

## **ДИФАМАЦІЙНІ ВИДАННЯ ЯК ЗАСІБ ПОЛІТИЧНОЇ БОРОТЬБИ**

Наукові праці МАУП, 2013, вип. 3(38), с. 22–29

*Розглянуто питання використання друкованої видавничої продукції у політичній пропаганді, під час гострого політичного протистояння, зокрема, під час виборів.*

Сучасна влада досягається завдяки і насамперед інформації, умінню використовувати у політичному протистоянні інформаційні ресурси та технології. Одним з наріжних засобів комунікаційного арсеналу, ефективним механізмом масової комунікації є видавнича продукція. Її значення особливо актуалізується під час загострення політичного протистояння, зокрема виборів, які також можна трактувати як своєрідну форму інформаційної експансії, а часто й агресії. Проаналізуємо використання різними політичними силами та політиками так званої дифамаційної або ж фальшованої видавничої продукції, у тому числі під час парламентських виборів в Україні 2012 р.

Історія у сенсі нашого розгляду бере початок з давніх часів. Як свідчать джерела, чи не одним з перших маніпуляторів задля політичної вигоди був цар ще древньої ізраїльсько-їудейської держави Іосій. Намагаючись втримати та зміцнити владу, він нібито наказав підлеглим написати останню книгу П'ятикнижжя, де ствердити непорушність верховенства Ягве і царя як божого помазанника. Пророки виконали завдання, і невдовзі книгу з "одкровеннями" знайшли під час ремонту одного з храмів. Фактично твір на замовлення і став аргументом у подальшому політичному протистоянні та обґрунтуванні гонінь на інакодумців [2].

З винайденням друкарського верстата розширились і можливості фальшувань. Під-

робки стали одним з інструментів інформаційних маніпуляцій у політичній боротьбі, яка часто набувала характеру воєнних дій. До підробок дехто відносить, зокрема, і так звані "Протоколи сіонських мудреців" початку ХХ ст., де викладено плани змови для здобуття світового панування. Не заглиблюючись у дискусію про справжність документа, зазначимо, що навіть суперечка довкола авторства "Протоколів", яка триває і досі, уже свідчить про своєрідну "технологічність" публікації та намагання використати її з тією чи іншою (часто протилежною) політичною метою.

Одним із перших спеціальних навчальних посібників з доволі специфічного використання інформації стала, певно, книга заступника начальника відділу агентурної розвідки РУ РККА Олександра Кука "Канва агентурної розвідки", підготовлена для курсів працівників ВЧК-ОГПУ [7]. У ній, зокрема, наголошувалось: "До найважливіших політичних завдань розвідки належить цілеспрямований вплив на населення ворожої держави за посередництва преси, пропаганди, розповсюдження чуток, розповсюдження певних ідей і поглядів, що підривають віру у владу власної країни". До засобів, які можна було використовувати для впливу, входили приховування та цільова інтерпретація (фактично – перекручування) певної інформації, поширення невігідних для ворога, у тому числі вигаданих повідомлень.

Фальшування, фальшивки були в активному арсеналі сталінських та гітлерівських ідеологів. Відомі численні підробки, які використовувались ними для пропагандистської роботи, а під час воєнних дій — з метою дезорієнтації та дезінформації противника. Особливої майстерності умільці досягли у фальшуванні “документальних” фото про звірства один одного, які поширювали як листівки та плакати. Інколи за справжні видавали окремі випуски газет. Такою, приміром, була нібито газета “Правда”, яку гітлерівці видрукували влітку 1941 р. і зі сторінок якої розповідалось про успіхи німецької армії на фронтах та щасливе життя за нової влади. Була тут і замітка про те, що син Йосипа Сталіна — Яків Джугашвілі здався у полон. Поруч було вміщено перепустку російською та німецькою мовами, з якою можна було й самому перейти на бік гітлерівців.

Не відставали, втім, і радянські пропагандисти. До достатньо цинічних курйозів можна віднести знімок фронтового оператора Євгена Халдея, який обійшов світ і відомий як “Прапор Перемоги над рейхстагом”. Як з’ясувалось пізніше, він не мав справжньої історичної цінності: фото було зроблене на другий день після справжніх подій і вже з іншими учасниками. По-друге, як зауважили в редакції, в одного з бійців зі світлини на руках виявилось по годиннику, що могли розцінити як свідчення мародерства радянських воїнів. Халдею довелось зіскоблювати негатив, поправляючи “правду”.

