

Аналітичний матеріал

Залучення медіа до гендерно-відповідального та інклюзивного підходу у програмах відновлення України: рекомендації для міжнародних організацій



Авторки:

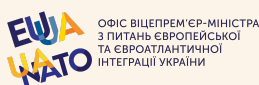
Ліза Кузьменко — експертка та тренерка з питань гендерної рівності і недискримінації для медіа, голова ГО «Жінки в медіа», членкиня Комісії з журналістської етики.

Ольга Білоусенко — медіааналітикиня, керівниця Дослідницького відділу Львівського медіафоруму.

Цей аналітичний матеріал підготовлено ГО «Жінки в медіа» в рамках проєкту «Мережа гендерних аналітичних центрів: посилення спроможності задля розробки передових політик, оцінки впливу, стратегічної адвокації та сфокусованих комунікацій щодо політик», що виконується Українським Жіночим Фондом за підтримки Європейського Союзу.

Дизайн та верстка: Інеса Білюк

ГО «Жінки в медіа», квітень 2025



ЖІНКИ в медіа.

Зміст

4	Вступ
5	Розділ 1. Що ми розуміємо під гендерновідповідальним відновленням України
7	Розділ 2. Подвійна роль медіа: критична інфраструктура та комунікаційний стейкхолдер
12	Розділ 3. Уроки міжнародного досвіду: як медіа сприяють інклюзивному відновленню
14	Розділ 4. Гендерні виклики в українських медіа під час війни
17	Розділ 5. Гендерночутливе висвітлення відновлення: виклики для українських медіа
28	Розділ 6. Рекомендації для міжнародних організацій та стейкхолдерів
34	Про ГО «Жінки в медіа»

Вступ

В умовах повномасштабної війни та тривалого гуманітарного виклику роль медіа в Україні виходить за межі традиційного інформування. Вони стають важливими гравцями у процесах документування, моніторингу, просування інтересів громад, а також формування довіри до державних і міжнародних інституцій. Особливої уваги потребує підтримка контенту й підходів, які сприяють інклюзивності та гендерній рівності в контексті відновлення.

У цьому аналізі громадська організація «Жінки в медіа» пропонує низку рекомендацій для міжнародних організацій щодо співпраці з українськими медіа в контексті гендерно-відповідального підходу у відновленні.

Оскільки медіа відіграють ключову роль у формуванні суспільного дискурсу, такі рекомендації допоможуть зробити співпрацю з українськими редакціями більш ефективною. Вони сприятимуть тому, щоб у процесі відбудови були почуті голоси жінок, а також інших недостатньо представлених груп. Це сприятиме не лише збалансованому висвітленню подій, а й зміцненню демократичних цінностей.

Для формування цих рекомендацій було проведено 12 напівструктурованих глибинних інтерв'ю з представниками регіональних та загальнонаціональних медіа. До вибірки опитаних медіа увійшли: УП.Життя, Громадське, Лівий Берег, Бабель, Суспільне, Ліга, Громадське радіо, Український тиждень, мережа гіперлокальних медіа «Район.in.ua», сумське медіа «Цукр», медіа Київщини «Буча – найкраще місто» та медіа мережі «АБО».

Крім того, рекомендації були сформовані з урахуванням результатів кількісного опитування журналістів «Висвітлення теми гендерночутливого відновлення України: досвід медіа»¹, проведеного ГО «Жінки в медіа» раніше у 2024 році.



1 ГО «Жінки в медіа»/ «Висвітлення теми гендерночутливого відновлення України: досвід медіа», 2024. Режим доступу: <https://wim.org.ua/materials/hendernochutlyvoho-vidnovlennia-ukrainy/>



розділ 1

Що ми розуміємо під гендерновідповідальним відновленням України

Принципи гендерночутливого та відповідального відновлення України були закріплені в «Декларації Лугано»² під час першої конференції з відновлення у 2022 році. У документі наголошується, що процес відновлення має бути інклюзивним, забезпечувати гендерну рівність та повагу до прав людини, зокрема економічних, соціальних і культурних прав. Особливу увагу слід приділяти скороченню розривів та нерівностей.

Громадська організація «Інформаційно-консультативний жіночий центр» наголошує³, що гендерне бачення відновлення України передбачає рівний доступ для всіх людей — дівчат і хлопців, жінок і чоловіків — до можливостей, закладів, послуг і ресурсів, без визначення суспільних ролей та очікувань через гендерні стереотипи (гендерна інклюзія).

2 Підсумковий документ Міжнародної конференції з питань відновлення України (URC 2022) «Декларація Лугано» Лугано, 2022. Режим доступу: https://cdn.prod.website-files.com/625d81ec8313622a52e2f031/62cd2e0ba5613c953a9b52d4_Lugano%20Declaration-UA.pdf

3 Олена Суслова, ГО «ІКЖЦ»/ «Гендерне бачення відновлення України», 2023. Режим доступу: <https://wicc.net.ua/post/genderne-bachennya-vidnovlennya-ukrayiny>

З 2023 року в Україні діє «Платформа забезпечення гендерного мейнстрімінгу та інклюзії у відновленні»⁴ при Комісії з питань координації взаємодії органів виконавчої влади щодо забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків. Її діяльність спрямована на застосування гендерного підходу до всіх пріоритетних напрямів відновлення – енергетики, транспорту, сільського господарства, інфраструктури, IT-індустрії та розвитку людського капіталу.



Фото: ГО «Жінки в медіа». На фото — Ірина Андрейців, шеф-редакторка видання «Вечір» з командою.

На Міжнародній конференції з питань відновлення України, що проходила в червні 2024 року в Берліні, за підтримки урядів, агенцій ООН, приватного сектору та громадянського суспільства було започатковано **Альянс з гендерно відповідального та інклюзивного відновлення в Україні**⁵. Метою альянсу є узгоджені зусилля, спрямовані на покращення фінансування та забезпечення гендерної рівності у відновленні України.

Члени Альянсу заохочуються до підтримки ініціатив, які сприяють гендерній рівності, захисту та розширенню прав і можливостей жінок, а також до надання пріоритетності потребам внутрішньо переміщених жінок, репатріанток, жінок з інвалідністю, ветеранок, жінок із сільської місцевості та представниць ЛГБТІК+ спільноти, забезпечуючи їхню участь у процесах прийняття рішень щодо відновлення.

