

УДК 070. 791

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2023.4/52>**Семенюк О. А.**

Київський університет імені Бориса Грінченка

Білоус В. Б.

Навчальний центр мовної підготовки, м. Регенсбург

ПРАВО ТА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ЖУРНАЛІСТІВ У ДЗЕРКАЛІ ЗАХІДНОЇ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ

Імідж журналістики і журналістів, уявлення про професійну етику і роль ЗМІ на Заході формують багато чинників. Серед них домінантним є сама діяльність цього суспільного інституту, але не можна не сказати і про роль художніх та кінематографічних творів масової культури, які певним чином доклалися до формування позитивного іміджу представників медіа в суспільстві. Масову культуру називають соціальним феноменом ХХ століття, дослідники акцентують увагу на її здатності маніпулювати свідомістю людини, створювати суспільні цінності й авторитети тощо.

Метою пропонованої статті є аналіз створеного маскультуом образу засобів масової інформації та журналістів і його впливу на оцінку суспільством реальних мас-медіа. Спробуємо розкрити ці питання переважно на прикладі кіно- та літературних творів, що мали широке розповсюдження і популярність у світі. Письменники та кінематографісти акцентували увагу на праві журналістів доносити реальну, правдиву інформацію до споживача, навіть, якщо вона не подобається уряду, або обмежується під час воєнних конфліктів. Нагадували суспільству про небезпеки концентрації «інформаційного ресурсу» в одних руках, про здатність власників медіа формувати суспільну думку, підштовхувати країни до військових конфліктів. Розглядали можливий тиск держави на свободу слова і права вільної преси. В їх творах журналісти усіяко намагаються дотримуватися професійних правил і канонів, часто постають позитивними героями, іноді навіть – супергероями. У колективній свідомості, зокрема й завдяки впливу творів масової культури, превалує позитивний образ «медіа вільного світу» та їх представників, що, доволі часто сприяє некритичному сприйняттю будь-якої інформації, яку продукують такі засоби масової інформації. Як свідчить досвід, не завжди треба беззаперечно довіряти навіть вільній пресі, особливо в період криз та інформаційних протистоянь, що притаманні нашому часу.

Ключові слова: право і відповідальність журналіста, масова культура, вільна преса, кризова ситуація, Том Кленсі, імідж журналіста.

Постановка проблеми. Західні медіа зазвичай мають доволі високий авторитет у світі. Коли мова йде про права, відповідальність, професійну етику і корпоративні стандарти журналістики країн, які прийнято називати *вільним світом*, *Західними демократіями*, то фахівці говорять про відповідну законодавчу базу, корпоративні правила і рекомендації щодо впровадження журналістської діяльності, активність журналістських профспілок, сформоване громадянське суспільство тощо. Пересічні ж громадяни (користувачі інформації) зазвичай надають високу оцінку цьому інституту автоматично, для них аксіомою є твердження, що Західні ЗМІ характеризуються високим професіоналізмом, відповідальністю і беззастережним виконанням усіх канонів *вільної преси*.

Імідж журналістики і журналістів, уявлення про професійну етику і функції засобів масової інформації на Заході насправді формують багато чинників. Серед них домінантним є сама діяльність цього суспільного інституту, але не можна не сказати і про роль художніх та кінематографічних творів масової культури, які певним чином доклалися до формування позитивного іміджу представників медіа в суспільстві. Під масовою культурою у нашій статті ми розуміємо культуру, популярну серед широких верств населення в конкретному суспільстві та переважно комерційно успішну, елементи якої зустрічаються повсюди, зокрема в кінематографі, літературі, розвагах тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Масову культуру називають соціальним

