

20-21 травня 2016 р.
Львів, Україна

MEDIA and IDENTITY

May 20-21, 2016
Lviv, Ukraine



20-21 травня /
May 20-21



МЕДІЇ ТА ІДЕНТИЧНІСТЬ

IV Міжнародна науково-практична конференція

MEDIA AND IDENTITY

IV International Scholarly-Practical Conference

ПРО КОНФЕРЕНЦІЮ

Міжнародна конференція «Медії та ідентичність» уже четвертий рік поспіль збирає найкращих теоретиків медійної сфери та журналістів-практиків для того, щоб обговорити: Як медії впливають на людину? Як змінюються медії в конфліктних умовах? Як формують образи національних ідентичностей під маніпулятивним впливом пропагандистських ЗМІ? Яка роль медіаетики в умовах конфлікту? Які морально-етичні виклики постають перед журналістами в конфліктних умовах. Сьогодні ці питання не втратили актуальності й потребують нових точок зору та нових рішень.

Мета конференції – привернути увагу міжнародного наукового товариства й медіапрактиків до проблеми впливу засобів масової інформації на процеси формування сучасних ідентичностей.

Під час конференції обговорюватимемо такі тематичні напрями:

ПАНЕЛЬ I:

МЕДІАВПЛИВИ ТА ЗМІНИ ІДЕНТИЧНОСТІ: ЕТИЧНИЙ ВИМІР

Проблеми, які обговорюватимемо:

- > Медіаетика VS соціальна справедливість.
- > Інформаційні чинники формування сучасних ідентичностей.
- > Інформаційна гігієна чи цензура: морально-етичний вибір журналіста.

ПАНЕЛЬ II:

ОБРАЗ ВОРОГА ТА ТЕХНОЛОГІЇ ПРОПАГАНДИ

Проблеми, які обговорюватимемо:

- > Генеза російської пропаганди.
- > Ісламизм та інформаційні кампанії.
- > Образ ворога та впливи на формування нових ідентичностей.

ABOUT THE CONFERENCE

International conference "Media and identity" for the fourth year in a row gathers the best media theorists and journalists-practitioners to discuss how media influence people. How do media change in conditions of conflict? How the images of national identities are formed under the influence of manipulative propaganda media? What is the role media ethics in conflict? What are the ethical challenges faced by journalists in conflict conditions. Today these issues have not lost their relevance and require new perspectives and new solutions.

The conference aim – to draw the attention of the international scholarly community and media practitioners to the influence of the media on the modern identity formation.

During the conference we will discuss the following thematic areas:

PANEL I:

MEDIA INFLUENCES AND IDENTITY CHANGES: THE ETHICAL DIMENSION

Problems to discuss:

- > Media ethics VS social justice.
- > Information factors of contemporary identity formation.
- > Information hygiene or censorship, moral and ethical choices of a journalist.

PANEL II:

THE IMAGE OF THE ENEMY AND TECHNOLOGIES OF PROPAGANDA

Problems to discuss:

- > Genesis of Russian propaganda.
- > Islamism and information campaigns.
- > The image of the enemy and influences of the formation of new identities.

ПРИВІТАННЯ / WELCOME



MYMEDIA – чотирирічна програма, спрямована на розвиток незалежних медіа та професійне зростання журналістів. Її спільно реалізують компанія Niras, провідна міжнародна консалтингова компанія, та BBC Media Action. Вони працюють із партнерами в семи країнах: Україні, Білорусі, Туреччині, Азербайджані, Вірменії, Грузії і Молдові. Програма здійснюється за фінансової підтримки Danida (Данського МЗС).

MYMEDIA is a four-year program aimed at the development of independent media and a building with professional capacity for journalists. The program is implemented by a joint venture between NIRAS, a leading international consultancy company, and BBC Media Action, working with partners in seven countries – Ukraine, Belarus, Turkey, Azerbaijan, Armenia, Georgia and Moldova. The program is financially supported by Danida.

ПРИВІТАННЯ / WELCOME

Слово координатора конференції Вікторії Романюк:

Два роки тому українські медіа активно заговорили про інформаційну війну, яку веде проти нашої країни сусідня держава. Тоді створилась стихійна хвиля медіаопору. Журналісти та науковці констатували неминучі зміни в роботі сучасного журналіста, трансформацію етичних та професійних стандартів. Через два роки після початку тих подій проблема пропаганди набула нового формату. Загрозу від російської медіаагресії відчували інші держави – Німеччина, Туреччина, країни Балтії.

Саме тому ми розглядаємо ці питання з міжнародними медіафахівцями на конференції «Медіа та ідентичність» і сподіваємося знайти відповіді на них.



Message of a Conference Coordinator Viktoriya Romaniuk:

Two years ago Ukrainian media started actively talking about the information warfare which the neighboring state started against our country. Then began to form a spontaneous wave of media resistance, journalists and scholars have been noting the inevitable changes in the work approach of the modern journalist as well as transformations of ethical and professional standards. Two years later the problem of propaganda acquired a new format. The threats from Russian media aggression have also felt other countries - Germany, Turkey, the Baltic countries.

That is why we continue to examine these issues together with the international media professionals during the media conference "Media and Identity" and hope to find some answers.

[ПАНЕЛЬ І: «Медіавпливи та зміни ідентичності: етичний вимір» PANEL I: «Media influences and identity changes: the ethical dimension»

- 9⁰⁰ – 9¹⁵ Реєстрація учасників / Participant registration
- 9¹⁵ – 9³⁰ Урочне відкриття конференції / Grand opening of the Conference
- 9³⁰ – 10⁰⁰ **Етика людської гідності у світі нових медій / Кліффорд Кристіанс (США)**
Ethics of human dignity in the world of new media / Clifford Christians (USA)
- 10⁰⁰ – 10¹⁵ **Запитання, дискусія (модератор – Марія Титаренко) / Questions and discussion (moderator – Mariya Tytarenko)**
- 10¹⁵ – 10⁴⁵ **Російські ЗМІ: цензура та інформаційна гігієна / Юлія Березовська (Росія–Франція)**
Russian media, censorship and information hygiene / Yuliya Berezovska (France)
- 10⁴⁵ – 11⁰⁰ **Запитання, дискусія (модератор – Євген Федченко) / Questions and discussion (moderator – Yevhen Fedchenko)**
- 11⁰⁰ – 11³⁰ ☕ **Кавова перерва / Coffee break**
- 12⁰⁰ – 12²⁰ **Журналіст, громадянин, активіст: межі ідентичностей і виклики відповідальності для етичного вибору / Андрій Кулаков (Україна)**
A journalist, a citizen, an activist: boundaries of identities and responsibility challenges of ethical choice / Andriy Kulakov (Ukraine)
- 12²⁰ – 12⁴⁰ **Запитання, дискусія (модератор – Марина Довженко) / Questions and discussion (moderator – Maryna Dovzhenko)**
- 12⁴⁰ – 13⁰⁰ **Ідентичність під окупацією. Нова реальність, у якій немає місця етичним питанням / Ірена Халуца (США)**
Identity under occupation: new reality with no place for ethical issues / Irena Chalupa (USA)
- 13⁰⁰ – 13²⁰ **Запитання, дискусія (модератор – Вікторія Романюк) / Questions and discussion (moderator – Viktoriia Romaniuk)**
- 13³⁰ – 14³⁰ 🍴 **Обід / Lunch**
- 14³⁰ – 16⁰⁰ **ДИСКУСІЯ. Тема: Виклики для медій в сучасних умовах: чи змінюються етичні стандарти? / DISCUSSION. Topic: Challenges for contemporary media: how ethical standards change?**
- 16⁰⁰ – 16²⁰ ☕ **Кавова перерва / Coffee break**
- 16²⁰ – 17⁰⁰ **Презентація IV Міжнародного конкурсу «Стоп цензурі! Громадяни за вільні країни». Відкриття виставки плакатів – найкращих робіт переможців конкурсу / Наталка Соколенко, Антон Іванов**
Presentation of IV International Contest “Stop Censorship! Citizens for Free Countries” / Natalka Sokolenko and Anton Ivanov
- 17⁰⁰ 🍴 **Вечеря / Dinner**



КЛІФФОРД КРИСТІАНС (США) –
почесний професор у сфері засобів масової інформації в Іллінойському
університеті в Урбана-Шампейн.