Інколи для фальсифікацій і цього було не потрібно. Показовим прикладом такого є справжня світлина замордованих польських дітей, нібито прив’язаних дротом до дерева. Тривалий час її видавали як показову ілюстрацію звірств українських повстанців на західноукраїнських землях у роки Другої світової війни. Насправді ж фото було зроблене ще 1923 р. і вперше його опублікували у польському часописі “Rocznik Psychiatryczny” в статті Вітольда Люневського “Маніакально-депресивний психоз у судово-психіатричній казуїстиці”. На знімку, як встановили польські науковці Ада Рудковська та Даріуш Сто-

ля, зображені діти циганки, яких вона вбила з відчаю, що не зможе їх прогнати. Втім, правда не стала перешкодою для радянських та налаштованих антиукраїнськи польських пропагандистів. Навіть після розвінчування фальшування, “фото злочинів УПА” не зникло з маніпулятивного набору. Його використали, зокрема, на обкладинці книжки історика-любителя і колишнього агента спецслужб комуністичної Польщі Олександра Кормана “Ludobójstwo UPA na ludności polskiej — dokumentacja fotograficzna”, яка побачила світ 2003 р., та в інших виданнях. “Документ” Кормана, попри усі спростування, в арсеналі також сучасних українських “борців” з націоналістами, які знову використовують його для дифамації.

Використовували підробки і противники тоталітарних режимів.

Для ведення ідеологічної роботи проти СРСР за кордоном були створені національні редакції радіо, періодичні видання, а також видавництва. Зокрема, на початку 1950-х років українські емігранти з допомогою американців заснували видавництва “Пролог” у Нью-Йорку та “Сучасність” у Мюнхені, які стали публікувати і поширювати книжки й періодики, що з різних причин не могли бути видані в Україні. Оскільки видання (а це були твори як літераторів діаспори, так і українських дисидентів) були зорієнтовані на читачів в Україні, відповідно, постала і проблема доставки друків до потенційних споживачів. Способи доставки літератури в Україну були різними. Використовувались, зокрема, фактично контрабандні польський і чеський канали, інші можливості. Для маскування ж літератури у “Пролозі” вигадували фальшоправи: оригінальний твір маскували під обкладинкою якоїсь “патріотичної” радянської книжки, яка не привертала особливої уваги непосвячених. Видання використовували цілком легальні та різних видавництв. Приміром, дослідження Миколи Лебеда “УПА” уклали під обкладинку праці Ю. Римаренка “Український буржуазний націоналізм — ворог інтернаціонального єднання трудящих”, підготовлену в Інституті філософії Академії

наук України і видану видавництвом “Наукова школа” 1970 р., матеріали V та VI Зборів ОУН побачили світ під обкладинками “Матеріалів XXV з’їзду Комуністичної партії України” (Політвидав України, 1976 р.), книжок П. Кравчука “З рідним народом” (“Україна”, 1979 р.), Р. Білоусова “Вирішальний етап економічного змагання соціалізму з капіталізмом” (“Радянська Україна”, 1980 р.), І. Яковлева “Вторая житница страны” (“Сельхозгиз”, 1982 р.) тощо.

На переконання дослідника, співробітника Центру трансатлантичних відносин Школи фундаментальних міжнародних відносин Університету Джона Гопкінса у Вашингтоні Тараса Кузьо, підтримка і фінансування американцями “Прологу” стало однією з найуспішніших таємних операцій США проти Радянського Союзу, яка згодом сприяла здобуттю Україною незалежності [6].

Наприкінці 1980-х американці припинили фінансування “Прологу”, що стало своєрідним “дружнім жестом” тодішнього американського президента лідерові СРСР Михайлу Горбачову і знаменувало фактичне згорання ідеологічних операцій США проти Радянського Союзу. Остаточно “Пролог” припинив свою діяльність 1992 р.

