

## Стереотипные образы латиноамериканцев в североамериканских медиа

**Аннотация:** В рамках настоящего исследования предпринимается попытка охарактеризовать стереотипные образы латиноамериканцев в англоязычных североамериканских СМИ и определить степень их влияния на отношение к латиноамериканцам внутри Соединенных Штатов Америки.

**Ключевые слова:** латиноамериканцы, стереотип, межкультурная коммуникация, англоязычные медиа США

УДК 93(930.85)

**Abstract:** The main purpose of this article is to outline the process of Latino images' formation by US English-speaking media and to determine its influence on attitude towards Latin Americans as well as on intercultural communication within the country.

**Key words:** Latinos, stereotype, intercultural communication, US English-speaking media

В настоящее время латиноамериканцы являются не только самой крупной и самой молодой этнической группой в Соединенных Штатах, они также представляют собой наиболее динамичную силу, формирующую будущее США. Каждый аспект американской культуры, каждая грань американского общества в настоящее время изменяется под влиянием латиноамериканцев. Испаноязычная культура превратилась в неотъемлемую часть культуры США. В процессе слияния двух культур (англоязычной и испаноязычной), формируется новая богатая традициями американская культура, которая определяется ценностями, созданными на протяжении нескольких поколений, а также в большей степени ожиданиями будущего, чем воспоминаниями о прошлом.

Оказывая все большее влияние на американские медиа, музыку, моду, кухню, латиноамериканцы и сохраняют большую часть своего культурного наследия и принимают американские привычки и нравы. Ключевым фактором сильного латиноамериканского влияния является не постоянный поток иммиграции в страну, а второе и третье поколение латиноамериканцев, которые пополняют ряды американских граждан в ближайшие десятилетия.

По данным переписи населения США за 2010 год, латиноамериканское население страны составило 50 млн. человек, что более чем в два раза превысило показатель 1990 г. и увеличилось на 46,3% по сравнению с 2000 г. Следует отметить также, что это самый молодой этнос в стране.

---

\* *Бестолкова Галина Васильевна* – кандидат филологических наук, преподаватель кафедры французского языка и культуры факультета иностранных языков и регионоведения МГУ имени М.В. Ломоносова (e-mail: ilfactotumdelluniversita@mail.ru)

Средний возраст латиноамериканцев составляет 27 лет, в то время как для англоязычных американцев европейского происхождения средний возраст равен 42 годам и для англоязычных афроамериканцев данный показатель равен 32<sup>1</sup>. На рисунке 1 показана динамика роста численности латиноамериканцев в Соединенных Штатах с 2010 до 2050 гг. Согласно расчетам, в 2050 г. в США будет проживать более 143.5 млн. человек латиноамериканского происхождения.



*Рис. 1. Численность латиноамериканского населения США в период с 2010г. по 2050 г. (в млн. чел.)  
Источник: States from 2010 to 2050 (in millions)*

Наибольшее число латиноамериканцев, живущих в настоящее время в США, можно найти в 10 американских штатах: Флорида, Техас, Калифорния, Иллинойс, Нью-Джерси, Нью-Йорк, Нью-Мексико, Колорадо, Невада и Аризона. В совокупности данные штаты насчитывают около 74% населения страны латиноамериканского происхождения<sup>2</sup>.

Почти два десятилетия назад правительство Соединенных Штатов ввело в употребление термин «латиноамериканец» (Hispanic/Latino) для обозначения национальной принадлежности американцев, имеющих корни в испаноговорящих странах<sup>3</sup>. Однако, общенациональный опрос испаноговорящих граждан США показал, что данный термин до сих пор не получил должного одобрения со стороны американских граждан латиноамериканского происхождения, и как следствие, он мало употребим при идентификации в данной этнической группе.

Большинство опрошенных (51%) говорят, что они чаще всего идентифицируют себя по стране происхождения и только 24% говорят, что они предпочитают данный общенациональный термин. Кроме того, респонденты, при соотношении более чем два к одному (69% против 29%), утверждали, что более 50 миллионов латиноамериканцев в США являются представителями различных культур, а не одной общей для всех культуры, но, при этом, они стремятся продемонстрировать свою принадлежность к испаноязычному миру. Так, восемь из десяти (82%) латиноамериканцев ответили,

<sup>1</sup> States from 2010 to 2050 (in millions). Available at: <http://www.statista.com/statistics/251238/hispanic-population-of-the-us/> (accessed: 1.02.2018)

<sup>2</sup> US States with the Largest Relative Hispanic and Latino Populations. Available at: <http://www.worldatlas.com/articles/us-states-with-the-largest-relative-hispanic-and-latino-populations.html> - (accessed: 04.02.2018)

<sup>3</sup> Standards. Available at: [https://www.whitehouse.gov/omb/fedreg\\_standards](https://www.whitehouse.gov/omb/fedreg_standards) (accessed: 04.02. 2018)

что они говорят на испанском языке, и почти все (95%), что подчеркнули необходимость сохранения коммуникации на испанском языке для будущих поколений<sup>4</sup>. Это говорит о том, что позиции испанского языка в среде латиноамериканцев укрепляются с каждым годом, и это несмотря на то, что для того, чтобы преуспеть в США, а это одна из главных целей представителей данной этнической группы, нужно изучать английский язык.