CHRISTIANS CLIFFORD (USA) –
Professor Emeritus in the field of media studies at University of Illinois Urbana-Champaign.

«Етика людської гідності у світі нових медій»

“Ethics of human dignity in the world of new media”

Стрімкий розвиток соціальних медійних технологій – це поширене явище в сучасному світі. Facebook, V Kontakte, Odnoklassniki, Twitter, SinaWeibo і Friendster – найпопулярніші серед покоління Міленіуму та й усього демографічного спектру. Вони стали платформами персональних мереж, місцями протестів та джерелом новин із війни, а тому соціальні медії – це лідери цифрової революції, яка реорганізовує планету. Наукові дослідження в різних гуманітарних сферах аналізують вплив соціальних медій на спосіб мислення та поведінку людей. Медійна етика теоретично і практично залучає нові медійні технології, особливу увагу приділяючи питанню ідентичності. Медійна етика для власного ж обґрунтування потребує активних моральних агентів, які ухвалюватимуть відповідальні рішення. Питання у тому, чи зможуть нові технології збільшити моральну проникливість людини та чи сприятимуть розвитку світу, у якому етика чужа і тривіальна.

Етичний принцип людської гідності має першорядне значення для медійної етики в усьому світі. Різні культурні традиції утверджують людську гідність по-різному, але вони переконують, що всі людські істоти мають священний статус. За теорією Іммануїла Канта, ми повинні ставитися до людини як до мети, а не як до засобу. Загальна Декларація Прав Людини ООН 1948 року стверджує: «Визнання гідності, яка властива... всім членам людської сім'ї є основою свободи, справедливості та миру в усьому світі». У моноістичних релігіях (християнстві, юдаїзмі та ісламі) всі людські істоти мають гідність, оскільки вони створені на образ та подобу Божу.

The explosive growth of social media technologies is a worldwide phenomenon. Facebook, V Kontakte, Odnoklassniki, Twitter, SinaWeibo, and Friendster are the new media favorites of the millennials and throughout the demographic spectrum. As the platforms of personal networks, of protest sites, and of war zone news, the social media are the leading edge of the digital revolution that is reorganizing the planet. Research studies from across the liberal arts are analyzing the impact of the social media on human thinking and behavior. Media ethics in theory and practice is engaging the new media technologies also, with a special interest in the identity question. Media ethics for its very rationale needs active moral agents who make responsible decisions. The question is whether the new technologies enhance a person's moral discernment or foster a world in which ethics is alien and trivialized.

The ethical principle of human dignity is of primary importance to media ethics across the globe. Different cultural traditions affirm human dignity in a variety of ways, but together they insist that all human beings have sacred status without exception. For the philosopher Immanuel Kant, we ought to treat human beings as ends in themselves and not merely as means. The Universal Declaration of Human Rights by the United Nations in 1948 states: "Recognition of the inherent dignity... of all members of the human family is the foundation of freedom, justice, and peace in the world." In the monotheistic religions of Christianity, Judaism, and Islam, all human beings have dignity because they are made in the image of God. These are only a few exam-



Є лише кілька прикладів теорії, за якою люди – унікальний вид, що вимагає від себе поваги до всіх її членів.

Медійна етика наголошує на людській гідності як моральному принципу для друкованих, телерадіо-, кіно- та цифрових технологій. Світові культури мають характерну красу з їхньою етнічною самобутністю, місцевими голосами та першорядною різноманітністю. У новинах та розважальних програмах етика людської гідності дуже серйозно ставиться до питання гендеру, раси, соціального класу та релігії. Допоки нові потужні інтерактивні технології зберігають дані та передають інформацію через свої мережі, чи ці кіберпотоки також пропагують людську гідність, а чи знецінюють її?

Мова – публічний засіб реалізації людської ідентичності. У символічному підході до комунікації, коли людській системі символів надано нової опосередкованої форми, відбуваються глибокі зміни в культурі та житті людини. Соціальні медії мають характерні риси, що належать до технологічної системи. Кожне середовище має власну граматику, тобто елемент, що уможливило комунікацію. Аудіо- та друковані засоби стали вторинними стосовно нашого цифрового людського досвіду, який є мультисенсорним. Дослідження свідчать, що кіберреволюція створює інший світ – світ плинності замість стабільності. Цифрова основа знань переміщує нас в будь-який час, у будь-який глобальний досвід із людьми, які перебувають у цифрових мережах, і нашу індивідуальність можна описати як існування всюди і завжди та водночас ніде і ніколи.

Філософи доводять, що ми потребуємо мовленнєво-акустичного прихистку, такого розташування в історії та географії, що дає змогу уникнути соліпсизму й ідентифікувати себе як моральних агентів. Дослідження людської свідомості цифрової епохи порушують складні питання, які потребують подальшого вивчення: драматичне зниження емпатії, ілюзія спілкування «самотність у мережі», моральна байдужість і перевизначення людського життя як «джерела енергії». Виклики щодо цифрової синтетичної ідентичності й усвідомленої етики людської гідності вимагають глибшого мислення медійних професіоналів та наставників.

ples of the idea that humans are a unique species requiring from within itself regard for its members as a whole.

Media ethics emphasizes this human dignity as a moral principle for print, broadcasting, cinema, and the digital technologies. The world's cultures have a distinctive beauty, with ethnic identities and local voices and diversity paramount. The ethics of human dignity for news, persuasion and entertainment takes seriously the decisive contexts of gender, race, class, and religion. As the powerful new interactive technologies store data and transmit information through their networks, do these cyber-flows promote human dignity or undermine it?

Language is the public arena through which human identity is realized. In a symbolic approach to communication, whenever the human symbol system is given a new mediated form, there are profound changes in human life and culture. The social media have distinctive features as a technological system. Every medium has its own grammar, that is, the elements enabling it to communicate. Print and broadcast modes have become secondary to our digital human experience which is multi-sensory. Research shows that the cyber revolution creates a different world of fluidity instead of stability. A digital basis of knowing is shifting us to an anytime, anywhere global experience with human embedded in wireless networks, and our selfhood described as existence everywhere always and nowhere never.

Philosophers have argued we need an oral-aural home, a dwelling, a location in history and geography to avoid solipsism and to understand ourselves as moral agents. The studies emerging now of human awareness and consciousness in the digital age are raising troubling questions that need further exploration: a dramatic decline in empathy, illusion of companionship in Turkle's "alone together," moral indifference, and human life redefined as "energy source." The challenges of the digital synthetic self, to the self-conscious ethics of human dignity, require the best thinking of media professionals and educators.



ЮЛІЯ БЕРЕЗОВСЬКА (Париж, Франція) –
генеральний директор онлайн-видання «Грані.ру».

YULIYA BEREZOVSKA (Paris, France) –
CEO of the online publication "grani.ru".

«Російські ЗМІ: цензура та інформаційна гігієна»

“Russian media, censorship and information hygiene”

Контекст. Путінізм як національна моральна катастрофа і результат невідпрацьованої історичної травми. Інформаційний простір як поле битви. Медійна сила (потуга) держави, кинута в атаку на базові цінності. Атаковані свобода слова, основи критичного мислення, самопоняття факту (розрізнення правди і брехні), моральні основи (розрізнення добра і зла), сучасність. Війна з Україною – серцевина й апофеоз цієї катастрофи.

Питання індивідуальної та колективної вини і відповідальності. Покаяння інтелігенції. Чеченська війна як головна розвилка. Дискусія про люстрацію і «прощення». Репутаційні парадокси: «самоперековані» архітектори путінізму. Тема колабораціонізму – десятиліття суперечок. «Колізія Хабенського – Хаматової». Амплуа мораліста в публічному просторі.

Запит на «гігієну», успіх гуманітарної ініціативи і нових «етичних» медійних і суспільних проєктів («Последний адрес», ОВД-Инфо, «Медиазона», «Такие дела», «Русь сидящая», «Комитет 6 мая»). Історична наука як найважливіше поле битви.

Журналісти і блогери в умовах війни з громадянським суспільством. «Грани.ру» як «етичний» бренд. Наслідження дисидентського руху. Термін «демшиза». Демаргіналізація як місія. Пастка моральної рації. Мова як поле бою (лапки як зброя у висвітленні подій у Криму).

Політичні процеси як яскраві етичні колізії та їх замовчування в російських ЗМІ. Етичні принципи формування новинного порядку дня антипутінських ЗМІ й читачські запити. Блокування як акція залякування. Реакція медіа-спільноти.

