

## UDC 32.019.5

**Dmytro Pavlov**

PhD (Candidate of philosophy Sciences), Associate Professor, Head of the Department of Philosophy and Political Science, National Metallurgical Academy of Ukraine (Dnipro),  
e-mail: dnepr\_smru@ukr.net

### **POLITICAL PROPAGANDA AS A MEANS OF OBTAINING, RETENTION AND USE OF POWER**

#### **Abstract**

The main *objective* of the study is to investigate the peculiarities of political propaganda as an instrument of struggle for power and its effective use. Methodological basis of research is the constructivist approach, which allowed to consider propaganda as tools of political reality construction that is imposed on and assimilated social actors as institutionalnaya objectified and public. The *main result* of the study is justification of the validity of the scientific thesis that political propaganda is a way to expansion of power. Obedience is a consequence of the propaganda that has gripped first groups, then masses and whole nations. Political propaganda makes people (in the face of its separate groups and representatives) to transfer its sovereign rights to exercise control of the nation-state. The actions of the authorities have meaning if they fall into the propaganda space. The propaganda space is instance of meanings, that promote certain interests and regulate behavioral responses of social subjects to various situations. Propaganda is a specific type of power. Propaganda power is the effectiveness and efficiency of the imposition of meanings to the public and groups which structure their political behavior. The mechanism of realization of political propaganda is to offer, strengthening and maintaining the meanings which allow any regime of power to operate effectively and successfully dominate. The important role of presupposition techniques of propaganda, which discreetly form the installation and determine the rating information that applies. The meanings, which propaganda disseminated, structured relationships that determine the dispositions, the capabilities, strategic vision, competencies and functions of political entities. Propaganda is an eternal engine of social and political change and the instance of the colonization of the future. No social and political technology does not work if does not refer to propaganda, distribution and attribution of meanings.

**Keywords:** propaganda; government; mechanism of influence; constructivism; political behavior.

## УДК 32.019.5

### Павлов Дмитро Миколайович

Кандидат філософських наук, доцент кафедри філософії та політології,  
Національна металургійна академія України (м. Дніпро)  
e-mail: dnepr\_smru@ukr.net

## ПОЛІТИЧНА ПРОПАГАНДА ЯК ЗАСІБ ЗДОБУТТЯ, УТРИМАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ

### Резюме

Мета статті — дослідити особливості політичної пропаганди як інструмента боротьби за владу та її ефективне використання. Методологічною основою дослідження є конструктивістський підхід, який дозволив розглянути пропаганду як систему інструментів з конструювання політичної реальності, яка нав'язується та засвоюється соціальними суб'єктами як інституціоналізована та суспільно об'єктивована. Головним результатом дослідження стало обґрунтування наукового положення, що політична пропаганда є способом розповсюдження влади. Підпорядкування — це наслідок пропаганди, яка оволодіває спочатку групами, потім масами та цілими народами. Політична пропаганда стосується примушення народу в особі його окремих груп та представників до передачі свого суверенного права на здійснення управління державою-нацією. Дії представників влади, мають значення, якщо вони потрапляють в пропагандистський простір. Пропагандистський простір — є інстанцією значень, що просувають певні інтереси та нормативно регулюють поведінкові реакції на різноманітні ситуації об'єктів впливу. Пропаганда є особливим видом влади. Пропагандистська влада — це результативність та ефективність нав'язування суспільству та його групам значень, які структурують їх політичну поведінку.

**Ключові слова:** пропаганда; влада; механізм впливу; конструктивізм; політична поведінка.

### 1. Вступ

Актуальність дослідження політичної пропаганди як фундаменту завоювання, утримання та реалізації влади обумовлена значною недооцінкою науковцями значущості пропагандистського початку в самій можливості влади. В силу того, що влада існує завдяки підпорядкуванню, а підпорядкування неможливо без інтерпретації влади як гідної підпорядкуванню завдяки засобам пропаганди, осмислення функціонування політичної пропаганди в її зв'язці з владою є надто важливою проблемою. Унікальна роль пропаганди в здобутті та утриманні влади та, разом з тим, її недостатня вивченість пояснюються її прихованим характером як умовою її результативного функціонування.