Таким образом, данные опроса наглядно показывают, что проблема идентификации выходцев из Латинской Америки, проживающих на территории США, до сих пор не решена окончательно и является одной из наиболее актуальных для современного американского общества. В данной работе мы будем руководствоваться официальной терминологией, утвержденной Конгрессом США<sup>5</sup>, т.е. использовать термин «латиноамериканец» для обозначения американцев, имеющих корни в испаноговорящих странах.

Говоря об образах и стереотипах латиноамериканцев в североамериканских медиа, необходимо отметить, что образы и стереотипы постоянно сосуществуют в культуре, дополняя друг друга, но выполняя несколько отличающиеся функции. В течении последних полутора веков наблюдается массовая тенденция превращения традиционных образов в стереотипы и преобладания стереотипов в общественном и индивидуальном сознании.

Отличие образа от стереотипа заключается в том, что образ выступает как целостное, глубокое, содержательное отражение действительности, а стереотип является упрощённой и стандартизированной схемой, облегчающей восприятие и интерпретацию новой информации.

В большинстве случаев, стереотипы «навязываются» через СМИ. Этот процесс протекает в три этапа: 1) сложный дифференцированный объект сводится к нескольким готовым, хорошо известным формам; 2) затем выделенным характеристикам объекта придается особая значимость в сравнении с той, которую они имели, будучи составными элементами целого; 3) выбираются «выравненные» и «усиленные» черты объекта для построения образа, близкого и значимого для данного индивида, в результате чего сложный объект сводится к схеме и хорошо известным признакам. При наличии стереотипа в дальнейшем любой образ аналогичного объекта будет выстраиваться субъектом, не исходя из него самого, а из схемы, каковой и является стереотип. Так и получается стереотипный образ.

В рамках настоящего исследования, мы постараемся охарактеризовать образы и стереотипы латиноамериканцев в англоязычных СМИ и определить степень их влияния на отношение к латиноамериканцам и процесс межкультурной коммуникации внутри Соединенных Штатов Америки.

---

<sup>4</sup> When Labels Don't Fit: Hispanics and Their Views of Identity. Available at: <http://www.pewhispanic.org/when-labels-dont-fit-hispanics-and-their-views-of-identity/> (accessed: 11.02.2018)

<sup>5</sup> Standards. Available at: [https://www.whitehouse.gov/omb/fedreg\\_standards](https://www.whitehouse.gov/omb/fedreg_standards) (accessed: 04.02. 2018)

Исторически сложилось так, что англоязычные медиа США изображали латиноамериканцев в основном для англоязычной аудитории сквозь призму развлечений с помощью карикатур, сатирических историй, которые привлекали эту аудиторию.

Один из самых устойчивых стереотипов о латиноамериканцах, созданный средствами англоязычных СМИ - ленивый мексиканец, любовница латиноамериканка, подневольный рабочий и прислуга, но наиболее распространенный и разрушительный – образ жестокого преступника-латиноамериканца. История создания данных стереотипов уходит глубокими корнями в историю литературы США и развлекательных медиа.

Данные стереотипы были созданы и популяризированы во время промышленной революции благодаря большим тиражам дешевых бульварных романов, в которых латиноамериканцы, в основном, играли роли злодеев и негодяев. Далее эстафету перехватил Голливуд, где в течение длительного времени тиражировался негативный образ латиноамериканцев. Фильмы раннего Голливуда просто изобиловали расистскими образами.

Латиноамериканцы появились в кино 100 лет назад, в эпоху немого кинематографа, т.е. в первые годы XX века. Во многих голливудских фильмах мексиканцы были бандитами. Достаточно вспомнить, такие голливудские фильмы как «Брончо Билли и Гризер» (Broncho Billy and Greaser, 1914), «Пиллигрим» (the Pilgrim, 1923), «Зачем беспокоиться» (Why worry?, 1923), «Да здравствует, Вилья!» (Viva Villa!, 1934) и т.д.

Так, в фильме «Брончо Билли и Гризер» (Broncho Billy and Greaser, 1914) английским словом *greaser*, что в переводе означает *чумазый* (от англ. слова *greasy* – *сальный, скользкий*<sup>6</sup>, уничижительно называют мексиканцев и американцев мексиканского происхождения. В некоторых словарях до сих пор в определении слова *greaser* присутствует упоминание на его использовании в качестве клички для мексиканцев: *greaser* - смазчик, амер. прозвище мексиканца<sup>7</sup>.

