

*Шовкопляс Ю. О.,  
аспірант кафедри теорії та практики перекладу з англійської мови  
Запорізького національного університету*

## ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ ЕТНІЧНИХ СТЕРЕОТИПІВ ЩОДО ЛАТИНОАМЕРИКАНЦІВ У СУЧАСНИХ ЗМІ США

**Анотація.** У статті висвітлено процес формування та тиражування образів і стереотипів латиноамериканців засобами масової інформації США. Виявлено і досліджено етнічні стереотипи з позитивною та негативною номінацією, пов'язані з особами латиноамериканського походження, з погляду мовних особливостей їх вираження в сучасних засобах масової інформації США. Доведено, що, оскільки ставлення до стереотипізованого образу може набувати емоційного забарвлення, реалізація стереотипізованих уявлень на лінгвальному рівні в медійному просторі передбачає використання низки маркованих одиниць і стилістично забарвлених компонентів.

**Ключові слова:** латиноамериканці, стереотип, ЗМІ, мем, соціальні мережі, етнономінація.

**Постановка проблеми.** Безмежна комунікація між державами, народами та окремими індивідами, наростання міграційних потоків є типовими рисами сучасного світу. Внаслідок проявів глобалізації активно й безперервно відбуваються процеси взаємопроникнення цінностей, а культурні кордони стають нечіткими. При цьому у процесі інтеграції актуалізуються дві суперечливі тенденції: прагнення до міжнародної єдності та намагання зберегти національну ідентичність. У такій ситуації у реципієнта часом виникає когнітивний дисонанс, причиною якого є невідповідність між минулим досвідом та актуальною ситуацією. У процесі інтеграції для регуляції комунікації використовуються своєрідні регулятори, які називають стереотипами.

На нашу думку, вивчення етнічних стереотипів щодо латиноамериканців, які мешкають у США, заслуговує на увагу, оскільки ця група є найчисленнішою національною меншиною (вони складають понад 18% населення країни). Отже, образ латиноамериканця та пов'язані з ним стереотипи набувають значного соціального резонансу, що надає **актуальності** цьому дослідженню. Оскільки ставлення до стереотипізованого образу часто може набувати емоційного забарвлення, то реалізація стереотипічних уявлень на лінгвальному рівні в медійному просторі передбачає використання низки маркованих одиниць та стилістично забарвлених компонентів. Саме тому дослідження цих особливостей є досить актуальним для сучасної лінгвістики.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У науковій літературі існує низка глумачень стереотипу, але в нашому дослідженні ми будемо послуговуватись дефініцією Т. Стефаненко, яка лаконічно й точно визначає стереотипи як «спрошені, схематизовані образи соціальних об'єктів» [1, с. 11], засвоєні в дитинстві не з досвіду, а з вторинних джерел.

Одним із найпоширеніших видів стереотипів є етностереотипи, що описують членів етнічних груп, маркують їх та асоціюються з ними. У свідомості пересічної людини та в засобах масової комунікації щодо етнічних стереотипів поширена думка, що це винятково негативний феномен. Аналіз уявлень про

етнічні групи в літературі, мистецтві та ЗМІ є важливою лінією дослідження стереотипів, бо лінгвістичні явища, що супроводжують процес комунікації, тісно взаємодіють з явищами соціальної психології та знаходять своє відображення в різних дискурсах, зокрема й у медійному [1, с. 14].

Таке коло проблем є об'єктом вивчення багатьох дослідників, зокрема як українських і російських (В. Павленко, П. Гнатенко, Л. Аза [2], А. Юнацької [3]), так і зарубіжних (Р. У. Браун, Дж. Беррі, А. Пуртінга, М. Сігалл, П. Дасен [4]).

