

ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішення Наглядової ради АТ «НСТУ»
від 06 серпня 2025 року № 102

Голова Наглядової ради

Світлана ОСТАПА

КОНЦЕПЦІЯ

**інклюзивного підходу у виробленні контенту
та в роботі у команді акціонерного товариства
«Національна суспільна телерадіокомпанія України»**

ЗМІСТ

I. Вступ	3
II. Базові принципи та ключові тематичні напрями	5
2.1. Базові принципи	5
2.2. Ключові тематичні напрями Концепції	8
III. Поточна ситуація з розмаїттям, рівністю та інклюзією в Україні й у компанії	9
3.1. Тематичний напрям: безбар'єрність	10
3.2. Тематичний напрям: ветеранська спільнота	13
3.3. Тематичний напрям: національні меншини (спільноти) і корінні народи	15
3.4. Тематичний напрям: гендерна рівність	17
3.5. Тематичний напрям: вікове розмаїття	19
3.6. Тематичний напрям: ЛГБТІК+	22
IV. Теорія змін: цілі, завдання та результати за тематичними напрямками	23
4.1. Загальні підходи	23
4.2. Тематичний напрям: безбар'єрність	25
4.3. Тематичний напрям: ветеранська спільнота	27
4.4. Тематичний напрям: національні меншини (спільноти) і корінні народи	29
4.5. Тематичний напрям: гендерна рівність	31
4.6. Тематичний напрям: вікове розмаїття	34
4.7. Тематичний напрям: ЛГБТІК+	36
V. Рекомендації щодо впровадження Концепції	38
VI. Ризики та внесення змін до Концепції	40
6.1. Ризики	40
6.2. Внесення змін до Концепції	41
Додаток 1. Регуляторна рамка	42
Додаток 2. Міжнародний досвід	48
Додаток 3. Короткий словник основних термінів і понять	56

I. ВСТУП

Концепція інклюзивного підходу у виробленні контенту та в роботі у команді акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України» (далі – Концепція) – стратегічний документ, що визначає засадничі принципи реалізації розмаїття, рівності, інклюзії, справедливості та приналежності в діяльності акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України» (далі – АТ «НСТУ», Суспільне мовлення, Суспільне, компанія). Концепція відповідає сучасним викликам, що постали перед суспільством унаслідок війни, демографічних змін і соціальної поляризації.

Концепція розроблена в межах законів України «Про медіа», «Про суспільні медіа України» та відповідає місії Суспільного мовлення, стратегії розвитку та основним напрямам діяльності АТ «НСТУ», затвердженим в установленому порядку Наглядовою радою АТ «НСТУ», а також спирається на міжнародні стандарти й зобов'язання¹ у сфері прав людини, розмаїття, рівності та інклюзії.

Суспільне мовлення – незалежний мовник, який здійснив реформу державного мовлення та виконує свою ключову місію: «Захищати свободи в Україні. Надавати суспільству достовірну та збалансовану інформацію про Україну та світ. Налагоджувати громадський діалог для зміцнення суспільної довіри, розвитку громадянської відповідальності, української мови та культури, особистості та українського народу».

Концепція ґрунтується на аналізі поточного стану інституційної культури, практик створення контенту, підходів до роботи з аудиторіями АТ «НСТУ», а також на вивченні міжнародного досвіду² у векторі розмаїття, рівності, інклюзії та приналежності. Концепція фіксує ключові виклики, на які має реагувати Суспільне мовлення. Війна, демографічні зсуви, технологічні зміни й соціальна фрагментованість поставили перед Суспільним мовленням нові завдання. Зростання ветеранської спільноти, кількості людей з інвалідністю, посилення ролі жінок, потреба в захисті прав ЛГБТІК+³, питання репрезентації національних меншин (спільнот) і корінних народів, збереження мовного та культурного розмаїття, збільшення тривалості життя, вікові зміни в аудиторіях і на ринку праці, скорочення народжуваності та активна внутрішня й зовнішня міграція, а також поширення дезінформації та упереджених наративів щодо окремих національних меншин (спільнот) – усе це вимагає адаптації медіа до нової реальності. У таких умовах Суспільне має бути провідником змін, що

¹ Посилання на всі дослідження та документи, зазначені в Концепції, наведено в додатку 1 до Концепції «Регуляторна рамка».

² Успішний досвід інших країн щодо впровадження основних принципів, охоплених Концепцією, наведено в додатку 2 до Концепції «Міжнародний досвід».

³ Визначення термінів і понять, що вживаються в Концепції, містяться в додатку 3 до Концепції «Короткий словник основних термінів і понять».

посилюють соціальну згуртованість і забезпечують видимість усіх груп (спільнот) українського суспільства.

В основі Концепції – зобов’язання формувати інклюзивну редакційну практику, підтримувати різні голоси, забезпечувати репрезентацію груп (спільнот), які історично залишалися поза увагою, та зміцнювати суспільну згуртованість через повагу до відмінностей. У Концепції використовується міжнародно визнаний термін DEIB (Diversity, Equity, Inclusion, Belonging), що окреслює взаємопов’язані напрями діяльності, спрямовані на усунення системних бар’єрів, забезпечення рівних можливостей, репрезентацію всіх груп населення й формування середовища, у якому кожна людина відчуває себе значущою частиною спільного інформаційного простору.

Концепція ґрунтується на таких взаємопов’язаних базових принципах:

- інклюзія (inclusion);
- інклюзивність (inclusiveness);
- рівність (equality);
- розмаїття або різноманіття (diversity);
- справедливість (equity);
- приналежність (belonging).

Концепція охоплює два рівні – інституційний і контентний, оскільки її принципи стосуються як внутрішніх процесів організації, так і підходів до створення контенту. Їх реалізація має бути узгодженою, щоб забезпечити цілісність змін.

Концепція охоплює шість ключових тематичних напрямів:

- безбар’єрність;
- ветеранська спільнота;
- національні меншини (спільноти) і корінні народи;
- гендерна рівність;
- вікове розмаїття;
- ЛГБТІК+.

Концепція визначає поточну позицію й стратегічний напрям, а також окреслює верхньорівневі кроки, необхідні для реалізації принципів розмаїття, рівності, інклюзії та приналежності в усіх напрямках діяльності АТ «НСТУ». Вона закладає основу для системного й поетапного впровадження цих принципів на інституційному та контентному рівнях, а ще забезпечення сталості змін у внутрішній культурі та зовнішній комунікації Суспільного. Наступним етапом стане розроблення деталізованого плану впровадження з визначенням відповідальних осіб, ресурсів, термінів та очікуваних результатів.

II. БАЗОВІ ПРИНЦИПИ ТА КЛЮЧОВІ ТЕМАТИЧНІ НАПРЯМИ

2.1. Базові принципи

Суспільне мовлення дотримується основних принципів, що формують підґрунтя інклюзивного підходу в медіа: інклюзія, інклюзивність, рівність, розмаїття, справедливість та приналежність. Ці принципи – конкретні орієнтири, які мають щоденне застосування в роботі. У цьому розділі визначено, як кожен із принципів має впроваджуватись у щоденну діяльність компанії на інституційному та контентному рівнях.

Інклюзія (inclusion) – процес збільшення ступеня участі всіх громадян і громадянок у соціумі; політики, дії, процеси, спрямовані на досягнення інклюзивності. Інклюзія спрямована на те, щоб кожен і кожна почувалися прийнятими, цінними й здатними реалізувати свій потенціал без дискримінації чи бар'єрів.

Що це означає для Суспільного?

Інклюзія забезпечує активну участь кожного працівника та працівниці в усіх процесах компанії з урахуванням різних життєвих обставин і потреб.

– **Інституційно:** забезпечення фізичної доступності офісів, адаптація цифрових платформ (включно з альтернативною навігацією), впровадження чітких внутрішніх дорожніх карт, що враховують потреби працівників і працівниць з інвалідністю, різного віку, статі, соціального статусу тощо.

– **У контенті:** переклад жестовою мовою, субтитрування, озвучення, аудіодискрипція (аудіоопис); репрезентація людей з інвалідністю, ветеранської та інших спільнот у контенті різних форматів і жанрів.

Інклюзивність (inclusiveness) – якість або характеристика середовища, організації чи суспільства, яка демонструє прийняття і врахування різноманіття людей. Інклюзивність є результатом інклюзії.

Що це означає для Суспільного?

Інклюзивність визначає атмосферу довіри та відкритості, у якій працівники та працівниці компанії й аудиторія платформ почувуються прийнятими та залученими.

– **Інституційно:** протидія дискримінації у внутрішній взаємодії, формування гендерно чутливого діловодства, регулярне навчання працівників і працівниць з тематики Концепції тощо.

– **У контенті:** репрезентація спільнот без використання кліше, уникнення мови ворожнечі, забезпечення доступності інформації для аудиторій з різним рівнем цифрової та медіаграмотності, а також для людей з ментальними або когнітивними порушеннями.

Рівність (equality) – забезпечення однакових можливостей для всіх. Проте рівність не означає, що всім потрібно одне й те саме.

Що це означає для Суспільного?

Рівність гарантує рівний доступ до можливостей розвитку, зростання та участі (залученості) як для працівників і працівниць, так і для героїв і героїнь контенту.

– **Інституційно:** прозорі конкурси та рішення, недискримінаційні умови праці й кар'єрні можливості для всіх працівників і працівниць, інструкції з недискримінаційного рекрутингу, оцінювання кандидатів та кандидаток за професійними критеріями.

– **У контенті:** забезпечення збалансованого представлення в матеріалах жінок і чоловіків, людей різного віку та соціальних груп; пошук інструментів перевірки контенту на наявність стереотипів, дискримінаційних формулювань і прихованих упреждень.

Розмаїття або різноманіття (diversity) – визнання унікальних відмінностей між людьми, які формують їхні ідентичність та досвід: вік, стать, сексуальна орієнтація, гендерна ідентичність, соціальний статус, фізичні або ментальні особливості, етнічне походження тощо.

Що це означає для Суспільного?

Розмаїття має бути відображене в командах, управлінських рішеннях і контенті, який репрезентує широкий спектр суспільних груп, їхні досвіди, голоси та перспективи.

– **Інституційно:** заохочення формування команд з представників різних цільових груп Концепції.

– **У контенті:** створення матеріалів, які репрезентують різні спільноти та досвіди, зокрема на перетині ідентичностей, із фокусом на включення і повагу до різноманіття суспільства.

Справедливість (equity) – визнання того, що різні люди починають з різних позицій, тому їм можуть знадобитися різні ресурси та підтримка, щоб досягти рівних можливостей.

Що це означає для Суспільного?

Справедливість передбачає створення умов, за яких кожен і кожна – як працівники / працівниці, так і аудиторія – отримують підтримку відповідно до власного досвіду, обставин чи бар'єрів. Це стосується як внутрішніх можливостей для професійної реалізації, так і контенту, який враховує різні життєві ситуації, доступність інформації та репрезентацію спільнот.

– **Інституційно:** можливість працювати в гнучкому форматі, додаткова підтримка для тих, хто стикався з дискримінацією, та менторські програми для працівників і працівниць з менш помітних або недопредставлених спільнот.

– **У контенті:** матеріали, які просто пояснюють складні теми, а також розповідають про людей, які стикалися з бар'єрами й знайшли шлях до самореалізації.

Приналежність (belonging) – стан, за якого кожна людина почувається прийнятою, почутою, важливою та залученою до спільного простору. Це не лише означає фізичну присутність, а й реальне відчуття значущості, коли ідеї людини, її культура й ідентичність визнаються та поважаються, а унікальні потреби задовольняються настільки, наскільки це можливо в межах компанії.

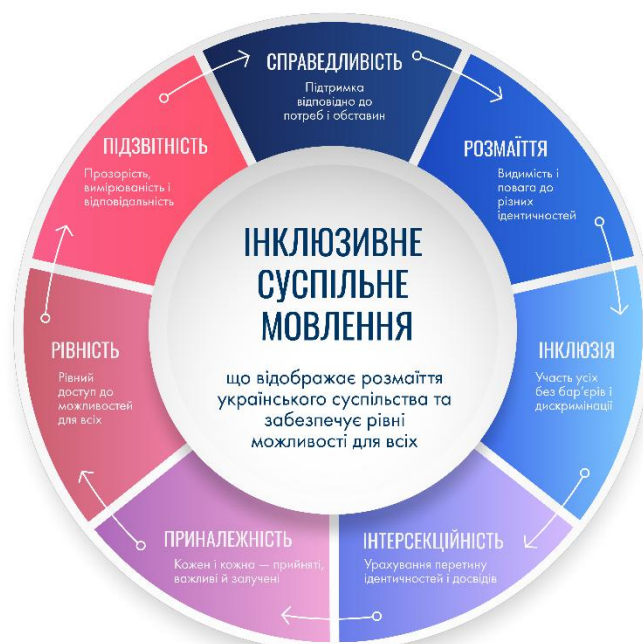
Що це означає для Суспільного?

Створення атмосфери, де кожен і кожна відчують, що їх помічають, слухають та поважають, і це виявляється не лише всередині команди, а й у контенті, який створює компанія.

– **Інституційно:** системні опитування про настрої у колективі, можливість ділитися думками й отримувати зворотний зв'язок, культура підтримки, подяки та визнання внеску кожної людини.

– **У контенті:** історії з різних куточків країни, голоси звичайних людей, розповіді, які показують, що кожна людина є важливою; постійний діалог з аудиторією та її залучення до спільного створення контенту.

Ці принципи функціонують лише разом або якщо перетинаються. Кожен принцип окремо не гарантує системних змін. Їх поєднання створює підґрунтя для формування середовища, у якому люди можуть вкладати максимум зусиль у розвиток компанії, не відчуючи бар'єрів на шляху до реалізації своїх творчих ідей і потенціалу. Це зі свого боку створює передумови для виробництва якісного, репрезентативного та інклюзивного контенту, що відображає розмаїття суспільства, враховує досвіди різних спільнот і сприяє зміцненню довіри аудиторії до Суспільного мовлення. Це підхід, що дає змогу не лише «говорити про», а й «працювати з».



2.2. Ключові тематичні напрями Концепції

Концепція визначає шість ключових тематичних напрямів, які є пріоритетними для впровадження інклюзивного підходу на Суспільному, але не є вичерпними. Вони охоплюють ті сфери, у яких на сьогодні спостерігається найбільша потреба в репрезентації, належному залученні та врахуванні інформаційних прав і потреб. Робота в межах цих напрямів не обмежує тематичне коло Концепції та передбачає інституційну й контентну взаємодію з іншими категоріями, визначеними Редакційним статутом АТ «НСТУ», затвердженим в установленому порядку. Згідно з його положеннями в матеріалах, підготовлених та оприлюднених АТ «НСТУ», ніхто не може бути дискримінований за ознаками гендерної ідентичності, сексуальної орієнтації, раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, віку, інвалідності, етнічного й соціального походження, громадянства, сімейного та майнового стану, місця проживання, мовними або іншими ознаками. Саме ці категорії і становлять цільові групи Концепції.

