ТЕОРІЯ ТА ІСТОРІЯ ЖУРНАЛІСТИКИ

УДК 070+328.1]:32.019.5-049.2(477.61/.62)
DOI <https://doi.org/10.32838/2663-6069/2020.1-4/29>

Сабура О. І.

Могилянська школа журналістики
Національного університету «Києво-Могилянська академія»

УРЯДОВІ МЕДІА ЯК ЗАСІБ ВПЛИВУ: ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ РОЛІ ЗМІ В МАНІПУЛЯЦІЯХ ГРОМАДСЬКОЮ ДУМКОЮ

У статті виокремлено підходи до дослідження ролі засобів масової інформації (далі – ЗМІ) в маніпуляціях громадською думкою й на їх основі окреслено перспективи вивчення використання ЗМІ у так званих «Донецькій народній республіці» (далі – «ДНР») і «Луганській народній республіці» (далі – «ЛНР»). Автор розглядає відомі класифікації медійних систем. Виділено типи власності ЗМІ та як вони можуть використовуватися власниками у своїх інтересах. Розглядаються такі модуси впливу медіавласників, як бізнесовий інструменталізм, політичний інструменталізм, служіння громадськості й підлаштування аудиторії. Показано, як згадані модуси впливу проявляються в приватних, державних і неприбуткових громадських ЗМІ. Особливу увагу автор приділяє ролі державних ЗМІ в авторитарних країнах з акцентом на медіа в Російській Федерації. Стаття демонструє, що країни з більшою державною власністю медіа мають менше свободи преси, менше прав громадян, гірше врядування, менш розвинуті ринки капіталу й гірші результати в галузі охорони здоров'я. Також країни з авторитарнішим режимом мають більше державної власності ЗМІ. З'ясовано, що діяльність медіа так званих «народних республік» на сході України варто розглядати з позицій теорії суспільного вибору, згідно з якою преса у власності уряду буде спотворювати інформацію й маніпулювати нею для закріплення у владі чинних політиків, утримання виборців і споживачів від поінформованого прийняття рішень, підризу демократії та ринків. Також у вивченні медіа «ДНР» і «ЛНР» слід враховувати вже відомі російські практики інструменталізації державних ЗМІ. Автор зазначає, що виокремлені в статті підходи до дослідження ролі державних ЗМІ в авторитарних режимах доцільно застосовувати до медіа «ДНР» і «ЛНР», однак у цьому випадку для їх позначення слід послуговуватися терміном «урядові медіа», оскільки ці утворення по своїй суті є формою окупаційного урядування, але не державами.

Ключові слова: типи власності ЗМІ, урядові медіа, маніпуляції громадською думкою, політичний інструменталізм ЗМІ, теорія суспільного вибору, ЗМІ «ДНР», ЗМІ «ЛНР».

Постановка проблеми. Російську агресію проти України в публічному й академічному дискурсах часто називають гібридною, оскільки крім військового елементу вона поєднує в собі також інші складники, зокрема інформаційний, дипломатичний та економічний, що американський генерал Ф. Брідлав назвав DIME-формулою, яка відповідно означає *diplomacy, information, military та economy* [7]. Інформаційна складова на захоплених Росією українських територіях характеризується процесами витіснення українського медійного простору російським, а на території окремих районів Донецької та Луганської областей (далі – ОРДЛО) –

ще й створеною мережею ЗМІ так званих «ДНР» і «ЛНР». Оскільки ці утворення були сформовані за ініціативи Росії, існують під її контролем і виключно завдяки російській підтримці, можна припустити, що їхні медійні системи матимуть високий рівень подібності з російськими. Однією з ключових характеристик медійного середовища Російської Федерації є найбільша у світі структура державних медіа [23], які використовуються авторитарним режимом у власних цілях, зокрема задля пропаганди й формування суспільного порядку денного, в якому заперечуються демократичні цінності й права людини, а Росія позиціонується