Під час дослідження явищ у сфері сучасної масової комунікації необхідно не забувати також про Інтернет, що став важливою складовою ЗМІ. Завдяки йому з'явилися нові комунікативні області, яким властива повна відсутність бар'єрів щодо взаєморозуміння, вільний доступ та безцензурність; сформувався новий користувач – вільний та індивідуальний. Через усі вищезазначені зміни сфера інтернет-комунікації є цікавою для дослідження формування і поширення стереотипів.

**Мета статті** полягає у виявленні етнічних стереотипів, пов'язаних із особами латиноамериканського походження, що проявляються на лінгвальному рівні в сучасних ЗМІ США. **Об'єктом** дослідження стали етнічні стереотипи відносно латиноамериканців, поширені в США. **Предметом** дослідження є мовні особливості вираження цих стереотипів в американських ЗМІ.

Матеріал для вивчення склали цитати з газет Houston Chronicle, The Dallas Morning News, Boston Herald, Journal Sentinel та Washington Post (преса зі штатів, що територіально по-різному віддалені від регіонів, де більшою мірою сконцентровано латиноамериканське населення); телевізійний корпус СОСА; американські фільми 2003–2017 рр.; пости та мему і з соціальних мереж (СМ).

**Виклад основного матеріалу.** ЗМІ відіграють неабияку роль у поширенні та закріпленні певних стереотипів. Необхідно зазначити, що латиноамериканці є об'єктами систематичної стереотипізації з боку американських засобів масової інформації.

Найпоширенішими стереотипами в цій сфері є: нелегальний іммігрант; працівник з низьким рівнем кваліфікації, який працює виключно фізично; сексуальність та легкодоступність латиноамериканських жінок; злочинець (у сферах наркоторгівлі, сексуального та фізичного насильства) [5, с. 59]. Останній стереотип є найбільш деструктивним для латиноамериканського населення, бо знижує шанс на успішне працевлаштування та підриває довіру до цієї нації в галузі економічного співробітництва.

Як зазначає американський дослідник Losh Carol Susan, латиноамериканці в уявленні американців «скоріше бідні, ніж забезпечені, більше ледачі, ніж працьовиті, більше непатріотичні, ніж патріотичні, але більш розумні, ніж нерозумні. Вони є прихильниками родинних цінностей, але їм не вистачає здатності до стосунків, що ґрунтуються на чесності та рівності»

[6]. Загалом переважають негативні стереотипи щодо латиноамериканського населення, проте спостерігаються також і деякі позитивні (наприклад, сім'янин та релігійний).

Розглянемо більш детально мовні особливості реалізації негативного та позитивного маркованих стереотипних образів латиноамериканців в американських ЗМІ.

### Негативні стереотипи:

**1. Нелегальний іммігрант.** Сфера імміграційної політики та міграції завжди є актуальною в США. Стурбованість у населення викликає переважно нелегальна міграція. Американці переконані, що країна приймає занадто багато переселенців із Латинської Америки, та схильні думати, що значна частина латиноамериканських іммігрантів (насамперед, мексиканців) проживає у країні нелегально. Статистичні дані значною мірою підтверджують цю інформацію. За даними Pew Research Center, у 2015 р. мексиканці склали понад 75% нелегальних іммігрантів у 5 штатах: Нью-Мексико (91%), Айдахо (79%), Аризони (78%), Оклахома (78%) та Вайомінгу (77%) [7]. У 2016 р. було зареєстровано 245 306 випадків депортації мексиканців [7].

Згідно з даними опитування National Hispanic Media Coalition, 17% американців вважають, що більша половина латиноамериканців незаконно перебувають у США, а 13,3% відповіли, що половина латиноамериканських іммігрантів є нереєстрованими [8, с. 17]. Загалом понад 30% респондентів вказали, що 50 і навіть більше відсотків латиноамериканців перебувають у країні нелегально.

