

Модуль 6 (Частина 1)

Інклюзивне оповідання історій: посилення різноманітних голосів у цифровому просторі

Розроблено EUCEN



www.includememedia.eu

This resource is licensed under CC BY 4.0



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Finnish National Agency for Education. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them

* З метою економії паперу, будь ласка, друкуйте цей документ у відтінках сірого або чорно-білому режимі, а не у кольорі. Друкуйте на обох сторонах аркуша (двосторонній друк) та, якщо можливо, розміщуйте кілька слайдів або сторінок на одному аркуші.

М6 Частина 1

Тема 1: Представлення в цифрових медіа: європейський ландшафт різноманітності та інклюзії

Тема 2: Сила цифрової розповіді: подолання стереотипів та сприяння рівності



www.includememedia.eu

This resource is licensed under CC BY 4.0



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Finnish National Agency for Education. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them

* З метою економії паперу, будь ласка, друкуйте цей документ у відтінках сірого або чорно-білому режимі, а не у кольорі. Будь ласка, друкуйте на обох сторонах аркуша (двосторонній друк) та, якщо можливо, друкуйте кілька слайдів або сторінок на одному аркуші.

Модуль 6 (Частина 1)

Інклюзивний сторітелінг: посилення різноманітних голосів у цифровому просторі

Цей модуль досліджує, як цифрові медіа можуть зберегти культурну спадщину, сприяти рівності, полегшити соціальні зміни та переосмислити європейські ідентичності через сторітелінг у цифровому просторі

ВИ ЗНАХОДИТЕСЯ
ТУТ

МОДУЛЬ 6 (Частина 1)

Тема 1

Представлення в цифрових медіа: європейський ландшафт різноманітності та інклюзії

Оцінка стану різноманітності в європейських медіа, висвітлення прогалин, упереджень та зусиль щодо створення більш інклюзивних наративів.



МОДУЛЬ 6 (Частина 1)

Тема 2

Сила цифрового наративу: подолання стереотипів та сприяння рівності

Досліджує, як розповіді можуть змінити сприйняття, подолати упередження та сприяти соціальній справедливості.



МОДУЛЬ 6 (Частина 2)

Тема 3

Цифрове оповідання історій для соціальних змін: європейські ініціативи та приклади з практики. Демонструє впливові проекти, які використовують **цифрові медіа для підвищення обізнаності, адвокації та значущих суспільних перетворень.**

МОДУЛЬ 6 (Частина 2)

Тема 4

ЗМІ та культурна спадщина: збереження та демонстрація різноманітної історії Європи

Обговорюється роль цифрового архівування, культурного сторітелінгу та онлайн-платформ у збереженні багатого спадку Європи.





Короткий огляд модуля 6



Пріоритетний напрям: Різноманітні історії

Мета: Дослідження того, як цифрові медіа можуть зберегти культурну спадщину, сприяти рівності, полегшити соціальні зміни та переосмислити європейські ідентичності через розповіді в цифровому просторі.

Ключові слова: інклюзивне оповідання історій, різноманітні голоси, рівність та представництво, європейські ідентичності та різноманітність, цифрова інклюзія, цифрове розширення можливостей, сила цифрових наративів, збереження культурної спадщини, подолання стереотипів, посилення голосу маргіналізованих та вразливих спільнот, справедливість, соціальні зміни, медіа-адвокація



Огляд модуля

ВИ ЗНАХОДИТЕСЯ
ТУТ

01

Цей модуль присвячений питанням репрезентації, різноманітності та рівності в цифрових медіа, підкреслюючи силу інклюзивного розповідання історій як засобу боротьби зі стереотипами та збереження культурної спадщини.

02

Учасники ознайомляться з прикладами з практики, етичними міркуваннями та цифровими інструментами, що сприяють відповідальному сторітелінгу та протидіють упередженості.

03

Завдяки інтерактивним вправам та думкам експертів слухачі розвинуть практичні навички для створення, оцінки та поширення інклюзивних наративів у цифровому просторі.

04

Модуль 6 (4 основні напрямки)

Представництво в цифрових ЗМІ: європейський ландшафт різноманітності та інклюзивності

Оцінює стан різноманітності в європейських ЗМІ, висвітлюючи прогалини, упередження та зусилля щодо створення більш інклюзивних наративів.

Сила цифрового наративу: боротьба зі стереотипами та сприяння рівності

Досліджує, як розповіді можуть змінити суспільні уявлення, подолати упередження та сприяти соціальній справедливості

Цифрове розповідання історій для соціальних змін: європейські ініціативи та приклади з практики

Демонструє впливові проекти, які використовують цифрові медіа для підвищення обізнаності, адвокації та значущих суспільних перетворень.

Медіа та культурна спадщина: збереження та демонстрація різноманітної історії Європи

Обговорює роль цифрового архівування, культурного сторітелінгу та онлайн-платформ у збереженні багатого культурного спадку Європи.



02 Сторінка
5
Огляд модуля



04 Сторінка
11
Тема 1
Представництво у
цифрових медіа:
європейський ландшафт
різноманітності та
інклюзії

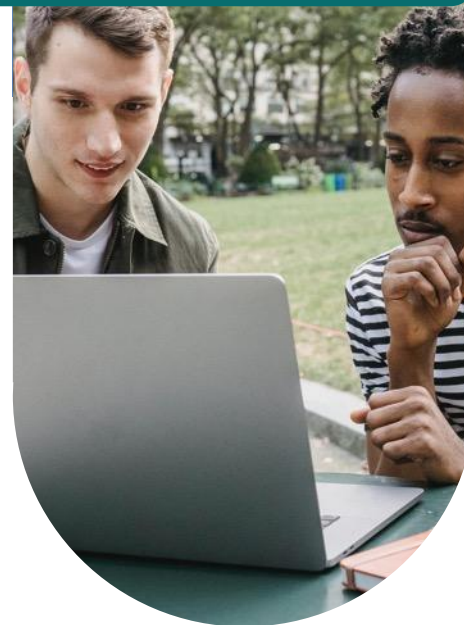
Модуль 6: Інклюзивне оповідання історій: посилення різноманітних голосів у цифровому просторі



01 Сторінка
4
Короткий опис
модуля



03 Сторінка
9
Результати
навчання





06 **Сторінка**
90
Висновки



05 **Сторінка**
49

Тема 2
Сила цифрової розповіді: боротьба зі стереотипами та сприяння рівності



07 **Сторінка**
93
Заключні
вправи



Модуль 6: Інклюзивне оповідання історій: посилення різноманітних голосів у цифровому просторі



Модуль 6 (Частина 1) Елементи інтерактивного навчання

-  **102** слайди
-  **02** вправи
-  **02** відео
-  **03** Приклади з практики

-  **3** цифрові інструменти
-  **4** набори інструментів та посібники
-  **4** статті та звіти

Результати навчання

Тема 1: Представництво в цифрових ЗМІ: європейський ландшафт різноманітності та інклюзивності

- Проаналізуйте сучасний стан різноманітності, рівності та інклюзії в європейських цифрових медіа.
- Визначте прогалини та упередження у представленні ЗМІ та їхній вплив на маргіналізовані спільноти.
- Оцініть ініціативи та політику, спрямовані на сприяння інклюзивному, рівноправному та різноманітному висвітленню подій у європейському контексті.
- Розробити стратегії для сприяння більшій представленості у цифрових медіапросторах.

Результати навчання

Тема 2: Сила цифрового оповідання: подолання стереотипів та сприяння рівності

- Дослідіть, як цифрове оповідання може **руйнувати стереотипи та змінювати суспільні уявлення.**
- Зрозумійте вплив медійного представлення на **соціальну справедливість та рівність.**
- Оцініть ефективність цифрових наративів у **впливі на політику та суспільні настрої.**
- Створіть стратегії розповіді, які активно **руйнують упередження та сприяють інклюзивності.**

Тема 1

Представництво в
цифрових медіа:
європейський ландшафт
різноманітності та
інклюзивності



Огляд

Представлення в цифрових медіа: європейський ландшафт різноманітності та інклюзивності

У цьому розділі оцінюється стан різноманітності в європейських цифрових медіа, висвітлюються прогалини, упередження та зусилля, спрямовані на створення більш інклюзивних наративів. У ньому досліджується роль представлення в медіа у формуванні громадської думки та сприянні соціальній згуртованості.



Пріоритетні напрямки

1 Аналіз різноманітності в європейських цифрових ЗМІ за ознаками раси, статі, інвалідності та ідентичності ЛГБТК+

Виявлення системних бар'єрів, економічних обмежень та впливу алгоритмів на репрезентацію

3 Стратегії інклюзивної репрезентації, ініційовані галуззю

Вивчення нормативних актів ЄС, корпоративних ініціатив та втручань органів нагляду за ЗМІ

2

4



Розглянуті поняття



1

Представлення в ЗМІ: як різні спільноти та ідентичності зображуються в цифрових ЗМІ.

2

Неявна та алгоритмічна упередженість: ненавмисне підкріплення стереотипів через розповіді, створені людьми, та розповсюдження контенту за допомогою штучного інтелекту.

3

Справедливий медіапростір: стратегії та рамки для досягнення справедливого, збалансованого та інклюзивного цифрового сторітелінгу.



Напря́м 1

Стан представництва

Аналіз різноманітності в європейських цифрових медіа за ознаками раси, статі, інвалідності та ідентичностей ЛГБТК+

Представлення в ЗМІ безпосередньо впливає на суспільну думку, формуючи ставлення до різних спільнот.

У Європі зусилля щодо підвищення різноманітності в цифрових медіа залишаються непослідовними: деякі сектори досягають прогресу, тоді як інші відстають.

Дослідження показують недостатню представленість расових меншин, жінок та людей з інвалідністю у керівництві та контенті ЗМІ.

Постійна маргіналізація в європейських ЗМІ



Незважаючи на зростання обізнаності щодо різноманітності, європейські ЗМІ продовжують прямо чи опосередковано маргіналізувати жінок, етнічні меншини, людей з інвалідністю, людей похилого віку та інші вразливі групи — як на керівних посадах, так і на екрані. Більше того, цифрові платформи часто алгоритмічно підсилюють ці упередження.

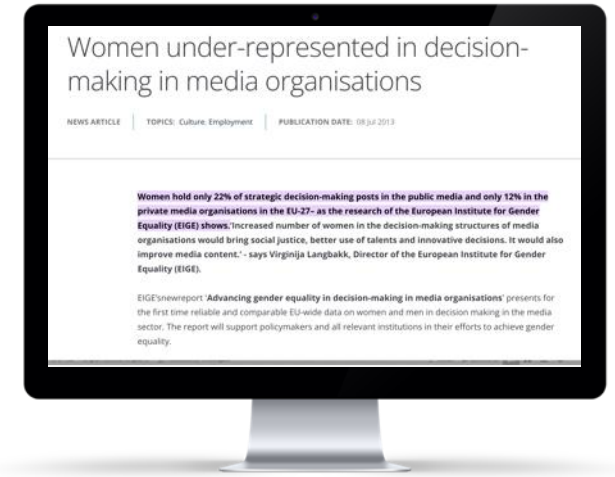
Ці прогалини не лише обмежують кар'єрні можливості та автентичне розповідання історій, а й формують суспільні настрої та перешкоджають соціальній інклюзії, закріплюючи стереотипи та норми виключення.

Розглянемо кілька прикладів недостатньої представленості у медіа-секторі та того, як це може впливати на наше сприйняття.

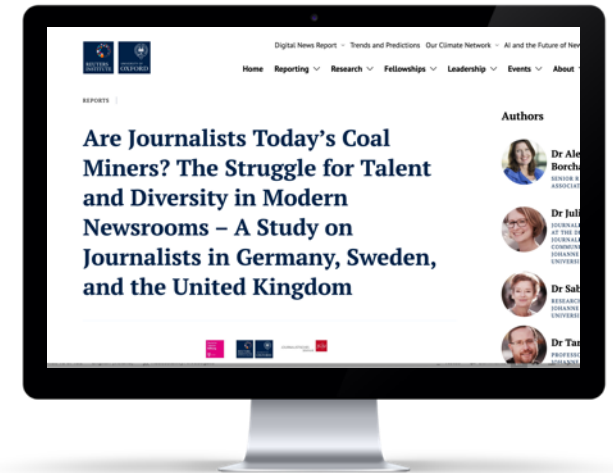
Недостатня представленість у керівництві ЗМІ

Європейські дані свідчать, що процес прийняття рішень залишається переважно чоловічим та однорідним:

- Дослідження Європейського інституту гендерної рівності показало, що **жінки** займають лише **22%** стратегічних керівних посад у державних ЗМІ – і лише 12% у приватних – незважаючи на те, що становлять майже половину працівників медіа.
- Нещодавнє дослідження Інституту журналістських досліджень Reuters, присвячене аналізу складу редакційних колегій найважливіших онлайн- та друкованих ЗМІ, показало, що жодна з провідних медіакомпаній у Німеччині та Великій Британії не має головного редактора, який не є білим.



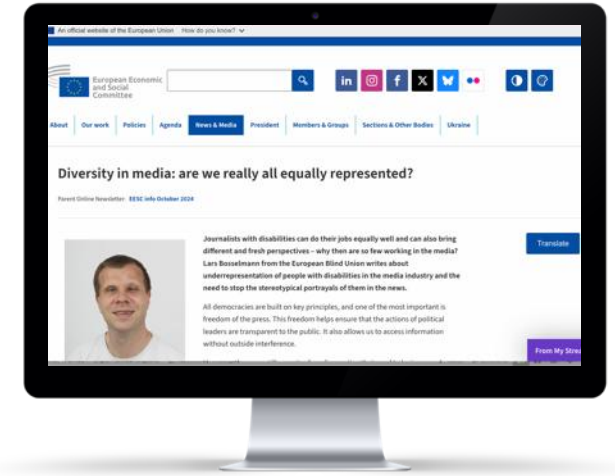
[Натисніть, щоб переглянути](#)



[Натисніть, щоб переглянути](#)

Недостатня представленість у керівництві ЗМІ

- Останні дані свідчать про те, що **люди з інвалідністю** недостатньо представлені серед співробітників газет, радіостанцій та телеканалів.
- Згідно з доповіддю Ascend Leadership за 2017 рік, незважаючи на те, що **азіатські фахівці** майже так само представлені, як і білі фахівці, у великих компаніях Кремнієвої долини, білі співробітники на 154% частіше обіймають керівні посади.