як провідна світова держава. З огляду на те, що псевдодержавні утворення на Донбасі є породженням російського авторитарного режиму, актуальним є дослідження структури власності медіа на їхній території та виявлення особливостей інструменталізації ЗМІ в них окупаційним урядом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

За шість років російсько-українського конфлікту з'явився значний пласт академічної літератури, присвяченої внутрішнім процесам у «ДНР» і «ЛНР». Більшість авторів фокусуються на широкому діапазоні тем, зокрема Е. Джуліано – на причинах конфлікту та його наслідках [11], Т. Мальяренко, С. Вольф, О. Леннон і Г. Адамс – на процесах державного будівництва й легітимізації «республік» [14; 15]. Частина авторів зосереджується на міжнародному контексті [22], питаннях ідентичності [25], можливостях урегулювання тощо. Деякі праці побіжно торкаються питання ролі медіа в конфлікті, однак на сьогодні немає ґрунтового дослідження, головним фокусом якого є ЗМІ так званих «народних республік». Наукові розвідки стосовно ролі ЗМІ в російсько-українській неоголошеній війні зосереджуються переважно на висвітленні конфлікту офіційними російськими медіа, а розгляд ЗМІ так званих «ДНР» та «ЛНР» обмежується їхнім інформаційним наповненням, тому сьогодні бракує праць, які б з'ясовували зв'язок структури власності та інструменталізації медіа псевдодержавних утворень на сході України.

Постановка завдання. Метою цієї статті є виокремлення підходів до дослідження ролі державних ЗМІ в політичних маніпуляціях громадською думкою. Для досягнення поставленої мети слід виконати такі **завдання**: 1) виділити типи власності ЗМІ та шляхи використання власниками цих засобів у своїх інтересах; 2) проаналізувати роль державних ЗМІ в авторитарних країнах з акцентом на медіа в Російській Федерації; 3) систематизувати на основі проаналізованої літератури підходи до дослідження структури власності й інструменталізації ЗМІ задля подальших досліджень ролі медіа у псевдодержавних утвореннях на сході України.

Виклад основного матеріалу. Однією з перших ґрунтовних сучасних праць, яка пов'язує медіа з політикою та суспільством у цілому, є «Чотири теорії преси» В. Шрама, Ф. Зібберта й Т. Петерсона, яка вийшла друком у 1956 р. У цій роботі медійні системи категоризуються як *лібертаріанська, авторитарна, комуністична (радянська) та система соціальної відповідальності* [27].

Ця класифікація лягла в основу багатьох досліджень по всьому світі, але також критикувалася [18, с. 97–109] і загалом вважається дещо застарілою [17]. Незважаючи на те що автори охопили також авторитарні й тоталітарні системи, «Чотири теорії преси» критикують, зокрема, за америкоцентризм [21, с. 329].

Сучаснішою фундаментальною працею, яка класифікує медійні системи, є «Порівнюючи медіа-системи: три моделі медіа та політики» Д. Галліна та П. Манчіні. В основі їхньої класифікації чотири виміри: 1) ступінь і природа державного втручання в медіа; 2) ступінь політичного паралелізму, під яким мається на увазі рівень формальних і неформальних зв'язків медіа з політичними партіями й іншими політичними інституціями; 3) ступінь професіоналізму в журналістиці; 4) ступінь масового поширення змісту новин. На основі цих вимірів вони виділяють три моделі медійних систем: *ліберальну, поляризовану плюралістську й демократичну корпоративістську* [21, с. 329]. Попри деяку критику запропонована авторами теоретична модель є зручним інструментом для дослідження ЗМІ [12, с. 155–171], зокрема державних, однак вона була розроблена авторами насамперед для аналізу західних демократичних країн.

