

УДК 791:316.77

Єрьомін М.Б., ДонНУ

УНІВЕРСАЛЬНІСТЬ КІНЕМАТОГРАФУ У МІЖНАРОДНІЙ ПОЛІТИЧНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

У статті йдеться про необхідність вивчення універсальності певних компонентів аудіовізуальних медіа, і у першу чергу – кінематографу, як чинника та можливого інструменту у міжнародній політичній комунікації. Наголошується на недостатній вивченості цієї проблеми у контексті політичних наук, через що існують певні складнощі у формулюванні саме політичних складових міжнародної комунікації, наявної у випадку з кінематографом. Наводяться приклади такого впливу, присутні як в історичному дискурсі, так і у сучасності. Пропонується низка термінів-концепцій, серед яких – універсальний код кінематографу як певна універсальна інформаційна складова аудіовізуальної продукції, яка зрозуміла без залежності від текстового наповнення.

Ключові слова: міжнародна політична комунікація, кінематограф, універсальний код кінематографу, аудіовізуальний контент.

До того, як опинитись у центрі міжнародного політичного життя, політик здебільшого набуває відомості у своїй країні. Але бувають такі випадки, коли принаймні обличчя політичного діяча викликає вже у міжнародній аудиторії почуття чогось знайомого і тим самим, підсвідомо, викликає довіру чи, принаймні, зацікавленість. Так, скажімо, обличчя Дональда Трампа останнім часом майорить майже у всіх новинах світу – адже вибори у США є досить вагомим інформаційним приводом. Але міжнародний глядач таких новин може згадати що вже десь бачив Трампа, – і буде правий. Бачив, і це могли бути зовсім не новини, – майже кожні новорічні свята, коли по українському телебаченню, як і по телебаченню будь-якої країни досить легко знайти фільм «Один удома 2: Загублений у Нью-Йорку» (Home Alone 2: Lost in New York, реж. Кріс Коламбус, автор сценарію – Джон Х'юз, 20th Century Fox, Hughes Entertainment, 1992), де майбутній кандидат у президенти зіграв невелику роль фактично самого себе, показуючи головному герою, як пройти до вестибюлю готелю, який йому ж і належить. І це не єдина роль Дональда Трампа у кіно – його акторська фільмографія налічує щонайменше 20 появ у художніх фільмах та серіалах і безліч – у документальних фільмах [7]. І Трамп не єдиний кандидат у президенти, який з'являвся у художніх кінострічках, – так, сенатор Джон МакКейн має акторську фільмографію у щонайменше 4 пункти [11].

Чи є якась причина, чому поважні кандидати у президенти були зовсім не проти з'явитись у розважальних телешоу та легковажних комедіях на ролях третього плану? Напрошується припущення, що така поведінка є можливістю заздалегідь наголосити на своєму існуванні, створивши певну превентивну міжнародну комунікацію. Досить можливо що й політичну. Важко сказати однозначно, чи впливають на міжнародний імідж політика такі акторські появи. Певна можливість цього не виключається, однак, слід зазначити, що кінематограф, як і культура в цілому, може надавати своє власне значення таким з'явленням політиків як частині інформаційної складової стрічки чи певного культурного коду. Можна навіть сказати, що у одиницях такого коду прослідковується певна універсальність – тлумачення можуть бути кардинально протилежними, але така поява політика як структурної одиниці стрічки може задовольнити інтереси самого політика, творців аудіовізуального контенту та аудиторії, ефективно слугуючи багатофункціональним структурним елементом у комплексі творчого доробку.

Головним завданням цієї статті є підкреслити певну універсальність кінематографу у якості чинника та результату політичної комунікації, намітити можливості та необхідність подальшого дослідження впливу аудіовізуального контенту на міжнародне політичне життя, а також наголосити на впливі на міжнародні політичні комунікації певного *універсального коду кінематографу* – зрозумілої переважно поза текстологічною основою фільму інформаційній складовій. Втім, щоб визнати існування такого коду, також варто зауважити,

що така універсальна інформаційна кодова складова зовсім не тотожна всьому аудіовізуальному твору та складному комплексу інформаційно-емоційних сполучень, притаманних майже кожному такому твору.