Ключові тематичні напрями розміщені в послідовності, що відповідає пріоритетності подальшої роботи над їх розробленням та впровадженням:

- **безбар’єрність** – системний підхід, який охоплює фізичну, цифрову, інформаційну, суспільно-громадянську, освітню та економічну доступність для всіх людей незалежно від стану здоров’я, віку чи життєвих обставин;

- **ветеранська спільнота** – ветерани / ветеранки – учасники / учасниці бойових дій, особи з інвалідністю внаслідок війни, особи, які мають особливі заслуги перед батьківщиною, загиблі (померлі) Захисники чи Захисниці України, які виконували бойові завдання із захисту України, її незалежності, суверенітету та територіальної цілісності, а також їхні сім’ї, партнери;

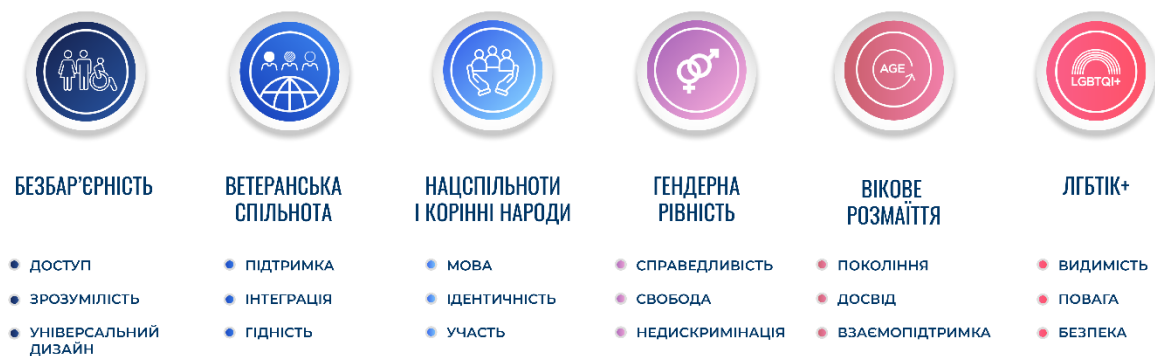
- **національні меншини (спільноти) України** – стала група громадян України, які не є етнічними українцями або українками, проживають на території України в межах її міжнародно визнаних кордонів, об’єднані спільними етнічними, культурними, історичними, мовними та/або релігійними ознаками, усвідомлюють свою приналежність до неї, виявляють прагнення зберегти і розвивати свою мовну, культурну, релігійну самобутність; **корінні народи України** – автохтонна етнічна спільнота, яка сформувалася на території України, є носієм самобутньої мови і культури, має традиційні, соціальні, культурні або представницькі органи, самоусвідомлює себе корінним народом України, становить етнічну меншість у складі її населення і не має власного державного утворення за межами України;

- **гендерна рівність** – рівний правовий статус жінок і чоловіків та рівні можливості для його реалізації, що дає змогу особам обох статей брати рівну участь у всіх сферах життєдіяльності суспільства;

– **вікове розмаїття** – термін, який використовується для опису різниці у віці між людьми в групі, організації, суспільстві. На робочому місці вікове розмаїття означає наявність у команді працівників та працівниць різних вікових груп, у контенті – представленість спікерів та спікерок, експертів та експерток різного віку;

– **ЛГБТІК+** – акронім, який розшифровується як лесбійки, геї, бісексуали / бісексуалки, трансгендерні люди, інтерсекс-особи та квіри – люди з різною сексуальною орієнтацією та ідентичністю.

Водночас Концепція враховує інші важливі аспекти розмаїття, зокрема потреби внутрішньо переміщених осіб, людей різних релігійних переконань тощо, та важливість інтерсекційності – поєднання кількох ознак і досвідів, які впливають на залученість людини в соціальні та професійні процеси.



III. ПОТОЧНА СИТУАЦІЯ З РОЗМАІТТЯМ, РІВНІСТЮ ТА ІНКЛЮЗІЄЮ В УКРАЇНІ Й У КОМПАНІЇ

Україна досі відчуває радянський вплив – від способу мислення до трансформації інституцій. У суспільстві зберігаються стереотипи щодо ролі жінок, упередження стосовно людей з інвалідністю та старшого віку, мов національних меншин (спільнот) і одностатевих стосунків – усе це ускладнює впровадження принципів рівності, інклюзії та розмаїття, особливо в умовах повномасштабної війни, міграції та цифровізації. Для Суспільного це означає потребу в системному застосуванні інклюзивних і безбар'єрних підходів як у контенті, так і в роботі команд. З квітня 2024 року в компанії функціонує департамент з питань розмаїття, інклюзії та рівних можливостей, метою якого є,

зокрема, забезпечення контентної підтримки рівного доступу до медіа для всіх цільових груп (спільнот) у воєнний та повоєнний періоди. Вказаний департамент також відповідає за впровадження Концепції та координацію дій, пов'язаних із її реалізацією. Водночас робота з принципами Концепції є перехресною та передбачає залучення всіх підрозділів компанії, оскільки її реалізація неможлива без міжредакційної та командної взаємодії в щоденній діяльності, а також інтеграції принципів і тематичних напрямів у контент на всіх платформах Суспільного мовлення – телебаченні, радіо, цифрових платформах – для забезпечення рівного доступу до інформації, цілісної репрезентації в контенті цільових груп (спільнот) та уникнення резервації тем.

3.1. Тематичний напрям: безбар'єрність

3.1.1. Безбар'єрність

Протягом життя людина змінюється: її тіло, умови життя, оточення. Від народження до останнього подиху ми постійно потребуємо різного – і це природно. Саме тому безбар'єрність стосується не лише людей з інвалідністю, а всіх і кожного / кожної незалежно від віку, статі, життєвого досвіду чи стану здоров'я. Йдеться і про людей з інвалідністю, і про людей з тимчасовими порушеннями мобільності, і про постраждалих унаслідок російсько-української війни, і про матерів / батьків, що мають дітей до 7 років, і про родини, які доглядають за людьми старшого віку чи дітьми з інвалідністю, і про самих людей старшого віку, і про молодь, і про осіб з ментальними або сенсорними порушеннями. Усі ці групи зіштовхуються з бар'єрами в щоденному житті, і саме тому безбар'єрність має бути новою суспільною нормою, що враховує багатоманітність потреб. Найбільше, як правило, змін потребують люди з інвалідністю – і саме з огляду на їхні потреби формується зручне середовище, яке працює для всіх. Оскільки якщо зручно людям з інвалідністю – зручно всім. Саме тому під час створення продукту варто відштовхуватися не лише від уявного середньостатистичного користувача, а й від реальної мети продукту, враховуючи максимально широку цільову аудиторію.

Безбар'єрність є критично важливою для різних категорій населення, зокрема для ветеранів і ветеранок, людей старшого віку, батьків, людей з інвалідністю та з тимчасовою маломобільністю. На кінець 2024 року та початок 2025 року в Україні налічується понад 3 млн людей з інвалідністю. За дослідженням громадської спільки «Ліга сильних» (2023), більшість українців та українок і досі сприймає людей з інвалідністю через жалість і страх – ознаки благодійної моделі⁴. Попри те, що ключем до зміни ставлення є видимість і щоденна взаємодія (наприклад, у школі, на робочому місці, у публічному просторі), створення умов для цього потребує значних ресурсів – на трансформацію суспільного уявлення, перебудову інфраструктурного,

⁴ Посилання на всі дослідження та документи, зазначені в Концепції, наведено в додатку 1 до Концепції «Регуляторна рамка».

освітнього, медійного та робочого середовищ. В умовах війни ресурси передусім спрямовані на оборону, тому важливо інвестувати в пояснення того, чому саме ці трансформації – безбар'єрність та репрезентація – потрібні кожному й кожній, навіть якщо рішення випереджають готовність суспільства.

Поширеними є такі міфи та стереотипи, що гальмують інклюзивні рішення:

- «Доступність – це дорого» – насамперед це питання врахування інклюзивності на етапі розроблення, що не потребує значних витрат;

- «Цифрова безбар'єрність потрібна лише одиницям» – насправді її потребують щонайменше 10% населення, а вигода для суспільства є набагато більшою;

- «Доступність – це тільки для людей з інвалідністю» – цифрова доступність покращує користувацький досвід для всіх.

Суспільне розглядає безбар'єрність у трьох напрямках:

- **інституційна** – створення інклюзивного середовища всередині компанії, яке включає як культуру рівних можливостей і толерантної взаємодії, так і архітектурну безбар'єрність, універсальний дизайн;

- **контентна** – забезпечення рівного доступу до інформації шляхом створення доступних форматів (жестова мова, субтитри, аудіодискрипція, адаптація для людей з порушеннями зору й слуху) та врахування потреб різних аудиторій у всіх жанрах;

- **цифрова** – забезпечення доступу людям з інвалідністю та з різними потребами до сайтів, застосунків і соцмереж шляхом аналізу спільно з експертами й експертками і подальшої реконструкції та вдосконалення.

Інституційний рівень

Ключові реалізовані ініціативи:

- встановлено інклюзивні автоматизовані підйомники та переобладнано санітарні приміщення, забезпечено безперешкодний доступ до студій у головному офісі в м. Києві та в декількох регіональних офісах АТ «НСТУ»;

- впроваджено Положення про наставництво в АТ «НСТУ»;

- заплановано розроблення механізмів евакуації з урахуванням потреб маломобільних груп та людей з інвалідністю.

Ключові виклики:

- архітектурна спадщина: більшість будівель компанії зведено у 1950–1970-х роках без урахування потреб людей з інвалідністю та маломобільних груп населення. Студії в деяких регіональних офісах, укриття, санітарні приміщення та офіси мають обмежений доступ для людей з інвалідністю;

- не визначено відповідальну особу (працівника чи працівницю) з необхідним рівнем експертизи;

- нерівний доступ до якісної освіти й професійного розвитку обмежує реалізацію людей та ускладнює залучення фахівців і фахівчинь із необхідними компетентностями.

Контентний рівень

Приклади реалізованих проєктів (ініціатив):

- переклад жестовою мовою в інформаційних та аналітичних програмах, трансляціях Паралімпійських ігор, спортивного контенту на телевізійній платформі та переклад пісень Євробачення та національного відбору на Євробачення жестовою мовою в повноекранному форматі на сайті Євробачення;

- мультсеріали «ТОТО» й «Портал пригод» (у перекладі жестовою мовою на YouTube-каналі «Бробакс»);

- субтитрування в соціальних мережах (Facebook, Instagram, TikTok, Telegram) та на YouTube;

- виробництво матеріалів про безбар'єрність.

Ключові виклики:

- відсутність системного перекладу жестовою мовою культурно-просвітницьких, освітніх, документальних, а також дитячих та підліткових форматів;

- відсутність контенту, створеного безпосередньо жестовою мовою, та аудіодискрипції;

- незалучення людей з інвалідністю, з різною зовнішністю, зростом тощо як ведучих чи на інші помітні позиції в контенті.

3.1.2. Цифрова безбар'єрність

Цифрова безбар'єрність постійно змінюється та потребує оновлення рішень. Вона особливо важлива для багатьох груп людей, які є потенційною цільовою аудиторією Суспільного мовлення:

- **люди з порушеннями зору** – потребують контрастності, можливості змінювати розмір шрифту, альтернативного тексту для зображень та аудіоопису відео;

- **люди з порушеннями слуху** – потребують текстової транскрипції, субтитрів або перекладу жестовою мовою;

- **люди з порушеннями моторики** – потребують можливості керування сайтом без миші та зручного розміру клікабельних елементів;

– **люди з когнітивними порушеннями** – потребують спрощеного тексту без складних термінів, логічної структури контенту, мінімізації зайвих анімацій та миготливих зображень;

– **люди з тимчасовими обмеженнями** – наприклад, людина з травмованою рукою, яка не може користуватися мишею, або людина з втомленими очима після тривалого робочого дня.

Приклади реалізованих ініціатив:

– Суспільне активно впроваджує стандарти WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) та ДСТУ EN 301 549:2022, уже впроваджено такі технічні рішення: семантичну розмітку меню, видимий фокус клавіатури, альтернативний текст до іконок, опис зображень, а також покращено відеопрогравач, функцію зміни шрифту, структуру заголовків тощо;

– проведено ручний та автоматичний аудит усіх сайтів Суспільного;

– заплановано оцінку мобільних застосунків та соцмереж до кінця 2025 року.

Ключові виклики:

– обмежене врахування принципу універсального дизайну на етапі створення нових цифрових продуктів: безбар'єрність часто розглядається як додаткова опція, а не базова вимога;

– фрагментарність у застосуванні адаптивних рішень;

– обмежені внутрішня експертиза та ресурси для розвитку цифрової інклюзії, а ще брак механізмів регулярної перевірки сайтів і застосунків на відповідність стандартам доступності.

3.2. Тематичний напрям: ветеранська спільнота

Поняття «ветеранська спільнота» в Концепції охоплює весь спектр осіб, що мають досвід служби у силах оборони України (Національна гвардія України, Служба безпеки України та інші структури, безпосередньо дотичні до оборони), а також тих, хто підтримує їх під час і після повернення: партнери / партнерки, діти, батьки. Усі вони зазнають впливу війни – як безпосереднього, так і опосередкованого – і потребують уваги, підтримки та гідного представлення в медіа й у робочому середовищі. Згідно з дослідженнями Українського ветеранського фонду (2024), ветерани та ветеранки зіштовхуються з нерозумінням з боку суспільства або очікують його після повернення з фронту. 59,4% опитаних вказують на недостатню повагу до них, а 79,5% зазначають про брак поінформованості щодо їхніх проблем та потреб. Ці показники зростають порівняно з попередніми дослідженнями, що свідчить про відсутність сталої суспільної політики щодо інтеграції ветеранів і ветеранок. Медіапродуктів, які комплексно висвітлюють ветеранську спільноту, враховуючи їхні родини,

недостатньо. Наявні формати здебільшого фрагментарні, а розповіді про досвід ветеранів і ветеранок рідше представлені від першої особи та на рівних з іншими героями / героїнями, експертами / експертками.

Інституційний рівень

Ключові реалізовані ініціативи:

– введено посаду менеджера / менеджерки з роботи з ветеранською спільнотою, що дало змогу налагодити безперервну комунікацію, супровід та інтеграцію ветеранів і ветеранок у внутрішні процеси компанії. Завдяки цьому втілено низку успішних кейсів з адаптації, залучення та розвитку представників і представниць ветеранської спільноти на Суспільному;

– створено систему рекрутингу, онбордингу, адаптації та професійного розвитку ветеранів і ветеранок;

– розроблено путівник керівника / керівниці підрозділу, до якого приєднується / повертається чи в якому працює ветеран або ветеранка.

Ключові виклики:

– процес адаптації ветеранів і ветеранок до роботи залежить від обізнаності лінійних керівників та керівниць щодо специфіки військового досвіду, готовності враховувати його в управлінських рішеннях і побудови безпечного командного середовища;

– відсутність внутрішньої системи підтримки, яка охоплює психологічний супровід, правову допомогу та реінтеграційні практики, ускладнює повернення до цивільного життя та не враховує потреби ветеранів і ветеранок, зокрема тих, хто має інвалідність;

– уникання теми військового досвіду, недостатній рівень емпатії та стереотипні уявлення про ветеранів і ветеранок, які формують комунікаційні бар'єри між військовим і цивільним досвідом у колективах.

Контентний рівень

Приклади реалізованих проєктів (ініціатив):

– «Nostos. Повернення героїв» – проєкт «Суспільне Новини», присвячений ветеранам і ветеранкам. Це дев'ять історій про повернення з війни, реінтеграцію в цивільне життя та внутрішні виклики;

– «У справах військових» – подкаст Суспільного та громадської організації «Правозахисний центр «Принцип». Він висвітлює шлях від мобілізації до статусу ветерана, розкриває виклики служби та адаптації;

– «Таким мене зробила війна» – документальний фільм про військового ромиського походження, його досвід війни і повернення до цивільного життя.

– «Голоси фронтиру» (радіоесеї), «Ненароджені для війни» (радіоверсія мілітарі-моновистави) («Радіо «Культура»), «Залізна воля» («Українське радіо»).

Ключові виклики:

– гендерний дисбаланс: чоловічі голоси домінують, хоча роль жінок у цій тематиці зростає;

– вузький тематичний фокус: здебільшого розглядаються питання здоров'я та соціального захисту, недостатньо уваги приділяється темам працевлаштування, освіти, культури, самореалізації;

– невидимість родин ветеранів: партнери / партнерки, діти, батьки, які переживають власні наслідки війни, мало представлені в контенті.

3.3. Тематичний напрям: національні меншини (спільноти) і корінні народи

Національні меншини (спільноти) і корінні народи є невіддільною частиною українського суспільства. Вони відрізняються за етнічним походженням, мовою, культурою, релігією та традиціями, водночас поділяючи спільне прагнення до збереження власної ідентичності. За переписом 2001 року, в Україні проживає понад 100 національних меншин (спільнот), однак ці дані є застарілими, а з огляду на повномасштабну війну, міграційні процеси, окупацію Криму та інших територій, внутрішнє переміщення об'єктивна інформація про чисельність і місця проживання цих спільнот відсутня. Найбільш стабільними залишаються спільноти, які компактно проживають у своїх регіонах, проте й у них відзначається зменшення чисельності за неофіційними оцінками громадських організацій.

У публічному просторі зберігається упереджене ставлення до представників і представниць окремих національних меншин (спільнот), зумовлене історично закріпленими стереотипами та поширеними в медіа узагальненнями. Хоча в мирний час більшість національних меншин (спільнот) не зазнають системної дискримінації, в умовах підвищеної суспільної напруги вони можуть ставати об'єктом необґрунтованих негативних оцінок або упереджень. У середині компанії також наявні упередження в окремих редакціях, що ускладнює трансляцію тематичного контенту. Попри це Суспільне понад 8 років реалізує сталу політику мовлення для національних меншин (спільнот) і корінних народів України. У 2018 році було створено управління «Координаційний центр мовлення національних меншин», яке з 2024 року працює в структурі департаменту з питань розмаїття, інклюзії та рівних можливостей.

