

УДК 001:007:070

DOI [https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2021.1\(45\).6](https://doi.org/10.32840/cpu2219-8741/2021.1(45).6)

**О. В. Гресько**

кандидат філологічних наук  
доцент кафедри телебачення і радіомовлення  
e-mail: greskovolga@gmail.com, ORCID: 0000-0001-5630-1484  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
вул. Ю. Ілленка, 36/1, м. Київ, 04119, Україна

**Т. Г. Грабажей**

асистент кафедри германської філології та перекладу  
e-mail: gr.tetiana@gmail.com  
Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
бульвар Т. Шевченка, 14, м. Київ, 01601, Україна

## СУСПІЛЬНО-ПОЛІТИЧНЕ МОВЛЕННЯ НА ТЕЛЕКАНАЛІ UA: ПЕРШИЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДІЄВОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ

**Мета дослідження** – проаналізувати особливості формування суспільно-політичного контенту на телеканалі UA: Перший.

**Методологія дослідження.** У процесі дослідження застосовано загальнонаукові методи аналізу, синтезу, порівняння, узагальнення, а також моніторингу контенту Суспільної студії, випусків новин, токшоу «Зворотний відлік» на телеканалі UA: Перший.

**Результати.** Аналіз суспільно-політичного контенту на телеканалі UA: Перший свідчить про те, що Суспільне мовлення України (СМ) поступово наближається до теоретико-практичної моделі дієвої журналістики на національному й регіональному рівнях. Це означає результативність висвітлення та обговорення актуальних питань суспільства, а також вплив на уповноважених і відповідальних осіб приймати певні рішення та вирішувати проблеми. На шляху демократичного розвитку українське суспільство потребує такого механізму прозорості та підзвітності влади. СМ дотримується професійних стандартів, застосовує новаторство в медіавиробництві.

**Новизна.** На прикладі новаторських прийомів подачі суспільно-політичного контенту на суспільному телеканалі UA: Перший запропоновано теоретико-практичну модель дієвої журналістики в умовах медіаконвергентності.

**Практичне значення.** Результати дослідження можуть бути застосовані на регіональних філіях СМ, а також деяких комерційних телерадіокомпаніях, що прагнуть новаторських підходів до формування суспільно-політичного контенту й застосування інструменту дієвої журналістики. Висновки можуть бути використані для підготовки навчальних курсів різних спеціальностей, зокрем, «Журналістика» тощо.

**Ключові слова:** Суспільне мовлення України, суспільно-політична лексика і контент, теоретико-практична модель дієвої журналістики.

### I. Вступ

Актуальність дослідження суспільно-політичного контенту на телеканалі UA: Перший, що входить до системи Суспільного мовлення України (Public Broadcasting of Ukraine), зумовлена розвитком демократії, громадянського суспільства, упровадженням реформ в Україні. Інтерес аудиторії до професійного висвітлення суспільно-політичних процесів в Україні та світі зростає. Особливого значення на тлі глобального явища «фейкових новин» набуває авторитетність джерела інформації, своєчасна перевірка фактів і коментарів на правдивість та достовірність, а також репутація й довіра до медіа.

На 30 році незалежної України Суспільне мовлення має шанс стати лідером національного інформаційного простору, що характеризує більшість медіаринків ЄС. Українська система ЗМК розвивається як невід'ємний складник європейського медіаландшафту внаслідок внутрішніх і глобальних суспільних трансформацій. Як член Ради Європи з 9 листопада 1995 р. Україна намагається не лише виконувати свої зобов'язання, а й приєднується до тих договорів, що регулюють інформаційні відносини в Європі. Зокрема, Європейська культурна Конвенція 1954 р. спрямована на поширення загальноєвропейської культури серед країн шляхом сприяння вивченню громадянами країн-учасниць мов, історії та культури, проведення спільних культурних

заходів, що становлять інтерес для Європи, допомогу пересуванню й обміну особами, а також предметами, що мають культурну цінність [1].

