



УДК 316.774:791.41(73):(100:477)



Оксана Балун,
кандидат історичних наук,
доцент видавничої справи та редагування
видавничо-поліграфічного інституту НТУУ "КПІ"

Інформаційні закладки в голлівудських фільмах як засіб формування негативних стереотипів про Україну

За допомогою аналізу інформаційних складників американських телевізійних та художніх фільмів розглянуто поступове створення нових стереотипів — "українська мафія" та ототожнення України з тероризмом.

Ключові слова: інформаційні закладки, інформаційні війни, стереотип, кінопродукт, маніпуляція свідомістю.

Інформаційна безпека кожної держави залежить від уміння вчасно виявляти потенційні інформаційні загрози. Одним із інструментів початкового або підготовчого етапу інформаційної війни є інформаційні закладки. Цей термін не часто вживаний як у науковому колі з соціальних комунікацій, так і серед фахівців сфери публік рилейшнз, політологів, журналістів; у словниках його також поки немає. Одним із перших це визначення застосував спеціаліст з інформаційних війн, керівник дослідницького проекту "ReputationLab" А. Кашпур. Згідно з його думкою, інформаційні закладки — це своєрідні мінні поля, завдання яких — стримати пересування ворога та підготувати ґрунт для майбутньої атаки [1]. Ця технологія доволі проста: на різноманітних інформаційних ресурсах упродовж певного проміжку часу уміщують сфальшовану негативну інформацію стосовно певного об'єкта, згодом, у день "Х", увесь обсяг розрізнених відомостей об'єднують у чималу хвилю "чорного піару". Російський журналіст, фахівець з інформаційних війн Д. Терехов (якого вбито у 2013 році) також послуговувався терміном "інформаційні закладки". Активіст обрав чітку громадянську позицію щодо захисту населення від негативного впливу інформаційних війн та був ініціатором законопроекту, реалізація якого сприяла би боротьбі з інформаційними закладками. На його думку, потрібно створити спеціальні саморегульовальні органи в системі ЗМІ на кшталт цензури, які мають виконувати функції щодо виявлення та знешкодження інформаційних закладок у засобах масової інформації та будь-яких медіа-продуктах, зокрема фільмах, телевізійних передачах тощо [2].

Характеризуючи інформаційні закладки, А. Кашпур та Д. Терехов не наводили чіткого їх визначення, а здебільшого окреслювали наслідки дії цієї технології. На нашу думку, інформаційна закладка — це інструмент інформаційної війни, який застосовується на її початковому етапі. Мета закладки — поступова зміна громадської думки стосовно об'єкта атаки. Сенс технології полягає в тому, щоб людина підсвідомо сприймала навіювані маніпулятором думки як власні, що, зрештою, має забезпечити бажані типи поведінки.

У середині 1990-х років дослідники маніпуляцій зі свідомістю багато уваги приділяли зв'язкам між установками та ефективністю переконання. Д. Роскос-Евольдсен запропонував модель, яка демонструє транзактну взаємодію між успішністю переконання і доступністю установок. Дослідник вважає, що з більшим ступенем імовірності впли-

ватимуть на сприйняття медіаінформації такі типи установок, до яких найлегше дістатися через пам'ять індивіда [3].

На нашу думку, доступні установки найефективніше формуються через інформаційні закладки у кінопродукції. Саме кіно є ідеальним засобом ведення інформаційної війни. У кінопродукції використовують два види інформаційно-психологічного впливу: відкритий та прихований. Інформаційні закладки зазвичай застосовують для прихованого впливу, головна мета якого — поступове, ненав'язливе формування бажаної громадської думки щодо конкретної проблеми або певної держави. Створюються асоціативні ряди, наприклад Росія—горілка—мафія, Ірак—мусульманство—тероризм, Франція—вишуканість—романтика.

Сьогодні США, за допомогою власної кінопродукції, є лідером експорту ідеології, пропаганди, світосприйняття, що дозволяє маніпулювати масовою свідомістю, формувати необхідні стереотипи. Донедавна Україна не входила до сфери зацікавленості Голлівуда. Однак останнім часом нашу державу позиціонують в американській кінопродукції здебільшого негативно. Постає закономірне запитання, чим викликано такий інтерес до України з боку американських кінематографістів?