Суспільне мовлення взяло на себе зобов'язання представляти громадянське суспільство в усій його розмаїтості – включно з національними меншинами (спільнотами) і корінними народами, які, попри наявність доступу до комерційних або закордонних медіа, потребують незалежного,

збалансованого та локально вкоріненого контенту українською мовою та мовами національних меншин (спільнот). В умовах інформаційної війни роль Суспільного мовлення як незалежної медіаплатформи є критично важливою для протидії пропаганді, підтримки соціальної єдності та запобігання міжнаціональній напрузі.

Контентна політика Суспільного включає:

- створення аудіовізуального контенту мовами національних меншин (спільнот) – для представників і представниць цих спільнот в Україні;
- виробництво контенту про національні меншини (спільноти) і корінні народи – українською мовою для широкої аудиторії.

Інституційний рівень

Ключові реалізовані ініціативи:

- системна робота регіональних редакцій: у складі департаменту з питань розмаїття, інклюзії та рівних можливостей функціонують редакції в м. Ужгороді, м. Чернівцях та м. Одесі, які здійснюють мовлення мовами національних меншин (спільнот) для телебачення, радіо та цифрових платформ – угорська, словацька, німецька, румунська, болгарська, гагаузька, ромська;
- виділення технічних ресурсів: редакції забезпечені базовими технічними потужностями для повноцінного мультимедійного виробництва, що дає командам змогу створювати якісний контент відповідно до стандартів Суспільного;
- участь у національних та міжнародних конкурсах, що сприяє поширенню цієї теми, підвищенню видимості роботи редакцій і визнанню їхнього внеску всередині Суспільного мовлення.

Ключові виклики:

- пошук фахівців, які належать до національної меншини (спільноти), вільно володіють її мовою та українською мовою на рівні носія, а також мають необхідні професійні компетентності або досвід для роботи в медіа;
- обмежене фінансування для створення контенту мовами національних меншин (спільнот), яке передбачає переклад, субтитрування, дубляж або паралельне двомовне виробництво, що є фінансово й ресурсно витратним;
- відсутність офіційних даних про національну чи етнічну приналежність працівників і працівниць як чутливої інформації, що ускладнює оцінювання репрезентації.

Контентний рівень

Приклади реалізованих проєктів (ініціатив):

- «Мій Крим» – документальний проєкт про корінні народи України;
- «Відтінки України» – цикл із 42 відеоісторій про національні меншини (спільноти) і корінні народи;
- лінійні матеріали мовами національних меншин (спільнот) на телевізійній, радійній та диджитал-платформах (#суспільнеспільноти);
- «Körüşkence Bağçasarayda! Побачимося в Бахчисараї!» (радіодокументальний проєкт від «Радіо «Культура»», «Знати більше. Крим» («Українське радіо»)).

Ключові виклики:

- відсутність комплексного дослідження інформаційних потреб, мовних практик, тем інтересу та медіаспоживання національних меншин (спільнот) і корінних народів;
- ризик ізоляції тематики: теми національних меншин (спільнот) і корінних народів часто подаються окремо від основного інформаційного потоку, що створює ризик ізоляції та знижує їх інтеграцію в загальнонаціональний дискурс;
- ускладнений доступ до всіх окупованих територій: наприклад, мовлення на Крим обмежене – радіо заблоковане, YouTube і Telegram працюють з перебоями або лише через VPN. Переклад здійснюється лише для новин кримськотатарською мовою, тоді як потребує розширення на інші формати. Водночас бракує системного висвітлення життя й викликів корінних народів в умовах окупації.

3.4. Тематичний напрям: гендерна рівність

Гендерна рівність стосується жінок та чоловіків, однак фокус частіше зосереджений на правах жінок, адже саме вони системно стикаються з дискримінацією, що підтверджують дослідження. За Звітом про глобальний гендерний розрив 2023 року Всесвітнього економічного форуму, Україна посіла 66 місце зі 146 країн, покращивши показники порівняно з попередніми роками. Найбільша нерівність спостерігається у сфері політичних прав, де Україна посідає лише 87 місце. Індекс розвитку з урахуванням гендерних факторів також засвідчує нерівність в економічній активності та бідності серед жінок, зокрема вразливими залишаються жінки з дітьми та літні жінки.

Україна належить до так званих гендерно сліпих країн – держав, які не визнають наявності системної дискримінації жінок. Такий висновок зроблено в дослідженні Nordicom (2020). Оцінка впливу війни на населення, проведена у 2023 році за координації Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй,

зафіксувала суттєве поглиблення гендерної нерівності: 3,6 млн осіб перебувають під загрозою гендерно зумовленого насильства, 55% жінок не почуваються безпечно в повсякденному житті, 23% – витрачають понад 50 год на тиждень на домашні обов'язки.

Повномасштабне російське вторгнення загострило ситуацію, посиливши економічну та соціальну вразливість жінок, а також поглибило стереотипне уявлення про розподіл гендерних ролей і збільшило ризики гендерно зумовленого насильства. Посібник до Рекомендації CM/Rec(2013)1 Комітету міністрів Ради Європи державам-членам щодо гендерної рівності та медіа підкреслює, що повне й своєчасне висвітлення в контенті питань гендерної рівності сприяє подоланню стереотипів, зменшенню дискримінації та забезпеченню рівного представництва, а їх інтеграція в медійних компаніях покращує корпоративну культуру, сприяючи різноманітності, прозорості та комфортним умовам праці. Державна стратегія забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків на період до 2030 року, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 12.08.2022 № 752-р, передбачає принципи та цілі, якими визначаються підходи до формування політики, шляхи розвитку національного механізму забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків, зокрема для забезпечення висвітлення в медіа інформації в гендерно чутливий спосіб.

Інституційний рівень

Ключові реалізовані ініціативи:

- початок впровадження фемінітивів у назвах посад (за бажанням працівниць);
- приєднання до WEPs (Women's Empowerment Principles) та створення робочої групи з реалізації принципів гендерної рівності;
- початок гендерного аудиту;
- моніторинг дотримання гендерної рівності в оплаті праці (поточна різниця – 0,5%).

Ключові виклики:

- відсутність деталізованих механізмів для виявлення та реагування на випадки дискримінації чи дискримінаційної лексики за ознакою статі й гендерної ідентичності;
- онлайн-насильство, зокрема гендерно зумовлене (тролінг, погрози та дискредитація);
- обмежений доступ жінок до технічних і виробничих професій через нестачу можливостей для навчання, перекваліфікації та підтримки кар'єрного зростання в цих сферах;

– збільшення обсягів доглядової праці внаслідок повномасштабного вторгнення.

Контентний рівень

Приклади реалізованих проєктів (ініціатив):

- системний моніторинг присутності жінок і чоловіків у контенті за програмою BBC «50:50»;
- системне виробництво контенту про жінок у Збройних Силах України;
- документальний фільм «Будь її голосом», цикл документальних історій «Так, я жінка» тощо;
- «Культурні дипломатки», «Українське мистецтво в іменах» («Радіо «Культура»).

Ключові виклики:

- у контенті жінки значно частіше репрезентуються як очевидиці подій або героїні окремих випадків, ніж як фахові коментаторки чи експертки у відповідній темі, що зумовлює стереотипне сприйняття їхніх ролей у суспільстві;
- у висвітленні тематичних напрямів, зокрема «війна», «спорт» і «наука», частка представленості жінок залишається низькою – 7–9%;
- зберігається опір частини аудиторії до експертної присутності жінок у публічному просторі, що в окремих випадках підсилюється внутрішніми бар'єрами в редакціях і побоюваннями щодо реакцій у коментарях або соціальних мережах.

3.5. Тематичний напрям: вікове розмаїття

Вікове розмаїття в професійному середовищі означає наявність представників і представниць різних вікових груп у командах, а в контенті – залучення спікерів / спікерок, експертів / експерток різного віку. Україна належить до країн з найстарішим населенням: станом на кінець 2024 року 24,8% осіб були віком понад 60 років. Водночас ринок праці залишається недостатньо готовим до такого виклику. Станом на 2024 рік 19% українців / українок стикалися з небажанням роботодавців / роботодавиць співпрацювати з кандидатами / кандидатками старше 40 років. Інше дослідження показало, що 78% респондентів / респонденток зазнавали вікової дискримінації. Часто причинами є стереотипи, а також відсутність адаптивних умов для працівників і працівниць старшого віку.

Дослідження Організації економічного співробітництва та розвитку «Promoting an Age-Inclusive Workforce» (2020) засвідчило, що молоді працівники й працівниці мають найнижчий рівень продуктивності, тоді як продуктивність людей старшого віку майже не відрізняється від людей середнього віку. Дослідження «How Age and Tenure Diversity Affects Team Performance» (2021) та

«Exploring the Impact of Age Diversity on Organizational Identification» (2024) підтверджують, що різновікові команди є продуктивнішими, лояльнішими до організації та краще адаптуються до змін завдяки поєднанню досвіду, підходів і цінностей різних поколінь.

Зменшення відтоку молоді є критично важливим, адже 36% тих, хто виїхав за перші два роки повномасштабної війни, – особи віком 18–44 років, і розвиток сучасних освітніх і кар’єрних можливостей в Україні може змінити ці настрої.

Згідно з дослідженням Українського інституту медіа та комунікації, люди віком понад 60 років мають обмежений доступ до інформації через низьку цифрову та медійну грамотність. За даними громадської організації «Детектор медіа», лише 44% людей віком понад 66 років знають про існування Суспільного мовлення в Україні (в середньому – 54%), водночас 72% цієї вікової групи вважають його важливим.

Дані дослідження USAID-Internews (2023) вказують, що літні люди здебільшого отримують новини з телебачення, зростає також використання Telegram-каналів. Молодь майже не дивиться телебачення, натомість 98% осіб віком 18–35 років користуються інтернетом (у середньому в Україні – 89%). Згідно з даними Європейської мовної спілки, покоління Z (люди, які народилися приблизно в період між 1997 та 2012 роками) споживає переважно короткі відео, віддаючи перевагу YouTube – 63% медіаспоживання в розважальному сегменті.

Існує кілька паралельних систем вікової класифікації – за критеріями Організації Об’єднаних Націй, Всесвітньої організації охорони здоров’я, законодавства України, Європейської Комісії та інших міжнародних організацій. Вони визначають поняття «діти», «підлітки», «молодь», «люди літнього віку» по-різному, що залежить від контексту застосування (правового, демографічного, медичного тощо).

Аудиторія Суспільного за останні пів року станом на липень 2025 року на прикладі деяких платформ:

– телебачення:

1) «Суспільне Культура»: середній вік жінок – 69 років; середній вік чоловіків – 56 років;

2) «ПЕРШИЙ»: середній вік жінок – 68 років; середній вік чоловіків – 62 роки;

– YouTube:

1) «Суспільне Документалістика»: середній вік жінок – 55 років; середній вік чоловіків – 48 років; загальний середній вік на піку – 43 роки;

2) «Суспільне Новини»: середній вік жінок – 55 років; середній вік чоловіків – 45 років;

3) «Колайдер» – для підліткової аудиторії (10–16 років);

4) «Бробакс» – для дитячої аудиторії (до 9 років);

– Facebook:

«ПЕРШИЙ» (дані лише за підписками): середній вік жінок – 50 років; середній вік чоловіків – 45 років.

Інституційний рівень

Ключові реалізовані ініціативи:

– проведення навчальних програм для студентів і студенток магістратури та бакалаврату (зокрема, Київського столичного університету ім. Бориса Грінченка) від команд Суспільного;

– організація стажувань і практики для студентів та студенток на базі Суспільного;

– ведення статистичного обліку вікового складу працівників і працівниць.

Ключові виклики:

– під час найму фіксуються несистемні прояви упередженого ставлення до кандидатів і кандидаток старшого віку, зокрема некоректна комунікація з боку інтерв'юерів та інтерв'юерок;

– відсутній системний підхід до підтримки активного довголіття працівників і працівниць, зокрема в аспектах здоров'я, фізичної активності та регулярних медичних перевірок;

– відсутня міжпокоління менторська програма;

– високий відтік молоді за кордон створює ризики для кадрового потенціалу.

Контентний рівень

Приклади реалізованих проєктів (ініціатив):

– «Слей Шоу» – молодіжний формат на цифрових платформах із серіями про ейджизм та вікову дискримінацію;

– документальний фільм «Невидима правда» (історії ромської молоді – між поколіннями);

– проєкт «Прокачана молодість» про молоде покоління під час війни;

– новини-експлейнери для підлітків «Хто про що» від науково-популярного каналу «Колайдер».

Ключові виклики:

– дефіцит цифрових навичок у віковій групі понад 60 років;

- відсутність ведучих старшого віку;
- недостатня кількість тематичного контенту про активне довголіття.

3.6. Тематичний напрям: ЛГБТІК+

Спільнота ЛГБТІК+ в Україні залишається однією з найбільш маргіналізованих, попри гарантії рівності, закріплені міжнародним правом. У 2024 році Україна опустилася на 40-ве місце з 48 у рейтингу «Rainbow Map» (ILGA-Europe), а Індекс глобального прийняття The Williams Institute за 2020–2021 роки поставив Україну на 142 місце зі 175. Попри підтримку серед населення (68% опитаних вважають, що ЛГБТІК+ мають бути захищеними від дискримінації), законодавчі зміни не відбуваються.

Порушення прав ЛГБТІК+ супроводжуються злочинами на ґрунті ненависті, про що свідчить рішення Європейського суду з прав людини (справа «Картер проти України»), а також зафіксовано 39 інцидентів за I півріччя 2024 року. Дискримінація присутня й на ринку праці, де особливо вразливими є трансгендерні особи. Водночас українські медіа продовжують часто некоректно висвітлювати теми, пов'язані з ЛГБТІК+, особливо поза місяцем рівності (прайд-місяцем).

Згідно з глобальним опитуванням міжнародної дослідницької компанії «Ipsos», майже кожен десятий дорослий у всьому світі ідентифікує себе як ЛГБТІК+. Ми не можемо стверджувати, яка точна кількість ЛГБТІК+ проживає в Україні, тому що через гомо-, бі-, трансфобію, дискримінацію та насильство люди не завжди готові робити камінауті.

Тема прав ЛГБТІК+ в медіа сприяє підвищенню видимості цієї групи людей, допомагає знижувати стигматизацію й дискримінацію, а також підтримує права людини та рівність. Тому те, як вона висвітлюється в новинах, фільмах та інших проєктах на різних платформах, дає суспільству змогу краще розуміти реалії життя ЛГБТІК+ і визначає, як суспільство сприймає їх.

Інституційний рівень

Суспільне включає тему прав ЛГБТІК+ у фокус контенту та внутрішньої роботи. У 2024–2025 роках компанія запровадила низку ініціатив, що сприяють розвитку інклюзивності: освітні тренінги, підтримка місяця рівності, створення контенту разом із ЛГБТІК+ та правозахисними організаціями. Водночас на інституційному рівні ще не існує системи збору демографічних даних за ознакою СОГІ (сексуальна орієнтація та гендерна ідентичність) серед працівників і працівниць, а деякі працівники й працівниці демонструють упередження під час рекрутингових процесів.

Ключові реалізовані ініціативи:

- проведення внутрішніх тренінгів для команд за участю зовнішніх експертів та експерток;

- організація ініціативи «Різні. Рівні» до місяця рівності у 2024 та 2025 роках: підняття веселкового прапора, зміна айдентики, публічне інформування;

- відзначення Суспільного спеціальною нагородою «KyivPride Awards 2024» за інформаційну підтримку.

Ключові виклики:

- відсутність збору даних за ознакою СОГІ через відсутність нормативних вимог, страх та недовіру до компанії;
- упереджене ставлення серед команд;
- відсутність обов’язкових механізмів реагування на упередження чи дискримінацію в рекрутингових процесах та в колективі.

Контентний рівень

Приклади реалізованих проєктів (ініціатив):

- документальні фільми «Ілюзія рівності» (про цивільні партнерства та їх необхідність для військових ЛГБТІК+) та «Видимі» (10 історій українців і українок зі спільноти ЛГБТІК+);
- висвітлення теми прав ЛГБТІК+ у новинах, радіо, на диджитал-платформах «Суспільне Культура» та «Суспільне Новини»;
- участь у національних кінофестивалях (зокрема, «Sunny Bunny») і залучення профільних експертів та експерток до коментування в контенті.

Ключові виклики:

- питання теми прав ЛГБТІК+ рідко потрапляють у фокус редакційних команд, у матеріали на різних платформах та в сітку мовлення на телевізійній платформі;
- частина журналістів / журналісток та редакторів / редакторок має упередження та не застосовує коректної термінології;
- частина матеріалів відтворює стереотипи або негативні наративи.