Також орієнтована на західні медіа праця американського соціолога медіа Р. Бенсона може бути корисною для цього дослідження, оскільки містить класифікацію впливів власників на ЗМІ залежно від типів власності. Окрім прямого втручання власників у формування контенту ЗМІ, відповідно до переслідуваних цілей є також інші шляхи впливу, зокрема рішення щодо кадрової й бюджетної політики, розбудова чи зменшення медійної інфраструктури тощо. Подібні впливи, які часом і не приховуються, існують як у демократіях, так і в автократіях. Р. Бенсон здійснив типологізацію цих впливів, об'єднавши їх у модули влади, яких згаданий автор виділяє чотири: *бізнесовий інструменталізм, політичний інструменталізм, служіння громадськості та підлаштування аудиторії* [2, с. 3].

Виділені модули влади є свого роду «чистими типами» впливу й не можуть охопити всі варіації взаємозв'язків медіа з їхніми власниками, однак вони є зручним аналітичним інструментом, який можна підлаштувати під окремі дослідницькі випадки. Під *бізнесовим інструменталізмом* мається на увазі стратегічне використання інформаційного ресурсу для досягнення прибуткових цілей власника шляхом оприлюднення або не оприлюднення подій або тем, пов'язаних з бізнес-інтересами власника чи його

конкурентів [2, с. 4]. *Політичний інструменталізм* – це приховані або відверті спроби використовувати інформаційний ресурс для просування або атак на політиків, суспільні рухи, та/або питання, які особливо хвилюють власників [2, с. 5]. Щодо *служіння громадськості*, то тут ідеться про дотримання журналістських стандартів, коли це не приносить економічної вигоди або навіть може потягнути за собою ризики, такі як утрата аудиторії й рекламодавців, витрати на захист проти позовів у суді тощо [2, с. 5–6]. Під *підлаштуванням аудиторії* автор класифікації має на увазі можливості власника впливати на призначення людей, відповідальних за маркетинг, дизайн та інші сфери діяльності, спрямовані на збільшення ефективного охоплення цільової аудиторії з метою максимізації прибутків [2, с. 6].

Варто зазначити, що всі ці модуси влади власника медійного ресурсу часто є взаємопов'язаними, тож політичний інструменталізм може перетинатися з іншими модусами. Якщо видання орієнтуються на служіння громадськості, вони зазвичай удаються до підтримки внутрішнього плюралізму думок. Однак медійні системи, які характеризуються високою політичною інструменталізацією, можуть досягати більшого рівня зовнішнього плюралізму, тобто різноманітності думок між різними медійними ресурсами [2, с. 7].

До прикладу, сюди можна віднести українське медійне середовище, яке характеризується концентрацією основних інформаційних ресурсів у руках великого бізнесу й олігархів. Беручи до уваги той факт, що більшість цих медіа є збитковими через малий ринок реклами в Україні [24, с. 5], здебільшого головною метою їх утримання є просування інтересів власників, зокрема в політичній сфері. Це є проявом такого явища як «потенціал обслуговування» (або «приватні вигоди контролю»), що полягає в отриманні не виражених фінансово вигод, таких як політичний вплив чи слава [8, с. 343]. Їх можна легше здобути через контроль над телеканалом, ніж, наприклад, над кондитерською фабрикою з таким самим капіталом.

Разом із тим політичний і бізнесовий інструменталізм українських ЗМІ є часто нерозривними. Принциповою різницею між олігархами й великим бізнесом є те, що підприємницька діяльність перших залежить головним чином від їхнього втручання в політику, без чого вони ризикують утратити прибутковість і конкурентоздатність у цілому. Таким чином, інвестиції у власні неприбуткові медіа надають олігархам політичні дивіденди, які своєю чергою дають змогу впли-

вати на державну політику так, щоб вона сприяла максимізації прибутків у бізнесі.

Показовою в цьому випадку є робота українських ЗМІ під час президентської й парламентської виборчих кампаній 2019 р. Дані незалежного моніторингу українських медіа за підтримки проєктів Ради Європи в Україні свідчать про те, що українські інформаційні ресурси упереджено висвітлювали пов'язаних зі своїми власниками політиків чи політичні сили, а також їхніх опонентів [4; 5].

Проте в такий спосіб політична інструменталізація сприяє інтересу суспільства до плюралізму думок з джерел інформації, хоч і завдяки неякшій журналістиці. Утім, подібний ефект навряд може бути викликаний політичним інструменталізмом у медійній системі з повним домінуванням державної власності й відсутністю демократичних інститутів.