Відповідно, метою дослідження є виявлення інформаційних закладок про Україну в американських художніх і телевізійних фільмах, аналіз їхніх інформаційних елементів та складання типології згадувань.

Німецький теоретик кіно З. Кракауер вважав, що цей вид мистецтва має дві функції — відобразити навколишню реальність і створювати нову. Американський Голлівуд, як ніхто інший, уміє маніпулювати підсвідомістю індивіда. США утримують позицію світового лідера з виробництва кінопродуктів, які є засобом поширення американського культурного імперіалізму. Один із провідних ідеологів зовнішньої політики США З. Бжезинський не лише не заперечував, а й відкрито стверджував, що американська маскультура забезпечує Сполученим Штатам такий політичний вплив, з яким не може зрівнятися жодна держава світу [4]. Спецвідділи ЦРУ, ФБР, Пентагону закладають у сценарії фільмів ідеологічну базу та вигідну для інтересів США реальність. Звісно, окрім державних установ, існують впливові громадські організації, які пропагують власні інформаційні цінності, про що писав український дослідник, професор М. Сенченко [5].

До моменту розпаду Радянського Союзу для більшості американців слова "СРСР—Росія—більшовизм—КДБ" були

синонімами і викликали жах. У голлівудських фільмах домінував зібраний образ ворога: комуніст-агент КДБ. Після розпаду СРСР цей стереотип тимчасово не використовували і в кіно панувало ідеологічне затишшя. Проте у середині 1990-х років Голлівуд активізувався, створюючи фільми про Росію та її вихідців. Образ росіянина переважно був негативним — такий собі злодій, мафіозі. Це фільми "Чесна гра" (1995), "Золоте око" (1995), "Багряний приплив" (1995), "Поламана стріла" (1996), "Стирач" (1996), "Святий" (1997), "Літак президента" (1997), "Миротворець" (1997), "Ворожі води" (1997), "К-19" (2002), "25-та година" (2002) та багато інших. Українців здебільшого сприймали як вихідців з Росії, тому окремого образу наші співвітчизники майже не мали. Згідно з оцінкою російського видання "Forbes", імідж росіянина-кінозлодія у середині 1990-х зумовлено двома причинами: недовірою офіційного Вашингтону до демократичних реформ в Росії та побоюванням, що нова країна, звідки вийшли невідомі світу бандити і багатії, виявиться небезпечнішою за стару [6].

Восени 2014 року Голлівуд презентував три художні стрічки, лейтмотивом яких було твердження, що страшніше від російської мафії нічого не існує. Йдеться про фільми "Праведник", "Джон Уїк", "Людина листопада". Оглядачі британського видання "The Guardian" проаналізували ці картини і дійшли висновку, що у підсвідомості глядача російський бандит небезпечніший за терориста. Росіяни викликають у глядачів жах навіть лише через асоціації з КДБ, Сталіним, Іваном Грозним, Распутіним [7]. Отже, завдяки інформаційним закладкам за 20 років у голлівудських фільмах було змінено установки з "комуністів" на "російську мафію" та сформовано стійке переконання, що росіяни — агресивні люди, яких краще уникати. Результатом роботи зі зміни установок у свідомості пересічних американців є й звіт американської дослідницької компанії "Gallup" щодо сприйняття Росії у США. Згідно з даними, у 2014 році 44% опитаних вважали Росію недружньою державою, а 24% мали за ворога. Викликає зацікавлення наведена динаміка зміни ставлення американців до Росії з 1999 по 2014 роки. У період 1999—2006 років простежується тенденція до позитивнішого сприйняття Росії з певними короткочасними та незначними рівнями зниження. З 2006 року відбувається стійка тенденція до скорочення числа американців, які сприймають Росію як дружню країну, та водночас зростає відсоток тих, хто сприймає росіян негативно [8].