Про використання фальшивок у роки “холодної війни” розповідає і журналіст Савік Шустер, який на початку 1980-х працював репортером європейських видань в Афганістані [15]. За його словами, він брав участь у творенні псевдогазети Міністерства оборони СРСР “Красная звезда”. Видання підготували репортери італійського журналу “Frigidaire”, а надрукували у видавництві Ватикану, де, за словами Шустера, “не було агентів КДБ”. У сфальшованій газеті містились матеріали про злочини окупаційних військ, заклики до радянських солдатів складати зброю і вимагати повернення додому. Також повідомлялось про буцімто повалення прорадянського уряду Бабрака Кармаля, завершення війни і братання радянських військ з моджахедами. Віддруковану газету (за деякими даними, всього виготовили сім тисяч примірників, а ще були

надруковані й фальшиві радянські плакати) доправили до Афганістану, де журналісти разом з моджахедами вночі розклеїли її за маршрутами просування радянських підрозділів. Є відомості, що газету поширювали також серед військових гарнізонів.

Як згадує колега Шустера по Радіо “Свобода” Іван Толстой, акція не була першим подібним досвідом Савіка. Ще до Афганістану той брав участь і у творенні псевдо-“Правди”, яку підготували до Олімпіади 1980 р. в Москві. Для досягнення максимальної схожості з тоді головною газетою СРСР у Фінляндії навіть спеціально закупили папір, схожий на той, на якому друкувалась “Правда”. До Москви газету із сатиричними матеріалами та творами дисидентів доправили з допомогою туристів, а потім і нелегально розповсюдили. Видання повідомляло про ніби переворот у СРСР, утечу керівників держави Брежнєва та Суслова до Праги і те, що РРФСР заявила про вихід з Радянського Союзу [5].

Відомий вислів “коли розпочинається війна, першою жертвою стає правда” цілком застосовний і до “мирних” політичних перегонів. Часто вибори — ярмарок не лише марнославства, а й популізму та словоблуддя, де не гребують легковажними обіцянками, а то й відвертим обманом та фальшуванням. На цей гандж демократії звернув увагу ще наприкінці XIX ст. відомий російський політичний діяч і філософ Лев Тихомиров, який у своїй праці “Демократія ліберальна та соціальна”, зокрема, зазначав: “Політики намагаються не переконати, а отримати голоси. Найпевніший же засіб отримати голоси — це засліпити народ, загіпнотизувати його шумом, тріскотнею, несподіваними брехливими повідомленнями... Це тактика так званого *surprise*, що однаково панує в усіх парламентських демократіях. Народ ловиться на слові” [10].

Політичне протиборство передбачає використання інформаційно-видавничого інструментарію, серед якого, як ми зазначали, доволі місця так званим підкидним, часто дифамаційним виданням. Таких прикладів доволі й у сучасній українській історії [1].

Чи не першим гучним скандалом, пов'язаним з підробками, стало виготовлення 1999 р. однією з державних друкарень сфальшованої опозиційної газети “Сільські вісті” з вихваляннями тоді чинного Президента Леоніда Кучми і критикою його опонентів. Газету надрукували накладом у три мільйони примірників і поширили по всій Україні з допомогою знову ж підлеглої владі “Укрпошти” [9].

Активно технологію підробних видань застосовували під час президентських перегонів 2004 р. Розголосу набуло виявлення у Броварах під Києвом, чомусь на трикотажній фабриці, дев'яти тонн(!) друків провокаційного характеру ніби від Ющенка — кандидата від опозиції. Розслідування активістів привело до столичної друкарні “Новий друк”, де також було складовано для вивезення і розповсюдження понад два мільйони не облікованих листівок. Ще один склад фальшованої продукції виявили на території Національного виставкового комплексу “Експоцентр України”, підпорядкованого Державному управлінню справами, а фактично — адміністрації Президента. Розповсюдження брошур та листівок здійснювалось з допомогою тих-таки державних установ і організацій, “Укрзалізниці” та пошти. Так, напередодні голосування у деяких районах через поштові скриньки було поширено листівки буцімто штабу кандидата від опозиції із закликком до своїх прихильників бойкотувати вибори, що, як розцінили оглядачі, було спробою конкурентів зменшити явку виборців Ющенка. Мільйони українців отримали також листівку-звернення вже на підтримку провладного кандидата за підписом заступника голови правління Ради земляцтва українців у Російській Федерації В. Христенка. Як з'ясувалось пізніше, сам “підписант” і гадки не мав про “своє” звернення [3].