IV. ТЕОРІЯ ЗМІН: ЦІЛІ, ЗАВДАННЯ ТА РЕЗУЛЬТАТИ ЗА ТЕМАТИЧНИМИ НАПРЯМАМИ

4.1. Загальні підходи

– Інтерсекційність і множинність статусів

Концепція визначає, що одна людина може одночасно належати до кількох цільових груп: бути ветераном / ветеранкою і представником / представницею національної меншини (спільноти), ЛГБТІК+, людиною з інвалідністю чи

вірянинином / вірянкою. Саме тому у виробленні контенту важливо враховувати не одну характеристику, а сукупність ідентичностей. Це дає змогу створювати глибший, реалістичніший та більш етичний наратив.

Точка зростання – залучення різних людей як героїв / героїнь контенту або експертів / експерток, а також увага до цілісності їхнього досвіду в командах.

– Принцип «нічого про нас без нас»

Контентні або командні рішення, що стосуються певної цільової групи, мають передбачати залучення представників і представниць цієї групи на етапі розроблення, підготовки або обговорення матеріалів. Такий підхід забезпечує етичність, точність і якість контенту, знижує ризики стигматизації, узагальнень чи невидимості спільнот.

Точка зростання – розбудова партнерських відносин зі спільнотами як джерелом експертизи, що дає змогу враховувати важливі акценти та створювати змістовно глибокий контент.

– Коректна (чутлива або інклюзивна) мова

Використання коректної мови та термінології є маркером поваги, гідного ставлення до кожної людини й сигналом до аудиторії щодо нашої відповідальності.

Точка зростання – створення короткого словника термінів для команд (онлайн, офлайн, гейміфікація), дотримання стандартів опису досвіду цільових груп (лише за згодою), невикористання образливих чи упереджених формулювань.

– Системне навчання та самонавчання

Розуміння роботи з розмаїттям, рівністю й інклюзією неможливе без глибокого розуміння контексту та потребує постійного навчання.

Точка зростання – розбудова системи навчання, а саме тренінгів для команд з метою створення бази ресурсів для самоосвіти, що враховує базові принципи та тематичні напрями.

– Внутрішня відповідальність

Зміни починаються всередині. Базові принципи Концепції не лише декларуються, а вбудовуються у внутрішню політику: під час рекрутингу, оцінювання, управління командами та прийняття контентних рішень.

Точка зростання – впровадження менторських програм, адаптації для людей з інвалідністю, підтримка ветеранів / ветеранок та інших цільових груп Концепції.

– Контент як інструмент змін

Контент Суспільного – не лише інформація. Це інструмент, що змінює ставлення. Розповідаючи історії різних спільнот, ми формуємо нову культуру сприйняття, відкриваємо теми, які раніше були замовчуваними або висвітлювалися викривлено.

Точка зростання – кожен редакторський вибір (кого запросити в студію, як сформулювати запитання, яку мову використати) є проявом базових принципів Концепції.

4.2. Тематичний напрям: безбар'єрність

Інституційний рівень

ЦІЛЬ	ЗАВДАННЯ	РЕЗУЛЬТАТ
Забезпечити архітектурну та фізичну доступність будівель і робочих просторів Суспільного	Провести комплексний аудит доступності офісів, укриттів, студій, санітарних приміщень з подальшим розробленням і реалізацією плану усунення бар'єрів. Впровадити практики універсального дизайну під час реконструкцій та облаштування нових просторів	Створено фізично доступне середовище, у якому всі працівники й працівниці мають рівний доступ до робочих зон, укриттів та інфраструктури незалежно від стану здоров'я чи мобільності
Сформувати інклюзивну внутрішню культуру, чутливу до різноманіття досвідів і потреб, шляхом створення гайдлайнів та призначення відповідальних осіб з експертизою	Розробити гайдлайни з інклюзивного рекрутингу, адаптації, внутрішньої підтримки та комунікації. Провести тренінги для команд з тем ментального здоров'я, нейрорізноманіття, інклюзії, а також окремі сесії, присвячені потребам і підтримці внутрішньо переміщених осіб. Визначити й підготувати відповідальну особу або команду з необхідними знаннями для координації цих процесів	У компанії функціонує внутрішня культура підтримки, що визнає різні досвіди, враховує потреби нейрорізноманітних працівників і працівниць та забезпечує сталі механізми адаптації, взаємодії й підтримки
Сприяти зменшенню нерівного доступу до розвитку професійних компетентностей через створення внутрішніх	Створити дорожню карту внутрішнього навчання, що враховує різні стартові	Сформовано внутрішню систему підтримки професійного зростання, яка зменшує бар'єри для розвитку, сприяє залученню

механізмів підтримки та навчання, орієнтованих на розмаїття досвідів і можливостей	умови працівників і працівниць. Ініціювати менторські програми та обміни досвідом між командами	фахівців і фахівчинь із різними досвідами та забезпечує відповідність компетентностей редакційним завданням і викликам часу
--	--	---

Контентний рівень

ЦІЛЬ	ЗАВДАННЯ	РЕЗУЛЬТАТ
Продовжувати забезпечувати цифрову безбар'єрність усіх форматів контенту Суспільного, усуваючи технічні бар'єри та враховуючи різноманітність сенсорних і когнітивних потреб аудиторій	Упровадити адаптацію контенту відповідно до стандартів цифрової доступності: субтитрування, аудіоописи, легка мова, елементи універсального дизайну. Забезпечити наявність транскрипцій до аудіоформатів, альтернативних текстів до зображень, а також адаптацію інтерфейсів для сумісності з програмами зчитування з екрана. Працювати над підвищенням контрастності та зручності навігації у візуальних продуктах. Враховувати потреби людей з нейрорізноманіттям у візуальних, звукових і текстових матеріалах	Усі жанрові та форматні продукти Суспільного створюються з урахуванням принципів цифрової безбар'єрності
Системно висвітлювати тематику безбар'єрності, інвалідності, нейрорізноманіття та досвіди внутрішньо переміщених осіб і цивільних осіб, що постраждали внаслідок війни, через професійні й етичні підходи, розширюючи участь представників / представниць цільових груп	Створювати різножанровий контент за участю героїв / героїнь з інвалідністю, сенсорними або ментальними порушеннями, нейрорізноманіттям. Залучати представників і представниць цільових груп не лише як героїв і героїнь, а як ведучих, авторів / акторок, партнерів / партнерок або консультантів /	Аудиторія отримує змістовні приклади цілісної участі людей з різних цільових груп у житті суспільства, включно з ролями ведучих. Зростає емпатія, зменшується стигматизація, а теми інклюзії стають природною частиною публічного дискурсу

у створенні та веденні контенту	консультанток у процесі створення матеріалів. Забезпечити дотримання принципів коректної мови, уникати героїзації, знецінення або патерналізму	
Розвивати інклюзивні та доступні формати подачі інформації як цілісні оригінальні продукти, забезпечуючи не лише адаптацію, а й створення контенту (наприклад, жестовою мовою)	Створювати нові формати контенту жестовою мовою, не обмежуючись лише перекладом або адаптацією (платформа буде визначена в плані впровадження). Розвивати продукти легкою українською мовою (формат «Easy News») для людей із ментальними або когнітивними порушеннями. Упровадити титрування в прямому ефірі	Аудиторія з різними сенсорними, мовними та когнітивними потребами має рівний доступ до контенту Суспільного завдяки оригінальним інклюзивним форматам, що підвищує якість взаємодії із Суспільним, збільшує аудиторію та посилює довіру й відчуття включеності

4.3. Тематичний напрям: ветеранська спільнота

Інституційний рівень

ЦІЛЬ	ЗАВДАННЯ	РЕЗУЛЬТАТ
Запровадити системну підтримку ветеранів і ветеранок на Суспільному мовленні на всіх етапах кар'єрного циклу – від повернення до цивільного життя до професійного зростання	Впровадити стандартизовану процедуру рекрутингу, адаптації та повернення до роботи після військової служби. Розробити та реалізувати індивідуальні плани професійного розвитку для працівників і працівниць з урахуванням наявного досвіду військової служби. Забезпечити доступ до психологічної, правової та адміністративної підтримки для ветеранів і ветеранок, зокрема з інвалідністю	Ветерани й ветеранки мають зрозумілий, прозорий маршрут адаптації, який включає, крім функціональної та корпоративної, цивільну адаптацію як важливий елемент плану, відчувають підтримку на всіх етапах перебування в компанії, що зменшує ризики професійного вигорання, ізоляції або дискримінації. Суспільне має сильний бренд роботодавця у ветеранській спільноті
Підвищити компетентність лінійних керівників і керівниць та HR-команд у	Продовжувати проведення навчання (менторства) для лінійних керівників і керівниць та фахівців і	Кадрові та управлінські рішення ухвалюються з урахуванням контексту,

роботі з ветеранською спільнотою	фахівчинь з управління талантами щодо особливостей досвіду військової служби та родин військових, потреб ветеранів і ветеранок, ризиків ретравматизації, а також підсилювати їхні компетентності	зростають емпатія та інклюзивність у колективі
Сформувати всередині компанії внутрішню ветеранську спільноту як простір взаємної підтримки, що сприятиме зменшенню комунікаційних бар'єрів між цивільними та працівниками й працівницями з військовим досвідом	Ініціювати створення неформальної мережі або внутрішнього клубу для ветеранів і ветеранок з фокусом на обмін досвідом, комунікацію та взаємодопомогу. Залучати ветеранів і ветеранок до внутрішніх активностей компанії як фасилітаторів / фасилітаторок довіри та горизонтальних зв'язків	Формується середовище довіри та солідарності, ветерани й ветеранки відчують належність до колективу, зменшується бар'єр між цивільними та військовими

Контентний рівень

ЦІЛЬ	ЗАВДАННЯ	РЕЗУЛЬТАТ
Системно інтегрувати багатовимірний ветеранський досвід у всі жанри контенту, формуючи в суспільстві культуру прийняття та поваги до ветеранів / ветеранок, їхніх сімей та їхнього внеску	Представляти участь ветеранів і ветеранок у відбудові, освіті, культурі, підприємництві, громадському житті (як бойовий, так і цивільний досвід). Інтегрувати історії родин (партнерів / партнерок, дітей, батьків), що супроводжують ветеранів / ветеранок на їхньому шляху. Створювати матеріали без стигматизації чи героїзації, з урахуванням гендерного балансу	Аудиторія розуміє повний спектр життя ветеранів і ветеранок та їхній внесок у сьогодення й майбутнє, включно з родинним контекстом. Формуються нові наративи про силу зв'язків, підтримку та повагу до ветеранів і ветеранок, а також про престиж і повагу до військової служби
Посилити інтерсекційне представлення у ветеранському контенті	Включати в історії досвід жінок, ветеранів / ветеранок ЛГБТІК+, представників /	Контент стає відображенням справжнього різноманіття ветеранської спільноти, що

	представниць національних меншин (спільнот), осіб з інвалідністю, внутрішньо переміщених осіб; співпрацювати з відповідними спільнотами під час створення контенту	підвищує впізнаваність і довіру до Суспільного
Створити формати пам'яті, що гідно вшановують загиблих ветеранів і ветеранок, враховують і висвітлюють досвід їхніх родин	Розвинути цифрові меморіальні формати – серії відео, онлайн-рубрики, символічні заставки; створити матеріали про життя родин після втрати, формати усної історії	Пам'ять стає частиною колективної культури; вшанування відбувається з повагою до сімей, формуючи простір емпатії та солідарності

4.4. Тематичний напрям: національні меншини (спільноти) і корінні народи

Інституційний рівень

ЦІЛЬ	ЗАВДАННЯ	РЕЗУЛЬТАТ
Посилити кадрову спроможність та рівне представлення працівників і працівниць з національних меншин (спільнот) і корінних народів на Суспільному мовленні, створивши умови для їхньої участі в редакційних та управлінських процесах, попри кадрові виклики та обмежені ресурси	Провести безпечне опитування працівників та працівниць щодо етнічної приналежності, мовних навичок і готовності долучатися до контенту. Активізувати співпрацю з регіональними командами та лідерами й лідерками думок у спільнотах. Створити резерв і супровід для фахівців та фахівчинь – носіїв і носійок мов національних меншин (спільнот), які працюють у сфері медіа	Сформовано сталі команди з представників / представниць національних меншин (спільнот), підвищено мотивацію, якість і сталість виробництва контенту мовами цих спільнот. Розширено участь представників / представниць національних меншин (спільнот) у медіа й управлінні, що підсилює довіру до Суспільного
Підвищити обізнаність команд Суспільного щодо національного, мовного та культурного розмаїття	Провести тренінги з міжетнічної комунікації, інклюзивної мови, запобігання дискримінації. Залучити внутрішніх і зовнішніх експертів та експерток до формування	Сформовано корпоративну культуру поваги до розмаїття, мінімізовано ризики внутрішньої упередженості, посилено підтримку теми національних меншин

	безпечного простору для обговорення. Створити інструменти внутрішньої комунікації, що висвітлюють досвід команд, які працюють з національними меншинами (спільнотами)	(спільнот) у внутрішній конкуренції за ресурси
--	---	--

Контентний рівень

ЦІЛЬ	ЗАВДАННЯ	РЕЗУЛЬТАТ
Посилити присутність національних меншин (спільнот) і корінних народів на цифрових платформах та в соціальних мережах мовами національних меншин (спільнот) та українською мовою	Створювати диджитал-контент на основі принципу «digital first», адаптувати формати для TikTok, Instagram, YouTube, залучати молодь через інтерактив, короткі відео, сторителінг і партнерські диджитал-ініціативи. Забезпечити регулярну присутність у диджиталі як контенту про національні меншини (спільноти), так і контенту мовами національних меншин (спільнот) із фокусом на результати новітніх досліджень споживання медіа. Залучати представників / представниць національних меншин (спільнот) у ролі ведучих	Сформовано сталі диджитал-напрями, релевантні для різних поколінь аудиторії з числа національних меншин (спільнот); контент різними мовами став доступнішим і регулярнішим; зростає аудиторія Суспільного та довіра до нього
Розширити виробництво контенту мовами національних меншин (спільнот) і корінних народів	Збільшити обсяги перекладу, субтитрування та дубляжу контенту мовами національних меншин (спільнот) і корінних народів, застосовувати штучний інтелект для оптимізації процесів виробництва; забезпечити мовлення кримськотатарською мовою; підтримувати дитячі та	Забезпечено мовну доступність контенту (крім російської мови) для національних меншин (спільнот) і корінних народів, збережено культурне й мовне розмаїття. Контент Суспільного спрямований на провадження просвітницької діяльності, сприяння збереженню мов і

	молодіжні формати іншими мовами національних спільнот	культурної спадщини національних меншин (спільнот) і корінних народів
Забезпечити системне та гідне висвітлення тематики національних меншин (спільнот) і корінних народів українською мовою	Інтегрувати інформацію про діячів і діячок, ініціативи, історії співжиття, внесок у захист України, боротьбу за свободу та розвиток держави, соціальні теми тощо в різні локальні та національні формати, включно з культурними, новинними, історичними, на різних платформах Суспільного мовлення	Підвищено обізнаність широкої аудиторії, зменшено стереотипи, посилено ідентифікацію національних меншин (спільнот) як частини українського суспільства
Враховувати інформаційні потреби національних меншин (спільнот) і корінних народів на всіх етапах виробництва контенту для них або про них	Провести ґрунтовне дослідження інформаційних потреб, організувати фокус-групи та консультації з представниками й представницями національних меншин (спільнот), залучати їх як консультантів / консультанток, героїв / героїнь, експертів / експерток у розроблення тем та форматів	Контент базується на реальних запитах і потребах, підвищується релевантність, точність, довіра та довгострокове партнерство з національними меншинами (спільнотами) і корінними народами. Для поширення матеріалів мовами національних меншин (спільнот) використовуються ті платформи, які є звичними та зручними для таких спільнот, що посилює охоплення та ефективність взаємодії

4.5. Тематичний напрям: гендерна рівність

Інституційний рівень

ЦІЛЬ	ЗАВДАННЯ	РЕЗУЛЬТАТ
Сформувати дієву систему запобігання дискримінації за ознакою статі та реагування на гендерну нерівність у компанії	Розробити та реалізувати план впровадження гендерної рівності. Запровадити щорічний обов'язковий тренінг із гендерної рівності та недискримінації для всіх працівників і працівниць.	Діє чіткий механізм забезпечення гендерної рівності: більшість працівників і працівниць знають, як діяти в разі дискримінації, вживається коректна мова, а керівництво регулярно аналізує, як стратегічні рішення