Американські ЗМІ віддзеркалюють цю проблему по-різному. Так, *Rolling Stone* характеризує масову імміграцію мексиканців до США як «invasion»: «*And at town-hall meetings he [Hostettler] holds, he shows a PowerPoint presentation that depicts the invasion of America by illegal Mexican immigrants*». У матеріалі газети *Boston Herald* порушується сумне питання про смерть окремих мексиканців під час нелегального перетину кордону: «*Before the Mass, Francis paused at the border for a silent prayer in memory of migrants who died trying to reach the United States. He also blessed several hundred migrants sitting on the other side of the fence*». Згідно з даними U.S. Customs and Border Protection, 7216 людей загинули на кордоні між Мексикою та США протягом 1998–2017 рр. [9].

Стереотипи стосовно латиноамериканців пропагують і політичні лідери. Зокрема, на сторінках *The Washington Post* наявна інформація про діяльність Д. Трампа: «*Trump's call for deporting undocumented immigrants and building a massive wall along the length of the Mexican border is a central pillar of his campaign*».

Стереотипною є думка про те, що всі латиноамериканці підтримують нелегальних іммігрантів. Таке, зокрема, спостерігаємо в матеріалі газети *Boston Herald*, де опубліковано відгук колишнього губернатора Нью-Мексико про сенатора Теда Круза: «*Last week, Richardson, the former Democratic governor of New Mexico, had the audacity to say that U.S. Sen. Ted Cruz (R-Texas) should not be «defined» as Hispanic because of his views on immigration. (Cruz does not support a path to citizenship for illegals)*».

Надзвичайного поширення стереотип про нелегальне перебування латиноамериканських мігрантів набув у постах та мемах СМ, зокрема у Facebook. Paul Gil визначає сучасний мем як «культурний символ або соціальну ідею з високою швидкістю поширення» [10].

Наведемо окремі приклади мемів, що відбивають стереотипне ставлення до латиноамериканців-іммігрантів:

**мем № 1** «*Why do spics love hopping our fences*» актуалізує стереотип про нелегальне перебування латиноамериканців на території США та підкреслює обурення американців з цього приводу;

**мем № 2** є жартівливою юридичною порадою «*Know your rights*», що адресується латиноамериканцям (зокрема, мексиканцям). Про це свідчить запозичений сленгізм *la migra*, що позначає «Immigration Service». Як і в попередньому мемі, актуалізується стереотип про нелегальний статус перебування латиноамериканських мігрантів на території США.

Одним із важливих факторів, що впливають на ставлення до іммігрантів, є стан макроекономіки, що помітно погіршується зі зниженням перспектив працевлаштування. Міграційні процеси досить тісно пов'язані з проблемами працевлаштування, про що свідчить наступна цитата із *The Environmental Magazine*: «*Arizona (where one in 10 workers is a Hispanic immigrant) passed a tough new law that went into effect January 1, slapping businesses that knowingly employ the undocumented with business license suspensions of up to 10 days. Second-time offenders lose their licenses entirely. The law is considered so draconian by illegal Mexican immigrants in Arizona that many are reportedly “self deporting” back to Mexico*». Неологізм «*to self deport*» позначає нову реалію, коли в умовах оновленої легальної системи мексиканці, що перебувають у США незаконно, повертаються на батьківщину, аби уникнути покарання.

Дещо інший погляд на цю проблему бачимо у 3-й серії 1-го сезону серіалу *Sleeper Cell*: «*You built this wall to keep the Mexicans from coming over to do all the work you Americans refuse to do for yourselves. You pay them shit to do all your shit work; treat them like shit, too. But, millions come anyway: Algerians to France, Mexicans to the USA <...>. You know, there are probably thousands of illegal Mexican fish trying to swim across right now, man*». Використані експлетиви, що мають корінь *shit*, досить експресивно передають ставлення героя до американців, які не надають латиноамериканцям, що іммігрували до США, повноцінних умов для професійного розвитку та кар'єрного зростання. Він засуджує американців за їх небажання виконувати не дуже престижну роботу. Відтак, бачимо зв'язок розглянутого стереотипу з іншими: виконання латиноамериканцями переважно неprestижної низькооплачуваної роботи; недостатній рівень освіти, професійної компетентності та знання англійської мови тощо.