Як було зазначено вище, інформаційні закладки виникають у певний проміжок часу на різних ресурсах і є етапом, що передує переконанню, аби у час "X" трансформуватися, на підготовленому ґрунті, у сформоване стійке переконання або ставлення до певного явища. На нашу думку, часом "X", коли було об'єднано усі інформаційні закладки на різних комунікативних ресурсах, стала агресивна поведінка Російської Федерації щодо України та початок "гібридної війни". Результат — сформована громадська думка в США стосовно Росії.

Іншим прикладом створення установок за допомогою змін стереотипів в американському та західному суспільстві є формування ставлення до мусульман та арабів. Після теракту 11 вересня 2001 року в США, у Голлівуді активно знімають стрічки, обов'язково використовуючи образ ворога — терориста-ісламіста. Г. Почепцов у статті "Голлівуд форматує мир" зазначає, що виходу таких картин передувала зустріч радника Президента США із продюсерами та режисерами Голлівуда [9]. Результатом стало формування сталого кінообразу в асоціативному ряду араб—мусульманин—терорист. Г. Почепцов слушно зауважує, що "кіноіндустрія може задавати тон усій ситуації — точці відліку, яка дозволяє відштовхуватися масовій свідомості, коли вона намагається побудувати власне розуміння ситуації. Новини

дають лише фактаж, який ще потрібно самому інтерпретувати, якщо таку інтерпретацію для тебе не зробили заздалегідь" [9].

Отже, вплив на масову свідомість, насамперед американського та європейського населення, за допомогою інформаційних закладок у голлівудській кінопродукції, дав змогу замінити старі установки на нові. Наведені приклади свідчать, що підсвідомість людей програмується на беззастережне сприйняття будь-якої навіюваної інформації, а передусім зі сфери стратегічних інтересів США.

Що ж за допомогою інформаційних закладок Голлівуд готує для України? Під час дослідження було проаналізовано 50 кінопродуктів — художніх фільмів, телесеріалів, мультфільмів, — в яких згадано Україну, за 1995—2015 роки. Хронометраж згадування в одній стрічці тривалістю 30—150 хвилин дорівнює від п'яти секунд до однієї хвилини екранного часу. Це одна або кілька фраз кіногероя. Динаміка згадування була нестійкою. Упродовж 1995—1999 років виходило приблизно по одному фільму. З 2001 року спостерігаємо тенденцію до поступового зростання числа кінопродуктів — від трьох до семи на рік. Піковим був 2012 рік, упродовж якого випущено в ефір сім кінострічок, переважно популярних телесеріалів. Цей рік відзначився в історії України ув'язненням Ю. Тимошенко та Ю. Луценка, зміцненням впливу В. Януковича, проведенням Євро-2012 та тим, що наступного, 2013, року відбулися події на Майдані.

Наскільки якісним було кіно і, відповідно, який рівень охоплення аудиторії зафіксовано, ілюструють рейтинги картини. Американське видання "The Hollywood Reporter" у вересні 2015 року репрезентувало рейтинг 100 найкращих телесеріалів усіх часів [10]. Отже, прокоментуємо, які телесеріали потрапили до цього списку із тридцятки стрічок, в яких згадано Україну.

Перше місце посів комедійний телевізійний серіал "Друзі". Виходив в ефір з 1994 по 2004 рік і отримав чимало нагород, зокрема шість премій "Еммі" й "Золотий глобус". У другому сезоні, восьмій серії в негативному контексті згадано український кінематограф. Третє місце належить серіалу "Секретні матеріали" (1993—2002), в одній із серій якого агенти ФБР Малдер і Скаллі полюють за чорнобильським мутантом.

До п'ятірки лідерів також потрапив телесеріал "Сайфленд", що вперше транслювався на NBC з 1989 по 1998 рік. Україну представлено як слабку та немічну державу, яка є легкою здобиччю.