Беззаперечно, інтегрально потрібним для будь-якого наукового дослідження, важливим для обґрунтування його наукової новизни, є ознайомлення, а потім і ретельне дослідження ступені вивченості проблеми. У той час як загалом проблема міжнародної комунікації була досліджена неодноразово, конкретний аспект впливу кінематографу як специфічного виду такої комунікації, а надто як певного універсального коду, до цього часу можна було вважати *terra incognita*. Публікації, що мали відношення до зазначеної проблеми, здебільшого носили оглядовий характер або являли собою ситуативний вияв.

Більш професійно-орієнтована література, яка комбінує аспекти міжнародних відносин з теорією популярних жанрів, представлена декількома роботами, зокрема монографією Ю. В. Романенко [6]. Хоча обсяг літератури, вивченої в процесі дослідження, важко назвати малим, інформативність наявних праць стосовно заявленої теми досить низька, переважно це література взагалі з геть інших наукових площин, ніж ті, що зазвичай використовуються у міжнародних політичних дослідженнях. Важким аспектом у цьому сенсі було утриматись від культурологічних нашарувань, вивільнивши з-під них конкретику про наявні факти міжнародних комунікацій, теорії та прогнози, які дійсно мають відношення до актуальних аспектів та проблематики цієї статті.

Слід одразу зазначити, що кінематограф у міжнародних відносинах зазвичай відносять до так званої «м'якої сили» (тобто такої сили, яка змушує інших прийняти мету актора як свою власну) але ми з обережністю ставимося до цієї концепції, запропонованої Джозефом Наєм [14, с. 234]. Серед основних причин цього є те, що розгляд кінематографії з точки зору м'якої сили нівелює певне самостійне значення кінематографу у якості комуніканту, визнаючи його лише окремим аспектом культури та її впливу. Такий підхід міг би зашкодити розгледіти інші процеси, які так чи інакше створюють комунікацію специфічного виду за допомогою конкретно аудіовізуальної продукції. Безумовно, вплив універсального коду кінематографу на м'яку силу держав теж потребує вивчення, але на ранніх етапах дослідження, на яких ми досі знаходимось, тему не було достатньо виокремлено, щоб говорити про такі досліди.

Велику роль у дослідженні зіграли, перш за все, емпіричні джерела. У той час, як за зазначеною проблематикою існує небагато документів (надто міжнародних і не тільки правових актів, матеріалів органів виконавчої влади) та статистичних даних, матеріали засобів масової інформації, джерела особового походження, енциклопедичні видання та бази даних (переважно – електронні) і, особливо, аудіовізуальні джерела мали вирішальне значення для дослідження, хоча б вже й тому, що досить рідко використовуються нині у науковій площині.

Велике значення для повноти джерельної бази дослідження має Інтернет, на деяких сайтах якого вже певною мірою систематизовані дані з теми. Але ця систематизація, зазвичай, не передбачає глибокого аналізу, а лише накопичення та первинну систематизацію інформації про фільми. Оскільки йдеться про, переважно, суб'єктивний аналіз фільму, то інформацію доводиться «збирати по крихтах». У таких умовах також допомагають веб-сайти енциклопедичного-довідкового спрямування (напр. Вікіпедія різними мовами) та бази даних, серед яких найбільш важливою з питань кінематографу є IMDb (Internet Movie DataBase) [9].

Щоб повною мірою використати ці джерела, у якості технологічної основи дослідження було визначено аналіз з точки зору інформаційних міжнародних відносин, яким охоплено декілька сотень фільмів обраних жанрів, як загальновідомих та визнаних, так і більш локальних, а також «культових», тобто визнаних знаковими певними групами людей, але менш відомих широкому загалу.

На різних етапах дослідження використовувались елементи таких наукових практик як експрес-опитування, польове дослідження, елементи контентного та івентного аналізу, але у якості основної методики наукової роботи було обрано логіко-інтуїтивний аналіз, – традиційну дослідницьку практику, по ходу якої створюється модель досліджуваної ситуації, чи, як у нашому випадку, процесу, складної, специфічної комунікації. Ця модель

конструюється на основі систематизації змістовних понять, щільно пов'язаних з предметною специфікою досліджуваного явища та емпіричним масивом інформаційних даних, що до нього відносяться. Такими у нашому випадку виступають праці кінокритиків (та інша спеціалізована література), анонімні джерела, коментарі кіноманів та, безперечно, самі фільми.