Другим примером, наглядно демонстрирующим данную тенденцию, служит фильм «Да здравствует, Вилья!» (Viva Villa!, 1934), в котором образ революционного генерала и лидера крестьянских повстанцев во время Мексиканской революции 1910–1917 гг. – Панчо Вилья (Хосе Доротео Аранго Арамбула (José Doroteo Arango Arámula), более известный как Франсиско Вилья (Francisco Villa) или Панчо Вилья (Pancho Villa)), искажен до неузнаваемости. По сохранившимся воспоминанием современников, это был умнейший человек, благородный бесстрашный герой<sup>8</sup>, однако, в фильме он изображен в виде жестокого и беспринципного главаря банды, на которого без отвращения нельзя

<sup>6</sup> Англо – русский и русско-английский словарь/ под ред. О.С. Ахмановой. – М.: Рус. яз., 1989 - стр. 228.

<sup>7</sup> Англо – русский словарь / Мюллер В.К., Боянус С.К. – К.: «Каннон», 1996 - стр. 512.

<sup>8</sup> Лаврецкий И. - Панчо Вилья (Жизнь замечательных людей) – Москва: 'Молодая гвардия', 1962.

смотреть. Для того, чтобы закрепить этот образ в сознании людей, в 1964 году был создан мультфильм «Убежище Панчо» (Pancho's Hideaway, 1964), где роль главного злодея досталась Панчо Вилья.

Рассмотрим причины создания стереотипов и функции, которые они выполняли. Главной функцией стереотипов является оправдание исторических событий, возможность пересказать историю и сделать ее более приятной. Например, с помощью стереотипов можно оправдать захват земель, принадлежавших индейцам и Мексике, что стало причиной масштабного вытеснения и разрушения мексиканских семей и культур. При этом, из образа мексиканских революционеров, которые защищали свои земли, вычеркнули величие и благородство, сделав из героев «бандито» (el bandito). Всех их приравнивали к бандитам лишь за то, что они защищали свою землю от новых поселенцев, которые ее у них забирали.

Повествовательная функция такого стереотипного образа как «бандито» заключается в том, чтобы создать для героя – англоамериканца конфликт, который бы раскрывал его мощь и превосходство. К примеру, такой принцип положен в основу фильмов: «Сокровища Сьерра-Мадре» (The Treasure of the Sierra Madre, 1948); «Красная река» (Red River; 1948), «Дикая банда» (The Wild Bunch, 1969), «Профессионалы» (The Professionals, 1966), «Хороший, плохой, злой» (The Good, the Bad and the Ugly, 1966), «Золотая пуля» или «Пуля для генерала» (A Bullet for the General, 1966) и многих других.

В дополнение к стереотипам в литературе и кино, англоязычные медиа долгое время представляли латиноамериканцев в качестве угрозы англоязычному обществу, но в отличие от вымышленных образов, эти репортажи были представлены в виде фактов, дабы предать большей реалистичности. Суть данных репортажей сводилась к тому, что англоязычные американцы являются освободителями, призванными самой судьбой объединить североамериканские земли и принести на эти земли западную цивилизацию и просвещение, а люди, населяющие земли, оккупированные США в захватнических войнах, рассматривались в качестве препятствия на пути англоязычных американцев к лучшей жизни.

Истоки данной позиции находятся в идеи американской исключительности (от англ. American exceptionalism), основывающейся на утверждении, что США занимают особое место среди других стран. Автором данной идеи считают американского государственного деятеля Джона Уинтропа (John Winthrop), изложившего свою концепцию в книге «Город на холме» (“City upon a hill”, 1630 г.)

Сторонником данной идеи был знаменитый американский поэт и публицист Уолт Уитмен (Walt Whitman), который накануне войны с Мексикой в 1846 году в статье газеты «Бруклин Дэйли Игл» (The Brooklyn Daily Eagle) писал: «Что есть у этой убогой Мексики, кроме ее суеверий, ее пародии на свободу, ее тирании немногих над многими, что имеет она общего с великой миссией заселения Нового

Света благородной расой? Быть ей нашей для достижения этой миссии!<sup>9</sup>) Данное высказывание до сих пор можно встретить на сайтах, посвященных истории США<sup>10</sup>, в качестве девиза для будущих поколений.

Данную концепцию поддержал и американский юрист, политический деятель и писатель Ричард Генри Дана младший (Richard Henry Dana, Jr.), который в своей книге «Два года возле мачты: личные впечатления»<sup>11</sup>, описывая морское путешествие, совершенное им в качестве простого матроса на паруснике из Атлантического океана в Тихий вдоль берегов Северной и Южной Америки, писал, что мексиканцы в Калифорнии были слишком ленивы, чтобы развивать свои собственные земли и заметил, что ничто не мешает Монтерей стать великим городом, кроме характера народа.

Очень часто для оправдания американского экспансионизма используют термин «предопределение Судьбы» (от англ. Manifest Destiny). Впервые данный термин был использован Джоном О'Салливаном (John O'Sullivan) в 1845 году в статье «Аннексия»<sup>12</sup>, где он утверждал, что Соединенные Штаты Америки должны простираться от Атлантического до Тихого океанов и противостоять всеми возможными способами разрастанию испаноязычных территорий в США. «Нет расширению испаноязычной Америки!»