## II. Постановка завдання та методи дослідження

Для аналізу особливостей формування суспільно-політичного контенту на телеканалі UA: Перший було застосовано загальнонаукові методи аналізу, синтезу, порівняння, узагальнення, опитування. Поставлено такі завдання:

- провести моніторинг прямиоефірного мовлення Суспільної студії, випусків новин Суспільне Новини, токшоу «Зворотний відлік» на телеканалі UA: Перший у період із вересня 2020 р. до лютого 2021 р.;
- провести опитування у фокус-групах щодо якості використання суспільно-політичної лексики на СМ;
- проаналізувати офіційний сайт телеканалу UA: Перший і виявити додаткові медіапродукти (послуги) суспільно-політичного спрямування.

## III. Результати

Найбільша перевага Суспільного мовлення України – це політична й фінансова незалежність, оскільки СМ належить і підзвітний лише українському суспільству. Одним із механізмів забезпечення незалежності СМ є прозоре й відкрите обрання та діяльність Наглядової ради, склад якої було оновлено 12 лютого 2021 р.: 8 членів – від громадських асоціацій і об'єднань, 7 – від депутатських фракцій і груп, 1 – від сфери спорту (заплановано затвердження у квітні). На відміну від комерційних каналів, Суспільний мовник має стабільне й передбачуване фінансування, що закріплено законодавчо. Довіра аудиторії – цінність, що переважає над стратегією гонитви за тимчасовими рейтингами, і створює умови для виробництва якісного інтелектуального контенту. СМ виступає новатором у медіавиробництві:

- створено конвергентну редакцію новин;
- ініційовано прямиоефірне мовлення із залученням аудиторії напередодні президентських, парламентських, місцевих виборів за участю кандидатів і кандидаток (Національні телевізійні дебати, токшоу «Зворотний відлік» тощо);
- запроваджено Суспільну студію для обговорення й можливого розв'язання актуальних питань;
- організовано двосторонні інформаційно-комунікаційні потоки з аудиторією онлайн тощо.

Українське суспільство на шляху демократичного розвитку потребує ефективних і відкритих механізмів прозорості, підзвітності влади, захисту прав і свобод громадян тощо. Суспільне мовлення України, що поступово стає інструментом дієвої журналістики на національному й регіональному рівнях, має бути одним із таких механізмів. Френсіс Фукуяма переконаний, «що політична система, яка підтримує баланс між державою, правом і підзвітністю, практично й морально обов'язкова для будь-якого суспільства. Усім суспільствам потрібна держава, здатна сконцентрувати достатньо сили, щоб захистити себе від зовнішніх та внутрішніх загроз і забезпечувати виконання загальноновизнаних законів. Усі суспільства повинні за допомогою законів встановити порядок використання влади та забезпечити їх безособове застосування щодо всіх громадян, не допускаючи жодних винятків для вузьких привілейованих кіл. При цьому державна влада повинна не лише реагувати на запити еліт та груп, представлених в урядових структурах, а й служити інтересам суспільства загалом. Потрібні також мирні механізми розв'язання конфліктів, які неминуче виникають у плюралістичних суспільствах [2, с. 45].

Суспільно-політичне мовлення – це аналітичні програми; передвиборчі дебати національного й регіонального рівнів на радіо, телебаченні та онлайн; соціальні та політичні токшоу; підсумкові тижневі програми тощо. Найбільшу частку суспільно-політичного контенту мають випуски новин з огляду на своє головне завдання – висвітлювати актуальні події, процеси, явища в Україні та світі.