Ще однією причиною того, що була обрана саме така метода дослідження може бути названа схожість інтуїтивно-логічного аналізу з деякими підходами кінокритики та культурології, а отже, певну зручність при послідовному викладенні інформації у рамках аналізу та відсутність необхідності в ускладненні процесів обробки інформації на цьому етапі дослідження, досі близькому до початкового, якщо враховувати ступінь вивченості проблеми.

Саме по собі поняття «міжнародна комунікація» не здається новим і є, на перший погляд, добре вивченим. Однак, у розумінні багатьох людей воно постійно плутається з поняттям *міжкультурна комунікація (cross-cultural communication)*, яке насправді, не так добре знане, як хотілося б людям, з точки зору одразу декількох дисциплін гуманітарних наук. Специфіка досліджень на тему *комунікацій* настільки велика, що існують окремі публікації на тему тлумачень цього поняття у вітчизняних дисертаційних дослідженнях [5, с. 24-29]. Однак, ці дослідження переважно лише констатують, що «комунікація», надто «міжнародна», є таким собі *квазі-концептом*, поняттям, дефініція якого ще не сформувалася остаточно за роки та навіть десятиліття досліджень, але процес формування настільки явний, що стає майже очевидною необхідність не лише формування нової термінології, а й те, що з часом квазі-концепт можна буде конвертувати у концепт легітимний [10, с.10]. У цій статті використовується низка квазі-концепцій, до яких можна віднести як і самі поняття комунікації, міжнародної та міжкультурної, так і поняття універсального коду у кінематографі. Така позиція може бути пояснена тим, що якщо трактувати поняття комунікації з позиції якоїсь однієї конкретної наукової дисципліни, можемо впустити щось важливе, відфільтрувавши те, що, врешті-решт, прийнято називати науковою новизною. Логіко-інтуїтивний аналіз дозволяє зосередитись не лише на описі, він дозволяє захопити потокову природу явищ, яка все одно не потребує додаткової фільтрації в умовах поки що недостатньої вивченості питання з точки зору конкретної дисципліни – теорії міжнародних відносин. Хоча така позиція може здатися науковим аналогом сюрреалізму, який вносить хаотичний, дестабілізуючий елемент, в цілому вона є досить розповсюдженою майже у будь-якій гуманітарній дисципліні в умовах пост-постмодернізму.

Можливості кінематографу як чинника *міжнародної політичної комунікації* дуже розгалужені і простягаються одразу у декількох площинах. Не дивлячись на те, що з усіх мистецтв «десята муза» одна з наймолодших, окремі можливості для впливу на міжнародні події у кінематографу значно ширші ніж у більш давніх видів мистецтва – живопису, музики, літератури тощо. Причина цього полягає в унікальній масовості кінематографу. Така масовість з'явилася з самого початку, адже те, що кіно було нічим, давало величезні можливості не лише для експорту стрічок з мінімальною їх деформацією, але і, що значно важливіше, для обміну талантами – так, Голівуд значно ширше використовував акторів з інших країн (таких як німці Еміль Янінгс та Конрад Вейдт) у своїх стрічках до появи звуку. Після того багато з «легіонерів» були вимушені знову осісти у рідних країнах чи змиритися з певними ампулами (скажімо, Вейдту доводилося грати не просто німців, а нацистів [1]). Тим не менш, поступово, процес набуття кінематографом справжньої міжнародної ваги активізувався з новою силою у 30-х та 40-х рр. XX ст. і значно прискорився через вплив Другої світової війни.

На фоні біполярного поглиблення міжнародних зв'язків у 1950-х та початку холодної війни закордонний кінематограф став ретельно добиратись з обох боків. Так, революційний у технічному відношенні експериментальний фільм Жака Таті «Час розваг» (Playtime, реж. Жак Таті, автор сценарію Жак Таті спільно з Жаком Лагранжем, додаткові діалоги англійською Арта Бухвальда, Specta Films (Франція), Jolly Film (Італія), 1967) до американського кінопрокату потрапив тільки у 1973 році [16, с. 38]. Досить ймовірно, що демократичний за своїм спрямуванням фільм (у якому глядач фактично сам мав право вирішувати – звертати йому увагу на задній план чи на передній) викликав недовіру американських прокатників

через той факт, що у 1969 році він став срібним призером міжнародного Московського кінофестивалю [15].