4 Урядовий портал «Розпочала роботу «Платформа забезпечення гендерного мейнстрімінгу та інклюзії у відновленні», 2023. Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/news/rozpochala-robotu-platforma-zabezpechennia-hendernoho-meinstryminhu-ta-inkliuzii-u-vidnovlenni>

5 ООН-Жінки «За потужної підтримки урядів, агенцій ООН, приватного сектору та громадянського суспільства започатковано Альянс з гендерно відповідального та інклюзивного відновлення в Україні», 2024. Режим доступу: <https://ukraine.unwomen.org/uk/stories/novyny/2024/06/za-potuzhnoyi-pidtrymky-uryadiv-ahentsiy-oon-pryvatnoho-sektoru-ta-hromadyanskoho-suspilstva-zapochatkovano-alyans-z-henderno-vidpovidalnoho-ta-inklyuzyvnoho-vidnovlennya-v-ukrayini>



розділ 2

Подвійна роль медіа: критична інфраструктура та комунікаційний стейкхолдер

КРИТИЧНА ІНФРАСТРУКТУРА

В умовах повномасштабної війни Росії проти України українські медіа, як і весь сектор економіки та інфраструктури, зазнали й продовжують зазнавати серйозних фінансових втрат і фізичних руйнувань.

Російська агресія завдала ударів по медіа на кількох рівнях: фізичному (руйнування телемереж, редакційних приміщень, технічного обладнання); економічному (втрата доходів, падіння прибутків); кадровому (вимушена міграція медійників за кордон, мобілізація працівників, а також гендернозумовлені виклики, з якими стикаються журналістки).

Багато медійників зазнали фізичних втрат як під час виконання професійних обов'язків у зоні бойових дій, так і в цивільному житті через російські обстріли. Станом на 20 березня 2025 року з початку повномасштабного вторгнення в Україну було вбито щонайменше 117 медійників, із них 18 — під час виконання професійних обов'язків.⁶

⁶ Національна спілка журналістів України «Список журналістів, які загинули від початку повномасштабної російської агресії (оновлено)», 2025. Режим доступу: <https://nsju.org/novini/arman-soldin-stav-14-ym-mediapraczivnykom-shho-zagynuv-pry-vykonanni-profesijnyh-obovyazkiv/>

Економічні втрати українських медіа виявилися нищівними: рекламний ринок, за оцінками експертів, досі не відновився, продажі контенту скоротилися, а інвестиції власників суттєво зменшилися. Частина редакцій була змушена закрити офіси, припинити діяльність або рятуватися переїздом у безпечніші регіони.

За даними Інституту масової інформації (ІМІ), у 2022–2024 роках закрилися 329 медіа, із яких 277 так і не змогли відновити свою роботу — втративши команди, аудиторії й голос у публічному просторі.⁷

У новому звіті «**Fourth Rapid Damage and Needs Assessment (RDNA4)**»⁸ від Світового банку, присвяченому оцінці збитків та потреб України, наголошується, що телекомунікаційний, цифровий і медіа-сектори є ключовими для підтримки стійкості українського суспільства через забезпечення доступу до інформації, сприяння дистанційній роботі й навчанню, підтримку реагування на надзвичайні ситуації та протидію дезінформації.



Фото: «Кордон медіа». Конгрес-центр Сумського державного університету — колишній осередок журналістських заходів Сумщини. Будівля постраждала внаслідок російського обстрілу.

При цьому оцінені потреби на відновлення сектору телекомунікацій, цифрових технологій та медіа становлять близько 1,02 мільярда доларів США. Найбільші потреби у відновленні в цій сфері на період 2024–2027 років мають: Київська, Харківська та Донецька області. Суттєві обсяги фінансування також потрібні для Миколаївської, Херсонської та Запорізької областей. Сумська, Чернігівська та Луганська області мають менші, але все ж значні потреби.

7 Інститут масової інформації «329 українських медіа закрилися з початку повномасштабного вторгнення РФ — дослідження ІМІ», 2024. Режим доступу: <https://imi.org.ua/monitorings/329-ukrayinskyh-media-zakrylys-z-pochatku-povnomasshtabnogo-vtorgnennya-rf-doslidzhennya-imi-i64960>

8 Світовий банк «Fourth Rapid Damage and Needs Assessment (RDNA4)», 2025. Режим доступу: <https://documents1.worldbank.org/curated/en/099022025114040022/pdf/P1801741ca39ec0d81b5371ff73a675a0a8.pdf>

Потреби відновлення включають відбудову зруйнованих об'єктів, відновлення можливостей трансляції, підтримку переміщених медіапрацівників і працівниць та зміцнення незалежної журналістики для забезпечення доступу до достовірної інформації.

Пріоритетними інвестиціями згідно цієї оцінки є посилення кібербезпеки медіа-організацій, розширення інфраструктури цифрового мовлення та розвиток ініціатив з медіаграмотності для боротьби з дезінформацією.

Після початку повномасштабної війни медіасектор змушений був адаптуватися до нових умов, зокрема через перехід на грантове фінансування. Гранти стали одним із основних джерел підтримки для українських медіа. У 2022–2023 роках пріоритетом донорів було виживання редакцій, однак згодом підтримка стала вибірковою, а обсяги фінансування поступово скорочувалися, що зафіксовано в дослідженні Львівського медіа форуму (ЛМФ) «Донорське поле підтримки для медіа в Україні».⁹

Після припинення американського бюджетного фінансування для України грантова підтримка українських медіа різко скоротилася. Як зазначається у дослідженні «Чорний лебідь донорської підтримки: як регіональна журналістика переживає призупинення фінансування з програм USAID»¹⁰, редакції не були готові до раптового припинення допомоги, що особливо болісно вдарило по регіональних медіа. Це призвело до ризику скорочення персоналу, затримок із зарплатами та навіть закриття незалежних редакцій, особливо поблизу лінії фронту.

9 Львівський медіа форум «Донорське поле підтримки для медіа в Україні», 2024. Режим доступу: https://drive.google.com/file/d/1j8VREj6l4UKI-_xFrsc4LfSQt2W_RZp8/view

10 Media Development Foundation «Чорний лебідь донорської підтримки: як регіональна журналістика переживає призупинення фінансування з програм USAID», 2025. Режим доступу: <https://www.mediadevelopmentfoundation.org/research/chornyj-lebid-donorskoyi-pidtrymky-yak-regionalna-zhurnalistyka-perezhyvaye-pryzupynennya-finansuvannya-z-program-usaid/>

КОМУНІКАЦІЙНИЙ СТЕЙКХОЛДЕР

Попри триваючу війну й обстріли з боку Росії, процес відновлення України вже розпочався. В країні діє низка програм із відновлення соціальної інфраструктури, житла, охорони здоров'я, економіки та інших секторів. Успішність цих процесів значною мірою залежить від якісної комунікації, зокрема через медіа.

Як показало дослідження «Як комунікувати відновлення України: аналіз і рекомендації»¹¹, проведене Львівським медіафорумом у 2023 році, суспільство залишається недостатньо поінформованим про ключові події, плани й проблеми, пов'язані з процесами відновлення. У публічних розмовах надмірний акцент робиться переважно на матеріальній стороні – ремонті та реконструкції будівель і об'єктів інфраструктури.

Цю тенденцію підтверджує й опитування «Висвітлення теми гендерночутливого відновлення України: досвід медіа»¹², проведене ГО «Жінки в медіа» у 2024 році: було опитано 117 медійників із 94 українських редакцій.