У десятці найпопулярніших — телесеріали "Клан Сопрано" (6 місце), "Безумці" (8 місце) і мультсеріал "Сімпсони" (10 місце). Серіал "Секс і місто" посів 12 позицію. У перших сезонах серіалу "Клан Сопрано" (1999—2007) головний герой мав стосунки з примхливою українською коханкою. У шостому сезоні цього серіалу була сцена в Нью-Йорку, де українську сім'ю помилково розстріляли замість сицилійської мафіозної родини. Серіал "Безумці" репрезентує доволі незвичну українську кухню на кшталт равіолі з бичачими хвостами та курчат по-київські. А от у відомому серіалі "Секс і місто" українка — взірць благопристойності. Наша співвітчизниця Магда працює хатньою робітницею Міранди і намагається її перевиховати.

Першу серію 23 сезону культового американського мультсеріалу "Сімпсони", яка вийшла у 2011 році, присвятили Україні та українській мафії. Режисери висміяли героя, подібного до чинного на той час Президента України Віктора Януковича.

30-те місце рейтингу посідає кінотвір "Прослушка", в одній із серій якого відбувається розмова у тюрмі. Герой зауважує, що ні про що у житті не жалкує, лише ніяк не може забути дівчину на ім'я Наташа. Товариш заспокоює: "Вона була проституткою з України? Не потрібно так сумувати, там їх ще багато, знайдеш собі крашу".

Серіалові "Декстер" належить 36 сходинка рейтингу. У другій серії сьомого сезону (2012) персонаж одного з епізодів — український мафіозі Ісаак Сірко — очолює небезпечну банду "Братство кішки", торгує наркотиками і є власником стриптиз-клубу, де працюють дівчата з України.

42 місце посідає телесеріал "Касл", у другому сезоні якого в розслідуванні фігурують українські студенти, які незаконно купували фальшиві документи.

На 44 місці — серіал "Батьківщина. Чужий серед своїх". У другій серії п'ятого сезону (2015) один із героїв хвилюється, що двоє його українських агентів можуть викрити в Донецьку внаслідок витоку інформації. Один із резидентів просить переселення до Західної Європи, інший — до США.

73 місце рейтингу посідає телесеріал "24", у третьому сезоні (2003) один із героїв зазначає, що українські вчені намагалися продати небезпечний вірус.

У квітні 2012 року в ефірі вийшов серіал "Скандал" (76 місце). У першому сезоні першої серії герой стверджує: "Українська мафія стріляє, а не йде на поступки". Виникає запитання, чому саме ця фраза використано на перших хвилинах фільму, якщо вона навіть не торкається теми бесіди персонажів?

У детективному серіалі "Закон та порядок", який посідає 84 сходинку рейтингу, українська емігрантка виправдовує власні злочини тим, що вкрадені гроші надсилає родичам у Чорнобиль.

Отже, із 30 телесеріалів, обраних для аналізу, 50% увійшло до рейтингу американського видання "The Hollywood Reporter" [10]. Третина — посіла першу десятку. Зауважимо, що цей авторитетний рейтинг складався на основі опитування 2,8 тисяч осіб зі світу кіноіндустрії — режисерів, продюсерів, акторів [10].

Решта телесеріалів, в яких згадано Україну, хоч і не увійшли до рейтингу, але за кількістю переглядів та номінацією на різноманітні кінонагороди не поступається лідерам. Однією із найпопулярніших стрічок, яка збрала найбільшу кількість телеглядачів за підсумками 2008 року (переглянули 81,8 млн із 1,6 млрд глядачів у 66 країнах світу) є "Доктор Хаус". Серіал неодноразово отримував престижні нагороди. Увагу до України режисери привертати двічі. У четвертому сезоні один із головних героїв є українцем. У сценах серіалу нашу державу позиціонують як країну, де неможливо віднайти медичну історію хвороб сім'ї через байдужість лікарів. А ось у 13-й серії останнього сезону доктор Хаус одружується з українкою Домінікою Петровою, аби вона могла отримати Зелену картку та залишитися працювати у США. Коли дівчина переїжджає до чоловіка, то привозить портрет Т. Шевченка. Хаус зауважив, що її бабця — сексі, на що Домініка відповіла, що Шевченко — видатний український поет. Серед кіноманів побуває думка, що "Доктор Хаус" одним цим епізодом зробив для популяризації України більше, ніж Кабінет Міністрів у 2011 році [11]. Але, на нашу думку, іронічна форма інформації про видатного українського поета не покращує імідж нашої країни і виглядає радше як глузування над культурою українців.