Тенденція зберігалась до 80-х рр. включно. Не лише самі фільми, а й вирвані з контексту фрагменти могли стати ідеологічною зброєю, як це було з деякими сценами фільму «Термінатор» (*The Terminator*; реж. Джеймс Камерон, автори сценарію – Джеймс Камерон та Гейл Енн Херд, додаткові діалоги – Уільям Вішер, Hemdale Film та Euro Film Funding, Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії, Pacific Western та Cinema 84, США, 1984), використаним у радянській телепрограмі «Світ та молодь» [4]. Парадоксальність цього випадку могла б стати хрестоматійним випадком атипової, специфічної міжнародної політичної комунікації – сцени жахливого пост-апокаліптичного майбутнього, показані у фільмі як застереження щодо можливої ядерної війни, були видрані з контексту і продемонстровані у якості уявлень молоді Америки про своє майбутнє. Тим не менш, це теж зіграло парадоксальним чином роль застереження щодо ядерної війни. Цей приклад підкреслює той факт, що кінематограф може стати не лише об'єктом полеміки у міжнародних відносинах, але і, як це не дивно, власне засобом, причому багаторазовим – метафорично це можна поєднати з бумерангом який було вдало зловлено доки він не долетів до цілі та відправлено у того, хто його запустив, не дивлячись на те, що його повернення і так очікувалося – лише не в тій формі. Порівняння з бумерангом показує ще й тому, що бумеранг – це, перш за все, зброя. З одного боку – застаріла, а з іншого – напрочуд живуча, у тих чи інших формах використовується і у наш час.

Хотілося б навести ще один конкретний приклад «неконтрольованого бумерангу» міжнародної політичної комунікації, вже з пост-біполярного міжнародного середовища – скандально відомий фільм «Інтерв'ю» (*Interview*; реж. Еван Голдберг та Сет Роген, автор сценарію – Ден Стерлінг за сюжетом Евана Голдберга, Сета Рогена та Дена Стерлінга, Columbia Pictures спільно з LStar Capital та Point Grey Pictures США, 2014). Видається досить дивним той факт, що величезний резонанс та реакцію він викликав у Північній Кореї, де Інтернетом користується мізерна частина населення [8] і де стільки ж знає іноземну мову на достатньому рівні. Проте, маючи на увазі певні маловідомі факти про цю країну і її лідерів, все видається куди більш зрозумілим – батько нинішнього диктатора КНДР, Кім Чен Ір, був великим шанувальником кінематографу, серед улюблених фільмів якого були: «Звіяні вітром» (*Gone With The Wind*; реж. Віктор Флемінг, Джордж Кьюкор, Сем Вуд, Девід О. Селзнік та Уільям Камерон Мензіс (усі окрім першого не вказані в титрах), автори сценарія Сідней Говард, Олівер Х.П. Гарретт, Бен Хект, Джо Сверлінг, Джон Ван Друтен (усі окрім першого не вказані в титрах; за романом Маргарет Мітчелл), Selznick International Pictures сумісно з Metro-Goldwyn-Meyer (MGM, США), 1939); «Хрещений батько» (*The Godfather*; реж. Френсіс Форд Коппола, автори сценарію Маріо Пьюзо та Френсіс Форд Коппола (за романом Маріо Пьюзо), Paramount Pictures та Alfran Productions (США), 1976); «П'ятниця 13» (*Friday The 13th*; реж. Шон С. Каннінгем, автор сценарію Віктор Міллер, Paramount Picture, Warner Bros., Georgetown Productions Inc., Sean S. Cunningham (США), 1980); «Рембо: Перша кров» (*The First Blood*; реж. Тед Котчєфф, автори сценарію Майкл Козолл, Уільям Сакгейм та Сільвестр Сталлоне (за романом Девіда Морелла), Anabasis N.V. та Elcajo Productions (США), 1982); «Амістад» (*Amistad*; реж. Стівен Спілберг, автор сценарію Девід Франзоні), DreamWorks SKG спільно з Home Box Office (НВО, США), 1997); «Фредді проти Джейсона» (*Freddy vs. Jason*; реж. Ронні Ю, автори сценарію Демієн Шеннон та Марк Свіфт (за персонажами Уеса Крейвена та Віктора Міллера), New Line Cinema, Avery Pix, Crystal Lake Entertainment, Sean S. Cunningham Films, WTC Productions та Yannix Technology Corporation (США та Канада) спільно з Cecchi Gori Group Tiger Cinematografica (Італія), 2003) [12]. До того ж, Кім Чен Ір особисто був не лише шанувальником кінематографу (здебільшого - американського), а ще й його теоретиком, видавши у 1987 році книгу «Про мистецтво кінематографу» [13]. Досить логічним є те, що його син був здатен інтерпретувати трейлер фільму дець на тому ж рівні, що й пересічний американський глядач і змушений відреагувати. У даному випадку не важливо

те, була запланована така реакція, чи ні – важливими видається сам факт *сталого політичного комунікації* з певним результатом, яка спрацювала б так без залежності від планів.