Осмислення пропаганди у владному дискурсі має давню історію. Наше дослідження ґрунтується на ідеях таких визнаних теоретиків пропаганди як Г. Ласвела [1], Ж. Елюль [2], Е. Герман, Н. Хомський [3], Дж. Спроул [14], В. О'Доннел, К. Джовет [5] та М. Кастельс [6].

Мета статті — дослідити особливості політичної пропаганди як інструмента боротьби за владу та її ефективне використання.

### 2. Методи дослідження

Методологічною основою дослідження був обраний конструктивістський підхід, який дозволив розглянути пропаганду як систему інструментів з конструювання політичної реальності, яка нав'язується та засвоюється соціальними суб'єктами як інституціоналізована та суспільно об'єктивована.

### 3. Результати

Політична пропаганда зокрема, та пропаганда в цілому, є, насамперед, способом розповсюдження влади. Влада не може існувати без пропаганди, оскільки остання виступає особливою субстанцією, через яку влада наділяє об'єкти підпорядкування здатністю знати, вірити, цінувати своє виключне право панування, тобто завдяки пропаганді влада стає владою. Без розповсюдження ідей та віри, знань про належний порядок, систему можливих покарань, а також реальних та потенційних ворогів, влада неможлива. Підпорядкування—це наслідок пропаганди, яка оволодіває спочатку групами, потім масами та цілими народами. При цьому не так важливо, за рахунок яких засобів пропаганда стане основою здійснення влади. Це можуть бути ідеї, ідеології, міфи, релігії, маніпуляції, страхи чи стратегічні комунікації. У будь-якому разі, коли йдеться про розповсюдження, розширення влади, насамперед, йдеться про здійснення пропаганди.

В залежності від того, який тип чи вид влади потребує розширення, такий вид пропаганди й здійснюється. Якщо це сімейна влада, то використовується сімейна пропаганда, яка говорить мовою сімейних цінностей, звертаючись до міфологем виховання, якщо це соціальна влада, то застосовується соціальна пропаганда, яка виходить із загального блага людини як соціальної істоти та суспільства, змушуючи до підпорядкування колективним правилам та символам, якщо політична влада, то здійснюється політична пропаганда, апелюючи насамперед до інтересів, зокрема, громадянина, певної групи, держави-нації, регіону.

У найбільш загальному вигляді політична пропаганда стосується примушення народу в особі його окремих груп та представників до передачі свого суверенного права на здійснення управління державою-нацією. При цьому політична пропаганда робить це так, що індивід впевнений, що робить це добровільно в умовах ситуації вибору.

Дійсно, одним із головних принципів здійснення політичної пропаганди виступає ситуація обов'язкового вибору. Вже в цьому виявляється невидима рука політичної пропаганди. Тому що навіть відмовляючись обирати, ми також робимо вибір, відмовляючись від свого суверенного права на управління державою в своїх інтересах, оскільки не протиставляємо іншого вибору, по суті, контрпропагандистського.

Дії представників влади, суб'єктів політики не мають ніякого значення в контексті здобуття, здійснення та утримання влади, якщо вони не потрапляють в пропагандистський простір, не впливають на поведінку підвладних. Пропагандистський простір—є інстанцією значень, що просувають певні інтереси та нормативно регулюють поведінкові реакції на різноманітні ситуації, особливо членджові, в об'єктів впливу.

Вчинки та соціальні дії, різноманітні за характером, інтенсивністю, але корисні в межах певної стратегії пропаганди за спрямованістю та наслідками, є справжнім результатом пропаганди. Відповідно до М. Вебера, соціальні дії завжди орієнтовані на іншого. Крім того, вони мають суспільне та іноді політичне значення. В силу цього не інформація та потоки комунікації, за якими просувається ця інформація, є пропагандою. Хоча відразу до слова «пропаганда» змусила державні агентства, що працюють за цим профілем, працювати під ефемерними назвами, що включали, зокрема, термін «інформація». Сутність політичної пропаганди складає процес розповсюдження значень, які дозволяють нав'язувати правлячому класу свою волю суспільству, щоб триматися при владі, розширяти можливості владних та політичних стратегій.