Впоследствии, этот термин использовался для обоснования аннексии территорий Техаса и Калифорнии во время американо-мексиканской войны (25.04.1846 – 02.02.1848), а накануне испано-американской войны (25.04.1898 - 12.08.1898) данный термин был возрожден республиканцами, чтобы придать теоретическое обоснование зарубежной экспансии США.

Однако, в начале XX века термин перестал широко употребляться в политике, но в публицистической литературе он и сейчас продолжает широко использоваться для обозначения так называемой американской «миссии» по продвижению демократии во всем мире.

Журналистам и создателям англоязычных СМИ той эпохи приходилось оправдывать захват мексиканских земель и превращать мексиканцев в людей, недостаточно цивилизованных и неспособных распоряжаться столь богатой и изобильной землей. Этим, в частности, и объясняется долговечность данных образов. Но, в материалах первых испаноязычных газет Юго-Восточных Штатов США, споры и дискуссии, связанные с захватом земель, на которых раньше жили мексиканцы и индейцы разгорались с новой силой. Для примера возьмем одну из первых газет Штата Калифорнии - «Эль Кламор Публико» (*El Clamor Publico*).

<sup>9</sup> Brooklyn Public Library (1841 – 1955) Available at: <http://bklyn.newspapers.com/> (accessed: 20.02.2018)

<sup>10</sup> Smithsonian Source. Resources for Teaching American History. Available at: <http://www.smithsoniansource.org/display/primarysource/> - (accessed: 20.02.2018)

<sup>11</sup> Two years before the mast: a personal narrative (1840) - Boston : Houghton Mifflin – p. 614 Available at: <https://archive.org/details/twoyearsbeforema00dana2> - (accessed: 20.02.2018)

<sup>12</sup> "Annexation" // United States Magazine and Democratic Review 17, №1 (July-August 1845), p. 5-10 Available at: <http://web.grinnell.edu/courses/HIS/f01/HIS20201/Documents/OSullivan.html> - (accessed: 20.02.2018)

Напомню, что до включения в состав США, Калифорния называли северо-западные земли испанской империи, которые после провозглашения независимости испанских американских колоний вошли в состав Мексиканской империи, а затем в 1847 году после Американо-мексиканской войны были поделены между Мексикой и Соединёнными Штатами, образуя 31-й штат США в 1850 году.

«Эль Кламор Публико» была первой испаноязычной газетой в Калифорнии, после американской оккупации этих земель. Газета выходила еженедельно с июля 1855 года по август 1859 года. Изначально публикации в газете носили умеренный характер, но затем в ней стали преобладать материалы с сильными политическими взглядами, как правило, в поддержку мексиканцев. Вот лишь некоторые темы, которые затрагивала данная газета: «Заметки о расколе государства»<sup>13</sup>; «Оскорбление испанской расы»<sup>14</sup> и т.д.

На протяжении долгого времени американские англоязычные медиа не предоставляли латиноамериканцам право голоса, но их общественные группы объединились с испаноязычными медиа, чтобы бросить вызов ограниченности англоязычных СМИ. Однако, хотя протесты и привлекли внимание к этой проблеме, медийные корпорации не перестали относиться к латиноамериканцам пренебрежительно.

Так, в 1911 году газета «Ла Кроника де Лоредо» (La Crónica de Laredo (штат Техас)) призывала к борьбе против стереотипов латиноамериканцев, изображающих их в виде негодяев и трусов в популярных ковбойских фильмах, отмечая, что «мексиканцы и другие латиноамериканцы опорочены в этих нашумевших американских фильмах»<sup>15</sup>. Газета призывала и другие испаноязычные медиа присоединиться к бойкоту театров и режиссеров, говоря, что латиноамериканские семьи часто уходят из театров, когда видят такое изображение, которое в реальности им не подходит.

В конце 1960-х годов англоязычные СМИ США стали мишенью для латиноамериканцев недовольных своим изображением в развлекательных медиа. Эти протесты были поддержаны многими правительствами стран Латинской Америки<sup>16</sup>.

К примеру, критике подвергся стереотипный рекламный образ мексиканца - Фрито Бандито (Frito Bandito). Фрито Бандито – мультипликационный герой-талисман кукурузных чипсов с 1967 г. по 1971 г., созданный Агенством «Фут, Кон & Белдинг» (Foote, Cone & Belding Agency), воплотивший

<sup>13</sup> El Clamor Publico, vol. I, no. 3, Julio 3 de 1855 Available at: <http://digitallibrary.usc.edu/cdm/compoundobject/collection/p15799coll70/id/729> - (accessed: 25.02.2018)

<sup>14</sup> El Clamor Publico, vol. II, no. 19, Noviembre 1 de 1856 Available at: <http://digitallibrary.usc.edu/cdm/compoundobject/collection/p15799coll70/id/777/ec/2> - (accessed: 26.02.2018)

<sup>15</sup> Limón J. - Stereotyping and Chicano Resistance: An Historical Dimension - Aztlán 4, №2, 1973, p. 257-270.