Натисніть, щоб
переглянути

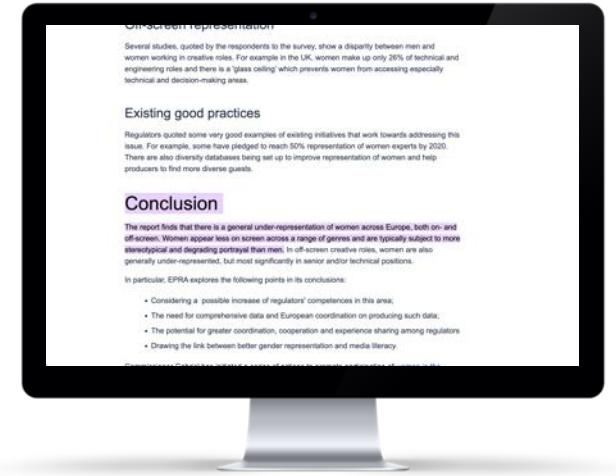


Натисніть, щоб
прочитати

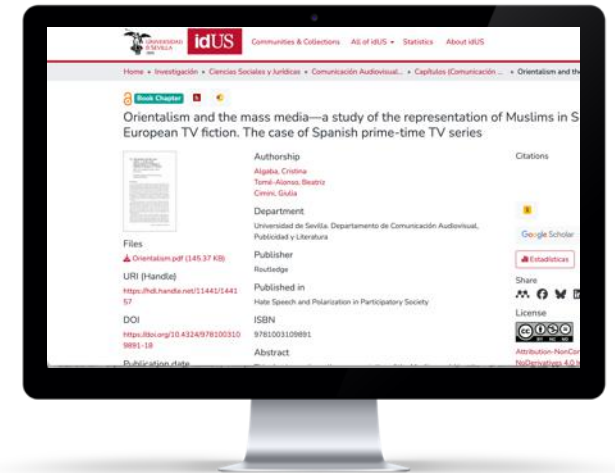
Представлення на екрані

Кастинг та характеристика персонажів на екрані продовжують виключати або стереотипізувати маргіналізовані групи:

- [Звіт](#) Європейської платформи регуляторних органів показує, що **жінки** рідше з'являються у різних жанрах, рідше з'являються у програмах у прайм-тайм і часто зображуються у стереотипний або принизливий спосіб.
- [Аналіз контенту](#) іспанських телепрограм (INE, 2010) виявив, що **персонажі-іммігранти** становили лише 7,8% ролей, незважаючи на те, що іммігранти складають 12,2% населення. Вони не тільки недостатньо представлені, але й зображуються більш негативно, ніж персонажі-корінні жителі.



[Натисніть, щоб переглянути](#)

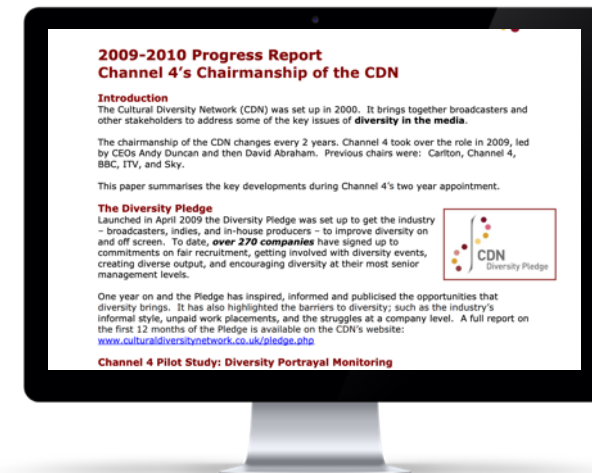


[Натисніть, щоб переглянути](#)

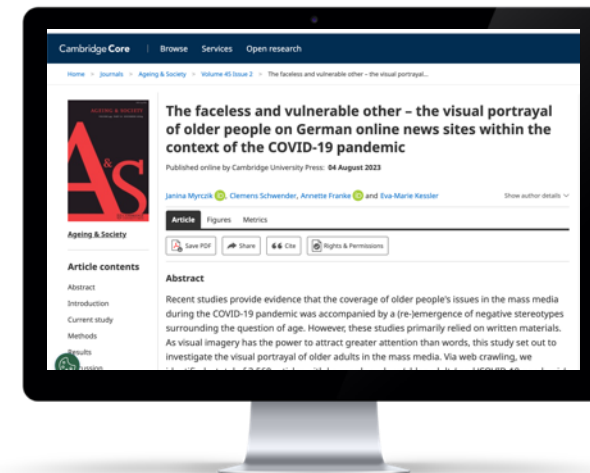
Представлення на екрані

→ У Великій Британії 20 % населення мають **інвалідність**, проте на британському телебаченні їхня частка становить менше 1 % ([Звіт про хід виконання програми CDN за 2009–2010 роки](#)).

→ [Останні дослідження](#) свідчать про те, що висвітлення проблем людей **похилого** віку в засобах масової інформації під час пандемії COVID-19 супроводжувалося (повторним) виникненням негативних стереотипів щодо питання віку.



[Натисніть, щоб прочитати](#)



[Натисніть, щоб переглянути](#)


Вплив на суспільні настрої та соціальну інклюзію



ЗМІ не просто відображають суспільство — вони активно формують його.

ЗМІ, включаючи телебачення, кіно, новинні видання, соціальні мережі та рекламу, слугують основним джерелом інформації та культурного самовираження. Через зображення різноманітних соціальних груп — таких як раса, гендер, вік, етнічна приналежність та соціально-економічний статус — ЗМІ створюють і закріплюють стереотипи. Такі зображення можуть закріплювати упередження та хибні уявлення, впливаючи на те, як люди сприймають різні верстви суспільства та взаємодіють з ними. Висвітлюючи певні точки зору та наративи, ЗМІ формують громадську думку та суспільні пріоритети.

На культурні норми та цінності також значний вплив мають медіа-представлення. Медіа-контент часто відображає та закріплює панівні культурні норми щодо сімейних структур, гендерних ролей, стандартів краси та споживчої поведінки. Ці зображення сприяють передачі культурних цінностей та формують суспільні очікування та поведінку.



Виявлення системних упереджень, економічних обмежень та впливу алгоритмів на представництво

Напрямок 2

Перешкоди для
інклюзії

Індустрія цифрових медіа стикається зі структурними та системними бар'єрами, що перешкоджають представленню в медіа, зокрема упередженими практиками найму, економічними обмеженнями та алгоритмічними упередженнями у розподілі контенту. У цьому розділі розглядається, як цифрові платформи можуть підсилювати домінуючі наративи, одночасно обмежуючи видимість для маргіналізованих творців.



Що заважає різноманітності в ЗМІ?



Як ми бачимо, представництво в європейському медіапросторі залишається обмеженим і нерівномірним. Але що саме зумовлює цей постійний брак різноманітності?

У сучасному цифровому медіапросторі глибоко вкорінені структурні бар'єри — від дискримінаційних практик найму та хронічного недофінансування до непрозорого алгоритмічного фільтрування — продовжують визначати, хто очолює, хто має ресурси для творчості та чиї голоси лунають найгучніше. Ці перешкоди не лише обмежують доступ до творчості, а й підсилюють домінуючі наративи, систематично маргіналізуючи жінок, етнічні меншини, людей з інвалідністю та інші вразливі групи.

У цьому розділі ми розглянемо деякі з основних бар'єрів, які й досі перешкоджають рівноправному представництву в європейських медіа.

Упереджені практики найму

Незважаючи на запевнення про протилежне, багато медіа- та технологічних компаній продовжують проводити набір персоналу таким чином, що це ставить у нерівне становище недостатньо представлені групи:

→ У ході опитування 14 000 фахівців у сфері технологій (у тому числі 4 000 рекрутерів з Європи) 65 % визнали, що на їхні рішення щодо найму впливали несвідомі або свідомі упередження, що підтверджує: дискримінаційні практики при наймі зберігаються навіть серед тих, хто відповідає за формування команд.



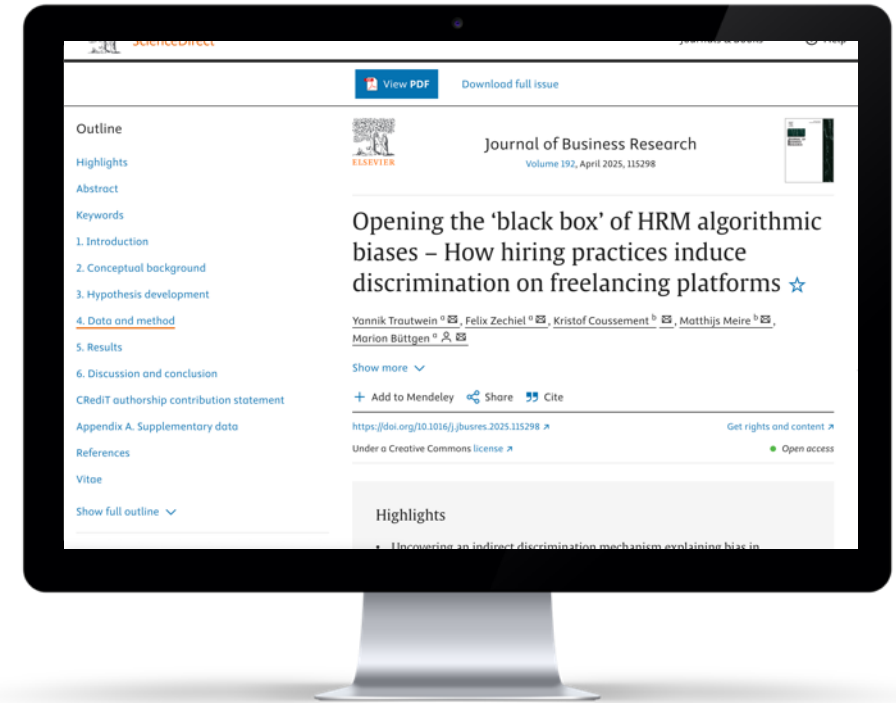
Опитування

Натисніть, щоб
переглянути



Упереджені практики найму

→ Фріланс-біржі все частіше використовують системи підбору кадрів на основі штучного інтелекту, які закріплюють упередження та нерівності, закладені в їхніх навчальних даних та алгоритмах. Одне масштабне дослідження, в якому взяли участь понад 44 000 профілів, показало, що жінки — особливо чорношкірі та азіатки — а також молодші кандидати значно рідше отримували рекомендації.



Дослідження

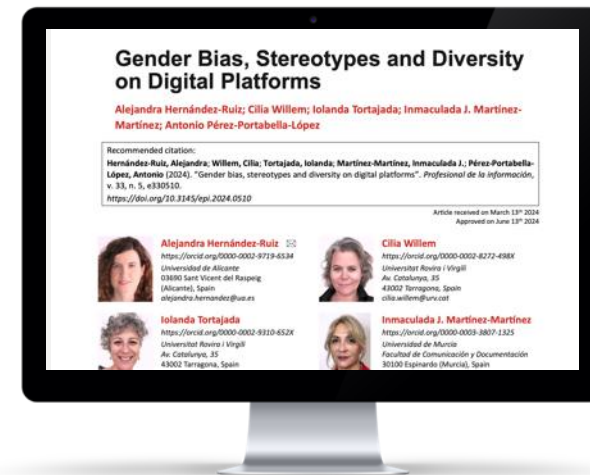
Натисніть, щоб
переглянути



Алгоритмічні та платформні упередження

Цифрові платформи, які колись вважалися інклюзивними просторами, часто посилюють існуючі нерівності через приховані алгоритми та нерівномірну модерацію:

- Дослідження серед іспанської молоді показує, що такі платформи, як Twitch та Discord, надають перевагу контенту від цисгендерних, білих, гетеросексуальних чоловіків, підсилюючи гендерні стереотипи та виключаючи ідентичності, що не відповідають нормам.
- Дослідження «алгоритмічного мізогіноіру» показують, що системи модерації контенту непропорційно придушують голоси чорношкірих жінок — видаляючи або знижуючи пріоритет їхніх дописів — через вкорінені упередження як у кодї, так і в політиці.



Натисніть, щоб завантажити



Натисніть, щоб прочитати

Невидимі голоси



У сукупності ці системні упередження у сфері найму та поширення контенту не лише перешкоджають доступу та кар'єрному зростанню маргіналізованих творців, а й суттєво впливають на наративи, що циркулюють у наших суспільствах. Визначаючи, хто має право розповідати історії — і які історії вважаються вартими розповіді — ці бар'єри звужують спектр поглядів, доступних широкій громадськості, закріплюють шкідливі стереотипи та ігнорують реальний життєвий досвід недопредставлених спільнот.

Як наслідок, медіа-ландшафт не відображає різноманіття сучасної Європи, що в кінцевому підсумку підриває зусилля, спрямовані на справжню соціальну інклюзію, рівність та демократичний діалог.

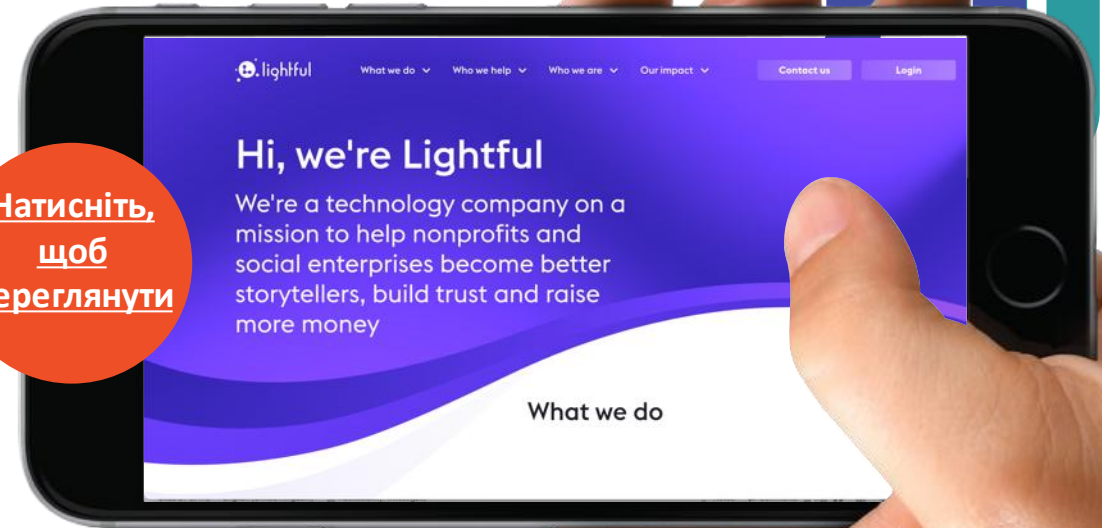
Цифрові інструменти:

Lightful



Lightful — це цифрова платформа, покликана допомогти некомерційним організаціям посилити свою присутність в Інтернеті, розповідати цікаві історії, завойовувати довіру прихильників та підвищувати ефективність збору коштів. Завдяки своїй флагманській програмі BRIDGE (Building Resilience in Digital Growth and Engagement) компанія Lightful надала підтримку понад 3 500 організаціям у більш ніж 120 країнах, пропонуючи індивідуальні цифрові тренінги та інструменти.

