

# Медіа, що ЗМІНЮЮТЬ:

кращі практики рівності  
та різноманіття українських редакцій





Національна рада України  
з питань телебачення  
і радіомовлення

**ЖІНКИ** в медіа.







Підготовлено **Національною радою України**  
**з питань телебачення і радіомовлення**  
у партнерстві з **ГО «Жінки в медіа»**  
та за підтримки **International Media Support (IMS)**



# Зміст

- 4 / **Навіщо ця збірка керівникам і керівницям медіа**
- 6 / **Чому збірка з'явилася саме зараз**
- 7 / **Як готувалася збірка**
- 10 / **Як читати збірку**

## Розділ 1. Кращі практики контенту

- 
- 12 / **Війна, гендер і видимість**  
Практики 1–6: «Суспільне Мовлення», «Український тиждень», «StarLightMedia» 
  - 25 / **ЛГБТК+, релігія, міський простір**  
Практики 7–13: «Громадське радіо», «Місто і річка», «Наше місто» 
  - 39 / **Ветерани, батьківство, локальні історії**  
Практики 14–19: «Ямпільські вісті», «Гречка», «Громада. Груп», «Накипіло» 
  - 54 / **Інклюзія, інвалідність, вік, етнічність**  
Практики 20–29: «ВІТА», «Телекомпанія Умань», «Вісті Зміївщини», 0564.ua, «Нове життя», «Вчися.Медіа», «Шпальта», «Роми – це ми», post impreza 
- 

## Розділ 2. Кращі практики організації редакційної роботи

- 
- 78 / **Національні медіа та холдинги**  
Кейси 1–3: «Суспільне Мовлення», «StarLightMedia», «Український тиждень» 
  - 85 / **Локальні та незалежні редакції**  
Кейси 4–8: «Громадське радіо», «Гречка», «Накипіло», «Шпальта», «Трибуна.Суми», «Вість» 
- 
- 95 / **Висновки**

# Навіщо ця збірка керівникам і керівницям медіа

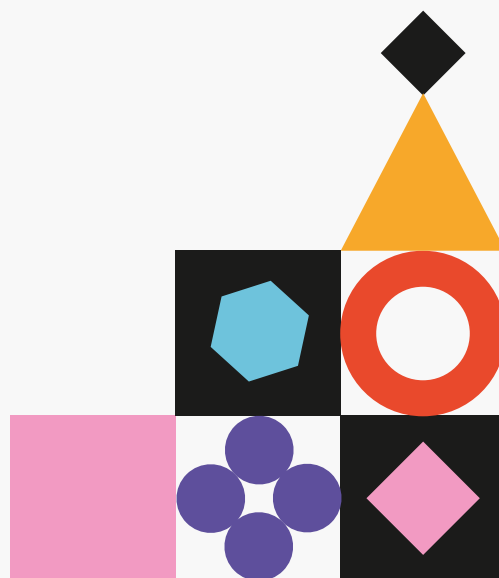


Українські медіа працюють в умовах війни, постійного тиску, кадрових втрат і обмежених ресурсів. У такому контексті питання рівності, різноманіття та інклюзії часто сприймаються як другорядні або такі, що потребують окремих бюджетів і складних політик.

## ЦЯ ЗБІРКА ДЕМОНСТРУЄ ІНШЕ:

гендерна рівність і різноманіття – це передусім управлінські рішення, які напряду впливають на стійкість редакцій, якість контенту та довіру аудиторії.

У збірці зібрано практики українських медіа різного масштабу – від національних до локальних – які вже впроваджують зміни у контенті та внутрішній організації роботи. Йдеться не про ідеальні моделі, а про **реальні рішення, які працюють в українських умовах** і можуть бути адаптовані іншими редакціями.



# Ключові висновки збірки

01

**РІВНІСТЬ І РІЗНОМАНІТТЯ – ЦЕ НЕ ДОДАТКОВЕ НАВАНТАЖЕННЯ, А ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ.**

Чіткі правила, прозорі процедури та безпечне робоче середовище допомагають редакціям утримувати команди, знижувати рівень вигорання та зберігати інституційну пам'ять.

02

**БІЛЬШІСТЬ ЕФЕКТИВНИХ ПРАКТИК НЕ ПОТРЕБУЮТЬ ЗНАЧНИХ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ.**

Йдеться про зміну підходів: до мови, репрезентації, розподілу ролей, внутрішньої комунікації та реагування на конфліктні ситуації.

03

**ЛОКАЛЬНІ РЕДАКЦІЇ ЧАСТО ДЕМОНСТРУЮТЬ ВИСОКУ ГНУЧКІСТЬ ТА ІННОВАЦІЙНІСТЬ.**

За відсутності великих бюджетів вони впроваджують рішення, які швидко дають результат і мають прямий вплив на громади.

04

**ГЕНДЕРНО ЧУТЛИВИЙ І ІНКЛЮЗИВНИЙ КОНТЕНТ ПІДСИЛЮЄ ДОВІРУ АУДИТОРІЇ.**

Практики відповідальної репрезентації різних груп роблять медіа ближчими до реального життя людей і зменшують ризики мови ворожнечі та дискримінації.

05

**ВНУТРІШНІ ПОЛІТИКИ Й КОНТЕНТ НЕРОЗРИВНО ПОВ'ЯЗАНІ.**

Редакції, які впроваджують рівність у команді, легше працюють зі складними темами у матеріалах і швидше реагують на інші виклики, зокрема онлайн-насильство та тиск.

# Чому ця збірка з'явилася саме зараз



У кризові часи редакції тримаються на людях. А чіткі правила, справедливі процедури й безпечне робоче середовище допомагають їм не лише виживати, а й розвиватися.

Війна, трансформація медіа та кадрові втрати змусили українські редакції працювати в умовах постійного тиску й хронічної нестачі ресурсів. У таких обставинах питання рівності, різноманіття та інклюзії часто відкладають «на потім», сприймаючи їх як другорядні. Втім, саме криза найчіткіше показує: без зрозумілих правил, справедливих процедур і безпечного робочого середовища редакції втрачають людей, довіру та власну стійкість. Цей матеріал зібрано, щоб показати інше.

**ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ І РІЗНОМАНІТТЯ  
В УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА – ЦЕ  
НЕ АБСТРАКТНІ ЦІННОСТІ  
Й НЕ ФОРМАЛЬНА ВИМОГА ДОНОРІВ.  
ЦЕ КОНКРЕТНІ УПРАВЛІНСЬКІ  
РІШЕННЯ, ЯКІ ВЖЕ ПРАЦЮЮТЬ  
У РЕДАКЦІЯХ РІЗНОГО МАСШТАБУ –  
ВІД НАЦІОНАЛЬНИХ ДО ЛОКАЛЬНИХ.**

Часто без окремих бюджетів і спеціальних підрозділів, але з чітким розумінням відповідальності, процесів і наслідків. Цю збірку можна читати вибірково, використовувати як чеклист або як джерело ідей для змін у власній редакції.

**До неї увійшли практики українських медіа, які:**

- впроваджують політики рівності,
- підтримують жінок у лідерстві,
- реагують на дискримінацію й онлайн-насильство,
- створюють умови для поєднання роботи та доглядової праці,
- працюють із різними групами працівників і аудиторій.

Ми свідомо зосередилися не на деклараціях, а на тому, як саме ці рішення виглядають на практиці – і що з цього може бути масштабовано іншими редакціями. Збірка адресована редакторам і редакторкам, медіаменеджерам, HR-фахівцям, журналістам і журналісткам, а також донорам і партнерам, які працюють із медіа. Його мета – не запропонувати «ідеальну модель», а показати реалістичні приклади та інструменти, які можна адаптувати до різних редакційних умов в Україні.

# Як готувалася збірка



Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення у партнерстві з ГО «Жінки в медіа» та за підтримки International Media Support (IMS) у межах проєкту «Об'єднані заради рівності в медіа: сприяння гендерній рівності через співпрацю громадських організацій, медіа та органів влади» оголосили збір кращих практик українських редакцій у сфері гендерної рівності та різноманіття. Ініціатива була спрямована на те, щоб виявити й підсвітити редакції, які вже впроваджують позитивні зміни.



Як зазначила голова Національної ради **Ольга Герасим'юк**:



«Роль Національної ради – стежити за дотриманням правил у сфері медіа, створювати безпечне та стійке інформаційне середовище, сприяти розвитку редакцій і заохочувати новаторські практики. Наше завдання помічати живі зміни й публічно підтримувати медіа, які свідомо рухаються вперед і впроваджують прогресивні підходи. Ми бачимо, що кожна редакція незалежно від масштабу, формату чи ресурсу вже сьогодні робить свої, часом, здавалось би, непомітні назовні, але принципово важливі кроки в утвердженні гендерної рівності».

**Максим Онопрієнко**, член Національної ради, вважає, що медіа формують уявлення про норму, тому важливо не лише говорити про цінності, а й показувати, як вони працюють на практиці.



«Ця збірка – про дії. Про редакції, які впроваджують політики рівності та протидіють дискримінації. Важливо, що тут зібрані досвіди та інструменти, які можна адаптувати до реалій різних редакцій. Саме такі практики й рухають медіасередовище вперед».

Гендерна рівність є одним зі стратегічних пріоритетів у роботі IMS.  
**Роман Кіфлюк**, національний радник по Україні в IMS:



«Ми переконані, що медіа не можуть бути професійними, якщо медіаконтент містить стереотипи або матеріали принизливого змісту, а у процесі виробництва медіа не забезпечена рівна участь і представництво як жінок, так і чоловіків. Наше бачення полягає в тому, щоб кожна людина – незалежно від статі, сексуальної орієнтації, етнічної приналежності, релігії, інвалідності чи соціально-економічного статусу – могла повною мірою користуватися своїм правом на свободу вираження поглядів і брати участь у суспільному діалозі. Саме тому IMS послідовно заохочує своїх партнерів інтегрувати принципи різноманітності, рівності та інклюзії (DEI) у розробку й реалізацію проєктів»

Голова ГО «Жінки в медіа» **Ліза Кузьменко** також наголошує:



«Дедалі більше редакцій впроваджують зміни, які допомагають робити команди більш різноманітними, а контент – гендерно чутливим. Ми прагнемо показати ці приклади, аби кожна редакція могла надихнутися досвідом колег і отримати практичні інструменти для подальшої роботи».

У межах ініціативи редакції запросили поділитися конкретними прикладами роботи за 2024–2025 роки – як у контенті, так і в організації редакційних процесів. Йшлося не лише про матеріали з великим суспільним резонансом, а й про внутрішні рішення: запроваджені політики, зміни в підходах до рекрутингу, управління командою, мови, безпеки та інклюзії. Це могли бути як системні трансформації, так і невеликі, але важливі кроки – від внутрішніх тренінгів і перегляду вакансій до початку використання фемінітивів або обміну знаннями всередині редакції.

Участь у зборі була максимально відкритою і доступною – редакціям достатньо було заповнити онлайн-заявку. Збірка не претендує на повну репрезентацію всіх українських медіа або всіх можливих підходів до рівності та різноманіття. До неї увійшли ті редакції, які відгукнулися на відкритий заклик і були готові публічно поділитися своїм досвідом.



**РЕЗУЛЬТАТОМ ЦЬОГО ПРОЦЕСУ  
СТАЛА ЗБІРКА КРАЩИХ ПРАКТИК –  
ПЕРШИЙ СИСТЕМНИЙ ДОКУМЕНТ,  
ЯКИЙ ФІКСУЄ РЕАЛЬНІ, ПЕРЕВІРЕНІ  
РІШЕННЯ УКРАЇНСЬКИХ МЕДІА  
У СФЕРІ РІВНОСТІ ТА РІЗНОМАНІТТЯ.**

**ВОНА ЗАДУМАНА ЯК ПРАКТИЧНИЙ  
ІНСТРУМЕНТ – НЕ ДЛЯ ДЕМОНСТРАЦІЇ  
«ІДЕАЛЬНИХ КЕЙСІВ», А ДЛЯ  
ЩОДЕННОЇ РОБОТИ.**

# Як читати цю збірку



Збірка може слугувати практичним орієнтиром для редакцій, які лише починають працювати з політиками рівності, а також бути аргументом для донорів і партнерів щодо підтримки саме таких трансформацій.

Якщо ви...	У цій збірці ви знайдете
<b>Редактор / редакторка</b>	Управлінські рішення, редакційні політики, кейси впровадження рівності та інклюзії в організації редакційної роботи;
<b>HR-фахівець / менеджер(ка)</b>	Практики забезпечення рівних можливостей, внутрішні процедури підтримки та формування інклюзивної культури;
<b>Журналіст / журналістка</b>	Приклади гендерно чутливого й інклюзивного контенту, підходи до відповідальної репрезентації та роботи зі складними темами;
<b>Донор / партнер</b>	Реальні приклади трансформацій у редакціях різного масштабу, аргументи для підтримки програм рівності та різноманіття;

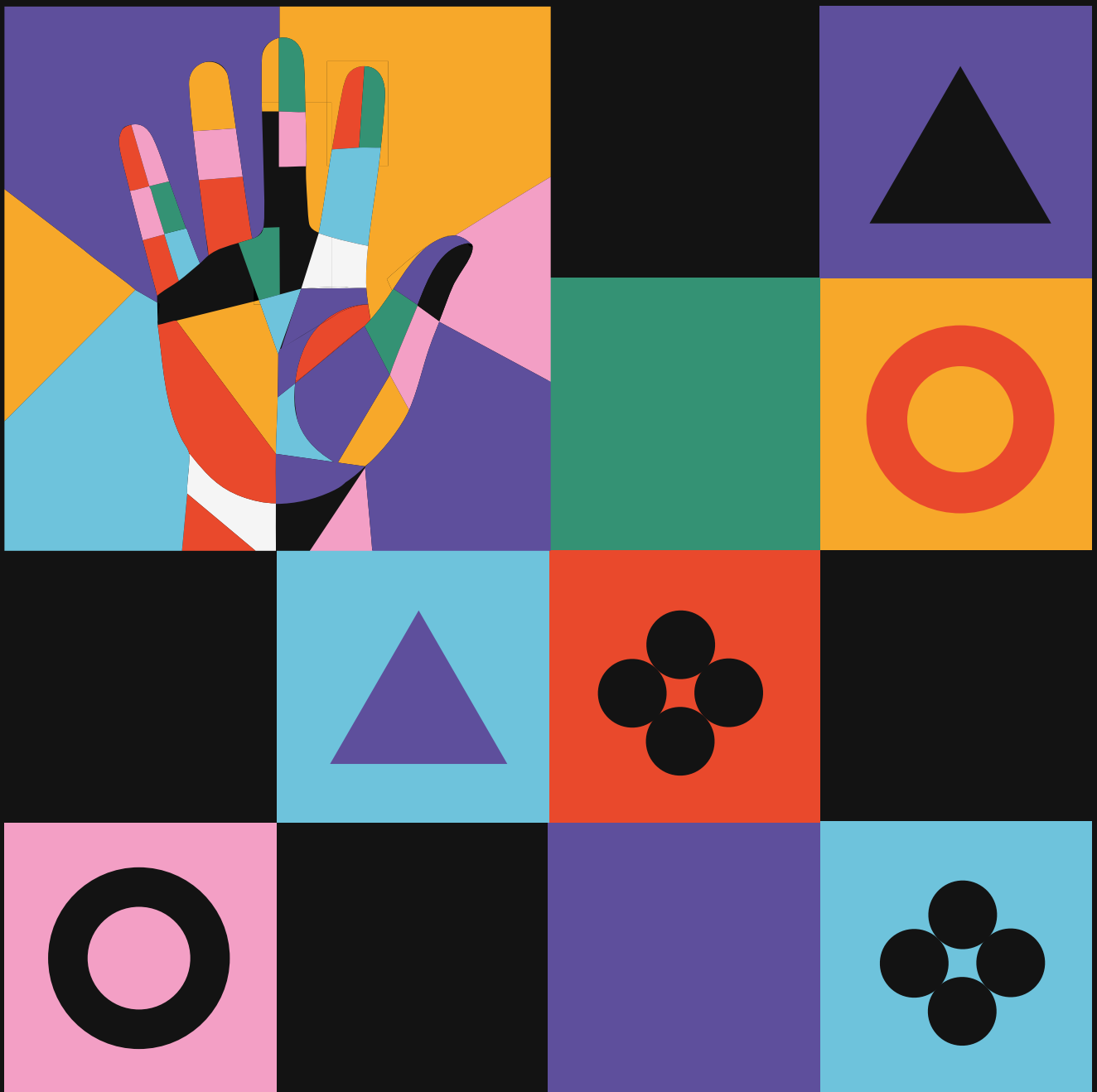
Наступні розділи цієї збірки присвячені конкретним кейсам українських редакцій. Вони демонструють, як принципи рівності та різноманіття працюють на практиці – у контенті, кадрових рішеннях, редакційних політиках та взаємодії з аудиторією. Ми навмисно зосередилися на прикладах, які можна відтворити або масштабувати в інших редакціях.

## !! Важливо

Інформація, представлена у збірці, ґрунтується на даних, наданих редакціями в межах відкритого збору кращих практик, зокрема шляхом самодекларації. Команда проекту не проводила детального аудиту всіх описаних практик у кожній редакції. Водночас подані кейси проходили змістовний відбір і редакційне опрацювання з фокусом на конкретність рішень, їхню практичну реалізацію та потенціал для адаптації іншими редакціями.

РОЗДІЛ #1

# Кращі практики контенту



# Практика 1.

## Подолання множинної дискримінації ветерана з ромської громади: досвід Суспільного Мовлення

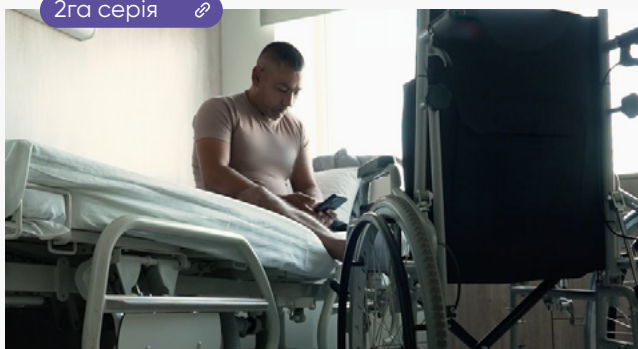
### КЕЙС

Двосерійний документальний сюжет «Хочу отримати хороший протез, але не вірю в це» та «Моя мрія отримати якісний протез здійснилася».

1ша серія [↗](#)



2га серія [↗](#)



### МЕДІА

#### Суспільне Мовлення

(національна мультимедійна платформа)

### КОНТЕКСТ

Ветерани з інвалідністю часто стикаються з бар'єрами доступу до медичної допомоги, реабілітації та соціальної підтримки. Для представників національних спільнот ці труднощі можуть посилюватися упередженнями та недовірою з боку системи. Команда Суспільного звернулася до цієї теми, щоб показати, як перетинаються війна, інвалідність і етнічна дискримінація – і що може змінити ситуацію.

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Суспільне створило двосерійний документальний сюжет про ветерана ЗСУ Йосипа Лакатоша – батька шести дітей, рома за походженням.

У першій частині зафіксовано його історію поранення на фронті, втрату ноги, складну реабілітацію та відчай через відсутність доступу до якісного протезування. Матеріал порушує тему подвійної дискримінації – за етнічною ознакою та через інвалідність – і показує системні проблеми, з якими стикаються ветерани: від браку інформації та підтримки до труднощів із виплатами й медичною допомогою.

Друга частина фільму фіксує шлях героя до відновлення – від появи надії до встановлення сучасного протеза та повернення до активного життя.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Матеріал створено у форматі двох частин, що дозволило показати не лише кризу, а й розвиток подій та конкретний результат.

**Журналісти Суспільного супроводжували героя на всіх етапах** – від моменту, коли він не вірив у можливість отримати допомогу, до реабілітації та відновлення.

Команда оперативно відреагувала на суспільний резонанс після виходу першої частини та допомогла організувати збір коштів для підтримки героя.

## ВПЛИВ

Сюжет зібрав понад 470 тисяч переглядів і тисячі коментарів підтримки. У перші години після прем'єри команда отримала десятки дзвінків і повідомлень від глядачів, які хотіли допомогти герою.



**«Було так – ми опублікували перший сюжет і в цей же день шквал повідомлень і дзвінків від різних людей з пропозицією допомогти герою відгукнувся центр протезування в Києві і Йосипу зробили протез»,**

– розповідає **Анастасія Гудима**, директорка Департаменту з питань розмаїття, інклюзії та рівних можливостей Суспільного мовлення, членкиня редакційної ради.

Історію побачили засновники проекту підтримки ветеранів TYTANOVI, які запропонували Йосипу безкоштовно встановити надсучасний протез. Після кількох операцій і тривалої реабілітації герой повернувся додому без крісла колісного – пішки.

Через рік команда зняла другу частину фільму, де Йосип знову танцює, тримає дітей на руках і живе повноцінним життям.



**«Ми повернулися до історії Йосипа, щоб показати його шлях цілісно від поранення і його зневіри до моменту протезування. Для команди було важливо розповісти цю історію з позиції гідності й можливостей, адже Йосип є ветераном, батьком 6-ти дітей і представником ромської національної спільноти, голоси якої рідко звучать у медіа поза контекстом стереотипів і другий матеріал фіксує з його сторони повернення довіри, надії та відчуття підтримки з боку суспільства»,**

– поділилась **Сімона Нестеренко-Шатро**, редакторка контенту ромською мовою Департаменту з питань розмаїття, інклюзії та рівних можливостей.

Матеріал став одним із найсильніших кейсів ромської редакції Суспільного та прикладом того, як журналістика може мати прямий, вимірюваний вплив на життя людини.

## ЩО МОЖУТЬ ВИКОРИСТАТИ ІНШІ РЕДАКЦІЇ:

01

Показувати **перетин кількох форм дискримінації**, не розділяючи досвід людини на «окремі проблеми», а працюючи з ним комплексно.

02

**Повертатися до історій**, якщо з'являється розвиток або результат – це підсилює довіру до медіа й демонструє відповідальність за героя.