	Призначити відповідальну особу або координатора / координаторку з гендерного мейнстримінгу. Провести гендерний аудит та запровадити регулярний аналіз гендерного впливу стратегічних і управлінських рішень (GIA). Упровадити механізми виявлення й реагування на дискримінацію за ознакою статі або гендерної ідентичності, зокрема в мовних формулюваннях і комунікації	впливають на гендерну рівність
Запобігати гендерно зумовленому насильству й онлайн-насильству та забезпечити підтримку журналісток і працівниць, які зазнають тролінгу, погроз чи дискредитації	Запровадити внутрішній протокол реагування на випадки онлайн-насильства, зокрема проти журналісток. Забезпечити психологічну, юридичну та комунікаційну підтримку працівниць і працівників у кризових ситуаціях. Включити цифрову безпеку й тему гендерно зумовленого насильства до навчальних програм. Вести моніторинг випадків цифрової агресії, співпрацювати з експертними організаціями та правозахисними структурами	Працівниці та працівники відчують захист і підтримку в ситуаціях онлайн-насильства; компанія демонструє інституційну відповідальність і відкритість до реагування; зміцнюється довіра до Суспільного як до безпечного робочого середовища
Сприяти розвитку жіночого лідерства та забезпечити рівний доступ жінок до технічних, виробничих і керівних посад через навчання, менторство та інституційну підтримку	Розробити менторські програми та програми перекваліфікації для жінок, зокрема в технічних і виробничих напрямках. Запровадити індикатори відстеження жіночого кар'єрного зростання в різних підрозділах. Створювати умови для безпечної роботи, а також	Розширено представництво жінок у керівних, технічних ролях; працівниці отримують необхідні умови для професійного зростання; жіноче лідерство стає видимою та підтримуваною частиною організаційної культури

	поєднання роботи з доглядовою працею. Публічно комунікувати жіночі лідерські ролі всередині компанії та поза нею, а також підтримку чоловіками принципів гендерної рівності й різноманіття	
--	--	--

Контентний рівень

ЦІЛЬ	ЗАВДАННЯ	РЕЗУЛЬТАТ
Досягти гендерного балансу в медіаконтенті	Забезпечити рівну репрезентацію жінок і чоловіків у різних форматах та жанрах матеріалів (продовжити моніторинг за принципом «50:50»)	Збалансоване представлення героїв / героїнь і тем, які вони коментують чи в яких беруть участь, що зменшує гендерні упередження в аудиторії
Уникати гендерних стереотипів у контенті	Інтегрувати принципи коректного висвітлення гендерних тем у редакційні практики	Зменшення проявів сексизму, об'єктивне висвітлення соціальних проблем
Удосконалити мовні та редакційні стандарти для забезпечення коректного й чутливого висвітлення гендерних тем у контенті	Інтегрувати принципи гендерної рівності в редакційні практики, створити окремі гайдлайни (наприклад, з тематики висвітлення СНПК (сексуального насильства, пов'язаного з конфліктом), домашнього насильства та інших чутливих тем), а також запровадити використання фемінітивів та гендерно чутливої мови у всіх формах публічної комунікації	Сформовано чіткі редакційні стандарти з гендерної чутливості, зменшено прояви сексизму в контенті та закладено основу для сталої культури інклюзивного мовлення на Суспільному
Підвищити обізнаність аудиторії щодо гендерної рівності, включно з правами жінок, сприянням зменшенню стереотипів, профілактикою та	Створювати тематичні інформаційні матеріали та організовувати просвітницькі кампанії, які формують глибше розуміння гендерних тем і висвітлюють	Формування поінформованого, небайдужого та чутливого до питань гендерної рівності суспільства, що здатне критично сприймати

висвітленням гендерно зумовленого насильства, зокрема СНПК	реальні виклики, з якими стикаються різні соціальні групи	інформацію та підтримувати права людини
--	---	---

4.6. Тематичний напрям: вікове розмаїття

Інституційний рівень

ЦІЛЬ	ЗАВДАННЯ	РЕЗУЛЬТАТ
Запобігати ейджизму та забезпечити інституційну спроможність компанії враховувати вікове розмаїття в прийнятті рішень, комунікації та кадровій політиці	Організовувати навчання для HR-команд, лінійних керівників і керівниць та інших працівників і працівниць щодо виявлення та запобігання віковій дискримінації. Проводити тренінги для контентних команд із розпізнавання ейджистських стереотипів і впровадження коректної мови. Проводити системні дослідження вікового складу колективу, опитування щодо потреб і очікувань працівників / працівниць різного віку. Забезпечити використання отриманих даних у процесі кадрового планування, добору та в прийнятті управлінських рішень	Формується спільне розуміння ризиків ейджизму, підвищується якість взаємодії в командах, рішення ухвалюються на основі актуальних даних про потреби працівників і працівниць усіх вікових груп; зменшуються прояви упередженості під час найму та у внутрішніх процесах
Сприяти міжпоколіннєвій взаємодії та професійному розвитку людей різного віку через програми обміну досвідом і менторства	Розробити та впровадити міжпоколіннєві менторські програми з акцентом на взаємне навчання. Створити умови для участі старших працівників і працівниць у наставництві молоді. Підтримувати розвиток молодих фахівців і фахівчинь, щоб стримати відтік молоді за кордон, зокрема через доступ до навчання, стажувань і менторства.	Зміцнено командну згуртованість, зростають можливості професійного розвитку для всіх вікових груп, активізується роль старших працівників і працівниць як носіїв і носійок експертизи, а молодь отримує підтримку для старту та закріплення в компанії

	Відзначати в комунікаціях цінність досвіду представників і представниць усіх поколінь	
Адаптувати умови праці до потреб працівників і працівниць різного віку для забезпечення їхніх добробуту, довголіття та ефективної участі в діяльності компанії	Запровадити гнучкий графік для студентів / студенток і людей, які готуються до виходу на пенсію. Розробити механізм поступового виходу на пенсію з урахуванням досвіду та побажань працівників / працівниць. Враховувати можливість гнучких форматів (онлайн / офлайн) залежно від тривалості попередньої роботи в офісі. Передбачити постійну підтримку фізичного та ментального здоров'я працівників і працівниць різного віку (медогляди, психологічна підтримка, фізична активність тощо)	Сформовано комфортне, безпечне та гнучке робоче середовище, яке враховує особливості віку. Підвищується рівень добробуту, знижується ризик вигорання, зростає продуктивність і залученість усіх категорій працівників і працівниць

Контентний рівень

ЦІЛЬ	ЗАВДАННЯ	РЕЗУЛЬТАТ
Перехресна ціль: сприяти формуванню культури активного довголіття як у внутрішньому середовищі Суспільного, так і через контент, який підвищує обізнаність та змінює уявлення суспільства про старіння	Створити умови для залученості та активної участі старших працівників і працівниць у професійній діяльності, передбачити гнучкі механізми продовження кар'єри. Висвітлювати історії активного довголіття в різних жанрах: документалістиці, токшоу, освітніх та цифрових проєктах. Створювати міжпоколінні форми за участю працівників / працівниць та героїв / героїнь різного віку.	Підвищення залученості старших працівників і працівниць у робочі процеси, зниження рівня упереджень у командах щодо віку, а також зростання обізнаності аудиторії про можливості активного життя в старшому віці

	Організовувати внутрішні події та зовнішні кампанії, що підкреслюють цінність досвіду й тривалої активності людей віком від 60 років	
Підвищити якість та глибину репрезентації людей різного віку в контенті	Залучати героїв / героїнь, авторів / авторок, спікерів / спікерок та експертів / експерток різного віку; висвітлювати досвід середнього та старшого поколінь без стереотипів або романтизації; розкривати реальні виклики молоді	Багатовимірне та гідне представлення різних вікових груп, що відображає реальність і руйнує ейджистські наративи
Сприяти створенню контенту, що поєднує різні покоління	Реалізовувати міжпоколінні форми – подкасти, токшоу, диджитал-проекти, у яких беруть участь люди старшого віку та молодь разом	Поглиблення суспільного діалогу між поколіннями та зменшення упереджень щодо віку
Вивчити інтереси та потреби аудиторій різного віку для формування контентної пропозиції	Замовляти дослідження, проводити регулярні фокус-групи та аналізувати дані про споживання контенту різними віковими групами	Створення релевантного та ефективного контенту, орієнтованого на потреби аудиторій різного віку

4.7. Тематичний напрям: ЛГБТІК+

Інституційний рівень

ЦІЛЬ	ЗАВДАННЯ	РЕЗУЛЬТАТ
Поступово інтегрувати інклюзивну мову та чутливу термінологію у всі документи й комунікації	Провести аудит внутрішніх документів з фокусом на мову, що може мати дискримінаційний характер, та розробити рекомендації щодо впровадження інклюзивної мови. Забезпечити відповідні формулювання під час співбесід і кадрових обговорень	Усі внутрішні й зовнішні тексти компанії сформульовано з урахуванням гідності, видимості та поваги до різних ідентичностей

Підвищити обізнаність працівників і працівниць щодо тематики СОГІ та запобігти дискримінації	Організовувати тренінги з антиупереджень та чутливості до СОГІ для команд і навчання щодо рекрутингу, адаптації та взаємодії з ЛГБТІК+. Поширювати внутрішні інформаційні матеріали про ЛГБТІК+	Формування усвідомленого й безпечного робочого середовища з мінімізацією ризиків дискримінації або упередженого ставлення
Створити систему підтримки, моніторингу та реагування на випадки дискримінації	Впровадити механізм анонімного повідомлення про інциденти. Заборонити аутинг на всіх рівнях компанії. Створити менторські й психологічні програми підтримки. Проводити регулярні опитування щодо атмосфери інклюзивності	Наявність дієвих механізмів захисту прав та безпеки працівників і працівниць ЛГБТІК+, які формують довіру до компанії та сприяють збереженню команди й залученню нових кандидатів і кандидаток

Контентний рівень

ЦІЛЬ	ЗАВДАННЯ	РЕЗУЛЬТАТ
Перехресна ціль на два рівні: сприяти налагодженню конструктивної взаємодії з ЛГБТІК+, правозахисними організаціями та союзниками / союзницями як на рівні внутрішніх процесів, так і в межах виробництва контенту	Розвивати форми співпраці з організаціями ЛГБТІК+ для отримання експертних консультацій і залучення до спільних проєктів. Представляти в контенті приклади емпатійної взаємодії, підтримки й солідарності через історії союзників / союзниць	Посилено присутність і легітимність ЛГБТІК+ у професійному середовищі та контенті Суспільного; встановлено сталі партнерства, що сприяють зміцненню інституційної довіри, підвищенню видимості та якості репрезентації в медіа
Забезпечити системне та коректне висвітлення ЛГБТІК+ у контенті	Залучати героїв / героїнь ЛГБТІК+ у щоденний контент (висвітлювати впродовж року) (новини, шоу, документалістика, диджитал), а також залучати представників та представниць ЛГБТІК+ у коментування різних тем	Планомірна присутність теми ЛГБТІК+ у медіапродуктах компанії, що сприяє формуванню толерантного, інформованого суспільства

Забезпечити якість і чутливість у висвітленні тематики ЛГБТІК+	Проводити тренінги для редакцій, сценаристів і сценаристок, журналістів і журналісток щодо гендерно нейтральної мови, коректної термінології, етики. Використовувати інтерсекційний підхід під час створення матеріалів (вік, віра, ветеранський статус тощо)	Контент відповідає професійним стандартам, не відтворює стереотипів і створює наратив поваги та рівності
--	--	--

V. РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ

1. Розробити та затвердити план (дорожню карту) з впровадження Концепції з визначенням відповідальних підрозділів, індикаторів успіху та термінів реалізації. Окремо виділити етапи для інституційного та контентного рівнів.

2. Системно проводити моніторинг впровадження Концепції, включно з індикаторами результативності, картами впливу, зворотним зв'язком від аудиторії та працівників / працівниць.

3. Виділити пріоритетні напрями впровадження Концепції з урахуванням стратегічної ролі Суспільного та обмежених ресурсів. Насамперед зосередити зусилля на:

- продовженні виробництва матеріалів мовами національних меншин (спільнот) і корінних народів з можливим розширенням мовлення кримськотатарською та польською мовами, а також на створенні контенту українською мовою про ці спільноти;

- системному впровадженні принципів безбар'єрності у всіх форматах контенту та внутрішніх процесах – інформаційна, сенсорна, цифрова й інституційна доступність мають забезпечуватися на основі універсального дизайну, інклюзивного підходу та чутливості до досвіду людей, які пережили травматичні події.

4. Підсилити департамент з питань розмаїття, інклюзії та рівних можливостей, департамент, відповідальний за навчання та розвиток талантів, фахівцями й фахівчинями зі стратегічною компетенцією у впровадженні принципів Концепції, які зможуть координувати роботу між усіма тематичними напрямами, платформами та різними командами, забезпечувати системну інтеграцію принципів у редакційні, управлінські й комунікаційні процеси компанії.

5. Запровадити в межах можливостей щорічні тренінги з інклюзивної мови, гендерно чутливої комунікації, протидії упередженням, універсального дизайну,

травма-інформованого підходу, роботи з темами ветеранів і ветеранок, ЛГБТІК+, вікового розмаїття, безбар'єрності тощо. Усі тренінги мають відбуватися із залученням зовнішніх експертів / експерток.

6. Використовувати стандарт інклюзивної та гендерно чутливої лексики у всіх документах, описах вакансій, формах зворотного зв'язку, редакційних матеріалах.

7. Запровадити систему анонімного опитування працівників і працівниць, що дасть змогу безпечно самоідентифікуватися за основними тематичними напрямками Концепції, щоб краще розуміти внутрішню репрезентацію для подальших ініціатив.

8. Розробити дорожню карту ментального добробуту працівників / працівниць, яка передбачатиме кімнати спокою, доступ до психологічної підтримки, групові зустрічі, зокрема для ветеранів і ветеранок, осіб з інвалідністю, працівників і працівниць з досвідом війни або втрат.

9. Створити гнучкі умови праці, включно з гнучким графіком, поетапним виходом на пенсію, можливістю часткової зайнятості, особливо для старших працівників і працівниць, працівників / працівниць з інвалідністю та нейрорізноманітних працівників / працівниць, з урахуванням вимог законодавства.

10. Забезпечити відповідність контенту Суспільного принципам розмаїття, рівності та інклюзії – усі формати мають відображати повагу до людської гідності, уникати стереотипів і дискримінаційних наративів, враховувати різний досвід, походження, потреби та контексти аудиторій.

11. Інтегрувати принцип інтерсекційності в усі редакційні та управлінські процеси, зокрема шляхом залучення людей з множинною ідентичністю до створення контенту, розроблення й участі в програмах тощо.

12. Продовжувати розвивати внутрішню групу амбасадорів і амбасадорок розмаїття, інклюзії та рівності – працівників і працівниць компанії, які добровільно підтримують цінності Концепції, демонструють залученість у темі DEIB та беруть участь у її впровадженні на місцях; залучати амбасадорів / амбасадорок до комунікації, навчання колег, підтримки змін у підходах до вироблення контенту й внутрішньої культури згідно з потребами різних редакцій і структурних підрозділів.

13. Розглянути можливість створення координаційної робочої групи з представників і представниць тематичних редакцій та платформ, яка координуватиме реалізацію Концепції, щоквартально здійснюватиме перевірку відповідності контенту стандартам інклюзії, розмаїття та рівності, а також забезпечуватиме постійний обмін досвідом, прикладами рішень і спільне напрацювання підходів для уніфікованої реалізації принципів Концепції.

14. Забезпечити системну співпрацю з державними та міжнародними партнерами, зокрема в напрямках захисту прав національних меншин (спільнот) і

корінних народів, людей з інвалідністю, ветеранів / ветеранок та їхніх родин, а також розбудову партнерства з профільними громадськими організаціями.

15. Забезпечити реалізацію принципів і тематичних напрямів Концепції в контенті на всіх платформах Суспільного мовлення – телебаченні, радіо та цифрових каналах, незалежно від формату чи цільової аудиторії платформи. Контент має створюватися з урахуванням принципу «digital first», включно з адаптацією для соціальних мереж, перекладом жестовою мовою, дубляжем і субтитрами. Такий підхід спрямований на запобігання «геттоїзації» тем розмаїття, інклюзії та рівності, забезпечуючи їх присутність у всіх жанрах, форматах і для всіх груп глядачів / глядачок, слухачів / слухачок та читачів / читачок.

16. Впровадити гейміфікацію процесів онбордингу та внутрішнього тестування з принципами Концепції для всіх працівників і працівниць щороку (на кшталт тренінгу BSAFE).