Прикладом, так би мовити, креативного фальшування може слугувати видання 2007 р. цього разу вже “під Януковича”. Готуючись до позачергових парламентських виборів, у Партії регіонів заготували масовим накладом пропагандистську брошуру “...І рік при владі”, у якій йшлося про успішну діяль-

ність лідера “регіоналів” Віктора Януковича на посту прем'єр-міністра України. Опоненти не забарились і оперативно виготовили іншу брошуру, яка повторювала дизайн оригінального видання. Правда, називався новодрук вже по-іншому — “...Останній рік при владі”. Відповідним був і зміст видання. Цікаво, що розповсюдження підробки також супроводили фальшивкою — листом нібито одного з керівників депутатської фракції Партії регіонів з проханням до місцевих керівників сприяти поширенню твору [4].

Схожа технологія “заміщення” була використана і в Кременчуці на Полтавщині вже 2010 р. Там з'явилося одразу два спецвипуски місцевої газети “Автограф”. Перший — справжній — з агітаційними матеріалами за Юлію Тимошенко і другий — сфальшований: хоч і з логотипом та вихідними даними газети, але вже з рекламою лідера Партії регіонів Віктора Януковича [14]. Редакція змушена була звернутися до читачів із роз'ясненнями, що, мовляв, до підробки стосунку не має.

Подібне сталось і в Горлівці Донецької області. Тут 2011 р. підробили одразу два випуски тижневика “Криминал-експрес. Регіональний выпуск”. Скопіювавши дизайн і верстку справжнього видання, підробники, втім, дещо змінили назву часопису, давши йому заголовок “Криминал-експрес. Городской выпуск”. Публікації у фальш-номерах, що розповсюджувались безкоштовно, були спрямовані проти міського голови Євгена Клепа [12].

Для дискредитації вже народного депутата України від опозиції Анатолія Гриценка підробили часопис “Дзеркало тижня. Україна”, який поширювали у людних місцях столиці у червні 2011 р. У газеті зі справжнім логотипом, але без вихідних даних друкарні, творці вмістили матеріали про нібито високі доходи Гриценка та його дружини — головно-го редактора газети Юлії Мостової [13].

Як, певно, ніколи раніше, були сповнені найрізноманітнішою фальшивою видавничою продукцією парламентські вибори 2012 р.

У столиці газетною “чорнильницею” проти “УДАРу” стала “газета незалежних журналіст-

ських розслідувань” “Столичные ведомости”, що почала виходити друком під час виборів, проте без зазначення реєстрації. “Піратський” часопис, втім, належно фінансувався — “ударівці” вистежили поширювачів і затримали 300-тисячний наклад видання з контрагітацією. Іншою “антиударною” газетою була “Опозиція”, яку начебто видавала організація громадського спротиву “Юлі — волю!” У ВО “Батьківщина”, якому приписували газету, заперечили свою причетність до часопису.

Фальш-видання використовували, схоже, з подвійною метою. Перша — скомпрометувати політичну силу суперників чи її найбільш рейтингових кандидатів. Друга — посіяти недовіру, а то й ворожнечу між окремими опозиційними групами. До такого висновку нашттовхує активне використання підривок видань саме світоглядно близьких сил. Так, прес-служба об’єднаної опозиції “Батьківщина” заявила про появу фальшивки своєї газети, де поруч з правдивими матеріалами, що були у вільному доступі, були вміщені також публікації, спрямовані проти опозиції. Серед них — вигадане звернення Юлії Тимошенко до Віталія Кличка з критикою “УДАРу” та його особисто, а також радикальні заклики.