феноменом ХХ століття і до вивчення її різноманітних аспектів долучилася значна когорта філософів, культурологів, мистецтвознавців та представників інших наукових галузей. Серед них: Ж. Бодріяр, Ю. Габермас, Й. Гейзлінг, Г. Маркузе, Ортега-і-Гасет, Ш. Шпенглер, К. Ясперс та ін. Їх праці сформувавали і тезу про те, що масова культура здатна маніпулювати свідомістю людини, створювати суспільні цінності й авторитети тощо. Учені вважають, що масова культура є невід'ємним елементом постіндустріального, урбанізованого суспільства і розповсюджується, переважно, через засоби масової інформації. Для нашого дослідження є важливими тези про масову культуру як «м'яку силу» (Дж. Найєм), про те, що «масова культура – це той універсальний провідник американських цінностей, який вже понад століття є психологічним та інформаційним фундаментом американського суспільства» [3, с. 223]. Зазначимо, що проблема створення образу журналіста в кінематографі викликала зацікавлення як закордонних, так і вітчизняних науковців і практиків. Назвемо роботи С. Бедсі, Л. Белової, Ю. Бикової, Л. Гільйон, М. Ерліха, Дж. Зальцмана, К. Макденіела, Ф. Намі, С. Ніблок, О. Пархітька, В. Халілової та ін. У них розглянуто доволі широкий спектр питання – від зображення військових репортерів у голлівудських художніх стрічках до вияву гендерних стереотипів у створенні образів журналістів.

Роль медіа як одного з інститутів демократії описана в працях К. Вінера, К. Крос, Р. Гакета, Д. Кін, Д. Корню, М. Кастельє, К. Кліфорда, К. Мея, А. Токвіля та ін. Розвідки науковців і практиків у цій галузі зміцнили авторитет вільних ЗМІ, журналістів, сприяли активному просуванню правил і канонів медійної діяльності за межі Західного світу. Як один із прикладів такого «менторства» можна навести посібники і рекомендації для мас-медіа України про правила висвітлення кризових ситуацій, воєнних конфліктів [1; 2].

Метою статті є аналіз образу ЗМІ та журналістів, що створений масовою культурою та впливає на оцінку суспільством реальних мас-медіа. Спробуємо розкрити це питання переважно на прикладі кінематографічних та художніх творів, які мали широке розповсюдження і популярність у світі та акцентували увагу на правах та обов'язках журналістів, їх відповідальності перед суспільством. Зазначимо, що в основі багатьох названих нами фільмів є романи і повісті.

Виклад основного матеріалу. Почнемо з кінематографа, який небезпідставно вважають одним із головних елементів масової культури, марке-

ром постіндустріального суспільства і, до певного часу, важливішим із усіх мистецтв. Як зазначає О. Пархітько: «Професія журналіста ...завжди викликала інтерес у режисерів, оскільки поєднує в собі ореол романтичних знайомств, цікавих подорожей, заплутаних розслідувань і навіть певної продажності у сприйнятті масової аудиторії» [4, с.205]. Можна навести багато прикладів формування кінематографією позитивного, іноді навіть героїчного образу журналістів, які головною метою своєї професії і життя вважають донесення реальних, правдивих новин до суспільства. Серед них відомі кінострічки, в яких журналісти, наприклад: розповідають про численні випадки педофільії в римо-католицькій церкві («У центрі уваги», англ. «Spotlight»); ціною власного життя доносять правду про діяльність терористичних угруповань («Її серце», англ. «A Mighty Heart»); розкривають сховану від очей суспільства взаємодію політичного життя всередині урядових структур із журналістами і політтехнологами («Борген», англ. «Borgen»); за допомогою піратських радіостанцій у 60-ті роки борються із урядом Великої Британії та його консервативними поглядами на культуру («Рок-хвиля», англ. «The Boat That Rocked»); беруться за викривання махінацій і порушень закону серед політичної еліти США, що врешті-решт призводить до імпічменту президента Ніксона («Вся президентська рать», англ. «All the President's Men») тощо.

Журналісти є персонажами бойовиків і блокбастерів, де поряд із професійним обов'язком і етикою, демонструють відвагу і самопожертву: «Фантомас» (1964 р.) – репортер Фандор; «Годзіла» (1998 р.) – репортер Одрі Тіммонс; «Черепашки Ніндзя» – репортер Ейпріл О'ніл тощо. Вони є і супергероями, як, наприклад, «ікона американської культури» Супермен, який ховається в реальному житті за особою репортера Кларка Кента, що працює у газеті «Daily Planet» разом зі своєю колегою і подругою Лоїс Лейн, яка береться за небезпечні розслідування і безкомпромісно відстоює правду. До речі, подібні персонажі з кіно «мігрують» в інші сегменти маскульту: комікси, телесеріали, мультсеріали, відеоігри.