<sup>16</sup> Lewels F. J. Jr. - The Uses of the Media by the Chicano Movement: A Study in Minority Access - New York: Praeger Publishers, 1974; Rendón A. and Reyes D. N. - A Brown Position Paper: Chicanos and the Mass Media - Washington, DC: National Mexican American Anti-Defamation Committee, June 19, 1970; Martínez T. - How Advertisers Promote Racism // Civil Rights Digest - Washington, D.C.: US Commission on Civil Rights, Fall 1969, p.5-11; Zeidenberg L.- The Struggle Over Broadcast Access // Broadcasting, Part I, September 20, 1971, p. 32-43 and Part II, September 27, 1971, p. 24-29.

в себе образ глупого мексиканца, говорящего с преувеличенным акцентом. Благодаря давлению со стороны Национального Американско-Мексиканского Антидиффамационного Комитета (the National Mexican-American Anti-Defamation Committee) и латиноамериканской общественности персонаж был отправлен в отставку в 1971 г.

Следует отметить, что в американском обществе акцент стал ключевым способом обозначения других людей, не таких как большинство американцев. Иными словами, акцент в США – это маркер с расистским оттенком, это признак неполноценности, который показывает, что человек говорящий с акцентом неровня человеку, говорящему без акцента.

Сегодня, образы бандитов–латиноамериканцев, разъезжающих на лошади, превратились в латиноамериканских диктаторов и наркобаронов, но наиболее часто на американском экране встречаются жестокие городские преступники, торговцы наркотиков и участники уличных банд: «Роман с камнем» (Romancing The Stone, 1984), «Форт-Апач, Бронкс» (Fort Apache, The Bronx 1981), «С меня хватит» (Falling Down, 1993), «Прямая и явная угроза» (Clear and Present Danger, 1994), «Кокаин» (Blow, 2001), «Король улиц» (Street Kings, 2002), «Клан» (Clan, 2003), «Латинский дракон» (Latin Dragon, 2004), «Крейзи» (Navos, 2005), «Отважная» (The Brave One, 2007), «Во все тяжкие» (Breaking Bad, 2008), «Отель «Калифорния»» (Hotel California, 2008), «Медиум» (Medium, 2009), «Черная метка» или «Срочное уведомление» (Burn Notice, 2010), «Коломбиана» (Kolombiana, 2011) и т.д.

Мужчин латиноамериканского происхождения очень часто изображают варварами, которые бесконечно творят насилие, а латиноамериканки в голливудских фильмах неизменно гиперсексуальны и подвержены резким перепадам настроения: «Кубинская любовная песня» (The Cuban Love Song, 1931), «Девушка из Мексики» (The Girl from Mexico, 1939), «Ночь и город» (Night And The City, 1992), «А мне так нравится» (I Like It Like That, 1994), «От рассвета до заката» (From Dusk Till Dawn, 1996, 2014), «Блудливая Калифорния» (Californication, 2007), «Форсаж 4» (Fast & Furious, 2009) и т.д.

Другой образ латиноамериканок – это домохозяйки, у которых нет собственного достоинства: «Балбесы» (The Goonies, 1985), «Лучше не бывает» (As Good as It Gets, 1997), «Сказочник» (Storytelling, 2001), «Столкновение» (Crash, 2004) и т.д. Проблема подобного изображения женщин заключается в недостатке уважения, которое они заслуживают за свою работу.

Несмотря на то, что латиноамериканцев и латиноамериканок изображают по-разному, эти образы объединяет то, что во всех этих фильмах их показывают чужаками, людьми второго сорта.

Сильное негодование латиноамериканской общественности США в 1981 году вызвало изображение латиноамериканцев в фильме «Форт-Апач, Бронкс» (Fort Apache, The Bronx, 1981). Создатели фильма, рассказывая о работе полицейских, изобразили латиноамериканцев в самом неприглядном виде, используя традиционный набор стереотипных образов, что только укрепило

в американском обществе негативное отношение к выходцам из Латинской Америки. Негодование общественности превратилось в многочисленные акции протеста.

В 1998 году в юмористическом сериале «Сайнфелд» (Seinfeld, 1998) была показана сцена поджога пуэрториканского флага, что является прямым оскорблением пуэрториканцев, т.к. флаг – это символ национальной идентичности. Реакция лидеров латиноамериканского сообщества была незамедлительной и резкой. В газете «Дайли Ньюз» (Daily News) по этому поводу появилась статья Дэвида Бодера под названием ««Сайнфелд» сжигая флаг, подливает масло в огонь» (“Seinfeld” gets heat for burning flag” by David Bauder), суть которой сводилась к тому, что протесты латиноамериканских лидеров вызваны тем, что данный сериал сломал грань между юмором и расизмом: “Seinfeld” crossed the line between humor and bigotry, several Hispanic leaders protested the episode in which Kramer set the Puerto Rican flag on fire and stomped it out<sup>17</sup>.

