Харк. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. – 2010. – №888. – С.46–52.
7. Шведа Ю. Р. Теорія політичних партій і партійних систем: навч. посібник / Ю. Шведа. – Львів: Тріада плюс, 2004. – 528 с.
8. Шиманова О. В. Чинники функціонування внутрішньопартійної комунікації / О. В. Шиманова // Вестник СевГТУ. – Севастополь: Изд-во СевНТУ, 2011. – Вып.123: Политология. – С.220–226.

References

1. Djuverzhe M. Politicheskie partii / M. Djuverzhe; [per. s francuzskogo L. A. Ziminoj]. – M.: Akademicheskij Proekt, 2000. – 538 s.
2. Krojtor A. V. Vnutrishnopartijna demokratija z točki zoru teorii partijnih elit / A. Krojtor // Vseukrainska naukoivo-praktichna konferencija «Politichni paradigmi rozvitku XXI stolittja: analitichni ramki ta konfiguracii suchasnoi politiki». – Lugansk, 15 bereznja 2013 roku. – S.176–183.
3. Meskon Majkl H., Al'bert Majkl, Hedouri Franklin. Osnovy menedzhmenta: per. s angl. / M. A. Majorova (per.). – M.: Delo, 2000. – 704 s.
4. Morar M. V. Politichna komunikacija v imidzhmejkerstvi partijnogo lidera / M. V. Morar //Gileja: naukovij visnik. – 2014. – Vip.81. – S.329–333. – Rezhim dostupu: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/gileya_2014_81_82.pdf
5. Toma Ju. P. Kommunikativnoe pole politicheskikh partij: regionalnyj aspekt // Aktualnye problemy sovremennoj nauki i obrazovanija: Sbornik nauchnyh trudov aspirantov i soiskatelej. – Rostov n/D.: Izd-vo JuFU, 2010. – S.35–41.
6. Chorna N. V. Tendencii v rozvitku politichnoi komunikacii v informacijnomu suspilstvi / N. V. Chorna, T. G. Avksenteva // Visn. Hark. nac. un-tu im. V. N. Karazina. – 2010. – №888. – S.46–52.
7. Shveda Ju. R. Teorija politichnih partij i partijnih sistem: navch. posibnik / Ju. Shveda. – L'viv: Triada plus, 2004. – 528 s.
8. Shimanova O. V. Chinniki funkcionuvannja vnutrishnopartijnoi komunikacii / O. V. Shimanova // Vestnik SevGTU. – Sevastopol': Izd-vo SevNTU, 2011. – Vyp.123: Politologija. – S.220–226.

Timchenko M. M., graduate student of the department of political science, The Oles Honchar Dnepropetrovsk national university (Ukraine, Dnepropetrovsk), mihail_timchenko@mail.ru

Theoretical and methodological bases of inner-party communication's research

A party communication is one of the varieties of political communication that is scantily explored in modern political science. As any democratic political system political parties comes as the important factor for attracting of social groups and groups of interests. Intraparty communication defines the process of political information circulation inside the party between its structural elements and members. Intraparty communication provides dissemination and creation of feedback channels between separate elements of the party organizational structure. Aim of the research – analysis of theoretical and methodological principles of intraparty communication researches. Among the main aims of the research are: definitions of political party, party and intraparty communication; delineation of the main methodological approaches to the research of intraparty communication; analysis of intraparty communication structure. Realization of the aim causes the using of scientific methods complex, systematic, structural and functional, and typological.

Keywords: political party, political communication, communication party, inner communication, inter-communication.

Timchenko M. M., аспирант кафедри політології, Дніпропетровський національний університет ім. Олеса Гончара (Україна, Дніпропетровськ), mihail_timchenko@mail.ru

Теоретико-методологічне основи вивчення внутрішньопартійної комунікації

Партійна комунікація представляє собою одну із різновидностей політичної комунікації, яка являється малоисследованной в современной политической науке. В любой демократической политической

системе политические партии выступают важным фактором привлечения социальных групп и групп интересов. Внутривнутрипартийная коммуникация определяет процесс циркуляции политической информации внутри партии между ее структурными элементами и членами. Внутривнутрипартийная коммуникация обеспечивает распространение и создание каналов обратной связи между отдельными элементами партийной организационной структуры. Цель исследования – анализ теоретико-методологических основ исследования внутривнутрипартийной коммуникации. К основным целям исследования относятся: определение понятий политической, партийной и внутривнутрипартийной коммуникации; определение основных методологических подходов к исследованию внутривнутрипартийной коммуникации; анализ структуры внутривнутрипартийной коммуникации. Реализация цели обуславливает использование комплекса общенаучных методов: системного, структурно-функционального и типологического.

Ключевые слова: политическая партия, политическая коммуникация, партийная коммуникация, внутривнутрипартийная коммуникация, межпартийная коммуникация.

УДК 321.01:321.7.070

Титаренко І. О.,
кандидат педагогічних наук, доцент кафедри
соціології факультету соціології і права,
НТУУ «Київський політехнічний інститут»
(Україна, Київ), Inna_09@bk.ru

ПРЕСА І ВЛАДА В УМОВАХ НЕДЕМОКРАТИЧНОГО ПОЛІТИЧНОГО РЕЖИМУ (ДОСВІД ПЕРШОЇ ПОЛОВИНИ ХХ СТ.)