03

Працювати з вразливими темами для **реального впливу**, а не лише для фіксації проблеми, плануючи подальші кроки ще на етапі виробництва матеріалу.

04

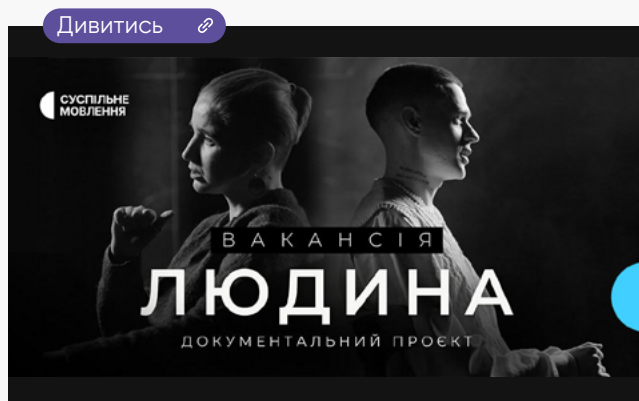
**Будувати історію навколо людини як особистості**, а не як представника «вразливої групи», уникаючи стигматизації та узагальнень.

# Практика 2.

## Відповідальна репрезентація ЛГБТІК+ у документальному форматі: досвід Суспільного мовлення

### КЕЙС

Короткометражний документальний фільм «Вакансія: людина»



Команда Суспільного обрала документальний формат, щоб говорити про це без сенсацій і драматизації – через реальний досвід.

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Суспільне створило короткометражний документальний фільм «Вакансія: людина» про досвід ЛГБТІК+ людей на роботі. В основі – історії двох героїв, Каті та Дем'яна, які відкрито говорять про страх, мовчання, тиск і шлях до прийняття в професійному середовищі.

### МЕДІА

Суспільне Мовлення

(національна мультимедійна платформа)

### КОНТЕКСТ

Робоче середовище – простір, де люди проводять значну частину життя, однак для багатьох представників ЛГБТІК+ воно залишається небезпечним. Страх стигматизації, упереджень і втрати роботи змушує людей приховувати себе, що на пряму впливає на психологічний стан, вигорання та професійну реалізацію.

Фільм доповнений експертним контекстом і статистикою: за даними ГО «Точка опори ЮА», **37 із 40 опитаних ЛГБТІК+ людей приховують свою ідентичність на роботі** через страх змін у ставленні колективу й керівництва. Особисті історії героїв стають аргументом на користь відкритості як чинника зниження вигорання та підвищення стійкості команд.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Робота над фільмом відбувалася у партнерстві з ГО «Точка опори ЮА». Для героїв забезпечили безпечні умови участі та чутливий підхід під час зйомок. У фільмі використано метафору спільної картини як символу прийняття й співіснування в колективі. Після релізу фільм презентували на двох ярмарках вакансій як привід для розмови про інклюзивний рекрутинг і корпоративну культуру.

”

**«Для нас було принципово не “говорити про”, а дати можливість людям говорити від першої особи – без пояснення їхнього досвіду для когось»,**

– говорить **Анастасія Гудима**, директорка Департаменту з питань розмаїття, інклюзії та рівних можливостей Суспільного мовлення, членкиня редакційної ради.

## ВПЛИВ

- Після виходу фільму команда отримала десятки відгуків від представників і представниць ЛГБТК+ спільноти, які зазначали, що вперше побачили в українських медіа неклішований і не знецінювальний образ свого досвіду.
- Частина глядачів зізналася, що після перегляду наважилася подати резюме на Суспільне; кілька з них нині працюють у підрозділах медіагрупи. Цей проєкт показав, що відповідальна репрезентація напряму впливає не лише на аудиторну довіру,

а й на здатність медіа залучати нових фанівців і формувати безпечну внутрішню культуру.

- Героїня фільму Катя після участі почала відкрито говорити про свою ідентичність і проводить навчання з лідерства та прийняття.
- У соціальних мережах фільм зібрав сотні коментарів підтримки без зафіксованих негативних реакцій.
- «Вакансія: людина» здобув друге місце на 5-му Міжнародному телефестивалі «Серце Європи» у категорії «Короткометражний документальний фільм» (Варшава).

## ЩО МОЖУТЬ ВИКОРИСТАТИ ІНШІ РЕДАКЦІЇ:

01

**Давати слово вразливим групам** без зведення їхнього досвіду виключно до травми.

02

Працювати з **профільними громадськими організаціями** за принципом «Нічого про нас без нас».

03

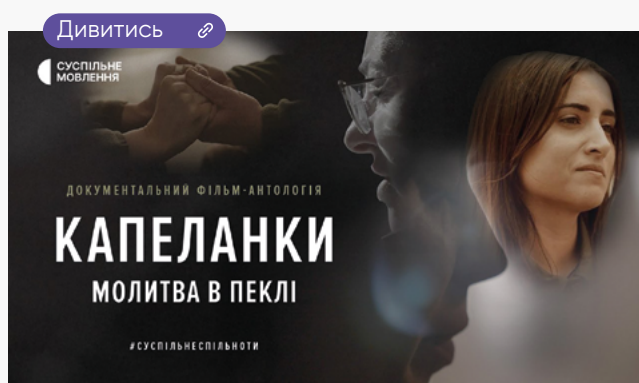
Використовувати **документальний формат** як інструмент зміни ставлення й професійних практик – не лише для інформування, а й для впливу на культуру всередині редакцій і на ринку праці.

# Практика 3.

## Видимість жінок у духовному служінні під час війни

### КЕЙС

Документальний фільм-антологія «**Капеланки. Молитва у пеклі**»



### МЕДІА

**Суспільне Мовлення**

(національна мультимедійна платформа)

### КОНТЕКСТ

Повномасштабна війна зробила капеланське служіння критично важливою частиною підтримки військових. Водночас роль жінок у духовному служінні залишається маловидимою та часто знеціненою – як у військовому середовищі, так і в релігійних спільнотах. Гендерні упередження, недовіра до жінок як духовних лідерок і відсутність офіційного визнання створюють додаткові бар'єри для тих,

хто працює з травмою, втратою та кризою віри безпосередньо на фронті.

Команда Суспільного звернулася до документального формату, щоб поставити складне питання без спрощень і моралізаторства: чи може і чи має жінка бути капеланкою – і що на це відповідає реальний досвід війни.

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Суспільне створило документальний фільм-антологію «Капеланки. Молитва у пеклі», присвячений досвіду жінок-капеланок у час повномасштабної війни. У центрі фільму – історії трьох жінок, які несуть духовну підтримку військовим, працюють із глибокою травмою, втратами й сумнівами, водночас стикаючись із недовірою та упередженнями щодо своєї ролі.

Фільм показує капеланське служіння без героїзації чи романтизації – через втому, страх, віру й кризу віри. Історії героїнь стають підставою для ширшої розмови про місце жінок у військовій та релігійній системах і про те, як реальність війни змінює уявлення про духовне лідерство.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

- Фільм створено у форматі антології, що дозволило показати різні досвіди й контексти капеланського служіння.
- Наратив побудовано навколо живих історій героїнь – без нав'язування оцінок, без проповіді й без спрощених відповідей.
- Після прем'єри проєкт було доповнено публічними дискусіями, які розширили екранну розмову до суспільного рівня.

## ВПЛИВ

«Капеланки. Молитва у пеклі» став однією з найбільш резонансних документальних робіт Суспільного. Після прем'єри команда отримала сотні відгуків від глядачів, які зазначали, що фільм «допомагає знову відчутти сенс віри» та відкриває невидиму раніше частину роботи жінок, яку часто ігнорують або знецінюють.

Проєкт ініціював публічні дискусії про роль жінок у військовій системі та необхідність офіційного визнання жінок-капеланок у структурі Збройних сил України. Таким чином фільм вийшов за межі культурного продукту й став інструментом суспільної розмови.

Фільм отримав Міжнародну нагороду фестивалю Women and the World (IFFWW) у категорії «Найкращий повнометражний телевізійний фільм» та став лауреатом премії імені Івана Франка в номінації «За кращий твір у телевізійній сфері».

## ЩО МОЖУТЬ ВИКОРИСТАТИ ІНШІ РЕДАКЦІЇ:

01

**Робити видимими жінок у традиційно «чоловічих» ролях**, фокусуючись на їхній професійній функції та реальному досвіді, а не на винятковості чи «незвичності» їхньої присутності.

02

**Працювати з чутливими темами без героїзації та моралізаторства**, дозволяючи аудиторії самій формувати висновки на основі живих історій і контексту, а не нав'язаних оцінок.

03

Використовувати **документальний формат** як інструмент суспільного діалогу, а не лише як культурний продукт – зокрема для порушення тем, що потребують інституційних змін.

04

**Підсилювати екранні історії публічними обговореннями**, залучаючи експертів, представників інституцій і аудиторію до продовження розмови поза межами фільму.

05

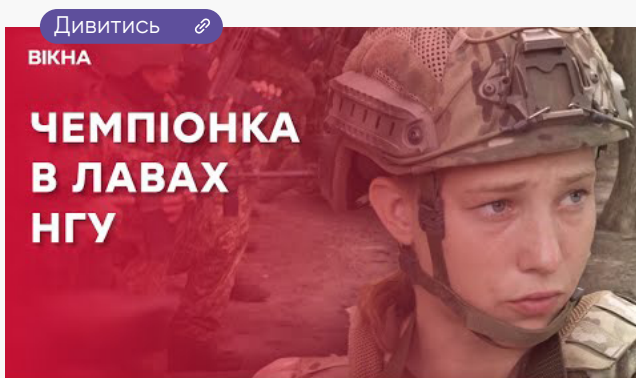
**Планувати вплив на етапі виробництва**, закладаючи можливість подальших дискусій, показів і використання матеріалу в адвокаційних або просвітницьких цілях.

# Практика 4.

## Видимість і лідерство жінок у час війни: «Вікна СТБ: Сила жінок»

### КЕЙС

Відеоплейлист «Вікна СТБ: Сила жінок»



### МЕДІА

**Starlight Media**

(телебачення, українська медіагрупа)

### КОНТЕКСТ

Повномасштабна війна радикально змінила ролі жінок в українському суспільстві – у спорті, війську, волонтерстві, громадській та професійній діяльності. Водночас у медіапросторі жінки часто залишаються в ролі «фону війни», а не її активних учасниць. Команда «Вікна СТБ» обрала системний формат, щоби послідовно показувати жіноче лідерство та суб'єктність у час війни.

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

У межах інформаційно-публіцистичної програми було створено тематичний відеоплейлист «Сила жінок», який об'єднує телевізійні сюжети про українок із різних сфер – спортсменок, фахівчинь, активісток і військовослужбовиць.

У центрі кожного сюжету – особиста історія жінки, її рішення, внутрішні трансформації, страхи й відповідальність у нових ролях, які вона взяла на себе під час війни. Одна з героїнь – Аліна Шух, багаторазова чемпіонка світу з легкої атлетики з американською освітою, яка залишила спортивну кар'єру та стала військовослужбовицею бригади «Хартія» на Харківщині.

### ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Матеріали створювали у форматі телевізійних репортажів для телемарафону «Єдині новини». Після ефірного показу сюжети були зібрані в окремий плейлист і адаптовані для цифрової аудиторії на платформі YouTube, що дозволило продовжити життя контенту та розширити охоплення.

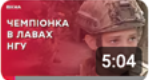
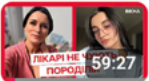
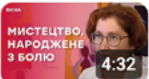

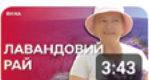
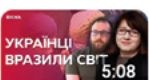
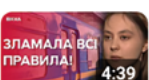
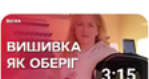
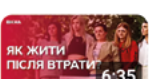


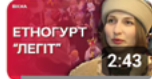
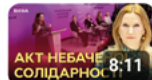
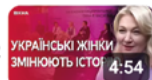
«Для нас було принципово важливо говорити про жіноче лідерство не разово, а системно – щоб це стало частиною щоденного новинного порядку денного, а не винятком»,

– коментує **Тимур Левчук**, лідер напрямку різноманіття та інклюзивності Starlight Media.

## ВПЛИВ

Плейлист посилив видимість жінок у стереотипно «чоловічих» сферах – спорті, війську, публічному лідерстві. Глядачі отримали приклади суб'єктності жінок та активної участі у захисті країни. Проект формує альтернативний наратив про жінок у війні – не як «тло подій», а як повноцінних агенток змін і рішень.

- 1  **АТЛЕТКА з АМЕРИКАНСЬКОЮ освітою вступила до бригади...**  
Вікна СТБ
- 2  **Народиш ще! Жахи ПОЛОГІВ в Україні та ВІДВЕРТЕ інтерв'ю з Лізою...**  
Вікна СТБ
- 3  **Малює, щоб ПЕРЕЖИТИ ВТРАТУ: МАТИ АЗОВЦЯ відкрила ВИСТАВКУ...**  
Вікна СТБ
- 4  **Бути ЖІНКОЮ ветерана з АМПУТАЦІЄЮ – це... Відверте...**  
Вікна СТБ
- 5  **ЗАМІСТЬ "РУСКОГО МІРА" – ЛАВАНДА! Переселенка з Алчевськ...**  
Вікна СТБ
- 6  **Прорив українських вчених! Знайдено спосіб позбутися болю...**  
Вікна СТБ
- 7  **З ВАГОНУ МЕТРО НА ОБКЛАДІНКУ VOGUE ПЕРША машиністка метро...**  
Вікна СТБ
- 8  **СІМЕЙНА СПРАВА під звуки війни «Верба» - БРЕНД ВИШИТОГО ОДЯГУ...**  
Вікна СТБ
- 9  **«КОХАНИЙ, Я ЖИВУ» Проект підтримки для жінок, які втратили...**  
Вікна СТБ

- 10  **Підтримують армію та ОДНА ОДНУ Волонтерки та дружини...**  
Вікна СТБ
- 11  **ЄВРОПА ЙДЕ ВА-БАНК Велика ПІДТРИМКА жінок! Де пройде...**  
Вікна СТБ
- 12  **ФОРУМ Українського ЖІНОЧОГО Конгресу Як у Черкасах вирішувал...**  
Вікна СТБ

## ЩО МОЖУТЬ ВИКОРИСТАТИ ІНШІ РЕДАКЦІЇ:

01

**Працювати серійно**, а не поодинокими матеріалами: регулярність формує новий наратив, а не виняток.

02

**Показувати жінок через рішення і відповідальність**, а не лише через емоції чи переживання.

03

**Використовувати ефірний контент повторно**, адаптуючи його для цифрових платформ і нових аудиторій.

04

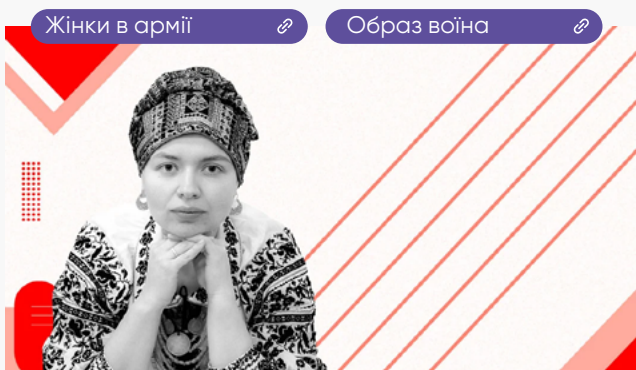
**Інтегрувати тему жіночого лідерства в новинні формати**, не виносячи її виключно в спецпроекти.

# Практика 5.

## Переосмислення ролі жінок у війську через авторську публіцистику: досвід «Українського тижня»

### КЕЙС

Авторські колонки «Жінки в армії» та «Образ воїна»



### МЕДІА

Український тиждень

(онлайн-видання, національне медіа)

### КОНТЕКСТ

Попри широку присутність жінок у Збройних силах України, питання їхньої ролі, видимості та суспільного сприйняття досі залишається дискусійним. За даними Міністерства оборони України, оприлюдненими у березні 2025 року, в українській армії служили понад 70 тисяч жінок, з них близько 5,5 тисяч – у зоні бойових дій.

Водночас жінки-військовослужбовиці змушені постійно доводити власну мотивацію та ефективність, тоді як чоловіки часто сприймаються як «повноцінні воїни за замовчуванням». Цей дисбаланс залишається майже невидимим у новинних форматах, але стає предметом гострої дискусії в публіцистиці.

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

В онлайн-виданні «Український тиждень» опубліковано дві авторські колонки письменниці, ветеранки та позаштатної дописувачки видання Ірина Бобик – «Жінки в армії» та «Образ воїна». Матеріали подано як взаємодоповнювальні тексти, що **розглядають тему жінок у війську з двох перспектив:**

→ **особистої** – через досвід авторки як ветеранки;

→ **суспільної** – через аналіз колективних уявлень, очікувань і стереотипів.

У колонках порушено питання гендерних упереджень щодо жінок військовослужбовиць у контексті повномасштабної війни, а також

показано різноплановість ролей жінок у ЗСУ – від тилового забезпечення й медицини до бойових завдань і роботи з розвідувальними дронами.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

- Обрано формат авторської колонки, що поєднує особистий досвід із аналітичним і рефлексивним поглядом.
- Використано пряму мову авторки для фіксації поширених суспільних стереотипів, підозр і звинувачень на адресу жінок у війську.
- Матеріали опубліковано на сайті «Українського тижня» як частину ширшої розмови про війну, ідентичність і трансформацію суспільних ролей.

## ВПЛИВ

Публікації викликали помітний читацький резонанс і активне обговорення. Частина аудиторії – зокрема й жіночої – критикувала тексти як «ідеологічно упереджені», що засвідчило високу чутливість теми та нерівномірну готовність суспільства до її осмислення. Водночас матеріали актуалізували питання перегляду усталених уявлень про жінку-військову та відкрили публічну дискусію про перспективи загальної жіночої мобілізації, роль досвіду війни та право жінок на суб'єктність у військовому контексті.

## ЩО МОЖУТЬ ВИКОРИСТАТИ ІНШІ РЕДАКЦІЇ:

01

**Давати простір авторським голосам** із власним досвідом війни, навіть якщо вони не впливають на комфортні наративи.

02

**Не уникати складних і конфліктних тем**, навіть якщо вони викликають спротив частини аудиторії.

03

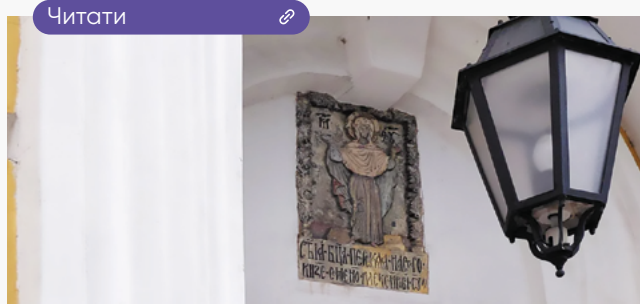
**Використовувати публіцистику як інструмент переосмислення** соціальних ролей, норм і гендерних стереотипів, доповнюючи новинні формати глибшою рефлексією.

# Практика 6.

## Переосмислення ролі жінок у війську через авторську публіцистику: досвід «Українського тижня»

### КЕЙС

Стаття «Жіночі досвіди на маргінесах історії Києво-Печерської лаври»



У такому контексті жіночі історії – як духовні, так і світські – залишаються подвійно маргіналізованими.

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

В онлайн-виданні «Український тиждень» опубліковано аналітичну статтю журналістки, літературознавиці та історикині Ольги Петренко-Цеунової, присвячену жіночим досвідам у просторі Києво-Печерської лаври.

### МЕДІА

Український тиждень  
(онлайн-видання, національне медіа)

У матеріалі:

- розкрито історії жінок у духовному та світському вимірах Лаври – від покровительства Богородиці до діяльності святих, благодійниць і паломниць;
- показано, що «чоловічий» простір Лаври історично включав жіночі наративи, які з різних причин були витіснені або замовчані;
- проаналізовано, як сучасні антиукраїнські символи та зовнішні ідеологічні впливи (зокрема пов'язані з російськими пропагандистськими методичками) спотворюють історичну пам'ять про святиню.

### КОНТЕКСТ

Києво-Печерська лавра традиційно сприймається як маскулінний простір – центр чернечої, духовної та церковної історії, де жіночі досвіди майже не фіксувалися або залишалися поза офіційним історичним нарративом. У сучасному публічному дискурсі Лавра часто асоціюється з політичними скандалами, імперською спадщиною та антиукраїнськими нарративами, що додатково спрощує й спотворює її історичну та культурну складність.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Матеріал підготовлено у форматі аналітичної статті, що поєднує історичний, культурологічний і гендерний підходи. Авторка працює з архівними джерелами, літературознавчими дослідженнями та сучасними спостереженнями, акцентуючи увагу на особистих жіночих історіях і їхньому значенні для української культурної спадщини.

Комплексний підхід дозволив показати взаємозв'язок духовного простору, культурної пам'яті та гендерної оптики, не зводячи тему ані до суто академічного, ані до політизованого рівня.

”

**«Коли ми говоримо про історію, ми часто відтворюємо лише домінантні наративи. Цей матеріал – спроба повернути жінок у простір історичної пам'яті, де вони були присутні завжди, але рідко були почуті. Медіа мають відповідальність не лише реагувати на скандали довкола символів, а й повертати складність і багатоголосся історичних тем, навіть якщо це потребує повільнішої, дослідницької роботи»,**

– говорить **Маргарита Дикалюк**, головна редакторка «Тижня».

## ВПЛИВ

Стаття привернула увагу до маргіналізованих жіночих наративів у давній і сучасній історії Лаври та сприяла ширшій дискусії про необхідність повернення українського історичного й культурного контексту цієї святині.

Матеріал допомагає зміщувати фокус із домінантних політичних та імперських інтерпретацій на локальні, людські й гендерні історії, розширюючи уявлення про роль жінок у формуванні культурної пам'яті.

## ЩО МОЖУТЬ ВИКОРИСТАТИ ІНШІ РЕДАКЦІЇ:

01

**Висвітлювати маргіналізовані історії**, надаючи голос жінкам та іншим «невидимим» групам у традиційно маскулінних або ієрархічних просторах.