Context. Putinism as a national moral catastrophe and result of not worked through historical trauma. Information space as a battlefield. Media power of the state made to attack the core values. The freedom of expression, the basics of critical thinking, the notion of the fact (the distinction between truth and lies), the moral foundations (the distinction between good and evil) have been attacked. The war with Ukraine is the core and the apotheosis of this disaster.

Questions of individual and collective guilt and responsibility. Remorse of the intelligentsia. The Chechen war as the key crossroad. Discussion about lustration and “forgiveness”. Reputational paradoxes: “rebranded” architects of Putinism. The topic of collaboration - a decade of disputes. “The collision of Habenskiy – Hamatova”. Amplua of a moralist in the public sphere.

Request for “hygiene”, the success of the humanitarian initiatives and the new “ethical” media and public projects (“Last Address”, OVD-Info, “Media Zone”, “Such Affairs”, “Rus’ Sitting”, “May 6 Committee”). Historical science as a major battlefield.

Journalists and bloggers in conditions of war with the civil society. “Grani.ru” as an “ethical” brand. The legacy of the dissident movement. The term “demshiza”. Demarginalization as a mission. The trap of moral righteousness. Language as a battlefield (the quotation marks as a weapon during coverage of events in Crimea).

Political processes as bright ethical collisions and their concealment in the Russian media. The ethical principle of news agenda setting in anti-Putin media and readers’ requests. Blocking as a intimidation campaign. The reaction of the media community.



Як працює цензура і самоцензура. Спроба виживання «системних ліберальних ЗМІ». Переслідування блогерів. Розширення простору забороненого. Републікація кримінального контенту як акт спротиву. Проект «Запретно.инфо». Співвідношення двох російських медіапросторів. Токсичність і взаємопроникнення.

How does censorship and self-censorship work. Attempt to survive of "the liberal media system". The bloggers persecution. Expanding of forbidden space. Republication the seditious content as an act of resistance. The project "Forbidden.info". The ratio of the two Russian media space. Toxicity and mutual penetration.



АНДРІЙ КУЛАКОВ (Україна) –
медіаексперт, програмний директор «Інтерньюз-Україна».

ANDRIY KULAKOV (Ukraine) –
media experts, program director of "Internews Ukraine".

«Журналіст, громадянин, активіст: межі ідентичностей і виклики відповідальності для етичного вибору»

"A journalist, a citizen, an activist: boundaries of identities and responsibility challenges of ethical choice"

Останнім часом виникла нагальна потреба переосмислити ідентичності тих, хто займається інформаційною діяльністю, яку можна кваліфікувати як «журналістика». Причини цієї потреби лежать у двох площинах.

Recently there is an urgent need for rethinking the identities of those who are involved into information activity that can be termed as "journalism". The reasons for this need can be observed in two dimensions.

1) загальні тренди комунікації та розвитку медій:

- бурхливий розвиток соціальних медій (блогінг, соціальні мережі)
- доступність заснування медій (феномен «я-медії»)
- попит на коментування, оцінювання, рішення, а не на голі факти

1) General trends of communication and media development:

- Explosive growth of social media (blogging, social networking)
- Possibility of media promotion (the phenomenon of "I-media")
- Demand for commenting, evaluation, decisions, rather than bare facts

2) безпрецедентна для новітньої історії України ситуація:

- окупація частини території та війна з Російською Федерацією
- агресивна інформаційна пропагандистська війна з боку Росії і всередині інформаційного простору України та на міжнародній арені

2) Situation that is unprecedented in modern history of Ukraine:

- Occupation of a part of the territory and war with Russian Federation
- Aggressive information propaganda warfare of Russia inside of information area of Ukraine as well as on so-called "international arena"



- тривалий «постреволюційний» стан суспільства та еліт
- бурхливий розвиток і трансформація громадянського суспільства на противагу стагнації політичних еліт.

- Continued "post-revolutionary" state of society and elite
- Explosive growth and transformation of public society in contrast to the stagnation of political elites

За цих нових умов дедалі частіше виникають запитання: Як розуміти стандарти новинної журналістики? Як їх не зрадити? І що означає журналістська етика?

Останні журналістські скандали, які спричинили палкі дискусії і всередині журналістської спільноти, і серед пересічних споживачів інформації: поява одіозних спікерів режиму Януковича в теле- та радіоефірах, арешт блогера Коцаби, створення Міністерства інформаційної політики, контрверсійний сюжет про офшори Порошенка на основі Panama Papers, ситуація навколо продакшн-студії і програми Савіка Шустера, – ці та інші факти, – це певні «кризові» явища сфери журналістики за нових умов.

Отже, є серйозна потреба у фаховому та глибокому переосмисленні, переформулюванні й новому артикулюванні базових постулатів журналістики, які лежать у стандартах і визначають етичну поведінку та ідентичність журналіста.

Нижче окреслюємо межі простору для переосмислення, які визначаються ключовими запитаннями, відповіді на які має дати фахова дискусія всередині журналістського цеху. А також пропонуємо принципи, які можуть стати засадами для конкретних відповідей і аж ніяк не претендують на абсолютність і безапеляційність.

«Журналістський позитивізм»

Подання голих фактів за відсутності коментарів і оцінок. Ця настанова, яку вважають аксіомою і фундаментом новинної журналістики, викликає низку запитань: Чи можлива така ситуація в принципі? Чи може бути журналіст повністю нейтральним і «стерильним»? Адже в самому доборі тем, героїв, джерел він ґрунтується на певній суб'єктивній пресупозиції, яка впливає з його ідентичності.

«Стерильний журналіст»

Останні дискусії навколо тем і тональностей у висвітленні воєнного конфлікту на Донбасі природно поро-

Under these new conditions, there usually appears a question how to understand the standards of modern journalism? How not to betray them? What does ethics of journalism mean?

Last journalism scandals that caused heated debates within the journalists' community and among ordinary consumers of information was the appearance of odious speakers of Yanukovich regime on TV & Radio; arrest of a blogger – Kotsaba; appearance of the Ministry of information policy; controversial story about Poroshenko offshores on the base of Panama papers; situation around the production studio and program of Savik Shuster –these and other facts show "crisis" phenomena in journalism sphere under the new conditions.

There exists a serious need of deep expert rethinking, re-formulation and a new articulation of basic postulates of journalism that are based on standards and define ethical behavior and journalist identity.

Below there are outlined boundaries for area of reconsideration, that are defined by key questions the answers to which should give a professional debate within journalism workshop. We suggest some fundamentals that can become principles for appropriate responses and do not need to be absolute and peremptory.

«Journalists positivism»

Presentation of bare facts and absence of comments and estimations. This type is considered axiomatic and the main basis of modern journalism causes many questions: Is this situation actually possible? Can journalist be completely neutral and "clean"? Because the choice of subjects, heroes and sources is based on certain subjective presupposition that arises from journalist's identity.

«Sterile journalist»

Last discussions about highlighting war conflict in Donbas cause questions to journalist's personal position. Should



джують запитання до позиції журналіста. Чи може і чи повинен журналіст в умовах конфлікту бути повністю без-стороннім і перебувати «над» конфліктом? Чи мусить він позбутися своєї «громадянської», «національної», «культурної», «історичної», «ментальної» ідентичності? За яких умов журналіст уже не може називатися журналістом, а стає громадським активістом? І чи ці поняття взаємозаперечні?

«Блага тиша»

Чи може журналіст порушувати такий собі категоричний імператив «повідомляй про все суспільно значуще своїй аудиторії»? Чи мають бути в свідомості журналіста факти, оприлюднення яких завдасть явної шкоди суспільству чи конкретним особам? Що має робити журналіст із такими фактами? Чи можна застосувати до інформаційної діяльності Гіппократовий принцип «Не зашкодь»? Який рівень рефлексії та аналізу слід застосовувати до способу одержання інформації, аби не стати «зливним бачком» і маріонеткою в руках політиків чи бізнесменів і водночас не порушувати стандарту оперативності?

«Етика відповідальності»

Відповіді на попередні запитання можуть впливати з певної етичної настанови, актуальність якої для орієнтації в журналістській сфері і пропонуємо для розгляду. Цю настанову 1919 року найчіткіше артикулював М. Вебер, розглядаючи політичну сферу, діями якої він вважав і журналістів. Застосування цієї етичної настанови допоможе пере-артикулювати засади журналістської діяльності.

