

## ВСЕСВІТНІ СЛУЖБИ МОВЛЕННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ МІЖНАРОДНИХ МЕДІАКОМУНІКАЦІЙ

*Всесвітні служби інформаційного теле- і радіомовлення за допомогою новітніх ЗМК у XXI столітті виступають інструментом як внутрішніх, так і зовнішніх трансформацій певних політичних систем. Зазвичай свою інформаційну присутність у світовому просторі більшість країн забезпечують за допомогою громадських (суспільних) ЗМІ, адже організація міжнародних інформаційних потоків є пріоритетом зовнішньої політики багатьох держав.*

*Розгалужена система корпунктів як всередині, так і за кордоном дозволяє організовувати комунікацію в обох напрямках. Попри те, що однією з функцій всесвітніх служб мовлення є творення іміджу держави, інформація подається відповідно до міжнародних стандартів обробки і поширення інформації, професійні відносини регулюються законом.*

*Власне виробництво інформації для зарубіжної аудиторії, а не просто її передача, зможе забезпечити Україні інформаційну присутність у світі. Успіх міжнародних медіакомунікацій залежить від стратегії і тактики розвитку інструменту іномовлення України. Втілення концепції створення мережі інформаційно-аналітичних служб мовлення українських ЗМК має відбуватися як на державному, так і громадському рівні.*

*Досвід довготривалих медіа-стратегій провідних ЗМІ в світовому інформаційному просторі підтверджує, що реалізація ідеї інформаційної присутності України в міжнародних медіакомунікаціях можлива у тісній співпраці державних структур і працівників інформаційної галузі, зокрема,*

---

<sup>1</sup> кандидат філологічних наук, доцент кафедри телебачення і радіомовлення Інституту журналістики Київського національного університету імені Тараса Шевченка

служб іномовлення українських ЗМК, на основі затверджених на законодавчому рівні статутів та інших документів.

**Ключові слова :** *всесвітні служби мовлення, інформаційне суспільство, національна ідентичність, медіакомунікації, міжнародна журналістика.*

*Worldwide information broadcasting services by means of new media in XXI century play the role of instrument of insight and outside transformations of definite political systems. Usually most of countries provide its information presence in the world space by means of public broadcasting, because organization of international information streams is a priority of foreign policy of many states.*

*Wide system of correspondent bureau as insight the country so abroad allows organization communication in both directions. Besides the fact that one of the functions of worldwide service broadcasting is creation of image of the country information produce according to international standards, professional relations is regulated by the law.*

*Own information production for the foreign audience and not only transmitting of it can provide Ukraine information presence in the world. The success of international media communication depends on strategies and tactics of the development of the instrument of foreign broadcasting of Ukraine. The implementation of the concept of the creation of the network of information-analytic information services of broadcasting of Ukrainian mass media have to be done both on the state and public level.*

*The experience of long-term media strategies of leading mass media in world information space confirms that the realization the idea of information presence of Ukraine in international media communication is possible in close collaboration of government structures and workers of information field, for example, worldwide service broadcasting of Ukrainian mass media on the base of approved legal documents.*

**Keywords :** *worldwide service broadcasting, information society, national identity, media communications, international journalism.*

*Всемирные службы информационного теле- и радиовещания с помощью новейших СМК в XXI веке выступают в роли инструмента как внутренних, так и внешних трансформаций определенных политических систем. Обычно свое информационное присутствие в мировом пространстве большинство стран обеспечивают с помощью общественных СМИ, т.к. организация информационных потоков является приоритетом внешней политики многих государств.*

*Разветвленная система корпунктов как внутри страны, так и за границей позволяет организовать коммуникацию в обоих направлениях. Не смотря на то, что одной из функций всемирных служб вещания является создание имиджа государства, информация подается в соответствии с международными стандартами обработки и распространения информации, профессиональные отношения регулируются законом.*

*Собственное производство информации для зарубежной аудитории, а не просто ее передача, сможет обеспечить Украине информационное присутствие в мире. Успех международных медиакоммуникаций зависит от стратегии и тактики развития инструмента иновещания Украины. Вопрошение концепции создания сети информационно-аналитических служб вещания украинских СМК должно происходить как на государственном, так и общественном уровне.*