VI. РИЗИКИ ТА ВНЕСЕННЯ ЗМІН ДО КОНЦЕПЦІЇ

6.1. Ризики

РИЗИК	ШЛЯХ ПОДОЛАННЯ
Недостатнє фінансування Суспільного	Адвокація перед урядом і парламентом, народними депутатами й депутатками України, робота з донорами, стратегічна пріоритизація дій
Збільшення масштабів воєнних дій або втрата територій	Регулярний перегляд Концепції, виділення ядра (core-цілей), концентрація на досяжному
Складнощі із залученням фахівців і фахівчинь з тематики розмаїття, рівності та інклюзії до роботи на Суспільному як на контентному, так і на інституційному рівнях: обмежена кількість фахівців і фахівчинь, які мають досвід у DEIB, ускладнює формування сталої внутрішньої експертизи, міждисциплінарних команд і створення контенту на постійній основі	Побудова системного партнерства з профільними громадськими організаціями; залучення зовнішніх експертів та експерток до роботи в командах через консультативні механізми або тимчасові формати співпраці; створення внутрішніх програм навчання та професійного розвитку у сфері DEIB і співпраця з такими програмами зовнішніх партнерів
Спротив усередині компанії: зміни можуть сприйматися як надмірні чи непотрібні	Послідовна адвокаційна кампанія всередині колективу Суспільного; залучення працівників і працівниць до планування та впровадження змін
Відсутність ресурсів (людських, технічних, фінансових) для впровадження змін	Пошук донорського фінансування, поетапне впровадження, перегляд черговості дій відповідно до бюджету

6.2. Внесення змін до Концепції

Чинники, що можуть зумовити внесення змін до Концепції:

– зміни в суспільному контексті – завершення воєнного стану, трансформація запитів аудиторій, зміна в громадському сприйнятті ролі ветеранів / ветеранок, прав ЛГБТІК+, потреб національних меншин (спільнот) і корінних народів, людей з інвалідністю, молоді, людей літнього віку, що впливають на зміст контенту та інституційні підходи;

– прийняття нових законів або внесення змін до законодавства, зокрема в таких сферах:

права національних меншин (спільнот) і корінних народів;

права людей з інвалідністю;

статус та підтримка ветеранської спільноти;

демографічна політика;

цифрова доступність;

рівність прав ЛГБТІК+;

протидія дискримінації;

забезпечення гендерної рівності;

– ухвалення актів у межах європейської інтеграції України або оновлення міжнародних стандартів і підходів, включно з рекомендаціями Ради Європи, Організації Об'єднаних Націй, стандартами цифрової доступності (наприклад, WCAG), практиками суспільних мовників країн Європейського Союзу.

Додаток 1
до Концепції інклюзивного підходу
у виробленні контенту та в роботі
у команді акціонерного товариства
«Національна суспільна
телерадіокомпанія України»

РЕГУЛЯТОРНА РАМКА

1. Акти Організації Об'єднаних Націй (далі – ООН):

- Загальна декларація прав людини (1948);
- [Конвенція про ліквідацію всіх форм дискримінації щодо жінок \(1980\) та її Факультативний протокол \(1999\)](#);
- [United Nations Principles for Older Persons](#) (Принципи Організації Об'єднаних Націй щодо літніх людей, ухвалені Генеральною Асамблеєю ООН (1991);
- Пекінська декларація та Платформи дій, прийняті на четвертій Всесвітній конференції ООН зі становища жінок (1995);
- Конвенція ЮНЕСКО про охорону та заохочення розмаїття форм культурного самовираження (2005);
- [Конвенція про права осіб з інвалідністю](#) (2006);
- Декларація ООН про права корінних народів (UNDRIP) (2007);
- Декларація ЮНЕСКО про свободу вираження та універсальний доступ до інформації (2018);
- [UN Youth Strategy](#) («Молодь 2030: Молодіжна стратегія Організації Об'єднаних Націй») (2018);
- Стандарт поведінки для бізнесу [«Tackling Discrimination against Lesbian, Gay, Bi, Trans, & Intersex People»](#).

2. Акти Ради Європи:

- Європейська конвенція з прав людини (1950);
- Резолюція Ради Європи № 1003 (1993) про етичні принципи журналістики;

- [Європейська соціальна хартія \(переглянута\)](#) (1996);
- Рамкова конвенція Ради Європи про захист національних меншин (1995) (ратифікована Україною в 1997 році);
- Конвенція Ради Європи про запобігання насильству стосовно жінок і домашньому насильству та боротьбу із цими явищами (відома як Стамбульська конвенція);
- [Council of Europe «Recommendation on measures to combat discrimination on grounds of sexual orientation and gender identity»](#) (2010);
- Рекомендація CM/REC (2013)1 Комітету міністрів Ради Європи державам-членам щодо гендерної рівності та медіа;
- Рекомендація CM/Rec(2019)1 Комітету міністрів державам-членам щодо запобігання сексизму та боротьби з ним;
- [Рішення Європейського суду з прав людини у справі «Маймулахін і Марків проти України»](#);
- [Рішення Європейського суду з прав людини у справі «Картер проти України»](#);
- [Інвалідність і стигматизація у зв'язку з інвалідністю. Посібник з освіти в області прав людини за участю молоді.](#)

3. Акти Європейського Союзу (далі – ЄС):

- Digital Services Act;
- Директива Ради 79/7/ЕЕС про поступове впровадження принципу рівного ставлення до чоловіків і жінок у питаннях соціального забезпечення (1978);
- Директива ЄЕС 92/85/ЕЕС про запровадження заходів заохочення покращення безпеки праці вагітних працівниць і тих, які нещодавно народили дитину (1992);
- Хартія основних прав ЄС (2000);
- Директива ЄС 2004/113/ЕС про імплементацію принципу рівного ставлення до чоловіків і жінок у доступі та постачанні товарів і послуг (2004);
- Директива ЄС 2006/54/ЕС про рівні ставлення до чоловіків і жінок у питаннях зайнятості та професійної діяльності (перероблена) (2006);
- Директива ЄС 2010/41/ЕС про застосування принципу рівного ставлення до чоловіків і жінок, які займаються самозайнятою діяльністю (2010);

- Директива ЄС про аудіовізуальні медіапослуги (AVMSD) (2010, оновлена у 2018);
- [Equality Framework Directive 2000/78/EC](#) (встановлення загальних рамок для забезпечення рівного ставлення у сфері зайнятості та професійної діяльності; заборона дискримінації за ознакою сексуальної орієнтації);
- Директива ЄС 2019/1158 про баланс між роботою та особистим життям для батьків і опікунів та про скасування Директиви Ради 2010/18/ЄС (2019);
- Директива ЄС 2019/882 (Європейський акт про доступність);
- Директива ЄС 2022/2381 щодо покращення гендерного балансу серед директорів компаній, акції яких допущені до торгів на регульованому ринку, та пов'язані заходи (Директива ЄС щодо забезпечення представництва жінок у керівних органах компаній) (2022);
- Директива ЄС 2023/970 щодо рівної оплати праці (2023);
- [Резолюція Європейського парламенту 2017/2210\(INI\) щодо гендерної рівності у медійному секторі ЄС](#);
- [European Commission white paper – A new impetus for European youth](#);
- [Council Regulation \(EU\) 24 червня 2016 р.](#) про посилення співпраці у сфері юрисдикції, застосовного права та визнання і виконання рішень у питаннях майнових наслідків зареєстрованих партнерств;
- Guidelines to promote and protect the enjoyment of all human rights by lesbian, gay, bisexual, transgender and intersex persons;
- [Глобальний альянс з інформаційно-комунікаційних технологій та розвитку \(GAID\)](#);
- Стратегія гендерної рівності ЄС.

4. Національне законодавство:

- [Конституція України \(1996\)](#);
- [Закон України «Про медіа»](#);
- [Закон України «Про суспільні медіа України»](#);
- [Закон України «Про рекламу»](#);
- [Закон України «Про військовий обов'язок і військову службу»](#);
- [Закон України «Про правовий режим воєнного стану»](#);
- [Закон України «Про соціальний і правовий захист військовослужбовців та членів їх сімей»](#);

- [Закон України «Про мобілізаційну підготовку та мобілізацію»;](#)
- [Закон України «Про статус ветеранів війни, гарантії їх соціального захисту»;](#)
- [Закон України «Про основи соціальної захищеності осіб з інвалідністю в Україні»;](#)
- [Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків»;](#)
- [Закон України «Про запобігання та протидію домашньому насильству»;](#)
- [Закон України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні»;](#)
- [Закон України «Про основні засади соціального захисту ветеранів праці та інших громадян похилого віку в Україні»;](#)
- [Закон України «Про правовий статус осіб, зниклих безвісті за особливих обставин»;](#)
- [Закон України «Про зайнятість населення»;](#)
- [Закон України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні»;](#)
- [Закон України «Про корінні народи України»;](#)
- [Закон України «Про національні меншини \(спільноти\) України»;](#)
- [Виборчий кодекс України;](#)
- [Кодекс законів про працю України \(стаття 119\);](#)
- [Національна стратегія із створення безбар'єрного простору в Україні на період до 2030 року;](#)
- [Указ Президента України від 30 вересня 2019 р. № 722/2019 «Про Цілі сталого розвитку України на період до 2030 року»;](#)
- [Концепція комунікації у сфері гендерної рівності, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16 вересня 2020 р. № 1128-р;](#)
- [Концепція державної цільової соціальної програми «Молодь України» на 2021–2025 роки, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 23 грудня 2020 р. № 1669-р;](#)
- [Державна стратегія забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків на період до 2030 року, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 12 серпня 2022 р. № 752-р;](#)
- [Методичні рекомендації з висвітлення в медіа гендерної рівності, запобігання насильству, проявам сексизму та гендерних стереотипів,](#)

затверджені наказом Міністерства культури та інформаційної політики України від 16 червня 2023 р. № 333;

– Рекомендації щодо викладення інформації суб'єктами владних повноважень у форматах, що забезпечують доступність її сприйняття, схвалені розпорядженням Кабінету Міністрів України від 17 листопада 2023 р. № 1046-р;

– Методичні рекомендації щодо забезпечення безбар'єрності у сфері медіа, затверджені наказом Міністерства культури та інформаційної політики України від 25 червня 2024 р. № 446;

– Стратегія демографічного розвитку України на період до 2040 року, схвалена розпорядженням Кабінету Міністрів України від 30 вересня 2024 р. № 922-р;

– Стратегія ветеранської політики на період до 2030 року.

5. Акти АТ «НСТУ»:

– Статут акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України»;

– Редакційний статут акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України»;

– Концепція освітнього мовлення акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України»;

– Кодекс поведінки та етики акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України»;

– Концепція дитячого та підліткового мовлення акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України»;

– Редакційні засади інформаційного мовлення акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України»;

– Стратегія залучення, розвитку та підтримки талантів Суспільного мовника на 2023–2028 роки;

– Стратегія розвитку Національної суспільної телерадіокомпанії України на 2023–2025 роки.

6. Додаткові матеріали:

– Довідник безбар'єрності;

– Гайд безбар'єрних подій;

– Безбар'єрна грамотність (онлайн-курс);

- [Як писати про ветеранів?](#) (Український ветеранський фонд, 2023);
- [Шлях ветеранів та ветеранок](#) (Veteran Hub, 2023);
- [Від поранення до повернення](#) (ГО «Правозахисний центр «Принцип», 2023);
- [Рекомендації КЖЕ про належне висвітлення теми мобілізації в Україні](#) (Комісія з журналістської етики, 2023);
- [Етика взаємодії та спілкування з ветеранами, ветеранками та близькими воїнів](#) (Veteran Hub, 2024);
- [Глосарій Veteran Hub](#);
- [Шлях коханої воїна](#) (Veteran Hub, 2024);
- [За лаштунками турботи: близькі ветеранів та доглядова праця](#) (ГО «Правозахисний центр «Принцип», 2024);
- [Відеокурс від ГО «ЦЗВЛ» та Prometheus «Навігація повернення ветеранів: покроковий гід для компаній»](#);
- [Посібник для компаній «Навігація повернення ветеранів: професійні рішення для компаній»](#);
- [Посібник для ветеранів «Військовий імунітет у цивільній кар'єрі»](#);
- [Рекомендації Комісії з журналістської етики про висвітлення поховань українських військових](#) (2024);
- [Гендерний моніторинг каналів телебачення України: тематика війни](#) (Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення, 2024).

Додаток 2
до Концепції інклюзивного підходу
у виробленні контенту та в роботі
у команді акціонерного товариства
«Національна суспільна
телерадіокомпанія України»

МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД

АТ «НСТУ» є членом Європейської мовної спілки (далі – ЄМС), тому в Концепції, зокрема, враховано узагальнений досвід країн та суспільних мовників – членів ЄМС у впровадженні принципів DEIB.

ЄМС у сфері принципів DEIB

93% організацій суспільного мовлення – членів ЄМС визнають важливість принципів DEIB для своєї діяльності. Переважна більшість організацій (8 із 10) працює відразу над кількома аспектами чи вимірами розмаїття. Досвід та досягнення зростають у міру того, як організації навчаються і вдосконалюють підходи.

Майже дві третини (63%) суспільних мовників збирають кількісні та/або якісні дані, пов'язані з DEIB. Більше половини мовників застосовують принцип прозорості та публікують (частково або повністю) результати. Орієнтація на такі дані дає змогу оптимізувати роботу як у контенті, так і в управлінні командами. Зокрема, дані показують, що деяким мовникам вдалося скоротити гендерний розрив в оплаті праці до рівнів, які значно нижчі за національні середні показники.

Стратегії та інституційна структура:

- 64% організацій закріпили зобов'язання щодо покращення різноманіття у формалізованій стратегії;
- 50% – мають спеціально призначених працівників / працівниць, які координують зусилля та ініціативи у сфері DEIB;
- DEIB-стратегії суспільних мовників ЄМС охоплюють кілька пріоритетів одночасно. Найчастіше на перших позиціях перебувають гендерна рівність та інклюзія людей з інвалідністю. У середньому кожна організація, яка активно працює над принципами DEIB, охоплює 4–5 вимірів;
- 63% організацій збирають дані про різноманіття у своїх колективах (у 2021 році цей показник становив лише 41%);

- дані можуть охоплювати вік, стать, гендерну ідентичність, сексуальну орієнтацію тощо залежно від національного законодавства;
- більше половини організацій мають дані про гендерний розрив в оплаті праці;
- 50% – відстежують різноманіття в контенті (аудіо та відео), використовуючи різні методи – від ручного підрахунку до використання штучного інтелекту для автоматичного виявлення різноманіття;
- частина організацій залучає зовнішніх стейкхолдерів до аналізу контенту: регуляторів, професійні об'єднання, дослідницькі інститути (наприклад, Osservatorio di Pavia в Італії);
- 33% – вимірюють різноманіття в онлайн-контенті попри складність цього завдання через великий обсяг матеріалів.

Приклади ініціатив членів ЄМС:

- **створення контенту, що руйнує стереотипи** та формує позитивні жіночі ролі в STEM (наука, технології, інженерія, математика);
- **проведення міжнародної щорічної ініціативи «Girls in ICT Days»** (Дні дівчат в ІКТ (інформаційно-комунікаційних технологіях), спрямованої на заохочення дівчат і молодих жінок цікавитися інформаційно-комунікаційними технологіями, отримувати освіту та будувати кар'єру у сфері STEM;
- **партнерства з університетами та інженерними школами**, програми спонсорства;
- **стажування, наставництво, професійні мережі** для жінок, представників та представниць інших недостатньо репрезентованих груп.

1. Тематичний напрям: безбар'єрність

1.1. Безбар'єрність

У багатьох країнах принцип безбар'єрності в медіа розглядається не лише як принцип дотримання технічних стандартів доступності, а й як комплексний інституційний підхід, що поєднує законодавчі зобов'язання, внутрішні політики мовників, цифрові рішення, створення контенту різними мовами (включно із жестовою) та системний діалог з людьми з інвалідністю.

Велика Британія (BBC): BBC розробила власну політику цифрової доступності, яка охоплює всі продукти й платформи та роботу в команді. BBC iPlayer підтримує субтитри, аудіоописи та просту навігацію. Аудіоописи (аудіодискрипцію) впроваджено для більшості телевізійних програм, включно з новинами, спортивними програмами та фільмами. Розроблено власні рекомендації з доступності мобільних застосунків з інтеграцією принципів

універсального дизайну. BBC активно розвиває формати з жестовою мовою, зокрема дитячі програми жестовою мовою.