«Світо-творча потужність медій»

Під час гонки озброєнь і холодної війни в другій половині XX ст. етичний дискурс використання ядерної зброї центрувався на понятті «незастосування» з огляду на її катастрофічно руйнівний характер. За аналогією до цього і виходячи з попередньої етичної настанови, пропонуємо розглядати функціонування медій з огляду на їхню надзвичайну креативну потужність: у свідомості пересічного мешканця/громадянина/споживача є лише речі, створені медійним дискурсом. Сучасний модус саме «медійного існування світу» накладає додаткову відповідальність на дії журналістів.

journalist be neutral and stay aside in the framework of war conflict? Should he lose his “public”, “national”, “cultural”, “historic”, “mental” identity? Under what conditions a journalist cannot be called a journalist any more, and becomes public activist? And whether these concepts are mutually exclusive?

“Goodness of silence”

Can journalist violate so-called categorical imperative “notify your audience about everything that is socially significant”? Should there be facts in the journalist’s consciousness, disclosure of which could cause obvious harm to society or to specific individuals? What should journalist do with such facts? Is it possible to apply Hippocratic principle “do no harm” to information activities? What level of reflection and analysis should be used to a method of obtaining information and not to become a “toilet tank” and a puppet in the hands of politicians and businessmen, and the same time not to violate the efficiency standard?

“Ethics of responsibility”

Answers to the previous questions can influence certain ethical guidelines. Which is up to date for orientation in the field of journalism and is suggested for examining. These guidelines were most clearly outlined by Max Weber in 1919 while he examined political sphere and considered journalists to be its active participants. Using these ethical guidelines will help to re-articulate the principles of journalism.

“World-creating media power”

During the arms race and the Cold War in the second half of the XX century ethical discourse of nuclear weapon usage was focused on the concept of “non-use” because of its disastrously destructive character. By analogy to it and taking into consideration previous ethical guidelines, there is a suggestion to survey media functioning in the framework of their extraordinary creative power: in the mind of the average inhabitant / citizen / consumer there exist things created only by media discourse. The current mode of “media existence of the world” imposes additional responsibility for the actions of journalists.



ІРЕНА ХАЛУПА (Вашингтон, США) –
журналіст, медіаексперт, экс-редактор Української редакції
«Радіо Свобода».

IRENA CHALUPA (Washington, DC) –
journalist, media expert and former editor of the Ukrainian edition of
“Radio Liberty”.

**«Ідентичність під окупацією»: нова реальність,
у якій немає місця етичним питанням»**

**“Identity under Occupation”:
a New Reality, which has no Room for Ethical Issues.”**

«4 000 квадратних кілометрів Європи» – це робота естонської художниці Крістіни Норман про Придністров'я. Картину можна побачити в Національному художньому музеї України в Києві у рамках виставки «Ідентичність – за завісою неозначеності». Ця робота розглядає тему ідентичності цього невизнаного державного утворення та процес її формування, що триває вже 25 років.

На східних окупованих територіях України розгортається активна робота над створенням нової ідентичності «новороса», мешканця ДНР і ЛНР, а невизнані сепаратистські утворення представляють у цих ідентичнотворних процесах як нові, хоробрі мікродержави, що повстали на захист вікових прав і свобод. У цьому процесі активно використовують медіа та освіту.

Ментальна мапа цієї зони конфлікту нині недоступна українським медіям. Усунувши всі зовнішні медійні впливи, території, на яких упродовж десятиліть вирощували й плекали радянську ідентичність Донбасу як таку, що годує всю Україну та ніколи не стане на коліна, сьогодні є ідеальною лабораторією щодо використання медій для психологічної маніпуляції та контролю за населенням, що залишилося по той бік українсько-російського фронту.

“4000 Square Kilometers of Europe” - a work of Estonian artist Kristina Norman about Transnistria, it can be seen at the National Art Museum of Ukraine in Kyiv. It is a part of exhibition “Identity – behind the curtain of undefined”. This work focuses on the theme of identity of this unrecognized state and on the process of its formation, which goes on for 25 years.

On the eastern occupied territories of Ukraine unfolds an active work on the creation of a new “Novorossia citizen” identity, someone who lives in DNR and LNR. In these identity creation processes the unrecognized separatist formations are presented as new brave microstates that rose in defense of old rights and freedoms. In this process, media and education are widely used.

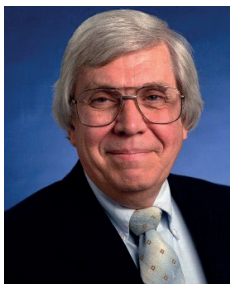
The mental map of this zone of conflict is now available for Ukrainian media. Removal all external media influences from the territory which for decades has cultivated and cherished Soviet identity of Donbas, was announced as the one that feeds all of Ukraine and as the one that would never get on its knees, now helped to become the perfect laboratory for using media for psychological manipulation and control of the population which is left on the other side of the Ukrainian-Russian front.

14³⁰ – 16⁰⁰

ДИСКУСІЯ / DISCUSSION

Тема: **Виклики для медій в сучасних умовах: чи змінюються етичні стандарти?**

Topic: **Challenges for contemporary media: how ethical standards change?**



Головний дискусант –
Кліффорд Крістіанс
Автор: «Медіаетика:
практичні випадки та
моральні міркування»

The main Discussant –
Christians Clifford
Author: *Media Ethics:
Cases and Moral Reasoning*

16²⁰ – 17⁰⁰

ПРЕЗЕНТАЦІЯ IV МІЖНАРОДНОГО КОНКУРСУ «СТОП ЦЕНЗУРИ! ГРОМАДЯНИ ЗА ВІЛЬНІ КРАЇНИ» / PRESENTATION OF IV INTERNATIONAL CONTEST "STOP CENSORSHIP! CITIZENS FOR FREE COUNTRIES"

Міжнародний конкурс «Стоп цензури! Громадяни за вільні країни» відбувається вчетверте. Конкурс поєднує активізм та різні креативні практики. Традиційно на конкурс приймають роботи, тематично пов'язані із захистом свободи слова, доступу до публічної інформації, протидії цензури, а також присвячені спеціальній темі року. Цьогоріч така тема: «Корупція – це...».

Україна, так само як й інші молоді демократії, опинилася в ситуації пробуксовування реформ. Основною перешкодою на шляху успішного розвитку стала корупція. Свобода слова, критичне мислення, спільні дії громадян, спрямовані на контроль за владою, здатні змінити ситуацію. Осмислення проблеми та відкритий діалог – перший крок на шляху до змін.

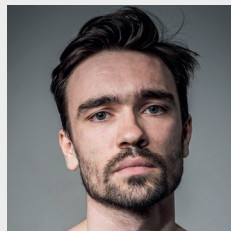
The international contest "Stop Censorship! Citizens for Free countries" takes place for the fourth time. The competition combines activism and various creative practices. Traditionally, accepted projects should be thematically related to the protection of freedom of speech, access to public information, censorship counter as well as devoted to a special topic of the year: "Corruption – is ..."

Ukraine as well as other young democracies are in the situation when reforms are slowed down. The main obstacle of successful development has become corruption. Freedom of speech, critical thinking, the cooperation of citizens aimed at the control of state power are able to make a difference. Understanding the issues and open dialogue is the first step towards changes.



Наталка Соколенко
журналіст Громадського радіо

Natalka Sokolenko
is a «Hromadske radio» journalist



Антон Іванов
громадянський активіст, журналіст

Anton Ivanov
*is civic activist, journalist,
organizer of the contest*

Роботи на конкурс приймають у п'яти категоріях: зображення, текст, вірш, лозунг, мультимедії.

У рамках конференції відбудеться виставка плакатів – переможців конкурсу різних років.

Відкриють виставку організатори конкурсу – Наталка Соколенко й Антон Іванов.

Project accepted for the contest can be in five categories: image, text, poetry, slogan multimedia.

During the conference will held an exhibition of posters of the winners of previous years.

Natalka Sokolenko and Anton Ivanov – the exhibition organizers will open it.