Розглядаючи втілення виділених модусів влади в різних типах власності, Р. Бенсон підкреслює, що політичний інструменталізм *державних медіа* може не бути великою проблемою в демократичних країнах із сильним юридичним захистом преси. Однак, наприклад, у США недержавні вливання в державні медіа становлять понад половину їхнього прибутку [3, с. 390], тому створюється певний ризик політичної інструменталізації з боку донорів.

Приватні медіа залежно від структури їхньої власності можуть також використовуватися для досягнення політичних цілей по-різному. Медіа, які є публічними компаніями з багатьма акціонерами, зазвичай менш схильні діяти в інтересах тієї чи іншої політичної сили, тому що є ризик розгнівати власників [2, с. 14], оскільки останні можуть мати різні політичні погляди або просто відстоювати стандарти якості подання інформації. Тому ЗМІ, які перебувають у приватній власності однієї чи кількох осіб, частіше проявляють політичний інструменталізм в інтересах своїх власників.

Для *неприбуткових громадських ЗМІ* політичний інструменталізм не є великою проблемою. В цьому вони дещо близькі до державних медіа, бо вони так само діють насамперед в інтересах громади, яка часто є відносно невеликою (релігійна спільнота, академічна, спортивна тощо). Однак і ці медіа мають ризик опинитися під впливом тих, хто платить гроші. Особливо, якщо їхнє функціонування залежить від одного або кількох донорів [2, с. 16]. Можна також припустити, що такі медіа можуть ставати на бік політичних сил чи окремих політиків, які просувають рішення, що збігаються з інтересами громади, яка утримує ці ЗМІ.

Згадані модуси влади й особливості політичного інструменталізму ЗМІ в різних типах власності притаманні в першу чергу демократичним країнам, у яких в принципі можлива різноманітність структури власності медіа та висловлення ними протилежних думок. Тому в західних демократіях різноманіття медійних систем згідно з різними типологізаціями є більшим.

Фокусуючись на питанні державної власності медіа, варто зазначити, що вона є характерною для більшості авторитарних країн. Порівняти політичний вимір державної й недержавної власності медіа з акцентом на користі таких ЗМІ для громадян можна з позицій *теорій суспільного інтересу* та *суспільного вибору* відповідно.

Перша теорія має кілька аргументів на користь державної власності медіа. По-перше, вона говорить про те, що інформація є суспільним благом і якщо нею володіють одні споживачі, то приховувати її від інших дорого коштуватиме. По-друге, витрати на організацію збору й обладнання для поширення інформації є значними, однак після цього вартість поширення інформації є низькою. По-третє, якщо споживачі є необізнаними, а приватні ЗМІ обслуговують інтереси панівного класу, державні медіа можуть висвітлювати суспільству менш упереджену, більш повну й точну інформацію [8; с. 341–342].

Згідно з теорією суспільного вибору медіа у власності уряду будуть спотворювати інформацію й маніпулювати нею для закріплення при владі чинних політиків, утримання виборців і споживачів від поінформованого прийняття рішень, підриву демократії та ринків. Недержавні медіа висвітлюють альтернативну думку, чим надають змогу людям зробити вибір політичного кандидата, менше непокоячись через зловживання недобросовісних політиків. Також конкуренція між ЗМІ забезпечує отримання виборцями точної й неупередженої інформації [8; с. 342].

Група науковців зі Світового банку й Гарвардського університету здійснили дослідження видів власності ЗМІ та їхніх наслідків на основі даних з 97 держав. В результаті вони дійшли висновків, що країни з більшою державною власністю медіа мають менше свободи преси, менше прав громадян, гірше врядування, менш розвинуті ринки капіталу та гірші результати в галузі охорони здоров'я. Також країни з більш авторитарним режимом мають більше державної власності ЗМІ [8; с. 342]. Результати іншого дослідження, сфокусованого на зв'язках типу власності медіа з об'єктивністю подання інформації, свідчать

про те, що упередженість медіа в автократіях є значнішою, ніж у демократіях [10, с. 2]. Загалом державні медіа в демократичних країнах критичніші щодо уряду [1]. Таким чином, отримані дані свідчать проти теорії суспільного інтересу й на користь теорії суспільного вибору [8].