Новаторство медіавиробництва Суспільного полягає в застосуванні сучасних конвергентних можливостей на практиці. Уперше Суспільна телерадіокомпанія України трансформувала інформаційні служби новин телебачення і радіомовлення в єдину конвергентну редакцію. «В умовах високої конкурентоспроможності в інформаційній галузі структура типового медіахолдингу передбачає економний стиль організації виробництва медійного контенту. Відтак відбувається не лише перерозподіл завдань інформаційно-аналітичних служб мовлення і відділів новин, а також функціональних обов'язків працівників, які тепер мають володіти практичними навичками універсальних журналістів» [3, с. 9]. Отже, команда конвергентної редакції новин Суспільного поширює контент за допомогою різних технік подачі матеріалу на різноманітних медіаплатформах.

«Незважаючи на новаторські підходи й суттєвий вплив новітніх медіа на оформлення і структуру новин, інформаційно-аналітичні програми традиційних аудіовізуальних ЗМІ мають загальні стандарти новинної журналістики, що відображені у Кодексі професійної етики українського журналіста, Етичному кодексі українського журналіста, Декларації принципів поведінки журналістів (Міжнародної федерації журналістів) та міжнародних стандартах і принципах журналіст-

ської етики, а саме: баланс думок, безсторонність і неупередженість; відокремлення фактів від коментарів; достовірність; оперативність; повного подання інформації та представлення фактів; точність» [3, с. 18].

Суспільне Новини – лідер із дотримання журналістських стандартів. Дані моніторингу 19 національних онлайн-медіа, проведеного ГО «Інститут масової інформації» за підтримки «Інтерньюз-Нетворк» за вересень 2020 р., свідчать, що найвищий показник у понад 96% матеріалів, написаних без порушень професійних стандартів, був у таких медіа: Суспільне Новини, «Дзеркало тижня», «Українська правда», «Український тиждень», «Ліга», «Букви» та Українформ [4]. За результатами моніторингу ГО «Детектор медіа» (проаналізовано 8 найрейтинговіших телеканалів), на Суспільному немає матеріалів з ознаками політичного піару [5].

На офіційному сайті новин Суспільного є рубрика «Новини – Пояснюємо», що містить в основному суспільно важливу інформацію й стосується життєдіяльності індивідуально кожного або суспільства загалом. Фаховий коментар зрозумілою мовою має на меті збільшити чисельність аудиторії, покращити рівень розуміння соціальних процесів і явищ в Україні.

Інформацію суспільно-політичного характеру містить також рубрика «Новини регіону», оскільки система Суспільного мовлення має потужну регіональну мережу й свої філії в кожному обласному центрі.

Онлайн-рубрика «Новини – Антистрес» пропонує аудиторії інтелектуальну розвагу й емоційне розвантаження водночас – розгадування кросвордів тощо. Професійні кросвордисти стверджують, що такий вид діяльності збагачує словниковий запас, надає нові знання, покращує настрій, пам'ять і ментальне здоров'я. Завдання, що вирізняються тематичним розмаїттям, мають також просвітницьку функцію різних галузей. Наприклад, кросворд на знання політичної термінології «Чи легко тобою маніпулювати?» допомагає краще ознайомитися з ключовими поняттями української політики, підвищує медіаграмотність. Кросворд «Місцеві вибори» в ігровому форматі пропонує перевірити свої знання про місцеві вибори, новий Виборчий кодекс, права і правила голосування виборців тощо.

Влучні заголовки привертають увагу, а такий новаторський різновид передачі інформації в онлайн-форматі «інфотеїмент» зацікавлює. Науковець І. Лубкович зазначає: «Вплив на аудиторію складається із трьох етапів: вивчення інформаційної ситуації, визначення цілей та вибору засобів впливу і власне впливу – формування громадської думки. А сам вплив починається із формування уваги та зацікавлення, – адекватне розуміння тексту, формування читацького інтересу, кінцеве формування громадської думки – це все етапи наступні» [6, с. 201].