Причиной протестов латиноамериканского сообщества в 2012 году стали шутки в юмористическом сериале «Достичь цели» (Work it, 2012). В одном из диалогов между персонажами данного сериала пуэрториканцев приравнивали к наркоторговцам:

- *Я сомневаюсь, что ты подходишь для данной работы. (I am not sure you'd be whatever this job requires.)*

- *Я пуэрториканец и с торговлей наркотиками я справлюсь прекрасно. (I am Puerto-Rican, I will be great at selling drags)*

Многочисленные выступления латиноамериканцев, оскорбленных таким изображением, заставили телекомпанию «Эй Би Си» (ABC), выпускающую сериал извиниться и прекратить показ для пересмотра содержания серий.

Благодаря сильному давлению со стороны латиноамериканской общественности, ситуация стала меняться и на экран стали выходить фильмы, в которых латиноамериканцы стали главными героями и положительными персонажами, а не только злодеями: «Дурнушка Бетти» (Ugly Betty, 2006-2010), «Дети шпионов» (Spykids, 2001, 2002, 2003, 2011), «Волшебники из Вэйверли Плейс» (Wizards of Waverly Place, 2007-2012), «Анатомия страсти» (Grey's Anatomy, 2005), «Американская семья» (American Family, 2002-2004), «Бульвар Воскресенья» (Resurrection Blvd, 2000-2002) и т.д.

Но заметим, что самые успешные латиноамериканцы - обладатели более светлой кожи, больше похожие на представителей белой расы, например, Дженифер Лопес (Jennifer Lopez), Эва Мендес (Eva Mendes), Джессика Альба (Jessica Alba), Кемирон Диес (Cameron Diaz). Кроме того, их манера говорить на английском языке не вызывает негативную реакцию. Эти образы созданы для массового зрителя, т.е. и для латиноамериканцев, и для белых американцев, но дискриминация по отношению

<sup>17</sup> Daily News (10.05.1998), p.13

к афро-латиноамериканцам и темнокожим латиноамериканцам все еще сохраняется из-за того, что у них нет таких возможностей и такой популярности как у светлокожих латиноамериканцев, которые с легкостью могут сойти за белых. Подсознательный расизм существует еще и потому, что такие образы и такое отношение к латиноамериканцам существовали так давно, что стали нормой. В этом, безусловно, виновны американские англоязычные медиа, распространяющие такой образ мыслей. Тем самым идет тиражирование стереотипных образов и представлений о латиноамериканцах, в которых нелепые вещи берутся за аксиому.

Следует отметить, что создание фильмов и сериалов, в которых латиноамериканским актерам достаются роли положительных героев, имеет, безусловно, и коммерческий подтекст. Дело в том, что к 2000 году латиноамериканцы стали крупнейшим этническим меньшинством США и ведущие американские англоязычные медиа компании стремятся заполучить этот растущий рынок.

При этом, фильмы и сериалы, которые создают известные кинематографисты латиноамериканского происхождения, к примеру, «Американская семья» (American Family, 2002-2004), «Настоящие женщины всегда в теле» (Real Women Have Curves, 2002) и др., не только более точно показывают латиноамериканцев и латиноамериканское сообщество на экране, благодаря этому у латиноамериканцев появилось больше перспектив и на экране и в жизни, но, несмотря на признаки прогресса, негативный образ латиноамериканцев продолжает доминировать в американском медийном пространстве.

Так, реакция на предложение Барака Обамы назначить федерального судью Сонью Сотомайор (Sonia Sotomayor) первым кандидатом в Верховный Суд Соединенных Штатов, была крайне негативной и в американских англоязычных медиа буквально началась травля данного кандидата.

Проанализировав новостные выпуски крупных американских телеканалов (ABC News, CBS News, CNN, FOX News) в период с 2005 года по 2014 год, приходится констатировать тот факт, что в новостных американских англоязычных медиа упоминание о латиноамериканцах практически всегда сводится к рассказам о наркоторговле и преступлениях, связанных с пересечением границ США и совсем нет материалов о законопослушных латиноамериканцах-гражданах США. Следует отметить, что только часть латиноамериканцев, живущих в США, являются иммигрантами и только малая часть из этих латиноамериканцев не имеет документов для нахождения на территории страны, но при освещении новостей англоязычными СМИ всех латиноамериканцев без исключения называют иммигрантами, нелегально проживающими в США, а, следовательно, именно они виновны в криминальной ситуации, экономических трудностях и т.д. В связи с этим неудивительно, что в 2015 году кандидат в президенты США Дональд Трамп (Donald Trump) сказал, что «из Мексики в США едут только бандиты и наркоманы». [Lifenews, 24.07.2015]

В конце XX-го века ситуация стала меняться и в результате появилось много возможностей для продюсеров, сценаристов, режиссеров снимать фильмы и предоставлять латиноамериканцам широкое

разнообразии ролей. Однако многие старые стереотипы еще не изжиты и это является плодом многолетнего труда англоязычных медиа США. На экран по-прежнему выходят фильмы, где отрицательными персонажами являются латиноамериканцы: «Гадкий я 2» (Despicable Me 2, 2013), «Мачете» (Machete, 2010), «Мачете убивает» (Machete Kills, 2013) и т.д. Данные фильмы формируют негативный образ латиноамериканцев, а, следовательно, формируют негативное отношение к представителям данной этнической группы в современном американском обществе.