Далі варто окремо розглянути, у який спосіб державні медіа використовуються в авторитарних країнах. З урахуванням мети дослідження головний акцент буде зроблено на медіа в Росії, оскільки можна припустити, що на окупованих українських територіях Донецької й Луганської областей РФ застосовує апробовані в себе стратегії й механізми контролю над медійним полем і його використання в політичних цілях. Напрацювавши способи впливу на своїх громадян, наприклад відволікання уваги від політичних проблем, Російська Федерація має також значний досвід застосування внутрішньо апробованих інструментів за кордоном [16, с. 3–4]. Однак потенціал застосування свого досвіду в повному масштабі на нових окупованих територіях є значно більшим.

Виходячи з викладеного вище, державна власність ЗМІ не завжди свідчить про вплив уряду на зміст інформації, що оприлюднюється. Наприклад, рівень незалежності редакторської політики ВВС є високим. Вплив уряду також може різними шляхами поширюватися на недержавні ЗМІ через накладення обмежень, таких як цензура, тиск на журналістів та інших, або за допомогою стимулів, наприклад фінансових. Для авторитарних режимів контроль над медіа є необхідним для того, щоб залишатися при владі. Після розпаду СРСР російські неурядові ЗМІ були залежними від фінансової підтримки держави, що давало змогу посадовцям за допомогою державних субсидій використовувати їх у політичних цілях [6; 20]. Проте зі зростанням ринку реклами й незалежності приватних ЗМІ режим В. Путіна взяв їх під прямий контроль [10].

Американські політологи К. Волкер та Р. Ортунг виділяють чотири аудиторії, на які намагаються впливати авторитарні режими через державні медіа: еліти з провладної коаліції, населення загалом, постійні користувачі Інтернету й політична опозиція разом з незалежним громадянським суспільством [28, с. 74].

Державні ЗМІ в авторитарних країнах сигналізують *елітам режиму* про можливі покарання, зокрема обливання брудом через медіа, за пошуки виходу з владної коаліції. Або ж вони можуть навпаки хвалити еліти за певні вчинки на підтримку режиму [28, с. 74]. Такі дії режиму

обумовлені тим, що він може тріснути, коли його помірковані представники знаходять контакти й ведуть перемовини з поміркованою опозицією [19]. В Росії такою цільовою аудиторією є силовики, представники бюрократичного апарату й бізнесу, зокрема керівництво енергетичних компаній [28, с. 74].

Автократії намагаються через державні медіа втримати *широкі маси населення* від політичного життя, підкреслити вигоди від статус-кво, демонізуючи всіх, хто хоче його змінити [28, с. 75]. З метою посилення апатії й пасивності суспільства контрольовані Кремлем медіа роблять наголос на розважальному контенті, який відволікає людей від політичних чи економічних проблем і є альтернативою, що є конкурентом, наприклад, виходу на протест [28, с. 75]. Також під час протестів урядові медіа в автократіях користуються селективною атрибуцією, пов'язуючи позитивні новини з владою, а негативні – із зовнішніми факторами. Ця методика особливо актуальна у висвітленні економічних проблем, цензурування яких є не дуже доцільним, оскільки люди щоденно відчують їх на собі [23, с. 982]. Варто також зазначити, що основним медійним інструментом влади в авторитарних країнах є телебачення як провідне джерело політичної інформації для більшості населення [28, с. 76].

Авторитарні режими також знаходять методи побудови перешкод в отриманні політичної й іншої чутливої інформації *постійними користувачами Інтернету*, а також адаптують методи блокування, апробовані в традиційних медіа [28, с. 77–78]. Шляхом тиску на окремих користувачів вони сприяють самоцензурі в Інтернеті, оскільки юридичними або насильницькими засобами можуть переслідувати громадян за висловлювання в мережі.