Образ Тимошенко взагалі став, так би мовити, фетишним в агітаційному протиборстві. Головна опозиціонерка віртуально була присутня не лише на промо-акціях та видавничій продукції побратимів. Використовували її образ і супротивники. І не лише як об’єкт для звинувачень у всіляких проблемах і негараздах, а й як суб’єкт агітації за себе. Так, у Бердичеві Житомирської області поширювали листівки нібито із закликом экс-прем’єра голосувати за також колишнього генерального прокурора, “регінала” Святослава Піскуна, який був кандидатом у 63-му мажоритарному окрузі. “Всі, хто заявляє про опозиційність, вводить людей в оману, — йшлося у нібито зверненні начебто Юлії Тимошенко. — Проте вибір робити потрібно і я хочу вам сказати про людину, яку поважаю та підтримую усім серцем. Це єдина чесна людина в погонах — Святослав Пісун. Він був найбільш принципово чесним Генпрокурором, якого бачила Україна”. Крім друкова-

них листівок, по місцевому радіо транслювали і агітаційні аудіозвернення нібито Тимошенко з тим самим закликом голосувати за Піскуна. Прес-служба “Батьківщини” і в цьому випадку заперечила автентичність записів та авторство звернення ув’язненого лідера. Спростували опозиціонери і свою причетність до 50-тисячного спецвипуску газети з логотипом і кольорами “Батьківщини”, у якій містились компрометуючі матеріали на найрейтинговіших кандидатів у народні депутати по 63-му округу, в тому числі, що цікаво, і на Павла Жебрівського, кандидатуру якого об’єднана опозиція офіційно підтримала [8].

Посварити опозицію спробували і в 151-му виборчому окрузі на Полтавщині. У Пирятині опозиціонери спільно з правоохоронцями затримали мікроавтобус, котрий перевозив близько 15 тис. листівок, які, згідно з вихідними даними, були видані на замовлення кандидата в народні депутати від ВО “Батьківщина” Миколи Карнауха і містили неправдиву інформацію про іншого опозиційного кандидата, “ударівця” Тараса Кутового. Микола Карнаух категорично відкинув свою причетність до листівок, назвавши їх спробою розколоти опозицію. Кутовий так само заявив, що справжнім замовником провокації є, на його думку, влада, яка зацікавлена у дезорієнтації виборців.

По-своєму намагався дезорієнтувати електорат і технічний, на розсуд багатьох, кандидат у народні депутати по 24-му мажоритарному округу Дніпропетровська Сергій Суханов. Оскільки “УДАР” свого кандидата з виборів зняв, Суханов вирішив скористатись з чужих напрацювань. Усю друковану та іншу рекламну продукцію Суханова почали оформлювати в “ударному” стилі. Були скопійовані також гасла та символіка “УДАРу”. Схожу тактику використав у своїй агітації і провладний кандидат по округу № 211 в столичному Голосіївському районі Ігор Лисов. Зважаючи на популярність серед виборців опозиції, яка висунула об’єднаних кандидатів, він, вочевидь, вирішив “притулитись”. “Регіонал” також назвався “об’єднаним кандидатом” (уточнивши, правда, що він “об’єд-

наний від району”), що й використав у своїй кампанії та в численній друкованій рекламній продукції.

Технологією дифмації стали неправдиві повідомлення про зняття того чи іншого кандидата-мажоритарника з перегонів. Скажімо, у 212-му окрузі в Києві поширили листівку про те, що “УДАР” буцімто знімає з виборів свого кандидата Кирила Куликова, якого нібито звинуватили у співпраці з партією влади. Від імені Віталія Кличка виборців закликали проголосувати за іншого — чесного та опозиційного, ім’я якого, втім, не називалось.

Те саме використали і в Броварах. Своєрідною прелюдією стало поширення через поштові скриньки фальшивого номера з вихідними відомостями реального видання опозиційної газети “Київщина — мала Батьківщина”, де містились так само неправдиві результати соціологічного дослідження, а також критичні матеріали про опозиціонерів [11]. А перед самими виборами через спецвипуск вже офіційної комунальної газети “Нове життя” опублікували сфальшовану постанову ЦВК за № 1887 від 26.10.2012 р. про нібито зняття з реєстрації “ударівця” Павла Різненка — основного суперника провладного кандидата, а разом й особистого масажиста чинного прем’єр-міністра Миколи Азарова Миколи Федоренка.