*Опыт длительных медиа-стратегий лидирующих СМИ в мировом информационном пространстве подтверждает, что реализация идеи информационного присутствия Украины в международных медиакоммуникациях возможна в тесном сотрудничестве государственных структур и представителей информационной сферы, а именно, служб иновещания украинских СМК, на основе утвержденных на законодательном уровне статуты и других документов.*

**Ключевые слова :** *всемирные службы вещания, информационное общество, национальная идентичность, медиакоммуникации, международная журналистика.*

**Постановка проблеми.** За майже чверть століття незалежності Україна присутня у світовому інформаційному просторі насамперед завдяки активній позиції громадянського суспільства. Найбільший показник щодо кількості інформаційних матеріалів у світовій пресі було зафіксовано під час висвітлення подій, пов'язаних із Помаранчевою революцією 2004 року і Революцією Гідності 2014 року. Природа цих інформаційних хвиль є хаотичною і некерованою самою державою. З одного боку, це – добре, адже виглядає природньо, тобто без нав'язаних інформаційних приводів і штучної медіалізації події, з іншого – має епізодичний характер. Стратегія вигідної систематичної інтеграції у світовий телекомунікаційний та інформаційний простір дозволить Україні створювати і керувати власними інформаційними потоками, що спрямовані на реалізацію зовнішньої політики держави та інформаційної безпеки.

Цілеспрямований потік інформації у вигляді якісних новин про події всередині України має формуватися через призму інтересів офіційного Києва. Потреба у подібних теоретико-практичних моделях виникла ще з набуттям незалежності України у 1991 році, коли в країні почала формуватися власна система засобів масової інформації, а також українська міжнародна журналістика. Однак діяльність кореспондентської мережі за кордоном, міжнародних інформаційно-аналітичних центрів тісно пов'язана з такими питаннями, як: кадрове, фінансове забезпечення і т.д. Наразі розвиток новітніх технологій, сучасний менеджмент організації масово-інформаційної діяльності дозволяє суттєво зменшити витрати і створити умови для професійної реалізації аналітиків, журналістів-міжнародників, які вже отримали необхідну базу знань, вмінь і навичок у вищих навчальних закладах України.

**Мета статті** – проаналізувати основні тенденції розвитку всесвітніх служб мовлення на прикладі провідних телерадіокорпорацій світу в контексті розробки і втілення концепції створення мережі інформаційно-аналітичних служб мовлення українських ЗМК, що зможе забезпечити постійну інформаційну присутність України в міжнародних медіакомунікаціях.

**Аналіз останніх джерел і публікацій.** Вивченню сучасного стану і перспектив розвитку всесвітніх служб мовлення провідних світових ЗМІ, організації міжнародних інформаційних потоків присвячено чимало праць вітчизняних науковців : Білорус О. [1], Гоян О. [2], Губерський Л. [3], Даниленко С. [4 ; 5], Петрів Т. [4], Почепцов Г. [9], Макаренко Є. [5], Москаленко А. [3], Ожеван М. [5], Рижков М. [5], Слісаренко І. [10], Чічановський А. [11], зарубіжних дослідників : Масуда І. [8], Вінер Н. [11], Дж. Лалл [7] та інших.

**Основні результати дослідження.** Вимоги українського суспільства під час «ЄвроМайдану» 2014 року зосереджені на реформах практично кожної сфери життєдіяльності людини. Першочерговість питань щодо військової оборони України і зовнішньої інформаційної політики держави зумовлені насамперед російською агресією, внаслідок котрої тимчасово анексовано півострів Крим на півдні України, було спричинено міжнародний збройний конфлікт в таких східних регіонах, як : Донецька і Луганська області. З метою безпеки громадян та створення дієвого опору одним із пріоритетних завдань державної інформаційної політики має бути забезпечення постійної інформаційної присутності України в міжнародних медіакомунікаціях. Складовою виконання цього завдання є розробка і втілення в життя концепції створення мережі інформаційно-аналітичних служб мовлення українських ЗМК, розвиток іномовлення.