**Натисніть,
щоб
переглянути**



<https://lightful.com/>

Ініціатива BRIDGE забезпечує гнучкий та інклюзивний навчальний досвід, поєднуючи майстер-класи, індивідуальне наставництво, короткі відеоматеріали на замовлення та доступ до спеціальних інструментів на базі штучного інтелекту.

Інклюзивне представлення в ЗМІ

Щоб протидіяти упередженим ЗМІ, виробничі компанії та розробники впроваджують стратегії для покращення представлення як на структурному рівні, так і на рівні контенту.

Сюди входять такі ініціативи, як інклюзивний підбір персоналу, тренінги з чутливості, рекомендації щодо контенту та програми лідерства, що сприяють різноманітності у розповіді історій.

Напрямок 3

Орієнтовані на
галузь
стратегії



Від намірів до дій: стратегії для інклюзивних ЗМІ



Виходячи з попереднього обговорення, стає очевидним, що системні упередження у сфері найму та розподілу не тільки перешкоджають входженню та кар'єрному зростанню маргіналізованих творців, а й формують наративи, які пронизують наш культурний ландшафт.

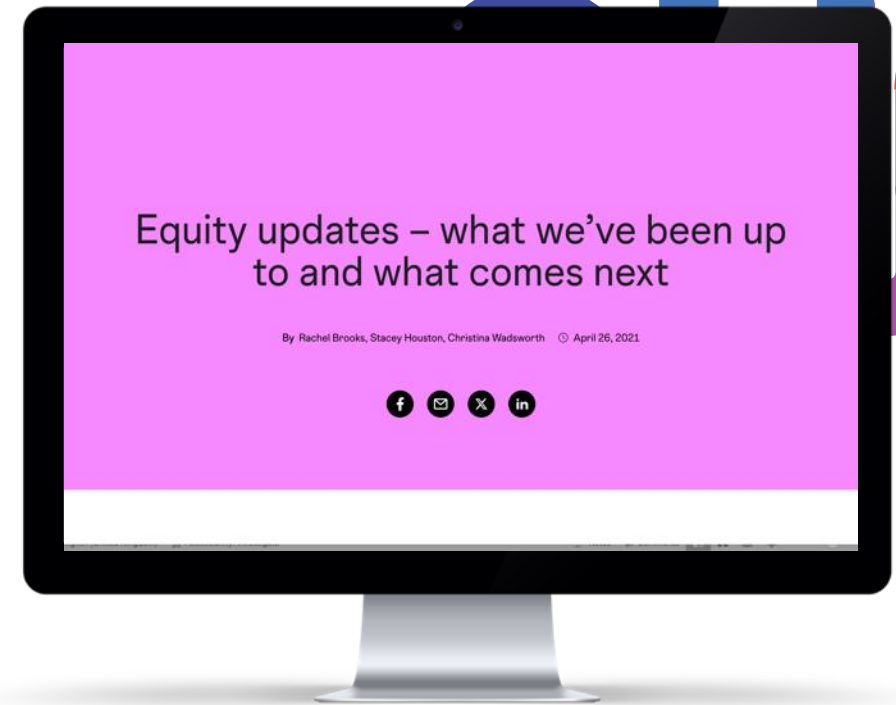
Ці упередження обмежують різноманітність поглядів, підсилюють стереотипи та стають на заваді досягненню справжньої соціальної інклюзії.

У відповідь на це кілька медіаорганізацій перейшли від простих декларацій намірів до впровадження конкретних багаторівневих заходів, спрямованих на розширення представництва.

Ці ініціативи охоплюють цільовий підбір кадрів, обов'язкове навчання з питань упередженості, редакційні мандати та фонди розвитку талантів, і все це розроблено для диверсифікації керівництва, розповіді історій та залучення аудиторії.

Приклад з практики: Команда Instagram з питань рівності

У 2020 році Instagram створив спеціальну команду з питань рівності, щоб очолити системні зміни на платформі шляхом усунення упередженості у розробці продуктів, застосуванні політик та видимості контенту — з особливим акцентом на підтримці творців-представників чорношкірої спільноти, ЛГБТК+, латиноамериканців, корінних народів та інших недостатньо представлених груп.



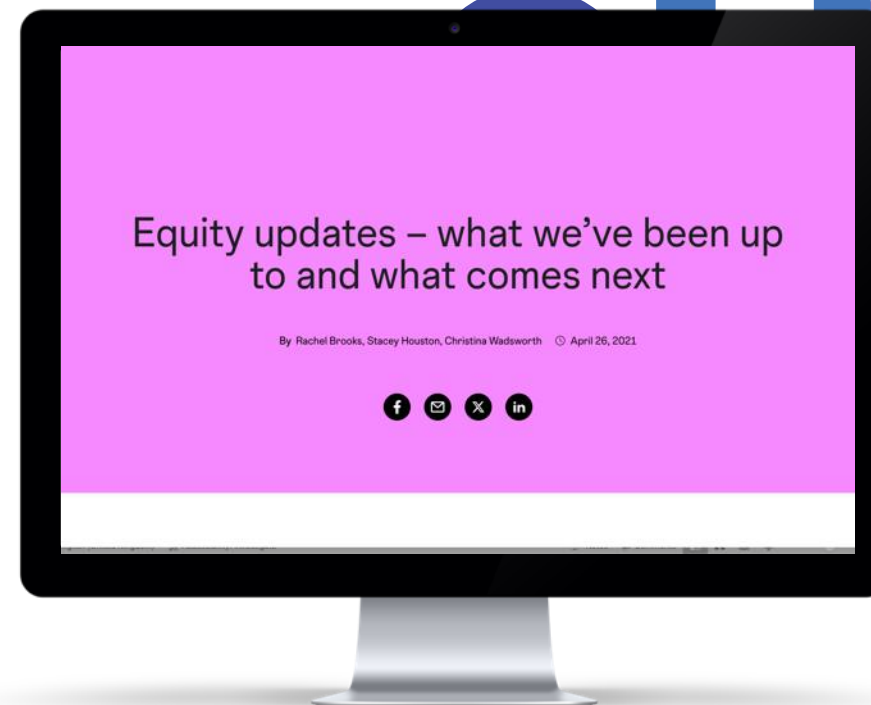
[Команда Equity в Instagram](#)

[Натисніть, щоб
переглянути](#)

Приклад з практики: Команда Instagram з питань рівності

Команда працює у 3 основних напрямках:

- 1 Допомога кожному співробітнику Instagram у наданні пріоритету створенню справедливих продуктів та інструментів
- 2 Просування справедливості на платформі за допомогою технологій та автоматизованих систем
- 3 Використання Instagram для створення більших можливостей для економічного зміцнення



[Команда Instagram з питань рівності](#)

[Натисніть, щоб
переглянути](#)

Приклад з практики: Проект BBC «50:50 Equality»

Яскравим прикладом є проект BBC «50:50 Equality», започаткований у 2017 році журналісткою Рос Аткінс. Ця ініціатива використовує підхід, заснований на даних, для досягнення рівного представництва гендерів у медіа-контенті. Заохочуючи команди, що створюють контент, до самоконтролю та звітування про гендерний баланс серед своїх авторів, проект сприяє підзвітності та постійному вдосконаленню.



[Проект BBC «50:50» з питань рівності](#)

[Натисніть, щоб
переглянути](#)

Приклад з практики: Проект BBC «50:50 Equality»

Основні результати:

- До березня 2022 року понад 250 команд BBC впровадили систему моніторингу «50:50».
- Методологію проекту прийняли понад 70 організацій у 20 країнах.



[Проект BBC «50:50» з питань рівності](#)

[Натисніть, щоб
переглянути](#)

Напря́м 4

Політичні та
нормативно-правові
рамки

Аналіз нормативних актів ЄС, корпоративних ініціатив та втручань органів нагляду за ЗМІ

Європейський Союз та галузеві асоціації вживають заходів для забезпечення більшої інклюзивності в ЗМІ, таких як політика, регулювання, можливості фінансування, заходи щодо дотримання вимог та ініціативи з публічної підзвітності.





Рамки ЄС щодо інклюзивних ЗМІ



З метою сприяння більшій інклюзивності та різноманітності в європейських ЗМІ було створено комплекс загальноєвропейських нормативних актів, програм фінансування та механізмів підзвітності. Ці ініціативи спрямовані на усунення структурних бар'єрів та сприяння створенню більш репрезентативного медіа-ландшафту. На наступних слайдах наведено огляд:

- Політичних та регуляторних рамок
- Механізмів фінансування та стимулювання
- Заходів щодо дотримання вимог та публічної підзвітності

Політика та нормативно-правова база ЄС

[Посібник з прав людини для користувачів Інтернету – 2014](#)

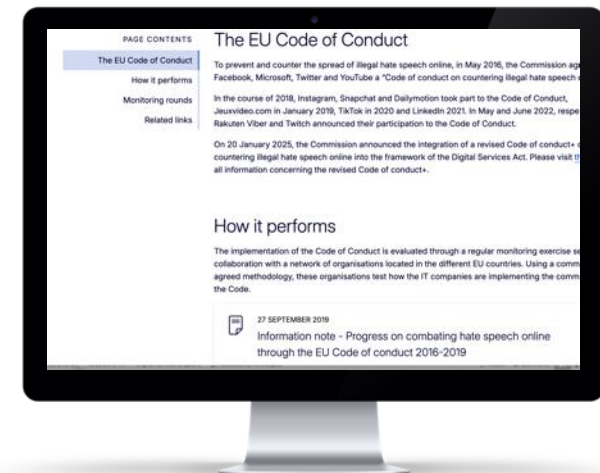
Викладає основні принципи, що захищають права людини всіх користувачів Інтернету, як це гарантовано Європейською конвенцією з прав людини.

[Кодекс поведінки – 2016](#)

Цей кодекс має на меті запобігати поширенню мови ненависті в Інтернеті та протидіяти їй, а мережа організацій, що базуються в ЄС, здійснює регулярний моніторинг для забезпечення дотримання вимог ІТ-компаніями



[Натисніть, щоб переглянути](#)



[Натисніть, щоб переглянути](#)

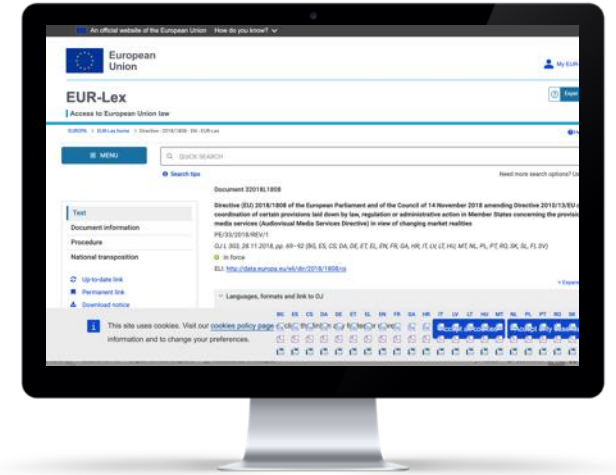
Політика та нормативно-правова база ЄС

Директива про аудіовізуальні медіа-послуги (AVMSD) – 2018

Вона встановлює загальноєвропейські правила для аудіовізуальних медіа, вимагаючи, щоб послуги не містили закликів до ненависті на підставі раси, статі, релігії, національності або інших захищених ознак. Вона також вимагає, щоб медіапослуги стали більш доступними для осіб з інвалідністю.

Закон про цифрові послуги (DSA) – 2022

DSA накладає на онлайн-платформи зобов'язання щодо зменшення системних ризиків, зокрема поширення незаконного контенту та дезінформації. Він також накладає на онлайн-платформи зобов'язання щодо підвищення прозорості та підзвітності.



Натисніть, щоб
переглянути



Натисніть, щоб
переглянути

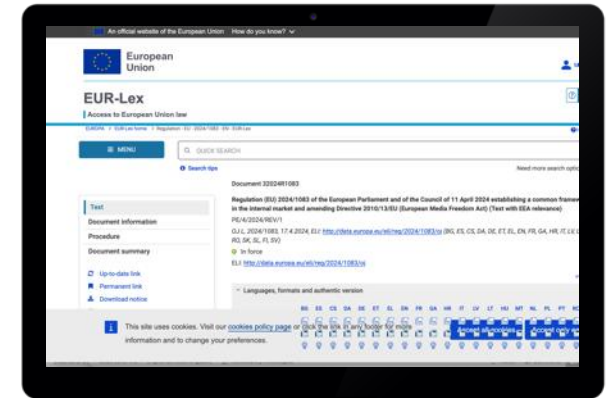
Політика та нормативно-правова база ЄС

Європейський закон про свободу ЗМІ (EMFA) – 2024

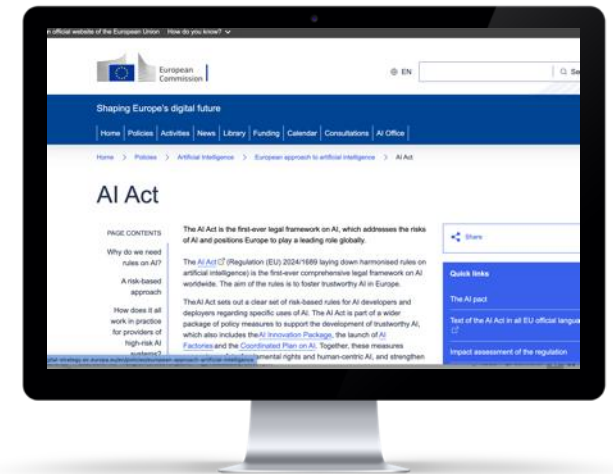
EMFA – це знаковий нормативний акт, покликаний зміцнити плюралізм та незалежність ЗМІ в усьому ЄС.

Закон про штучний інтелект (AI) – 2024

Він зосереджений на сприянні відповідальному розвитку та впровадженню технологій ШІ, включаючи заходи щодо зменшення ризиків, які ШІ становить для основних прав, безпеки та громадського здоров'я. З огляду на зростаючу роль ШІ у модерації онлайн-контенту, цей закон відіграє вирішальну роль у запобіганні ненавмисному заохоченню шкідливої поведінки в Інтернеті.