02

**Показувати людину як суб'єкта історії**, а не лише як елемент символічного чи політичного наративу.

03

**Поєднувати журналістику з дослідницьким підходом**, працюючи з архівами та історичними джерелами для глибшого й відповідальнішого контексту.

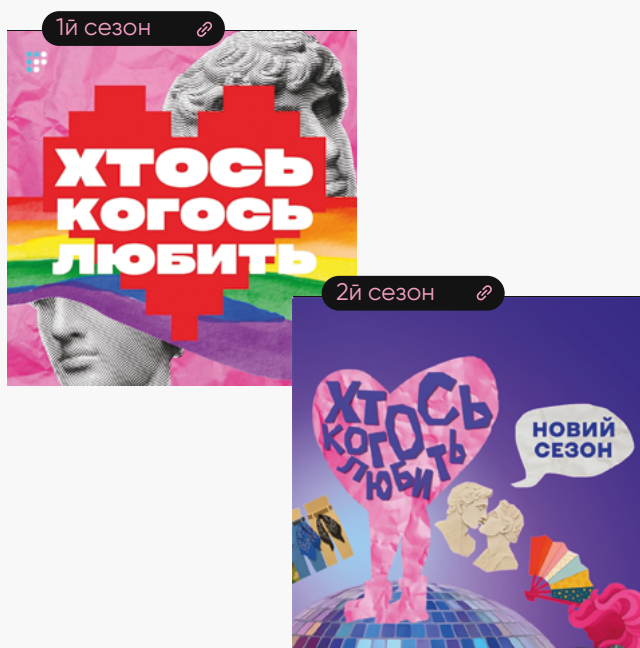
# Практика 7.

## Просвітництво та видимість ЛГБТКІ+ спільноти через мультимедійний формат: досвід «Громадського радіо»



### КЕЙС

Просвітницький проєкт «Хтось когось любить»



### МЕДІА

Громадське радіо, мультимедійна платформа

### ОХОПЛЕННЯ

Регіональне медіа

(FM-мовлення: Київ, Чернігів, Суми, Херсон, Нікополь, Краматорськ, Миколаїв)

### КОНТЕКСТ

Попри поступові зміни у ставленні суспільства, ЛГБТКІ+ люди в Україні продовжують стикатися з дискримінацією, мовою ворожнечі та браком достовірної інформації у медіа. Тема сексуальної орієнтації та гендерної ідентичності часто подається або фрагментарно, або крізь призму скандалів, без пояснення контексту та живих людських історій.

У такій ситуації просвітницькі медіапроєкти стають ключовим інструментом для подолання стереотипів, формування емпатії та нормалізації різноманіття як частини українського суспільства.

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО:

На платформі «Громадського радіо» реалізовано мультимедійний просвітницький проєкт «Хтось когось любить» (2024–2025), присвячений ЛГБТКІ+ людям в Україні. Авторка проєкту, журналістка Ана Море у двох сезонах серії відео-, аудіоподкастів і текстових матеріалів:

→ розвінчує поширені міфи про ЛГБТКІ+ спільноту;

- говорить про виклики, дискримінацію та небезпеки, з якими стикаються ЛГБТКІ+ люди;
- знайомить аудиторію з особистими досвідами героїв і героїнь, надаючи їм простір для самовираження.

Мета проекту – не лише просвітництво, а й сприяння реальним соціальним змінам, що покращують становище ЛГБТКІ+ людей в Україні.

”

**«Громадське радіо вважає своїм обов’язком давати слово тим, чий голоси часто залишаються непочутими, особливо у час війни. Ми свідомо обрали мультиформатний і серійний підхід, щоб говорити про ЛГБТКІ+ людей не епізодично, а як про повноцінну частину українського суспільства. Видимість і знання – перший крок до зменшення дискримінації»**,

– говорить **Вікторія Єрмолаєва**, головна редакторка Громадського радіо.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

**Перший сезон:** серія відео та подкастів, опублікованих на YouTube та платформах «Громадського радіо».

**Другий сезон:** продовження формату з новими випусками та розширенням тематичного спектра.

**Комплексний підхід:** поєднання особистих історій реальних людей із фактологічним поясненням міфів, дискримінаційних практик і правового контексту.

Мультиформатність дозволила охопити різні сегменти аудиторії – від слухачів радіо й подкастів до глядачів YouTube та читачів текстових матеріалів.

## ВПЛИВ

Перший сезон став найпопулярнішим проектом на YouTube-каналі «Громадського радіо» у 2024 році, другий – одним із найпопулярніших проектів 2025 року.

Проект зібрав сотні тисяч переглядів на YouTube та мільйонні охоплення у соціальних мережах. Аудиторія залишила сотні відгуків, у яких відзначала сміливість формату, важливість відкритої розмови та доступність інформації про ЛГБТКІ+ людей.

## ЩО МОЖУТЬ ВИКОРИСТАТИ ІНШІ РЕДАКЦІЇ:

01

**Поєднувати особисті історії з фактологічним поясненням**, щоб одночасно працювати з емоцією та знанням.

02

**Надавати платформу соціально вразливим групам**, дозволяючи їм говорити від першої особи.

03

**Використовувати мультиформатні рішення** (відео, подкасти, тексти) для розширення охоплення та стійкого інтересу аудиторії.

# Практика 8.

## Підтримка батьків дітей з інвалідністю: серія подкастів «Борці, що здобувають світ»: досвід «Громадського радіо»



### КЕЙС

Серія подкастів «Борці, що здобувають світ»



### МЕДІА

Громадське радіо, мультимедійна платформа

### ОХОПЛЕННЯ

Регіональне медіа  
(FM-мовлення: Київ, Чернігів, Суми, Херсон, Нікополь, Краматорськ, Миколаїв)

### КОНТЕКСТ

Для багатьох родин момент встановлення діагнозу дитини з інвалідністю або особливими освітніми потребами стає кризовим – через нестачу зрозумілої інформації, складні бюрократичні процедури та емоційне виснаження. В українському медіапросторі такі теми зазвичай висвітлюються фрагментарно й рідко пропонують практичні відповіді на запитання батьків. У цьому контексті аудіоформат подкасту дозволяє створити безпечний простір для пояснення складних тем і підтримки родин, які лише починають свій шлях прийняття та адаптації.

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

На платформі «Громадського радіо» створено серію подкастів «Борці, що здобувають світ», присвячену батькам дітей з інвалідністю або особливими освітніми потребами, які вперше стикаються з діагнозом. Авторка проекту, журналістка Тетяна Курманова говорить про:

- практичні аспекти догляду за дитиною;
- організацію реабілітації та раннього втручання;

- психологічну підтримку батьків і збереження власного ресурсу;
- подолання бюрократичних перепон і стигматизації.

Проект також піднімає питання формування толерантного та недискримінаційного ставлення до дітей з інвалідністю і їхніх родин у суспільстві.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Обрано формат подкасту, що поєднує експертні коментарі, особистий досвід батьків і практичні поради.

**Теми випусків охоплюють:** прийняття діагнозу, оформлення інвалідності, отримання пільг, пошук лікарів і спеціалістів, проходження реабілітації та інструменти «раннього втручання».

Проект фокусується на прикладній користі для родин, водночас підвищуючи загальну обізнаність аудиторії про інклюзію.

## ВПЛИВ

Подкаст зібрав понад 1 мільйон охоплення у соціальних мережах та отримав широку підтримку аудиторії. Проект увійшов до короткого списку найкращих подкастів 2025 року за версією MEGOGO.

Сотні позитивних відгуків від батьків і підтримка профільних організацій засвідчили потребу в таких форматах і їхню практичну цінність для суспільства.

## ЩО МОЖУТЬ ВИКОРИСТАТИ ІНШІ РЕДАКЦІЇ:

01

**Використовувати аудіоформат** для практичної й емоційної підтримки цільових аудиторій.

02

**Поєднувати експертні знання з досвідом реальних людей**, створюючи довіру й відчуття спільності.

03

**Говорити про інклюзію та недискримінацію доступною мовою**, роблячи складні теми зрозумілими для широкого загалу.

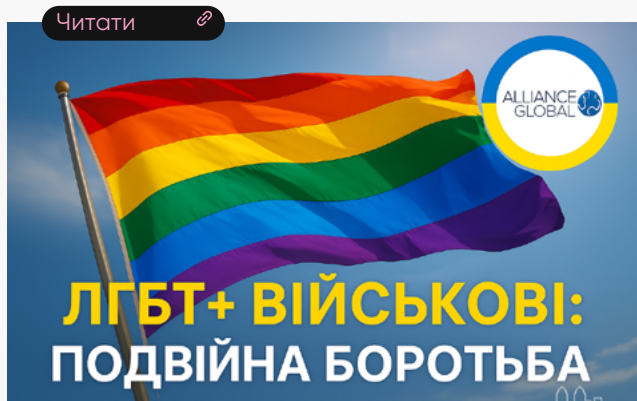
# Практика 9.

## Історії героїзму та дискримінації у військовому контексті: кейс медіа «Наше місто» (Дніпро)



### КЕЙС

Лонгрід «ЛГБТ+ військові: подвійна боротьба»



### МЕДІА

Наше місто, мультимедійна платформа

### ОХОПЛЕННЯ

Регіональне медіа  
(Дніпро, Дніпропетровська область)

### КОНТЕКСТ

Під час повномасштабної війни українські медіа дедалі частіше говорять про героїзм і самопожертву військових. Водночас досвід окремих груп – зокрема ЛГБТК+ людей у лавах Збройних сил України – залишається маловидимим або подається через стереотипи.

Для ЛГБТК+ військових служба часто означає подвійну боротьбу: із зовнішнім ворогом та з дискримінацією, упередженнями й нерозумінням усередині суспільства й військового середовища. Саме цей розрив між внеском і визнанням став відправною точкою матеріалу.

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Редакція «Наше місто» зацікавилася темою ЛГБТ+ військових у рамках участі в менторській програмі з гендерночутливої журналістики від Волинського пресклубу. Під час навчання вони проаналізували, як аудиторія реагує на різні теми, і виявили тривожну тенденцію: коли мова заходила про ЛГБТ+ військових, у коментарях під публікаціями в соцмережах панував переважно негатив.



**«Це стало для нас сигналом – значить, тема болюча, значить, є стереотипи та упередження, з якими треба працювати. Ми зрозуміли: наша аудиторія не бачить за аббревіатурою «ЛГБТ+» реальних людей.»**

**Ми хотіли донести просту думку: героїзм не має орієнтації. Людина, яка захищає твоє місто, твій дім, твою родину – заслуговує на повагу незалежно від того, кого вона кохає. Лонгрід мав стати мостом між «вони» та «ми», показати, що це не абстрактна меншина десь там, а люди, які так само воюють, страждають і гинуть за Україну»,**

– поділились в редакції сайту «Наше місто».

Регіональне медіа «Наше місто» підготувало лонгрід «ЛГБТ+ військові: подвійна боротьба», який було опубліковано як тему дня на веб-сайті. У матеріалі:

- показано, що попри героїзм, професійність і відданість країні, ЛГБТ+ бійці щодня стикаються зі стереотипами, мовою ворожнечі та насильством;
- акцентовано увагу на реальних життєвих і службових викликах, з якими вони стикаються;
- підкреслено важливість рівних прав, безпеки та підтримки держави для всіх військових – незалежно від статі, походження чи сексуальної орієнтації.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Журналісти використали формат лонгріду, що дозволив поєднати: **особисті історії та свідчення військових; соціальний і психологічний контекст; правовий вимір**, пов'язаний із питаннями рівності та захисту прав людини.

Такий комплексний підхід дав змогу показати не абстрактну «групу», а конкретних людей – із досвідом служби, відповідальністю та внеском у захист країни.

Матеріал сприяв підвищенню обізнаності місцевої аудиторії щодо проблем, з якими стикаються ЛГБТК+ військові, та їхнього права на рівне ставлення. Публікація стала поштовхом для публічної дискусії про інклюзію та рівність у ЗСУ й ширшому суспільному контексті.

”

**«Національні медіа часто висвітлюють ЛГБТ+ тематику у більш загальному контексті або через призму резонансних подій. Локальне медіа має унікальну можливість наблизити тему до конкретної громади, зробити її особистою та зрозумілою. Локальне медіа має силу змінювати ставлення громади зсередини – через історії, які стосуються кожного особисто»,**

– додає редакція.

Лонгрід допомагає формувати культуру солідарності та підтримки, у якій героїзм не має «умов» або винятків.

## ЩО МОЖУТЬ ВИКОРИСТАТИ ІНШІ РЕДАКЦІЇ:

01

**Розповідати про ЛГБТК+ військових без стигматизації на локальному рівні**, визнаючи їхній внесок і досвід.

02

**Показувати людину передусім через дії та відповідальність**, а не через належність до «вразливої групи».

03

**Використовувати формат лонгріду** для комплексного висвітлення соціальних, правових і культурних аспектів життя героїв.

# Практика 10.

## Переосмислення старшого віку через локальні історії активності: кейс медіа «Наше місто» (Дніпро)



### КЕЙС

Лонгрід «Мистецтво жити з інтересом: як у Дніпрі створюють комфорт для людей похилого віку»



### МЕДІА

Наше місто, мультимедійна платформа

### ОХОПЛЕННЯ

Регіональне медіа  
(Дніпро, Дніпропетровська область)

### КОНТЕКСТ

В українському медіапросторі люди старшого віку часто зображуються переважно через призму вразливості, потреб або соціальних проблем. Такий підхід звужує уявлення про старший вік і майже не залишає місця для історій активності, самореалізації та взаємодії з громадою.

Для локальних медіа тема старшого віку має особливе значення, адже саме на рівні міста формується щоденна якість життя літніх людей – через доступ до культурних, освітніх і соціальних ініціатив.

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Регіональне медіа «Наше місто» підготувало лонгрід «Мистецтво жити з інтересом: як у Дніпрі створюють комфорт для людей похилого віку», у якому розкрито історії дніпрян старшого віку, які продовжують активно жити, розвиватися та бути корисними для своєї громади. **У матеріалі:**

- показано приклади самореалізації у «золоті роки» – відкриття нових талантів, участь у спільнотах, допомогу іншим;

- продемонстровано, як місто та місцеві ініціативи створюють більш комфортне й інклюзивне середовище для людей старшого віку;
- зміщено фокус із проблемності віку на його потенціал і цінність досвіду.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Журналісти використали формат лонгріду, побудованого на серії інтерв'ю з активними мешканцями Дніпра старшого віку. Такий підхід дозволив показати старший вік через живі, мотивуючі історії та локальний контекст, уникаючи узагальнень і стереотипів.

Публікація підвищила обізнаність аудиторії щодо потреб і можливостей людей старшого віку, а також привернула увагу до позитивних міських практик їхньої інтеграції у суспільне життя.

Матеріал надихнув читачів на активнішу участь у житті громади та підтримку міжпоколінневої солідарності, демонструючи, як журналістика може формувати більш інклюзивне бачення старшого віку.

## ЩО МОЖУТЬ ВИКОРИСТАТИ ІНШІ РЕДАКЦІЇ:

01

**Розповідати про життя людей старшого віку через призму активності й самореалізації, а не лише проблем чи обмежень.**

02

**Уникати інфантилізації та жалості.** Говорячи про людей старшого віку, не зводити їхній досвід до «вразливості» чи «самотності» — натомість показувати вибір, активність і агентність.

03

**Працювати з віком так само уважно, як із гендером чи інвалідністю.** Вік — це не характеристика «проблеми», а частина ідентичності, яка заслуговує на повагу й точну мову.

04

**Запитувати не лише «як вам важко», а й «що вам цікаво».** Питання про хобі, плани, інтереси й мотивацію змінюють тон розмови та відкривають нові історії.

05

**Уникати узагальнень на кшталт «усі пенсіонери».** Старший вік — неоднорідний; різні люди мають різний досвід, здоров'я, ресурси й можливості.

06

**Показувати роль локальних ініціатив і громад, які безпосередньо впливають на якість життя старших людей.**

07

**Залучати героїв як експертів власного життя.** Люди старшого віку можуть коментувати не лише «свою долю», а й міські процеси, культуру, зміни в громаді.

08

**Використовувати лонгріди для зміни усталених уявлень і популяризації цінностей міжпоколінневої підтримки.**

# Практика 11.

## Видимість жіночого героїзму в умовах війни через локальні історії: досвід медіа «Вість» (Чернігів)



### КЕЙС

Проект «Сильна жінка»

### МЕДІА

Вість, мультимедійна платформа

### ОХОПЛЕННЯ

Регіональне медіа  
(Чернігів, Чернігівська область)

### КОНТЕКСТ

Повномасштабна війна особливо гостро вдарила по прикордонних регіонах України, зокрема по Чернігівщині, яка пережила облогу, масовані обстріли та гуманітарну кризу. У цих умовах жінки часто брали на себе критично важливі ролі – рятували життя, підтримували громади, дбали про дітей і вразливих людей, ухвалювали рішення в ситуаціях крайньої небезпеки.

Водночас локальні жіночі історії війни ризикують залишатися невидимими поза межами регіону або зводитися до узагальнених образів «жертв». Проект «Сильна жінка» став спробою зафіксувати реальний жіночий досвід війни через живі, конкретні історії.

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

У 2024–2025 роках регіональне медіа «Вість» реалізувало проект «Сильна жінка», який складався з 50 журналістських матеріалів про українських жінок у контексті повномасштабного вторгнення.

У центрі проекту – історії жіночого героїзму, материнства, професійної відповідальності та виживання під час війни, які отримали широкий резонанс у медіапросторі.

Серед найяскравіших матеріалів циклу:

- 🔗 «Пологи в бомбосховищі: акушерка Віра Целик і її 42 дні в облозі Чернігова» – історія про народження дітей при світлі генератора, під обстрілами
- 🔗 «Чемодан, дві сумки й тазик. Модульні містечка заповнюють семенівці» – розповіді жінок, які були змушені залишити домівки, рятуючи своїх дітей.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Журналісти працювали з реальними свідченнями та особистими історіями жінок, щоб передати складність, напруження і водночас силу їхнього досвіду під час війни.

У матеріалах **використано наратив, що:**

- показує жінок як активних учасниць подій, а не пасивних жертв;
- підкреслює стійкість, відповідальність і здатність ухвалювати рішення в критичних обставинах;
- поєднує емоційний вимір із документуванням локальної історії війни.

## ВПЛИВ

Проект набув загальнонаціонального звучання: матеріали активно передруковували, поширювали в соціальних мережах і обговорювали. Історії привернули увагу до ролі жінок у війні та їхнього внеску у виживання й підтримку громад у прикордонному регіоні.

Проект також став прикладом того, як локальне медіа може впливати на формування ширшого національного наративу про війну.

Очільниця чернігівської газети «Вість» Ольга Макуха зазначає, що локальні медіа фіксують жіночі історії війни – про окупацію, втрати, поранення, пологи в бомбосховищах, материнство під обстрілами, волонтерство та щоденне виживання – як живий і конкретний досвід жінок Чернігівщини. За її словами, впізнаваність імен, вулиць і місць допомагає жінкам усвідомити цінність власного досвіду та його значущість для історії. Це, на думку Макухи, сприяє формуванню колективної пам'яті регіону, у якій жіночі голоси звучать рівноправно з чоловічими.



**“Таким чином локальне медіа робить внесок в утвердження гендерної рівності, визнаючи жіночий досвід війни важливою частиною суспільного досвіду. Водночас медіа допомагає проговорити травму, відчувати підтримку й солідарність, зміцнюючи єдність громади”,**

– додає вона.

## ЩО МОЖУТЬ ВИКОРИСТАТИ ІНШІ РЕДАКЦІЇ:

01

**Системно працювати з жіночими історіями у контексті війни, соціальних криз і надзвичайних ситуацій.**

02

**Показувати особистий досвід як інструмент емпатії, взаємної підтримки та суспільної солідарності.**

03

**Фіксувати локальну історію війни, зберігаючи голоси жінок як важливу частину колективної пам'яті.**

# Практика 12.

## Гендерна видимість у міському просторі: досвід медіа «Місто і річка» (Дніпро)



### КЕЙС

«Чому у Дніпрі так мало жінок мають звання Почесних громадян?»

Читати



### МЕДІА

Місто і річка, онлайн-видання

### ОХОПЛЕННЯ

Регіональне медіа  
(Дніпро, Дніпропетровська область)

### КОНТЕКСТ

Міські нагороди та символічне визнання формують уявлення про те, хто є «важливим» для історії та ідентичності міста. Водночас гендерний вимір таких рішень часто залишається поза публічною увагою. У Дніпрі звання «Почесний громадянин міста» історично отримували переважно чоловіки, що відображає не лише минулі практики, а й сучасні механізми видимості.

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Редакція «Міста і річки» підготувала аналітичний матеріал, у якому:

- показано, що серед почесних громадян Дніпра лише чотири жінки;
- порушено питання гендерної нерівності у відзначенні досягнень і суспільній видимості жінок;
- поставлено публічне запитання до міста та громади: чому жіночий внесок так рідко отримує офіційне визнання?

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

- Проведено аналіз списків почесних громадян і статистичне порівняння кількості чоловіків і жінок.
- Матеріал подано у форматі суспільного запитання й дослідницького тексту, що заохочує до дискусії.
- Текст адаптовано для соціальних мереж, щоб вийти за межі «вузької» аудиторії сайту.

## ВПЛИВ

Матеріал привернув увагу до теми, яка раніше майже не артикулювалася у регіональному медіапросторі – гендерної нерівності у міському символічному визнанні. Публікація стимулювала обговорення ролі жінок у житті Дніпра та механізмів, через які формується міська пам'ять.

Наталя Куліді, шефредакторка медіа «Місто і річка», наголошує, що роль локального медіа полягає в умінні знаходити історії гендерної несправедливості та виносити їх у публічний простір, ініціюючи обговорення й дискусії як перший крок до повернення «голосів» жінок. За її словами, редакція свідомо намагалася подати жіночі історії крізь призму сучасності, тому обрала формат коміксної ілюстрації – «наче ми вписуємо наших героїнь у сучасний контекст міста».