ПАНЕЛЬ II: «Образ ворога та технології пропаганди»

PANEL II: "The image of the enemy and technologies of propaganda"

- 9³⁰ – 9⁵⁰ **Ідеологія війни, ісламизм та інформаційні кампанії "Даеш"** Володимир Сазонов (Естонія) / **The ideology of war, Islam and information campaign "Daesh"** / Volodymyr Sazonov (Estonia)
- 9⁵⁰ – 10¹⁰ **Запитання, дискусія** (модератор – Вікторія Романюк) / **Questions and discussion** (moderator – Viktoriia Romaniuk)
- 10³⁰ – 10⁵⁰ **Plus ça change: радянські "активні заходи" та сучасна російська пропаганда** / Євген Федченко (Україна) / **Plus ça change: Soviet "active measures" and contemporary Russian propaganda** / Yevhen Fedchenko (Ukraine)
- 10⁵⁰ – 11¹⁰ **Запитання, дискусія** (модератор – Вікторія Романюк) / **Questions and discussion** (moderator – Viktoriia Romaniuk)
- 11¹⁰ – 11³⁰ ☕ **Кавова перерва / Coffee break**
- 11³⁰ – 11⁵⁰ **Висвітлення конфлікту, пастки пропаганди та як їх уникнути** / Ютта Зоммербавер **Conflict Coverage, Propaganda Traps, and how to avoid them** / Jutta Sommerbauer
- 11⁵⁰ – 12¹⁰ **Запитання, дискусія** (модератор – Євген Федченко) / **Questions and discussion** (moderator – Yevhen Fedchenko)
- 12¹⁰ – 12³⁰ **Український уряд і Збройні Сили як мета російської інформаційної війни** / Кристина Мююр (Естонія) / **Ukrainian Government and Defence Forces as Targets of Russian Information Warfare** / Kristina Müür (Estonia)
- 12³⁰ – 12⁵⁰ **Запитання, дискусія** (модератор – Марія Титаренко) / **Questions and Discussion** (moderator – Maria Tytarenko)
- 13⁰⁰ – 14⁰⁰ 🍴 **Обід / Lunch**
- 14⁰⁰ – 14²⁵ **Виклики російської антизахідної інформаційної війни** / Антон Шеховцов (Німеччина) / **Challenges of Russian anti-Western information warfare** / Anton Shekhovtsov (Germany)
- 14²⁵ – 14⁴⁵ **Запитання, дискусія** (модератор – Вікторія Романюк) / **Questions and discussion** (moderator – Viktoriia Romaniuk)
- 14⁴⁵ – 15¹⁰ **Національна безпека, «м'яка сила» та пропаганда: методологічні підходи до аналізу** / Лада Рослицька **National Security, Soft power and Russian propaganda - a methodological approach to analysis** / Lada Roslytska
- 15¹⁰ – 15³⁰ **Запитання, дискусія** (модератор – Ірина Саківська) / **Questions and discussion** (moderator – Iryna Sakivska)
- 15³⁰ – 16⁰⁰ ☕ **Кавова перерва / Coffee break**
- 16⁰⁰ – 17⁰⁰ **ДИСКУСІЯ. Тема: Пропаганда: як ефективно протидіяти їй?** / **DISCUSSION. Topic: Propaganda: how to tackle it effectively**
- 17⁰⁰ 🍴 **Фуршет / Farewell Party**



ВОЛОДИМИР САЗОНОВ (Естонія) –
доктор історичних наук, сходознавець, професор Тартуського університету.

VOLODYMYR SAZONOV (Estonia) –
PhD in Historical Sciences, orientalist, professor at University of Tartu.

«Російські ЗМІ: цензура та інформаційна гігієна» “The ideology of war, Islam and information campaign “Daesh”

ДЕЯКІ ЗАГАЛЬНІ ЗАУВАГИ ПРО ІДЕОЛОГІЮ “ДАЄШ”

Щоб зрозуміти природу інформаційної кампанії т. зв. Ісламської держави, насамперед важливо зрозуміти, з чого складається ідеологічний скелет “Даеш”. Якщо коротко, то ідеологія Ісламської держави складається з декількох досить простих, але універсальних і доволі вміло скомпонованих елементів, наративів чи ідей, деякі запозичено з ранніх ісламських традицій, деякі – із сучасного екстремізму, а також ісламізму, а деякі ґрунтуються на сучасних інноваційних технологіях, психології, точніше – методах маніпулювання свідомістю, досвіді успішних західних PR-компаній тощо.

Однак щоб зрозуміти ідейні основи, тобто фундамент ісламського релігійного фанатизму і саму концепцію джихадизму на початку XXI століття і як їх використовує “Даеш” з ідеологічної та пропагандистської точки зору, потрібно дещо прояснити. Отже, що є основою для ісламістів? Основа основ – Коран і шаріат. І як 1938 року зазначив відомий радикальний ісламський теолог Хасан аль-Банна (1906–1949), засновник руху «Брати-мусульмани» (Reissner 1980): «Аллах – наш ідеал. Пророк – наш вождь. Коран – наша конституція». Цієї самої догми дотримуються і всі ісламісти.

Так званий халіфат лідери так званої Ісламської держави оголосили 2014 року, і титул халіфа узурпував лідер ісламістів. Що стосується ідеї самого халіфату, то він з’явився у ранньосередньовічному арабському суспільстві і як ідею його вельми успішно використовують в сучасному світі, а також як дуже розкрученим брендом ним послуговуються такі організації, як “Даеш” чи “Боко Хаарам”. Халіфат – це безсумнівно бренд, який дуже популярний, а одночасно простий, логічний, легкозрозумілий, доступний і не потребує особливого піару. Ось чому його і взяли на озброєння. Тобто халіфат або «царство Аллаха

SOME GENERAL REMARKS ON DAESH IDEOLOGY

First of all, it is necessary to understand what Daesh ideological skeleton consists of in order to grasp the nature of information campaigns of so-called Islamic state. In a nutshell, the Islamic state ideology consists of several fairly simple, but universal and quite skillfully compiled elements, narratives or ideas. Some of them are borrowed from the early Islamic traditions, other from the modern extremism and Islamism in particular, and a number is based on modern innovative technologies, psychology, on methods of consciousness manipulation, experience of successful western PR campaigns and so on.

It is necessary to clarify a number of things for realizing the ideological foundations of Islamic religious fanaticism, and the concept of jihadism in the beginning of 21st century and how it is used by Daesh from ideological and propaganda point of view. What is the basis for the Islamists? The cornerstone - the Quran and Sharia. Famous radical Islamist theologian Hasan al-Banna (1906–1949), founder of the movement „Muslim Brotherhood” (Reissner 1980) declared in 1938: „Allah is our ideal. Prophet is our leader. Quran is our constitution”. All Islamists follow the same dogma.

So-called caliphate was declared by leaders of so-called Islamic state in 2014 and the title of Caliph was usurped by the Islamists’ leader. Caliphate was originally founded in early medieval Arab society, the idea is very successfully used in the modern world. It is used as a very popular brand by such organizations as Daesh or Boko Haram. Caliphate is certainly a brand that is very popular, at the same time it is simple, logical, easily understood, available and does not require special PR. That’s why it was taken as the weaponry. So caliphate or “Allah’s kingdom on Earth” as idea for Ansar Al-sharia ideology



на землі» як ідея для ідеології ІГЛУ радше політичний та ідеологічний засіб, щоб досягнути своїх цілей, аніж царство Аллаха на землі. Ультраконсервативні суніти, відомі як салафіти, дуже ідеалізують особистість Мухаммеда і перших каліфів. Їхня мета, точніше мрія – це так зване повернення до джерел ісламу – тобто до суспільства, понять і цінностей початку VII століття. Але чи так насправді є з лідерами “Даешу”? Чи справді вони цього хочуть? Хоча багато їхніх ідеологів і політехнологів це пропагують – що їхня мета – становлення чистого, неторкнутого й неспотвореного ісламу епохи Мухаммеда, Абу Бакра та інших перших каліфів, це лиш чудовий засіб, щоб промити мізки й залучити до своїх лав прихильників. Лідери “Даеш” завжди прагматичні політики і їхній рух радше можна назвати воєнно-політичним або ідеологічним, аніж релігійним. Хоча, звісно, з відчутним релігійним ухилом, точніше, спотвореною релігійністю фанатичного типу.