Процес формування зовнішньополітичних орієнтацій трансформаційних суспільств засобами масової інформації має відбуватися поступово. Трансформація – це перехід від одних соціально-економічних відносин до інших. У країнах пострадянського простору – це перехід від

планової економіки до ринкової. Менеджмент інформаційної сфери трансформаційного суспільства має свої особливості, в Україні наразі він перебуває на стадії становлення. Європейська і євроатлантична інтеграція є потужною мотивацією не лише для проведення реформ в Україні, а й стимулом внутрішньосистемних перетворень. Наприклад, після потужної інформаційної кампанії за допомогою мас-медіа у Словаччині, звичайна бабуся усвідомлювала, що «до Унії з таким бур'яном соромно вступати» і починала сапати город. Зміна в свідомості кожної людини – це початок довгоочікуваних реформ, котрі необхідно здійснювати державі в унісон з громадянським суспільством.

Глобалізація мас-медіа сприяє як позитивним, так і негативним явищам. З одного боку, світ справді став взаємопов'язаним завдяки супутниковому телебаченню, мережевому спілкуванню. З іншого – великі групи держав у світовому інформаційному обміні стали нерівноправними [10].

В аспекті безпосередньо інформаційного забезпечення людство у великій мірі покладається на медіа-імперії, які можуть дозволяти собі «не помічати» країни і регіони або висвітлювати їх, дотримуючись своєї ідеології та ієрархії цінностей. Таким чином, відбувається гомогенізація новин, незважаючи на зростаючу кількість каналів телемовлення концентрується влада над розумом світової аудиторії і відбувається вплив на неї [1, с. 675].

Коли суспільства й уряди стають залежними від мас-медіа, постає проблема якості діяльності ЗМІ у висвітленні міжнародних подій, зокрема, виконанні ними суспільно значущих функцій неупередженого інформування, всебічного аналізу. Власне виробництво інформаційного продукту як для внутрішнього, так і зовнішнього споживача дозволяє несвітнім службам мовлення реалізовувати наступні **функції** :

- визначати порядок денний громадського та урядового обговорення ;
- покращувати політичну культуру і толерантність суспільства ;

- виступати посередником між неурядовими організаціями і державними структурами ;
- оперативно інформувати ;
- розв'язувати зовнішньополітичні проблеми ;
- сигналізувати щодо зовнішньополітичних дій урядів ;
- формувати і підтримувати імідж країни і т.д.

Як інструмент впливу всесвітні служби мовлення стають потужнішими завдяки об'єднанню з соціальними медіа, зокрема, з соціальними мережами, що є найоперативнішим засобом поширення повідомлень в інформаційному суспільстві. Ще в середині 1950-х років І. Масуда на основі праць Н. Вінера дійшов висновку про те, що «інформатизація спричинить суспільні зміни такого масштабу, які викличуть трансформацію сучасної системи на новий тип людського суспільства – інформаційного суспільства» [8, с. 97]. Інформаційного суспільства, в якому навіть на побутовому рівні, у соціальному середовищі затверджуватимуться високі технології, які, проектуючись на структури соціальних цінностей, трансформуватимуть старі й створюватимуть нові [11, с. 50]. Завдяки новітнім видам комунікації у ХХІ столітті посилюється вплив «громадянської журналістики» на міжнародному рівні, а на початку ХХ – велику роль відігравала поява громадських мовників.

1927 рік можна вважати початком створення некомерційного мовлення у світі, а, значить, і роком відкриття перших громадсько-правових радіостанцій. Цього року «British Broadcasting Corporation» з приватної корпорації стає загальнонаціональною громадсько-правовою мережею, а у Сполучених Штатах починають активно створюватися некомерційні станції громадського типу у навчальних закладах, які транслюють класичну музику, лекції для студентів, документальну радіопродукцію [2, с. 31].