### 2. Лівий та/або низькокваліфікований працівник.

Стереотипний образ неprestижного працівника-латиноамериканця є частково правдивим та пов'язаний із соціально-економічними умовами, в яких опиняються іммігранти. Середній дохід латиноамериканців нижчий, ніж в американців, тому багато з них не можуть дозволити собі мати престижну освіту. Частина латиноамериканців, які іммігрували нелегально, не мають іншого вибору, як найматися на роботу без офіційного працевлаштування. Дехто з американців упереджено ставиться до іспанського акценту та може асоціювати його з низьким рівнем мовної компетентності та невисокими академічними здібностями. Відтак, відсоток латиноамериканців, зайнятих фізичною працею та у сфері обслуговування, невинно зростає.

Образ низькокваліфікованого працівника-латиноамериканця також превалює в американських фільмах, де ця етнічна

група часто працює у сфері обслуговування (прибиральниками, садівниками, працівниками ресторанно-готельного комплексу тощо). Так, наприклад, у фільмі *Fools Rush in* (1997) одна з головних героїнь, роль якої зіграла мексикано-американська акторка Сальма Гаек, є служницею-прибиральницею.

У сфері працевлаштування функціонує також стереотип латиноамериканця, який відбирає в американців роботу та інші ресурси. Багато з останніх помилково вважають, що збиток, який латиноамериканці наносять економіці США, перевищує їх господарський внесок. Таке ставлення ілюструють, зокрема, результати дослідження, проведеного National Hispanic Media Coalition у 2012 р. [8, с. 18]. Учасники мали переглянути певний матеріал ЗМІ з позитивною або негативною настановою щодо латиноамериканців, а потім дати відповідь на запитання: «Do Latinos take jobs away from Americans?». Близько 47% відсотків респондентів дали ствердну відповідь після сприйняття негативної інформації, що на 14% більше, ніж серед респондентів, які переглянули позитивний матеріал. Це підтверджує вагомий роль ЗМІ у створенні образу працівника-латиноамериканця.

**3. Наркодилер.** Проблема наркотиків є нагальною в США, тому добре висвітлена у пресі та інших ЗМІ. Найбільше стереотип про зв'язок латиноамериканців з наркотиками побутує в техаській пресі, зокрема в газеті *Houston Chronicle*. На своїх шпальтах остання презентує інформацію про вихідців із Латинської Америки (переважно Мексики, Чилі та Куби). Багато статей тематично пов'язані з кримінальною діяльністю, особливо з торгівлею наркотиками.

Це, з одного боку, пояснюється тим, що для США мексиканська торгівля наркотиками є серйозною проблемою через їх незаконне ввезення через мексиканський кордон, а з іншого – досить тісним смисловим зв'язком: Мексика априорі асоціюється з торгівлею наркотиками, тому читачі газети очікують, що саме про це буде безліч матеріалів.

Статті насичені лексикою з негативною конотацією, що підкреслює небезпечність наркотиків, а також жорстокість наркототорговців. Зокрема, в такому контексті описується кримінальна активність на вулицях Чикаго: «*Chicago has one of the country's largest Latino populations, and cartels do have organizations in the city that supply mainly Latino gangs largely through kinship connections*», John Hagedorn, a criminology professor at the University of Illinois at Chicago, told *PolitiFact*.

Більшість латиноамериканців болюче сприймають цей стереотип, адже криміналізований образ інколи заважає їм влаштуватися на престижну роботу. Одним із прикладів обурення є протест латиноамериканської спільноти в 2012 р. проти жартів у гумористичному серіалі «Досягнути мети» (*Work it*). В одному з діалогів між персонажами цього серіалу пуерториканців прирівняли до наркототорговців:

- *I am not sure you'd be whatever this job requires.*
- *I am Puerto-Rican, I will be great at selling drugs.*

**4. Злочинець.** Згідно з результатами опитування National Hispanic Media Coalition, 35% американців вважають латиноамериканців схильними до правопорушень. Цей стереотип досить яскраво проявляється у ЗМІ в злочинних і насильницьких образах. Латиноамериканців і чорношкірих набагато частіше, ніж білих, показують як правопорушників у новинах. Але, на відміну від американців, латиноамериканці мало представлені у ЗМІ як жертви насильства та правоохоронці.