Виявилося, що журналісти по-різному розуміють, що саме включає процес «відновлення України». Імовірно, це є наслідком нечіткої комунікації з боку стейкхолдерів. Зокрема, складнощі виникають при визначенні поняття відбудови поза фізичним виміром – коли йдеться не лише про будівництво та інфраструктуру, а й про відновлення соціальної, культурної та освітньої сфер.

Дехто з журналістів вважає, що через триваючу війну говорити про відбудову ще зарано. Крім того, деякі редакції зазначають, що не сприймають теми, над якими працюють, як частину тематики відновлення, помилково вважаючи її виключно специфічною для медіа прифронтових територій.

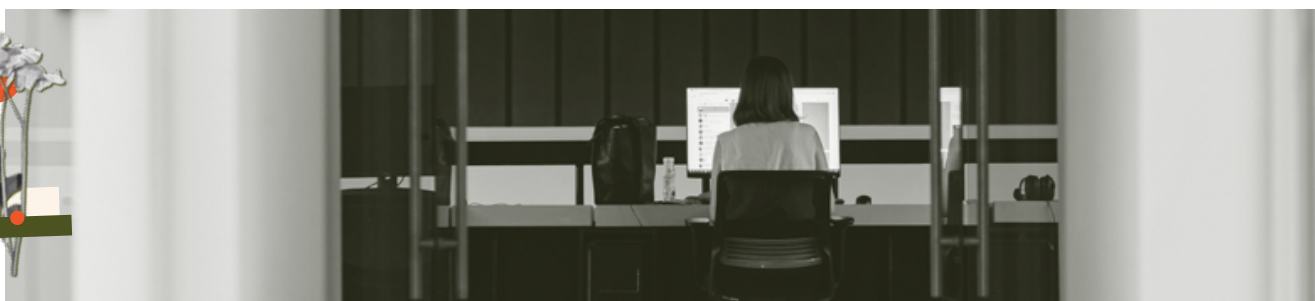


Фото: ГО «Жінки в медіа». На фото – журналістка Суспільного мовлення в роботі.

11 Львівський медіа форум «Як комунікувати відновлення України: аналіз і рекомендації», 2023. Режим доступу: <https://lvivmediaforum.com/page/yak-komunikuvaty-vidnovlennya-ukrayiny-analiz-i-rekomendacziyi-eng>

12 ГО «Жінки в медіа» / «Висвітлення теми гендерночутливого відновлення України: досвід медіа», 2024. Режим доступу: <https://wim.org.ua/materials/hendernochutlyvoho-vidnovlennia-ukrainy/>

У 2024 році, напередодні Ukraine Recovery Conference у Берліні, понад 120 українських медіа та міжнародних організацій оприлюднили відкрите звернення «Відновлення медіа — невід’ємна частина відновлення України»¹³. У ньому закликали включити тему відновлення медіа до програми URC, спонукали уряд комунікувати потреби медіагалузі на національному й міжнародному рівнях та наголосили на необхідності підтримки медіа в програмах відбудови. Звернення було передано Директорату Європейської Комісії з питань політики сусідства та переговорів з розширення (DG NEAR).

Автори наголосили, що без системної підтримки незалежних медіа — особливо регіональних — існує ризик їхнього зникнення. У зверненні також підкреслювалося, що медіа не лише інформують про процеси відбудови, а й забезпечують громадський контроль за використанням міжнародної допомоги. Втрата локальних голосів посилює дезінформацію та підриває довіру громадян до відновлення України.

13 «Відновлення медіа — невід’ємна частина відновлення України», Відкрите звернення щодо Ukraine Recovery Conference, 2024. Режим доступу: <https://docs.google.com/document/d/1AwvRpisBJepmTwjhK2ljuUwAv-Z4aR5TDZdEX55vltc/edit?tab=t.0#heading=h.w6xsywm5bavn>



розділ 3

Уроки міжнародного досвіду: як медіа сприяють ІНКЛЮЗИВНОМУ ВІДНОВЛЕННЮ

Практика інших країн свідчить, що ефективна комунікація процесів відновлення та активне залучення жінок може суттєво посилити післякризові трансформації.

● Приклад 1. **Непал: роль медіа у відновленні громад**

Після землетрусу в Непалі багато жінок взяли на себе активну роль у процесі відновлення громад, зокрема опановуючи «нетрадиційні» професії, як-от будівництво. Це стало можливим завдяки підтримці міжнародних організацій і медіа, зокрема BBC Media Action.

У звіті про діяльність BBC у Непалі¹⁴ зазначається, що за рік після землетрусів, коли основні потреби громад змістилися від відновлення до реконструкції, змінився і зміст радіопрограм. Так, у першій фазі виробництва програми **KathaMaala** після землетрусу центральний персонаж Маала була задумана як продавчиня молока, яка ходила від однієї оселі до іншої, передаючи людям, що мешкали в тимчасових притулках, життєво важливу інформацію.

14 BBC Media Action "Supporting earthquake-affected communities through radio in Nepal", 2019. Режим доступу: <https://downloads.bbc.co.uk/mediaaction/pdf/supporting-earthquake-affected-communities-august2019.pdf>

У фазі реконструкції героїні надали нову професію: після навчання Маала стала муляркою й почала працювати у своєму селі – не лише відбудовуючи будинки та заохочуючи мешканців залучати кваліфікованих фахівців до реконструкції житла, а й надихаючи інших жінок обирати професію мулярки.

● Приклад 2. **Боснія і Герцеговина: жінки у післявоєнному відновленні**

У Боснії і Герцеговині застосування гендерночутливого підходу у процесах післякризового відновлення активно підтримується через медіа та діяльність громадських організацій.

Наприклад, Post-Conflict Research Center (PCRC), заснований журналісткою Велмою Шаріч, використовує медіа для просування миру та гендерної рівності.

Через платформу Balkan Diskurs центр публікує історії жінок, які відіграють активну роль у відновленні суспільства, тим самим змінюючи суспільні уявлення про роль жінок у післявоєнний період.

● Приклад 3. **Сирія: документування сексуального насильства через медіа**

Проект Women Under Siege, ініційований Women's Media Center, використовує журналістику для висвітлення сексуального насильства під час конфліктів, зокрема в Сирії. Проект документує онлайн та через соціальні мережі, як зґвалтування та гендерне насильство використовуються як інструменти у війні та геноциді.

Вони застосовували краудсорсинг та соціальні медіа для картографування випадків насильства, надаючи платформу для голосів жінок і привертаючи увагу до їхніх потреб у процесах відновлення.

Досвід Непалу, Боснії і Герцеговини, Сирії та інших країн демонструє, як через комунікацію можна не лише відновлювати інфраструктуру, а й змінювати суспільні уявлення та підтримувати права жінок у процесах відновлення.



розділ 4

Гендерні виклики в українських медіа під час війни

Аналіз стану українських медіа показує власні виклики у сфері гендерної рівності, доступу до керівних посад і захисту журналісток, що впливає на стійкість медіасектора та якість його участі у процесах відновлення.