[Натисніть, щоб переглянути](#)



[Натисніть, щоб переглянути](#)

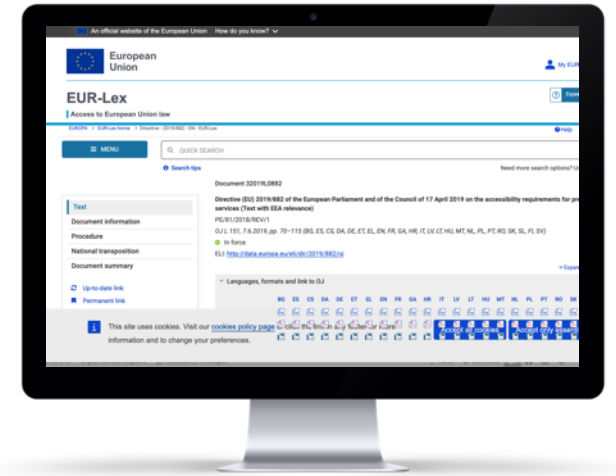
Політика та нормативно-правова база ЄС

Європейський закон про доступність (ЕАА) – 2025

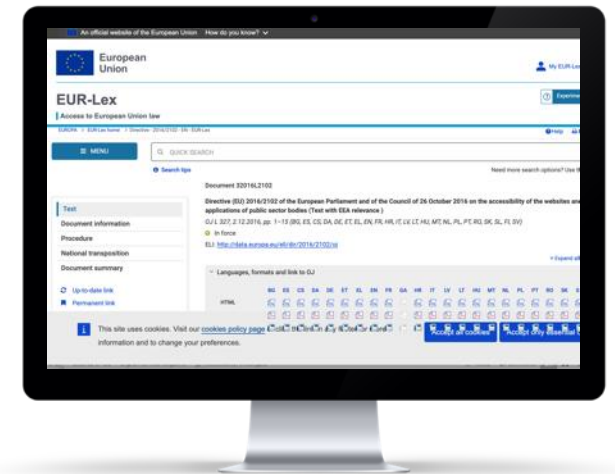
ЕАА вимагає, щоб контент державних ЗМІ був доступним для осіб з інвалідністю. Це включає вимоги щодо субтитрів, аудіоописів та доступних користувацьких інтерфейсів, що гарантує інклюзивність медіапослуг для всіх користувачів.

Директива ЄС про доступність веб-сайтів – 2025

Забезпечує більшу доступність веб-сайтів та мобільних додатків державного сектору для користувачів, особливо для людей з інвалідністю.



[Натисніть, щоб переглянути](#)



[Натисніть, щоб переглянути](#)

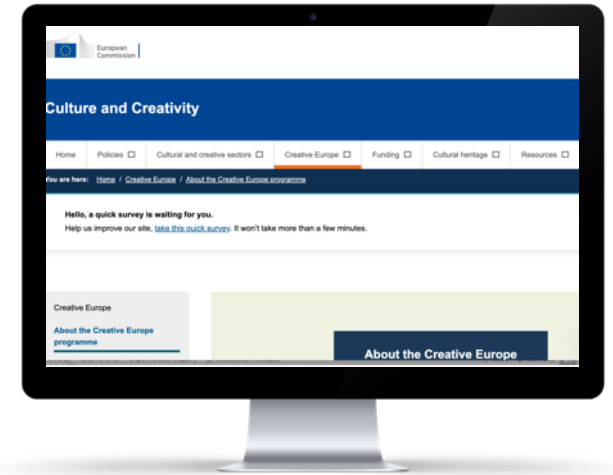
Механізми фінансування та стимулювання

Програма «Креативна Європа – МЕДІА» (2021–2027)

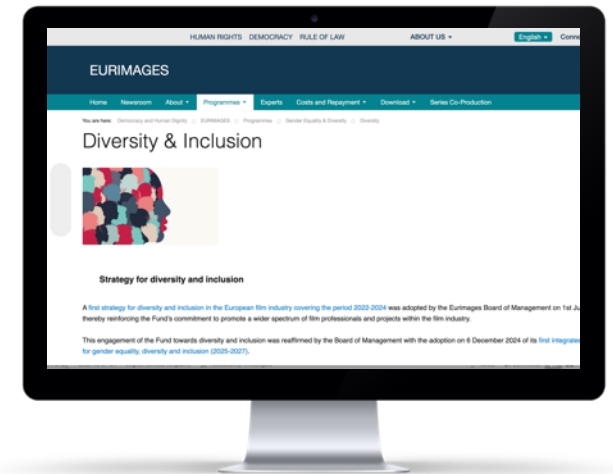
У рамках програми «Креативна Європа – МЕДІА» Європейська комісія розпочала роботу з покращення гендерного балансу та різноманітності у ЗМІ та аудіовізуальному секторі шляхом взаємодії із зацікавленими сторонами, підвищення обізнаності, збору даних та створення мереж.

Стратегія EURIMAGES щодо різноманітності та інклюзії (2022–2024)

Eurimages, фонд підтримки культури Ради Європи, прийняв Стратегію різноманітності та інклюзії (2022–2024) з метою сприяння ширшому спектру кінопрофесіоналів та проектів у кіноіндустрії.



Натисніть, щоб
переглянути



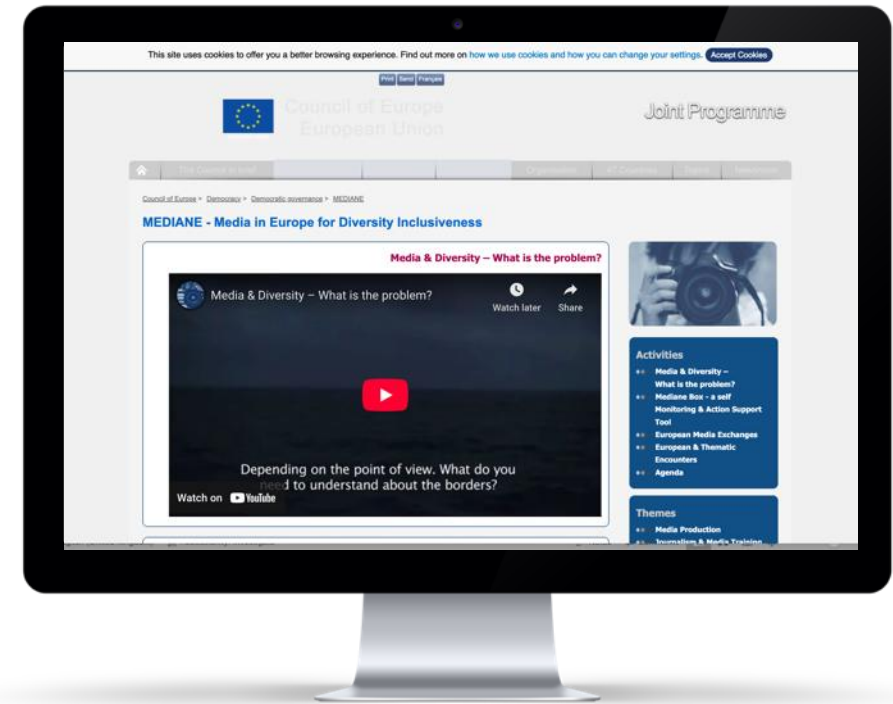
Натисніть, щоб
переглянути

Механізми фінансування та стимулювання



MEDIANE: Медіа в Європі на підтримку різноманітності та інклюзивності (2013 – 2014)

Спільна програма Європейського Союзу, його Програми з основних прав та громадянства та Ради Європи, спрямована на заохочення справді різноманітних, інклюзивних та міжкультурних підходів до розробки та виробництва медіа-контенту



Натисніть, щоб
переглянути

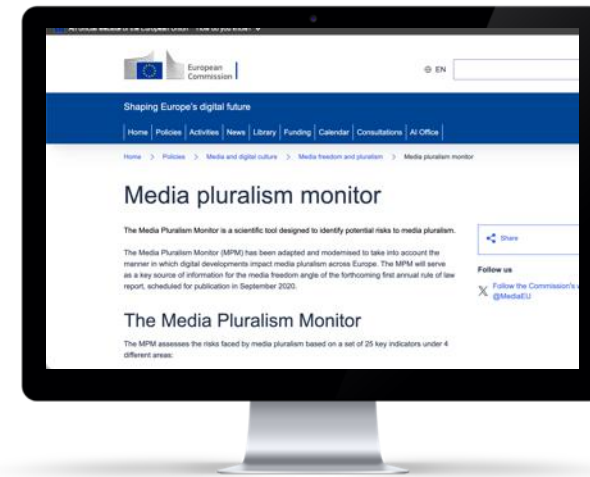
Заходи щодо дотримання вимог та підзвітності

Монітор плюралізму ЗМІ (MPM)

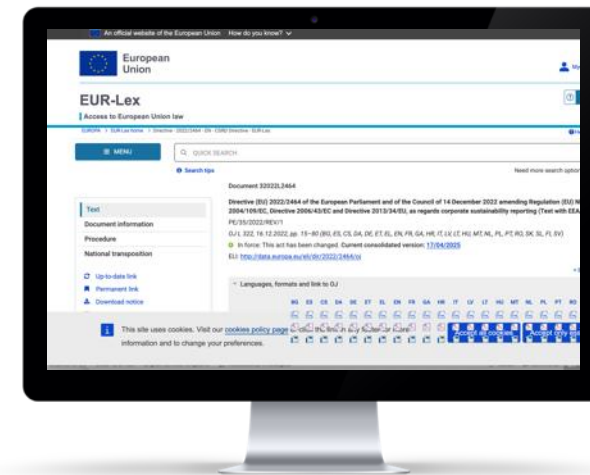
Монітор плюралізму ЗМІ — це дослідницький інструмент, який оцінює ризики для плюралізму ЗМІ в державах-членах ЄС. Він аналізує різні фактори, зокрема концентрацію ринку, політичну незалежність та соціальну інклюзивність, надаючи дані для обґрунтування політичних рішень.

Обов'язки щодо звітування про різноманітність, рівність та інклюзивність (DEI)

Директива ЄС про корпоративну звітність щодо сталого розвитку (CSRD) містить конкретні вимоги щодо звітності з питань різноманітності, рівності та інклюзивності. Ці норми зобов'язують компанії, у яких працює понад 100 осіб, звітувати про ключові показники DEI.



[Натисніть, щоб переглянути](#)



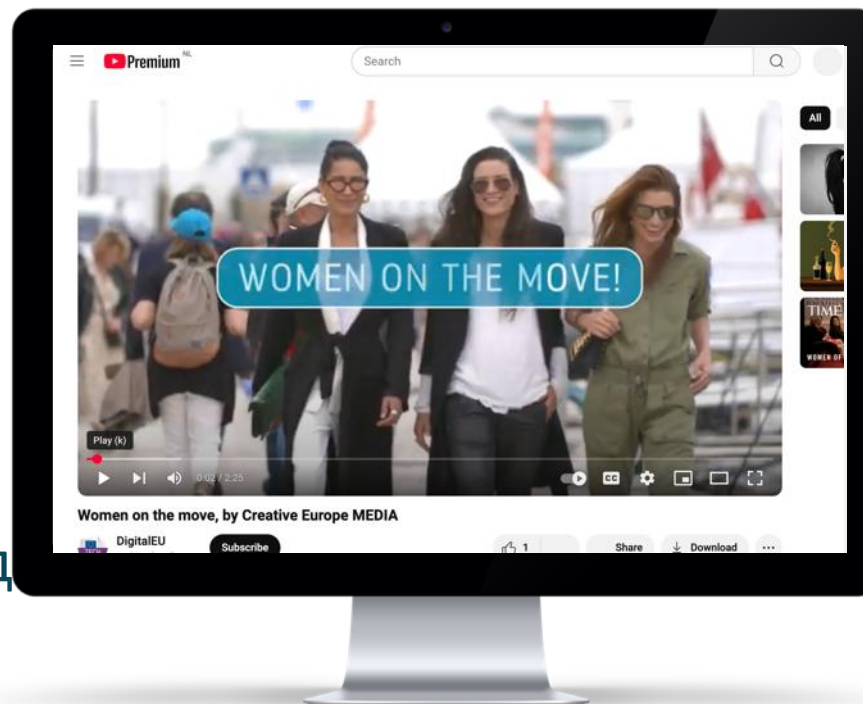
[Натисніть, щоб переглянути](#)

«Women on the Move»

У цьому відео розповідається про програму Європейської комісії «Креативна Європа — МЕДІА» та її прагнення сприяти гендерній рівності в європейському аудіовізуальному секторі.

Ініціатива, представлена під час першого «Дня жінок у русі» на Каннському кінофестивалі 2019 року, підкреслює зусилля ЄС щодо покращення представництва жінок — як за камерою, так і перед нею.

Цей захід та відео разом надсилають чіткий сигнал: **гендерна рівність — це не лише культурна мета, а й творча та економічна необхідність** для майбутнього європейських медіа.



Натисніть, щоб
переглянути



Додаткові ресурси

Стаття



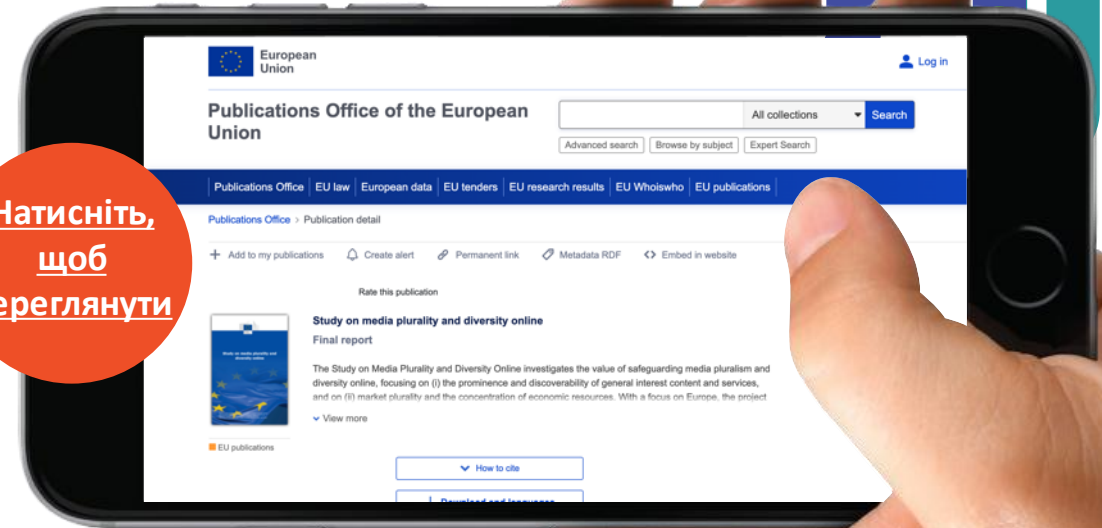
Publications Office of the European Union

Дослідження щодо плюралізму та різноманітності ЗМІ в Інтернеті

Аналізує законодавчі заходи та пропонує рекомендації щодо політики для забезпечення плюралізму ЗМІ.