Мультимедійний прийом розважального формату рандомайзер – генератор випадкових чисел або символів – спонукає до пошуку нової інформації: про відомих особистостей, політичних лідерів, історичні події, а також усвідомлення своєї потенційної ролі або місії у суспільно-політичному житті країни або навіть і світу. Такий, на перший погляд, жартівливий прийом «Дізнайтесь, хто ви з найпопулярніших президентів США. Рандомайзер» має також психологічний ефект сприйняття візуальної інформації і впливає на свідомість людини, яка раптом у своїй уяві може почати малювати свій політичний автопортрет.

Суспільне Новини тримає лідерство серед інших медіа щодо дотримання гендерного балансу, за результатами моніторингу контенту ГО «Інститут масової інформації» та «Детектор медіа». «Суспільне – лідер серед редакцій онлайн-видань, які залучають експертів для коментарів у матеріалах – 48%. Водночас Суспільне посіло друге місце за найвищим індексом фемінітивів у медіа – 78%» [7].

Теоретико-практична модель дієвої журналістики означає результативність висвітлення й обговорення актуальних питань суспільства, тобто ефективний вплив на уповноважених і відповідальних осіб приймати певні рішення. З наукового погляду, виміряти ефективність вищезазначеної моделі за короткий період часу складніше, оскільки інформаційний тиск громадськості через медіа не одразу стає помітним поштовхом до дії. Контент Суспільної студії, що працює з 8 вересня 2020 р., наближений до моделі дієвої журналістики прямоефірного мовлення. Виконавча продюсерка телеканалу UA: Перший І. Бубнова стверджує: «Команда Суспільної студії планує широко застосовувати сучасний напрям взаємодії з глядачем, в якому журналісти не лише висвітлюють певну проблему, але і шукають варіанти її розв'язання, допомагають сформулювати свій погляд та громадянську позицію, знаходять жадані й важливі відповіді» [8].

Суспільна студія на телеканалі UA: Перший – це інформаційно-аналітична та публіцистична телепрограма водночас, що оперативно розповідає про найголовніші події в країні та світі. З понеділка по п'ятницю студія продукує майже чотири години ефіру – з 12:00 до 15:00 та з 18:20 до 19:00. За даними загального моніторингу контенту прямого телефіру Суспільної студії, можна зробити висновок, що найбільша частка контенту має суспільно-політичне спрямування. Команда подає різні погляди й висвітлює також духовну, економічну, культурну теми.

Унікальною на СМ є вже традиційна практика перевірки даних під час прямого ефіру токшоу «Зворотний відлік» за допомогою VoxCheck. Це – незалежний фактчек-проект неприбуткової організації VoxUkraine, який перевіряє висловлювання політиків. Цей прийом є надзвичайно

ефективним інструментом журналістики, оскільки сприяє прозорості та підзвітності влади, покращує якість суспільно-політичних обговорень, підвищує рівень політичної культури й обізнаності, спонукає всіх учасників і учасниць оперувати правильними та точними даними, уникати маніпуляцій і бути чесними перед людьми (<https://voxukraine.org>).

Попри ретельну перевірку даних із різних джерел редакції все одно можуть залишатися в зоні ризику отримання й поширення хибної інформації. Феномен «фейкових» новин як глобальне явище у світовому інтернет-просторі об'єднує зусилля та ресурси різних країн і медійну інфраструктуру в спільній боротьбі з неправдивою інформацією.

Перспективним механізмом для отримання та оперативної перевірки офіційної статистичної інформації є *мобільний застосунок «Статистика в смартфоні», який створила Державна служба статистики України*. Застосунок двома мовами (українською та англійською) містить статистичну інформацію з наборів даних Держстату, розміщених на Єдиному державному веб-порталі відкритих даних <https://data.gov.ua> (наразі доступна інформація з 2015 р.). Користувачі за допомогою застосунку можуть:

- групувати набори даних за темами (галуззями статистики);
- візуалізувати обрану інформацію у вигляді графіків і гістограм за обраними параметрами (показники, класифікації, територія та період);
- зберігати обрану статистичну інформацію до розділу «Мої набори» для швидкого доступу в майбутньому;
- поширювати скріншоти з візуалізованою офіційною державною статистичною інформацією через месенджери та соціальні мережі [9].