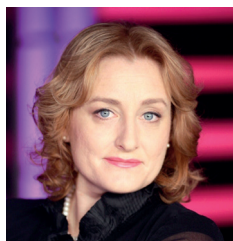
ВИКОРИСТАННЯ КОРАНУ І ТЕОЛОГІЧНИХ ПРАЦЬ З ІСЛАМУ ЯК ЗБРОЇ ПРОПАГАНДИ

Щоб виправдати священну війну, ісламські лідери “Даеш” використовують Коран і різну теологічну літературу, яка тлумачить Коран, але лише таку, що вписується в їхню концепцію. Про джихад, про священну війну і про взаємини з невірними в Корані згадано не раз – до прикладу сура 81:15–17. Примітний у цьому плані й такий пасаж у Корані (71:26–27), де подано прохання до Бога знищити всіх невірних, тобто немусульман. І попри те, що іслам загалом мирна релігія і не закликає до тероризму та ксенофобії, ісламські радикали спеціально вишуковують у Корані власне такі рядки, які б допомогли їм оправдати їхні політичні та ідеологічні цілі. Окрім того, їх використовують у пропагандистських цілях, подаючи цільовій аудиторії як слово Боже все те, що роблять лідери “Даеш” чи їхні бойовики, і що це угодне Аллахові, навіть якщо це масові вбивства шіїтів, християн чи теракти у Європі.

is rather political and ideological way for achieving own goals than Allah's kingdom on Earth. Ultraconservative Sunni known as Salafis over idealize the identity of Muhammad and the first caliphs. Their goal or even dream is a return to the roots and origins of Islam – to society, concepts and values of the beginning of the 7th century. But is it actually like this with Daesh leaders? Do they really want it? Many of their ideologists and political technologists propagate that their goal is the establishment of a clean and pristine and undistorted Islam of Muhammad, Abu Bakr and other first caliphs' era. But this is just a great tool for brainwashing and involving supporters to their ranks. Daesh leaders are very pragmatic politicians and their movement rather can be called the military political or ideological, than religious, although, of course, with a noticeable touch of religion, that is perverted religiosity of fanatical wing.

USING OF THE QURAN AND PHILOLOGICAL WORKS ON ISLAM AS A PROPAGANDA WEAPON

Islamist Daesh leaders use the Quran and other theological works interpreting the Quran for justifying holy war, but they use only those ones that fit into their concept. The jihad, holy war and relations with unbelievers are mentioned many times in the Quran – e.g. Surah 81: 15-17. The following passage in the Quran (71:26-27) is remarkable in this regard, here is shown a request to God to kill all unbelievers that are non-Muslims. In general Islam is peaceful religion and it does not call for terrorism and xenophobia. But Islamist radicals intentionally seek out in the Quran such lines that would help to justify their political and ideological aims. They are used for propaganda purposes, presenting for target audience everything done by Daesh leaders or their militants as the Word of God and that it is as pleasant for Allah, even if it is mass killing of Shiites, Christians, or acts of terrorism in Europe.



ЛАДА РОСЛИЦЬКА (Канада) –

директор стратегічної комунікації телеінформаційної платформи «Ukraine Today», експерт з міжнародної безпеки, PhD.

LADA ROSLYTSKA (Canada) –

Director of Strategic Communications of teleinformation platform «Ukraine Today», international security expert, PhD.

«Війна м'якої сили»
“Soft Power Warfare”



Говорячи про агресію м'якої сили, ми говоримо про формування сприйняття, про те, яким чином громадяни бачать себе, одне одного, територію, до якої вони належать, та світ навколо них. У сфері безпеки міжнародних відносин агресію м'якої сили відносять до галузі психологічної війни.

Відносини між національною безпекою та військовою силою досить легко зрозуміти. Проте відносини поміж м'якою силою та національною безпекою залишаються дуже завуальованими. Щоб проаналізувати операції з використанням м'якої сили, виокремимо деякі її елементи.

Згідно із Копенгагенською школою, національна безпека не обмежується військовим сектором. Вона достатньо широка, щоби включити соціальну, політичну, екологічну та економічну безпеки. Основними компонентами цих секторів безпеки є ідеї ідентичності та сприйняття, притаманні конкретній верстві населення. Особливо сприйняття спільної історії, само-сприйняття, «ми»-ідентичність та поділ спільних інтересів. Успішна політична м'яка сила піддає сумніву легітимність та визнання держави: внутрішню легітимність політичної одиниці, яка насамперед пов'язана з ідеологіями та іншими конститутивними ідеями та проблемами, що визначають державу; а також – зовнішнє визнання держави (тобто її зовнішню легітимність – коли інші держави більше не визнають визначеної держави повноправним гравцем). Кінцева мета – втрата визнання та легітимності держави.

Загрози соціальній безпеці використовують ідеї, націлюючись на «ми-ідентичність»: етнічну належність, мову, культурні звичаї, релігію, спільну пам'ять. Це призводить до смерті цільової групи – потенційно за допомогою збройного конфлікту. Кінцева мета горизонтального змагання – асиміляція цільової групи більшою та сильнішою.

Операції із використанням м'якої сили змінюють чи обмежують сприйняття та ідеї, які держави, що втручаються, вважають «небажаними». Під час геополітичного змагання та війни кінцевою метою операції агресивної м'якої сили є обмеження чи цільова руйнація культурної репродуктивної здатності та/або повалення внутрішньої та зовнішньої легітимності держави, на яку спрямована агресія. Обрані народні маси стратегічно опрацьовують ідеями, що стосуються формування сприйняття їхньої ідентичності, та які відволікають їх від проблем національної держави, до якої вони належать.

Тут доречно зазначити, що вертикальне змагання (у якому сепаратизм – кінцева мета) є результатом стратегічноорганізованого, міжнародного, програмного та політично-інтеграційного/сепаратистського

When talking about soft power aggression, we are talking about shaping perceptions, the way citizens view themselves, each other, the territory to which they belong, and, the world around them. In the realm of international security relations soft power aggression can often be categorized as belonging to the realm of psychological warfare.

The relationship between national security and hard military power is relatively easy to understand. However, the relationship between soft power and national security remains greatly opaque. To facilitate the analysis of soft power operations, the main elements of soft power are identified below.

According to the Copenhagen School of thought, national security is not limited to the military sector. Rather, it extends to include societal, political, environmental and economic security as well. Intangible power correlates to the political and societal sectors of national security (Buzan, Waever, and de Wilde 1998). The constituent components of these two security sectors are identity ideas, and, the perceptions held within a given population, particularly: perceptions of the shared common history, self-perceptions, the 'we' identity, and shared common interests. Successful political soft power threats challenge the legitimacy or recognition of the state: internal legitimacy of the political unit which relates primarily to ideologies and other constitutive ideas and issues defining the state, and; external recognition of the state (i.e. its external legitimacy – other states no longer recognize the targeted state as a player). The end game is the loss of recognition and legitimacy of the state.

Societal security threats use ideas to target the "we identity": Ethnicity, language, cultural habits, religion, the common memory; leading to the demise of the targeted group - potentially through armed conflict. The end game of horizontal competition is the assimilation of the targeted group by larger, more powerful one.

Soft power operations convert or eliminate perceptions and ideas deemed 'undesirable' by an intervening (state) actor. In geopolitical competition and war, the ultimate objectives of aggressive soft power operations are the limitation or destruction of the targeted cultural reproductive capacity and/or the subversion of the internal or external legitimacy of the targeted state. The members of a selected populace are strategically targeted with perception-forming identity ideas which attract them away from the interests of the nation-state to which they belong towards the interests of the intervening actor.

It is pertinent to note here that vertical competition (of which separatism is the end game) is the result of strategically organized, intentional, programmatic and political integrating/secessionist



проекту, який впливає на само-ідентифікацію. Звідси випливає, що агресивні гоббсівські політичні актори використовують ідеї ідентичності для того, щоби захопити територію іншої держави, зміщуючи лояльність з одного політичного центру в інший настільки потужно, що здатні просувати сепаратизм та навіть спричинити війну.

Це зміщення лояльності індукується «залежними від інституцій» та «незалежними від інституцій» ідеями ідентичності. Залежні від інституцій ідентичності підтримує держава та її структура, водночас незалежні від інституцій ідеї pojawiaються із спільної історії, культури та громадянського суспільства. Однак деякі держави використовують ідеї, які повинні бути незалежними від інституцій (до прикладу, пригноблюючи мову, фальсифікуючи історію тощо) для обслуговування їхніх (geo)політичних потреб. Таким чином, операції із використанням м'якої сили є психологічними.