Натисніть,
щоб
переглянути

Джерело



Додаткові ресурси

Інтерв'ю



Software Heritage

«На шляху до збереження цифрової культури»

Каміль Франсуаза обговорює плюралізм ЗМІ та роль цифрових наративів у культурній репрезентації.

Натисніть,
щоб
переглянути



Джерело

Додаткові ресурси

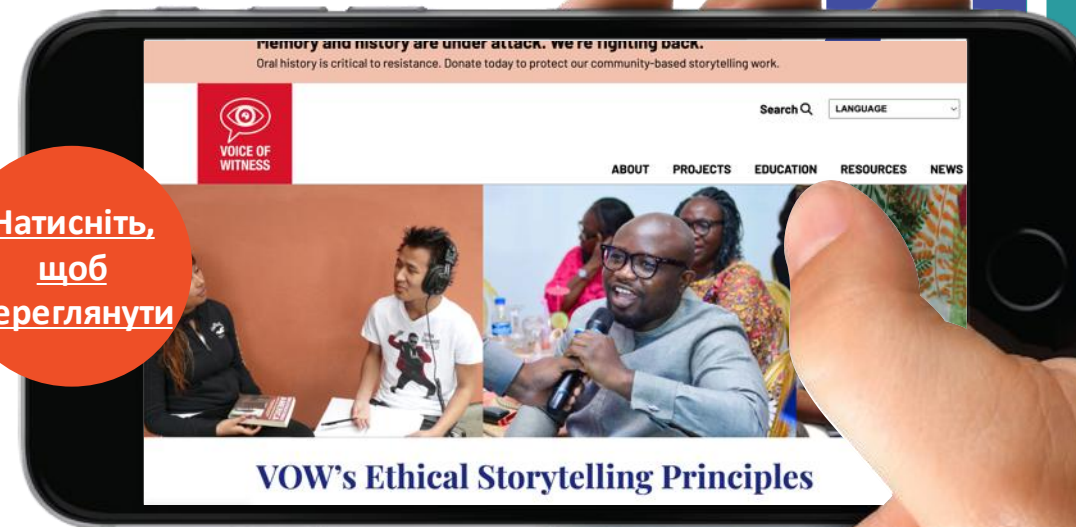
Посібник



[Етичні практики розповіді історій \(Voice of Witness\)](#)

Визначає принципи, що ставлять у центр практик розповіді історій гідність, емпатію та рівність.

Натисніть,
щоб
переглянути



[Джерело](#)

Додаткові ресурси

Набір інструментів



«Сторітелінг для інклюзивної досконалості» (Insight Into Diversity)

Надає рекомендації щодо впровадження ініціатив із розповіді історій для побудови інклюзивних спільнот.

Натисніть,
щоб
прочитати



Джерело

Тема 2

Сила цифрової розповіді:
подолання стереотипів
та сприяння рівності



Огляд

Сила цифрової розповіді: подолання стереотипів та сприяння рівності

Розповіді здавна є потужним інструментом формування громадської думки та побудови наративів.

Однак його вплив залежить від того, як його використовують — для сприяння позитивним чи негативним соціальним змінам. У цьому розділі розглядаються ключові аспекти використання цифрового сторітелінгу для просування мирних ініціатив, гуманізації досвіду конфліктів та заохочення громадянської активності.



Пріоритетні напрямки

1 Влада та відповідальність

Забезпечення правдивості у цифровому сторітелінгу 2

3 Забезпечення відповідального використання

Використання медіа для сприяння рівності, справедливості та системних змін 4



Розглянуті поняття



1

Наративне оформлення: навмисне структурування історій з метою формування розуміння та емоційної реакції аудиторії.

2

Розповіді про соціальну справедливість: використання медіа як інструменту для забезпечення рівності, активізму та захисту прав людини.

3

Практики інклюзивного сторітелінгу: етичні підходи до репрезентації, що поважають життєвий досвід різноманітних спільнот.

Влада та відповідальність



Напрямок 1

Наративи мають
значення

Розповіді мають потенціал формувати суспільну думку, підсилюючи або піддаючи сумніву упередження.

Дуже важливо перевіряти інформацію перед тим, як її поширювати, та критично оцінювати її під час споживання.

Якщо не вживати заходів, дезінформація може посилити шкідливі упередження.



Двосічний меч цифрового сторітелінгу




Цифровий сторітелінг — це потужний інструмент, який формує суспільні наративи та впливає на те, як громади сприймають соціальні проблеми, ідентичності та одне одного. Історії можуть додавати людського виміру, викликати співчуття та стимулювати зміни, але коли вони ґрунтуються на дезінформації чи стереотипах, вони можуть так само легко завдавати шкоди, посилювати упередження та поглиблювати розбіжності. Непереверена дезінформація не лише спотворює факти — вона може:



Підживити ксенофобію та расизм: особливо в історіях про мігрантів, біженців або меншини.



Підривати солідарність та емпатію між європейськими спільнотами.



Увічнювати шкідливу динаміку влади, приглушуючи або спотворюючи голоси маргіналізованих груп.



Рефлексія

Наратив про «вторгнення» у контексті міграції

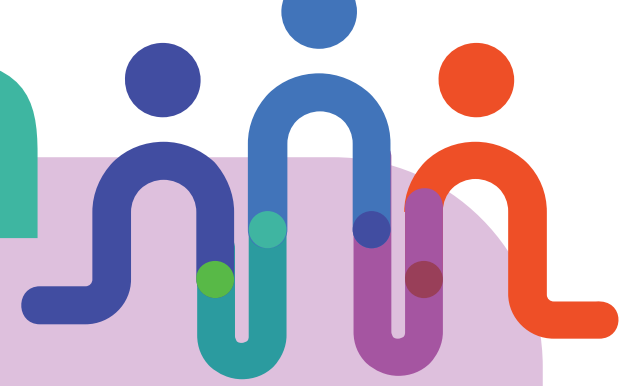
Під час кризи біженців 2015–2016 років багато європейських ЗМІ та політиків почали використовувати термін «вторгнення» для опису приїзду біженців та мігрантів із Сирії, Афганістану та інших регіонів, охоплених конфліктами. Ця лексика широко повторювалася в заголовках, публікаціях у соціальних мережах та політичних промовах — часто без перевірки фактів щодо масштабів, причин чи характеру міграції.

Що було оманливим? Подумайте про це!





Наратив про «вторгнення» у контексті міграції



• Що було оманливим?

- Термін «вторгнення» помилково натякав на агресивну загрозу військового характеру.
- Він ігнорував гуманітарний контекст — людей, які тікали від війни та переслідувань.
- Він наводив на думку, що Європу «затоплює», хоча більшість біженців залишалася в сусідніх країнах за межами Європи.

Чому це важливо для цифрового сторітелінгу:

Цей приклад показує, як емоційно заряджені, неперевірені наративи можуть швидко поширюватися — особливо в Інтернеті — і формувати суспільну думку. Відповідальні цифрові сторітелери повинні протидіяти цим шкідливим міфам, поширюючи правдиві, гуманізовані історії, що відображають складність і гідність людських переживань.



European Fact-Checking
Standards Network

Напря́м 2

Переві́рка
інформа́ції

Забезпечення достовірності у цифровому сторітелінгу

Розуміючи, як цифровий сторітелінг може формувати громадську думку та створювати наративи, ми завжди повинні переконуватися, що інформація є правдивою.



5 основних практик

для перевірки інформації

У попередньому розділі ми розглянули, як безконтрольна дезінформація може закріплювати шкідливі стереотипи, спотворювати реальність та поглиблювати соціальні розбіжності. У час, коли цифрове розповідання історій має величезний вплив на формування громадської думки та колективної пам'яті, перевірка достовірності кожного фрагмента контенту перед його поширенням — це не просто рекомендація, а обов'язок.

Щоб сприяти обґрунтованій дискусії та протистояти поширенню неправди, автори контенту, журналісти та звичайні користувачі повинні дотримуватися суворих стандартів.

На наступних слайдах наведено п'ять основних кроків, які допоможуть переконатися, що контент є точним, достовірним та надійним, перш ніж його публікувати чи вірити йому. Пам'ятайте: **перевірка вимагає часу**, але набагато краще бути обережним, ніж сприяти поширенню дезінформації.

01

Перевірте надійність джерела

Перш ніж довіряти будь-якій інформації, з'ясуйте, звідки вона походить.

1

Перевірте прозорість: чи джерело чітко зазначає, хто вони, яка їхня місія та як вони фінансуються?

2

Будьте обережні щодо підробки: розповсюджувачі дезінформації часто створюють клоновані веб-сайти – так звані «операції-двійники» – які імітують справжні новинні ресурси для поширення неправдивих тверджень.

3

Зверніть увагу на домен: незвичайні закінчення доменів, такі як «.ltd», «.online» або «.xyz», можуть вказувати на фейкові або оманливі джерела.

02

Перевірте репутацію джерела

1

Довіра до ЗМІ формується з часом — звертайте увагу на послідовність та прозорість:

Дослідіть історію ЗМІ: чи точно вони висвітлювали події в минулому? Чи публікують вони виправлення, коли припускаються помилок? Надійні ЗМІ регулярно публікують виправлення, коли трапляються помилки, та відкрито документують свою редакційну політику та джерела фінансування.

2

Перевірте їхні зв'язки: чи пов'язані вони з політичними або комерційними інтересами, які можуть вплинути на об'єктивність їхнього контенту? Перегляньте розділ «Про нас» або їхні політики. З'ясуйте інформацію про авторів, редакторів, дописувачів тощо.

3

Прозорість є ключовим фактором: авторитетні ЗМІ розкривають свою редакційну політику, джерела фінансування та особистість своїх авторів. Якщо ви не можете знайти цю інформацію, будьте обережні.

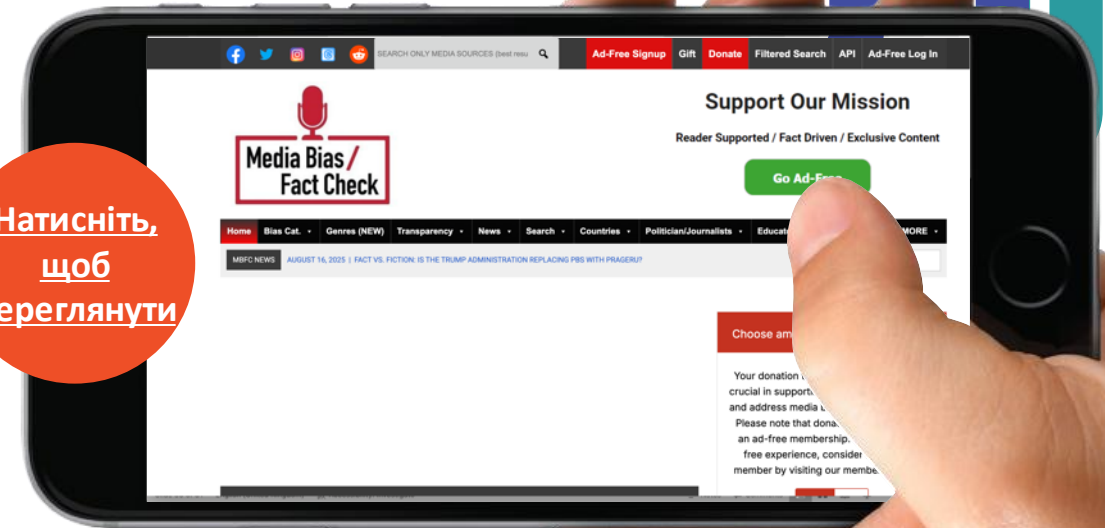
Цифрові інструменти:

Media Bias /Fact Check

Ви можете скористатися веб-сайтом Media Bias/Fact Check, щоб перевірити політичну спрямованість ЗМІ, достовірність фактів та загальну надійність джерела. Сайт також містить довідкову інформацію про ЗМІ, зокрема його історію та джерела фінансування.

Щоб розпочати, просто введіть назву ЗМІ або вставте його URL-адресу в рядок пошуку.

Натисніть,
щоб
переглянути



Джерело



03

Перевіряйте інформацію за допомогою декількох авторитетних джерел

Ніколи не покладайтеся на одне джерело — підтвердження з незалежних джерел є надзвичайно важливим:

- 1** **Перевіряйте інформацію з кількох джерел:** завжди шукайте принаймні два або три окремі джерела, які підтверджують ту саму інформацію.
- 2** **Покладайтеся на авторитетні джерела:** такі як авторитетні новинні організації, рецензовані наукові дослідження та офіційні урядові дані.
- 3** **Слідкуйте за маніпуляціями:** кампанії з дезінформації часто «вибирають» факти або змішують правду з неправдою, щоб створити переконливі, але оманливі історії.
- 4** **Шукайте першоджерела:** офіційні набори даних, рецензовані дослідження або прямі інтерв'ю — замість вторинних узагальнень, які можуть спотворити або опустити контекст.

04

Слідкуйте за емоційною маніпуляцією та сенсаційністю

Дезінформація процвітає на сильних емоційних реакціях:

1

Зупиніться і поміркуйте: якщо вміст викликає гнів, страх або моральне обурення, зробіть крок назад, перш ніж ділитися ним. Неправдиві наративи часто спираються на емоції.

2

Оцініть мову: чи використовуються гіперболи або провокаційна риторика? Чи є текст об'єктивним? Чи звинувачується в ньому певна група без доказів?

3

Уникайте клікбейту: сенсаційні заголовки часто жертвують нюансами та точністю заради ефекту шоку. [ЮНЕСКО](#) попереджає, що інфлюенсери часто ставлять популярність вище за точність, що змушує дві третини з них пропускати базову перевірку фактів і поширювати сенсаційні твердження.