Особливістю суспільно-політичного токшоу «Зворотний відлік» у контексті ефективного інструменту журналістики є можливість команди разом із громадськістю, експертами формувати порядок денний в українській політиці на наступний тиждень, упливати на прийняття важливих для суспільства рішень і контролювати їх виконання за допомогою відкритих дискусій з одночасною трансляцією на телеканалі UA: Перший, Українському радіо, YouTube каналі.

Велике значення до початку створення медіапродукту й після виходу в ефір мають маркетингові дослідження цільової аудиторії, оскільки на основі цих даних формуються попит і пропозиція на певний вид медіапродукції, медіавиробник визначає жанр, змістове наповнення, формат проєкту тощо. Усі методи вивчення цільової аудиторії мають бути системними.

Аналіз суспільно-політичної лексики інформаційної служби Суспільного й результати опитування фокус-груп свідчать про таке:

- повагу до авдиторії, яку намагаються не обтяжувати складними формулюваннями, визначеннями, термінологією;
- усвідомлення значення української мови в прямому ефірі для успішного розвитку суспільства;
- прагнення високого рівня культури спілкування й мовлення;
- наближеність авдиторії завдяки розмовному стилю ведучих і невимушеній манері подачі складних тем;
- зарозумілість і незрозумілість широкому загалу лексики експертів та експерток;
- висловлювання політиків у студії часом надто емоційні;
- перевага амбіцій і бажання бути першими і помітними деяких спікерів і спікерок над умінням чітко формулювати і висловлювати свою думку тощо.

Розробка та проведення соціальних опитувань, анкетування, робота з фокус-групами після перегляду українського медіапродукту мають бути частиною технологічного процесу планування й виробництва, адже результати вивчення цільової аудиторії в певних регіонах можуть упливати на порядок денний програмного виробництва в майбутньому. Спочатку можна запровадити типовий алгоритм комунікації з аудиторією у вигляді електронного анкетування, згодом удосконалити й розширити методи вивчення аудиторії з урахуванням індивідуальних потреб і пропозицій споживача. При можливості скористатися послугами компаній, які проводять дослідження цільової аудиторії.

#### **IV. Висновки**

Аналіз суспільно-політичного контенту на телеканалі UA: Перший свідчить про те, що Суспільне мовлення України є механізмом прозорості та підзвітності влади, поступово наближається до теоретико-практичної моделі дієвої журналістики на національному й регіональному рівнях. Це означає результативність висвітлення та обговорення актуальних питань суспільства, а також уплив на уповноважених і відповідальних осіб приймати певні рішення й вирішувати проблеми.

СМ дотримується професійних стандартів, урізноманітнює подачу суспільно-політичного контенту, застосовує новаторство в медіавиробництві. Створення нових медіапроектів потребує капіталовкладень, тому одним із підходів з огляду на економний стиль виробництва й поширення медіаконтенту є використання вже наявних ресурсів і напрацювань. Практика перевірки да-

них і висловлювань у прямому ефірі з різних джерел підвищує рівень обізнаності суспільства, медіаграмотності, сприяє покращенню політичної культури.

Як ефективний інструмент журналістики СМ може формувати порядок денний в українській політиці, упливати на прийняття важливих для суспільства рішень і контролювати їх виконання за допомогою відкритих дискусій за участю громадськості. Цифрова епоха змінює підхід у визначенні потенційної аудиторії, адже вікові, гендерні, мовні, національні та інші критерії є вторинними порівняно з тематичною зацікавленістю змістовим наповненням.