Об'єднуючи соціальний та політичний сектори безпеки з нематеріальними компонентами м'якої сили (національною стратегічною потужністю та національною волею), утворюються рамки для аналізу популяризації ненависті, яка заборонена Статтею 20 Міжнародного пакту про громадянські та політичні права (1966).

projects that influence self-identification (Buzan, Waever, and de Wilde 1998, 125). It follows that aggressive - Hobbesian actors use identity ideas to take territory from other states by shifting loyalties away from one political center to another – to the extent of promoting separatism and even war.

This shifting of loyalties is induced by 'institution-dependent' and 'institution-independent identity ideas'. Institution-dependent identity ideas are fostered by the state and its structures, whereas institution-independent ideas arise from shared history, culture and civil society. However, certain states modify what should be institution-independent ideas (by i.e. oppressing a language, falsifying history etc.) to serve their (geo) political needs. Thus, soft power operations are psychological.

By merging the societal and political security sectors with the intangible components of state power (National Strategy Capacity and the National Will) a framework for the analysis of the promotion of hate as prohibited by Article 20 of the International Covenant for the protection of Civil and Political Rights (ICCPR, 1966).



ЮТТА ЗОММЕРБАВЕР (Відень, Австрія) –
репортер і редактор у «Die Presse», щоденна газета.

JUTTA SOMMERBAUER (Vienna, Austria) –
reporter and editor at Die Presse, daily newspaper.

«Мінне поле журналістики у зоні конфлікту: сліпі плями, пастки пропаганди та як їх уникнути»

“The Minefield of Reporting from a Conflict Zone: Blind Spots, Propaganda Traps, and how to avoid them”

Виходячи із мого досвіду роботи іноземним журналістом в Україні, я привідкрию завісу контексту створення міжнародних новин про збройний конфлікт на Донбасі. Оскільки більшість закордонних медій не має власного бюро/репортера, який би постійно базувався в Україні, то більшість журналістів, які сюди їдуть, є «парашутними» – такими, що зали-

Drawing from my own experience as a foreign journalist in Ukraine, I am going to shed light on the context of international media reports on the armed conflict in the Donbass. As most international media outlets do not have a bureau/staff reporters based in Ukraine, most journalists who come to the country are „parachute” reporters who stay for a couple of



шаються лише на декілька днів. Відповідно, ця специфічна ситуація має певні наслідки та пастки.

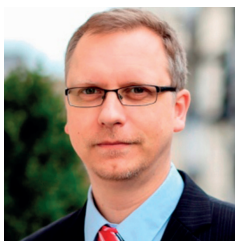
Також є певні «сліпі плями» висвітлення конфлікту та пастки пропаганди, з якими зіштовхуються іноземні журналісти в Україні. Нам потрібно відповісти на низку запитань: Чи повинен журналіст висвітлювати іншу сторону конфлікту? Чи повинен журналіст у своїх повідомленнях надавати голос «ворогові»? Коли журналіст стає інструментом пропаганди? Які переваги і недоліки для репортерів бути прикріпленими до конкретної військової частини, що бере участь у збройному конфлікті? Чи є теми, які краще не висвітлювати? Як щодо (само-)цензури?

Є альтернативні шляхи висвітлення конфлікту. Репортажі про гуманітарні проблеми, підхід «новини до використання» для місцевих спільнот, концепція «журналістики миру» можуть допомогти подолати парадигму «союзників-ворогів».

days. So there are the consequences and pitfalls that follow from this specific situation.

There are some of the blind spots of recent conflict reporting and propaganda traps journalists face in Ukraine. There should be raised some questions for discussion: Should journalists go to the other side? Should journalists give space to the „enemy” in their reports? When are journalists being instrumentalized? What are the pros and cons of being embedded with one of the warring sides? Are there topics we should not report on? What about (self-)censorship?

There are alternative ways of covering a conflict. Reporting on humanitarian issues, the approach of „news to use” for local communities, and the concept of „peace journalism” can help to overcome the „ally-enemy” paradigm.



АНТОН ШЕХОВЦОВ (Німеччина) –
кандидат політичних наук, редактор книжкової
серії «Дослідження крайніх правих».

ANTON SHEKHOVTSOV (Germany) –
PhD in Political Science, editor of the “Explorations of the Far Right”
book series.

«Виклики російської антизахідної інформаційної війни» **“Challenges of Russian anti-Western information warfare”**

Від початку Євромайдану в Україні наприкінці 2013 року Росія розпочала дезінформаційну кампанію з дискредитації української революції, а після втечі колишнього президента України Віктора Януковича – щоб оправдати анексію Автономної Республіки Крим у березні 2014 року і затаїти пряме воєнне російське вторгнення на схід України, яке поклало початок Російсько-українській війні. Переважно експерти правильно ідентифікували антиукраїнську дезінформаційну кампанію як елемент значно ширшої інформаційної війни Росії проти Заходу. Вона розпочалась задовго до революційних подій в Україні й Російсько-української війни, але власне за останні два роки

Since the beginning of Euromaidan in Ukraine in late 2013 Russia began a disinformation campaign in order to discredit the Ukrainian revolution. After the escape of the former President of Ukraine Viktor Yanukovich also used this campaign to justify the annexation of the Autonomous Republic of Crimea in March 2014, and to conceal a direct military Russian invasion of Eastern Ukraine, which laid beginning of Russian-Ukrainian war. In most cases, experts correctly identified the anti-Ukrainian campaign of disinformation as part of a wider Russian information warfare against the West. It began long before the revolutionary events in Ukraine and the Russian-Ukrainian War. But during the past two years the anti-West-



антизахідницька інформаційна війна набула безпрецедентних масштабів. Втім Захід – якщо можна говорити про якийсь колективний західний «організм» – дуже мало зробив для того, щоб протистояти російській інформаційній війні.

У рамках воєнної термінології будь-яку інформаційну війну можна інтерпретувати як низку «дій, скеровану на збереження власної інформаційної системи від експлуатації, спотворення чи дестабілізації, що супроводжуються діяльністю, яка націлена на експлуатацію, спотворення чи знищення інформаційної системи противника, щоб досягнути інформаційної переваги». Важливим доповненням до цієї інтерпретації є вилучення кінетичного озброєння (куль, снарядів, бомб тощо) із поняття інформаційної війни: власне інформація, а не що інше, у цьому випадку є зброєю, яку використовують для атак на інформаційну систему противника.

Як і в будь-якій країні інформаційна система Росії – це сукупність ресурсів, персоналу, технологій, методів і процесів збирання, оброблення, вироблення і представлення інформації. Державний контроль над головними телеканалами – це наріжний камінь інформаційної системи сучасної Росії.

Втім продукція ТБ і ЗМІ загалом – це всього лиш один елемент системи, яка також включає інформаційну продукцію всіх інших акторів і установ, долучених до збирання і передавання інформації: НГО, громадянське суспільство, релігійні організації і політичні партії, а також деякі елементи репресивного апарату (армія, поліція, судова влада і пенітенціарна система), які надають режимові оперативну інформацію.

У мирний час інформаційна система будь-якої держави просто відтворює себе, а її «твердий елемент» – репресивний апарат – збирає оперативну інформацію про потенційні внутрішні й зовнішні загрози. Головною відмінністю між інформаційними системами західних ліберальних демократій і путінської Росії є те, що російська система все більше і більше функціонує у режимі, який має на думку не мирний час, а період конфлікту. Важливо виокремити дві характеристики антизахідницької війни, яку веде Росія:

1. Інформаційна система путінської системи перебуває у стані мобілізації, маючи на думку конфлікт із Заходом, який, на думку Москви, веде інформаційну війну з Росією.

2. Російська інформаційна війна агресивна і має за мету розділити та дестабілізувати західні суспільства. Тому вона – очевидна загроза національній безпеці західних держав, особливо тих, які межують з Росією.

ernizing information warfare has acquired an unprecedented scale. Nevertheless, the West (if one can speak about a collective Western "organism") has done is very little to counter the Russian information warfare

As part of the military terminology, any information warfare can be interpreted as a series of "actions aimed at the preservation of its own information system from exploitation, distortion or destabilization which involves actions aimed at exploitation, distortion or destruction of the enemy's information system to achieve the information superiority". An important addition to this interpretation is the elimination of kinetic weapons (bullets, shells, bombs, etc.) from the concept of information warfare: it is only information, not anything else used in this case as a weapon for attack on the enemy's information system.

Just as in any other country, the Russian information system is a set of resources, personnel, technologies, methods and processes of collection, processing, production and presentation of information. State control of the major TV channels is the cornerstone of the information system of modern Russia.