Як правило, свою інформаційну присутність у світовому просторі більшість країн забезпечують за допомогою громадських (суспільних) ЗМІ, адже організація міжнародних інформаційних потоків є пріоритетом

зовнішньої політики багатьох держав. Наприклад, Велика Британія – BBC (Бі-Бі-Сі), Німеччина – Deutsche Welle («Німецька хвиля»), Франція – TV5 («ТВ5») і т.д. Вищенаведений типологічний ряд можна продовжити з огляду на культурний і мовний аспекти: Велика Британія – «Британська рада», Німеччина – «Гете інститут», Франція – «Альянс Франсез», тощо. Таким чином, діяльність культурних центрів за кордоном можна вважати одним із видів організації міжнародних інформаційних потоків. Ідею створення українських культурних центрів схвалили і почали реалізовувати за часів правління Президента України Віктора Ющенка, коли при посольствах України за кордоном було створено інститути культури або центри, що організовують культурні заходи в країні перебування. Однак, як виявилось, для налагодження якісного інформаційного потоку цього замало.

Наявність найсучаснішого обладнання для телевізійного і радіомовлення, технічні можливості для поширення повідомлень без виробництва власної інформаційної продукції може збільшувати ризик залежності від зовнішніх систем і загрозу політичного маніпулювання на міжнародному рівні. Сильнішою і більш захищеною в інформаційному плані держава стає завдяки зусиллям журналістів-міжнародників. Нині міжнародна журналістика – це не просто оперативне і своєчасне інформування про події, що відбуваються на міжнародній арені. ЗМІ стали повноправними учасниками міжнародних процесів. Крім того, вони часто визначають порядок денний урядового і міжнародного обговорення тих чи інших проблем. **Міжнародна журналістика** – це всебічні й неупереджені журналістські інформування й аналіз поточних міжнародних процесів або конкретних подій, виконаний із застосуванням науково вивірених методів політичних і соціальних наук та яскравих емоційно-стилістичних мовних засобів із чітко заявленою авторською позицією [10].

Трансформаційним суспільствам, котрі вже почали розвивати власні міжнародні інформаційні потоки, притаманний вплив моделей національної ідентичності. За визначенням Дж. Лалла це – термін, що підкреслює



культурний аспект, означає усвідомлення приналежності, захищеності й визнання, котре має особа або певна група людей, об'єднана спільними цінностями і способом життя [7]. Інтеграція у світову економіку і політику не повинна призводити до втрати культурних і соціальних особливостей кожного регіону, а навпаки, сприяти створенню засобів збереження національної ідентичності, широкого розвитку етнотолерантності, збагачення культури населення. Велику роль у збереженні національної ідентичності мають відігравати ЗМІ, а саме всесвітні служби мовлення, що слугують певним майданчиком популяризації народних традицій і культури в світі.

На прикладі типових моделей національної ідентичності в поліетнічному суспільстві можна проаналізувати тенденції розвитку комунікаційної системи взагалі. Сучасний міжнародний медіа-простір характеризується різноманітністю мов, якими спілкується населення певної країни або регіону залежно від національної приналежності, вподобань і вмінь, культурних традицій. Наразі в кожному суспільстві відбуваються мовні трансформації внаслідок геополітичних перетворень. Сприйняття тих чи інших нововведень аудиторією залежить передусім від того, в який спосіб їх застосовують ЗМІ, що в свою чергу несуть відповідальність за збереження та вдосконалення культури мовлення, виховання смаків аудиторії, а також рівня політичної культури.

Взаємозалежність геополітичних змін певних держав і тенденцій мовної палітри суспільства можна простежити на прикладі таких трансформацій, як : проголошення незалежності країни, а також приєднання до тих чи інших політичних систем світу. Наприклад, вступ до Європейського Союзу країн Балтії (Литва, Латвія, Естонія) вплинув і на зміну мовного вектора культурного розвитку цих країн. Статистика свідчить про те, що молодий литовець швидше володітиме англійською на відміну від переважно російськомовного литовця поважного віку. Отже, залежно від трансформацій суспільства відбувається взаємовплив у площині таких

понять: геополітика – мовний аспект – ЗМК. Основою цього трикутника є мовне питання, що має бути чітко врегульовано юридично.

Сьогодні кожне суспільство, і Україна не виняток, поліетнічне, тобто багатонаціональне. Основною тенденцією мас-медійного ринку є те, що потужні комерційні медіа-холдінги, що проводять маркетингові дослідження і мають на меті передусім задовольнити інтереси свого споживача, враховують рівень володіння мовами своїх цільових аудиторій. Як результат, в Україні електронні ЗМІ пропонують свою продукцію частіше двома мовами: українською і російською. Мовного балансу в суспільстві та на мас-медійному ринку можливо досягнути шляхом правового регулювання вживання мови для створення інформаційних продуктів на кшталт радіо-, телепередач, друкованих, Інтернет видань і реклами.