Як стверджують Gilliam та Iyengar, така ситуація створює «сценарій злочину», який посилює негативні расові стереотипи [11, с. 564]. Kang порівнює це явище з троянським вірусом: негативна інформація поширюється без усвідомлення глядачами та виробниками новин і створює та посилює асоціації між латиноамериканцями і насильством у свідомості громадян [12, с. 1489].

Яскравим прикладом поширення цього стереотипу в ЗМІ є стаття під назвою «*Study: Hispanic Criminal Offenders Outnumber Others*», розміщена в *Longview News-Journal*, яка порівнює співвідношення правопорушників у різних етнічних групах: «*The Pew Hispanic Center which analyzed federal sentencing data, found that in 2007, 40% of the offenders were Hispanic compared with 27% white, 23% black and 10% from other groups*».

**5. Гіперсексуальність і доступність латиноамериканок.** Поширеним стереотипом, що стосується латиноамериканських жінок, є підкреслена сексуальність та легкодоступність. Найчастіше такі образи зображуються в американських кінострічках на кшталт «Від заходу до світанку» (*From Dusk Till Dawn*), «Секс і Каліфорнія» (*Californication*), «Форсаж 4» (*Fast & Furious*) тощо [8, с. 206].

Проілюструємо цей стереотип цитатами з фільмів. У фільмі *Harold & Kumar Go to White Castle* один із головних героїв актуалізує образ сексуальної латиноамериканки: «*We're an hour away from home, and who do we see but your dream girl standing across the street? Just pretend you're a nerdy Asian version of Tom Hanks and she's a hot Latina Meg Ryan with bigger tits*». Часто в подібному контексті використовуються відповідні соматизми (назви частин тіла): *legs, hips, breasts* тощо.

Частково стереотип щодо сексуальності та легкодоступності латиноамериканок підкріплюється їх власною поведінкою. На шпальтах газети *The Desert Sun* знаходимо таку цитату: «*She [Garcia] has also been spotlighted by the governor, who called her a «very hot» Latina – she even called herself a «hot-blooded Latina» – for remarking to a school class that she wouldn't kick the governor out of bed, and for discussing her own body in Assembly debate*».

Образ гіперсексуальної латиноамериканської жінки також міцно вкоренився в інтернет-культурі. Так, наприклад, газета *The Atlanta Constitution* зазначає: «*Often, Rush is arbiter. He examines the next e-mail caught in the filter: a pitch for dates with hot Hispanic women that is headed to 5,000 in boxes*». Як бачимо, в описі жінок-латиноамериканок часто вживаються прикметники *hot, hot-blooded, sexy*, що підкреслюють цей стереотип.

#### Позитивні стереотипи:

**1. Сім'янин.** Згідно з дослідженням, проведеним National Hispanic Media Coalition у 2012 р., 90% американців вважають, що латиноамериканці мають міцні родинні цінності [8, с. 21]. ЗМІ активно пропагують цей позитивний стереотип. Наприклад, у *The Billings Gazette* знаходимо таку думку: «*This is supposed to be an era of crisis for the American family with divorce rates sky high, children shuttling between broken homes, pre-marital pregnancy and abortion rampant. Yet throughout the West, and in any American city with a sizable proportion of Latino or ethnic Asian residents, a different drama is unfolding, with consequences for the future of family life nationwide*». При цьому позитивний образ латиноамериканців та азіатів-сім'янинів протиставлений негативному образу американців, які мають хиткі та ненадійні сім'ї.