Поширювали фальшиву видавничу продукцію і в інших регіонах. Як повідомили Радіо “Свобода” активісти громадського руху “Відсіч”, у Тлумачі, Галичі, Тисмениці та інших населених пунктах, що входили до 84-го виборчого округу на Прикарпатті, хтось розповсюдив листівки, схожі на друки руху в рамках акції “Помста за розкол країни”, у яких містилась неправдива інформація про одного з кандидатів.

Інкони фальшивки на Прикарпатті використовували і для прямих провокацій. Подібне зафіксували на 88-му виборчому окрузі у Коломиї. Там до приміщення Комітету захисту української мови, який очолював опозиційний кандидат Олесь Доній, увійшов невідомий і кинув на підлогу пачку листівок, спрямованих проти провладного кандидата

Богдана Гдичинського. Одразу ж до кімнати вбігло з півдесятка міліціонерів на чолі з начальником райвідділу МВС і звинуватили присутніх у незаконній агітації. Таким чином, на думку працівників виборчого штабу опозиціонерів, влада намагалась перешкодити їхній роботі, а також заблокувати розповсюдження легальної друкованої продукції, що зберігалась у приміщенні. На півночі перегонів із заявою про підробку газети “Моя батьківщина — Сумщина” до прокуратури звернулись Сумська організація ВО “Батьківщина” та кандидат у народні депутати по 158-му округу Олександр Волков, проти якого і була спрямована фальшивка. Зловмисників, попри розслідування, як і в багатьох інших випадках, не встановили.

Певним винятком у цьому сенсі є історія підкидних листівок у селищі Пантанівка Кіровоградської області, яка сталася, правда, вже після виборів. Тут невідомий поширив друки із зверненням до тих, хто проголосував за ВО “Свобода”: “Відтепер живіть і думайте над тим, що до вас кожної миті можуть прийти месники в образі онуків і правнуків колишніх воїнів радянської армії і партизанів... А тому ми починаємо робити з вами те ж саме — вішати, різати, топити і палити ваші оселі! Разом з вашими дітьми! І будемо це робити теж вночі, щоб вам не спалося кожної ночі! Очікуйте!” У листівці наголошувалось, що відомо, де мешкають прихильники ВО “Свобода”, а кількох з них було названо. Як встановили правоохоронці, автором листівки був місцевий пенсіонер, який, погрожуючи, керувався особистими мотивами.

Втім, у протистоянні влади й опозиції не все було однозначним і чорно-білим. Додавала певної гостроти політичному суперництву і внутрішня конкуренція між опозиційних сил. Попри усі запевнення про консолідацію, повністю уникнути взаємопоборювання під час перегонів їм все-таки не вдалося. Це позначилось у тому числі й на характерові друкованої продукції. Партія “УДАР” упродовж виборної кампанії зробила принаймні дві офіційні заяви про використання “Батьківщиною” і “Свободою” проти “ударівців” чор-

нопіарних технологій. Йшлося в них, правда, про легальну друковану продукцію, зокрема, про періодичні видання, які поширювались у регіонах.

Проте повернемося до фальшувань. Потрібно сказати, що інформаційний обман — небезпечна і двогостра зброя. Викриття фальшивок може стати інформаційним бумерангом, здатним вразити так само авторів обману. Показовим у цьому є створення піарниками Партії регіонів агітлінійки “Від стабільності — до добробуту” для пропаганди покращення життя громадян України за нової влади. У численних виданнях, на плакатах, буклетах, листівках, біл-бордах були зображені щасливі люди різних поколінь, які випромінювали радість і задоволення життям. Проте до українців вони мали досить віддалений стосунок. У прямому сенсі. Як з’ясувалось, фото щасливців придбали в американської компанії “Shutterstock” й зображені на них також були, звісно, американці. Обійшлося таке “покращення” для Партії регіонів по 100 доларів за світлину. На ті самі граблі наступили вже навесні 2013 р. й піарники Київської міської державної адміністрації. Рапортуючи про досягнення влади у боротьбі зі снігом в українській столиці, вони це проілюстрували фотографією звитяжних дій комунальних служб... Москви. Після того як фальшування викрили, світлину з потужною технікою на засніжених вулицях терміново замінили іншою — з київським трактором. Ефекту зрештою досягли. Проте, як гадається, протилежного задуманому.