Постулат про те, що діяльність журналістів, навіть якщо їх робота призводить до політичних скандалів, економічних банкрутств та ін., є корисною для суспільства, яке таким чином удосконалюється і підтримує демократичні орієнтири, сприймається. А от питання щодо можливості корегувати новини, не піднімати гострі теми і не критикувати владу під час війни задля національної єдності є доволі дискусивним.

Після Другої світової війни на Заході почали поширюватися і поступово набирати ваги антивоєнні, пацифістські ідеї. У країнах, де розуміння свободи слова як цінності, а преси як четвертої влади є реальністю, не викликає несприйняття ситуація, коли видання або журналіст доносять до суспільства інформацію, що не завжди подобається урядам. Кінематографісти часто акцентували увагу на праві журналістів говорити правду, навіть під час воєнних конфліктів. Наприклад, у фільмі «Тисячу разів на добраніч» (англ. «Tusen ganger god natt») жінка-журналіст, що спеціалізується на фоторепортажах із воєнних зон, навіть обираючи між сім'єю і роботою, домагається того, щоб світ отримував правдиву інформацію із зон конфліктів. У фільмі «Червоні» (англ. «Reds») йдеться про письменника й політичного активіста Джона Ріда, який симпатизував лівим партіям і написав роман про більшовицьку росію і революцію. Стрічка акцентує увагу на праві журналістів і письменників мати власну думку, свій погляд на ситуацію, всередині якої вони знаходяться, і говорити про це суспільству. У фільмі «Доброго ранку, В'єтнам!» (англ. «Good Morning, Vietnam») головний герой – рядовий США, радіоведучий Едріан Кронауер, прибуває до В'єтнаму (у 1965), щоб зайняти місце на американській військовій радіостанції в Сайгоні. З його появою програма «Доброго ранку, В'єтнам» перестав існувати як формальність й починає мовити для слухачів, із динаміків звучить ризикований гумор і сучасний рок-н-рол. Часом жарти ведучого – це спосіб показати справжнє обличчя війни, навіть незважаючи на незадоволення військового керівництва. Фільм «Ми були солдатами» (англ. «We Were Soldiers») – це екранізація книги «We Were Soldiers Once... And Young», яку написали Гарольд Мур і Джозеф Гелловей. Джозеф був журналістом, який служив у В'єтнамі і багато знав про цю кампанію. У стрічці є відповідний персонаж, який пішов на війну, але хоче донести правду про неї американському суспільству. І прикладів таких кінотворів доволі багато.

Зрозуміло, що знаходили свої відображення в кіно та літературі й певні страхи суспільства щодо ЗМІ. Мистецтво не стояло осторонь та нагадувало про небезпеки концентрації «інформаційного ресурсу» в одних руках, про можливість власників медіа в демократичних ринкових суспільствах формувати суспільну думку, підштовхувати країни до військових конфліктів. Ще в 1941 році на екрани вийшов фільм «Громадянин Кейн» (англ. «Citizen Kane»), його з часом визнали одним з най-

кращих зразків світового кінематографу. Стрічка розповідає історію життя Чарльза Фостера Кейна – спершу журналіста, а потім впливового газетного магната, який за життя говорив: «Я працюю в газеті і формую суспільну думку. Як я напишу сьогодні, так завтра думатиме кожен перехожий». У 1997 році на екрани вийшов черговий фільм бондіани «Завтра не помре ніколи» (англ. «Tomorrow Never Dies») – екранізація однойменного роману Яна Флемінга. Головний негативний персонаж – німецький медіа магнат Еліот Карвер, який, використовуючи ресурси своєї інформаційної імперії, намагається розв'язати війну між Великобританією і Китаєм. Показово, що його головним рупором є газета з промовистою назвою «Завтра». Еліот вважає, що те, що в ній напишуть сьогодні, сформує порядок денний майбутнього дня. На заваді реалізації його задумів стає Агент 007, який уособлює цінності вільного світу і захищає їх.