Окрім того, при формулюванні окремих рекламних повідомлень, лозунгів, цільовою аудиторією яких є іспаномовні

американці, прагматичну настанову тексту змінюють на більш сімейно спрямовану: «*An immunization campaign implemented through La Raza was modified for the more family-oriented Hispanic population. Instead of «do this for your protection», the message was changed to «do this for your own children»* (із газети *The Times Leader*). У подібних текстах часто вживаються слова на кшталт *family-oriented* та *family-friendly*.

**2. Релігійність.** Дослідження National Hispanic Media Coalition довело, що 73% американців вважають латиноамериканців релігійними [8, с. 22]. Цей стереотип часто зустрічається в американській пресі. Зокрема, звертають увагу на те, що у сфері релігії іспаномовне населення переважно зберігає свою національну ідентичність: «*The majority of Hispanic churchgoers attend predominantly Hispanic congregations that have Hispanic faith leaders and offer services in Spanish. Spanish services appeal to Hispanics who also speak English well, which Suro said shows «ethnic clustering» is not exclusive to recent immigrants»* (*The Daily Oklahoman*).

Іноколи релігійність іспаномовного населення асоціюється з деякими рисами національного характеру: «*Hispanic brand of worship is highly emotional, very intense and extremely personal, Lugo said»* (*The Paducah Sun*).

Окрім того, релігійність латиноамериканців тісно пов'язана з іншими аспектами їх життя, а саме з культурною та політичною сферою. Так, описуючи культуру міста Таос у Нью-Мексико, автор звертає увагу на символи віри його іспаномовного населення: «*The other chief cultural influence are religious Hispanic icons. Most beloved hereabouts, or at least most well-known, are Saint Francis of Assisi and Our Lady of Guadalupe. These Hispano icons inspire the exchange of crosses, painted plaques or retablos, straw inlay and devotional garments»* (*The Taos News*). Також відзначається зв'язок віри латиноамериканців із політичним життям, зокрема з популярністю демократичної партії серед католиків: «*U.S. Hispanics view religious and political life as intertwined, often worship in ethnic congregations and embrace a spirit-filled, charismatic style of Christianity, a new survey says <...>. When it comes to political loyalties, religion trumps ethnicity: Hispanic Catholics, who make up to two-thirds of the Hispanic population, are solidly Democratic»* (*The News Leader*).

Стереотип релігійності іспаномовного населення також притаманний американським фільмам. Так, наприклад, стрічка *The Daughter of God (Exposed)* змальовує Ізабель та її іспаномовну родину. В діалогах головних героїв досить часто прослідковуються релігійні теми: «*Something very unexpected has happened. It's a miracle. I'm pregnant. Remember what I told you I saw that night in the subway? I believe that night, God and the blessed mother did something special for me»*. Релігійність героїні підкреслена багаторазовим уживанням теїстичних номінацій на кшталт *God, the blessed mother, the Holy mother, Our Saviour* тощо.

Тереза Пак стверджує, що ЗМІ «закріплюють стигматизацію етнічних меншин та їх мови, зміцнюючи мовну та етнічну нерівність» [13, с. 198]. Проте різні канали передають неоднакову кількість стереотипів стосовно латиноамериканців та містять різне співвідношення нейтральних та дерогативних етнономінацій. За даними нашого дослідження, найбільшу частку стилістично маркованих етнічних номінацій містять меми в СМ.

Ставлення до латиноамериканців безпосередньо проявляється в етнономінаціях, які позначають різних представників цієї значної групи. Вживаються як нейтральні, так і дерогативні

етнічні номінації, причому останні були зафіксовані нами переважно в СМ. Наприклад, такі номінації, як *Pocho, Spic, Gringo, Latingo, Latinaboo, Tejaro, Pacho* та *Mexicant*, несуть негативну конотацію та є дерогативними. Поряд з ними зустрічаються й нейтральні: *Spaniard, Chicano, Choyero*. Низка нейтральних етнономінацій позначає «змішаних» представників різних етносів: *Hispasian, Blacktino, Cubxican, Craxican*.