Згідно з Гендерним профілем українських медіа¹⁵ у медіасекторі більшість працівників становлять жінки (58% проти 42% чоловіків). Водночас жінки значно переважають на посадах журналісток (70–80%), тоді як у керівних посадах їхня частка залишається лише трохи більшою за половину.

Важливо розуміти, що робота в медіа вимагає високої емоційної включеності, великого інформаційного навантаження і часто не є добре оплачуваною. Тож перевагу жінок у цій сфері складно назвати позитивним явищем. Особливо якщо врахувати, що до керівних посад доходять менше жінок, ніж працюють у виконавчих ролях. Розмір редакцій впливає на гендерну репрезентацію та навантаження: у маленьких колективах жінки-керівниці часто поєднують кілька посад через нестачу кадрів і ресурсів.

15 ГО «Жінки в медіа» Гендерний профіль українських медіа, 2025. Режим доступу: <https://wim.org.ua/materials/gender-profile-2024/>

За результатами дослідження¹⁶ ГО «Жінки в медіа» та Урядової уповноваженої з питань гендерної політики (2023), понад третина українських редакцій (34%) не має формалізованої політики гендерної рівності, лише 3% запровадили політики стимулювання жіночого лідерства, а 68% — не мають механізму подання скарг на випадки порушення принципів рівності.



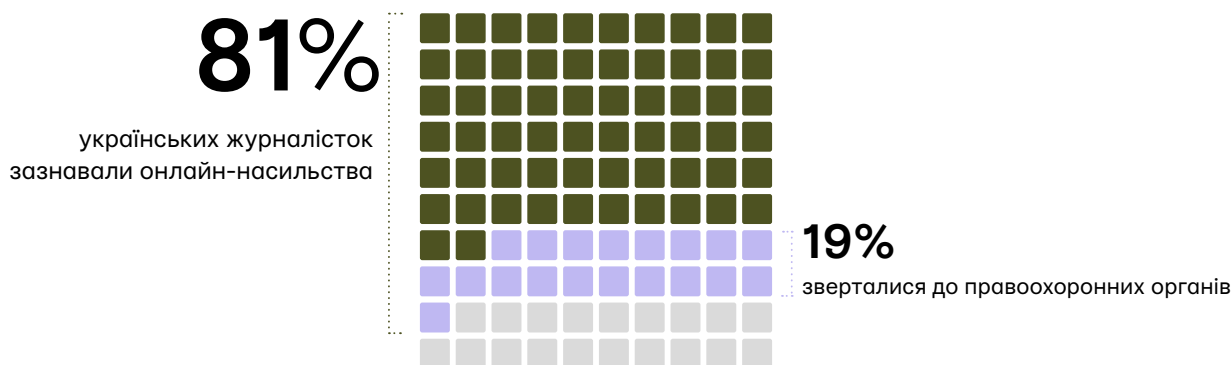
Фото: Сергій Томіленко/ Головна редакторка газети «Трудова слава» Світлана Карпенко, м. Оріхів.

У 2023 році ГО «Жінки в медіа» у дослідженні «Недооцінена загроза: гендерна дезінформація щодо українських журналісток»¹⁷ зафіксувала використання Росією стратегії гендерної дезінформації для придушення голосів українських журналісток та формування негативного сприйняття гендерної рівності й ролі жінок у демократичних суспільствах.

16 ГО «Жінки в медіа» «Гендерний баланс у прийнятті рішень в медіаорганізаціях України», 2023. Режим доступу: <https://wim.org.ua/materials/hendernyy-balans-u-prynyiatti-rishen-v-mediaorhanizatsiiakh-ukrainy-rezultaty-doslidzhennia-ho-zhinky-v-media/>

17 ГО «Жінки в медіа» «Недооцінена загроза: гендерна дезінформація щодо українських журналісток», 2023. Режим доступу: <https://wim.org.ua/materials/doslidzhennia-nedootsinena-zahroza-henderna-dezinformatsiia-shchodo-ukrainskykh-zhurnalistok/>

Нове дослідження¹⁸ 2025 року, проведене ГО «Жінки в медіа» у партнерстві з ЮНЕСКО, показало, що 81% українських журналісток зазнавали онлайн-насилля, найпоширенішими формами якого були мізогінна і сексистська мова (наприклад, вислови на кшталт «журнашлюха») та дифамація, спрямована на шкоду професійній репутації (зокрема через створення хибного образу «проросійської журналістки»). Лише 19% потерпілих зверталися до правоохоронних органів.



Наслідками атак стали погіршення психологічного стану, зниження працездатності й самоцензура, що, з огляду на домінування жінок у журналістиці, створює серйозний охолоджувальний ефект, особливо небезпечний у воєнних умовах, коли суспільство критично залежить від достовірної інформації.

18 ГО «Жінки в медіа» «її голос — мішень для них: гендерно зумовлене онлайн-насилля щодо українських журналісток», 2025.
Режим доступу: <https://wim.org.ua/materials/study-online-violence/>



Гендерночутливе висвітлення відновлення: виклики для українських медіа

Загалом українські медіа дедалі активніше висвітлюють тематику відновлення країни – як фізичної інфраструктури, так і соціальної. У багатьох випадках журналісти намагаються робити це якісно, із залученням різних голосів та застосуванням гендерночутливого й інклюзивного підходів. Проте навіть за наявності добрих намірів та професійних стандартів, на практиці виникає низка внутрішніх і зовнішніх викликів, що ускладнюють системну роботу з цією темою.

За результатами глибинних інтерв'ю з редакторами і редакторками загальнонаціональних і регіональних медіа, ми сформували перелік ключових викликів і проблем, з якими стикаються українські редакції в процесі висвітлення відновлення України, враховуючи й гендерночутливий підхід.

ВНУТРІШНІ ВИКЛИКИ МЕДІА

- **Наявність політик ≠ дотримання практик:** багато редакцій мають задекларовані гендерні або інклюзивні політики, але не завжди інтегрують їх у щоденну редакційну роботу. Переважно це стосується дотримання гендерного балансу серед коментаторів в матеріалах, адже в медіа досі критично мало жіночих експертних голосів.

„*«Ми застосовуємо спеціальну систему для вимірювання експертної представленості чоловіків і жінок в ефірі. Оцінювання проводиться за тематиками, адже, наприклад, у суспільно-політичних програмах представленість жінок нижча, ніж у програмах про культуру. Завдяки цьому щомісяця ми відстежуємо, чи дотримано гендерний баланс. Якщо бачимо, що баланс порушено, обговорюємо ситуацію з редакторами. Вони зауважують, що пошук жінок-експертів для суспільно-політичних тем вимагає додаткових зусиль від гостьових редакторів. Ми навіть розглядали можливість залучення додаткових ресурсів, зокрема у вигляді винагород для редакторів, які активно працюватимуть над гендерним паритетом»,*

— розповідає представниця одного з опитаних медіа.