У цілому, можна стверджувати, що пропаганда—це особливий вид влади. Пропагандистська влада—це, по суті, результативність та ефективність нав'язування суспільству та його групам значень, які структурують їх політичну поведінку. Важливо відзначити, що розповсюджені пропагандою значення стають рушійною силою влади, коли перетворюються на мотив дії, змушують діяти певним чином тих, хто стає об'єктом пропаганди. Якщо значення залишаються на ціннісно-декларативному рівні, не потрапляючи до рівня вну-

трішньої мотивації дії, вони працюють як вербально-ритуальні детермінанти формальної поведінки в рамках політичних інститутів. Наприклад, претендент на міністерську посаду від правлячої партії вимушений формально демонструвати прихильність до системи цінностей цієї партії, хоча внутрішньо може не розділяти їх та будувати свою діяльність, виходячи з особистих мотивів (збагачення чи кар'єрного зростання).

Значення, розповсюджені пропагандою, структурують відносини, визначають диспозиції, рамки можливостей, стратегічні перспективи, компетенції та функції суб'єктів політики. Наприклад, формально державні інститути є незалежними, але політична практика, підтримана відповідною пропагандою, виходить із інших реалій. Тут важливо наголосити, що пропаганда має декілька рівнів дії. Офіційна пропаганда, що йде через державні ЗМІ, лише встановлює значення, які мають підтримуватися державними службовцями, прибічниками правлячих сил, анагажованими медійниками та експертами. Тут цільова аудиторія — найбільш лояльний до правлячих сил електорат. За змістом це пропаганда реформ чи будь-яких дій влади, що «обов'язково» мають привести до декларованого «світлого майбутнього». Звичайно, абсолютна більшість розуміє, що ця пропаганда — своєрідний ідеологічний фундамент, на якій спирається правлячий клас. Офіційний рівень пропаганди є необхідним, щоб сконструювати символічний фасад влади. Зрозуміло, що цінності, які декларуються на цьому рівні, лише красиве обрамління. На них зручно посилатися, коли не вистачає реальних прикладів результативності та ефективності влади. Але свою діяльність суб'єкти політики будують на інших цінностях, які, за термінологією М. Вебера, відносяться не стільки до етики переконання, скільки до етики відповідальності. Можна зазначити, що в демократично розвинутих державах публічне порушення офіційних цінностей неприпустиме та зазнає нещівного осуду з боку громадянського суспільства. В державах, в яких демократичне правління є лише сукупністю формалізованих процедур, призначення яких в основному полягає у прикритті авторитарної моделі управління, суб'єкти політики публічно можуть діяти, порушуючи офіційні цінності на догоду цінностям реальної політики. Це обумовлює існування іншого рівня пропаганди, на якому розповсюджуються значення, що обґрунтовують позиції різноманітних політичних суб'єктів, іноді з їх сумнівними цінностями з точки зору здорового суспільства. Цей рівень пропаганди умовно можна назвати ексклюзивним.

На ексклюзивному рівні пропаганда сприймається як унікальне знання для своїх, що об'єднуються певним спільним значенням — ідеєю, що веде до перемоги над ворогом. Перемога та ворог — це, по суті, магістральні значення для пропаганди. Ворогами можуть виступати як окремі політичні суб'єкти, політичні режими, так і явища, з якими треба боротися, наприклад, корупція. Значення перемоги та ворога конструюють політичну реальність. Вони визначають поразки, ворогів як їх джерела, та спасителя, який виступає інструментом перемог.

Важливий принцип пропаганди — це її непрямий, прихований характер. Пропаганда не діє, коли вона усвідомлюється як пропаганда. Ніхто не бажає бути тим, ким маніпулює пропаганда. Напроти, кожен бажає бути вільним, незалежним від нав'язаних іншими значень, а іноді — за власною волею розповсюджувати ті значення, які вважає правильними чи вигідними для себе, перетворюючись на лідера громадської думки. Проте, в цьому разі індивід стає транслятором певного роду пропаганди.

Прихований характер пропаганди виявляється як в певних пресупозиціях, на яких ґрунтуються її значення, так і в задоволенні, яке вселяє пропаганда в свої об'єкти. Можна стверджувати, що задоволення — це такий же носій пропаганди, як і комунікація. Причому задоволення, що несе пропаганда, не відкладається. Воно вже присутнє завдяки тому, що її об'єкт прийняв її значення, усвідомив та розширив свою ідентичність до пропонованих пропагандою готовностей певним чином сприймати реальність та діяти в ній. Ця розширена ідентичність — це гордість бути, наприклад, людиною певної національності, громадянства, політичної належності та боротися, а можливо й вбивати тих, хто виступає проти сумнівної в моральному та правовому відношенні політичної практики, але такої, що реалізується в інтересах та в ім'я людей цієї на-

ціональності, громадянства, політичної належності. Прикладом може слугувати російська пропаганда з її виправданням агресивної політики щодо України. Будь-яка вербальна чи практична відповідь на цю політичну практику розглядається як політика, що спрямована на боротьбу з певною національністю чи нацією, на обмеження її інтересів в світі, але аж ніяк як боротьба проти агресії чи порушення міжнародного правового порядку.