4

Віддавайте перевагу репортажам, багатим на

05

Використовуйте засоби масової інформації та інструменти перевірки фактів

Цифрові інструменти можуть допомогти перевірити контент за лічені секунди:

1

Зворотний пошук зображень/відео: такі інструменти, як [Google Reverse Image](#) або [InVid](#), дозволяють відстежити фотографії та відео до їхнього першоджерела — це має вирішальне значення для виявлення повторно використаних або підроблених матеріалів.

2

Інструменти перевірки фактів: такі веб-сайти, як [Snopes](#), [FactCheck.org](#) та [PolitiFact](#), регулярно досліджують та спростовують вірусну дезінформацію.

3

Відстежуйте тенденції дезінформації: [EUvsDisinfo](#) та подібні платформи викривають скоординовані кампанії та наводять приклади сучасних тактик дезінформації.

4

Використовуйте розширення для браузерів: деякі інструменти можуть попереджати вас про ненадійні веб-сайти або надавати контекст у режимі реального часу під час перегляду.

Забезпечення відповідального використання



Напрямок 3

Етичне оповідання історій

Цифрове розповідання історій завжди має бути етичним, щоб забезпечити поширення точних і шанобливих зображень маргіналізованих осіб. Це передбачає отримання інформованої згоди, уникнення сенсаційності та надання пріоритету розповідям, ініційованим спільнотою.

Етичне розповідання історій також має враховувати **інтерсекціональність**. Інтерсекціональність враховує, як різні аспекти ідентичності — такі як раса, гендер, інвалідність та соціально-економічний статус — перетинаються та впливають на досвід людини. Інклюзивне розповідання історій має підкреслювати ці складнощі, а не зводити людей до єдиної ідентичності.

9

принципів

для розповіді
історій

Цифрове сторітелінг має не просто передавати факти — воно повинно дотримуватися етичних стандартів, що захищають гідність та право на самостійні дії маргіналізованих осіб. Це означає забезпечення правдивого та шанобливого зображення; отримання інформованої згоди; уникнення сенсаційності; зосередження уваги на наративах, що створюються самими громадами; а також застосування інтерсекціонального підходу, який враховує всю складність життя людей. У сукупності ці практики перетворюють цифрові наративи на потужні інструменти розширення можливостей, справедливості та інклюзії. На наступних слайдах ми розглянемо **8 принципів сторітелінгу**.





01 Не завдавати шкоди



Етичне розповідання історій починається з простого, але важливого зобов'язання: захищати людей у ваших історіях. Безпека, гідність та емоційне благополуччя учасників завжди мають бути важливішими за будь-які цілі адвокації чи медіа. Це вимагає постійного аналізу — до, під час та після процесу розповідання історій.

Ви повинні оцінити, чи може розповідь про цю історію наразити когось на емоційний стрес, негативну реакцію суспільства, юридичні ризики або подальшу маргіналізацію.

Запитайте себе: *якби це була моя історія, чи почувався б я в безпеці?*

Проводьте перевірки на емпатію протягом усього процесу — особливо перед публікацією. За потреби коригуйте процес, щоб запобігти шкоді.

У разі сумнівів надайте пріоритет людяності учасника над цікавістю аудиторії. Використовуйте розповідь як інструмент турботи, а не лише комунікації.



02 Правда важливіша за заголовки



У світі, керованому алгоритмами та вірусним контентом, існує спокуса подавати історії так, щоб досягти максимального ефекту. Але етичне розповідання історій не допускає сенсаційності. Воно розповідає правду — навіть коли правда є тихою, складною або важкою для пояснення.

Забезпечте точність завдяки ретельній перевірці фактів та контексту. Не маніпулюйте зображеннями чи словами, щоб перебільшити труднощі або викликати жаль. Уникайте клікбейту чи надмірно драматичної мови, яка спотворює реальність життя героїв.

Чесне розповідання історій поважає інтелект вашої аудиторії та гідність вашого героя. Показуйте історії такими, якими вони є, а не такими, якими вони можуть виглядати в інтернеті.



03 Прозорість та підзвітність



Чітко визначте свою ідентичність, мету та процес роботи. Розкажіть аудиторії, хто ви, яке ваше відношення до історії та як вона була створена. Визнайте, що ви знаєте, а чого не знаєте.

Прозорість передбачає пояснення редакційних рішень, розкриття інформації про фінансування або партнерства, а також про те, як відбиралися автори. Коли трапляються помилки (а вони траплятимуться), виправляйте їх відкрито та оперативно.

Відповідальність також означає підтримку своєї роботи. Етичні автори відповідають не лише за те, що вони створюють, а й за те, як це розуміють, поширюють та запам'ятовують.



04 Поважайте гідність



Учасники — це не персонажі, а люди з власною волею, історією та голосом. Етичне розповідання історій ставиться до них як до партнерів, а не як до реквізиту. Це означає запрошувати їх до спільного створення історії, поважати їхні побажання та використовувати мову й образи, що підтверджують їхню повноцінну людськість.

Уникайте розповідей, заснованих на жалі або прагненні врятувати. Натомість зосередьтеся на силі, стійкості та життєвому досвіді. Дозвольте людям говорити своїм голосом, своєю мовою та на своїх умовах.

І, найголовніше, пам'ятайте, що ви — гість у чужій історії. Слухайте з повагою. Показуйте з обережністю.



05 Культурна чутливість



Культура — це не просто фон: вона формує те, як люди бачать себе і як розгортаються їхні історії. Етичне розповідання історій враховує це, враховуючи та поважаючи культурний контекст авторів.

Уникайте стереотипів, культурної апропріації та надмірного узагальнення. Спільноти є різноманітними всередині себе — тому приділіть час, щоб зрозуміти місцеву динаміку, звичаї та історію. Зважайте на моральні норми, стилі спілкування та владні структури.

Перш ніж збирати матеріал, налагодьте стосунки та порадьтеся з місцевими жителями. Поділіться чернетками, щоб отримати відгуки. Культурна чутливість допомагає забезпечити, щоб історії розповідалися з повагою, а не спрощеним чином.



06 Ми всі багатовимірні та перехресні



Жодна окрема ідентичність не визначає людину. Раса, гендер, інвалідність, соціальний клас, вік, релігія та інші фактори перетинаються, формуючи досвід. Етичне розповідання історій відображає цю складність, а не зводить людей до ролей, що стосуються лише однієї проблеми.

Показуйте героїв у повній мірі: їхню роботу, мрії, сім'ї, труднощі та радості. Людина, яка живе в бідності, може бути також вчителем, батьком чи лідером громади. Відображайте багатство реального життя.

Перехресні історії є більш чесними — і більш потужними. Вони кидають виклик стереотипам і допомагають аудиторії побачити спільну людськість попри відмінності.



07 Поінформована згода



Згода — це не просто підписання форми, це спілкування, ясність і контроль. Учасники повинні розуміти, як буде використана їхня історія, де вона з'явиться і хто її побачить.


Дайте людям час на роздуми, задавання питань та встановлення меж. Переконайтеся, що вони знають, що можуть відмовитися або змінити свою думку пізніше. Згода має бути інформованою, добровільною та постійною.

Поважайте право учасників самостійно керувати своїми розповідями. Історія може належати вашому проєкту, але вона завжди починається з людини, яка її пережила.



08 Приватність та конфіденційність



 **Захист особистих даних часто має вирішальне значення — особливо в історіях, пов'язаних із травмами, маргіналізацією або ризиком. Навіть якщо надано згоду, ретельно обміркуйте, якими саме деталями ділитися.**

За необхідності замальовуйте імена, обличчя або місця. Дотримуйтеся законів про конфіденційність, таких як GDPR, та встановлюйте обмеження на термін зберігання або оприлюднення особистих даних.

Зберігайте конфіденційні матеріали в безпечному місці та знищуйте їх, коли вони більше не потрібні. Конфіденційність — це не лише юридичний обов'язок, а й прояв поваги та турботи.



09 Турбота про оповідача

Етичне розповідання історій також означає турботу про людей, які розповідають ці історії. Оповідачі — особливо ті, хто ділиться власним досвідом або працює у чутливих чи поляризованих сферах — можуть стикатися з емоційним навантаженням, мовою ненависті або переслідуванням в Інтернеті. Протягом усього процесу розповідання історій надавайте пріоритет їхньому благополуччю, безпеці та психічному здоров'ю.

Усвідомлюйте емоційне навантаження, яке може спричинити розповідь історій, особливо коли це пов'язано з поверненням до травматичних подій, пошуком ідентичності або відвертою розмовою з владою.

Створіть простір для роздумів, відпочинку та емоційної підтримки. Перед публікацією переконайтеся, що автори усвідомлюють ризики, пов'язані з публічним розповсюдженням історії, особливо в Інтернеті. Підготуйте їх до можливих негативних реакцій та запропонуйте інструменти чи ресурси, які допоможуть їм реагувати на шкідливі коментарі або їх перетравлювати.

І пам'ятайте: цей принцип стосується й вас.

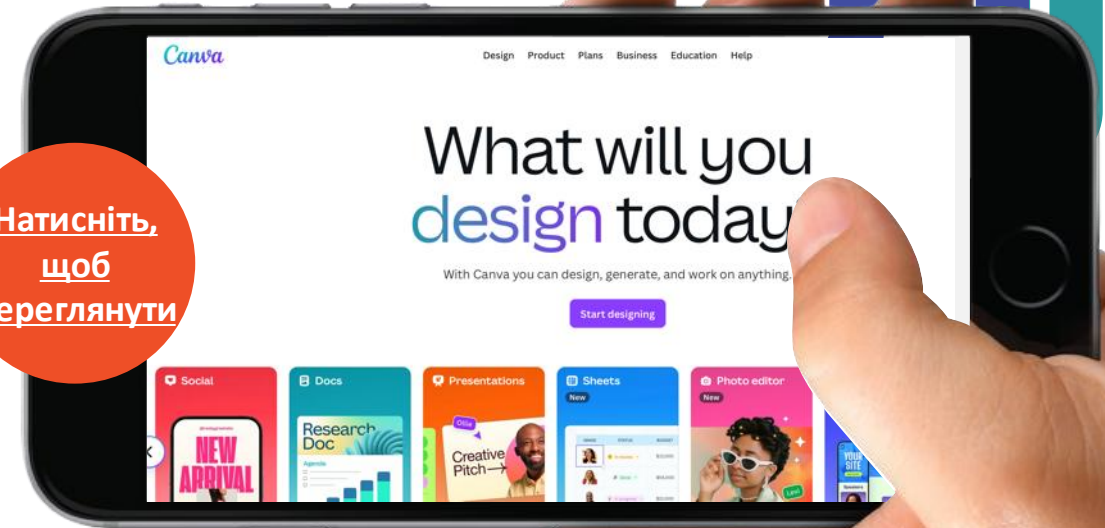
Цифрові інструменти:

Canva

Ви можете використовувати такі інструменти, як Canva, для візуалізації своїх історій. Canva — це проста у використанні платформа для дизайну, яка дозволяє як приватним особам, так і організаціям легко створювати цікавий візуальний контент професійної якості.

Canva ідеально підходить для розповіді історій і пропонує широкий вибір настроюваних шаблонів, графіки та інструментів для створення презентацій, публікацій у соціальних мережах, звітів, відео та іншого — досвід у дизайні не потрібний.

Натисніть,
щоб
переглянути



Джерело

Це цінний ресурс для покращення комунікації, формування ідентичності бренду та посилення впливу за допомогою привабливих візуальних елементів.

Використання медіа для просування рівності, справедливості та системних змін

Розповіді — це важливий інструмент активізму, який дозволяє недопредставленим спільнотам привертати увагу до питань соціальної справедливості та впливати на зміну політики з метою соціальних перетворень. Цифрові медіа дають змогу активістам на місцях досягати глобальної аудиторії.

Напрямок 4

Розповіді як засіб адвокатури

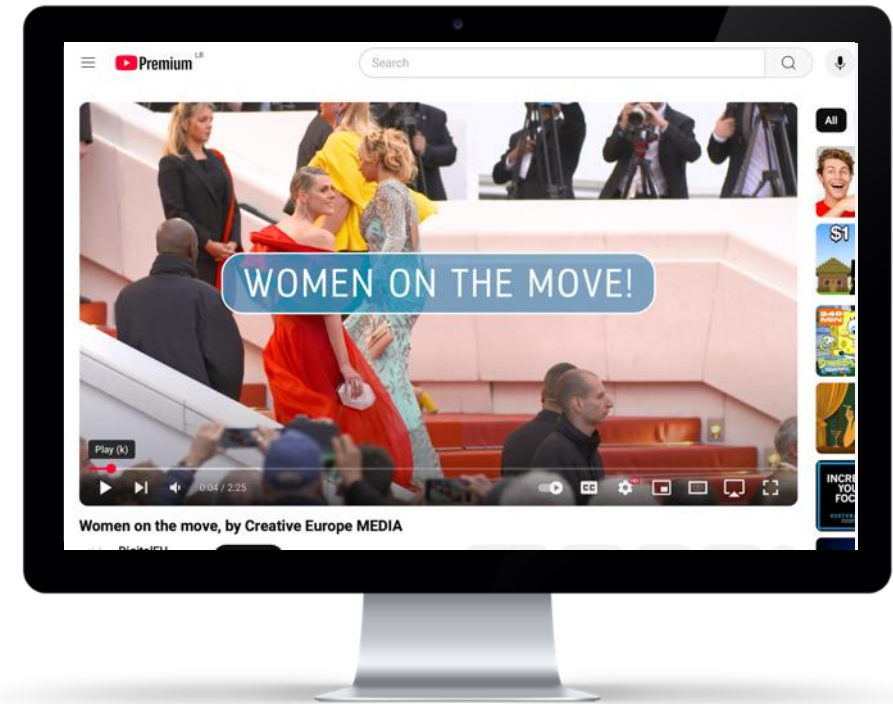


«Розкриття потенціалу інновацій у цифровому медіа-сторітелінгу»



У цьому відео розглядається, як державні та приватні ЗМІ адаптуються до мінливого цифрового середовища. У рамках сесії висвітлюються найкращі практики, виклики та нові можливості в сфері етичного та сталого сторітелінгу.

Обговорення стосується наративних рамок, технологічних інновацій та важливості економічної стійкості у медіаформатах. Воно підкреслює, як цифрове розповідання історій може збалансувати інновації та доброчесність, пропонуючи дорожню карту для медіапрактиків, які прагнуть залучити аудиторію, зберігаючи при цьому довіру громадськості та відповідальність.