However, the production of TV and media in general is just one element of the system. It also includes information products any other participants and institutions included in the collection and the transmission of information: NGOs, civil society, religious organizations and political parties, as well as some elements of the repressive apparatus (army, police, judiciary and prison system) which provide timely information to the regime.

In peacetime the information system of any country simply reproduces itself and its "solid element" (the repressive apparatus) collects timely information on the potential internal and external threats. The key difference between the information systems of the Western liberal democracies and Putin's Russia is that the Russian system functions more and more in a mode that requires no peacetime, but a period of conflict. It is important to highlight two characteristics of the anti-Westernizing war that Russia conducts:

1. The information system of the Putin system is in a state of mobilization. It implies the existence of a conflict with the West, which, according to Moscow, conducts information warfare against Russia.

2. Russian information warfare is aggressive and seeks to separate and destabilize Western societies. Therefore, it is an obvious threat to the national security of Western countries, especially those that have a border with Russia.



ЄВГЕН ФЕДЧЕНКО (Київ, Україна) –
директор Могиланської школи журналістики, співзасновник StopFake.org.

YEVHEN FEDCHENKO (Kyiv, Ukraine) –
Director of Mohyla School of Journalism, co-founder StopFake.org.

«Plus ça change: радянські “активні заходи” та сучасна російська пропаганда»

“Plus ça change: Soviet “active measures” and contemporary Russian propaganda”

Інтелектуали відіграють ключову роль в артикуляції ідентичностей. Вони вбачають у цьому свою роль і навіть гордяться цим як своєрідною місією. Однак завжди є винятки, і часом ці винятки – цікавіші за правила. Так і у випадку з Тоні Джадтом (1948–2010), одним із найвідоміших і наймедійніших істориків сучасності, який через свою біографію, а ще більше через свою достойну смерть став новою іконою нового лібералізму.

Питання ідентичності Тоні Джадт присвятив тільки один короткий есей «Пограничний народ», написаний перед смертю. У ньому він критикує тих інтелектуалів, які артикують ідентичності своїх груп і так підсилюють старі або конструюють нові поділи. Він пропонує як альтернативу (від)творення мультикультурних середовищ, які в минулому представляли мешканці великих міст Центрально-Східної Європи, а тепер – Нью-Йорка.

У доповіді я спробую розглянути погляди Тоні Джадта у двох контекстах: його біографії та інтелектуальної традиції, що має центральноєвропейське коріння. Особливу увагу зосереджу на тому, наскільки його пропозиції надаються для реалізації в умовах європейської кризи, пов'язаної з російською агресією в Україні.

Intellectuals play a key role in the articulation of identities. They recognize that this is their role and are even proud of this kind of mission. But there are always exceptions, and these exceptions are sometimes more interesting than the rule. This is the case with Tony Judd (1948–2010), one of the most famous and the most medial modern historians, who became the new icon of the new liberalism through his biography and even more through his honorable death.

Tony Judd dedicated only one short essay to the issue of identity entitled “Edge People”, written before his death. In it, he criticizes those intellectuals who are engaged in the articulation of identities for their groups, and thus reinforce old identities or construct new divisions. He offers an alternative to the (re)creation of multicultural environments, which were last represented by inhabitants of large cities in Central and Eastern Europe, and now in New York.

In my report I will try to address his views in two contexts: his own biography and his intellectual tradition which has a Central European origin. I will pay particular attention to how his proposals can be implemented in European crisis conditions related to Russian aggression in Ukraine.



КРИСТИНА МЮЮР (Естонія) –
дослідниця, PhD Тартуського університету.

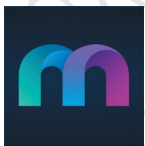
KRISTINA MÜÜR (Estonia) –
researcher, PhD professor at University of Tartu.

«Український уряд і Збройні Сили як мета російської інформаційної війни»

“Plus ça change: Soviet “active measures” and contemporary Russian propaganda”

Відомо, що Росія використовує ідеологічні, історичні, політичні символи й наративи, щоб виправдати та підтримати свою військову, економічну та політичну кампанії не лише на Донбасі, а й в усій Україні. У цьому дослідженні проаналізовано інформаційні операції Російської Федерації, які вони вели проти Української держави та Збройних Сил України з квітня по грудень 2014 року. Увагу зосереджено на різних аспектах творення значень у медіях. Досліджено й систематизовано представлення України, її влади та Збройних Сил під час антитерористичної операції на сході України, щоб забезпечити емпіричні докази про різноманітне походження російської пропаганди. Представлений медійний аналіз ґрунтується на контент-аналізі, який вивчає три російські канали інформації: газета «Комсомольская правда», новинний сайт «Regnum.ru» та телеканал «Звезда».

As we all know, Russia uses ideological, historical, political symbols and narratives for justifying and supporting their military, economic and political campaigns not only in Donbass but in the whole of Ukraine. The current paper analyses information operations of the Russian Federation performed against Ukrainian state and defence forces from April until December 2014, concentrating on various aspects of meaning-making. It examines and systematises the representation of Ukraine, its authorities and armed forces during their anti-terrorist operation in Eastern Ukraine, with the aim to provide empirical evidence about the varied nature of Russian propaganda. The media analysis presented is based on content analysis, which examines three Russian news outlets – Komsomolskaya Pravda, Regnum and TV Zvezda.



MASTER'S PROGRAM IN MEDIA COMMUNICATIONS

Master's Program in Media Communications at UCU is at the forefront of the new trend in Ukrainian media education which was recently introduced in the country for the graduate level.

Passport of Specialty: within our Media Communication program, we educate media professionals of three major occupational categories: media researchers, media analytics, and new media journalists. Consequently, program applicants are not required to have a previous media education profile. Bachelors and masters of any humanitarian, socio-economic, and technical study areas are eligible to enter the program. Experts of those three categories are highly demanded in various sectors of the media market, in particular: in analytical, expert and consulting centers; in different types of media and press-services; in advertising and marketing agencies; in research institutes and higher education establishments; in communication and sociological companies; in business corporations and NGOs.

Fundamental Principles of Learning which we follow in our program are: a multidisciplinary approach; balance between theory and practice; rating evaluation of student progress; involvement of famous Ukrainian and foreign experts; exclusive courses, workshops, trainings, seminars; implementation of student projects under media experts' supervision; in-depth studying of foreign languages with native speakers; internships in foreign media and academic institutes.

Additional Educational Bonuses: Beyond the curriculum, students have the opportunity to use many additional free educational resources provided either by the School of Journalism and Media Communications or by UCU. Those are, for example, a School of Reportage and an International Journalism School; workshops and conferences; an Annual Students Media Symposium; a Summer Volunteering School in Media Literacy; a Media Cinema Club; original media and feature writing workshops; an English Club; a school of dancing and acting; student government, etc.

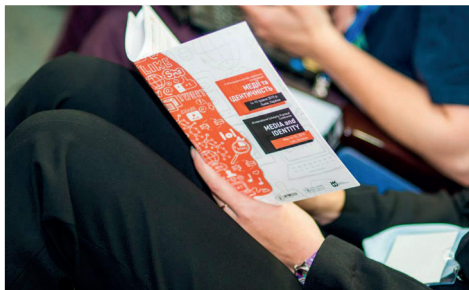
Community as a Family: both within and outside the academic environment we strive to nurture a community of like-minded people who are committed to professional values as well as human values.

The priorities of the community are and will always be love and respect for others regardless of religious, political or other views, as well as mutual support, help, and service. The Uniqueness of our Campus: our students and guests have

Школа журналістики УКУ проводить конференцію «Медії та ідентичність» щороку у травні. Її мета – привернути увагу міжнародного наукового товариства та медіапрактиків до проблеми впливу засобів масової інформації на процеси формування сучасних ідентичностей.



III МІЖНАРОДНА НАУКОВО-ПРАКТИЧНА КОНФЕРЕНЦІЯ «МЕДІЇ ТА ІДЕНТИЧНІСТЬ» – 2015



Координатор, упорядник – Вікторія Романюк
Менеджер проекту – Вероніка Равська
Асистент менеджера – Уляна Макаренко
Редактор – Анна-Марія Волосацька

Магістерська програма з медіакомунікацій УКУ
вул. Хуторівка, 35а, м. Львів, 79070
Тел.: (+38-032) 240-99-40
Ел. пошта: mediacom@ucu.edu.ua