”

**«Ми на 90% жіноча редакція, тому, звісно, нам хочеться підтримувати «своїх» там, де можемо»,**

— додає вона.

## ЩО МОЖУТЬ ВИКОРИСТАТИ ІНШІ РЕДАКЦІЇ:

01

**Піднімати гендерні й соціальні питання**, навіть якщо вони не є «очевидними» для місцевого порядку денного.

02

**Використовувати дані та конкретні приклади** для підкріплення суспільної критики.

03

**Працювати з міською символікою** як із предметом журналістського аналізу, а не лише новин.

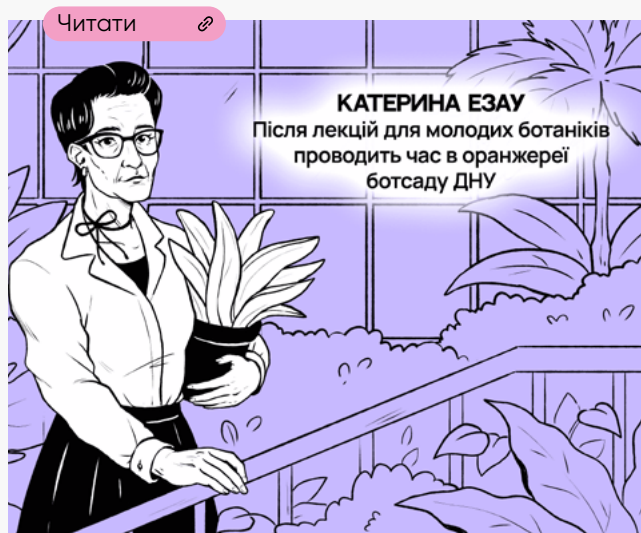
# Практика 13.

Повернення жінок у міську історію через спецпроект і мистецькі практики: досвід медіа «Місто і річка» (Дніпро)



## КЕЙС

Спецпроект «Жінки міста на річці»  
(до 8 Березня)



## МЕДІА

Місто і річка, онлайн-видання

## ОХОПЛЕННЯ

Регіональне медіа  
(Дніпро, Дніпропетровська область)

## КОНТЕКСТ

Історія міста зазвичай фіксується через чоловічі імена, тоді як внесок жінок часто залишається на маргінесі або зникає з колективної пам'яті. Для Дніпра це означає втрату значної частини власної історії – від часів Катеринослава до сьогодення.

## ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

До 8 Березня редакція реалізувала спецпроект «Жінки міста на річці», присвячений видатним дніпрянкам. Проект:

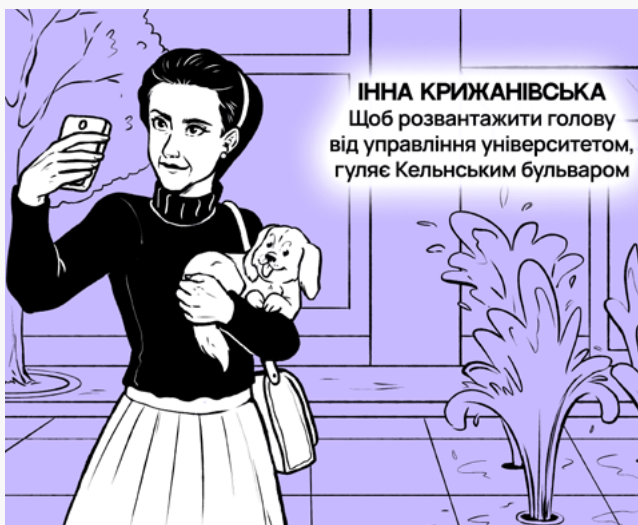
- поєднав текстові матеріали з активним реперакуванням для соцмереж;
- включив унікальні ілюстрації дніпровської мисткині Стасі Великодної, виконані у стилі коміксів;
- актуалізував тему гендерної видимості: за всю історію міста лише вісім жінок отримали звання почесних громадян.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

- Журналісти спільно з істориками відновили імена та біографії видатних дніпрянок.
- Художнє оформлення стало окремим інструментом сторітелінгу – ілюстрації «оживили» героїнь і зробили матеріал візуально впізнаваним.
- Проєкт поєднав історичний контекст, сучасне мистецтво й соціальний меседж, що зробило його доступним для ширшої аудиторії.

## ВПЛИВ

Уперше жіночі історичні постаті Дніпра були масово повернуті в інформаційне поле з яскравою візуальною мовою. Активне поширення матеріалів у соцмережах підвищило їхню видимість і зацікавлення аудиторії. Проєкт став прикладом того, як локальна журналістика може відновлювати історичну справедливість і формувати інклюзивніший образ міста.



Ілюстрація: Стася Великодна



Фото: Інна Крижанівська. Джерело: gorod.dp.ua

## ЩО МОЖУТЬ ВИКОРИСТАТИ ІНШІ РЕДАКЦІЇ:

01

**Висвітлювати маргіналізовані жіночі історії у міському та культурному контексті.**

02

**Поєднувати журналістику з мистецтвом і візуальним сторітелінгом.**

03

**Використовувати соцмережі та інтерактивні формати для залучення нових аудиторій і посилення ефекту матеріалів.**

# Практика 14.

## Інформування про підтримку ветеранів і ветеранок у працевлаштуванні: досвід медіа «Ямпільські вісті» (друковане видання, Ямпіль, Вінницька область)



### КЕЙС

Інформаційно-аналітичний матеріал про можливість служби зайнятості для ветеранів(-ок)



### МЕДІА

Ямпільські вісті, друковане видання

### ОХОПЛЕННЯ

Регіональне медіа (Ямпіль, Вінницька область)

### КОНТЕКСТ

Для невеликих громад питання повернення ветеранів і ветеранок до цивільного життя має особливу вагу. Саме на місцевому рівні люди найчастіше шукають роботу, перекваліфікуються або вирішують започаткувати власну справу. Водночас доступ до зрозумілої інформації про державні сервіси підтримки в малих містах і громадах часто обмежений.

У такому контексті друковані локальні медіа залишаються важливим джерелом практичної інформації – особливо для старшої аудиторії та людей без постійного доступу до цифрових ресурсів.

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

У виданні «Ямпільські вісті» опубліковано інформаційно-аналітичну статтю про можливість служби зайнятості для ветеранів і ветеранок.

У матеріалі:

→ розкрито тему працевлаштування захисників(-иць) як одного з ключових викликів післявоєнного відновлення громади;

- окреслено основні потреби ветеранів(-ок) після повернення з війни – реабілітація, перекваліфікація, пошук роботи або відкриття власної справи;
- наголошено на важливості системної, а не разової підтримки.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Матеріал підготовлено у форматі доступного роз'яснення, адаптованого до друкованого формату. **Журналістський підхід включав:**

- фокус на конкретних можливостях служби зайнятості: професійне навчання, зміна фаху, супровід у працевлаштуванні, підтримка самозайнятості;
- пояснення процедур простою, зрозумілою мовою без складної бюрократичної термінології;
- орієнтацію на практичну користь для мешканців громади, які можуть одразу застосувати отриману інформацію.

## ВПЛИВ

Публікація підвищила поінформованість ветеранів і ветеранок Ямпільської громади про доступні інструменти повернення до цивільного життя та економічної активності.

Матеріал також сприяє формуванню розуміння, що підтримка ветеранів – це довготривалий і системний процес, у якому місцева спільнота та сервіси відіграють ключову роль.

Заступниця головної редакторки видання «Ямпільські вісті» Світлана Наконечна пояснює, що мешканці маленьких громад довіряють друкованим медіа, адже газета для них – це не просто джерело новин, а хроніка життя громади.

За її словами, довіра тут не формується через лайки чи охоплення, а «виростає з часу»: «Якщо газета пережила століття, значить, у ній є правда і відповідальність».

Наконечна також наголошує, що друкований формат змушує журналістів працювати повільніше й чесніше, адже в папері немає можливості швидко виправити або видалити сказане. «Коли подаєш складну або чутливу інформацію, ти ніби залишаєш слід в історії громади, а не просто робиш публікацію», – зазначає вона.

Для журналістки робота в «Ямпільських вістях» – це спосіб говорити з людьми не через коментарі, а майже віч-на-віч, через сторінки газети. Вона підкреслює, що в маленькій прикордонній громаді надруковане слово сприймається як перевірене й пережите разом із читачами, тому журналістська відповідальність тут означає писати так, «щоб не було соромно дивитися людям у вічі», адже редакція й громада – це, по суті, одне ціле.

## ЩО МОЖУТЬ НАСЛІДУВАТИ ІНШІ МЕДІА

01

**Використовувати друковані формати** для поширення прикладної інформації, особливо в громадах із обмеженим цифровим доступом.

02

**Регулярно інформувати про сервіси для ветеранів і ветеранок**, а не лише в межах пам'ятних дат.

03

**Поєднувати соціальну тематику з практичними роз'ясненнями**, корисними для повсякденного життя громади.

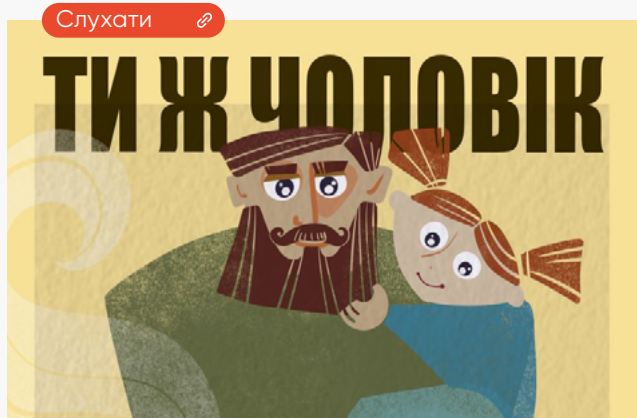
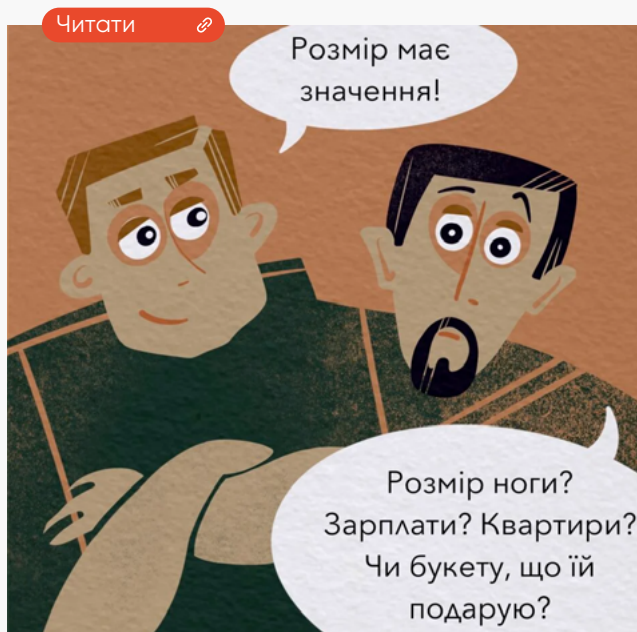
# Практика 15.

Розмова про гендерні стереотипи з чоловіками як цільовою аудиторією: кейс онлайн-видання «Гречка» (Кропивницький)



## КЕЙС

Цикл аналітичних матеріалів і подкаст «Ти ж чоловік»



## МЕДІА

Інформаційний портал «Гречка», онлайн-видання

## ОХОПЛЕННЯ

Регіональне медіа (Кропивницький, Кіровоградська область)

## КОНТЕКСТ

У публічному дискурсі гендерні теми зазвичай адресуються жінкам, тоді як вплив гендерних стереотипів на чоловіків часто залишається недооціненим або табуйованим. Це ускладнює розмову про психічне здоров'я, емоції, тілесність і вразливість чоловіків, а також зву-жує можливості для переосмислення моделей маскулінності.

## ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Редакція «Гречки» створила цикл аналітичних матеріалів про вплив гендерних стереотипів на суспільство з фокусом саме на чоловічій аудиторії. **У матеріалах:**

- проаналізовано, як стереотипи шкодять психологічному, фізичному та соціальному добробуту чоловіків;

- порушено теми здоров'я, сексуальності, емоційної вразливості та соціального тиску;
- показано позитивні приклади подолання стереотипів, а не лише проблемні аспекти.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

- Публікації виходили на сайті упродовж 2023–2024 років.
- Згодом матеріали були озвучені та адаптовані у формат подкасту, що дозволило розширити аудиторію.
- На основі циклу створено окремий подкаст «Ти ж чоловік», який зробив складну тему доступнішою та менш конфронтаційною.

У редакції пояснюють, що під час підготовки циклу матеріалів про гендерні стереотипи **свідомо обрали нетиповий підхід до формування тем і заголовків**. Хоча аналіз впливу гендерних стереотипів на суспільство переважно стосується жіночого досвіду, автори навмисно змістили фокус і зробили акцент на чоловіках — як у заголовках, так і в прикладах. У редакції наголошують, що багато гендерних стереотипів мають двосторонній характер і впливають на різні групи, а такий ракурс допоміг залучити ширшу аудиторію до розмови.

За словами представників медіа, **особливо цінними стали відгуки** читачів і читачок, які зізнавалися, що використовували матеріали циклу як аргументи в дискусіях про гендерні питання — як чоловіки, так і жінки. Окремі публікації мали й глибший особистий ефект. Так, у матеріалі про вплив стереотипів у подружніх стосунках частина читачок упізнавала описані ситуації та вперше усвідомлювала, що пережитий досвід був формою насильства і не є нормою.



«Ми в “Гречці” намагаємося, якщо писати про проблему, то з використанням принципів журналістики рішень. А як це зробити, коли пишеш про гендерні стереотипи? На відповідь підштовхнула Тамара Марценюк, яка виступила експерткою в частині матеріалів циклу. Не просто описати проблему, а й показати приклади тих, хто ці стереотипи руйнує. Як на мене, саме буденні приклади з життя цього “зламу” шкідливих стереотипів вплинуть краще, ніж сторінки високочолої аналітики»,

— розповідає **Ірина Требунських**, журналістка видання.

## ВПЛИВ

Два матеріали циклу вийшли у фінал українського журналістського конкурсу **«Честь професії» у 2024 році**. Проект сприяв розширенню суспільної дискусії про шкоду гендерних стереотипів для чоловіків і необхідність їх переосмислення.

Аудіоформат допоміг **залучити нову аудиторію**, зокрема чоловіків, які рідше взаємодіють із аналітичними текстами на гендерну тематику.

## ЩО МОЖУТЬ НАСЛІДУВАТИ ІНШІ МЕДІА

01

Говорити про гендерну рівність, звертаючись до чоловіків як до цільової аудиторії, а не лише до жінок.

02

Поєднувати аналітику з аудіоформатами, щоб знизити поріг входу в складні теми.

03

Показувати не лише проблеми, а й приклади змін, які можуть бути підтримувальними й мотивуючими.



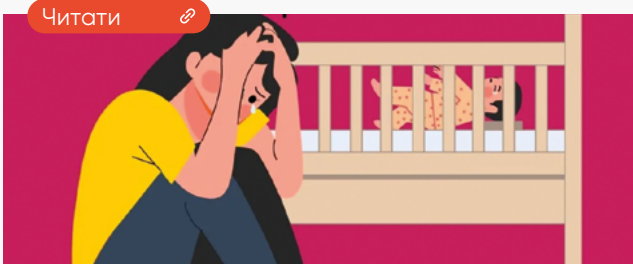
# Практика 16.

Етичне висвітлення теми післяпологової депресії та «вікна життя»: досвід онлайн-видання «Гречка» (Кропивницький)



## КЕЙС

Цикл аналітичних матеріалів про післяпологову депресію жінок



## МЕДІА

Інформаційний портал «Гречка»,  
онлайн-видання

## ОХОПЛЕННЯ

Регіональне медіа  
(Кропивницький, Кіровоградська область)

## КОНТЕКСТ

Післяпологова депресія залишається стигматизованою темою, а публічні історії про кризове материнство часто подаються через осуд, сенсаційність або спрощені моральні оцінки. Такий підхід лише посилює страх жінок звертатися по допомогу.

## ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Редакція «Гречки» опублікувала матеріал про жінку з Кропивницького, яка під час післяпологової депресії залишила немовля у «Вікні життя».

### У матеріалі:

- порушено соціально чутливу тему психічного здоров'я жінок;
- увагу зосереджено на внутрішньому стані героїні, її страхах і переживаннях;
- свідомо відмовилися від осуду чи формальних оцінок вчинку.

## ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Матеріал подано через призму особистого досвіду жінки з акцентом на післяпологову депресію як медичний і психологічний стан.

Редакція обрала неосудливу, емпатійну тональність, підкреслюючи, що звернення по допомогу у кризовій ситуації є необхідним і відповідальним кроком.



«Це був виклик для редакції: як написати про цей випадок, щоб героїня не зазнала осуду. Тому написали через призму її почуттів і переживань, акцентом, що попросити про допомогу – нормально. Як не дивно, не було жодної негативної реакції. Згодом героїня зв'язалася знову з редакцією і розповіла, що рішенням суду їм повернули дитину, вона продовжує лікування від депресії під наглядом фахівців»,

– поділилась **Ірина Требунських**, журналістка видання.

## ВПЛИВ

Публікація не викликала негативної реакції аудиторії, що є показовим для такої чутливої теми. Матеріал сприяв більш зваженому й емпатійному сприйняттю післяпологової депресії.

Згодом героїня повторно звернулася до редакції й повідомила, що дитину повернули в родину за рішенням суду, а вона продовжує лікування під наглядом фахівців – що стало непрямым свідченням важливості підтримувального, а не стигматизуючого підходу.

## ЩО МОЖУТЬ НАСЛІДУВАТИ ІНШІ МЕДІА

01

**Писати про соціально чутливі теми з фокусом на людський досвід**, а не на осуд – ставлячи в центр історії почуття, мотивації та контекст життя людини.

02

**Використовувати емпатійну, нестигматизуючу мову** у матеріалах про психічне здоров'я, материнство та кризові ситуації, уникаючи сенсаційних заголовків і моралізаторських формулювань.

03

**Працювати з героями як з партнерами, а не «об'єктами історії»:** пояснювати, як буде використано матеріал, узгоджувати чутливі деталі, поважати право на паузу або мовчання.

04

**Чітко відокремлювати факти від суспільних оцінок**, не підмінюючи журналістське інформування моралізаторством чи квазіекспертними висновками.

05

**Додавати до матеріалів інформацію про можливості допомоги** (контакти служб підтримки, гарячі лінії, консультації), щоб текст мав практичну цінність для читачів у схожих ситуаціях.

06

**Системно працювати з темами психічного здоров'я**, а не лише у кризові моменти, формуючи звичку говорити про них без страху й стигми.

07

**Відстежувати реакцію аудиторії та бути готовими пояснювати редакційну позицію**, якщо тема викликає дискусію або запитання.

# Практика 17.

## Подолання гендерних стереотипів у батьківстві через локальну журналістику: досвід онлайн-видання «Громада. Груп» (Харків)



### КЕЙС

«Як молодий вчитель з Артемівки сам виховує трьох дітей»



В умовах війни, втрат і руйнування сімейних структур ці уявлення потребують особливого переосмислення.

Для прифронтових громад Харківщини історії сімей, які пережили окупацію й продовжують життя в умовах війни, стають важливим джерелом соціальної підтримки та нормалізації різних моделей родини.

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Редакція «Громада. Груп» опублікувала соціально-портретний матеріал про Олега Михайлева – вчителя історії з Артемівки Печенізької селищної громади, який після смерті дружини самостійно виховує трьох дітей.

#### У матеріалі:

- розкрито досвід соло-батька без апеляції до жалю чи сенсаційності;
- показано щоденну відповідальність і турботу чоловіка як нормальну складову батьківства;
- окреслено шлях родини, що пережила російську окупацію та адаптується до життя під час війни.

### МЕДІА

Мережа місцевих медіа «Громада. Груп», онлан-видання

### ОХОПЛЕННЯ

Регіональне медіа (Харків, Харківська область)

### КОНТЕКСТ

Гендерні стереотипи щодо батьківства в українському суспільстві досі залишаються стійкими: виховання дітей часто сприймається як «жіноча» відповідальність, тоді як роль чоловіків у цій сфері знецінюється або подається як виняткова.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Матеріал побудовано у форматі соціального портрета, зосередженого на повсякденному житті родини. **Журналістський підхід включає:**

- детальний опис сімейної історії та буденних викликів виховання дітей;
- свідоме уникання героїзації, драматизації чи емоційного тиску на читача;
- фокус на ролі батька як вихователя, опікуна і стабільної фігури в житті дітей;
- дотримання етичних стандартів у роботі з темою приватності дітей.



«Тема «Татусь у декреті» – тема практично у медіа відсутня. Можливо тому, що в Україні дуже низький відсоток використання цієї можливості, за різними оцінками, лише 2–3% батьків оформлюють батьківську відпустку, що значно менше, ніж у багатьох європейських країнах, хоча суспільні опитування показують, що значна частина українців (близько 85%) вважають це нормою, якщо дохід жінки вищий за дохід чоловіка, але реалії та стереотипи обмежують цю практику»,

– розповіла **Олена Зеленіна**, шефіня аналітичного відділу мережі місцевих медіа Харківщині «Громада.груп».

Олена Зеленіна також зазначає, що стереотипи у висвітленні батьківства живляться винятками. За її словами, коли медіа зосереджуються лише на образах «ідеальних» або, навпаки, «жахливих» батьків, вони формують нереалістичне тло для більшості людей.

Саме тому ключовою журналістською порадою вона вважає **відмову від оціночних суджень**, адже відсутність моралізаторства й оцінок є найкращим запобіжником від відтворення стереотипів у темі батьківства.