Серіал "Тіло як доказ" також був популярним серед американців. Перший сезон посів 13 місце в підсумковому рейтингу 2010—2011 років та став другою успішною новинкою сезону. Згадку про Україну уміщено у шостій серії третього сезону (2013). Українець виступає у ролі ловеласа, що любить вбивати та завдавати людям біль. У підсвідомість "вмонтовується" думка, що українські емігранти є злочинцями та найманими спецпризначенцями-вбивцями, а українські дівчата — здебільшого повії та секс-рабінні. У серіалі "Кістки" українців також представлено жорстокими вбивцями. Судовий антрополог доктор Т. Бреннан зазначає: "Я була в Чечні на упізнанні тіла, там була жертва, яка перенесла українські тортури".

У першому сезоні, п'ятій серії серіалу "Елементарно" (2012) розповідається про вбивство смертельно хворих людей у лікарні. Винуватцем цього жадливого злочину є український лікар-емігрант.

Останніми новинками 2015 року стали серіали "Куантіко" та "Гравець". Їхніми особливостями є насамперед смислове навантаження згадок про Україну, а також їхнє пріоритетне місце у фільмах (перші серії). Зокрема, у "Куантіко" українці виступають у ролі терористів. Один із головних героїв зауважує, що ЦРУ звинувачує у вибуху українських націоналістів. У серіалі "Гравець" Україну згадують як одне з гарячих місць світу разом із державами, що мають заслужений імідж країн з підвищеним рівнем тероризму.

Такі серіали, як "Погануля Бетті", "Детектив Раш", "Морська поліція: Лос-Анджелес", "Місце злочину: Нью-Йорк", "Криміналісти: мислити як злочинець", "Загін", "Новенька", "Континуум", "Буває й гірше", "Банши" також у негативному світлі репрезентують українців.

Окремим напрямом дослідження є художні фільми. У 1997 році побачив світ фільм "Вхід та вихід", номінований на премії Оскар, Золотий глобус та MTV Movie Awards. Інформаційна закладка мала "заякорити" у свідомості аудиторії факт існування держави Україна. Зокрема, герой фільму жаліється на жадливий вигляд та запитує: "Де ми, в Україні чи що?!" Таке саме завдання виконувало і згадування про дракона з України у фільмі "Гаррі Поттер та дари смерті".

У 2005 році вийшов фільм-фантастика С. Спілберга "Війна світів". Ведуча американських новин розповідає: "Україну сьогодні майже повністю поглинув морок. Були визначені незвичайні грозові атаки. Нагадаю, що в Україні живе приблизно 48 мільйонів чоловік. Це сталося близько п'ятої ранку за місцевим часом..."

У 2005 році глядачам було представлено ще три художні фільми, що містили інформаційні закладки про Україну. Фільм "Все освітлено" — це колекція негативних стереотипів: починаючи з того, що українці ненавидять євреїв, та закінчуючи тим, що наша нація небезпечна та становить загрозу для світу. Цікаво, що режисер фільму Л. Шрайбер став лауреатом Венеційського кінофестивалю.

Головний герой трилера "Збройний барон" 2005 року — торговець зброєю, мігрант з України. У пригодницькому бойовику "Пограбування по-італійськи" 2003 року (рімейк фільму 1969 року) українці фігурують як місцева мафія з Лос-Анджелеса. Їх характеризує один із героїв стрічки: "Ти що, з глузду з'їхав? Послухай мене, Чарлі. Тікай з Лос-Анджелеса. Одроз! Тому що я знаю одне: ніколи не жартуй з матінкою-природою, тещою та клятими українцями". Українців-мафіозі також представлено у фільмах "Убивче Різдво Гарольда і Кумара" (2011) та "Закон доблесті" (2012).