Проблему подолання культурних бар'єрів в багатонаціональному середовищі можна розв'язати завдяки прогресуванню засобів масової інформації та комунікації, що значно підсилить взаємодію та діалог різних культур, стимулюватиме інтеграційні тенденції. Надзвичайно важливу і відповідальну роль в інтеграційних процесах мають відігравати ЗМІ. Йдеться не тільки про оперативне інформування про поточні міжнародні події, вільний доступ до джерел інформації про діяльність провідних світових організацій, а також зворотній зв'язок, тобто організований потік інформації з України. Адже сьогодні Україна досі залишається невідкритою країною як для громадянина країн Європейського Союзу, так і людей колишнього Радянського Союзу. Саме тому мовлення запланованих на найближчу перспективу всесвітніх служб українських ЗМІ вестиметься принаймні англійською і російською мовами.

Без інструменту мас-медіа ні Росія, ні США, ні будь-яка інша країна світу не змоги б створити собі такого потужного політичного іміджу, котрий вони мають сьогодні. Кожна всесвітня служба мовлення відкрито або завуальовано дбає про імідж країни, котру вона представляє. Ця аксіома підтверджується не лише редакційною політикою, а й кількістю матеріалів

позитивного характеру про країну або її громадян. До того ж, національні відділи однакового ЗМІ по-різному можуть ставити акценти, добираючи заголовки до матеріалів, цитати та інші компоненти з метою замовчування або неактивного поширення небажаної для певної політичної системи інформації. Наприклад, висвітлюючи проблему кіберзлочинів у світі, російська служба BBC (Бі-Бі-Сі) – єдина, котра не винесла в заголовок інформацію про те, що більшість кібезлочинців – росіяни [12].

Практично кожне з понад 160 міжнародних інформаційних агентств у світі намагається залучити інвестиції від уряду або приватного капіталу. Одним із типових прикладів є інфраструктура й технологія функціонування Інформаційного Агентства Сполучених Штатів Америки (ЮСІА), котре успішно поєднує в своїй діяльності ефективне відстоювання інтересів своєї країни і високопрофесійну роботу журналістів. Історія ЮСІА бере початок з Комітету з суспільної інформації (Committee on Public Information) часів Першої Світової війни, організація котрого стала першим крупномасштабним внеском уряду США в інформаційну діяльність за кордоном. Наразі комунікативна індустрія Сполучених Штатів – це найбільший приватний сектор економіки, де ЗМІ становлять найбільшу частину.

У 1994 році Наказ про Міжнародне Мовлення (Громадський Закон 103-236) об'єднав усі невоєнні, державні міжнародні служби мовлення Сполучених Штатів під керівництво Урядової Ради з Мовлення (BBG) і створив Міжнародне Бюро Мовлення (IBB). Урядова Рада Мовлення включає директора Інформаційного Агентства Сполучених Штатів і вісім членів, котрі призначаються президентом. Міжнародне Бюро Мовлення складається з «Голоса Америки», радіо «Марті» і «Марті ТВ», Світова Мережа Телебачення і Кіноматеріалів, а також служби, що забезпечують технічний бік мовлення. Дві некомерційні організації, що фінансуються грантами – радіо «Вільна Європа» / радіо «Свобода» і радіо «Вільна Азія» працюють під наглядом Урядової Ради Мовлення. Рада забезпечує річні гранти, що спеціально виділяються Конгресом для підтримки цих радіостанцій.

Частиною Інформаційного Агентства Сполучених Штатів наразі є радіостанція «Голос Америки» – офіційний мовник уряду США. Попри неодноразові зміни в інформаційній політиці «Голос Америки» завжди обслуговуватиме інтереси правлячих кіл США. Серед основних напрямків «Голосу Америки» наступні :

- забезпечення об'єктивною і оперативною інформацією мешканців країн, що розвиваються, наприклад Африки і Азії ;
- формування громадської думки в розвинутих європейських та інших країнах відповідно до позиції уряду США ;
- вплив на уряди соціалістичних країн світу для зміни характеру їхнього керівництва і перехід до політики, що веде до створення «відкритого суспільства» і дотримання прав людини ;
- усюди провадять політику ознайомлення мешканців іноземних держав з умовами життя і правами громадянина Сполучених Штатів Америки [13].