Вона пояснює, що під час роботи з особистими історіями, особливо коли йдеться про дітей, журналістам важливо ретельно зважувати баланс між суспільною значущістю теми та приватністю героїв. За її словами, у чутливих випадках доцільно змінювати імена та уникати впізнаваних локацій, таких як школа чи двір. Олена Зеленіна також наголошує на необхідності прозорої комунікації з героями: журналіст має пояснити не лише, де буде опублікований матеріал, а й які реакції та коментарі можуть з'явитися в соціальних мережах, адже людина повинна усвідомлювати наслідки «цифрового сліду». Водночас Зеленіна підкреслює, що журналісти не мають примушувати героїв повторно переживати біль заради емоційного ефекту чи яскравого заголовка.

## ВПЛИВ

Публікація сприяє руйнуванню стереотипу про батьківство як виключно «жіночу» сферу та підвищує видимість чоловіків у ролі відповідальних і залучених батьків. Матеріал також:

- підтримує суспільне прийняття різних моделей сім'ї;
- показує, як локальна журналістика може говорити про складні соціальні теми без стигматизації;
- формує емпатійне сприйняття сімей, що живуть у прифронтових громадах.

## ЩО МОЖУТЬ НАСЛІДУВАТИ ІНШІ МЕДІА

01

Висвітлювати чоловіче батьківство без сенсаційності й екзотизації, не подаючи його як «виняток» або «подвиг».

02

Уникати мови жалю та надмірної героїзації, зосереджуючись на відповідальності та щоденних рішеннях.

03

Показувати батьківство як процес, а не лише як реакцію на трагедію чи втрату.

04

Руйнувати гендерні стереотипи через нормалізацію, дозволяючи історії говорити самій за себе.

05

Працювати з соціальними темами через конкретні людські історії, а не абстрактні узагальнення.

06

Враховувати локальний контекст війни та окупації, показуючи стійкість громад і сімей.

07

Дотримуватися етичного підходу до приватності дітей, не використовуючи їх як емоційний інструмент.

# Практика 18.

## Видимість ветеранських досвідів і подолання стигматизації через розмову від першої особи: досвід Радіо «Накипіло» (Харків)



### КЕЙС

Серія подкастів «Пліч-о-пліч»

Слухати



### МЕДІА

Радіо «Накипіло», мультимедійна платформа

### ОХОПЛЕННЯ

Регіональне медіа (Харків, Харківська область)

### КОНТЕКСТ

Після початку повномасштабної війни кількість ветеранів і ветеранок в Україні стрімко зростає, водночас суспільний дискурс про їхній досвід часто залишається обмеженим двома крайнощами – героїзацією або стигматизацією.

Ветеранські досвіди нерідко зводяться до образу травми, втрати чи «інакшості», що ускладнює повернення до цивільного життя, сприяє соціальній ізоляції та відтворює дискримінаційні уявлення.

У такому контексті медіа відіграють ключову роль у формуванні відповідального, неупередженого й людського погляду на ветеранів – як на різних людей із власними історіями, досвідом і потенціалом для активної участі в суспільному житті.

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Медіаплатформа «Накипіло» створила серію подкастів «Пліч-о-пліч», у центрі яких – розмови з воїнами та ветеранами визвольної війни. **У подкастах:**

- порушуються теми повернення з фронту до цивільного життя, адаптації та реабілітації;
- приділяється увага ментальному здоров'ю, тілесним змінам, інклюзивності та запобіганню соціальній ізоляції;
- ветерани говорять про власний досвід без нав'язаних рамок героїзації чи жалю.

Окремий епізод присвячено **Дмитру Козацькому (позивний Орест)** – ветерану, громадському спікеру та проєктному менеджеру із залучення ветеранів до оборонної галузі, що дозволяє показати ветеранський досвід також у вимірі професійної реалізації та громадської участі.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Формат подкастів побудовано як відверті, неконфронтаційні розмови, у яких герої мають можливість говорити від першої особи – у власному темпі та власною мовою. **Редакція свідомо обрала:**

- аудіоформат, який створює відчуття безпечного простору для складних тем;
- фокус на особистому досвіді без узагальнень і стереотипів;
- підхід, що дозволяє говорити не лише про травматичні події, а й про відновлення, пошук нових ролей і форм участі в суспільстві.

Наталя Некипіла, випускова редакторка Радіо «Накипіло», пояснює, що редакція працює з темами ментального здоров'я, тілесних змін і вразливих ветеранських досвідів, спираючись на принципи, закладені в редакційній політиці медіа. Йдеться, зокрема, про **пріоритет гідності людини над сенсаційністю, використання мови без стигматизації та повагу до особистих меж героїв і героїнь**. У матеріалах ветерани не подаються як «кейси» чи узагальнені образи – у центрі завжди залишається їхній власний голос і право контролювати свою історію. За її словами, редакція свідомо уникає драматизації, надмірної героїзації або патологізації досвіду, не чинить тиску на співрозмовників

і враховує психологічну безпеку аудиторії, особливо під час роботи з темами ПТСР, втрат і адаптації до цивільного життя. Це дозволяє мінімізувати ризики повторної травматизації та тригерування слухачів.

Вона також наголошує на **важливості контекстуалізації**: особисті переживання ветеранів не подаються як індивідуальна проблема окремої людини, а вписуються у ширший воєнний і соціальний контекст – зокрема доступ до реабілітації, роль громади та відповідальність держави.



«Такий підхід відгукнувся аудиторії: слухачі та ветерани відзначали спокійний тон, відчуття безпечного простору, де складні теми можна проговорювати без ретравматизації. Критичні відгуки звісно траплялися теж. Ми їх врахували. Локальний контекст Харкова для нас принциповий: місто живе у близькості до бойових дій, і це визначає тон розмов – уважний, стриманий, спрямований на підтримку громади. Радіо говорить не лише про ветеранів, а розмовляє із ними, як з частиною спільноти, для якої досвід війни щоденна реальність»,

– додає Наталя Некипіла.

## ВПЛИВ

Серія подкастів **сприяє зміні сприйняття ветеранів** – від образу виключно носіїв травматичного досвіду до повноцінних і різних учасників суспільного життя.

Матеріали:

- допомагають руйнувати стереотипи, зокрема пов'язані зі змінами тіла, психічним здоров'ям або очікуванням «ідеального героя»;
- підсилюють суспільну дискусію про рівність, гідність, повагу та довіру;
- створюють приклад відповідальної медійної роботи з вразливими досвідами у воєнному й післявоєнному контексті.

## ЩО МОЖУТЬ НАСЛІДУВАТИ ІНШІ МЕДІА

01

**Будувати розмову з ветеранами на засадах рівності**, а не через позицію «інтерв'ю з особливою категорією». Ветерани й ветеранки – повноцінні співрозмовники, експерти власного досвіду, а не лише носії травми.

02

**Давати героям можливість говорити від першої особи** й у власному темпі, без тиску на емоції, драматизації або нав'язування очікуваних наративів про «героїзм» чи «страждання».

03

**Уникати узагальнень і стигматизуючої мови**, зокрема формулювань, що автоматично пов'язують ветеранський досвід із психічними розладами, небезпекою чи соціальною ізоляцією.

04

**Працювати з темами ментального здоров'я відповідально**, не замінюючи фахову інформацію сенсаційністю, і чітко розрізняючи особистий досвід героя та загальні медичні чи психологічні твердження.

05

**Обирати формати, які знижують конфронтаційність**, зокрема подкасти або довгі розмови, де можливе уважне слухання й пояснення складних тем без спрощень.

06

**Показувати різноманіття ветеранських досвідів**, зокрема жінок-ветеранок, ветеранів з інвалідністю, людей різного віку, професій і життєвих шляхів, уникаючи одноманітних образів.

07

**Зміщувати фокус із війни як події на життя після неї**, розповідаючи про адаптацію, роботу, громадську участь, професійний розвиток і повсякденні виклики.

08

**Погоджувати чутливі моменти з героями**, особливо коли йдеться про тілесні зміни, травматичні досвіди або приватні деталі, і залишати за ними право відмовитися від певних тем.

09

**Уникати експлуатації візуальних або аудіо-ефектів**, які підсилюють драму за рахунок людської гідності, особливо в матеріалах про поранення чи втрати.

10

**Рефлексувати власну редакційну позицію**, визнаючи, що медіа формують суспільне уявлення про ветеранів і несуть відповідальність за те, чи сприятиме цей образ включенню, а не виключенню.

# Практика 19.

## Видимість жінок-військових у культурі пам'яті: досвід Радіо «Накипіло» (Харків)



### КЕЙС

Епізод подкасту «Меморіалізація війни»

Слухати 



### МЕДІА

Радіо «Накипіло», мультимедійна платформа

### ОХОПЛЕННЯ

Регіональне медіа (Харків, Харківська область)

### КОНТЕКСТ

Попри активну участь жінок у Збройних силах України та інших складових сектору безпеки й оборони, їхні військові досвіди залишаються недостатньо представленими у культурі пам'яті. Традиційні практики меморіалізації війни часто відтворюють маскулінні образи героїзму, сформовані під впливом радянського спадку, що призводить до символічного виключення жінок-військових з публічного простору вшанування.

У контексті повномасштабної війни питання того, кого і як ми пам'ятаємо, стає не лише культурним, а й політичним та ціннісним. Видимість жінок-захисниць у меморіальних практиках є важливою умовою формування інклюзивної, справедливої та сучасної культури пам'яті.

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Медіаплатформа «Накипіло» підготувала епізод подкасту «Меморіалізація війни», присвячений темі присутності жінок-військових у культурі пам'яті. У розмові зі співзасновницею та кураторкою платформи культури пам'яті «Минуле / Майбутнє / Мистецтво», докторкою філософських наук і професоркою Київської школи економіки **Оксаною Довгополовою**:

- проаналізовано, чому жіночі військові досвіди залишаються маловидимими в публічному просторі;
- розглянуто вплив радянської мілітарної традиції на сучасні форми вшанування;
- поставлено питання про необхідність переосмислення підходів до меморіалізації з урахуванням гендерної оптики.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Подкаст побудовано у форматі експертної аналітичної розмови з фокусом на культурологічний і філософський аналіз.

### У межах епізоду:

- обговорено сучасні інструменти меморіалізації війни – мистецькі проєкти, фестивалі пам'яті, публічні кампанії, локальні меморіали;
- показано, як культурні практики можуть як відтворювати нерівність, так і ставати інструментом змін;
- матеріал створено у співпраці з «Дівоче. Медіа», що дозволило розширити охоплення та залучити аудиторію, зацікавлену в гендерній тематиці та культурних процесах.

Формат подкасту дав змогу осмислювати тему не через окремі кейси, а як довготривалий суспільний процес, що потребує рефлексії та системних рішень.

## ВПЛИВ

Епізод сприяв формуванню нового погляду на вшанування жінок-військових як повноправних учасниць війни, а не винятків із «чоловічого» наративу.

### Матеріал:

- підсилив публічну дискусію про необхідність змін у культурі пам'яті;
- привернув увагу до символічної нерівності у практиках меморіалізації;
- викликав активний відгук аудиторії у соціальних мережах – коментарі, поширення, обговорення.

## ЩО МОЖУТЬ НАСЛІДУВАТИ ІНШІ МЕДІА

01

**Інтегрувати гендерну оптику в теми війни, пам'яті та вшанування**, не обмежуючись новинними повідомленнями про участь жінок у бойових діях.

02

**Ставити питання про видимість і виключення**, аналізуючи, чиї досвіди представлені у меморіальних практиках, а чиї – системно ігноруються.

03

**Працювати з експертами й експертками** з гуманітарних, культурологічних і філософських дисциплін для глибшого осмислення складних тем, які виходять за межі щоденної новинної логіки.

04

**Використовувати подкасти та довгі формати** для обговорення довготривалих суспільних процесів, де важлива не швидкість, а контекст і рефлексія.

05

**Критично переосмислювати радянську спадщину** в мові, символах і формах меморіалізації, пропонуючи альтернативні, інклюзивні підходи.

06

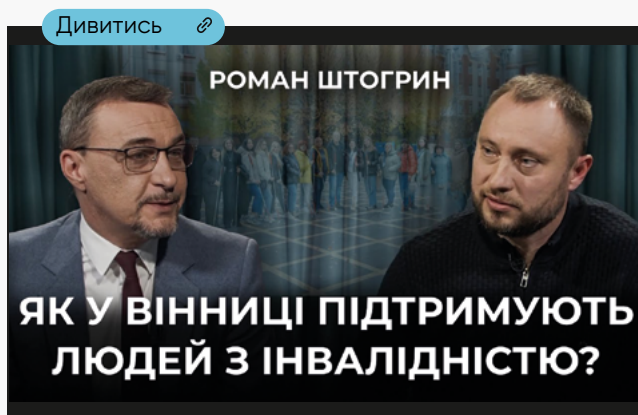
**Співпрацювати з іншими медіа та культурними платформами**, щоб розширювати аудиторію та поєднувати різні перспективи в розмові про пам'ять і війну.

# Практика 20.

## Підвищення інклюзії та видимості людей з інвалідністю через реабілітацію та участь у житті громади: досвід телевізійного агентства «ВІТА» (Вінниця)

### КЕЙС

Ток-шоу «На часі» – реабілітація людей з інвалідністю



### МЕДІА

«ВІТА», інформаційно-телевізійне агентство

### ОХОПЛЕННЯ

Регіональне медіа (Вінниця, Вінницька область)

### КОНТЕКСТ

В умовах повномасштабної війни кількість людей з інвалідністю в Україні зростає, зокрема внаслідок поранень, травм і погіршення стану здоров'я. Водночас медійне висвітлення цієї теми часто обмежується емоційними сюжетами або зосереджується на інвалідності

як на «проблемі», а не на правах, можливостях і системних рішеннях. Для регіональних медіа особливо важливо говорити про інклюзію в прикладному вимірі – показувати, які сервіси існують на місцевому рівні, як працює реабілітація, які можливості мають люди з інвалідністю для повноцінної участі в житті громади.

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Інформаційно-телевізійне агентство «ВІТА» підготувало випуск ток-шоу «На часі», присвячений темі інклюзії людей з інвалідністю у Вінниці.

#### У програмі:

- обговорено ключові аспекти соціальної інтеграції людей з інвалідністю – реабілітацію, професійне навчання, працевлаштування та підтримку родини;
- акцентовано на тому, що люди з інвалідністю мають право не лише на базову допомогу, а на повноцінне життя та участь у суспільних процесах;
- тема подана не через співчуття чи драматизацію, а через розмову про можливості, сервіси й відповідальність громади.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Ток-шоу побудовано у форматі студійної експертної дискусії з ведучим Олексієм Літвіновим. **До розмови залучено фахових спікерів**, зокрема директора центру комплексної реабілітації «Поділля» Романа Штогриня, що дозволило: говорити про реабілітацію на основі практичного досвіду; представити конкретні приклади доступних сервісів і програм підтримки; пояснити важливість комплексного підходу – поєднання психологічної, професійної та соціальної допомоги.

Формат ток-шоу дав змогу поєднати інформаційний і просвітницький підхід, зробивши складну тему зрозумілою для широкої регіональної аудиторії.

## ВПЛИВ

Матеріал сприяв посиленню суспільної дискусії про доступність міських послуг і необхідність системної підтримки людей з інвалідністю на рівні громади.

### Програма:

- демонструє позитивні приклади взаємодії громадських і державних структур;
- зміщує фокус із обмежень на можливості та права;
- підвищує обізнаність аудиторії щодо реабілітаційних і соціальних сервісів у регіоні.

## ЩО МОЖУТЬ НАСЛІДУВАТИ ІНШІ МЕДІА

01

**Говорити про інвалідність у правозахисній рамці**, підкреслюючи права, гідність і можливості людей з інвалідністю, а не зводячи тему до співчуття чи благодійності.

02

**Залучати фахових експертів і практиків**, які працюють у сфері реабілітації, освіти чи працевлаштування, щоб розмова ґрунтувалася на реальних рішеннях, а не абстрактних тезах.

03

**Показувати локальні сервіси та інструменти підтримки**, корисні для конкретної громади, замість узагальнених міркувань про «проблему інвалідності».

04

**Використовувати студійні формати** для спокійного й неконфліктного обговорення складних соціальних тем із можливістю пояснення та уточнення.

05

**Уникати мови, що підсилює стигматизацію**, зокрема формулювань, які фіксують людину лише через її інвалідність, а не через ролі, досвід і участь у суспільстві.

06

**Підкреслювати комплексність підтримки**, показуючи, що реабілітація – це не лише медичний процес, а також психологічна, соціальна й професійна інтеграція.

07

**Розглядати інклюзію як спільну відповідальність громади**, а не виключно як проблему окремих людей чи сімей.

# Практика 21.

Доступність міста для людей з інвалідністю:  
журналістський аудит безбар'єрного середовища –  
досвід «Телекомпанії Умань» (Умань, Черкаська область)



## КЕЙС

Безбар'єрне середовище в Умані

## МЕДІА

Комунальне підприємство «Телекомпанія  
Умань», телебачення

## ОХОПЛЕННЯ

Регіональне медіа (Умань, Черкаська область)

## КОНТЕКСТ

Доступність міського середовища є однією з ключових умов реалізації прав людей з інвалідністю та інших маломобільних груп – зокрема людей на кріслах колісних, батьків із дитячими візочками, літніх людей. Водночас у багатьох українських містах питання безбар'єрності залишається фрагментарним або декларативним, а реальний стан інфраструктури часто не відповідає задекларованим стандартам.

У цьому контексті локальні медіа можуть відігравати роль громадського контролю, не лише інформуючи про проблему, а й ініціюючи конкретні зміни через залучення громади та діалог із владою.

## ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Журналісти КП «Телекомпанія Умань» провели власний журналістський аудит одного з районів міста з погляду безбар'єрності.

### У межах ініціативи:

- перевірено доступність вулиць та інфраструктури для людей на кріслах колісних і батьків із дитячими візочками;
- зафіксовано проблемні ділянки, що ускладнюють пересування маломобільних груп;
- до обговорення залучено мешканців міста та людей з інвалідністю.

Метою матеріалу було не лише зафіксувати проблему, а привернути увагу до реальних бар'єрів у міському просторі та стимулювати владу до практичних рішень.



«Проект став помітним, адже журналісти не лише показали проблеми, а й залучили до обговорення самих людей з інвалідністю та батьків із візочками. Завдяки цій увазі громади влада почала робити пониження бордюрів у найбільш проблемних місцях, а мешканці отримали можливість публічно вказувати на ділянки вулиць, які потребують облаштування.

Аудиторія активно підтримала ініціативу – у коментарях люди ділилися власними спостереженнями, відзначали позитивні зміни та пропонували конкретні локації для покращення. Таким чином «Телекомпанія Умань» впроваджує практики інклюзивності, формуючи культуру спільної відповідальності за безбар'єрність міського простору» ,

– зазначив **Андрій Вдовиченко**, директор КП «Телекомпанія Умань».

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Журналістська команда:

- здійснила огляд вулиць і об'єктів інфраструктури з позиції користувачів, для яких бар'єри є щоденною реальністю;
- залучила мешканців громади й представників маломобільних груп до фіксації проблемних зон;
- поєднала критичний аналіз із демонстрацією позитивних прикладів змін, які вже відбуваються або можливі.

Такий підхід дозволив сформувати відкрити публічну дискусію про безбар'єрність як спільну відповідальність громади, влади й міських служб.



## ВПЛИВ

Матеріал мав практичні результати на рівні громади:

- місцева влада розпочала облаштування понижень бордюрів у найбільш проблемних локаціях;
- мешканці отримали публічний канал для повідомлення про ділянки, що потребують змін;
- аудиторія активно долучалася до обговорення – ділилася власними спостереженнями, відзначала позитивні зрушення та пропонувала конкретні місця для покращення доступності.

Ініціатива показала, що журналістський матеріал може бути інструментом реальних змін у міському середовищі, а не лише фіксацією проблем.

## ЩО МОЖУТЬ НАСЛІДУВАТИ ІНШІ МЕДІА

01

**Проводити локальні журналістські аудити доступності**, виходячи з реального досвіду маломобільних груп, а не лише з формальних нормативів.

02

**Залучати людей з інвалідністю та інших представників маломобільних груп як безпосередніх учасників матеріалів**, а не сторонніх коментаторів.

03

**Поєднувати критику з рішеннями**, показуючи не лише проблеми, а й можливі шляхи їх усунення та позитивні приклади змін.

04

**Використовувати медіа як платформу громадського діалогу**, де мешканці можуть повідомляти про бар'єри й відстежувати реакцію влади.

05

**Фокусуватися на безбар'єрності як універсальній цінності**, корисній не лише для людей з інвалідністю, а для всієї громади.

06

**Відстежувати наслідки публікацій**, повертаючись до теми після перших змін і демонструючи, що журналістська увага має довготривалий ефект.

# Практика 22.

## Фоторепортаж як інструмент переосмислення видимості жінок у культурній пам'яті: досвід газети «Вісті Зміївщини» (Зміїв, Харківська область)

### КЕЙС

«За спинами в чоловіків. Роздуми на тему гендерної рівності на алеях Личаківського цвинтаря»



### МЕДІА

ТОВ «Редакція газети «Вісті Зміївщини»», друковане видання (онлайн-платформа локального медіа)

### ОХОПЛЕННЯ

Локальне медіа (Зміїв, Харківська область)

### КОНТЕКСТ

Культурна та історична пам'ять часто відтворює нерівність, закладену в суспільстві: досягнення жінок залишаються маловидимими або другорядними навіть у меморіальних просторах.

У наративах про культуру, мистецтво, спорт і громадське життя жінки нерідко постають як «додаток» до відомих чоловіків – дружини, музи, супутниці – незалежно від власного внеску.

Медіа рідко звертаються до цієї теми поза академічним або активістським контекстом, особливо на локальному рівні. Водночас саме локальні видання мають потенціал говорити про культурну пам'ять доступною мовою, залучаючи широку аудиторію до переосмислення усталених уявлень.

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Редакція газети «Вісті Зміївщини» створила фоторепортаж із рефлексією на тему гендерної рівності, використавши простір Личаківського цвинтаря як символічну локацію.