Окремо слід сказати про твори, в яких автори акцентують увагу на тому, що засоби масової інформації, які є одним із інструментів «державного оркестру», апіорі не можуть дисонувати з основною темою. До таких відноситься і роман Томаса Кленсі «Борг честі» (англ. «Debt of Honor»), у якому змодельований приклад взаємодії ЗМІ та уряду США в критичній ситуації. Його розглянемо більш докладно. Переклад ілюстративних контекстів українською мовою – наш. Нагадаємо, що Том Кленсі, розвідник у минулому, відомий своїми творами «Полювання за Червоним жовтнем», «Ігри патріотів», «Кремлівський кардинал», «Ударний підводний човен» та ін. Деякі з них були екранізовані, отримали високу оцінку критиків і політиків. У 2013 році він опублікував роман «Право на остаточне рішення» (англ. «Command Authority»), де передбачив окупацію Криму росією.

Коротко про сюжет роману, вигаданий, але доволі реалістичний. Десь у наш час стосунки між США та Японією різко погіршуються, виникає загроза втрати Сполученими Штатами своїх тихоокеанських володінь. У результаті бойових дій значні пошкодження отримують два авіаносці США, які ставлять в сухий док на тривалий ремонт. Час ремонту оцінюється фахівцями в півроку, що дорівнює програшу у військовому протистоянні. У той же час, один із фахівців флоту пропонує неочікуване рішення: випустити авіаносець у море з одним гвинтом! Швидкість його ходу буде значно зменшена, однак чи потрібна висока швидкість аеродрому, що плаває? Перед урядом США постає завдання зберегти це технічне рішення у таємниці та в той же час довести до ворога відо-

мості про довготривалий ремонт військових кораблів. І тут на боці країни мають виступити ЗМІ. «All is fair in love and war» (у коханні та війні усі засоби згодяться), говорить промовка, тому з урахуванням воєнного часу уряд пропонує вільній пресі відмовитися від основних принципів, які вона сповідує.

Том Кленсі є майстром смислових акцентів, експліцитних та імпліцитних, які він розставляє у текстах. Ми аналізували деякі з творів цього письменника [5; 6] і вважаємо за необхідне більш докладно розглянути «Борг честі» в аспекті уявлення проблеми права і відповідальності ЗМІ під час військового конфлікту.

У творі відзначено ефективність впливу інформації, яку продукує вітчизняна та закордонна преса, на сучасні демократичні уряди. Так, у тексті є розмова між радником президента США з національної безпеки (Джеком Райаном) та журналістом (Бобом Хольцманом) про урядові структури Японії, в якій журналіст наголошував, що падінню попереднього уряду суттєво сприяли публікації в пресі про корупцію.

У романі є і міркування про роль вільних ЗМІ в сучасному світі. «Проблема вільної преси полягає в тому, що вона була загальнодоступна і за два останні десятиліття років перетворилася на таке гарне джерело інформації, що навіть американські спецслужби, коли була необхідність зберегти час, отримували з неї доволі різноманітні дані. Та й публіка стала більш вимогливою, тому американським телевізійним компаніям приходилося постійно покращувати як методи збору інформації, так і її аналіз. Зрозуміло, у засобів масової інформації, як друкованих, так і електронних, були слабкі місця. Збираючи відомості, які намагалися приховати від громадськості, вони занадто поклалися на витік інформації і часто не виявляли достатньої ініціативи для розкриття сенсаційних справ, особливо у Вашингтоні, а для аналізу нерідко залучали людей, які були більш зацікавлені не у фактах, а у вільній інтерпретації подій. Однак, відносно того, що можна побачити своїми очима, телебачення часто діяло краще ніж відмінно підготовлені агенти розвідувальних органів» [7, с. 568].

Цікавим та показовим є діалог представника військового командування з журналістами щодо професійних норм і правил вільної преси та національних інтересів. Обидві сторони мають своє бачення законодавчої бази і відповідальності її дотримання: «Тема наради була такою, що ніхто з присутніх не зможе покинути цю залу повністю задоволенням. Вона почалася з того, що співро-

бітниця Міністерства юстиції роз'яснила зміст закону про шпигунство, що був у Кодексі США під номером 18 розділ 793Е. Закон може застосовуватися до всіх американських громадян і свобода слова та преси не є підставою для його порушення» [7, с. 576].