[Натисніть, щоб переглянути](#)

Цифровий сторітелінг для активізму та змін



Тепер, коли ми визначили, що цифровий сторітелінг має бути правдивим та етичним, давайте розглянемо його потенціал як потужного інструменту активізму.

Сторітелінг оживляє абстрактні проблеми, перетворюючи дані на переконливі, зрозумілі розповіді, що резонують емоційно та інтелектуально. Цифрові платформи дають змогу голосам низових громадських рухів оминати традиційних «воротарів», досягти глобальної аудиторії та змінити наратив на користь тих, кого часто не чують. Коли особисті свідчення поєднуються з вагомими доказами та стратегічною просвітницькою діяльністю, сторітелінг може змінити ставлення громадськості, вплинути на політику та надати маргіналізованим спільнотам можливість повернути собі право на власний наратив.

Давайте розглянемо кампанії, які демонструють, як етичне цифрове сторітелінг може сприяти соціальній справедливості, формувати політику та сприяти створенню більш інклюзивних суспільств.

Приклад з практики: кампанія Amnesty International «Write for Rights» (2001 – дотепер)



«Write for Rights» — це щорічна глобальна кампанія Amnesty International, яка мобілізує мільйони людей на боротьбу з несправедливістю за допомогою простих, але дієвих дій — написання листів, підписання петицій та поширення історій. Щороку кампанія привертає увагу до людей у всьому світі, чиї права людини були порушені, закликаючи осіб, що приймають рішення, вжити заходів.



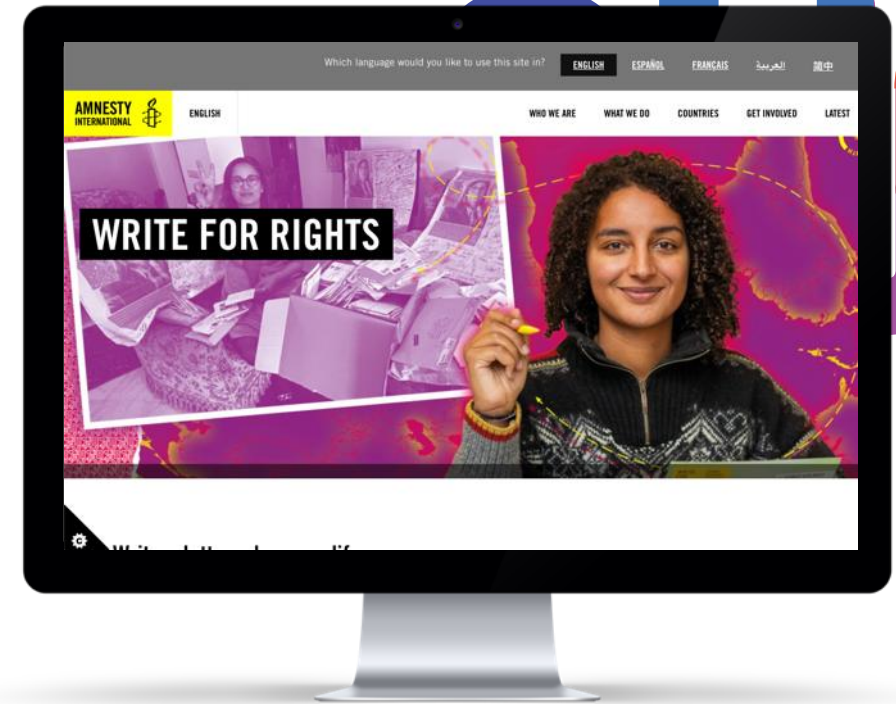
Натисніть, щоб
переглянути

Приклад з практики: кампанія Amnesty International «Write for Rights» (2001 – дотепер)



З моменту запуску кампанія «Write for Rights» допомогла звільнити активістів, оскаржити несправедливі закони та відновити справедливість у таких країнах, як Зімбабве, Гватемала та Киргизстан.

Це потужне нагадування про те, що колективні дії — за допомогою слів — можуть привести до реальних змін.

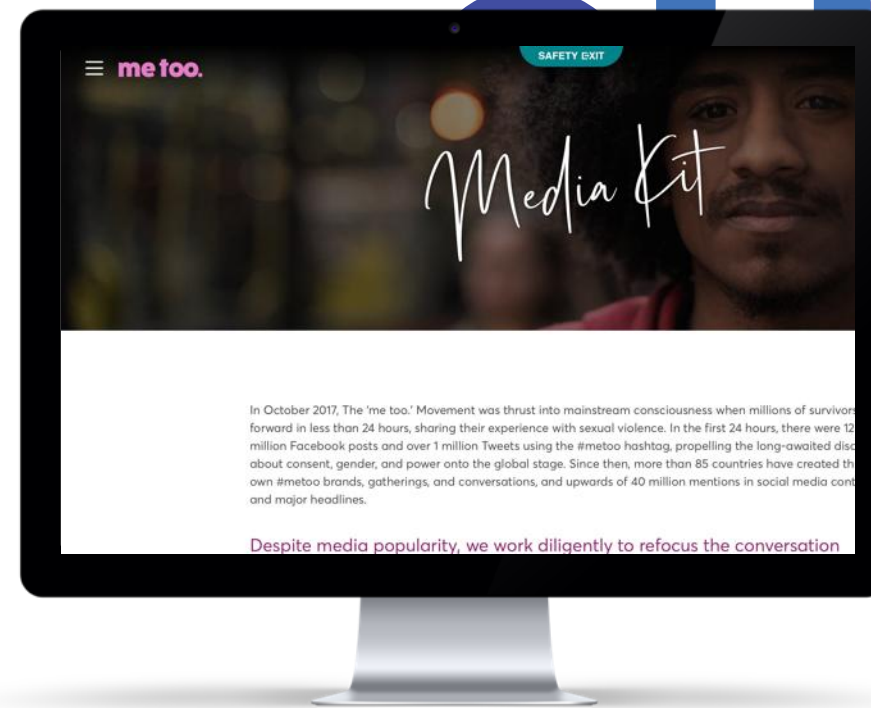


Натисніть, щоб
переглянути

Приклади: #MeToo (2017 — дотепер)

Коли твіт актриси Алісси Мілано спонукав жертв сексуального насильства поділитися своїми історіями, за перші 24 години рух **#MeToo** зібрав 12 мільйонів дописів у Facebook та понад 1 мільйон твітів, що спричинило глобальну дискусію щодо сексуального насильства.

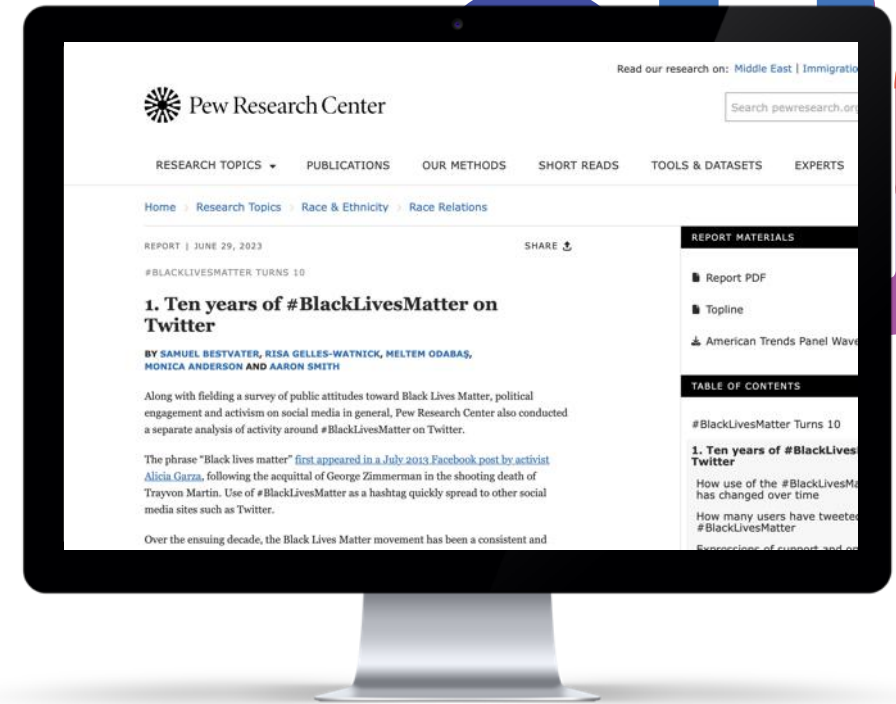
Протягом першого року існування руху хештег **#MeToo** використали понад 19 мільйонів разів — у середньому понад 55 000 твітів на день — що спричинило перегляд політик та гучні заходи щодо притягнення до відповідальності.



Натисніть, щоб
переглянути

Приклади: #BlackLivesMatter (2013 — дотепер)

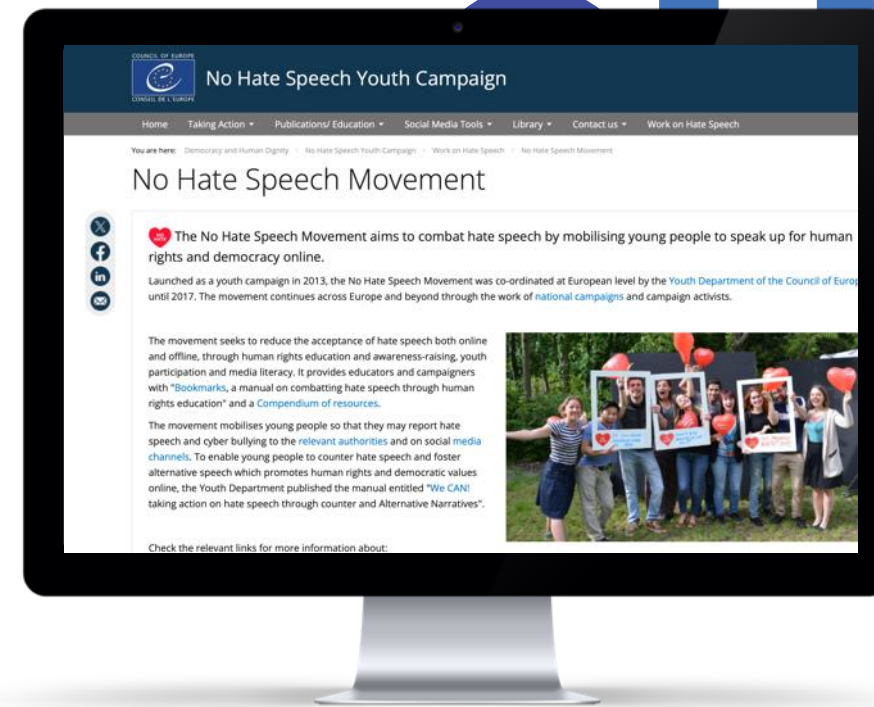
Почавшись після виправдання Джорджа Циммермана, #BlackLivesMatter перетворився на тривалий цифровий рух; Pew Research зібрав понад 44 мільйони твітів із цим хештегом у період з 2013 по 2023 рік. Його присутність в Інтернеті допомогла організувати масові протести, вплинула на політичні дебати щодо діяльності поліції та сприяла зобов'язанням компаній щодо різноманітності, особливо після його відродження у 2020 році.



Натисніть, щоб
переглянути

Приклади: Рух «Ні мові ненависті» (2013 — дотепер)

Рух «Ні мові ненависті» Ради Європи мобілізував молодь у 45 європейських країнах, надавши набори інструментів, семінари та онлайн-платформу для повідомлення про випадки мови ненависті та протидії їм. Академічний аналіз показує, що до 2017 року контрнарративи, створені користувачами, перетворили учасників на «переконувачів», створивши самодостатню мережу адвокації «від рівного до рівного» проти дискримінації в Інтернеті.

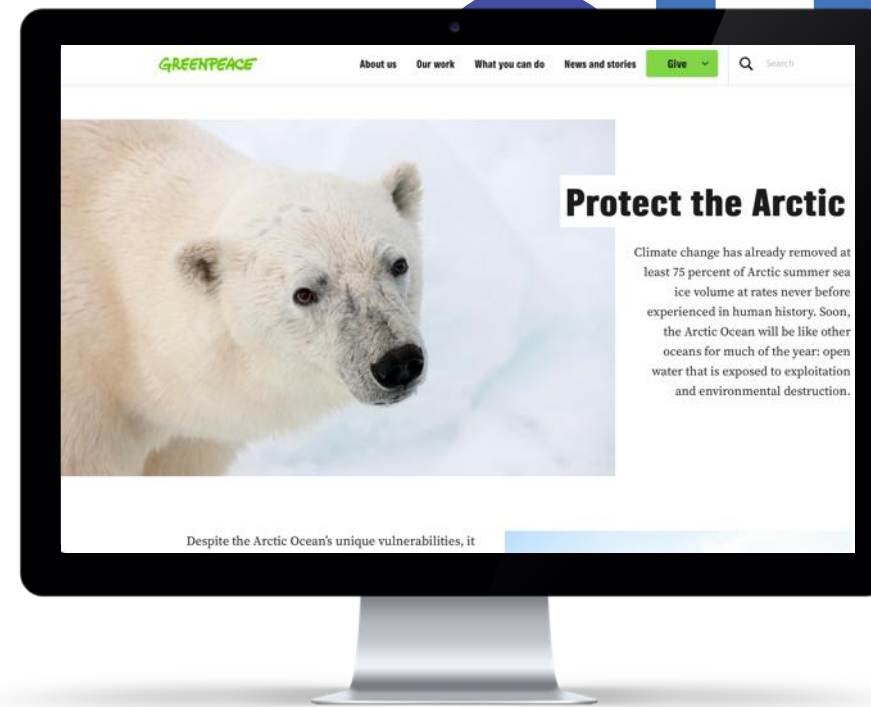


Натисніть, щоб
переглянути

Приклади: кампанія Greenpeace «Врятуйте Арктику» (2013 — дотепер)

Кампанія Greenpeace «Врятуйте Арктику» об'єднала понад 8 мільйонів прихильників по всьому світу, які закликають ООН створити заповідник у відкритих водах Арктики, продемонструвавши, як цифрові петиції та розповіді в соціальних мережах можуть чинити тиск на уряди.

Опитування Greenpeace показало, що 74 % респондентів у 30 країнах підтримують створення заповідника в Арктиці, що підкреслює здатність кампанії перетворити онлайн-взаємодію на широкий суспільний консенсус.



Натисніть, щоб
переглянути

Додаткові ресурси

Стаття



Стереотипи: за межами екрану

Аналіз того, як ЗМІ підсилюють або піддають сумніву стереотипи на різних платформах.