Німеччина (ARD / ZDF): ARD і ZDF поступово збільшують частку програм із субтитрами, жестовою мовою та аудіодискрипцією. З 2018 року щотижневі політичні токшоу «Anne Will» і «Hart aber fair» виходять з дублюванням жестовою мовою. Впроваджено технологію HbbTV (гібридне телебачення) з можливістю вибору доріжки з більш чіткою вимовою або сурдоперекладом. Новини подаються у форматі простої мови (легкої мови). ARD забезпечує мовну доступність для людей з інвалідністю як частину зобов'язання щодо громадської служби.

Канада (CBC / Radio-Canada): у CBC діє внутрішня команда з питань доступності, яка консулює розробників і розробниць цифрових продуктів. Адаптація контенту охоплює аудіоописи, субтитри, транскрипти, американську жестову мову (ASL). CBC співпрацює з користувачами / користувачками допоміжних технологій (програми зчитування з екрана, голосове керування) для розроблення платформ, зокрема мобільних застосунків. Усі основні продукти відповідають стандарту WCAG 2.2 AA.

Литва (LRT): відповідно до литовського національного законодавства не менш ніж 50% контенту має бути із субтитрами, 20% – жестовою мовою. LRT щорічно транслює десятки годин з аудіоописом, включно з кінофільмами та документальним кіно. Розроблено мобільний застосунок, за допомогою якого можна слухати аудіоописи в кінотеатрах через смартфон. Вільнюський університет у співпраці з LRT реалізував програму «KlaRega» для вивчення потреб глядачів і глядачок із порушеннями зору та слуху. На основі дослідження розроблено національні рекомендації з доступності для аудіовізуального сектору. Окремі фільми LRT адаптує повноцінно (аудіоопис, субтитри, жестова мова), розширюючи практику інклюзивного мовлення.

Фінляндія (Yle): фінський суспільний мовник «Yle» є прикладом системного та інноваційного підходу до інклюзивності. Жестова мова визнана у Фінляндії однією з мов національних меншин (спільнот), і Yle забезпечує не лише адаптацію, а й створення повноцінного контенту жестовою мовою. Також діяльність Yle спрямована на забезпечення:

– **щорічної трансляції Євробачення жестовою мовою** – Yle створює оригінальну сценічну інтерпретацію всіх номерів фіналу Євробачення жестовою мовою з елементами театральності (окрему творчу постановку, а не безпосередній переклад) як приклад інклюзивної культури;

– **функціонування платформи жестової мови «Yle Viittomakieliset»**, що пропонує новини, інтерв'ю, інформацію на соціальні теми, дитячі програми, усі проекти якої створені спільнотою людей з порушеннями слуху;

– **впровадження простої мови** у своїх текстових і відеопродуктах, зокрема в новинах, для людей з інтелектуальними порушеннями або низьким рівнем медіаграмотності;

– **підтримки внутрішньої політики рівного доступу до інформації** – це стосується і технологічних розробок, і контенту, і взаємодії з аудиторією. Уле має окремі ролі в командах, які відповідають за доступність усіх форматів.

1.2. Цифрова безбар'єрність

Провідні суспільні мовники інтегрують інклюзивні цифрові рішення для людей із сенсорними порушеннями, застосовують формати легкої мови, жестову мову, субтитри та адаптацію мобільних застосунків.

Велика Британія (BBC): забезпечує аудіоописи, субтитри, пропонує використання мобільних застосунків з адаптивними функціями; застосовує політику доступності й стандарти розроблення цифрового контенту.

Німеччина (ARD): застосовує гібридне телебачення для жестової мови, запровадила програму з аудіодискрипції в прямому ефірі та звукову доріжку з більш чіткою вимовою.

Канада (CBC): має консультативну команду з доступності, дотримується стандартів WCAG 2.2 AA, надає контент жестовою мовою з аудіоописом і транскрипціями.

2. Тематичний напрям: ветеранська спільнота

У США, Канаді та Великій Британії тематика репрезентації ветеранів і ветеранок у медіа не врегульована єдиною державною політикою, проте активно розвивається на рівні окремих медіаорганізацій та громадських ініціатив.

США: компанії «Warner Bros. Discovery», «Comcast» та «Fox» мають окремі DEIB-напрями для роботи з ветеранами й ветеранками. Розроблено рекомендації для медіа «Writeinclusion: Tips for Accurate Representation of U.S. Military Veterans», а також посібники про посттравматичний стресовий розлад (ПТСР) (Рада індустрії розваг (Entertainment Industries Council) у партнерстві з Департаментом у справах ветеранів США).

Канада: Atlas Institute for Veterans and Families у партнерстві з Centre for Suicide Prevention розробили посібник «Media Guidelines for Reporting on Veterans, with a Focus on PTSD and Suicide». Посібник містить рекомендації для журналістів щодо етичного та недискримінаційного висвітлення тем ветеранів, особливо ПТСР і самогубства.

Велика Британія: у стратегії BBC «Veterans' Strategy Action Plan» зафіксовано ціль «формування позитивного сприйняття ветеранів». BBC

керується власними редакційними стандартами для висвітлення надзвичайних ситуацій та воєн.

3. Тематичний напрям: національні меншини (спільноти) і корінні народи

У більшості європейських країн термін «корінний народ» застосовується лише до спільнот, які мають чіткі культурні, мовні чи територіальні відмінності й пережили колонізацію або інші форми домінування. Натомість більшість етнічних груп мають статус національних меншин (спільнот), якщо це передбачено національним законодавством. У сфері суспільного мовлення підхід до мовлення мовами національних меншин (спільнот) і корінних народів є системним із чіткими зобов'язаннями щодо репрезентації, ресурсного забезпечення та взаємодії з громадами.

Швеція

У структурі шведського суспільного мовлення функціонують потужні окремі підрозділи, які забезпечують мовлення п'ятьма мовами національних меншин (спільнот) – фінською, меянкіелі, ромською, їдишем, шведською гельською, а також саамською – мовою корінного народу. Усі напрями працюють на різних платформах – телебаченні, радіо та диджитал, включно із соцмережами, подкастами, відеосеріями тощо. У межах SVT та SR сформовані редакції з 50–200 людей у кожному напрямі, що створюють жанрово розмаїтий контент: новини, аналітику, дитячі формати, культурні та просвітницькі програми.

У Швеції жестова мова також визнана мовою національної меншини (спільноти), тому існує окреме мовлення жестовою мовою – не як адаптація, а як самостійне мовлення: програми для дітей та дорослих, художні й інформаційні формати, проєкти із залученням носіїв жестової мови. Інформаційний контент, зокрема новини, паралельно адаптується жестовою мовою на телебаченні. Упроваджено практику регулярної комунікації зі спільнотами, зокрема через щорічні зустрічі, відкриті заходи, консультації щодо потреб аудиторій.

Такий підхід ілюструє, як національні меншини (спільноти) інтегруються в загальнонаціональний простір через потужні мовні напрями, стали диджитал-стратегією та діалог із громадами.

Інші країни

Норвегія, Швеція, Данія визнають саамів корінним народом. У Норвегії діє Саамський парламент, у Швеції – закони щодо захисту прав саамів на мову, землю, традиційні практики.

Фінляндія підтримує шведськомовну меншину (друга державна мова), веде мовлення для саамів і ромів, створює контент також англійською, українською, арабською, сомалійською, зокрема у форматах простою мовою для мігрантів.

Італія гарантує мовні права німецькомовної меншини в Південному Тіролі, словенської меншини – у Фріулі-Венеції-Джулії, та інших регіональних груп.

Німеччина визнає чотири національні меншини (спільноти): данці, фриззи, сінті та роми, сорби. Суспільні мовники ARD та ZDF транслюють програми мовами національних меншин (спільнот), зокрема сорбською, фризською, данською. Радіостанція MDR веде лужицьке мовлення, NDR – данське й фризське. Представництво ромів та сінті наявне у вигляді тематичних програм, однак регулярне мовлення відсутнє. Також ARD і WDR реалізують **COSMO** – мультимовну радіоплатформу для мігрантських спільнот (14 мов). **WDRforyou** створює контент перською, арабською та німецькою мовами.

4. Тематичний напрям: гендерна рівність

Системна робота над впровадженням принципу гендерної рівності в медіа є важливим складником політики багатьох європейських суспільних мовників. Приклади Швеції, Великої Британії та Литви демонструють, як інституційний рівень (кадрова політика, доступ до керівних посад, підтримка жінок у творчості) поєднується з контентним – моніторингом балансу в новинах, протидією стереотипам і розробленням окремих форматів, що підсилюють жіночі голоси.

Швеція:

- суспільні мовники Швеції (SVT, Sveriges Radio) впровадили гендерну політику у виробництві контенту з чітким моніторингом представленості жінок і чоловіків, підходами до висвітлення без стереотипів;

- Fojo Media Institute координує участь Швеції у дослідженні «Global Media Monitoring Project» (GMMP) – найбільшому у світі дослідженні гендерного балансу в медіа;

- у сфері кіно діє ініціатива «#5050x2020», започаткована Шведським кіноінститутом, яка забезпечила рівний доступ режисерок до державного фінансування;

- SVT також впроваджує рівне представництво жінок і чоловіків у спортивному контенті – частка жінок у спортивних новинах зросла вдвічі з 2015 по 2022 рік;

- на рівні команд – 53% жінок у штаті, включно з топменеджментом.

Велика Британія:

- BBC реалізує ініціативу «50:50 The Equality Project», у межах якої редакції самостійно відстежують гендерний баланс серед спікерів / спікерок у новинах, програмах і подкастах. Такий підхід уже поширено на сотні партнерських команд у всьому світі;

- Ofcom (національний регулятор Великої Британії) щороку публікує звіти про гендерну рівність у публічному мовленні, які містять дані про частку жінок у керівництвах, редакціях, технічних і творчих ролях;

- Channel 4 впровадив стратегію «4 All the UK», що підтримує жінок у незалежному продакшні, зокрема сценаристок, режисерок, продюсерок.

Ісландія:

- RÚV (суспільний мовник Ісландії) активно реалізує гендерний моніторинг і має інституційно затверджену стратегію рівності (gender equality strategy), яка охоплює кадрову політику, контент і доступ жінок до прийняття рішень. RÚV регулярно співпрацює з Університетом Ісландії для аналізу представленості жінок у контенті;

- у межах міжнародної ініціативи «Nordic Gender & Media Forum» Ісландія проводила спеціальні сесії щодо жінок у новинах, спорті та розважальних шоу;

- за даними World Economic Forum, Ісландія має найвищий у світі індекс гендерної рівності (є № 1 багато років поспіль).

5. Тематичний напрям: вікове розмаїття

У США та країнах Європейського Союзу впроваджуються як дослідження репрезентації за віком, так і програми підтримки працевлаштування молоді чи залучення людей старшого віку.

Geena Davis Institute & Next50 (США): дослідження вікової репрезентації людей віком від 50 років у медіа показало гендерний дисбаланс і недопредставленість.

Next Avenue (Twin Cities PBS) (США): онлайн-медіа для людей віком від 60 років (інформація, поради, історії).

ITV (Велика Британія): кампанія «Британіє, говори!», спрямована на підтримку психічного здоров'я молоді.

WDR grenzenlos, MDR fresh (Німеччина): програми стажування для журналістів і журналісток з міграційним досвідом.

6. Тематичний напрям: ЛГБТІК+

У міжнародних медіа наявна широка палітра як інформаційних, так і розважальних форматів, спрямованих на підтримку ЛГБТІК+, як-от:

Out Magazine, Pink News, The Advocate (США, Велика Британія) – провідні інформаційні платформи, що висвітлюють життя, права та культуру ЛГБТІК+;

Openly (Thomson Reuters Foundation) – новинна платформа про права людини, зокрема ЛГБТІК+;

Queer Eye, RuPaul's Drag Race – іконічні (базові) розважальні формати, що популяризують теми інклюзії, самоприйняття, рівності;

кампанії в Ірландії й Тайвані – потужні інформаційні кампанії за рівність шлюбів, зокрема ролики з бабусею, яка підтримує свою онуку-лесбійку.

Додаток 3
до Концепції інклюзивного підходу
у виробленні контенту та в роботі
у команді акціонерного товариства
«Національна суспільна
телерадіокомпанія України»

КОРОТКИЙ СЛОВНИК ОСНОВНИХ ТЕРМІНІВ І ПОНЯТЬ

Альтернативний текст – текстовий опис зображення, який зазвичай не відображається на екрані, а призначений для озвучення програмами зчитування з екрана або з’являється, якщо зображення не завантажується. Альтернативний текст призначений для пояснення змісту зображення незрячим людям. Його також іноді називають текстом заміщення.

Аудіоопис (аудіодискрипція) – додатковий звуковий супровід, який описує візуальний контент у відео, як-от дії, міміка чи важливі візуальні деталі, щоб зробити відео доступним для людей із порушеннями зору. Аудіоопис вставляється в паузах між діалогами.

Аутинг – публічна заява про сексуальну орієнтацію чи гендерну ідентичність людини без її згоди на це.

Безбар’єрність – відсутність фізичних, цифрових та інших перешкод, що обмежують можливості людей в реалізації своїх прав.

Бісексуальна орієнтація – сексуальна орієнтація, за якої людина відчуває емоційний, романтичний або сексуальний потяг як до осіб протилежної статі, так і до осіб своєї статі. Рекомендовано вживати: людина з бісексуальною орієнтацією, бісексуальна людина, бісексуал / бісексуалка.

Біфобія – негативне ставлення, страх або неприязнь до бісексуальних людей. Може виявлятися в дискримінації, насильстві або навіть в упередженнях у повсякденному житті, як-от образи, зневажливі жарти, використання слюрів, стереотипи чи ізоляція. Не рекомендовано вживати: бішка.

Ветеран / ветеранка – учасник / учасниця бойових дій, особа з інвалідністю внаслідок війни, особа, яка має особливі заслуги перед Батьківщиною, загиблий (померлий) Захисник чи Захисниця України, які виконували бойові завдання із захисту України, її незалежності, суверенітету та територіальної цілісності, а також їхні сім’ї, партнери.

Вікове розмаїття – термін, який використовується для опису різниці у віці між людьми в групі, організації, суспільстві. На робочому місці вікове розмаїття

означає наявність у команді працівників / працівниць різних вікових груп, у контенті – представленість спікерів / спікерок, експертів / експерток різного віку.

Гендер – соціально закріплені ролі, поведінка, діяльність і характерні ознаки, які суспільство вважає належними для жінок та чоловіків, дівчаток та хлопчиків.

Гендерна експресія – зовнішнє вираження особистістю своєї гендерної ідентичності, яке включає такі аспекти, як поведінка, стиль одягу, манера спілкування, жести, вирази обличчя, а також інші ознаки, що можуть сигналізувати про те, як людина розуміє або виявляє свою гендерну ідентичність.

Гендерна ідентичність – внутрішнє відчуття людиною свого гендеру, яке може відповідати або не відповідати біологічній статі, приписаній при народженні.

Гендерна рівність – рівний правовий статус жінок і чоловіків та рівні можливості для його реалізації, що дає змогу особам обох статей брати рівну участь у всіх сферах життєдіяльності суспільства.

Гендерна чутливість – здатність сприймати та визнавати наявні гендерні відмінності, виявляти наявність у суспільстві дискримінації за ознакою статі, сексизм, прояви нерівності та враховувати ці аспекти в стратегіях і діях, спрямованих на подолання негативних явищ і забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків.

Гендерний аудит – аналіз стану забезпечення рівних прав і можливостей жінок і чоловіків під час формування та реалізації політики, у фінансовій діяльності, внутрішніх організаційних процесах і кадровому забезпеченні.

Гендерний маркер – позначення гендеру або статі людини в її документах, що посвідчують особу, як-от паспорт, свідоцтво про народження тощо.

Гендерний мейнстрімінг – міжнародно визнана стратегія досягнення гендерної рівності, яка передбачає інтеграцію гендерної перспективи на всіх етапах підготовки, розроблення, впровадження, моніторингу та оцінки політик, регуляторних заходів і програм фінансування з метою сприяння рівності між жінками й чоловіками та боротьби з дискримінацією. Гендерний мейнстрімінг передбачає як інтеграцію гендерної перспективи / оптики в зміст різних політик, так і врахування питання репрезентації жінок і чоловіків у конкретній сфері політики.

Гендерні стереотипи – традиційні, узагальнені, стійкі уявлення про жінок і чоловіків, моделі їхньої поведінки, риси характеру, зовнішність, що закріплюють у нашій свідомості розуміння про «чоловіче» і «жіноче» як норму.

Гендерно-трансформаційний підхід – підхід, спрямований на подолання гендерної нерівності шляхом зміни шкідливих гендерних норм, ролей та відносин, водночас працюючи над більш справедливим розподілом влади, ресурсів і послуг.