В 2017 году компания «Латино Десиженс» (Latino Decisions) по заказу Национальной Коалиции Испаноязычных Медиа США (The National Hispanic Media Coalition (NHMC)) проводила опрос респондентов, нелатиноамериканского происхождения, целью которого была оценка влияния негативного образа латиноамериканцев, созданного англоязычными медиа США, на отношение к ним в современном американском обществе.

Проведенный опрос позволил выявить три очень важные тенденции:

1. новости и развлекательные СМИ оказывают сильное влияние на представление о латиноамериканцах в среде американских граждан, нелатиноамериканского происхождения;
2. образ латиноамериканцев для большинства респондентов является сочетанием позитивных и негативных стереотипов, созданных СМИ;
3. медиа образы способны уменьшить или усилить негативное мнение о латиноамериканцах в обществе.

Далее представлены данные проведенного опроса о самых распространенных образах латиноамериканцев в кино и на телевидении (см. рисунок 2)

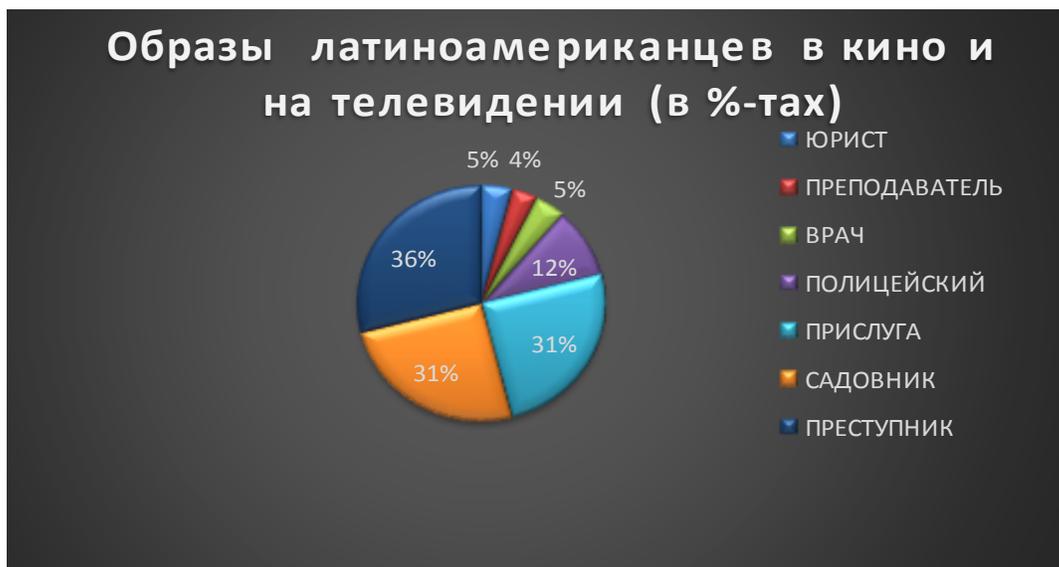


Рис. 2. Образы латиноамериканцев в кино и на телевидении (в %-тах)

Источник: Latino Decisions national poll for the National Hispanic Media Coalition (NHMC, 2018)

К сожалению, но приходится констатировать тот факт, что очень часто латиноамериканцы в СМИ предстают в образе бандитов (36%), что способствует формированию негативного отношения к ним со стороны других представителей современного американского общества.

Следует отметить, что данный опрос подтвердил утверждение, что влияние СМИ на мнения людей о латиноамериканцах и отношение к ним в обществе варьируется в зависимости от индивидуальных факторов, особенно от возраста и знакомства с латиноамериканцами, но несомненным остается тот факт, что даже те, кто имеет положительное мнение о латиноамериканцах, например, представители младшей возрастной группы или те у кого есть друзья - латиноамериканцы, под воздействием негативных медиа стереотипов имеют менее благоприятное мнение о них.

Проведенный опрос показал, что большая часть респондентов имеет негативное представление о латиноамериканцах, базирующееся на образах, которые они часто видят в кино или на телевидении. Большинство опрошенных верят, что стереотипы служат надежными источниками информации о латиноамериканцах.