Політична опозиція та громадянське суспільство в авторитарних країнах не мають голосу в державних медіа, що дає змогу усунути критику влади з публічного дискурсу. А будь-яка наявна критика дискредитується, її джерела часто піддаються медійній делегітимізації та кримінальному переслідуванню [28, с. 79–81].

Висновки і пропозиції.

1. Отже, структури власності ЗМІ можна поділити на дві широкі категорії: державна й недержавна. Своєю чергою в недержавній виділяється власність окремих приватних осіб, акціонерних товариств (медіа – публічні компанії), а також неприбуткових громадських організацій. Серед впливів власників на ЗМІ варто виокремити біз-

несовий інструменталізм, політичний інструменталізм, служіння громадськості та підлаштування аудиторії. Власники можуть застосовувати ці впливи задля досягнення вигід в одній або кількох сферах своєї діяльності, таких як політика, бізнес, громадська активність тощо.

2. Державні медіа в країнах з авторитарним режимом є менш об'єктивними, ніж у демократичних. Приватні медіа в демократіях можуть бути упередженими в інтересах своїх власників, однак таким чином все одно забезпечується плюралізм думок і критика провладних сил. Недемократичні режими намагаються поширити свій вплив на приватні медіа або ж взяти їх під державний контроль, щоб використовувати задля збереження влади. Це відбувається методами батога (бюрократично-адміністративний тиск, цензура, переслідування журналістів і власників медіа тощо) і пряника (фінансові стимули). Тому авторитарні країни мають більшу частку державних ЗМІ порівняно з демократіями, зокрема РФ має найбільшу у світі структуру урядових медіа.

Російський авторитарний режим утримується при владі, спираючись на контроль над ЗМІ, через які спрямовує свій вплив на такі цільові аудиторії, як еліти режиму, широкі маси населення, постійні користувачі Інтернету, політична опозиція й громадянське суспільство. Залежно від переслідуваної мети до цих категорій теж застосовуються методи батога і пряника. Кремлівські медіа відмежовують владу від негативних новин і пов'язують її з позитивними подіями. Також російські ЗМІ намагаються посіяти апатію в населення до політичного життя й усунути опозицію з медійного простору, демонізуючи в громадській думці всіх, хто хоче змінити статус-кво.

3. На основі розглянутої літератури щодо інструменталізації державних медіа можна виділити окремі підходи до дослідження ЗМІ в так званих «ДНР» і «ЛНР». По-перше, обґрунтовано розглядати діяльність цих медіа з позицій теорії суспільного вибору, згідно з якою урядові ЗМІ діють в першу чергу в інтересах окупаційного російського режиму на протигагу інтересам українських громадян, що живуть під його врядуванням. По-друге, медіа так званих «народних республік» варто досліджувати в розрізі виділених вище модусів впливу власників ЗМІ з акцентом на політичному інструменталізмі. По-третє, доцільно підходити до з'ясування стратегій урядових медіа «ДНР» і «ЛНР» в маніпуляціях громадською думкою з урахуванням уже відомих російських практик інструменталізації державних ЗМІ, зокрема,

перевіряючи, чи застосовуються окремі з них на окупованих українських територіях.

Перспективними для подальших досліджень в українському контексті є дослідження ролі ЗМІ «ДНР» і «ЛНР» у маніпуляціях громадською думкою, а також з'ясування структури їхньої власності та зв'язків з місцевими й російськими політичними й бізнесовими елітами. Варто виявити особливості процесу підпорядкування й трансформації українських ЗМІ, які діяли на цих територіях до окупації, та створення нових інформаційних ресурсів російським окупаційним урядом. Також перспективним є з'ясування формальних і неформальних стратегій регулювання медійної сфери «ДНР» і «ЛНР» із застосуванням методологічних інновацій аналізу відповідних документів «народ-