Гетеросексуальна орієнтація – сексуальна орієнтація, за якої людина відчуває емоційний, романтичний або сексуальний потяг до осіб протилежної статі. Рекомендовано вживати: людина з гетеросексуальною орієнтацією, гетеросексуал / гетеросексуалка. Не рекомендовано вживати: натурал / натуралка, нормальна орієнтація, традиційна орієнтація.

Гомосексуальна орієнтація – сексуальна орієнтація, за якої людина відчуває емоційний, романтичний або сексуальний потяг до осіб своєї статі. Не рекомендовано вживати: гомосексуаліст, лесбіянка, нетрадиційна орієнтація.

Гомофобія – негативне ставлення, страх або неприязнь до гомосексуальних людей (у вузькому сенсі – негативне ставлення саме до геїв). Може виявлятися в дискримінації, насильстві або навіть в упередженнях у повсякденному житті, як-от образи, зневажливі жарти, використання слюрів, стереотипи чи ізоляція.

Дискримінація за віком – ситуація, за якої особа та/або група осіб за ознаками віку, які були, є та можуть бути дійсними або припущеними, зазнає обмеження у визнанні, реалізації або користуванні правами і свободами або привілеями в будь-якій формі, встановленій Законом України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні», крім випадків, коли такі обмеження або привілеї мають правомірну об'єктивно обґрунтовану мету, способи досягнення якої є належними та необхідними.

Дискримінація за ознакою статі – ситуація, за якої особа та/або група осіб за ознаками статі, які були, є та можуть бути дійсними або припущеними, зазнає обмеження у визнанні, реалізації або користуванні правами і свободами або привілеями в будь-якій формі, встановленій Законом України «Про засади запобігання та протидії дискримінації в Україні», крім випадків, коли такі обмеження або привілеї мають правомірну об'єктивно обґрунтовану мету, способи досягнення якої є належними та необхідними.

Доступність – забезпечення можливості використання продуктів, послуг та контенту без зору або з обмеженим зором, без слуху або з обмеженим слухом, без мовлення або з обмеженим мовленням, зі зниженим інтелектом, когнітивними та руховими порушеннями.

Дрег-квін та дрег-кінг – артисти або виконавці, які за допомогою театрального гриму, костюмів та перевтілення створюють образи, пов'язані з гендерною експресією. Дрег-квін створює жіночий образ, дрег-кінг – чоловічий. Не рекомендовано вживати: травесті.

Ейджизм – за визначенням Всесвітньої організації охорони здоров'я, явище, яке об'єднує стереотипи (те, як ми думаємо), упередження (те, що ми відчуваємо) та дискримінацію (те, як ми діємо) стосовно людей на основі віку. Це стереотипні твердження про людей певної вікової категорії та зневажливе ставлення до них.

Етнос – спільнота, у яку люди об'єднані уявленнями про спільне походження та наявністю культурної спільності: мови, звичаїв, міфів, епосу.

Жестова мова – природна мова спілкування, яка використовує жести, міміку, положення рук та вираз обличчя. Вона є основною мовою для людей з порушеннями слуху, що дає їм змогу отримувати інформацію та взаємодіяти з іншими людьми.

Інклюзивний простір – середовище, у якому створено рівні умови для всіх груп, включно з людьми з інвалідністю.

Інклюзивність – якість або характеристика середовища, організації чи суспільства, яка демонструє прийняття та врахування різноманіття людей. Інклюзивність є результатом інклюзії.

Інклюзія – процес збільшення ступеня участі всіх громадян у соціумі; політики, дії, процеси, спрямовані на досягнення інклюзивності. Інклюзія спрямована на те, щоб кожен відчував себе прийнятим, цінним і здатним реалізувати свій потенціал без дискримінації чи бар'єрів.

Інтерсексна людина, інтерсекс-людина – узагальнювальний термін на позначення людини, народженої зі статевими характеристиками (включно з геніталіями, статевими залозами й набором хромосом), які не вписуються в стереотипи бінарної системи сприйняття чоловічої або жіночої статі. У такому разі йдеться саме про біологічну стать (англ. «sex»), а не сексуальну орієнтацію (англ. «sexuality»), тому рекомендовано вживати: інтерсексність чи інтерстатевість, а не інтерсексуальність. Не рекомендовано вживати: інтерсексуал, інтерсексуальна людина, гермафродит.

Камінаут – процес, коли людина відкрито та добровільно заявляє про свою сексуальну орієнтацію, гендерну ідентичність або інші особисті аспекти, які раніше були приховані від суспільства, родини, колег чи близьких.

Квір – більш загальний та широкий термін, який використовується для опису спектра сексуальних орієнтацій, гендерних ідентичностей і виражень. Його можуть одночасно використовувати в якості синоніма як особи ЛГБТІК+, так і люди, які не хочуть або не можуть визначити себе за конкретними категоріями ЛГБТІК+.

Квірфобія – негативне ставлення, упередження чи дискримінація щодо людей, які ідентифікують себе як квіри.

Корекція статі – процес, за якого людина може відновити або привести свої фізичні характеристики у відповідність до своєї гендерної ідентичності. Термін «корекція» підкреслює, що такі медичні або хірургічні втручання не є зміною статі в сенсі «перетворення» однієї статі на іншу, а є процесом, який допомагає людині гармонізувати свою зовнішність і фізіологію з тим, як вона почувається внутрішньо. Не рекомендовано вживати: зміна статі.

Корінний народ України – автохтонна етнічна спільнота, яка сформувалася на території України, є носієм самобутньої мови і культури, має традиційні, соціальні, культурні або представницькі органи, самоусвідомлює себе корінним народом України, становить етнічну меншість у складі її населення і не має власного державного утворення за межами України.

ЛГБТІК+ – акронім, який розшифровується як «лесбійки, геї, бісексуали / бісексуалки, трансгендерні люди, інтерсекс-особи та квіри». Плюс (+) використовується для того, щоб охопити всі інші сексуальні орієнтації, гендерні ідентичності та категорії, які не входять до основних категорій ЛГБТІК. Також можна зустріти й таке написання акроніма – ЛГБТКІА+. «А» означає «асексуальні люди», для яких сексуальна активність не є важливою частиною їхнього життя і які можуть не відчувати потяг до інших людей, навіть якщо ті є привабливими. Асексуальність стосується саме сексуального потягу, а не емоційних чи романтичних почуттів. Не рекомендовано вживати: сексуальні меншини, представники / представниці спільноти ЛГБТІК+.

Лесбофобія – негативне ставлення, страх або неприязнь до лесбійок. Може виявлятися в дискримінації, насильстві або навіть в упередженнях у повсякденному житті, як-от образи, зневажливі жарти, використання слюрів, стереотипи чи ізоляція.

Люди старшого віку – згідно з визначенням Організації економічного співробітництва та розвитку, люди віком 65 років і старше. Рекомендовано вживати: люди літнього віку, люди третього віку, люди віком понад 60, 70 років тощо.

Марш рівності (прайд) – правозахисна хода на підтримку рівних прав для ЛГБТІК+ в Україні. У світі прийнято називати таку подію «прайд» (англ. «pride» – гордість). Назва була обрана для того, щоб змінити наратив про ЛГБТІК+, і символізує відмову від почуття провини або стигматизації, закликаючи до самоцінності, самоповаги та позитивного сприйняття своєї сексуальної орієнтації чи гендерної ідентичності. Історія прайдів почалася із заворушень у барі «Стоунвол-ін» в м. Нью-Йорку (США) у червні 1969 року, коли ЛГБТІК+ вийшли на протест проти поліцейського насильства та репресій. З того часу прайди стали важливими демонстраціями за права ЛГБТІК+, що відзначаються у всьому світі як символ боротьби за рівність, видимість та прийняття. Не рекомендовано вживати: гей-паради, ЛГБТ-паради.

Мова легка – спеціально адаптована форма подання інформації в медіа, яка використовує дуже прості слова, короткі речення, логічну структуру, візуальні елементи та дублювання ключових змістових блоків; застосовується у текстах, відео, субтитрах, аудіо- та цифровому контенті для того, щоб забезпечити доступ до інформації людям з інтелектуальними порушеннями, когнітивними особливостями або труднощами з розумінням складних повідомлень.

Мова проста – форма викладу інформації в медіа, яка забезпечує зрозумілу, чітку й доступну комунікацію для широкої аудиторії, ґрунтується на використанні звичних слів, коротких речень, уникненні складної термінології та двозначностей. Може застосовуватися в новинах, пояснювальних форматах, підписах, субтитрах і навігаційних елементах цифрових платформ, зокрема для людей з низьким рівнем володіння мовою або обмеженим доступом до освіти.

Молодь – громадяни і громадянки віком від 14 до 35 років (згідно з визначенням, поданим у Законі України «Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні»).

Національна меншина (спільнота) України – стала група громадян України, які не є етнічними українцями, проживають на території України в межах її міжнародно визнаних кордонів, об'єднані спільними етнічними, культурними, історичними, мовними та/або релігійними ознаками, усвідомлюють свою приналежність до неї, виявляють прагнення зберегти і розвивати свою мовну, культурну, релігійну самобутність.

Небінарна людина – людина, чия гендерна ідентичність не відповідає традиційним визначенням «чоловік» або «жінка». Важливо зазначити, що для небінарних людей важливим є визнання їхньої гендерної ідентичності та використання правильних займенників (наприклад, «вони / їх» замість «він / його», «вона / її»).

Нейрорізноманіття – концепція, яка визнає природну варіативність людського мозку та способів мислення. Вона охоплює людей з аутизмом, синдромом дефіциту уваги і гіперактивності (СДУГ), дислексією, диспраксією, тривожними розладами та іншими неврологічними особливостями. Метою підходу до нейрорізноманіття є не «виправлення» людини, а створення умов для її повноцінної участі в суспільному житті.

Оцінка гендерного впливу – інструмент для попереднього прогнозу, аналізу чи оцінки нормативно-правового акта, політики або програми, що дає змогу визначити ймовірність того, що певне рішення матиме негативні наслідки стосовно рівності між жінками та чоловіками. Центральне запитання оцінки гендерного впливу: чи нормативно-правовий акт, політика, програма зменшують, зберігають або посилюють гендерну нерівність між жінками та чоловіками?

Пансексуальна орієнтація – сексуальна орієнтація, за якої людина відчуває емоційний, романтичний або сексуальний потяг до людей незалежно від їхньої статі чи гендерної ідентичності. Пансексуальність відрізняється від бісексуальності тим, що не обмежується лише потягом до двох статей.

Перехід від військової служби до цивільного життя – процес змін в умовах зайнятості та фінансово-економічному становищі учасників / учасниць системи переходу, трансформації стосунків у сім'ї та ставленні до них суспільства під час реінтеграції в цивільне життя.

Повернення / адаптація до цивільного життя – процес повернення після завершення військової служби до цивільного життя та його відбудова. Не рекомендовано вживати: реінтеграція.

Програма реінтеграції ветеранів / ветеранок у компанію – комплекс проєктів, заходів та ініціатив, спрямованих на підтримку ветеранів / ветеранок у професійній реінтеграції, який базується на потребах ветеранів / ветеранок і всіх зацікавлених сторін (працівників / працівниць, родин ветеранів / ветеранок, мобілізованих, родин загиблих тощо) та є невід'ємною частиною шляху працівника / працівниці в компанії, має комплексний системний характер та алгоритми й механізми імплементації в наявні процеси та культуру компанії.

Програми зчитування з екрана (скринридери) – програмне забезпечення, яке дає змогу людям із порушеннями зору користуватися комп'ютером, зчитуючи текстову та іншу інформацію з екрана й озвучуючи її голосом або представляючи на дисплеї Брайля. Скринридери можуть озвучувати текст із вебсторінок, документів, меню та інших елементів інтерфейсу операційних систем, а також дають можливість керування пристроєм через клавіатурні команди.

Професійна реінтеграція ветеранів / ветеранок – реінтеграція ветерана / ветеранки в робоче середовище, результатом якої є достатній рівень робочої ефективності й відчуття задоволеності як ветерана / ветеранки, так і роботодавця результатами взаємодії та співпраці.

ПТСР – посттравматичний стресовий розлад, посттравма, психічні розлади, психологічні складнощі.

Расова дискримінація – будь-яке розрізнення, виняток, обмеження чи перевага, засновані на ознаках раси, кольору шкіри, родового, національного чи етнічного походження, метою або наслідком яких є знищення або применшення визнання, використання чи здійснення на рівних засадах прав людини та основних свобод у політичній, економічній, соціальній, культурній чи будь-яких інших галузях суспільного життя.

Регіональні мови або мови меншин – мови, які:

1) традиційно використовуються в межах певної території держави громадянами цієї держави, які становлять групу, що за своєю чисельністю менша, ніж решта населення цієї держави; та

2) відрізняються від офіційної мови (мов) цієї держави.

До регіональних мов або мов меншин не входять діалекти офіційної мови (мов) держави або мови мігрантів.

Реінтеграція – процес, під час якого колишні військовослужбовці / військовослужбовиці набувають цивільного статусу, отримують стабільну зайнятість і дохід.

Розмаїття – поняття, яке охоплює унікальні риси та відмінності між людьми, що формують їхні ідентичність та досвід. Це такі ознаки, як раса, вік, стать, сексуальна орієнтація, гендерна ідентичність, соціальний статус, фізичні чи ментальні порушення тощо.

Сексуальна ідентичність – те, як людина самопредставляється та як вона відчуває й усвідомлює свою сексуальність у контексті культури й суспільства (наприклад, гей, лесбійка, бісексуал / бісексуалка тощо).

Сексуальна орієнтація – емоційний, романтичний або сексуальний потяг до інших людей (наприклад, гомосексуальна орієнтація, бісексуальна орієнтація).

СНПК – абревіатура, що розшифровується як «сексуальне насильство, пов'язане з конфліктом»; форма гендерно зумовленого насильства, яке відбувається під час збройних конфліктів й охоплює широкий спектр насильницьких дій сексуального характеру, як-от зґвалтування, сексуальне рабство, примус до проституції та інших.

СОГІ – абревіатура, яка розшифровується як «сексуальна орієнтація та гендерна ідентичність».

Соціальна адаптація ветеранів / ветеранок – комплекс заходів, спрямованих на забезпечення соціальної профілактики та соціальної підтримки, запобігання потраплянню в складні життєві обставини, збереження та відновлення соціальних і сімейних зв'язків, пристосування до змінених умов соціального середовища ветеранів / ветеранок.

Союзники та союзниці – люди з привілейованих груп, які підтримують маргіналізовані групи, вибудовують з ними привітні стосунки та використовують свій вплив і можливості, щоб підтримувати рівноправ'я та повагу до таких маргіналізованих груп. Союзники та союзниці ЛГБТІК+ – гетеросексуальні люди, які активно підтримують і захищають права ЛГБТІК+, а також борються з дискримінацією та стигматизацією, з якими стикаються ЛГБТІК+.

Стать – сукупність анатомо-фізіологічних ознак організму, яка дає змогу розрізняти серед більшості організмів чоловічі й жіночі особини. Однак деякі люди є інтерсекс-особами.

Субтитр – напис у нижній частині кадру кінофільму, переважно з перекладом тексту.

Субтитри відкриті – субтитри, які постійно відображаються на екрані та не можуть бути вимкнені. Зазвичай вони вмонтовані в саме відео.

Субтитри закриті – субтитри, які можна вмикати та вимикати за бажанням користувача.

Субтитри розширені – субтитри, які передають не лише діалоги, а й надають описи всіх звуків і музики, коли це необхідно.

Трансгендерна людина – людина, чия гендерна ідентичність не збігається з тією статтю, що була записана при народженні. Рекомендовано вживати: транслюдина, транс-людина, трансгендерна людина.

Трансфобія – негативне ставлення, страх або неприязнь до трансгендерних людей. Може виявлятися в дискримінації, насильстві або навіть в упередженнях у повсякденному житті, як-от образи, зневажливі жарти, використання слюрів, стереотипи чи ізоляція. Не рекомендовано вживати: транс, трансгендер, транссексуал.

Українська нація – український етнос новітньої доби, що становить основне населення України, а також такий, що перебуває за межами української держави, але асоціює себе з українським етносом.

Український народ – громадяни й громадянки України всіх національностей.

Цисгендерна людина – людина, чия гендерна ідентичність збігається з тією статтю, що була записана при народженні.

WCAG (Web Content Accessibility Guidelines, Настанови з доступності вебвмісту) – рекомендації, розроблені W3C (World Wide Web Consortium), які визначають критерії створення вебсайтів, доступних для людей із різними формами інвалідності, включно із зоровими, слуховими, моторними та когнітивними порушеннями.