Наведений нами вперше у доповіді «Про необхідність системного вивчення кінематографу як чинника міжнародної політичної комунікації» [2, с. 152-153] квазі-концепт *«неконтрольованого бумерангу» міжнародної політичної комунікації* є лише одним з багатьох можливих результатів міжнародної політичної комунікації, проте, нажаль, найбільш розповсюдженим в умовах неухаги до такого явища компетентної наукової спільноти з різних гуманітарних наукових дисциплін, а надто – наук політичних. Явище це потребує вивчення ще й тому, що цензура показує себе все більш застарілим і неефективним методом контролю за розповсюдженням аудіовізуальних творів у часи Інтернету, який поступово стає одним із основних джерел таких творів. Науковий підхід, таким чином, має прийти на допомогу не тільки і не стільки державним інститутам, скільки саме виробникам та аудиторії продукції, якими, без перебільшення, є більша частина світу. Має певне значення також і той фактор, що «популярна» культура та більш «висока», часто апелюючи до різних формацій населення, впливають докорінно на одні й ті ж процеси, змінюючи таким чином становище в міжнародному масштабі досить таки споріднено. Така спорідненість у аудіовізуальному контенті найбільш наявна через величезну кількість як людей, які приймають участь у знімально-виробничому процесі, так і культурних нашарувань, кількість яких може бути ледь не безмежною навіть в одному, конкретно взятому, фільмі.

І якщо книжкам традиційно відводиться роль носіїв інформації, а вже в другу чергу – емоційної складової [3, с. 56], то фільмам, навпаки, досить часто пробачають нерелевантну, іноді й просто відсутню інформаційну складову, якщо емоційний компонент працює вірно з точки зору більшості аудиторії. Хоча в обох випадках безсумнівно бувають інвертації, мова тут йде не про них, а про той факт, що емоція сама по собі є потужною підставою пробачати нерелевантність інформації, що, безумовно, може бути використано з будь-якими цілями. Ключовим аспектом у таких умовах стає не лише правильне (само)виховання режисерів, які повинні мати чітке усвідомлення про емоції, що їх викликає у глядача стрічка, а й пропорційне підняття рівня інформованості серед населення, яке є досить складною задачею, враховуючи що більшість глядачів сприймає фільм не як великий виробничо-культурний комплекс, а як розважальний відео-продукт, ставатись до якого серйозно вважається іноді навіть за дещо, що повинно викликати сором. Між тим, навіть «несерйозний» аудіовізуальний продукт за певних обставин може мати катастрофічні наслідки у міжнародному масштабі, а отже потребує серйозного до себе ставлення, вивчення з усіх точок зору – надто, з точки зору політичних наук, які мають необхідні знання щоб віднайти методи використання та тлумачення кінематографу і похідних від нього медіа. Похідних, яких зараз, у епоху Інтернету стає все більше, що дає змогу казати про розквіт так званого «new media», інтерактивного аудіовізуального контенту, який прямо залежний від глядача і його рішень. І саме потенційна можливість такого використання, як і протидії йому у випадках явної і неявної пропаганди та інших випадках зловживання, повинна й надалі штовхати дослідження у цьому напрямку, адже неконтрольоване використання чого завгодно, здібного здійснювати масовий вплив, з великою вірогідністю призводить до результату, який не є хоча б на якусь частину безпечним. Надто – у світі великої політики.