них республік», таких як «постанови», «закони», «накази» і тому подібних, а також сучасних методів опитування обізнаних з темою експертів. На основі цих даних, а також контент-аналізу новин ЗМІ «ДНР» і «ЛНР» можна з'ясувати функціональні особливості їх інструменталізації. До того ж у дослідженнях медіа псевдореспублік на сході України необхідно брати до уваги, що поряд з поняттям «державні медіа» (*state-owned media*) в науковій літературі також вживається еквівалентний за значенням і часто як взаємозамінний термін «урядові медіа» (*government-owned media*), застосування якого буде коректнішим щодо ЗМІ «ДНР» і «ЛНР», оскільки ці утворення по своїй суті є формою окупаційного урядування, але не державами.

Список літератури:

1. Aalberg T., Curran J. How media inform democracy: a comparative approach. London : Routledge, 2011.
2. Benson R. Institutional forms of media ownership and their modes of power. *Journalism Re-Examined: Digital Challenges and Professional Orientations (Lessons from Northern Europe)*. 2016. P. 27–48.
3. Benson R. Rethinking the sociology of media ownership. Routledge Handbook of Cultural Sociology / L. Grindstaff, M. L. Ming-Cheng, and J. R. Hall eds. London : Routledge. P. 387–396.
4. Final Report on findings of the independent monitoring of media coverage of the Presidential election campaign in Ukraine / O. Burmahin et al. 2019. URL: http://www.cje.org.ua/sites/default/files/Monitoring Report Presidential Campaign_ENG.pdf (retrieved: 27.11.2019).
5. Final report on findings of the independent monitoring of media coverage of the Parliamentary election campaign in Ukraine / O. Burmahin et al. 2019. URL: http://www.cje.org.ua/sites/default/files/Monitoring Report Parliamentary Campaign 2019_ENG.pdf (retrieved: 27.11.2019).
6. Coyne J. C., Leeson P. T. Media, development, and institutional change. Cheltenham, Gloucestershire : Edward Elgar, 2009.
7. Department of Defense press briefing by General Breedlove in the Pentagon briefing room / U.S. Department of Defence. 2015. URL: <https://www.defense.gov/Newsroom/Transcripts/Transcript/Article/607046/departement-of-defense-press-briefing-by-general-breedlove-in-the-pentagon-brief/> (retrieved: 27.11.2019).
8. Djankov S., Mcleish C., Nenova T. Who owns the media? *The Journal of Law and Economics*. 2003. № 46 (2). P. 341–381.
9. Gehlbach S. Reflections on Putin and the media. *Post-Soviet Affairs*. 2010. № 26 (1). P. 77–87.
10. Gehlbach S., Sonin K. Government control of the media. *Journal of Public Economics*. 2014. DOI: 10.1016/j.jpubeco.2014.06.004.
11. Giuliano E. Who supported separatism in Donbas? Ethnicity and popular opinion at the start of the Ukraine crisis. *Post-Soviet Affairs*. 2018. DOI: 10.1080/1060586X.2018.1447769.
12. Hallin D. C., Mancini P. Ten Years After Comparing Media Systems: What Have We Learned? *Political Communication*. 2017. № 34 (2). P. 155–171. DOI: 10.1080/10584609.2016.1233158.
13. Herrero L. C. Rethinking Hallin and Mancini beyond the West: an analysis of media systems in Central and Eastern Europe. 2017.
14. Lennon O., Adams G. All is quiet on the Russian front: ceasefires and the pursuit of legitimacy by self-proclaimed “republics” in Ukraine. *Eurasian Geography and Economics*. 2019. DOI: 10.1080/15387216.2019.1645032.
15. Malyarenko T., Wolff S. The Dynamics of emerging de-facto states: Eastern Ukraine in the post-Soviet space. 2019.
16. Martin D., Shapiro J. Trends in online foreign influence efforts. ESOC. 2019. URL: <https://esoc.princeton.edu/files/trends-online-foreign-influence-efforts> (retrieved: 27.11.2019).
17. Merrill J., Nerone J. The Four Theories of the Press four and a half decades later: a retrospective. *Journalism Studies*. 2010. DOI: 10.1080/14616700120107374.
18. Nordenstreng K. Beyond the Four Theories of the Press. *Media & Politics in Transition: Cultural Identity in the Age of Globalization*. Leuven : Acco, 1997. P. 97–109.