У 2008 році у прокат виходить три фільми — "Перевізник-3", "Індіана Джонс та Королівство кришталевого черепа", "Бруд та мудрість". В одній зі сцен бойовика "Перевізник-3" герой Дж. Стетхем у розмові з викраденою дочкою українського міністра, яку мав доправити до України, зазначає: "Він говорив загалом про вас, росіян". Щоправда, дівчина обурюється, бо вона не росіянка, а українка і зауважує, що вони дуже різні "і тут, і тут", вказавши спочатку на голову, потім на серце.

У фільмі С. Спілберга Індіана Джонс бореться з комуністами, агентом яких є уродженка України. Перша битва у фільмі відбувалася в Чорнобилі. А от фільм співачки Мадонни "Бруд та мудрість" по-іншому розкриває українців. Головний герой — наш емігрант Андрій, який приїхав до Нью-Йорка зі своєю групою "Gogol Bordello" здобувати популярність. Головну роль зіграв засновник і вокаліст гурту Є. Гудзь, який народився у Боярці на Київщині [12].

Стрічки "Стукачка" та "Жадлива пастка" (2010) продовжують тему несолодкого життя українських повій-емігранток, до якої неодноразово зверталися режисери серіалів.

Сповнену міфами тему Чорнобиля порушено у картинах "Трансформери: темна сторона місяця" (продюсер С. Спілберг) та "Заборонена зона" (2012). Військово-політичну нестабільність України відображено у фільмі "Спільна поїздка" (2014), де згадано Крим та війну в Україні.

Звісно, перелік кінокартин можна доповнювати, але 50 проаналізованих стрічок — це достатня кількість, аби замислитися, чому наша держава фігурує в негативному світлі, кому це вигідно та навіщо. Якби таку кількість негативних згадок про Україну було зафіксовано після 2013 року, то можна було б апелювати до певної логіки: Голлівуд звертає увагу на один із найнестабільніших регіонів у Східній Європі. Проте антиукраїнські тенденції почали з'являтися від 1995 року.

Висновки. Враховуючи викладене, кінопродукти, обрані для дослідження, можна класифікувати за видами стереотипів, які створюються завдяки інформаційним закладкам. На першому етапі формування образу України постала потреба донести до цільової аудиторії знання, що така держава існує на карті світу. Другий етап — надання інформації про культуру, звичаї, характер українців, яка відповідає інтересам замовника дискредитаційної кампанії. Отже, сформовано стереотипи, що Україна — бідна держава, з низьким рівнем життя, високим рівнем корупції, неякісною продукцією та послугами, навіть у галузі культури та освіти. Наступний стереотип логічно випливає з попереднього, а саме: через злидні українці емігрують до розвинених країн, зокрема США. Емігрантами зазвичай є не найкращі представники нації. Загалом, тема еміграції — це "благодатна нива" для формування негативних стереотипів. По-перше, українські дівчата-емігрантки виступають здебільшого в образі повій та секс-рабинь. По-друге, українські злодії є небезпечними мафіозі. Останнім часом українська мафія постає в образі найжорстокішої, найнебезпечнішої, навіть порівняно з російською. По-третє, українські представники шановані у всьому світі професії медика стають лікарями-убивцями. Тема Чорнобиля — окремий напрям для створення різноманітних стереотипів. Із 2015 року впроваджується нова модель сприйняття: Україна — терористична держава, гаряча точка, де відбуваються спецоперації США. Створення образу країни, де існує небезпека тероризму, означає, що замовник, імовірно, готує підґрунтя для схвалення з боку американського та європейського суспільства введення на територію України так званих миротворчих військ. Цього, звісно, може і не статися, але громадську думку необхідно підготувати. І у разі настання часу "Х" суспільство схвалить подібне рішення.

Отже, за 20 років майже невідома для американських та європейських глядачів Україна постає в образі бідної східноєвропейської держави. Цей стереотип посилюється іншими негативними характеристиками. У підсвідомості глядача наша країна асоціюється з мафією, проституцією, корупцією, тероризмом. Україні нав'язують майже стандартний перелік стереотипів, створених для Росії, за винятком образу "терористичної загрози", який притаманний певним мусульманським країнам.