Видавнича продукція — складник і дієвий інструмент агітаційно-пропагандистської, політичної роботи. Розуміючи інформаційну й комунікаційну важливість та впливовість друків, їх часто використовують також для маніпулювання громадською думкою, створення потрібних для маніпулятора інформаційних приводів.

В умовах тоталітаризовано-авторитарних режимів “управління інформацією” є складником державної інформаційної політики, спрямованої на збереження влади та боротьбу з противниками режиму.

Маніпулятивною практикою, зокрема під час політичних перегонів, стало створення

фальшивих чи так званих підкидних видань. В арсеналі підробок є фактично вся друкована видавнича продукція, найуживаніші ж — періодичні друковані видання та листівки.

Завданням фальшивок є поширення неправдивої інформації з метою досягнення тих чи інших, насамперед політичних, цілей. Серед таких — дифамація та дискредитація політичних суперників, соціалізація й мобілізація споживачів контенту, нав’язування їм певної лінії поведінки, спонукання до тих чи інших політичних дій, часто дезорієнтування і дезінформація виборців.



## Література

1. Бондар Ю. Книги і вибори // Вісник книжкової палати. — 2012. — № 2. — С. 40—44.
2. Бондар Ю. Перша інформаційна... Інформація та інформаційна політика на Стародавньому Сході. — К.: ВПК “Експрес-Поліграф”, 2012. — 80 с.
3. Бондар Ю. Свобода слова: вибір-2004. — К.: МАУП. — 122 с.
4. Бондар Ю. Свобода слова: книга і політика. — К., 2011 — 112 с.
5. Корниров В. История манипулирования в иллюстрациях. “Журналистика” от Савика Шустера // Еже-недельник 2000. — 2011. — № 23 (561). — 10—16 июн.
6. Кузьо Т. Як Лебедь з Піховшеком Союз розвалили. На гроші американської розвідки // Українська правда. — 2011. — 10 серп. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.istpravda.com.ua/articles>
7. Кук А. Канва агентурной разведки. — М.: Изд. Шт. РККА, 1921.
8. Об’єднана опозиція виявила фальшиву газету “Батьківщини” у Бердичеві // Тиждень-ua. — 2012. — 28 вер.
9. Поторай О. Фальшиві “Сільські вісті” друкувались у державній друкарні в Луцьку // День. — 1999. — 23 жовт.
10. Тихомиров Л. Демократия либеральная и социальная. — М., 1986.
11. У Броварах поширили фальшивий номер опозиційної газети “Київщина — мала Батьківщина” // Телекритика. — 2012. — 27 бер.
12. У Горлівці випустили фальшиву газету з публікаціями проти мера // Телекритика. — 2011. — 25 жовт.
13. У Києві роздають фальшиве “Дзеркало тижня” із “чорнухою” на Мостову і Гриценка // Телекритика. — 2011. — 26 черв.
14. Фальшива реклама Януковича з’явилася у Кременчуці // УНІАН. — 2010. — 4 лют.
15. Шустер рассказал, как выпускал фальшивую газету // Обозреватель. — 2012. — 23 нояб.

*Розглянуто проблематику використання інформаційних ресурсів та технологій у політичній роботі та протиборстві. Проаналізовано практику політичних сил та окремих політиків використання видавничої продукції, зокрема так званих дифамаційних видань, з метою маніпуляційного впливу на виборців під час парламентських перегонів в Україні 2012 р.*

*Рассмотрена проблематика использования информационных ресурсов и технологий в политической работе и противоборстве. Проанализирована практика политических сил и отдельных политиков использования издательской продукции, в частности так называемых диффамационных изданий, с целью манипуляционного воздействия на избирателей во время парламентских выборов в Украине 2012 г.*

*We consider the problems of the use of information resources and technologies for work and political confrontation. Analyzed the practice of political parties and individual politicians use publishing products, in particular the so-called defamatory publications to manipulative influence on voters in the parliamentary elections in Ukraine in 2012.*

**Надійшла 19 серпня 2013 р.**