### У матеріалі:

→ сфокусовано увагу на жінках, які зробили вагомий внесок у культуру, мистецтво та суспільне життя, але залишаються малопомітними в історичному наративі;

- показано, як навіть після смерті жіночі імена часто опиняються «за спинами» відомих чоловіків;
- піднято питання того, як культурний контекст і традиції формують нерівну видимість у пам'яті суспільства.

Матеріал не дає готових відповідей, а пропонує читачам простір для осмислення й власних висновків.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Редакція обрала фоторепортаж як ключовий формат, поєднавши: візуальні образи меморіального простору та аналітичні та есеїстичні роздуми про гендерну нерівність.

Конкретний історичний простір – алеї Личаківського цвинтаря – використано не як фон, а як смисловий елемент, що підсилює тему невидимості жінок у культурній пам'яті.

Поєднання фотографії та тексту дозволило говорити про складну гуманітарну тему без академічної мови, звертаючись до емоційного та візуального сприйняття аудиторії.

## ВПЛИВ

Фоторепортаж викликав обговорення серед читачів і читачок, спонукаючи частину аудиторії подивитися на гендерну рівність у культурному контексті під новим кутом зору.

Крім того, матеріал актуалізував тему невидимості жіночих історій у пам'яті, продемонстрував, що навіть локальне медіа може ініціювати складну суспільну розмову, а також розширив уявлення про те, як гендерна нерівність відтворюється не лише в сучасності, а й у способах пам'ятання минулого.

## ЩО МОЖУТЬ НАСЛІДУВАТИ ІНШІ МЕДІА

01

**Використовувати культурні й меморіальні простори** як привід для розмови про сучасні цінності та нерівність, а не лише як об'єкти опису.

02

**Поєднувати візуальні формати з аналітичним текстом**, щоб складні гендерні теми були доступні ширшій аудиторії.

03

**Шукати «невидимі» жіночі історії** у культурному, історичному та локальному контексті, виходячи за межі канонічних наративів.

04

**Стимулювати рефлексію, а не нав'язувати висновки**, створюючи простір для діалогу з аудиторією.

05

**Показувати, що гендерна рівність – це не лише про сучасність, а й про те, як ми пам'ятаємо, називаємо й інтерпретуємо минуле.**

# Практика 23.

## Гендерна рівність у міському просторі: жіноча видимість у топоніміці – досвід онлайн-видання 0564.ua (Кривий Ріг, Дніпропетровська область)

### КЕЙС

**«За всі хвили перейменувань Кривий Ріг отримав понад 60 топонімів на честь жіноцтва»** – інтерв'ю з Ольгою Костіною



### МЕДІА

Сайт **0564.ua**, онлайн-видання

### ОХОПЛЕННЯ

Локальне медіа  
(Кривий Ріг, Дніпропетровська область)

### КОНТЕКСТ

Міська топоніміка є важливим елементом культурної пам'яті та символічного простору, який відображає суспільні цінності та ієрархії. В українських містах історично спостерігався суттєвий гендерний дисбаланс у назвах вулиць, площ і об'єктів – жіночі імена були представлені мінімально або відсутні зовсім.

У період деколонізації та переосмислення радянської спадщини питання гендерної рівності в міському просторі набуває особливої актуальності. Локальні медіа відіграють ключову роль у тому, щоб пояснювати сенс таких змін і показувати, як громадські ініціативи можуть впливати на символічну видимість жінок у публічному просторі.

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Онлайн-видання 0564.ua опублікувало серію матеріалів, присвячених ініціативі «рівні у кривому» та реалізації проєкту «Феміністичний квартал» у Кривому Розі.

#### У матеріалах:

- показано, що упродовж 2023–2024 років місто отримало понад 60 топонімів на честь жінок;
- розкрито значення жіночої видимості в міському просторі;
- порушено теми гендерного дисбалансу, історичної несправедливості та шляхів її подолання.

→ центральним елементом серії стало інтерв'ю з Ольгою Костіною, засновницею ініціативи «рівні у кривому», яка реалізувала проєкт «Феміністичний квартал».

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Редакція застосувала комплексний підхід до висвітлення теми, поєднавши: інтерв'ю з ініціаторкою проєкту та серію новинних і аналітичних матеріалів про події та лекції в межах «Феміністичного кварталу».

Зокрема, **на сайті було опубліковано матеріали:**

- ▶ «Чому права не дають, а беруть: лекторій 3-го «Фемкварталу» у Кривому Розі відкрився лекцією про емансипативні рухи»;
- ▶ «Як правильно застосовувати фемінітиви: у «Фемкварталі 3.0» слухали лекцію про нашуміле»;
- ▶ ««Зупинити чебурашку»: як у феміністичній колажній майстерні криворожанки повертали сенс 8-му Березня».

## ВПЛИВ

Такий формат дозволив показати гендерну рівність не як абстрактну ідею, а як процес реальних змін у міському просторі, що відбуваються завдяки громадській активності.

Серія матеріалів сприяла підвищенню видимості жінок у символічному просторі міста та поясненню значення топонімічних змін для ширшої аудиторії.

## Матеріали:

- показали, що гендерна рівність може мати конкретні, вимірювані результати;
- продемонстрували роль громадських ініціатив у трансформації міського простору;
- сприяли усвідомленню того, що локальні зміни є частиною ширших суспільних процесів.

## ЩО МОЖУТЬ НАСЛІДУВАТИ ІНШІ МЕДІА

01

**Використовувати локальні кейси** для демонстрації того, як гендерна рівність реалізується на практиці, а не лише на рівні декларацій.

02

**Пояснювати символічне значення змін у міському просторі** – топоніміки, назв, меморіальних об'єктів – як елементів культурної пам'яті.

03

**Поєднувати інтерв'ю з експертками та активістками** із серією тематичних матеріалів, щоб забезпечити глибоке й послідовне висвітлення теми.

04

**Показувати зв'язок між громадською активністю та реальними результатами**, надихаючи інші громади на подібні ініціативи.

05

**Говорити про гендерну рівність мовою міського життя**, демонструючи, як вона впливає на щоденний досвід мешканців і мешканок.

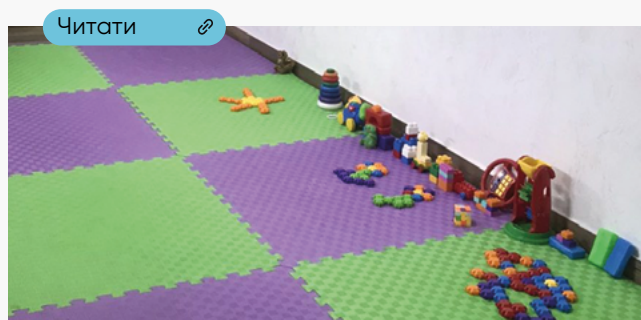
# Практика 24.

Турботлива інфраструктура громади: як медіа ініціюють появу дитячих куточків – досвід видання «Нове життя» (Любешівська громада, Волинська область)

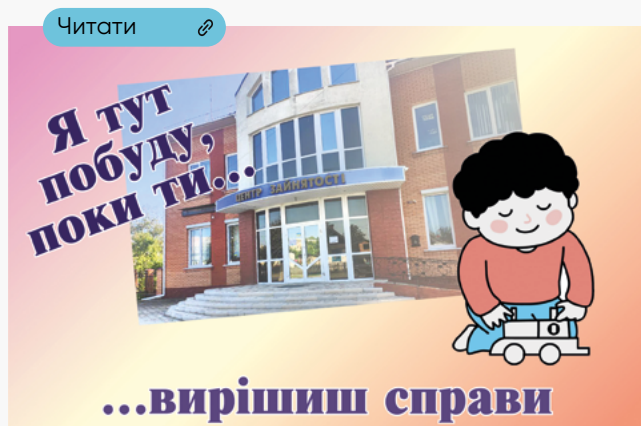
## КЕЙС

Серія матеріалів про дитячі куточки в Любешівській громаді.

«Перепелинати або залишити дитину під наглядом (не)комфорт по-любешівськи»



«Усі за те, аби дитячих куточків стало більше, але поки що їх є лише одиниці»



## МЕДІА

ПП «Редакція "Нове життя"», мультимедійна платформа

## ОХОПЛЕННЯ

Локальне медіа (Волинська область, Любешівська громада)

## КОНТЕКСТ

Наявність дитячих куточків у публічних просторах – медичних установах, адміністративних будівлях, сервісних центрах – є важливою умовою комфортного доступу батьків із малими дітьми до послуг. Водночас у багатьох громадах такі простори або відсутні, або не сприймаються як необхідний елемент інфраструктури.

Ця проблема безпосередньо пов'язана з питаннями доглядової праці, гендерної рівності та інклюзії, адже саме батьки маленьких дітей – переважно жінки – стикаються з бар'єрами у щоденному користуванні публічними сервісами. Локальні медіа можуть відігравати ключову роль у виявленні таких бар'єрів і стимулюванні практичних змін.

## ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Редакція мультимедійної платформи «Нове життя» опублікувала серію лонгвідів, присвячених проблемі нестачі дитячих куточків у закладах Любешівської громади. **У матеріалах:**

- зафіксовано реальні умови, у яких перебувають батьки з дітьми під час відвідування різних установ;
- показано потребу громади у безпечних і комфортних просторах для малюків;
- зазначено, що на початок журналістського дослідження кількість дитячих куточків у громаді була вкрай обмеженою.
- матеріали сформували чітке уявлення про проблему як системну, а не поодинокі випадки.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Журналісти застосували аналітичний і дослідницький підхід, поєднавши:

- опис проблеми з конкретними прикладами з життя громади;
- опитування батьків і експертів;
- візуальні ілюстрації реальних умов у закладах.

Публікації активно поширювалися на сайті та в соціальних мережах, що сприяло широкому обговоренню теми, залученню мешканців громади та підвищенню уваги з боку закладів і місцевої влади.

## ВПЛИВ

Журналістська серія мала відчутний і вимірюваний результат:

- протягом року після публікацій кількість дитячих куточків у закладах громади зросла з кількох одиниць до понад 20;
- створення дитячих куточків стало локальним стандартом – нові заклади почали передбачати їх одразу;
- матеріали викликали активну реакцію аудиторії та сприяли реальним змінам у підходах до облаштування публічних просторів.



**«На початок нашого дослідження таких куточків були одиниці. Але вже за рік у нас їх є понад 20! Ми не лише отримували активне обговорення аудиторії цієї проблеми, а й найважливіше – створення дитячого куточка стало своєрідним трендом у Любешові. Тепер коли відкривається якийсь заклад, там обов'язково є цей елемент. І ми вважаємо, що в цьому є наша заслуга, адже ми першими звернули увагу на таку болючу проблему»,**

– розповідає **Наталія Муха**, директорка ПП «Редакція "Нове життя"».

Кейс демонструє, що послідовна локальна журналістика може безпосередньо впливати на рішення на рівні громади.

## ЩО МОЖУТЬ НАСЛІДУВАТИ ІНШІ МЕДІА

01

**Піднімати локальні, повсякденні проблеми,** які напряду впливають на якість життя мешканців, навіть якщо вони не виглядають «гучними».

02

**Працювати серійно, повертаючись до теми й фіксуєчи динаміку змін,** а не обмежуватися одноразовою публікацією.

03

**Поєднувати аналітику з живими прикладами,** показуючи конкретні умови, простори й досвід людей.

04

**Залучати громаду до обговорення,** використовуючи медіа як платформу для зворотного зв'язку та громадського тиску.

05

**Фіксувати результати журналістської роботи,** демонструючи, що медіа можуть бути інструментом реальних і вимірюваних змін.

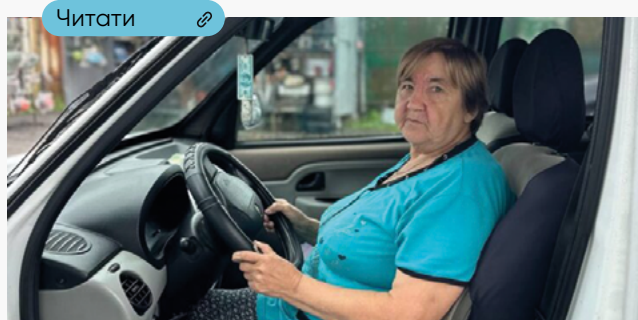
# Практика 25.

## Розвінчування вікових та гендерних стереотипів через особисту історію: кейс видання «Нове життя» (Любешівська громада, Волинська область)



### КЕЙС

«Жителька Любешова отримала посвідчення водійки у 68 років»



формують невидимі бар'єри для активного життя та самореалізації.

Локальні медіа відіграють важливу роль у руйнуванні таких уявлень, адже історії реальних людей з громади здатні зробити соціальні зміни видимими й переконливими.

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Редакція платформи «Нове життя» опублікувала матеріал про жительку Любешова, яка у 68 років отримала водійське посвідчення.

### МЕДІА

ПП «Редакція "Нове життя"», мультимедійна платформа

### У публікації:

- показано особисту історію жінки, яка вирішила опанувати нову навичку у старшому віці;
- продемонстровано, як героїня подолала поширені уявлення про «вікові межі» та гендерні ролі;
- матеріал акцентує не на винятковості, а на можливості змін за наявності мотивації та підтримки.

### ОХОПЛЕННЯ

Локальне медіа (Волинська область, Любешівська громада)

### КОНТЕКСТ

У суспільстві досі поширені вікові й гендерні стереотипи, які обмежують можливості жінок, зокрема у старшому віці. Переконавання про те, що водіння – «не жіноча справа», а після 60–65 років навчання новим навичкам є неможливим або недоцільним,

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Матеріал побудовано у форматі людської історії, що дозволило зробити тему близькою та зрозумілою для широкої аудиторії.

### Редакція:

- детально описала шлях героїні – від рішення навчатися до отримання посвідчення;
- доповнила історію коментарями інструкторів з автошколи, які підтвердили, що після публікації матеріалу до них звернулися інші жінки старшого віку;
- ненав'язливо підкреслила соціальний ефект історії – можливість для інших жінок повірити у власні сили.

## ВПЛИВ

Публікація викликала широкий резонанс у громаді та за її межами.



«Ця стаття викликала своєрідний фурор не лише серед місцевого населення, а й на всю область. Адже наша героїня подолати стереотипи, що водіння – це не зовсім жіноча справа та ще доказала, що немає жодних обмежень у віці, якщо є бажання! За словами інструкторів, після виходу матеріалу до них записалося на курси ще кілька жінок старшого віку»,

– поділилась **Наталія Муха**, директорка ПП «Редакція "Нове життя"».

## Матеріал:

- сприяв зміні ставлення до віку та гендерних ролей серед аудиторії;
- безпосередньо стимулював збільшення кількості жінок старшого віку, які записалися на курси водіння;
- продемонстрував, що локальна журналістика може мати не лише інформаційний, а й мотиваційний вплив.

## ЩО МОЖУТЬ НАСЛІДУВАТИ ІНШІ МЕДІА

01

**Розповідати історії реальних людей** з громади, які долають усталені стереотипи, замість абстрактних розмов про «проблему».

02

**Показувати процес, а не лише результат**, щоб зміни виглядали досяжними й реалістичними.

03

**Поєднувати особисті історії з експертними коментарями**, підкріплюючи мотиваційний ефект фактами та професійними оцінками.

04

**Уникати мови винятковості**, не подаючи героїнь як «дивних» або «незвичних», а як людей, що реалізують своє право на розвиток у будь-якому віці.

05

**Використовувати локальний контекст**, показуючи, що можливості для змін існують поруч, у власній громаді.

# Практика 26.

## Подолання гендерних стереотипів у шкільному та дошкільному середовищі через просвітницький контент: досвід «Вчися.Медіа» (нішеве медіа про освіту)

### КЕЙС

«Говоримо про захист, а не про стать: як відзначити День захисників і захисниць України в садочках та школах»



### МЕДІА

«Вчися.Медіа», онлайн-видання

### ОХОПЛЕННЯ

Нішеве медіа (освіта)

### КОНТЕКСТ

У шкільному та дошкільному середовищі гендерні стереотипи часто відтворюються через традиційні практики святкування і «звичні» сценарії виховних заходів. День захисників і захисниць України нерідко помилково сприймається як «день хлопчиків» або неусвідомлено відтворює радянський

наратив «дня захисника отечества», що суперечить як історичному змісту свята, так і принципам гендерної рівності.

Освітняни й батьки часто опиняються без чітких орієнтирів, як говорити з дітьми про війну, захист і службу так, щоб не закладати стереотипні ролі з раннього віку. У цьому контексті спеціалізовані освітні медіа відіграють важливу роль у формуванні сучасної культури виховання.

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Онлайн-видання «Вчися.Медіа» підготувало просвітницький матеріал, присвячений тому, як коректно й без гендерних стереотипів відзначити День захисників і захисниць України в садочках та школах. **У матеріалі:**

- розвінчано міфи про «чоловічий» характер цього дня;
- обґрунтовано, чому ототожнення цього свята з радянською традицією святкування є помилковим;
- подано короткий історичний екскурс і практичні рекомендації для педагогів та батьків;

→ матеріал чітко акцентує, що це день пошани всіх, хто захищає Україну, незалежно від статі.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Матеріал створено у мультиформатному вигляді: аналітична стаття на сайті та карусель ілюстрацій для соціальних мереж.

Приводом для публікації стали реальні запити батьків у соцмережах, які шукали поради, як «вітати хлопчиків» у дитсадках. Редакція перетворила цей запит на якісний просвітницький контент із чітким поясненням і практичними порадами. Текст побудовано як відповідь суспільству, без моралізаторства, зрозумілою мовою для батьків і освітян.



«Напередодні Дня захисників та захисниць України ми натрапили у Facebook на кілька дописів, у яких мами дітей дошкільного віку радилися між собою, як вітати хлопчиків із цим святом і які подарунки для них обрати. Ми побачили, що чимало батьків досі асоціюють цей день із радянським “днем защитника отечества”. Саме тому вирішили підготувати у відповідь просвітницький матеріал – з поясненням історії свята, чому його не варто вважати “чоловічим днем” і як відзначати його в закладах освіти, уникаючи гендерних стереотипів та розставляючи правильні акценти. Можливо, цей текст не зібрав великої кількості переглядів, але для молодого медіа, яке має власний сайт лише п’ять місяців, це не було вирішальним. Для нашої команди значно важливішим було проявити позицію, стати джерелом якісної й перевіреної інформації про це свято, до якої батьки й освітяни різних рівнів могли б повертатися за потреби»,

– зазначила **Інна Лиховид**, головна редакторка онлайн-видання «Вчися.Медіа».

## ВПЛИВ

Матеріал став джерелом перевіреної, систематизованої інформації для батьків і педагогів. Зокрема, публікація закріпила позицію редакції щодо недопущення гендерних стереотипів у вихованні дітей; має довготривалу цінність і може використовуватися повторно як довідковий матеріал; показує, що освітній вплив не завжди вимірюється кількістю переглядів, а глибиною й сталістю змісту.

## ЩО МОЖУТЬ НАСЛІДУВАТИ ІНШІ МЕДІА

01

**Прислухатися до запитів аудиторії** в соціальних мережах і перетворювати їх на структурований, перевірений просвітницький контент.

02

**Пояснювати чутливі теми простою і доступною мовою**, орієнтуючись на батьків і педагогів як ключових агентів змін.

03

**Розвінчувати стереотипи на ранніх етапах соціалізації**, працюючи з темами дитинства й освіти.

04

**Поєднувати історичний контекст із практичними порадами**, щоб матеріали були не лише інформативними, а й прикладними.

05

**Не орієнтуватися виключно на охоплення, а працювати з ціннісними темами**, що формують культуру рівності та поваги в довгостроковій перспективі.

# Практика 27.

Гендерна нерівність у публічному просторі:  
тілесність, етика та подвійні стандарти –  
досвід онлайн-медіа «Шпальта» (Чернівці)

## КЕЙС

«Що жінкам зась, те чоловікам можна: про оголеність, етику та нерівність»



## МЕДІА

«Шпальта», онлайн-видання

## ОХОПЛЕННЯ

Локальне медіа  
(Чернівці, Чернівецька область)

## КОНТЕКСТ

У повсякденному публічному просторі діють негласні гендерні правила, які визначають, як «можна» і «не можна» виглядати жінкам і чоловікам. Оголеність, форма одягу та уявлення про «пристойність» часто сприймаються як питання особистого смаку або моралі, однак насправді вони відображають глибші механізми соціального контролю й нерівності.

Жіноче тіло в публічному просторі значно частіше піддається оцінюванню, сексуалізації та стигматизації, тоді як аналогічна поведінка чоловіків вважається соціально прийнятною або нейтральною. Такі подвійні стандарти рідко стають предметом системного медійного аналізу, особливо на локальному рівні.



## ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Онлайн-видання «Шпальта» підготувало інтерв'ю-матеріал, присвячений аналізу гендерної нерівності у ставленні до тілесності та оголеності в публічному просторі.

### У матеріалі:

- розглянуто, чому чоловікам соціально дозволено перебувати з оголеним торсом або в неформальному одязі в громадських місцях, тоді як жінки за подібну поведінку стигматизуються;
- проаналізовано механізми сексуалізації жіночого тіла;
- показано, як ярлики на кшталт «повія» чи «спокусниця» використовуються як інструменти соціального тиску та контролю.
- матеріал не зосереджується на окремих випадках, а пропонує ширший погляд на культурні та соціальні правила, що формують нерівність.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Матеріал подано у форматі аналітичного інтерв'ю, яке виходить за межі обговорення зовнішнього вигляду як такого.

### Редакція:

- змістила фокус із моралізаторських оцінок на етичні, культурні та владні механізми;
- використала зрозумілу, неакадемічну мову;
- спиралася на повсякденний досвід читачів і читачок, дозволяючи їм упізнати знайомі ситуації з власного життя.

Такий підхід зробив складну тему доступною для широкої аудиторії та відкрив простір для рефлексії.