Задоволення в пропаганді виступає в різних формах, у тому числі й як вселяння оптимізму в майбутнє, позитивний образ якого пов'язується з правлінням певних політичних сил.

На шляху пропаганди стоїть свобода, усвідомлена як необхідність критичного осмислення будь-яких значень, що потрапляють до нашого сприйняття. Пропаганда — це певний випадковий, довільний конструкт значень, які пов'язані волею розробників стратегії впливу з метою завоювання чи утримання влади. Логіка об'єднання значень не так важлива, скільки ефект виклику певної колективної дії. Причому пропаганда — це не стільки ідеї, повідомлення, маніпуляції, гра на емоціях, скільки конструювання ситуації, з якої немає виходу для об'єкту пропаганди крім того, що накреслений пропагандистом. Виключення альтернативи через її примарність. Справжня альтернатива виключається, пропонуються альтернативи, що мають нездійснений та сумнівний характер. Вони також мають розкручуватись пропагандою, щоб підкреслювати розумність та незамінність існуючої системи влади чи стратегії політичного розвитку.

Пропаганда — це ідеологічна машина, яка змушує людину діяти врозрід своїм інтересам та перебувати у полоні самообману. Саме самообману, тому що пропаганда не обманює, вона пропонує свій світ значень, що ґрунтується на припущеннях про наслідки політичних дій та версії майбутнього, що залежать від цих наслідків.

Для того, щоб відповісти на питання, чому пропаганда впливає на нас, необхідно зрозуміти, чому ми готові прийняти певні значення. Безумовно, пропаганда покликана виконати функцію своєрідного механізму адаптації. Особливо відчувається необхідність пропаганди, коли виникають якісь нові, незнайомі ситуації, які приводять до розгубленості та лякають. Пропаганда має сказати, що думати, що робити та на що сподіватися. Завжди виникає проблема паніки, тривоги, невпевненості, вибору. Лише завдяки пропаганді громадянин знову відчуває впевненість в своїх діях. Інакше кажучи, пропаганда — це своєрідний соціальний клей. Політична підтримка, як і протидія політично ворожим силам, лежить у сфері пропаганди.

Пропаганда — це вічний двигун соціальних та політичних змін та інстанція колонізації майбутнього. Жодна соціальна та політична технологія не спрацьовує, якщо не звертається до пропаганди, розповсюдження та приписування значень.

Комунікація — це важлива інстанція пропаганди. Через комунікацію пропаганда розповсюджує свої значення, конструює світ драматичного протистояння добра та зла, в якому сили спасіння борються за владу чи її утримання. Іноді, автори схильні плутати пропаганду та комунікацію, завдяки якій вона виявляє себе. Дійсно, розповсюдження значень неможливо без комунікації. Більш того, різноманітність форм, видів, змісту, характеру комунікації сприяє тому, що змінюються ефекти та результати пропаганди. Саме досліджуючи процес комунікації, можна встановити, хто, що та з якою метою розповсюджує. Тому свого часу Г. Ласвел переорієнтував свій дослідницький інтерес на комунікацію, а В. О'Доннел, К. Джовет віднесли пропаганду до комунікації [5]. Зі свого боку, зазначимо, що вивчати пропаганду в межах комунікації є досить продуктивною справою, але при цьому не завжди можна відповісти на питання, за рахунок чого пропаганда працює як ефективний засіб не просто розповсюдження значень, а їх впровадження в масову свідомість як рушійних мотивів діяльності.

Багато авторів схильні ототожнювати пропагандистський процес із процесом переконання або розповсюдження переконань. Але проблема в тому, що переконання (як і вірування) далеко не завжди визначають поведінку людини. Трапляється, що додержуючись певних переконань, люди та, навіть, цілі партії, в певній ситуації вибору діють всупереч власним ідейними чи світоглядним позиціям. Все це пояснюється політичною доцільністю. Насправді

ж будь-які політичні гравці, насамперед, керуються принципом виживання, який конкретизується в тактичних питаннях принципом доречності.