Водночас існують редакції, для яких питання гендерного балансу не є пріоритетним:

„*«Ми не думаємо про гендерний баланс як пишемо матеріал, тому що в текстах ми завжди орієнтуємося виключно на фахівців, на те, наскільки той чи інший ньюзмейкер є важливим. Ми не можемо собі відмовляти в коментарях чоловіків на користь коментарів жінок-експертів. Якщо вони є, ми їх записуємо. Якщо їх немає, ми не будемо витрачати час і затримуватись на тиждень чи два з матеріалом для того, щоб знайти два коментаря чоловіків і два коментаря жінок»,*

— розповідає представниця іншого загальнонаціонального медіа.

”

«Я прихильниця квот на присутність жінок у контенті. Але коли ти пишеш про відновлення, а всі експерти, керівники регіонів і бізнесу — чоловіки, зробити це складно. Це реальна проблема»,

— зазначила інша респондентка.

Ці коментарі добре ілюструють реальні труднощі, з якими стикаються редакції під час підготовки матеріалів у швидкому новинному циклі. Орієнтація на компетентність джерел — важливий принцип журналістики.

Проте варто пам'ятати, що системна гендерна нерівність у медіапредставленості часто є не наслідком відсутності експерток як таких, а браком зусиль із боку редакцій з їхнього виявлення і залучення. Гендерний баланс — це не про заміну експертів жінками «заради балансу», а про свідоме розширення бази коментаторів, щоб уникнути одновимірного представлення подій. Тим більше, що в багатьох сферах жінки є кваліфікованими фахівчинями, але залишаються невидимими для медіа. Важливо не чекати ідеальних умов чи гендерного паритету в кожному матеріалі, а поступово змінювати редакційну практику — наприклад, через бази експерток, допомогу гостьовим редакторам, внутрішні цілі на рівні редакційної політики тощо.

- **Брак розуміння суті підходів:** поняття «відновлення» часто зводиться до відбудови фізичних об'єктів, без уваги до соціальних аспектів або потреб різних груп населення.

”

«Це пов'язано з тим, що насправді є багато якихось критичних проблем. Ну, наприклад, коли ми пишемо про розмінування, що дуже важливо і нам потрібно показати, як це відбувається, хто це робить, скільки на це потрібно грошей... тут головне розказати про цю проблему і ми не думаємо про це в ключі: а хто це робить і як би сюди притягнути гендерний контекст якийсь. Або коли ми пишемо про відновлення водопостачання, що там величезні проблеми і в нас там, фактично, величезне місто на півдні України — Миколаїв, живе вже третій рік без води. Яюсь складно ще там в матеріал втулити принципи гендерного відновлення»,

— розповіла представниця загальнонаціонального медіа.

”

«Я не знаю, що конкретно можна вважати відновленням. Ну, тобто там умовно кажучи, відновлення інфраструктури. Відновлення, скажемо так, це ж майже все позитивне, що відбувається зараз в країні, це майже все відновлення. Якщо дивитися так широко, то ми багато пишемо про відновлення, — розповіла одна з опитаних медійниць. — Ми писали про освіту, яку намагаються відродити в Запоріжжі, про відбудовані й новозбудовані підземні школи».

- **Вузьке трактування інклюзивності**, яка здебільшого асоціюється лише з фізичною доступністю будівель, а не з широким включенням вразливих груп — таких як ветерани/ки, ВПО, жінки, ЛГБТІК+, люди з інвалідністю тощо.

”

«Однозначно треба пильнувати за тим, щоби наше відновлення супроводжувалося облаштуванням всієї інфраструктури. для людей, які у війську, наприклад, — розповіла одна з респонденток. — Під час відновлення Ірпеня, до прикладу, в жодному проєкті на це не зважали. Тобто ні пандусів, ні заїздів на тротуари, нічого з цього не враховували в проєкті з відновлення міста. І, на жаль, влада мало звертає на це увагу. А зараз у нас будуть мільйони видимих людей, які потребуватимуть такої інклюзії, яким треба буде інша парковка біля супермаркета, тому що їм треба вийти з автомобіля. Їм потрібні будуть спеціальні ліфти».



Фото: ГО «Жінки в медіа»/ Головна редакторка «Громадського» Христина Коціра з командою.

СИСТЕМНІ БАР'ЄРИ ТА ЗОВНІШНІ УМОВИ

- **Попит на матеріали про відновлення серед аудиторії залишається відносно невисоким:** журналісти змушені балансувати між темами, які викликають інтерес, і тими, які вважають суспільно важливими.

” *«Відновлення — не одна з тих тем, які найбільше турбують аудиторію. Зараз ця тема для українців не на першому місці. Але ми стараємося писати про це так, щоб було цікаво, й пишемо про це, бо це важливо. Хоча коли йдеться про якийсь скандал, розкриття в контексті відновлення — це набирає велике охоплення в аудиторії»,*

— розповіла редакторка одного з загальнонаціональних медіа.

«Гендерночутливий контент зараз дуже важко «продати» аудиторії. Коли головна турбота — вижити, люди менше звертають увагу на ці питання»,

— прокоментувала редакторка.

Попри те, що інтерес аудиторії до тем гендерної рівності чи інклюзії залишається низьким через загальний фокус на питаннях виживання, частина редакцій продовжує висвітлювати важливі соціальні теми, орієнтуючись на стратегічну вагу таких матеріалів для суспільства.

” *«Деякі матеріали, навіть якщо вони не приносять великих переглядів, ми все одно робимо — бо це стратегічно важливо для країни»,*

— зазначила інша респондентка.

- **Обмежений доступ до інформації:** редакції стикаються з бюрократичними перепонами, особливо на місцевому рівні, а також із браком офіційних даних про відновлення.



«Найважче в контексті висвітлення відновлення — доступ до інформації, до даних. Ми робили великий проєкт, хотіли зробити матеріал про те, як регіони витрачають гроші. Наприклад, скільки було виділено на відновлення і скільки витратили. І це прям була катастрофа, тому що багато хто футболив нас, не хотів давати ці дані і ми збирали їх дуже важко, потім перетворювали в інфографіку, щоб можна було це побачити. Де, скільки і чого відновили, скільки грошей було витрачено. І це прямо зайняло кілька місяців, купа дзвінків по всіх регіонах, переписок... бо доступ до цих даних не дуже прозорий і це прямо проблемно»,

— розповіла одна із опитаних представниць загальнонаціональних медіа.

Те, що пишучи про відновлення журналістам складно отримати коментарі, підтримала і представниця регіонального медіа:



«Нам не дають коментарів. Надсилаємо офіційні запити й отримуємо відповіді. Але іноді хочеться живого контакту — зустрітися, побачити процес відновлення на місці. А буває, що працівники неохоче діляться інформацією або складно зв'язатися з керівництвом».