#### Список використаної літератури

1. Європейська культурна конвенція, Париж, 1954 р. *Зібрання чинних міжнародних договорів України*. 2004. № 4. Кн. 1. С. 857. Ст. 934. *European Cultural Convention*. CETS № 018.
2. Фукуяма Ф. Політичний порядок і політичний занепад. Від промислової революції до глобалізації демократії / пер. з англ. Т. Цимбал, Р. Корнута. Київ : Наш формат, 2019. 608 с.
3. Гресько О. В. Телерадіомовлення України в міжнародній комунікації : монографія. Київ : Київський університет, 2016. 304 с.
4. Звіт з моніторингу дотримання профстандартів в онлайн-медіа. Третя хвиля моніторингу у 2020 році. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/zvit-z-monitoryngu-dotrymannya-profstandartiv-v-onlajn-media-tretya-hvylya-monitoryngu-u-2020-rotsi-i35331> (дата звернення: 15.11.2020).
5. У новинах Суспільного не виявили брехні й піару політиків. URL: <https://corp.suspilne.media/newsdetails/2897> (дата звернення: 09.11.2020).
6. Лубкович І. Соціальна психологія масової комунікації : підручник. Львів : ПАІС, 2013. 252 с.
7. Суспільне – серед лідерів із дотримання гендерного балансу. URL: <https://corp.suspilne.media/newsdetails/3494> (дата звернення: 09.11.2020).
8. Суспільна студія. URL: [https://tv.suspilne.media/programs/suspilna\\_studia](https://tv.suspilne.media/programs/suspilna_studia) (дата звернення: 09.11.2020).
9. «Статистика в смартфоні» – новий сервіс від Держстату. URL: <https://knu.ua/news/11467?fbclid=IwAR12RDU2I3i6evV753JDdhWQv9Szv0RgVNulEFrKfZ9z9Gp8uNP7NIF-HH0> (дата звернення: 27.11.2020).

#### References

1. Yevropeyska kulturna konvenciya, Paryzh, 1954 r. [European Cultural Convention, Paris, 1954]. (2004). *Zibrannya chynnyh mizhnarodnyh dohovoriv Ukrayiny*, 4, 1, 857, 934. *European Cultural Convention*. CETS № 018 [in Ukrainian].
2. Fukuyama, F. (2019). Politychnyy porjadok i politychnyy zanepad. Vid promyslovoyi revilyutsiyi do globalisatsiyi demokratiyi [Political order and political decline. From the industrial revolution to the globalization of democracy]. (T. Tstmbal, & R. Kornuta, trans.). Kyiv: Nash format [in Ukrainian].
3. Gresko, O. V. (2016). Teleradiomovlennya Ukrayiny v mizhnarodniy komunikatsiyi [Television and radio broadcasting of Ukraine in international communication]. Kyiv: Vydavnycho-poligraphichnyy tsentr «Kyivskyy universytet» [in Ukrainian].
4. Zvit z monitorynhy dotrymannya profstandartiv v onlayn-media. Tretya hvylya monitorynhy v 2020 rotsi [Report on monitoring compliance with professional standards in online media. The third wave of monitoring in 2020]. Retrieved from <https://imi.org.ua/monitorings/zvit-z-monitoryngu-dotrymannya-profstandartiv-v-onlajn-media-tretya-hvylya-monitoryngu-u-2020-rotsi-i35331> [in Ukrainian].
5. U novynah Suspilnoho ne vyyavyly brehni y piaru politykiv [In the news of the Public did not reveal lies and PR of politicians]. Retrieved from <https://corp.suspilne.media/newsdetails/2897> [in Ukrainian].
6. Lubkovych, I. (2013). Sotsialna psykholohiya masovoyi komunikatsiyi [Social psychology of mass communication]. Lviv: PAIS [in Ukrainian].
7. Suspilne – sered lideriv iz dotrymannya hendernoho balansu [Public – among the leaders in maintaining gender balance]. Retrieved from <https://corp.suspilne.media/newsdetails/3494> [in Ukrainian].
8. Suspilna stodiya [Public studio]. Retrieved from [https://tv.suspilne.media/programs/suspilna\\_studia](https://tv.suspilne.media/programs/suspilna_studia) [in Ukrainian].
9. «Statystyka v smartphoni» – novyy servis vid Derzhstatu [«Statistics in a smartphone» – a new service from the State Statistics Service]. Retrieved from <https://knu.ua/news/11467?fbclid=IwAR12RDU2I3i6evV753JDdhWQv9Szv0RgVNulEFrKfZ9z9Gp8uNP7NIF-HH0> [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 15.02.2021.