Пафос виживання наповнює дію пропаганди, яка в сфері політичних відносин пропонує не просто виживання, а владу над світом завдяки «правильним» вчинкам та «належній» поведінці об'єктів пропаганди. Майже в усіх країнах пропаганда пропонує своїм реципієнтам демократію. Як відомо, демократія — це влада народу. Реалізація гасла демократії передбачає, що кожний може та здатен управляти власним життям на свій розсуд.

Зрозуміло, що такі значення як демократія, а також соціальна та правова держава, на певних історичних етапах виступали в рамках пропаганди як міфи, що дозволяли мобілізувати колективну підтримку суспільства. Можна стверджувати, що для того, щоб добитися делегування влади на користь певних сил, пропаганда ставить маси в ситуацію вибору, коли при будь-якому розкладі влада буде делегована, але отримують її ті, хто зміг через пропагандистські механізми ототожнити себе з силами добра на противагу своїм конкурентам, яким завдяки пропаганді була успішно приписана роль зла.

Пропаганда структурує світ. І саме завдяки структуризації непомітно здійснює насилля над особистістю, яка розчиняється в різноманітні ідентичностей, що вимагають відповідних висловлювань, дій та компетенцій. Людина одночасно, наприклад, є громадянином певної держави, представником певної національності, релігійної групи, певної професії, соціальної групи, ідейно-політичної спільності та ін. Вона ототожнює себе з цими групами, існує в рамках цих груп, а відтак захищає інтереси цих груп. Саме завдяки ототожненню з цими групами людина приписує собі значення, доводить їх своїми словами та діями. Перераховані ідентичності та багато інших «уявляються» (термін Б. Андерсона) на основі відповідних уявлень про державу, національність, релігію, професію, певну соціальну групу, ідейно-політичну течію. Особистість, щоб бути соціальним суб'єктом, тобто здійснювати соціально значущі дії, має визнаватися іншими претендентами на певну ідентичність як легітимна в межах групи, що підтримує певну ідентичність. Вона має кожного разу доводити своє право бути носієм певної ідентичності. Та чи інша ідентичність, на яку претендує соціальний суб'єкт, має цінність для людини. Оскільки лише завдяки приписуванню себе певної ідентичності можна соціалізуватися, соціально взаємодіяти та вижити в суспільстві. Проте не стільки цінність виживання, скільки прагнення приписати собі та оточуючому світу значення, що дозволяють контролювати життєву ситуацію, реалізовувати свою владу над світом. Парадоксальним чином саме завдяки приписуванню собі значень людина та групи, що об'єднані певною ідентичністю, стають об'єктами, носіями та інструментами розповсюдження пропаганди. Люди схильні претендувати на престижну ідентичність або робити свою ідентичність престижною. Саме так працює відома виборча технологія — більшість прагне бути з переможцем. Тобто більшість хоче мати ідентичність політичних переможців.

Можна стверджувати, що пропаганда пропонує своїм об'єктам престижні ідентичності, які вимагають від цих об'єктів відповідних дій, наприклад, голосування за певні політичні сили, захист країни від агресора, відповідне ставлення до символіки, підтримка міфів, здійснення ритуалів, додержання кодів та кодексів. Навіть бажання приписуються пропагандою, наприклад, знищення ворога та укріплення влади групи, що підтримує носіїв певної ідентичності.

Аудиторію політичної пропаганди можна умовно поділити на дві частини. Перша — це активна меншість, що кожного разу своїми діями ставить під сумнів існування влади. Друга — це пасивна мовчазна більшість, що може бути великою силою, спрямованою проти існуючого режиму влади, якщо об'єднається з першою. Тому одним із завдань пропаганди є зберігати пасивність мовчазної більшості, іншими словами — не допускати політичної дестабілізації. Інструментами реалізації цього завдання, відповідно, є відволікання, розважання та заспокоєння разом з підтриманням оптимізму щодо позитивного майбутнього.

Сьогодні аудиторія політичної пропаганди має здебільшого мережний принцип організації. Мережі складаються з осередків. Люди більше взаємодіють всередині осередків, ніж поза ними. Лідер осередку має більшу інформацію, ніж інші його учасники. Відповідно, пропаганда діє спочатку на лідерів осередків, а потім вже через них на інших учасників осередків. Виходячи з цього, мейнстрімною технологією пропаганди є створення осередків, через які розповсюджуються значення.