Представники ЗМІ мали свої погляди на ситуацію і відповідні питання, на які представник військових у притаманній йому манері чесно відповідає:

«– Ви маєте бажання щоб ми вам допомогли у обмані, – заявив один із ветеранів-журналістів.
– Так точно, – кивнув Райан.
– Але у нас професійний обов'язок...
– Усі ви – американські громадяни – нагадав їм Райан. – ... Моє завдання не в тому, щоб забезпечити вам виконання прав, про які ви думаєте. Ні, зараз моє завдання полягає в тому, щоб гарантувати ці права вам і усім іншим громадянам нашої країни. Ви або погоджуєтесь допомогти нам, або відмовляється. Якщо ви погоджуєтесь піти нам назустріч, ми зможемо вирішити завдання легше і простіше, з меншим кровопролиттям. У разі вашої відмови постраждає ще більше людей» [7, с. 576].

Показовим є різне тлумачення положень Конституції США представниками уряду і журналістами:

«– Сумніваюся, що Медісон та інші творці американської конституції передбачали, що преса нашої країни в разі війни буде допомагати ворогу, – зауважила представниця Міністерства юстиції.

– На це ми ніколи не підємо, – запротестував директор телевізійної кампанії Ен-бі-сі. – Але ви бажаєте, щоб ми здійснили дії у протилежному напрямку...

– Пані та панове, у мене немає часу на обговорення конституційних тонкощів. Перед нами в прямому сенсі стоїть вибір життя або смерті. Ваш уряд звертається до вас із проханням про допомогу. Якщо ви відмовитесь надати нам цю допомогу, рано чи пізно вам доведеться пояснити американському народові причини цього рішення» [7, с. 576].

Для того, щоб полегшити вибір між принципами вільної преси і обов'язком перед державою у цій складній ситуації, відповідальність на себе бере представник військового командування. Зауважимо, що у суспільній свідомості захист державних інтересів для військових є пріоритетом, основою служби, і домінує над умовними демократичними принципами преси.

«— Я візьму на себе всю відповідальність. Якщо ви допоможете нам у такій складній ситуації, я збережу це в цілковитій таємниці.

— Тільки не намагайтеся запевнити нас у цьому, — запротестував представник Сі-ен-ен. — Приховати таке не вдасться.

— У цьому випадку вам доведеться пояснити американському народу, що ваші дії були зумовлені розумінням патріотизму... Поміркуйте над моєю пропозицією. Хіба вона якось зашкодить вам? До того ж яким чином про це взнають? Хто ще може розповісти про це?» [7, с. 577].

Автор роману акцентує увагу на «пристосованні» ЗМІ, які все ж таки погоджуються допомагати уряду: «Цинізм журналістів став майже професійною потребою і вони змогли побачити гумор у ситуації, що склалася ... Вони опинилися в складній ситуації, і її вирішення полягало в тому, що їм довелося шукати вихід в якомусь новому погляді на проблему. У цьому випадку представники телевізійних компаній вирішили спиратися на прагматичні чинники. Відмова прийти на допомогу своїй країні, не дивлячись на заяви про принциповість та професійну етику, могла мати дуже помітні наслідки для них, тому що телевізійні аудиторії більше не надавали такого значення моральним чеснотам журналістів. До того ж прохання уряду нескладно було виконати, треба було виявити певну обережність і ніхто не розбереться в тому, що відбулося... Усі п'ять телевізійних менеджерів подивилися один на одного та кивнули.

— Дякую, — промовив радник із національної безпеки. Коли вони пішли, він попрямував до Овального кабінету.

— Ми отримали їх згоду — повідомив він президенту» [7, с. 576].

Після таких консультацій і розпочалася масштабна операція з дезінформації. Про її мету і суть знала обмежена кількість людей навіть серед військових. Автор роману акцентує увагу на тому, що для цих телевізійних трансляцій використовували створену в Сполучених Штатах технологію фонових зображень. «...Техніку такого показу розробили для демонстрації реклами під час бейсбольних матчів. Це була модифікація системи «блакитного екрану», що використовувалася при зйомці кінофільмів. Тепер завдяки новітній комп'ютерній технології це стало можливим в реальному часі...» [7, с. 630].

Кленсі демонструє алгоритм створення репортажу, який стає основою операції, щодо інформаційного впливу на противника. Це не просто дезін-

формація. Мета впевнити його у тому, що «правда правдива». Тобто, що авіаносці дійсно отримали серйозні пошкодження. Причому, «рядові» журналісти не здогадуються, що беруть участь в інформаційній атаці.