Received 15.02.2021.

**Gresko O., Grabazhei T. Socio-Political Broadcasting at UA: Pershyj TV Channel («UA: Перший») as a Tool of Efficient Journalism**

*Purpose of study is to analyze peculiarities of formation of socio-political content at UA: Pershyj TV channel.*

*Research methodology.* In the course of the research general scientific methods of analysis, synthesis, comparison, generalization, as well as monitoring of the content of such UA: Pershyj TV channel productions as Public Studio, TV news and «Reverse Countdown» talk show were used.

*Results.* Analysis of socio-political content at UA: Pershyj TV channel proves that the Public Broadcasting of Ukraine (PM) is gradually approaching theoretical and practical models of effective journalism at both national and regional levels. This means the effectiveness of coverage and discussion of topical issues of society, as well as the impact on those authorized and responsible to make certain decisions and solve problems. On the path of democratic development, Ukrainian society needs such a mechanism of transparency and accountability of the government. The PM adheres to professional standards, applies innovation in media production.

*Novelty.* On the example of innovative methods of presenting socio-political content on the UA: Pershyj TV channel, a theoretical and practical model of effective journalism in terms of media convergence is offered.

*Practical significance.* The results of the study can be applied by regional branches of the PM, as well as some commercial broadcasters seeking innovative approaches to the formation of socio-political content and the use of effective journalism. The conclusions can be used to prepare training courses in various specialties, in particular, «Journalism» and more.

*Key words:* Public Broadcasting of Ukraine, social and political lexis and content, theoretical and practical model of effective journalism.

**Гресько О. В., Грабажей Т. Г. Общественно-политическое вещание на телеканале UA: Перший как инструмент действенной журналистики**

*Цель исследования – проанализировать особенности формирования общественно-политического контента на телеканале UA: Перший.*

*Методология исследования.* В процессе исследования применены общенаучные методы анализа, синтеза, сравнения, обобщения, а также мониторинга контента Суспільної студії, выпусків новостей, токшоу «Зворотний відлік» на телеканале UA: Перший.

*Результаты.* Анализ общественно-политического контента на телеканале UA: Перший свидетельствует о том, что Общественное вещание Украины постепенно приближается к теоретико-практической модели действенной журналистики на национальном и региональном уровнях. Это означает результативность освещения и обсуждения актуальных вопросов общества, а также влияние на уполномоченных и ответственных лиц принимать определенные решения и решать проблемы. На пути демократического развития украинское общество нуждается в таком механизме прозрачности и подотчетности власти. ОВ придерживается профессиональных стандартов, применяет новаторство в медиапроизводстве.

*Новизна.* На примере новаторских приемов подачи общественно-политического контента на общественном телеканале UA: Перший предложено теоретико-практическую модель действенной журналистики в условиях медиаконвергентности.

*Практическое значение.* Результаты исследования могут быть применены на региональных филиалах ОВ, а также некоторых коммерческих телерадиокомпаниях, стремящихся к новаторским подходам к формированию общественно-политического контента и применения инструмента действенной журналистики. Выводы могут быть использованы для подготовки учебных курсов различных специальностей, в частности «Журналистика» и др.

*Ключевые слова:* Общественное вещание Украины, общественно-политическая лексика и контент, теоретико-практическая модель действенной журналистики.