Перший ефір німецькою мовою відбувся 24 лютого 1942 року. Мовлення українською «Голос Америки» розпочав на коротких хвилях 12 грудня 1949 року. В пік холодної війни Українська служба «Голосу Америки» транслювала по 5 годин радіопрограм на добу, включно з однією годиною на Далекий Схід РСФСР. За радянських часів трансляція передавачів «Голосу Америки» глушилася, слухачів переслідували як розповсюджувачів чужої ідеологічної пропаганди.

Модель радянської людини завжди чітко розрізняла зовнішню і внутрішню картинку світу, котрі могли бути в певній гармонії, а могли бути різними. Кухонні розмови ніколи не збігалися з розмовами публічними [9, с. 299].

Ситуація докорінно змінилася і змінюється в незалежній Україні. В середині 1992 року, згідно з угодою з Національною радіокомпанією України, крім на коротких хвилях, «Голос Америки» починає мовити також у внутрішньому радіоефірі України і водночас відкриває корпункт у

Києві. 31 грудня 2008 року, після понад 59-ти років в ефірі, «Голос Америки» припинив радіомовлення українською.

Якість інформаційних повідомлень забезпечує розгалужена кореспондентська мережа всередині країни і за кордоном. Радіостанція має 23 кореспондентські пункти в усьому світі і мережу приблизно ста позаштатних або часткової зайнятості журналістів, які пишуть і редагують до 180-ти повідомлень на день. «Голос Америки» отримує інформацію з багатьох незалежних джерел, в тому числі міжнародні агентства і американські електронні і друковані ЗМІ. Кожне повідомлення перевіряє принаймні один редактор і згідно з правилом «Голосу Америки» про «два джерела», всі незалежні джерела перевіряються ще раз з іншими джерелами, щоб переконатися у правдивості фактів.

Попри те, що новини мають найбільший обсяг у сітці програм «Голосу Америки», поширеними також є інші формати : дзвінки в студію, авторські програми, передачі, що навчають англійській мові, музичні шоу, тощо. Відділи, що ведуть мовлення іноземними мовами, виробляють і випускають в ефір передачі, що відповідають смакам зарубіжної аудиторії. Зарубіжні відділи, поряд зі своїми програмами та інформаційними випусками, випускають щоденний редакторський випуск, що відображає позицію уряду Сполучених Штатів з різних питань.

Наприкінці ХХІ століття ЮСІА розширює роботу інформаційного відділу радіостанції і починає телевізійне мовлення як одного з впливових на громадську думку ЗМІ. 25 жовтня 1996 року «Голос Америки» почав трансляцію телепередач з нової телестудії у Вашингтоні, в штаб-квартирі «Голосу Америки». В січні 1993 року українське державне телебачення розпочинає трансляцію щотижневого тележурналу «Вікно в Америку». У грудні 1999 року «Голос Америки» створює мережу власних кореспондентів в Україні. У грудні 2004 року, після низки прямих включень з «5-им Каналом» під час Помаранчевої революції, дебютує щоденна телепрограма новин «Голосу Америки» «Час-Тіме». Крім цього,

«Голос Америки» проводить регулярні та спеціальні прямі ефіри з різними телеканалами в Україні. Загалом «Голос Америки» щотижня транслює понад три години телепрограм українською мовою.

ЗМІ, що забезпечують закордонне мовлення, впливають на внутрішнє законодавство, забезпечуючи у такий спосіб свободу і належні умови для професійної діяльності. Так, наприклад, статут «Голосу Америки» став законом в США у 1976 році. «Перспективні інтереси Сполучених Штатів спрямовані на безпосереднє спілкування з людьми усього світу за допомогою радіо. Для ефективності «Голос Америки» має привернути увагу і повагу слухачів, відповідно буде керуватися нижченаведеними принципами :

1. «Голос Америки» служить в якості незмінно надійного і авторитетного джерела новин. Новини «Голосу Америки» точні, об'єктивні і вичерпні.