.....
«Основна проблема — це доступ до місцевої влади. Вони часто сприймають журналістів як ворогів, які «напишуть щось погане» і зіпсують їм репутацію. Хоча наша мета — створити діалог і порушити важливі суспільні теми. Тому буває, що влада або не дає інформацію, або затягує, або дає дуже загальні відповіді. Часто прикриваються «військовою таємницею», навіть коли насправді її немає. Останні роки ми у своїх проєктах акцентуємо на побудові діалогу між владою і медіа, щоби показати, що це може бути партнерство, а не протистояння».

- **Нестача тематичних проєктів:** медіа часто не мають підтримки для виробництва глибоких, системних матеріалів про відновлення.

” *«Передусім немає ресурсів фінансових, на те, щоби наймати достатньо велику команду і, наприклад, їздити робити відеоконтент. Це би точно дивилися, але це прямо велика команда. Щоб робити це якісно, то це має бути хороша команда, з хорошою технікою і дуже мобільна. Не вистачає фінансових ресурсів і не вистачає людських ресурсів. Тобто криза кадрів, вона досі відчутна. Зараз якось трошки легше, ніж минулого року, але людей професійних справді не вистачає. Тому, фінанси і люди — це головне»,*

— розповіла представниця одного з опитаних медіа.

Одна з респонденток зазначила, що багато міжнародних організацій та посольств фінансують великі проєкти з відновлення конкретних міст і регіонів. На її думку, варто було б передбачити підтримку медіа для висвітлення й контролю за використанням цих коштів. Вона пояснила:

” *«Якби можна було отримати гроші для якогось медіа, яке висвітлює всі процеси, розказує ці історії, контролює, рахує, куди на що витратились гроші, це було б конструктивно. Тоді можна було б писати і про ментальне здоров'я в контексті відновлення, і про гендерну рівність. Це було би видиміше й дієвіше, а так медіа роблять найважливіше, верхівку якусь, а ресурсу на все інше не вистачає».*

- **Відсутність централізованого джерела інформації:** бракує єдиної платформи або бази даних про проєкти, процеси й політики у сфері відновлення, зокрема й з урахуванням гендерночутливого підходу.

”

«Основною складністю є відсутність єдиної бази даних про допомогу та відновлення. Інформацію доводиться збирати по крихтах»,

— зазначила одна з опитаних редакторок.

Крім того, одна з респонденток зазначила, що в Україні бракує організацій, які б активно просували теми відновлення та ініціювали інформаційну співпрацю з медіа. Зазвичай взаємодія відбувається лише тоді, коли самі журналісти проявляють ініціативу. Вона також звернула увагу, що надслані організаціями матеріали часто більше нагадують звіти діяльності, а не глибоке висвітлення проблем. Як вона підкреслила: «Не завжди організації розуміють, як краще висвітлювати ту чи іншу тему.»



Фото: Сергій Томіленко/ Головна редакторка газети «Трудова слава» Світлана Карпенко, м. Оріхів.

КОНТЕКСТ СПІВПРАЦІ З МІЖНАРОДНИМИ ПАРТНЕРАМИ:

- **Недостатній партнерський підхід:** редакції прагнуть до горизонтальної взаємодії, а не до ролі виконавців грантових проєктів.
- **Брак зворотного зв'язку:** журналісти не завжди розуміють, чому їхні проєкти не отримали підтримки, або як покращити заявки. Проблема взаємодії з донорами — це не тільки бюрократичні складнощі, а й відсутність належного зворотного зв'язку, який дозволяє організаціям вдосконалювати свою роботу. На думку однієї з респонденток, хоча донорська підтримка є важливою для функціонування медіа, процес взаємодії часто обмежується формальними вимогами без ґрунтовного аналізу результатів. *«Якщо ви хочете отримати гроші, то ви будете грати за правилами, які пропонує донор».* Однак цього недостатньо для ефективного розвитку організації та постійного вдосконалення її роботи. Респондентка додала, що корисним був би якісний фідбек, який дозволив би організації зрозуміти, чому їхні заявки не отримали фінансування, і що можна поліпшити для досягнення успіху в майбутньому. Такий підхід дозволив би не тільки уточнити запити організації, але й створити чітке розуміння того, що саме шукають донори в рамках кожного конкретного проєкту. *«Це насправді і навчило б грандрайтерів і, в принципі, проєктних менеджерів те розуміння того, що зараз шукає донор»*, — розповіла медійниця.
- **Нестача гнучкості:** донорські інструменти іноді не враховують реальні потреби й темпи роботи невеликих редакцій. Один із найчіткіше артикульованих запитів — на наявність гнучкого компоненту в донорській підтримці, який би дозволяв організаціям закладати витрати на базові потреби команди. Йдеться не лише про зарплати чи технічні ресурси, а про турботу, яка допомагає уникнути вигорання, зберігати мотивацію і забезпечити довгострокову сталість. Зокрема респонденти вказували на неможливість передбачити у грантових заявках витрати, пов'язані з благополуччям працівників — такими як медичне страхування чи підтримка батьків із дітьми.

ЗРУШЕННЯ ТА ПОТЕНЦІАЛ

● Шлях від стереотипів до різноманіття

На початку повномасштабного вторгнення медіа переважно брали коментарі у військових експертів, командирів бригад тощо. Згодом фокус почав зміщуватись до ширшого спектру тем і груп.



«Нам вдалося побачити, що наш інформаційний продукт перетворився на переважно маскулінний. Тобто переважно про чоловіків, військових, а ролі для жінок були достатньо стереотипні як для воєнного часу — дружини, господині і волонтерки, — розповіла представниця загальнонаціонального медіа. — Коли ми помітили це, зрозуміли, що нам потрібно якісніше працювати над контентною пропозицією. Нам вдалося це чесно проговорити з редакторською командою, і поступово розширити спектр тем, а разом з цим і пул експертів, і експерток».

«Пишемо про ветеранів, інклюзію, поранення, повернення до цивільного життя, вплив війни на жінок. Жінки постраждали найбільше, бо на них лягло багато нових соціальних ролей. Також пишемо про дітей, доступність освіти. Наші локальні редакції дуже змінилися за останні роки. Зараз вони працюють із темами відбудови в громадах — і самі, без нагадувань, звертають увагу на інклюзію, наприклад, чи є пандус, чи враховані потреби людей з інвалідністю. Це велика зміна», — зазначила представниця регіонального медіа.

- **Усвідомлення прогалін:** журналісти самі фіксують недостатню присутність у контенті таких тем, як потреби ветеранів/ок чи ВПО, чи інших вразливих груп.
- **Є запит на підтримку, а не лише ресурси:** редакції шукають не лише фінансування, а й знання, доступ до джерел інформації та партнерство.

”

«Мені хочеться щоб грантодавці і міжнародні організації запитали, а як це подати вашій аудиторії? Як просувати ось це для вашої аудиторії? Чи важливо це взагалі для вас? Чи ви в цьому працюєте?», — розповіла одна з респонденток.