19. O'Donnell G., Schmitter P., Whitehead L. Transition from Authoritarian Rule. *Tentative Conclusions About Uncertain Democracies*. Baltimore : Johns Hopkins University Press. 1986.
20. Oates S. The neo-Soviet model of the media. *Europe-Asia Studies*. 2007. № 59 (8). P. 1279–1297.
21. Patterson T. Comparing media systems: three models of media and politics, by Daniel C. Hallin and Paolo Mancini. 2007. DOI: 10.1080/10584600701471708.
22. Robinson P. Russia's role in the war in Donbass, and the threat to European security. *European security, European Politics and Society*. 2016. DOI: 10.1080/23745118.2016.1154229.
23. Rozenas A., Stukal D. How autocrats manipulate economic news: evidence from Russia's state-controlled television. *The Journal of Politics*. 2019. DOI: 10.1086/703208.
24. Ryabinska N. The media market and media ownership in post-communist Ukraine: impact on media independence and pluralism. *Problems of Post-Communism*. 2011. № 58 (6). P. 3–20. DOI: 10.2753/PPC1075-8216580601.
25. Sasse G., Lackner A. War and identity: the case of the Donbas in Ukraine. *Post-Soviet Affairs*. 2018. DOI: 10.1080/1060586X.2018.1452209.
26. Savin N., Kashirskikh O., Mavletova A. Fragility of strong media effects in authoritarian environment (Evidence from Russia). *European Journal of Communication*. 2018. № 33 (5). P. 471–488. DOI: 10.1177/0267323118775305.
27. Siebert, F. S., Peterson, T., Schramm, W. Four theories of the press: The authoritarian, libertarian, social responsibility, and Soviet Communist concepts of what the press should be and do. 1956.
28. Walker C., Orttung R. Breaking the news: the role of state-run media. *Journal of Democracy*. 2014. № 25. P. 71–85.

**Sabura O. I. GOVERNMENT-OWNED MEDIA AS A TOOL OF INFLUENCE:
RESEARCH APPROACHES TO THE ROLE OF MEDIA
IN MANIPULATION OF PUBLIC OPINION**

The article highlights approaches to the research of the media's role in the manipulation of public opinion. Based on these approaches, perspectives of studying the usage of the media in the so-called people's republics "DNR" and "LNR" are outlined. The author examines the known classifications of media systems. Besides, the author defines the types of media ownership and how the owners can use them to personal advantage. The article studies such modes of ownership power as business instrumentalism, political instrumentalism, public service commitment, and audience adjustment. It is shown how the said modes of influence occur in private, state-owned, and non-profit public media. Special attention is devoted to the role of state-owned media in authoritarian countries with an emphasis on the Russian Federation. The article demonstrates that countries with a more significant share of state-owned media have less press freedom, fewer citizen rights, worse governance, less developed capital markets, and poorer results in public health. Also, countries with more authoritarian regimes have more state ownership of the media. It has been found out that the activities of the media of the so-called "people's republics" in the East of Ukraine should be studied from the standpoint of public choice theory, which says that the government-owned press will misrepresent and manipulate information to consolidate incumbent politicians, deter voters and consumers from informed decision-making, undermine democracy and markets. Researching media of "DNR" and "LNR", one should take into account the already known Russian practices of media instrumentalization. The author points out that the identified approaches to the research of the role of state-owned media in authoritarian regimes are appropriate to apply to the media of "DNR" and "LNR". Still, in this case, the term "government-owned media" should be used to refer to them since these entities are inherently a form of occupational governance, but not states.

Key words: types of media ownership, government-owned media, manipulation of public opinion, political instrumentalism of the media, public choice theory, media of "DNR", media of "LNR".