Натисніть,
щоб
переглянути



Джерело

Додаткові ресурси

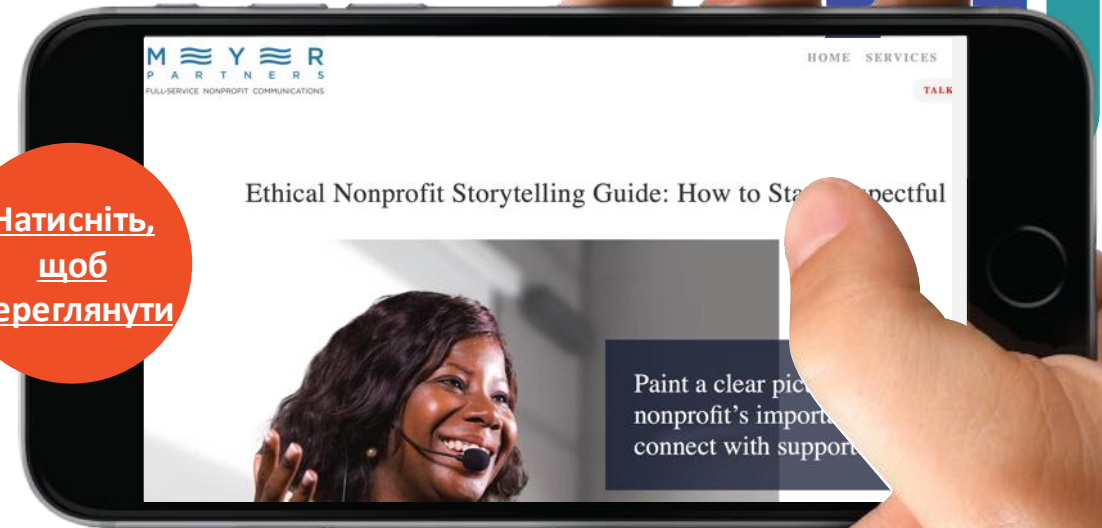
Інтерв'ю



Етичне розповідання історій: посібник для некомерційних організацій

Розглядає етичні наслідки вибору сюжету та їхній соціальний вплив.

Натисніть,
щоб
переглянути



Джерело

Додаткові ресурси

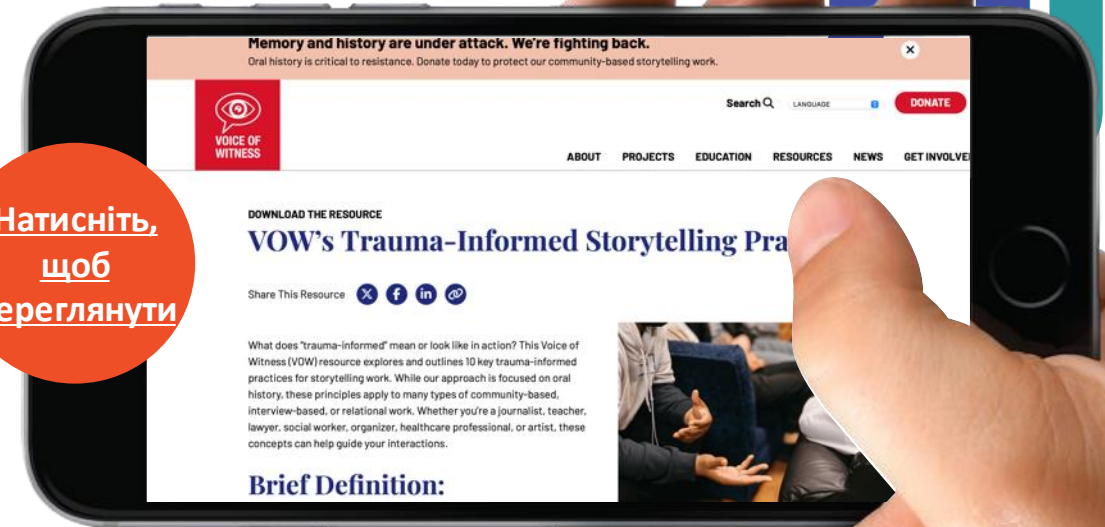
Посібник



Практики розповіді історій з
урахуванням травматичного досвіду

Надає практичні рекомендації щодо
створення етичного та сприятливого
середовища для розповіді історій.

Натисніть,
щоб
переглянути



Джерело

Додаткові ресурси

Набір інструментів



[Набір інструментів для інклюзивного цифрового дизайну](#)

Містить рекомендації щодо мінімізації небажаних наслідків у цифровому дизайні, зосереджуючись на доступності.



[Джерело](#)

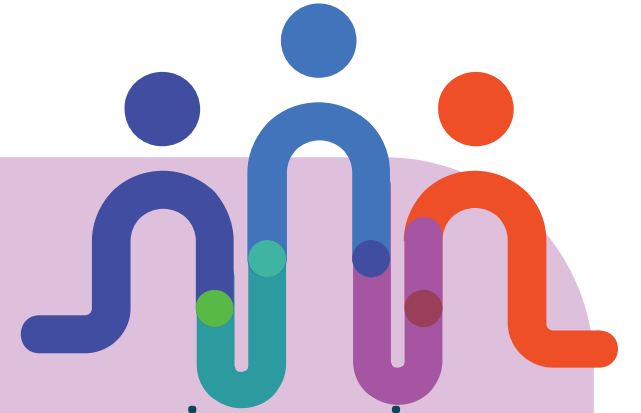
Висновки

Давайте підіб'ємо підсумки!





Висновки



1 Представництво в цифрових ЗМІ

- Європейським цифровим медіа **все ще бракує репрезентативного різноманіття** — жінки, етнічні меншини, люди з інвалідністю, представники ЛГБТК+ та люди похилого віку залишаються недостатньо представленими як на екрані, так і серед керівництва медіа.
- **Стереотипи зберігаються** у форматах новин та розваг, часто зводивши складні ідентичності до спрощених або шкідливих кліше.
- **Алгоритмічні та системні упередження** у наймі на роботу, розповсюдженні контенту та модерації платформ непропорційно ставлять у не вигідне становище маргіналізовані голоси.
- **Представництво формує реальність** — те, як зображуються спільноти, впливає на громадську думку, громадянську участь та пріоритети політики.
- **Інклюзивні ЗМІ вимагають структурних змін** — не лише кращих історій, а й кращих систем.



Висновки



2

Сила цифрового оповідання

- Цифрове розповідання історій має величезну силу, щоб **надати проблемам людського виміру, подолати упередження та сприяти емпатії**, але його слід використовувати відповідально.
- **Дезінформація може поглибити упередження** та розколоти спільноти — особливо коли емоційні розповіді чи зображення використовуються без контексту чи перевірки.
- Етичне розповідання історій означає: дотримання **правди, гідності та прозорості**; забезпечення **інформованої згоди**; уникнення **сенсаційності та експлуатації**; представлення людей як **багатовимірних та інтерсекційних**.
- **Практики перевірки** (наприклад, перевірка надійності джерел, перехресна перевірка фактів, виявлення маніпуляцій) є необхідними для створення відповідального контенту.
- Коли розповідь ґрунтується на етиці, вона стає **інструментом справедливості, інклюзії та солідарності**.

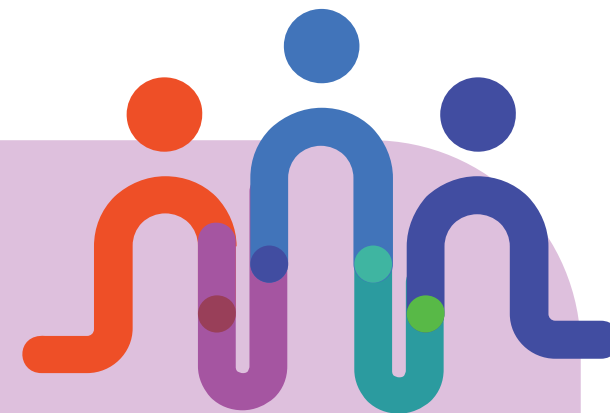
Заключні вправи

Давайте перевіримо ваші знання!





Вправа 1



На прикладі проекту BBC «50:50 Equality» знайдіть приклад передової практики або ініціативи, яку реалізує медіаорганізація, платформа чи проект з метою покращення та забезпечення різноманітності, рівності або представництва у своїй внутрішній організації або в цифрових медіа.

Інструкції:

1

Виберіть ініціативу або стратегію, реалізовану ЗМІ, продюсерською компанією, громадським мовником, цифровою платформою або НУО.

2

Дослідіть та проаналізуйте ініціативу, використовуючи категорії, представлені на наступному слайді.

3

Підготуйте невелику презентацію, плакат або інфографіку, що підсумовує ініціативу.



Вправа 1



Інформація про організацію: Коротко опишіть організацію або платформу, яка започаткувала цю ініціативу.

Де вона розташована? Який медіаконтент вона створює або на який впливає?

Цілі та цільові сфери: Поясніть головну мету ініціативи.

Чи спрямована вона на збільшення представництва на екрані, за лаштунками, у керівництві чи в алгоритмах? На яких ідентичних групах або питаннях вона зосереджується (наприклад, гендер, раса, інвалідність, ЛГБТК+ тощо)?

Дії та стратегії: Опишіть, які конкретні дії здійснює ініціатива.

Інклюзивний підбір персоналу? Тренінги щодо несвідомих упереджень? Різноманітне пошукове забезпечення? Керівні принципи щодо контенту? Чи підкріплена вона даними або вимірюваними цілями?



Вправа 1



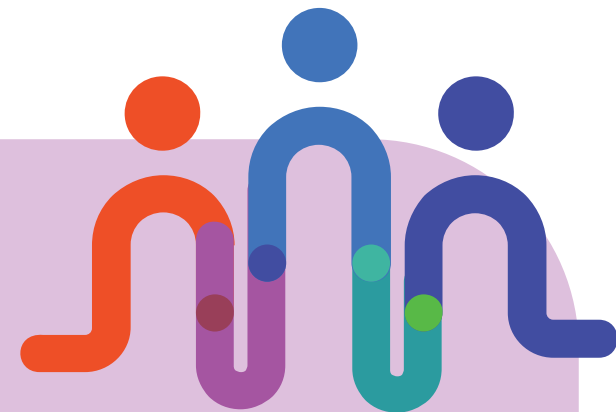
Вплив та оцінка: Підсумуйте, який вплив мала на сьогоднішній день (якщо є).

Чи є вимірювані результати або публічні звіти? Що покращилося? Які виклики залишаються?

Чому це є передовою практикою: Поміркуйте, чому ця ініціатива є хорошим прикладом.

Як вона вирішує проблеми з представництвом, обговорені в розділі 5? Що робить її зразком для наслідування?

Вправа 2



Оберіть **одну новину або соціальну проблему**, що стосується вразливої або маргіналізованої групи (наприклад, молодь ромів, прибуття біженців, права ЛГБТК+, активісти з інвалідністю). Порівняйте, як **дві різні європейські ЗМІ** висвітлюють цю історію. Складіть порівняльний звіт обсягом 1–2 сторінки або коротку презентацію (наприклад, набір слайдів або інфографіку).

Інструкції:

1

Виберіть актуальну новину або соціальну проблему та **дві медіаплатформи або ЗМІ, які висвітлюють її**. Це можуть бути *європейські/міжнародні* (наприклад, Euronews, Politico Europe, Reuters EU) або *національні/місцеві* (наприклад, Le Monde, El País, Deutsche Welle, Novinky.cz тощо) **ЗМІ**.

Вправа 2

2

Проаналізуйте обидві версії, використовуючи категорії з наступного слайду.

3

Напишіть короткий коментар, у якому підсумуйте основні схожість та відмінності між цими двома ЗМІ.

4

Запропонуйте 2–3 практичні рекомендації щодо того, як кожне ЗМІ могло б покращити висвітлення маргіналізованих груп.





Вправа 2



Видимість та охоплення: Оцініть, чи всі відповідні групи, залучені до історії, включені у висвітлення.

Чи деякі спільноти представлені повною мірою, тоді як інші проігноровані або зведені до мінімуму? Чи кожне ЗМІ враховує ідентичність групи (наприклад, етнічну приналежність, гендер, інвалідність)?

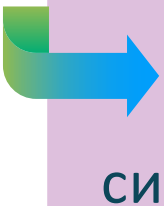
Наративна рамка: Проаналізуйте, як представляють та описують окремих осіб або спільноти.

Чи подаються вони як жертви, загрози, активісти, учасники тощо? Чи зведені вони до стереотипів, чи зображуються з урахуванням їхньої багатогранності та суб'єктності? Чи є ці матеріали реактивними (наприклад, висвітлюються лише під час криз), чи є частиною ширшого, регулярного висвітлення?




 **Тон і мова:** Оцініть вибір слів та емоційний тон статті.

Чи є мова нейтральною, сенсаційною, панічною, співчутливою чи дегуманізуючою? Чи використовуються прикметники, метафори чи ярлики, що несуть у собі упередження (наприклад, «хвиля мігрантів», «нелегальні»)?


 **Контекст:** Визначте, чи містить стаття відповідну довідкову інформацію або системний аналіз.

Чи пояснює він історичні, соціальні або політичні чинники, що лежать в основі проблеми? Чи зосереджується він лише на конкретному інциденті без глибшого аналізу?

Вправа 2

 **Перевірка фактів:** Перевірте, чи є інформація достовірною.

Використовуйте деякі з представлених інструментів, щоб перевірити, чи є інформація надійною.

 **Візуальні матеріали (якщо є):**
Проаналізуйте використання зображень або відео, що супроводжують матеріал.

Чи є візуальні матеріали автентичними чи це загальні/стокові зображення? Чи показують вони людей з гідністю, чи підкреслюють страждання або стереотипи? Як візуальні матеріали формують емоційне сприйняття статті?



Модуль 6: Інклюзивне оповідання історій: поширення різноманітних голосів у цифровому просторі

Ви завершили **Частина 1**
Представлення в цифрових медіа: сила цифрового наративу

Далі йде **Частина 2**
Цифровий сторітелінг для соціальних змін: медіа та культурна спадщина

www.includememedia.eu

This resource is licensed under CC BY 4.0



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the Finnish National Agency for Education. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them

* З метою економії паперу, будь ласка, друкуйте цей документ у відтінках сірого або чорно-білому режимі, а не у кольорі. Будь ласка, друкуйте на обох сторонах аркуша (двосторонній друк) та, якщо можливо, друкуйте кілька слайдів або сторінок на одному аркуші.