**«Це стаття про те, чому й де чоловіки “придумали” собі право ходити з оголеним торсом, розстібнутою сорочкою чи навіть у домашніх шортах у громадських місцях. І водночас – чому жінки, попри спеку, натирання від бюстгальтера чи просте бажання, щоб “подихало тіло”, не можуть бути топлес, бо одразу ризикують отримати ярлики “повії” чи “спокусниці”. Автор намагався з’ясувати, чи йдеться лише про оголеність, чи про глибші механізми контролю над жіночим тілом. Ми отримали багато реакцій, коментарів і відгуків від читачів і читачок про те, що тема важлива, актуальна і водночас рідко проговорюється в українських медіа»,**

– **Ольга Максимюк**,  
головна редакторка «Шпальти»

## ВПЛИВ

Публікація викликала активну реакцію аудиторії – численні коментарі, обговорення та відгуки.

### Читачі й читачки:

- відзначали актуальність теми;
- звертали увагу на те, що питання тілесності та подвійних стандартів рідко й поперехово висвітлюються в українських медіа;
- ділилися власним досвідом стигматизації та соціального тиску.

Матеріал сприяв переосмисленню того, що вважається «нормальним» у публічному просторі, та поставив під сумнів усталені гендерні правила.

## ЩО МОЖУТЬ НАСЛІДУВАТИ ІНШІ МЕДІА

01

**Порушувати теми повсякденної гендерної нерівності**, які часто сприймаються як «не-серйозні», але мають глибокі соціальні наслідки.

02

**Аналізувати тілесність, етику та «пристойність»** через призму прав і рівності, а не моралі чи суб'єктивних оцінок.

03

**Використовувати інтерв'ю як інструмент аналітики**, а не лише передачі думок, формуючи контекст і пояснення.

04

**Говорити мовою повсякденного досвіду**, щоб складні гендерні теми були зрозумілими та близькими аудиторії.

05

**Створювати безпечний простір для дискусій**, у яких читачі можуть переосмислювати знайомі ситуації та ділитися власними спостереженнями.

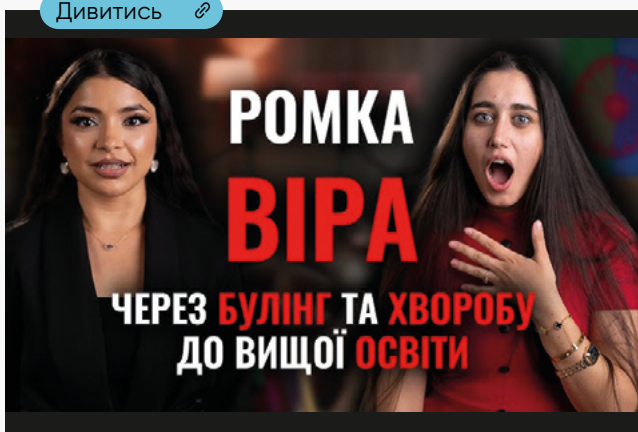
# Практика 28.

Подолання етнічних стереотипів через особисті історії та рольові моделі в медіа: досвід «Роми – це ми» (Одеса)

## КЕЙС

«Ромка з вищою освітою. Перемога над хворобою, булінгом і стереотипами»

Дивитись [🔗](#)



## МЕДІА

«Роми – це ми», мультимедійна платформа

## ОХОПЛЕННЯ

Нішеве медіа (соціально-культурна та правозахисна тематика: ромська спільнота, гендерна рівність, жіноче лідерство, подолання стереотипів, культурна видимість меншин; Одеса, Одеська область)

## КОНТЕКСТ

Ромська спільнота в Україні часто стикається з багаторівневою дискримінацією – за етнічною ознакою, гендером, соціальним статусом і станом здоров'я.

Освічені ромські жінки майже відсутні у публічному медійному просторі, що підсилює стереотипи про «неможливість» освіти, професійної реалізації та лідерства для представниць цієї спільноти.

У цьому контексті медіа, створені самою спільнотою, відіграють ключову роль у формуванні альтернативного наративу – такого, що базується на власних голосах, досвідах і досягненнях.

**Зінаїда Прокопенко**, авторка та керівниця медіапроєкту «Роми – це ми», адвокаційна радниця ГО «Голос Ромні»:



«Ми почали системно впроваджувати ці зміни у 2024 році, коли наш TikTok-канал почав активно зростати й залучати широкую аудиторію.

Саме тоді ми зрозуміли, що контент про ромську спільноту викликає сильний відгук, але водночас потребує професійного підходу до мови, етики та репрезентації. Тому ми створили YouTube-канал «Роми – це ми» і визначили для себе чіткі принципи: недискримінаційну комунікацію, гендерно чутливу подачу матеріалів і представлення різних голосів спільноти. Ці зміни дозволили нам перейти від аматорського активізму до усвідомленої медійної платформи, яка формує довіру та підсилює лідерство ромських жінок і молоді».

## ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Мультимедійна платформа «Роми – це ми» створила відеоінтерв'ю / подкаст на YouTube з ромкою з вищою освітою, яка публічно розповіла про свій життєвий шлях. Матеріал акцентує увагу не на проблемності, а на суб'єктності та силі героїні.

### У матеріалі:

- висвітлено досвід подолання булінгу та дискримінації у школі й університеті;
- показано перетин кількох форм уразливості – етнічної належності, гендеру та стану здоров'я;
- розкрито шлях героїні до професійної реалізації та її активну громадську позицію у сфері захисту прав ромських жінок і молоді.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Кейс реалізовано у форматі відеоподкасту з фокусом на особисту розповідь.

### Редакція:

- свідомо побудувала матеріал навколо голосу героїні, її рефлексій і досвіду;

- уникала відтворення стереотипних образів ромської спільноти;
- подала інтерв'ю як рольову модель, здатну надихати інших ромських дівчат і жінок на освіту, активність і самореалізацію.

Такий підхід дозволив створити безпечний і поважний простір для складної, але надзвичайно важливої розмови.

## ВПЛИВ

Відео викликало значний позитивний відгук аудиторії:

- численні коментарі підтримки;
- поширення матеріалу;
- запити на продовження подібних історій;
- кейс посилив видимість освічених ромських жінок у публічному просторі;
- кейс сприяв руйнуванню упереджень щодо освіти, професійних можливостей і соціальної ролі ромської спільноти.



**«Ми отримали більше відгуків від жінок і молоді, які вперше побачили у медіа позитивне та гідне зображення ромської спільноти. Фемінітиви, уважна мова й повага до героїв допомогли створити атмосферу безпеки та довіри, завдяки якій люди самі почали ділитися власними історіями для нових відео. Команда стала більш згуртованою: кожен учасник проєкту розуміє цінність інклюзивності й відповідальності за власне слово. Цей підхід перетворив «Роми – це ми» із ініціативи ентузіастів на впізнавану медіаплатформу, що впливає на сприйняття ромів в українському суспільстві»,**

– поділилась **Зінаїда Прокопенко**.

# ПРАКТИКА 29.

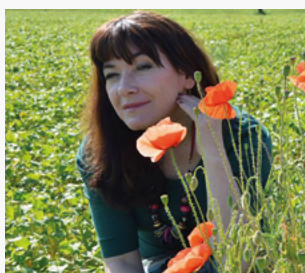
Відновлення жіночої присутності в літературній історії:  
серія матеріалів «Жіночі обличчя Станіславського феномену»  
(post impreza, Івано-Франківська область)



## КЕЙС

Серія інтерв'ю та текстів «Жіночі обличчя Станіславського феномену»:

- 🔗 **Марія Микицей:** «В юності ми всі були геніями, ми всі були феноменами»
- 🔗 **Анка Серета (Анна Кирпан):** «Станіславський феномен мусив як вибухнути, так і згаснути»
- 🔗 **Олена Рубановська:** «Якщо одним словом описати Олену, то це про легкість»
- 🔗 **Олена Рубановська:** «Якщо одним словом описати Олену, то це про легкість». Частина 2
- 🔗 **Наталія Асатурян:** «Відчуваю себе часткою цього процесу»



## МЕДІА

post impreza, онлайн-видання

## ОХОПЛЕННЯ

Локальне медіа (культура і мистецтво, Івано-Франківська область)

## КОНТЕКСТ

Станіславський феномен тривалий час репрезентувався в українському культурному каноні переважно через чоловічі імена, тоді як жінки – письменниці, редакторки, мисткині, кураторки – залишалися на маргінесі публічного нарративу або зовсім випадали з нього.

Відсутність жіночих голосів у зафіксованій історії літературних і мистецьких процесів призводить до спотворення уявлення про сам феномен як спільний культурний рух. У цьому контексті локальні культурні медіа відіграють ключову роль у відновленні пам'яті та формуванні herstory.

## ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Онлайн-видання *post impreza* підготувало серію інтерв'ю та текстів, присвячених жінкам, які були активними учасницями Станіславського феномену, але залишилися майже невидимими в публічному просторі.

**У межах серії:** задокументовано особисті спогади учасниць феномену; у випадках, коли безпосереднє інтерв'ю було неможливим, зібрано й опубліковано спогади їхніх близьких; показано різноманітність ролей жінок – від авторок і редакторок до дизайнерок і артдиректорок. Матеріали повертають жінок у центр розповіді про культурний процес, а не на його периферію.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Серію побудовано на інтерв'ю як інструменті повернення голосу. **Редакція:**

- надала жінкам можливість говорити від першої особи про власний досвід, участь у творчому процесі та середовищі;
- здійснила цілеспрямований перегляд усталеного канону Станіславського феномену;
- зафіксувала унікальні свідчення, зокрема: уперше записані спогади про Олену Рубановську – дизайнерку, видавчиню та артдиректорку журналу «Четвер»; останнє прижиттєве інтерв'ю Марії Микицей, що надає матеріалу особливої історичної та емоційної ваги;
- серія поєднала журналістику, усну історію та культурну документацію.

## ВПЛИВ

Серія стала вагомим внеском у відновлення історичної справедливості та формування жіночої історії (*herstory*) в українському літературному контексті.

## Матеріали:

- набули значення не лише для культурної спільноти, а й для родин героїнь – фрагменти інтерв'ю Марії Микицей цитували під час вечора її пам'яті;
- розширили уявлення про Станіславський феномен як колективний процес, у якому жінки відігравали повноцінну, а не друго-рядну роль;
- сприяли переосмисленню канонів і культурної пам'яті на локальному та національному рівнях.

## ЩО МОЖУТЬ НАСЛІДУВАТИ ІНШІ МЕДІА

01

**Переглядати культурні канони з гендерної перспективи**, ставлячи під сумнів усталені «чоловічі» наративи.

02

**Фіксувати усну історію та особисті свідчення** як повноцінне джерело культурної пам'яті, а не допоміжний матеріал.

03

**Працювати з інтерв'ю як формою відновлення видимості**, а не лише інформаційного жанру.

04

**Документувати історії «тут і тепер»**, розуміючи, що втрата свідків означає втрату частини культурної спадщини.

05

**Оприявнювати жіночі внески** в літературних і мистецьких процесах, які традиційно подаються як одностатеві.

РОЗДІЛ #2

# Кращі практики організації редакційної роботи



# Кейс 1.

## Суспільне Мовлення: впровадження системного підходу до розмаїття, рівності та інклюзії



### МЕДІА

Суспільне Мовлення,  
мультимедійна платформа

### ОХОПЛЕННЯ

Національне суспільне медіа

### ЩО САМЕ БУЛО ВПРОВАДЖЕНО: ВНУТРІШНІ ПОЛІТИКИ ТА ПРАКТИКИ DEI

У серпні 2025 року Наглядова рада та Правління Суспільного мовлення ухвалили **«Концепцію інклюзивного підходу у виробленні контенту та в роботі команди»** – перший системний документ, який визначає бачення, принципи та кроки впровадження розмаїття, рівності та інклюзії (DEI) на всіх рівнях діяльності компанії.

Концепція охоплює як інституційний рівень (рівність можливостей, внутрішні процеси, командну культуру), так і контентний (репрезентативність, чутливість, залучення різних голосів у матеріалах Суспільного). Це перший подібний документ серед українських медіа, а також ним зацікавилися деякі європейські медіа (Фінляндія, Швеція, Словенія тощо) для розробки подібних документів у своїх країнах.

### КОЛИ Й ЧОМУ ВИРІШИЛИ ЦЕ РЕАЛІЗУВАТИ

Команда почала роботу над Концепцією у вересні 2024 року, розуміючи, що реальна інклюзія має бути присутньою у щоденних практиках і, головне, має стати системною роботою. В основу документа лягла потреба зробити так, щоб Суспільне відображало все розмаїття українського суспільства й залишалося медіа, де кожен може побачити себе.

Суспільне залучили внутрішніх фахівців компанії та зовнішніх експертів – українських і міжнародних, які стали співавторами документа в різних його тематичних частинах, зокрема міжнародних експертів від Європейської мовної спілки (EBU), частиною якої є Суспільне Мовлення, а також представників спільнот, для яких і про яких ми створюємо контент (це дуже важливо). Це стало простором діалогу, у якому різні точки зору перетворювалися на спільне бачення.

Українські експерти напрацювали аналітичні записки у шести тематичних частинах Концепції та провели для нашої команди тематичні воркшопи. Надалі команда Департаменту з питань розмаїття, інклюзії та рівних можливостей (який було створено у квітні 2024 року, що також є прикладом зростання та розуміння важливості теми в системі Суспільного мовлення) склала чернетку документа, звірила його з експертами та спільнотами й розробила фінальний текст.

Цей текст став фундаментом для тем інклюзії, розмаїття та рівності, які часто залишаються на узбіччі розуміння. Внутрішньо в командах мовник розробив презентації, інформаційні картки та інші активності, які пояснюють положення цього документа. Одним з інструментів комунікації є внутрішній чат та інформаційно-комунікаційна дошка (зокрема, й у філіях), де збираються питання та відгуки з цієї чи іншої теми.

## ЯК ЦЕ ВПЛИНУЛО НА РЕДАКЦІЮ

Концепція об'єднала різні команди навколо спільних цінностей і створила передумови для системних змін – **Суспільне вносить зміни у редакційні політики та кадрові процеси**. У компанії з'явилося більше внутрішнього розуміння тем рівності, розпочато серію навчальних воркшопів із гендерної чутливості, інклюзивної мови, безбар'єрності, вікового розмаїття та теми ветеранів. Зміни стали помітні й у контенті: історії Суспільного дедалі частіше показують різних героїв і героїнь.

Наразі триває процес розробки та затвердження (заплановано на грудень 2025 року) плану імплементації Концепції, до якого буде

Суспільного, адже він стосуватиметься впровадження жестової мови у культурних проєктах та аудіодискрипції для документальних проєктів. Також передбачено продовження роботи з гендерним вимірюванням за системою 50 на 50 всього контенту Суспільного та впровадження новин доступною мовою у форматі Easy News.

## ГЕНДЕРНИЙ АУДИТ

У 2025 році **Суспільне Мовлення стало першою і єдиною великою медійною компанією в Україні, яка провела незалежний гендерний аудит**. Це системна оцінка політик, управлінських процесів, кадрових практик і корпоративної культури компанії через призму рівності, інклюзії та недискримінації.

ГО «Жінки в медіа» за підтримки International Media Support (IMS) провела **незалежний гендерний аудит** Суспільного мовлення. Дослідження тривало з травня до серпня 2025 року в межах проєкту *«Об'єднані заради рівності в медіа: сприяння гендерній рівності через співпрацю громадських організацій, медіа та органів влади»*.



**«Ми вирішили реалізувати цей крок, щоб об'єктивно оцінити стан рівності всередині компанії, виявити бар'єри та сформувати дорожню карту подальших змін. Для нас було важливо не лише задекларувати принципи інклюзії, а й підтвердити їх конкретними діями»,**

– розповідає **Анастасія Гудима**.

Аудит став важливим кроком у зміцненні довіри та відкритості в команді. 521 працівник і працівниця взяли участь в опитуванні.

**86% ЗАЗНАЧИЛИ, ЩО ГЕНДЕРНА РІВНІСТЬ Є ДЛЯ НИХ ВАЖЛИВОЮ, А 85 % – ЩО СТАТЬ НЕ ВПЛИВАЄ НА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ КАР'ЄРИ**

Процес обговорення результатів об'єднав різні підрозділи, дав можливість почути голоси регіонів і започаткував культуру внутрішньої рефлексії.

Результати аудиту стали основою для впровадження **Плану дій з інтеграції принципів гендерної рівності, розробки онлайн-тренінгів і регулярного моніторингу**. План дій не є публічним, його реалізує внутрішня робоча група, і він упроваджується як на стратегічному рівні (наприклад, тренінги), так і на рівні щоденних практик (зокрема закупівля засобів гігієни для жінок у вбиральнях).

### ПОДАЛЬШІ ПЛАНИ РЕДАКЦІЇ

Анастасія Гудима, директорка Департаменту з питань розмаїття, інклюзії та рівних можливостей Суспільного мовлення, зазначає, що нині **компанія працює над розширенням доступності контенту для людей з порушеннями слуху та зору**, зокрема через упровадження перекладу жестовою мовою та аудіодискрипції. За її словами, це потребує значних фінансових ресурсів, адже йдеться не лише про технічне забезпечення, а й про залучення перекладачів, дикторів, спеціалістів зі студійної адаптації та акторів.

Паралельно Суспільне проводить внутрішні тренінги для працівників, пояснюючи важливість створення такого контенту навіть за умов, коли відповідна аудиторія наразі є нечисленною.

Вона також звертає увагу на **складність системного впровадження фемінітивів у внутрішній документації**, що пов'язано з масштабом організації, усталеними адміністративними форматами та потребою уніфікації з чинною нормативною базою.

Окремим викликом, за її словами, залишається **низька залученість працівників до навчальних програм**. У зв'язку з цим у Суспільному бачать потребу у створенні нової моделі внутрішнього навчання, яка поєднуватиме онлайн-модулі, практичні кейси та менторську підтримку, а також у залученні зовнішніх експертів з різних напрямів – від гендерної рівності до доступності та етики.

Крім того, Гудима зазначає, що Суспільне прагне впровадити політику підтримки батьківства та материнства, однак стикається з **обмеженнями, пов'язаними з державною формою фінансування**, яка не дозволяє запроваджувати соціальні пільги чи додаткові пакети підтримки.

# Кейс 2.

## StarLightMedia: системний моніторинг гендерного балансу в інформаційному ефірі



### МЕДІА

**StarLightMedia**,  
мультимедійна медіагрупа

### ОХОПЛЕННЯ

Національне медіа

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

StarLightMedia стала першою українською медіакомпанією, яка підписала **Принципи розширення прав і можливостей жінок (WEP's)** у жовтні 2019 року. Відтоді компанія щорічно впроваджує практики, спрямовані на досягнення гендерної рівності як у ролі роботодавця, так і як виробника медійного контенту.

Усередині StarLightMedia всі департаменти та творчі команди, що працюють над контентом, декларують прагнення до балансу представленості 50:50. Особлива увага до цього питання приділяється в інформаційному мовленні.

### ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Питання гендерної представленості регулярно порушується під час щотижневих зустрічей CEO StarLightMedia Олександра Богуцького з редакторською групою новин, склад якої також дотримується балансу 50:50.

Результатом цих обговорень стало запровадження власного внутрішнього аудиту – **щомісячного моніторингу кількості жінок і чоловіків в ефірі**. Протягом останніх двох років новинні продукти StarLightMedia («Факти ICTV» та «Вікна-новини») системно працюють над питанням гендерного балансу, фіксуючи показники та аналізуючи динаміку.

Компанія публічно звітує про результати цього моніторингу перед громадянським суспільством, визнаючи як досягнення, так і обмеження, з якими стикається в процесі.



# Кейс 3.

## «Український тиждень»: формалізація принципів гендерної рівності в редакційній політиці



### МЕДІА

«Український тиждень», онлайн-видання

### ОХОПЛЕННЯ

Національне медіа

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Онлайн-видання «Український тиждень» тривалий час у своїй роботі дотримувалося принципів гендерної рівності: редакція уважно підходила до висвітлення чутливих тем, запобігала поширенню стереотипів у контенті та послідовно використовувала фемінітиви.

У вересні редакція офіційно затвердила **Політику гендерної рівності**, розроблену ГО «Жінки в медіа» у співпраці з Комісією з журналістської етики та за підтримки ОБСЄ. Документ став інституційним закріпленням підходів, які раніше існували на рівні редакційної культури та практик.

### ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Редакція розглянула запровадження формалізованої політики як необхідну норму для розвитку професійної культури медіа.

Після її ухвалення «Український тиждень» став ще більш вибагливим у доборі тем і голосів, які звучать у виданні.

Редакція активно залучає до написання матеріалів журналісток і лідерок думок, бере в роботу теми, що висвітлюють жіночі історії та сприяють подоланню гендерних упереджень.

Окрему увагу приділено внутрішнім умовам праці: редакція з розумінням ставиться до потреб працівників і працівниць у доглядовій праці – піклуванні про дітей або батьків, чому, зокрема, сприяє можливість дистанційної роботи.

## ВПЛИВ

Ухвалення гендерної політики **посилило усвідомленість редакції щодо власних стандартів і відповідальності за контент**. Документ став орієнтиром для щоденних редакційних рішень, зокрема у виборі тем, експертних голосів і підходів до чутливих питань. Політика також створила підґрунтя для подальшого розвитку інших внутрішніх правил і стандартів у редакції.

## ВИКЛИКИ ТА ПОДАЛЬШІ КРОКИ

Редакція визначає кілька ініціатив, які планує впроваджувати надалі. Насамперед ідеться про **навчальні програми для команди**, для реалізації яких нині триває пошук донорських можливостей.

Також існує потреба у **впровадженні додаткових оплачуваних відпусток і соціального страхування**, однак цьому перешкоджають обмежені людські та фінансові ресурси. Ситуацію ускладнює те, що частина журналістів видання нині перебуває на війні, через що навантаження на команду суттєво зросло.

Окрім гендерної політики, редакція перебуває на етапі **напрацювання інших внутрішніх документів**, зокрема політики щодо використання штучного інтелекту в медіа.

## ЩО МОЖУТЬ НАСЛІДУВАТИ ІНШІ МЕДІА:

- **Формалізувати цінності гендерної рівності** через редакційні політики, навіть якщо відповідні практики вже існують неформально.
- **Поєднувати контентні стандарти з турботою про умови праці** та баланс між роботою й доглядовими обов'язками.
- Розглядати **гендерну політику як основу** для подальшого розвитку інших етичних і професійних стандартів редакції.