Враховуючи викладене, вважаємо, що в технології формування стереотипів про Україну серед інших застосо-

ується матрична модель комунікації/переконавання У. Мак-Гуайра. Згідно з нею, особливе значення надається кількості етапів процесу переконання, коли кожен новий ґрунтується на попередньому, створюючи при цьому ієрархію ефектів.

Список використаної літератури

1. *Кашпур А. О.* Информационные войны / Андрей Александрович Кашпур // Стратегии. — 2007. — Режим доступа: <http://www.strategy.com.ua/Articles/Content?Id=808>. — Загл. с экрана.
2. *Терехов Д. Ю.* Накануне революции в СМИ / Д. Ю. Терехов. — Режим доступа: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.segoday.ru/content/123934&gws_rd=cr&ei=D4FkVs-vNaWgyAPPvaO4Cw. — Загл. с экрана.
3. *Брайант Д.* Основы воздействия СМИ / Д. Брайант, С. Томпсон. — 2004. — Режим доступа: http://yanko.lib.ru/books/smi/osnovu_vozdeystviya_smi.pdf. — Загл. с экрана.
4. *Бжезинский З.* Великая шахматная доска (Господство Америки и его геостратегические императивы) / Збигнев Бжезинский. — Режим доступа: http://www.lib.ru/POLITOLOG/AMERICA/bzhezinskij.txt_with-big-pictures.html#15. — Загл. с экрана.
5. *Сенченко М. І.* Четверта світова. Інформаційно-психологічна війна / М. Сенченко. — 2006. — Режим доступу: http://royallib.com/read/senchenko_mikola/chetverta_svtova_nformatsyno_psihologh_na_vyna.html#0. — Назва з екрана.
6. *Как в Голливуде изображали русских на рубеже веков: 20 знаковых фильмов // Forbes.* — 2013. — Режим доступа: <http://m.forbes.ru/article.php?id=272095>. — Загл. с экрана.
7. *Comrades in arms: why big-screen bad guys are always Russian // The Guardian.* — 2014. — Mode of access: <http://www.theguardian.com/film/filmblog/2014/nov/14/why-on-screen-bad-guys-are-always-russian>. — Title from the screen.
8. *Swift A.* In U. S., Record 68% View Russia as Unfriendly or an Enemy / Art Swift. — 2014. — Mode of access: http://www.gallup.com/poll/168110/record-view-russia-unfriendly-enemy.aspx?utm_source=alert&utm_medium=email&utm_campaign=syndication&utm_content=morelink&utm_term=All%20Gallup%20Headlines%20-%20Politics. — Title from the screen.
9. *Почепцов Г. Г.* Голливуд формирует мир / Георгий Георгиевич Почепцов // ПСИ-ФАКТОР. — 2012. — Режим доступа: <http://psyfactor.org/kinoprop/hollywood.htm>. — Загл. с экрана.
10. *Hollywood's 100 Favorite TV Shows // The Hollywood Reporter.* — 2015. — Mode of access: <http://www.hollywoodreporter.com/lists/best-tv-shows-ever-top-819499/item/family-ties-hollywoods-100-favorite-820455>. — Title from the screen.
11. *Хаус женился на украинке и повесил дома портрет Шевченко. ФОТО // Цензор.НЕТ.* — 2012. — Режим доступа: http://censor.net.ua/photo_news/198201/haus_jenilsya_na_ukrainke_i_povesil_doma_portret_shevchenko_foto. — Загл. с экрана.
12. *У полоні стереотипів: якою Україну бачить західна масова культура // ТСН.ua.* — 2014. — Режим доступу: <http://tsn.ua/ukrayina/u-poloni-steretipiv-yakoyu-ukrayinu-bachit-zahidna-masova-kultura-364388.html>. — Назва з екрана.

С помощью анализа информационных составляющих американских телевизионных и художественных фильмов рассмотрено постепенное создание новых стереотипов — "украинская мафия" и отождествление Украины с терроризмом.

In the analysis of information components of American television and feature films seen gradual creation of new stereotypes — "Ukrainian mafia" and Ukraine identification of terrorism.

Надійшла до редакції 18 грудня 2015 року