Знімальна група виконує звичну для себе роботу. На початку репортер повідомляє глядачам, що їм заборонили показувати пошкодження кораблів, але здається, що вони доволі значні. Ця теза стає ключовою для репортажу: «Ведуча телевізійної компанії Сі-ен-ен почала свою першу пряму трансляцію, стоячи на верхівці сухого доку. Позад неї було видно два величезних атомних авіаносці, що спиралися на дерев'яні стапелі, які нагадували близнят у люльках. Комусь у штабі головнокомандувача, мабуть, добре перепало на горіхи за те, що знімальну групу пустили на верфі... . Передача продовжилася вже з іншого місця, далеко від першого, з іншого боку гавані. Та авіаносці добре було видно за спиною репортерки, яка, в принципі, повторювала одне і те ж, додав лише, що за відомостями, які отримані від добре поінформованих джерел, знадобиться не менше ніж шість місяців, щоб «Стенніс» і «Інерпрайз» змогли знову вийти в море» [7, с. 565].

Різні ракурси, гарна картинка і повторювання певних ключових фраз формують у тих, хто дивиться сюжет, перш за все — у військових, впевненість в існуванні проблем у пошкоджених кораблів. Вона посилюється посиланням на поінформовані джерела. Авторитет агентства CNN, яке має в світі позитивну професійну репутацію, не дає підстав сумніватися, що картинка справжня, а джерело перевірене: «Подумати тільки, пробурчав про себе Райан. Її оцінка часу, який потрібен для ремонту авіаносців, точно відповідала даним, які були в папці на його столі, і на якій чіткими червоними буквами у верхньому правому куті було написано: «Цілком таємно». Мабуть її оцінка навіть точніше, тому що отримана від якогось співробітника верфі, який має достатній досвід робіт у цій величезній ремонтній майстерні» [7, с. 565].

Закріплює правдивість висновків ще одне джерело, не анонімне, а реальне, з відповідним статусом, посадою, досвідом: «Потім виступив спеціаліст-коментатор, на цей раз відставний адмірал, що тепер працював в одному з «мозкових центрів» у Вашингтоні, і який констатував, що відібрати у японців Маріанські острови буде досить складно, а то й узагалі неможливо» [7, с. 566].

Разом із глядачами з різних країн, репортаж дивилися і японці. «Їх фахівці, коли побачили телевізійну картинку зі знятими гребними гвин-

тами, заявили, що американські авіаносці не вийдуть із доку мінімум 5 місяців. Вони зраділи, коли почули, що репортерка сказала про «шість» місяців, спираючись на думку когось неназваного працівника верфі» [7, с. 627]. Таким чином мета інформаційної операції була досягнута саме тоді, коли репортаж схилив до необхідного висновку експертів ворога.

Зазначимо, що демократичні суспільства і представники вільної преси завжди боялися і чинили спротив можливості впливу держави на свободу слова. Твір Т. Кленсі демонструє, що це можливо, але це не призводить до помітної втрати авторитету ЗМІ, бо вони виступають як патріоти, що допомагають своїй країні та зберігають життя багатьох співгромадян. Тобто імідж журналістів у суспільній свідомості врятовано і, навіть, зміцнено.

Висновки. Маскульт продукує не тільки позитивні образи журналістів та засобів масової інформації. Є в творах і нав'язливі представники «жовтої преси», і «продажні» писаки, і підступні та корисливі медіамагнати. Але всі вони сприймаються як виключення, є негативними персонажами, яких, зазвичай, споживач не любить і засуджує. У масовій свідомості превалює позитивний образ «ЗМІ вільного світу» та їх представників, до створення якого ефективно докладається масова культура. У результаті виникає некритичне сприйняття

будь-якої інформації, що продукують такі ЗМІ. Особливо це помітно в країнах, які стали на шлях побудови демократичних суспільств, зокрема і в Україні. Як зразок застосування аксіоми про високий авторитет західних засобів масової інформації наведемо текст в «Детектор медіа»: «Медіа, що транслюють прокремлівську риторику, поширюють інформацію про те, що західні ЗМІ нібито працюють під реальним військовим контролем і отримують інструкції від спецслужб. Вони посиляються на слова Дмитра Пескова, який заявив, що західні медіа «живуть під справжньою військовою цензурою», підкресливши, що отримують вказівки від розвідки». Це – фейк. На кейс звернули увагу фактчекери EUvsDiSiNFO. Вони повідомляють, що у демократичних країнах ЗМІ не керуються та не цензуються урядом чи будь-якими його інституціями, включно з військовими. Отож це твердження неправильне. За даними «Репортерів без кордонів», країни з найбільшою свободою преси та свободою слова – це країни, які часто називають «західними», серед яких переважають європейські країни, а також Канада та Сполучені Штати...» (Детектор медіа. 10.08.23) Як свідчить приклад розглянутого нами твору Томаса Кленсі, не завжди треба беззаперечно довіряти навіть вільній пресі, особливо в період криз та інформаційних протистоянь, що притаманні нашому часу.