2. «Голос Америки» представляє всю Америку, а не окремо взяті частину американського суспільства, надає збалансований і вичерпний звіт про впливові американські соціальні інститути і ідеї.

3. «Голос Америки» представляє політику Сполучених Штатів чітко і ефективно, подає авторитетний аналіз і думку про цю політику» [13].

Подібна практика, коли закон регулює професійні відносини на рівні редакційного колективу і власника або того органу державної влади, що фінансує ЗМІ, поширена і в країнах ЄС. За твердженням Еріка Беттермана – генерального директора «Німецької хвилі», вже понад п'ять десятиліть, у різні способи працює «Німецька хвиля» на ниві діалогу народів і культур, сприяє культурному обміну, і все це завдяки Закону. Адже закордонне радіо може лише тоді працювати плідно, коли відкрите до діалогу.

Сьогодні при плануванні завдань «Німецька хвиля» не веде дискусій з бундестагом щодо їхньої журналістської складової, тобто не йдеться про зміст програм. Мова радше – про з'ясування геополітичних пріоритетів та визначення стратегічних напрямків.

Саморегуляція і планування завдань, як передбачає Закон, значною мірою гарантують діалог та прозорість, і одночасно – повну автономію «Німецької хвилі». У результаті це означає розширення свободи радіо [6, с. 8].

**Висновки.** Аналіз основних тенденцій розвитку всесвітніх служб мовлення показав, що вони виступають не лише інструментом формування іміджу певної країни, а також впливають на перетворення в межах інших політичних систем. Цей досвід, сучасні медіа-стратегії, базові постулати і принципи провідних телерадіокорпорацій світу важливі в контексті реалізації ідеї інформаційної присутності України в міжнародних медіакомунікаціях.

### **Список використаної літератури:**

1. Білорус О. Г. Глобалізація і безпека розвитку : монографія / О. Г. Білорус , Д. Г. Лук'яненко та ін.; керівник авт. колективу і наук. ред. О. Г. Білорус. – КНЕУ, 2001. – 733 с.
2. Гоян О.Я. Основи радіожурналістики і радіо менеджменту : підручник / О. Я. Гоян. – 3-тє вид., допов. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. – 272 с.
3. Губерський Л. В. Основи масово-інформаційної діяльності : підручник / А. З. Москаленко, Л. В. Губерський, В. Ф. Іванов. – Київ. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 1999, – 634 с.
4. Даниленко С. І., Петрів Т. І. Робота власного та спеціального кореспондентів за кордоном. – К., 1999.
5. Даниленко С. І. Іномовлення України у процесі міжнародних відносин // Аналітика, експертиза, прогнозування: монографія / Макаренко Є. А., Рижков М. М., Ожеван М. А. та ін.. – К. : Наша культура і наука, 2003.
6. Із серця Європи : «Німецька хвиля» в Україні : посібник для студ. Ін-ту журналістики / за заг. ред. Олеся Гояна, Яромира Янковського. – К. : [Київ. нац. у-т імені Тараса Шевченка, Веселка], 2009. – 144 с.

7. Лалл Дж. Мас-медіа, комунікація, культура : глобальний підхід. // 2002.
8. Масуда И. Информационное общество как постиндустриальное общество. – М., 1993.
9. Почепцов Г. Г. Майбутнє : стратегії, сценарії, комунікації. навч. посібник для студентів і аспірантів. – К. : Альтерпрес, 2010. – 380 с. – (Серія «АКАДЕМІЯ БУДУЩЕГО»). – Рос. мовою.
10. Слісаренко Ігор. Політичний процес і роль преси // Публіцистика і політика : зб. наук. праць / за заг. ред. В. І. Шкляра / Ігор Слісаренко. – К., 2001. – Вип.2. – С.26 – 32.
11. Чічановський А. А., Старіш О. Г. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем: підручник. – К. : Грамота, 2010. – 568 с.
12. <http://www.bbc.co.uk>
13. <http://www.voanews.com>