Розглядається питання функціонування друкованих засобів масової інформації, зокрема газет, в умовах тоталітарного режиму з однопартійною системою. Аналізується місце і роль преси у становленні та розвитку більшовицького, фашистського та нацистського режимів у Росії, Італії та Німеччині.

Ключові слова: преса, газети, більшовизм, фашизм, нацизм.

Початок газетного друкування означав гігантський крок у розвитку людського спілкування. А політики одразу добре зрозуміли важливу роль друкованої преси (і в першу чергу газет) в житті суспільства. Томас Джефферсон, автор Декларації незалежності у 1787 році відповів на закиди щодо нібито занадто великої свободи американської преси. Він сказав: «Оскільки основою нашого урядування є думка народу, то найпершою метою нашою має бути дотримання того народного права. І коли б я мав вибирати одне з двох: чи нам мати уряд без газет, а чи газети без уряду, я б, не задумуючись ані на мить, вибрав останнє» [1, с. 120–121].

Проблеми розвитку і функціонування друкованих засобів масової інформації в умовах недемократичних політичних режимів є предметом дослідження багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених. Фахівцям відомі наукові розвідки українських вчених В. Гадацького, С. Грабовського, Т. Печончик, І. Сидуна, М. Скуленка та деяких інших. Окремі аспекти цієї проблеми були розглянуті у доповідях учасників Міжнародної науково-практичної конференції «Особа в тоталітарному суспільстві: рефлексії ХХІ століття», що відбулася в Одесі у червні 2013 року.

Серед іноземних вчених ці проблеми ставали предметом розгляду та аналізу в роботах Р. Арона, С. Беглова, А. Галкіна, Л. Гинцберга, Ж. Желева, Я. Кершоу, В. Райх, Б. Соколова, В. Телицина, Г. Штрамайера та інших.

Друковані мас-медіа мають велику інформаційну ємність, тобто місця для передачі відносно великої кількості детальної інформації. При цьому вони пропонують більш змістовну, тобто ширшу і глибшу

інформацію, ніж радіо. Більше 15 тисяч знаків може зачитати диктор за 15 хвилин щоденного зведення новин. А у частині повідомлень надрегіональної щоденної газети міститься близько 150 тисяч знаків, тобто у десять разів більше [2, с. 25].

Преса сьогодні добре доповнює електронні ЗМІ, поглиблюючи та розширюючи вже повідомлену ними інформацію. У сучасному світі найважливіша функція друкованих ЗМІ вже давно не полягає у первинному повідомленні інформації. Вже багато десятиліть тому вони передали цю функцію радіо, телебаченню і, звичайно, інтернету. В газетах зазвичай міститься інформація, що її напередодні вже повідомили електронні мас-медіа. Тому найважливіша функція певної частини друкованих ЗМІ полягає у докладному вторинному повідомленні інформації та її фаховому коментуванні. З цього випливає, що друковані мас-медіа, як правило, висувають більші вимоги до своїх читачів, аніж аудіовізуальні до своєї аудиторії. Оскільки читання – більш напружена діяльність, що потребує більших зусиль, ніж перегляд телевізора чи слухання радіо. Це має певні наслідки. Вплив преси, порівняно з дохідливим зображенням телебачення або голосами по радіо, є, безумовно, слабшим.

Проте це зовсім не означає, що друковані ЗМІ не мають достатнього впливу на суспільство. Люди звикають читати газети. Вивчаючи свого часу проблеми розвитку друкованих ЗМІ, їхньої взаємодії з суспільством зарубіжні соціологи помітили доволі цікаву тенденцію. Люди, не отримуючи свіжих газет і журналів (у період страйків поліграфістів), відчували певний дискомфорт і за звичкою тягнулись до вже прочитаних видань.

Газети залишаються важливим джерелом інформації для значної частини сучасного суспільства, особливо про події у політичному житті. Вони, по суті, сприяють раціональному політичному дискурсу, їхні інформаційні пропозиції адресовані лише тим людям, які цікавляться політикою. Усі інші читачі можуть пропустити політичні матеріали або перегорнути сторінки під рубрикою «Політика».

За даними Всесвітньої асоціації газет на початку ХХІ ст. у світі щоденно розпродувалось 395 млн. газет, а читали їх біля мільярда людей [3]. Більше всього газет купують у Китаї, Індії та Японії. Саме у цих азійських країнах існує найбільший газетний ринок у світі, а самі газети залишаються найважливішим способом розуміння світу. Особливо там, де вони недорого коштують. А от на Заході за останнє десятиліття газети втрачають популярність. Більшість газет видаються вдвічі меншими накладками, ніж 20 років тому, їхня вартість збільшується [4]. Головна причина – конкуренція з боку Інтернету та скорочення реклами, що дозволяла газетам існувати.

Проте в історії преси були й кращі часи. Все ХІХ ст. і першу половину ХХ ст. в цивілізованому світі газети були головним (і практично єдиним) джерелом інформації про внутрішнє життя держав та події у світі. І будь-яка влада завжди приділяла велику увагу змісту такої інформації, намагаючись стимулювати для себе позитивну і нейтралізувати негативну. Це яскраво демонструє і підтверджує досвід співіснування преси і влади на старому континенті останні двісті років.

Влада (або окремі її представники) намагаються певним чином впливати на друковані ЗМІ навіть у демократичному суспільстві. У недемократичному