Список літератури:

1. Буроменський М., Штурхецький С., Білз Е., Бетц М., Шюпп К., Казанжи З. Журналістика в умовах конфлікту: передовий досвід та рекомендації : Посібник рекомендацій для працівників ЗМІ. К. : «Компанія ВАІТЕ», 2016. 118 с.
2. Журналістика конфлікту. Посібник Росса Говарда, виданий організацією Міжнародна Підтримка Медіа (International Media Support (IMS) та IMPACS. URL: <http://www.mediasupport.org/wp-content/uploads/2012/11/ims-csjhandbook-2004.pdf>
3. Константинок Світлана. Американська масова культура як глобальний інструмент впливу. *Медіафорум: аналітика, прогнози, інформаційний менеджмент*: зб. наук. праць. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2022. Том 11. С. 219–234.
4. Пархитько О. В. Особливості створення образу журналіста в «гарячій точці» в кінематографі. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. Том 32 (71). № 1. Ч. 3. 2021. С. 198–207.
5. Семенюк О.А., Білоус В.Б. Апологія зради, або реалізація концептів «особистість» та «батьківщина» в романі Т. Кленсі «Полювання за «Червоним жовтнем». *Література. Фольклор. Проблеми поетики* : зб. наук. праць. Вип. 29. Ч. 2. К. : Твім інтер, 2010. С. 69–80.
6. Семенюк О.А., Білоус В.Б. Мовні засоби створення образу ворога в романі Т. Кленсі «Debt of Honor». *Сучасні дослідження з іноземної філології*: зб. наук. праць. Випуск 9. Ужгород : ПП «Графіка», 2011. С. 419–425.
7. Clancy Tom. Debt of Honor. (1995). URL: <https://cdn.preterhuman.net/texts/literature/general/Clancy.Griffin.Koontz/Clancy,%20Tom/Clancy,%20Tom%20-%20Debt%20Of%20Honor.pdf>

Semeniuk O. A., Bilous V. B. RIGHT AND RESPONSIBILITY OF JOURNALISTS AS REFLECTED IN THE MIRROR OF WESTERN MASS CULTURE

The image of press and pressmen, the perception of professional ethics and the role of the mass media in the West are actually created by many factors. Dominant among them is the activity of this social institution itself, but we cannot forgo the role of fiction and films as production of mass culture, which to a certain extent have added to the creation of positive image of representatives of mass media in the society. Mass culture is named the social phenomenon of XX century, its researchers stress its ability to manipulate human conscience, to create social values and public figures etc.

The aim of this article is the analysis of a collective image of mass media and journalists as created by mass culture and which influences the evaluation of the society of the real mass media. Writers and filmmakers were focusing their attention on the right of journalists to convey to their audience the actual true-to-life information, even if it does not suit the government position or access to which is limited or restricted at the time of a military conflict. They kept reminding the society about the danger of concentrating “the information resource” and placing it at chosen hands, the possibility of the mass media owners to form the opinion of the society, to push the country towards armed conflicts; envisaged a possible pressure of the state on the freedom of speech and the rights of the free press.

Journalists, described in their works, by all means strive to keep to rules and canons of their profession; they are often depicted as positive characters, sometimes even as superheroes. For the mass conscience, partly due to the influence of the works of mass culture, dominant is a positive image of “the mass media of the free world” and their representatives, which as often as not helps non-critical perception of any information, provided by such sources of mass information. Though, as experience proves, even the free press ought not to be totally and completely trusted, especially at times of crises and information conflicts, so characteristic of our times.

Key words: *rights and responsibilities of a journalist, mass culture, free press, situation of a crisis, Tom Clancy, image of a journalist.*