Таким образом, проведенное исследование доказало, что:

➤ средства массовой информации выступают в качестве главного средства формирования и тиражирования стереотипных образов латиноамериканцев в современном американском обществе. На характер и содержание стереотипов самое активное влияние оказывает телевидение, которое в силу своей общедоступности в наибольшей степени воздействует на развитие общества;

➤ наиболее распространенными стереотипами латиноамериканцев, которые формируются англоязычными средствами массовой информации США, являются ленивый мексиканец, любовница-латиноамериканка, подневольный рабочий и прислуга, но наиболее распространенный и разрушительный образ – это образ жестокого преступника-латиноамериканца;

➤ стереотипы выступают инструментами, с помощью которых СМИ манипулируют и управляют массовым сознанием. Этнические стереотипы отражают эмоциональное и оценочное отношение к представителям этнических групп, а также распространяют знание об этих группах. В связи с тем, что стереотип тесно связан как с жизнью всего общества, так и с отдельными группами людей, манипулировать массовым сознанием легче. Иными словами, СМИ представляют собой инструмент манипулирования и навязывания определенного отношения к различным этническим группам и часто это навязанное отношение является трансляцией стереотипов.

Таким образом, в контексте современного медиaprостранства средства массовой информации способствуют созданию стереотипического вида культуры, основанной на образах и стереотипах массовой культуры. Механизм влияния СМИ на формирование социальных стереотипов является достаточно сложным, так как любая функция средств массовой информации несет в себе и позитивную, и деструктивную составляющую, соответственно, может способствовать как интеграции, так и дезинтеграции общества.

**Библиография (Bibliography):**

- Англо–русский и русско-английский словарь/ под ред. О.С. Ахмановой. – М.: Рус. яз., 1989. [Anglo–russkiy i russko-angliyskiy slovar'/ pod red. O.S. Ahmanovoy. – M.: Rus. yaz., 1989.]
- Англо–русский словарь / Мюллер В.К., Боянус С.К. – К.: «Каннон», 1996. [Anglo–russkiy slovar' / Myuller V.K., Boyanus S.K. – K.: «Kannon», 1996.]
- Лаврецкий И. - Панчо Вилья (Жизнь замечательных людей) – Москва: 'Молодая гвардия', 1962, 256 стр. [Lavretskiy I. - Pancho Vil'ya (Zhizn' zamechatel'nyh lyudey) – Moskva: 'Molodaya gvardiya', 1962, 256 str.]
- "Annexation" // United States Magazine and Democratic Review 17, №1 (July-August 1845), p. 5-10 Available at: <http://web.grinnell.edu/courses/HIS/f01/HIS20201/Documents/OSullivan.html> - (accessed: 20.02.2018)
- Brooklyn Public Library (1841 – 1955) Available at: <http://bklyn.newspapers.com/> – (accessed: 20.02.2018)
- Daily News, 10.05.1998
- El Clamor Publico, vol. I, no. 3, Julio 3 de 1855 Available at: <http://digitallibrary.usc.edu/cdm/compoundobject/collection/p15799coll70/id/729> - (accessed: 25.02.2018)
- El Clamor Publico, vol. II, no. 19, Noviembre 1 de 1856 Available at: <http://digitallibrary.usc.edu/cdm/compoundobject/collection/p15799coll70/id/777/ec/2> - (accessed: 26.02.2018)
- Latino Decisions national poll for the National Hispanic Media Coalition (NHMC) Available at: <http://www.latinodecisions.com/blog/how-media-stereotypes-about-latinos-fuel-negative-attitudes-towards-latinos/> - (accessed: 17.02.2018)
- Lewels F. J. Jr. - The Uses of the Media by the Chicano Movement: A Study in Minority Access - New York: Praeger Publishers, 1974.
- Limón J. - Stereotyping and Chicano Resistance: An Historical Dimension - Aztlán 4, №2, 1973, p. 257-270.
- Martínez T. - How Advertisers Promote Racism // Civil Rights Digest - Washington, D.C.: US Commission on Civil Rights, Fall 1969, p.5-11.
- Rendón A. and Reyes D. N. - A Brown Position Paper: Chicanos and the Mass Media - Washington, DC: National Mexican American Anti-Defamation Committee, June 19, 1970.
- Smithsonian Source. Resources for Teaching American History. Available at: <http://www.smithsoniansource.org/display/primarysource/> – (accessed: 20.02.2018)
- Standards. Available at: <https://www.whitehouse.gov/omb/fedregstandards> - (accessed: 04.02. 2018)
- States from 2010 to 2050 (in millions). Available at: <http://www.statista.com/statistics/251238/hispanic-population-of-the-us/> (accessed: 1.02.2018)
- Two years before the mast: a personal narrative (1840) - Boston : Houghton Mifflin – p. 614 Available at: <https://archive.org/details/twoyearsbeforema00dana2> - (accessed: 20.02.2018)
- US States with the Largest Relative Hispanic and Latino Populations. Available at: <http://www.worldatlas.com/articles/us-states-with-the-largest-relative-hispanic-and-latino-populations.html> - (accessed: 04.02.2018)
- When Labels Don't Fit: Hispanics and Their Views of Identity. Available at: <http://www.pewhispanic.org/when-labels-dont-fit-hispanics-and-their-views-of-identity/> - (accessed: 11.02.2018)
- Zeidenberg L.- The Struggle Over Broadcast Access // Broadcasting, Part I, September 20, 1971, p. 32-43 and Part II, September 27, 1971, p. 24-29.