Механізм реалізації політичної пропаганди полягає в пропонуванні, посиленні та підтримуванні значень, які дозволяють ефективно функціонувати та успішно панувати певному режиму влади. Велика роль належить пресупозиційним технікам пропаганди, які непомітно формують настанови та оцінки інформації, що розповсюджується.

Одним із каналів розповсюдження значень виступають експерти, які пояснюють суспільству, як треба тлумачити інформації та які наслідки будуть мати ті чи інші різноманітні опції реакцій в майбутньому на поточну інформацію. Можна стверджувати, що таким чином відбувається пропагандистське програмування суспільства. Громадяни не лише отримують матеріал для роздумів. Впроваджуються критерії оцінки інформації, тобто пропонуються принципи виробництва значень.

Важливу роль в політичній пропаганді грає виробництво престижності ідентичностей, що передбачують певний набір дій у тих чи інших обставинах. Наприклад, пропаганда у 2013–2014 рр. надавала можливість в Україні бути прибічником Революції гідності або з 2014 р. — бути борцем проти російської агресії на Донбасі. З пробуксовкою українських реформ та зниженням популярності чинного президента стає престижною ідентичність його критика та опонента.

#### **4. Висновки**

Отже, політична пропаганда зокрема, та пропаганда в цілому, є, насамперед, способом розповсюдження влади. Підпорядкування — це наслідок пропаганди, яка оволодіває спочатку групами, потім масами та цілими народами. Політична пропаганда стосується примушення народу в особі його окремих груп та представників до передачі свого суверенного права на здійснення управління державою-нацією. Одним із головних принципів здійснення політичної пропаганди виступає ситуація обов'язкового вибору, в чому виявляється невидима рука політичної пропаганди.

Дії представників влади, мають значення, якщо вони потрапляють в пропагандистський простір. Пропагандистський простір — є інстанцією значень, що просувають певні інтереси та нормативно регулюють поведінкові реакції на різноманітні ситуації об'єктів впливу.

Пропаганда є особливим видом влади. Пропагандистська влада — це результативність та ефективність нав'язування суспільству та його групам значень, які структурують їх політичну поведінку.

Механізм реалізації політичної пропаганди полягає в пропонуванні, посиленні та підтримуванні значень, які дозволяють ефективно функціонувати та успішно панувати певному режиму влади. Велика роль належить пресупозиційним технікам пропаганди, які непомітно формують настанови та оцінки інформації, що розповсюджується.

Значення, розповсюджені пропагандою, структурують відносини, визначають диспозиції, рамки можливостей, стратегічні перспективи, компетенції та функції суб'єктів політики.

Пропаганда — це не стільки ідеї, повідомлення, маніпуляції, гра на емоціях, скільки конструювання ситуації, з якої немає виходу для об'єкту пропаганди крім того, що накреслений пропагандистом. Виключення альтернативи через її примарність. Справжня альтернатива виключається, пропонуються альтернативи, що мають нездійснений та сумнівний характер.

Пропаганда— це вічний двигун соціальних та політичних змін та інстанція колонізації майбутнього. Жодна соціальна та політична технологія не спрацьовує, якщо не звертається до пропаганди, розповсюдження та приписування значень.

### **5. Referenses:**

- 1.Lasswell, H.D. (1927), «The Theory of Political Propaganda», *American Political Science Review*, vol. 21, Issue 3, pp. 627–631.
- 2.Ellul, J. (1973), *Propaganda: The Formation of Men’s Attitudes*, Vintage, New York, 320 p.
3. Herman, E.S. & Chomsky, N. (2002), *Manufacturing consent: the political economy of the mass media*, Pantheon Books, New York, 412 p.
- 4.Sproule, J.M. (1994), *Channels of propaganda*, Edinfo Press, Bloomington, 382 p.
5. O’Donnell, V. & Jowett, G.S. (1989), «Propaganda as a form of communication», in Ted J. Smith III. (Ed. ) *Propaganda: a pluralistic perspective*, Praeger, New York, pp. 49–63.
6. Castells, M. (2009) *Communication power*, Oxford University Press, Oxford; New York, 571 p.