Використана література:

1. Григорьев В. Конрад Фейдт – Человек, с которого рисовали Джокера [Електронний ресурс] / В. Григорьев. – Режим доступу: <http://www.emperorjoker.com/2007/08/17/jfilms-1/>
2. Єршомін М. Б. Про необхідність системного вивчення як чинника міжнародної політичної комунікації. У кн.: Пріоритетні напрямки розвитку суспільних наук у ХХІ столітті: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, м. Херсон, 26-27 лютого 2016 р. / М. Б. Єршомін – Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2016. – С. 150-152.
3. Книги працюють на українську дипломатію // «Зовнішні справи». – 2013. – №1 – С. 56

4. Первый "показ" Т1 по ЦТ (Центральному Телевидению) СССР! [Электронный ресурс] / Терминаториум // Режим доступа: <http://wap.terminatorium.borda.ru/?1-1-0-00000042-000-0-0>
5. Петрушкевич М. Тлумачення поняття "комунікація" у вітчизняних дисертаційних дослідженнях: стаття третя / М. Петрушкевич // Наукові записки: [зб. наук. пр.] / [редкол.: Кралюк П. М. (відп. ред.) та ін.]. - Острог: Острозька Академія. - Вип. 13 (Філософія). - 2013. - С. 24-29.
6. Романенко Ю. Смыслопродуктування в масовій відеопродукції (бойовики, жахи, еротика, порнографія) // Ю.В. Романенко - К.: Знання, 2004. – 360 с.
7. Donald Trump (I) [Электронный ресурс] / Internet Movie Database // Режим доступа: <http://www.imdb.com/name/nm0874339/reference#actor>
8. Evans S. Why did North Korea's internet go down? [Электронный ресурс] / Evans, Stephen. BBC News, Seoul, 23 December 2014 // <http://www.bbc.com/news/world-asia-30586940>
9. IMDb [Электронный ресурс] / Internet Movie Database // Режим доступа: <http://www.imdb.com/>
10. Jenson J., Harrison D. Social innovation research in the European Union. Approaches, findings and future directions. Policy Review. // Written by Prof. Jane Jenson and Prof. Denis Harrison; supervised by Heiko Prange-Gstöl with editorial assistance from Eva Szell and Catherine Lemaine . – Luxembourg: Publications Office of European Union, 2013 – P.10
11. John McCain (I) [Электронный ресурс] / Internet Movie Database. – Режим доступа: <http://www.imdb.com/name/nm0564587/reference#actor>
12. Kim Jong-il – Biography / [Электронный ресурс] / Internet Movie Database. – Режим доступа: <http://www.imdb.com/name/nm0453535/bio>
13. Kim, Jong-Il On The Art of Cinema / Kim Jong-II. – Pyongyang: Foreign Languages Publishing House, 1989 – 475 p.
14. Nye, J. Bound to Lead: The Changing Nature of American Power / J. Nye - New York: Basic Books, 1990 – 336 p.
15. Playtime – Awards [Электронный ресурс] / Internet Movie Database. – Режим доступа: <http://www.imdb.com/title/tt0062136/awards>
16. Rosenbaum J. Movies as Politics / J. Rosenbaum. – Berkeley: University of California Press, 1997 – 350 p.

Ерёмин Н. Б. *Универсальность кинематографа в международной политической коммуникации.*

В статье идет речь о необходимости изучения универсальности определенных компонентов аудиовизуального медиа, в первую очередь – кинематографа, как фактора и возможного инструмента в международной политической коммуникации. Отмечается недостаточная изученность этой проблемы в контексте политических наук, из-за которой имеется определенная сложность в формулировке именно политических составляющих международной коммуникации, существующей в случае с кинематографом. Приводятся примеры такого влияния, присутствующие как в историческом дискурсе, так и в современности. Предлагается ряд терминов-концепций, среди которых – универсальный код кинематографа как определенная универсальная информационная составляющая аудиовизуальной продукции, которая понятна безотносительно текстового наполнения.

Ключевые слова: *международная политическая коммуникация, кинематограф, универсальный код кинематографа, аудиовизуальный контент.*

Yeromin M. B. *Universality of movies in the international political communication.*

Article dwells on the need of studying of universality of certain components of audiovisual media, first of all movies, as a cause and possible instrument of international political communication. Emphasized is the insufficient level of research of that very problem in the context of political studies, which ensures certain difficulties in formulating political components of the international political communication evident in the case of movies. Examples of such an influence

are presented in the article both through historical discourse and modern times. Proposed is the string of concept terms among which a universal code of movies – a certain informational component of audiovisual productions, which is understandable independently of its textual basis.

Keywords: *international political communication, movies, universal code of movies, audiovisual content.*