Інша респондентка з національного медіа зауважила, що певне навчання могло б бути корисним, оскільки поняття інклюзії охоплює не лише людей на кріслах колісних, а й різні види інвалідності та обмежень, які потребують створення відповідних умов. Вона підкреслила, що це той напрямок, у якому журналісти могли б покращити свої знання, адже не всі мали можливість проходити відповідні тренінги:

”

«Це напрямок, де можна покращити свої знання».



розділ 6

Рекомендації для міжнародних організацій та зацікавлених стейкхолдерів

У цьому розділі представлено 15 рекомендацій для міжнародних організацій, що працюють у сфері відновлення України та співпрацюють із медіа. Рекомендації охоплюють інституційний, фінансовий, освітній та комунікаційний напрями.

01

Інтегрувати підтримку медіа у стратегії відновлення України

Потреби української медіагалузі повинні стати окремою складовою порядку денного Ukraine Recovery Conference/ Міжнародної конференції з питань відновлення України (URC2025). Медіа є ключовим елементом стійкості демократичних процесів, захисту прав людини, протидії дезінформації та забезпечення прозорого, інклюзивного і гендерночутливого відновлення України.

Водночас попередні конференції URC, які проходили у Лугано, Лондоні та Берліні, не приділяли уваги питанням відновлення і розвитку медійного сектору. Медіа залишалися переважно спостерігачами, а не активними учасниками процесів відбудови.

Цю ситуацію необхідно змінити. Журналісти мають бути системно залучені до обговорення, моніторингу та оцінки проєктів відновлення. Їхня участь допоможе виявляти прогалини, розуміти реальні потреби громад, посилювати прозорість ухвалення рішень, а також інтегрувати гендерночутливий підхід у комунікацію відновлення.

На URC2025 варто передбачити окрему сесію, присвячену відновленню медіагалузі, а також забезпечити повноцінну участь представників медіаспільноти у формуванні стратегій відбудови. Підтримка незалежних медіа – це не лише питання демократії та свободи слова, а й ключовий чинник стійкого та справедливого відновлення України.

02

Просувати гендерновідповідальний і інклюзивний підхід у медіапроєктах

Грантові конкурси для медіа повинні містити чіткі вимоги щодо інклюзивності та гендерної чутливості. Необхідно підтримувати ті ініціативи, які не лише висвітлюють процеси відновлення, а й демонструють досвід жінок, ветеранів, ВПО, людей з інвалідністю, ЛГБТІК+ та інших вразливих груп – як учасників, а не лише як жертв. Якщо раніше проєктів, які б фінансували створення матеріалів про гендерну рівність, права жінок, різних меншин було більше, зараз, в умовах скасування американського бюджетного фінансування для України, і у тому числі, для українських медіа, таких проєктів стало менше.

03

Забезпечити доступ медіа до системної інформації про відновлення

Для якісного висвітлення теми відбудови журналістам потрібна структура й регулярний доступ до інформації. Потрібно створити відкриті інформаційні платформи з даними про програми, бюджети, підрядників. Водночас необхідна адвокація за більшу прозорість з боку місцевої влади, що часто є джерелом закритості. Більшість з опитаних представників медіа відповіли, що для повнішого висвітлення відновлення України, їм бракує майданчика, на якому були б зведені дані про динаміку відновлення, виділені кошти, реалізовані проєкти тощо.

Інвестувати в сталі навчальні формати для медіа, які, у тому числі, стосуватимуться гендерної рівності

Одиничні тренінги поступаються за ефективністю менторським програмам, довгостроковим редакційним стипендіям чи створенню тематичних хабів. У фокусі таких програм мають бути навички роботи з даними, етика, розуміння прав людини й відновлення у ширшому соціальному контексті. Такі тренінги також мають враховувати пояснення щодо того, чому гендерний підхід у відновленні є важливим.

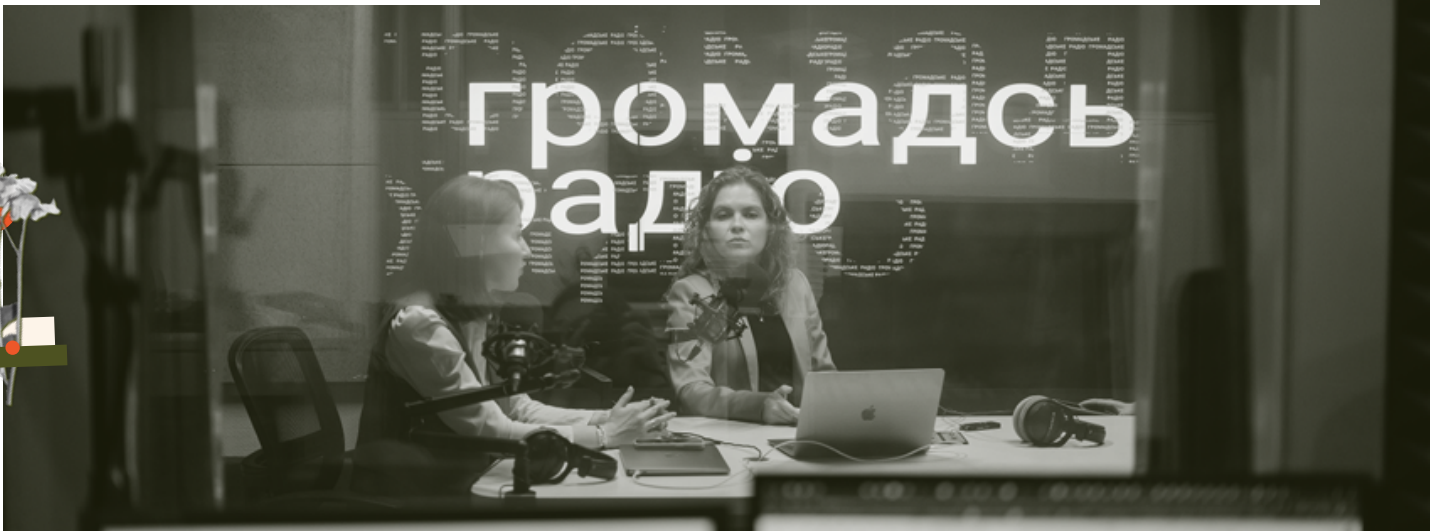


Фото: ГО «Жінки в медіа». Редакція Громадського радіо.

Переосмислити логіку грантової підтримки

Малі редакції часто не мають ресурсів, щоб пройти складні процедури подачі і звітування. Грантові програми мають бути простішими та прозорішими, а також включати механізми якісного зворотного зв'язку для тих, хто не отримав підтримки — для навчання й подальшого вдосконалення. Пом'якшення бюрократичних процедур і донорська гнучкість допоможуть медіа стати ефективнішими саме в контексті висвітлення інформації, адже вони зможуть сфокусуватися на журналістській роботі.