# Кейс 4.

## Громадське радіо: впровадження політик рівності, інклюзії та доступності в редакційній роботі





### МЕДІА

Громадське радіо, мультимедійна платформа

### ОХОПЛЕННЯ

Регіональне медіа (Київ, Чернігів, Суми, Херсон, Нікополь, Краматорськ, Миколаїв)

-  Гендерні політики
-  Історія Володимира Пирого

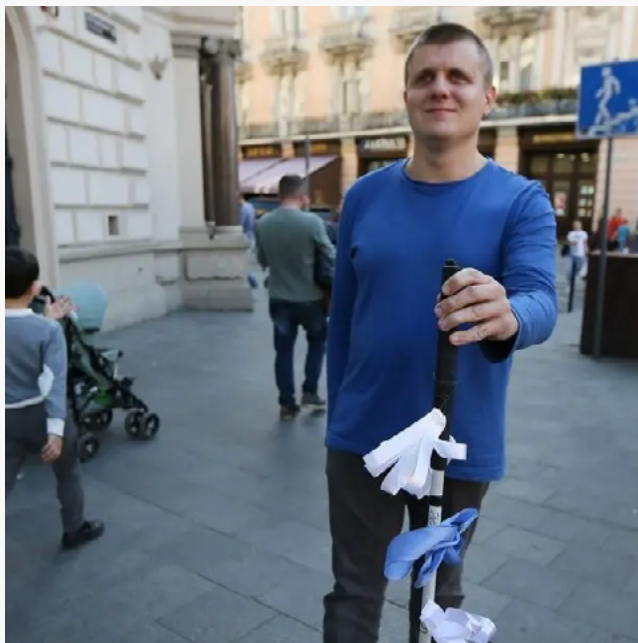


Фото: Facebook-сторінка Володимира Пирого

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Громадське радіо послідовно впроваджує ініціативи, спрямовані на забезпечення рівності та протидію дискримінації як у контенті, так і у внутрішніх редакційних процесах. Ці принципи закріплені в Редакційному статуті, Етичному кодексі та Гендерних політиках, ухвалених редакцією.

Наразі команда працює над окремим документом із робочою назвою «Політики рівності та інклюзії», який ґрунтується на власному редакційному досвіді та принципах міжнародного посібника Disability equality in the media: representation, accessibility, management; practical manual, опублікованого ЮНЕСКО у 2024 році.

Паралельно фіналізується редакційна «Політика використання штучного інтелекту», що міститиме положення щодо запобігання технологічно фасилітованому гендерному насильству проти жінок.

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Редакція поєднує нормативні зміни з практичними кроками. Зокрема, впроваджуються **технічні рішення для підвищення доступності сайту** Громадського радіо для людей з інвалідністю.

Вже понад рік у новинній стрічці сайту працює незрячий журналіст Володимир Пиріг. Він самостійно пише новини, добирає ілюстрації, публікує матеріали, працює з внутрішніми редакційними програмами, аудіо- та відеозаписами, документами та оперативно комунікує з командою. Його робота демонструє, що інклюзивність можлива не через створення «особливих умов», а через належну організацію робочих процесів.

## ВПЛИВ

Практика залучення журналіста з інвалідністю на рівних умовах **підсилила ідею рівних можливостей у медіа та стала прикладом руйнування стереотипів** щодо професійних обмежень людей з інвалідністю.

Редакційні політики та практики сприяють формуванню більш інклюзивної культури всередині команди та впливають на якість і чутливість контенту.

## ВИКЛИКИ ТА ПОДАЛЬШІ ПЛАНИ

Громадське радіо прагне зробити контент на всіх платформах – зокрема на сайті та в соціальних мережах – повністю доступним для людей з інвалідністю. Для цього необхідні додаткові фінансові ресурси: на співпрацю з розробниками, залучення сучасного програмного забезпечення, навчання команди та оплату спеціалізованих послуг.

## ЩО МОЖУТЬ НАСЛІДУВАТИ ІНШІ МЕДІА:

- Закріплювати принципи рівності та інклюзії у внутрішніх політиках і кодексах.
- Поєднувати нормативні документи з реальними змінами в організації редакційної роботи.
- Розглядати доступність як питання процесів, а не «особливих умов».
- Інвестувати в технічну та організаційну доступність медіаконтенту.

# Кейс 5.

## «Трибуна.Суми»: інклюзивність і доступність як частина внутрішніх редакційних політик



### МЕДІА

Трибуна.Суми, онлайн-видання

### ОХОПЛЕННЯ

Регіональне медіа (Суми, Сумська область)

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

Редакція «Трибуна.Суми» впровадила внутрішні політики та практики у таких сферах: недискримінації; підтримки батьківства та материнства; гнучких графіків роботи.

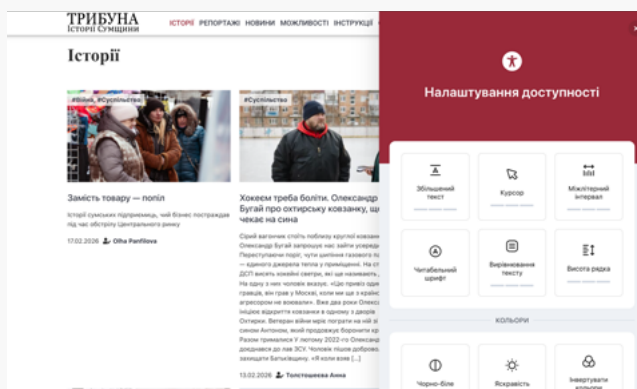
Крім того, в 2025 році редакція запровадила **інклюзивну версію сайту** з персоналізованими налаштуваннями доступності для читачів.

### Серед доступних функцій:

- зміна розміру шрифту та курсору;
- регулювання міжлітерного інтервалу та висоти рядка;
- чорно-білий режим;
- регулювання яскравості;
- інверсія кольорів;
- приховування зображень;
- зупинка анімації;
- лінія та маска читання;
- підсвітка посилань.

«Трибуна.Суми» стала першим регіональним медіа, яке впровадило такий комплекс функцій доступності на своєму сайті.

Також з 2024 року в розділі «Про нас» опублікована **редакційна політика**, що закріплює принципи рівності та недискримінації.



Скріншот сайту медіа «Трибуна.Суми»

## ЯК РЕАЛІЗУВАЛИ

Редакція поєднала внутрішні політики з технічними рішеннями, спрямованими на покращення доступу до контенту для ширшої аудиторії. Інклюзивна версія сайту розроблена як інструмент, який дозволяє користувачам самостійно налаштувати спосіб споживання інформації відповідно до власних потреб.

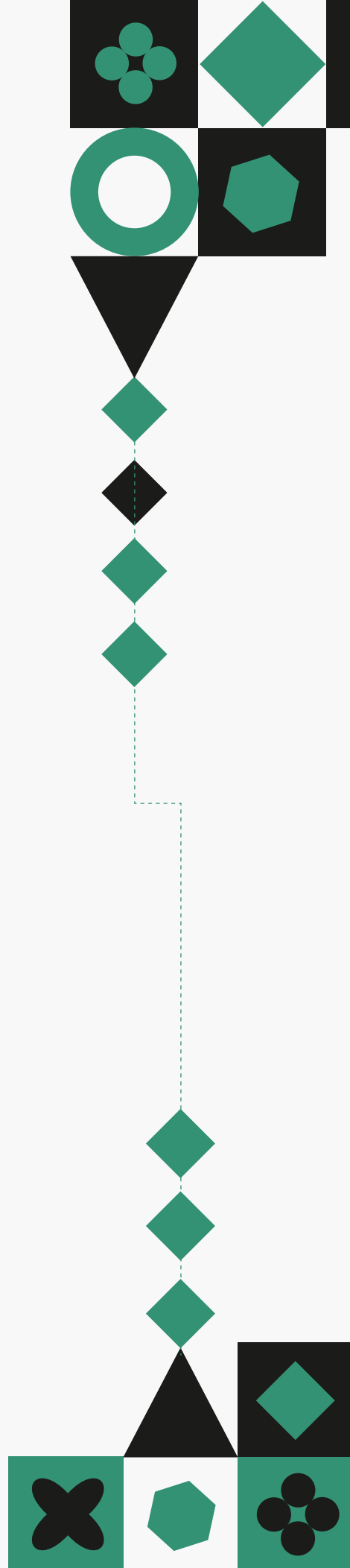
## ВПЛИВ

Запровадження інклюзивної версії сайту підвищило доступність контенту для людей з різними потребами та закріпило позицію редакції як лідера у впровадженні інклюзивних рішень серед регіональних медіа. Публічна редакційна політика посилила прозорість і ціннісну визначеність медіа.

Редакція продовжує тестування інклюзивної версії сайту. Також команда працює над можливістю технічного перекладу матеріалів медіа на сайті різними мовами.

## ЩО МОЖУТЬ НАСЛІДУВАТИ ІНШІ МЕДІА:

- Поєднувати внутрішні політики рівності з практичними технічними рішеннями.
- Розглядати доступність сайту як базовий стандарт, а не додаткову опцію.
- Публічно фіксувати принципи недискримінації та рівності у редакційних політиках.
- Починати впровадження інклюзивності з конкретних, вимірюваних кроків.



# Кейс 6.

## «Гречка»: інклюзивна редакційна культура (Кропивницький)



### МЕДІА

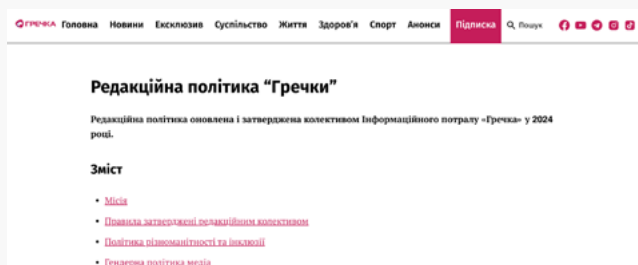
Інформаційний портал «Гречка»,  
онлайн-видання

### ОХОПЛЕННЯ

Регіональне медіа  
(Кропивницький, Кіровоградська область)

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

У редакції медіа «Гречка» впроваджено **гендерну політику**, а також **політику різноманітності та інклюзії**, які оприлюднені на сайті в розділі «Редакційна політика». Використання фемінітивів у контенті редакція розпочала ще до внесення відповідних змін до українського правопису у 2019 році.



Скріншот сайту інформаційного порталу «Гречка»

У медіа діє **корпоративна підтримка материнства та батьківства**. Зокрема, працівники можуть працювати віддалено та за гнучким графіком, адаптованим до індивідуальних потреб.

Такий підхід дозволяє поєднувати професійну діяльність із доглядом за дитиною, зокрема під час декретної відпустки. Для колег із маленькими дітьми передбачені додаткові дні відпустки, а графік роботи коригується з урахуванням сімейних обставин – наприклад, можливість починати роботу раніше та завершувати її раніше.

Редакція також подбала про **технічну спроможність команди працювати з дому** у разі потреби. Працівниць і працівників забезпечили необхідним обладнанням – зокрема екофлоу, павербанками та ноутбуками. Більшість команди «Гречки» становлять жінки.

Водночас у редакції зазначають, що мають ініціативи, які поки не вдалося реалізувати через обмежені ресурси. Серед них – запровадження медичного страхування для журналістів і журналісток, що дало б змогу системно піклуватися про здоров'я, проходити профілактичні огляди та вчасно реагувати на проблеми. Також редакція хотіла б забезпечити колегам доступ до спортивних занять, басейну, масажів або інших практик відновлення, однак через зростання цін у період війни реалізація таких ініціатив потребує додаткового фінансування.

# Кейс 7.

Ветеранський голос і медіаграмотність як складова стійкості громад: досвід мережі місцевих медіа «Громада. Груп»



## МЕДІА

Мережа місцевих медіа «Громада. Груп»,  
онлайн-видання

## ОХОПЛЕННЯ

Регіональне медіа  
(Харків, Харківська область)

## ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

У мережі місцевих медіа «Громада. Груп» впроваджено практику створення окремих редакційних просторів для авторів із ветеранським досвідом.

Зокрема, редакція відкрила спеціальну рубрику для ветерана російсько-української війни, письменника Михайла Філоненка, який зазнав важкого поранення під час бойових дій на Харківщині та втратив кисті рук і частково зір. Автор отримав власний інформаційний майданчик, де реалізує творчі задуми, публікуючи матеріали про український фольклор, пам'ять і зв'язок поколінь через традиційні образи.



«Межа та відлуння»  
Блог Михайла Філоненка»



## МЕЖА ТА ВІДЛУННЯ. БЛОГ МИХАЙЛА ФІЛОНЕНКА

Головна > Усі рубрики новин >  
Межа та відлуння. Блог Михайла Філоненка на порталі  
Gromada Group

Фольклор для мене — це не музейна шафа. Це живе повітря, яким ти дихаєш, навіть не задумуючись. У дитинстві я ловив ці історії, як хтось ловить комах у банку: тримав у собі, не знаючи, що з ними буде потім. І тільки коли почав писати, зрозумів: без них мої книги були б порожні.

Пошук новин...

Паралельно «Громада. Груп» системно працює з майбутніми журналістами та студентською молоддю.

Мережа медіа виступає платформою для здобуття практичного професійного досвіду студентами медійних спеціальностей закладів вищої освіти, зокрема Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця та Харківської академії культури.

У редакції зазначають, що зацікавлені у подальшому залученні журналістської молоді до роботи, однак через втрату фінансування від USAID частину молодих фахівців було змушено втратити. Водночас команда має плани з розширення мережі та створення нових редакцій у громадах за умови відновлення або залучення нового фінансування.



Фото: Литва, Unsplash

**Важливою складовою діяльності редакції є протидія дезінформації та спробам вербування молоді спецслужбами російської федерації.**

Це реалізується як через аналітичні журналістські матеріали, так і через участь редакторів у тематичних тренінгах. У липні та серпні 2025 року представники «Громада. Груп» долучилися як спікери до спільних україно-литовських тренінгів, присвячених протидії вербуванню молоді спецслужбами РФ. Заходи були спрямовані на українську та литовську молодь і проходили за участі журналістів, громадських організацій та освітян Краснокутської громади Харківської області.

У Литві, як і в Україні, фіксуються спроби вербування молодих людей – зокрема представників української діаспори та місцевої молоді – для диверсійної діяльності.

# Кейс 8.

## «Накипіло»: інклюзія як редакційний стандарт – журналіст із порушенням зору як повноцінний автор і голос медіа



### МЕДІА

«Накипіло», радіо

### ОХОПЛЕННЯ

Регіональне медіа (Харківська область)

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

**На Радіо «Накипіло» впроваджено практику інклюзивної редакційної роботи, що ґрунтується на рівності, довірі до професійності та повноцінному залученні журналістів з інвалідністю до створення контенту.**

Одним із прикладів такої практики є робота Володимира Носкова – журналіста та автора радійних програм, який понад десять років працює в українських медіа попри повну втрату зору. Протягом останніх трьох років він є одним із голосів Радіо «Накипіло», де створює власні програми, веде прямі етери та бере інтерв'ю, часто зосереджені на людських історіях і питаннях доступності.

Редакція не обмежилася технічною адаптацією робочих умов, а забезпечила журналісту повноцінний простір авторства – можливість самостійно формувати теми, тон розмови та зміст програм.

Власний досвід Володимира Носкова дозволяє говорити про бар'єри не з позиції стороннього спостерігача, а зсередини – без стереотипів і жалю, натомість із гідністю та повагою. У редакції підкреслюють, що він належає на рівному професійному ставленні та однакових вимогах до себе, не очікуючи «особливого режиму», але водночас нагадуючи команді про важливість емпатії й поваги.

Присутність журналіста з порушенням зору стала чинником посилення толерантності та емпатійності всієї команди. Колеги відзначають його професійну силу, здатність працювати з найскладнішими темами та харизматичність, яка сприяє згуртованості редакції.

Крім того, Володимир Носков тестує матеріали й сервіси Радіо «Накипіло» на доступність, допомагаючи медіа вдосконалювати власні практики.

Окремим прикладом впливу цієї роботи став **публічний випадок, коли журналіст звернув увагу на неякісний сервіс для людей з порушеннями зору**. Ця ситуація стала приводом для ширшої суспільної дискусії про системні проблеми доступності. Медіа відреагували на неї не як на приватний конфлікт, а як на важливий сигнал про реальні труднощі, з якими стикаються люди з інвалідністю.

Підхід Радіо «Накипіло» у цій практиці базується на кількох принципових засадах:

- журналіст з інвалідністю розглядається як повноцінний член команди, а не «особливий випадок»;
- особистий досвід автора підсилює зміст матеріалів, а не обмежує його;
- історії про бар'єри формують в аудиторії емпатію та розуміння, а не жалість.

Цей кейс демонструє, що **інклюзія в медіа – це не лише питання доступу, а насамперед довіри до професійності та створення рівних умов для впливу журналіста на зміст і суспільну розмову.**



Фото з архіву Володимира Носкова

# Кейс 9.

## «Шпальта»: гендерна чутливість і повага до різноманіття як основа редакційної культури



### МЕДІА

«Шпальта», онлайн-видання

### ОХОПЛЕННЯ

Локальне медіа  
(Чернівці, Чернівецька область)

### ЩО БУЛО ЗРОБЛЕНО

У редакції було розроблено та оприлюднено на сайті політику гендерної чутливості.

Робота над документом відбувалася під час участі команди в менторській програмі з гендерночутливої журналістики, що тривала з травня по жовтень 2025 року. У медіа зазначають, що ухвалення політики стало важливим кроком для чіткого визначення напрямку розвитку редакції, покращення внутрішньої комунікації, дотримання гендерного балансу під час підготовки матеріалів і системного дотримання стандартів гендерної чутливості. Хоча в колективі й раніше панували взаєморозуміння та повага до різноманіття, письмово зафіксована політика допомогла закріпити ці принципи та зробити їх спільною точкою відліку для всієї команди.

Нині редакція свідомо виготовляє контент із застосуванням підходів гендерної чутливості.

У команді працює представник ЛГБТ-спільноти, і колектив приймає його ідентичність із повагою, підтримує та розділяє задекларовані цінності. За словами редакції, постійна щоденна взаємодія в одному робочому середовищі сприяла зростанню рівня толерантності та прийняття ЛГБТ-спільноти серед працівників.

Редакція також системно використовує фемінітиви у контенті з моменту створення медіа у 2017 році. Такий підхід є частиною освітньої місії медіа та відповідає його ціннісному меседжу – «дивись, аналізуй, дій». У редакції наголошують, що використання фемінітивів є складовою просвітницької роботи з аудиторією.

Водночас у медіа зазначають, що мають ініціативи, які поки не вдалося реалізувати через обмежені фінансові ресурси. Зокрема, йдеться про впровадження системної підтримки батьківства та материнства всередині команди, яка наразі залишається складною для реалізації саме з фінансових причин.

# Висновки



Попри війну, фінансову нестабільність, кадрове виснаження та високий суспільний тиск, українські медіа продовжують працювати та успішно впроваджувати зміни у своїх редакціях. Вони вкотре засвідчують, що **гендерна рівність, інклюзія, політики недискримінації** насправді не є «додатковим навантаженням» чи грантовими вимогами для редакцій, а **це – практичний інструмент управління ризиками, збереження команд і підвищення якості журналістики.**

Яскравим прикладом цього стали кращі практики рівності та різноманіття українських редакцій, які увійшли до цієї збірки.

**ЗАГАЛОМ ЗБІРКА НАЛІЧУЄ 29 ПРАКТИК КОНТЕНТУ ТА 9 ПРАКТИК ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ – ВІД НАЦІОНАЛЬНИХ ДО ЛОКАЛЬНИХ МЕДІА.**

Також у ній представлені зміни та політики, які було запроваджено конкретними редакціями. Вони демонструють, що ефективні рішення не обов'язково потребують значних бюджетів чи складних редакційних рішень.

**НАТОМІСТЬ ВОНИ БАЗУЮТЬСЯ НА УСВІДОМЛЕНІЙ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ КЕРІВНИЦТВА, ЧІТКИХ ПРАВИЛАХ, ВІДКРИТІЙ КОМУНІКАЦІЇ ТА ГОТОВНОСТІ ПЕРЕГЛЯДАТИ УСТАЛЕНІ ПРАКТИКИ.**

Саме такі підходи дають змогу редакціям створювати безпечне робоче місце, підтримувати різні групи працівників і коректно працювати з чутливими темами в контенті: від відповідальної репрезентації ЛГБТІК+ спільноти, гендерних та етнічних стереотипів у всіх сферах життя – до видимості ветеранських досвідів та підвищення інклюзії для людей з інвалідністю.

Водночас важливо розуміти, що наведені практики не універсальні. Вони різняться за своїми масштабами, фінансовими можливостями медіа та швидкістю їхнього впровадження. Втім, спільною рисою залишається **акцент на реальних потребах людей сьогодні та забезпеченні стабільної роботи медіа.** Саме тому ця збірка стала прикладом набору інструментів, якими можуть послуговуватися абсолютно різні за масштабами редакції.

Підсумовуючи, варто наголосити, що **принципи рівності та різноманіття вже стали частиною професійної реальності українських медіа**. При цьому їхній подальший розвиток безпосередньо залежить від готовності редакцій не зупинятися на окремих ініціативах, а послідовно впроваджувати ці підходи у щоденну роботу медіа. Це дозволить зберегти довіру суспільства та підвищити стійкість команд у цей непростий час.

Ми вдячні всім редакціям, які відгукнулися на відкритий заклик і поділилися своїм досвідом. Кількість поданих заявок засвідчила високий інтерес медіа до теми рівності та різноманіття, а також готовність редакцій говорити про свої внутрішні процеси й контентні рішення.

Ми розглядаємо цю збірку як живий і довготривалий процес. Збір і підсвічування кращих практик буде продовжено, і ми заохочуємо редакції подаватися наступного року – зокрема з оновленими або новими кейсами, які можна детально описати й адаптувати для використання іншими медіа.