Грантові програми мають також передбачати гнучкий компонент, який дозволяє закладати витрати на підтримку базових потреб команд — як-от медичне страхування, заходи із профілактики вигорання і посилення онлайн-безпеки та допомогу батькам із дітьми. Турбота про благополуччя працівників є важливою умовою для сталості медіа в умовах війни та відбудови.

Журналісти повинні бути не «виконавцями завдання», а рівноправними партнерами в проєктах. Це передбачає залучення медіа ще на етапі планування тематичних проєктів та спільну розробку продуктів. Варто також стимулювати утворення мереж журналістів, які фокусуються на тематиці відновлення, зокрема — регіональних. Особливу увагу варто приділяти довгостроковій підтримці медіаініціатив, що системно працюють над темами гендерної рівності, інклюзії та прав вразливих груп.

Спільні проєкти між медіа та організаціями, які працюють із вразливими групами, сприятимуть кращому висвітленню складних тем і допоможуть журналістам отримувати доступ до експертного розуміння потреб цих груп. Такі партнерства варто формалізувати у вигляді хабів або спільних ініціатив. Крім того, важливо заохочувати місцеву владу до активнішої взаємодії з регіональними медіа через механізми інформаційного партнерства, а також співпраці з жіночими організаціями та іншими представниками громадянського суспільства — як у сфері комунікації, так і на етапах планування та реалізації стратегій відновлення.

Регулярна оцінка інклюзивності контенту, представленості вразливих груп і способів подачі тем дозволяє донорам і партнерам гнучко адаптувати свої програми. Такі дослідження мають охоплювати і великі національні медіа, і регіональні редакції.

Відбудова починається на місцях, і саме регіональні редакції першими реагують на зміни у громадах. Необхідно створювати окремі програми підтримки для медіа в регіонах, де відбувається відновлення: це може бути забезпечення технічної бази, гранти на створення контенту або програми навчання для команд.

10

Підсилювати голоси вразливих груп через медіа

Медіа не лише можуть писати про вразливі групи, а й разом із ними. Варто підтримувати ініціативи, які залучають представників таких груп до виробництва контенту, наприклад через навчальні програми, гостьові матеріали або формати участі. Це змінює оптику репрезентації – від об'єкта до суб'єкта.



Фото: ГО «Жінки в медіа».

11

Розглядати медіа як стейкхолдерів, а не лише як інструменти

Важливо, аби медіа були залучені до планування, реалізації та оцінки процесів відновлення на рівні громад і національних стратегій. Їхнє представництво у дорадчих органах, платформах координації або наглядових радах підвищить прозорість і якість рішень.

12

Фінансувати медіаініціативи, які супроводжують відновлення «пліч-о-пліч»

Регулярна оцінка інклюзивності контенту, представленості вразливих груп і способів подачі тем дозволяє донорам і партнерам гнучко адаптувати свої програми. Такі дослідження мають охоплювати і великі національні медіа, і регіональні редакції.

13**Підтримувати розвиток аналітичної журналістики**

Якісне медіависвітлення процесів відбудови має включати не лише позитивні кейси, а й критичний аналіз політик і рішень. Потрібно підтримувати редакції, які працюють з аналітичними жанрами — розслідуваннями, пояснювальними матеріалами, репортажами. Це дозволить формувати підзвітність влади та підрядників.

14**Підтримувати внутрішню інституційну сталість редакцій у питаннях рівності та інклюзії**

Варто сприяти впровадженню реальних редакційних політик рівності, розробці внутрішніх моніторингових механізмів дотримання гендерного балансу серед експертів і експерток, а також надавати організаційну підтримку для розвитку інклюзивних практик.

15**Сприяти популяризації теми відновлення серед аудиторії**

Підтримка має охоплювати не лише виробництво контенту про відновлення, а й розробку комунікаційних стратегій для залучення уваги громадськості до процесів інклюзивного та гендерночутливого відновлення.

Запропоновані рекомендації є важливим кроком для посилення ролі медіа у гендерновідповідальному та інклюзивному відновленні України. Водночас вони не є вичерпними. Зміни в контексті війни та відбудови постійно створюють нові виклики і можливості. Тому важливо забезпечувати регулярний перегляд підходів, розширювати діалог із медіаспільнотою, вразливими групами і місцевими громадами, а також інвестувати у постійне вдосконалення механізмів співпраці. Лише динамічна, чутлива до змін підтримка допоможе зробити процес відновлення дійсно інклюзивним, справедливим і стійким.

Про ГО «Жінки в медіа»

Ініціатива «Жінки в медіа» була заснована у квітні 2019 року Лізою Кузьменко та Вікторією Єрмолаєвою, які на той час працювали разом на Громадському радіо. Усе почалося з невеликої групи у Facebook, яка згодом перетворилася на потужну спільноту, що об'єднує понад 1700 журналісток, редакторок, продюсерок та інших медійниць з усіх регіонів України та різних типів медіа. У вересні 2019 року було офіційно зареєстровано громадську організацію «Жінки в медіа».

Ми об'єднуємо жінок у медіа для вирішення викликів на двох рівнях: рівність у редакціях (забезпечення рівних можливостей, доступу до керівних посад і справедливої оплати праці) та рівність у медійному контенті (протидія сексизму, підтримка жіночого лідерства та розвиток ресурсів для захисту прав жінок.)

Наша діяльність зосереджена на наданні організаційної, психологічної, експертної та фінансової підтримки для медійниць, зокрема у форматі «рівна-рівній». Ми проводимо аналітичні дослідження, ініціюємо адвокаційні кампанії, відзначаємо внесок журналістів і журналісток у подолання гендерної нерівності та організовуємо навчальні заходи.

Організація продовжує свою місію — формувати спільноту українських журналісток, об'єднаних цінностями взаємопідтримки, фемінізму та професійного розвитку, і сприяти створенню гендерночутливих редакцій.

ГО «Жінки в медіа» є активною учасницею ключових платформ і дорадчих органів у сфері гендерної політики та свободи слова в Україні. Організація входить до: Платформи «Рівні права і можливості» при Урядовій уповноваженій з питань гендерної політики Катерині Левченко; Громадської ради при Комітеті Верховної Ради України з питань свободи слова, Альянсу з гендерно відповідального та інклюзивного відновлення в Україні; Платформи забезпечення гендерного мейнстрімінгу та інклюзії у відновленні, створеної за ініціативою Віце-прем'єр-міністерки з питань європейської та євроатлантичної інтеграції України Ольги Стефанішиної; Робочої (переговорної) групи з питань цифрової трансформації та медіа, яка готує переговорні позиції України для укладення Угоди про вступ до Європейського Союзу.

У 2024 році ГО «Жінки в медіа» увійшла до шорт-листа престижної міжнародної премії IPI-IMS Free Media Pioneer Award, яка відзначає організації, що захищають свободу преси та впроваджують інновації у медіасфері.

Сайт wim.org.ua