Існування нейтральної (а подекуди й позитивної) конотації великої частини стереотипів щодо латиноамериканців дає змогу оптимістично розцінювати розвиток стосунків між американським та іспаномовним населенням.

Як бачимо, в американських ЗМІ переважають негативні стереотипи стосовно латиноамериканців. Проте за останні десять років завдяки тиску з боку латиноамериканської громадськості ситуація почала змінюватися, зокрема стали виходити фільми, в яких саме латиноамериканці є головними героями і позитивними персонажами: «Поганенька Бетті» (*Ugly Betty*), «Діти шпигунів» (*Spykids*), «Чарівники з Вейверлі Плейс» (*Wizards of Waverly Place*), «Анатомія пристрасті» (*Grey's Anatomy*) тощо [3, с. 206]. Позитивним зрушенням серед латиноамериканських образів у серіалах є *Jane the Virgin*. Серіал змальовує багатогранний нестереотипізований образ жінки-латиноамериканки та пропагує ідею рівності латиноамериканців та американців. Необхідно відзначити, що створення фільмів та серіалів, у яких латиноамериканці грають позитивних героїв, має не лише ідеологічний, але й комерційний підтекст. Латиноамериканське населення є перспективною цільовою аудиторією, на яку орієнтуються ЗМІ упродовж останнього десятиліття [14, с. 208].

Багато матеріалів ЗМІ засуджують стереотипи щодо латиноамериканців. У 1911 р газета *La Crónica de Laredo* першою закликала боротися проти стереотипів, що зображують латиноамериканців негідниками і боягузами в популярних ковбойських фільмах, відзначаючи, що «мексиканці та інші латиноамериканці спаплюжені в гучних американських фільмах» [5, с. 59].

Сьогодні все більше поширюється ідея щодо спростування стереотипів. Зокрема, в статті «*L.A.'s «race war» that isn't»* у газеті *The Los Angeles Times* заперечується стереотип, пов'язаний з кримінальною діяльністю латиноамериканців, та пояснюється роль ЗМІ в його формуванні: «*Yes, there have been high-profile incidents of Latino-black violence, but, as the new study's authors suggest, those stories tend to be sensationized in the media to make those crimes seem like the rule rather than exception»*. Слова *high-profile* та *sensationized* описують тенденцію ЗМІ до гіперболізації та нагнітання «бури в стакані» стосовно досить поодиноких випадків.

**Висновки.** Отже, ЗМІ є одним з головних засобів формування та тиражування образів і стереотипів щодо латиноамериканців у свідомості носіїв англійської мови. Так, існування пейоративних стереотипів щодо латиноамериканців як нелегальний іммігрант, низькокваліфікований працівник, наркодилер, злочинець, які є історично відносно сталими, зумовлене перш за все політичними й історичними контактами США та Латинської Америки і свідчить про упереджене ставлення американців щодо латиноамериканців. Водночас з плином часу актуалізуються стереотипи з протилежним змістом (сім'янин, релігійний), які реалізуються через позитивні конотації та мають меліоративну оцінку, а також вказують на позитивну динаміку інтеграції латиноамериканців в американське суспільство та формування позитивного образу латиноамериканця в сучасних ЗМІ США.

*Література:*

1. Стефаненко Т.Г. Социальные стереотипы и межэтнические отношения. *Общественное и оптимизация совместной деятельности*. Москва, 1987, 11 с.
2. Гнатенко П.И., Павленко В.Н. Этнические установки и этнические стереотипы. Днепропетровск, 1995. 200 с.
3. Юнацкая А.Б. Этнические стереотипы и изменения в денотации и коннотации испанских заимствований в английском языке США. *Вісник Запорізького національного університету. Серія: «Філологічні науки»*. 2004. № 4. С. 204–208.
4. Берри Д.В., Пуртинга А.Х., Сигалл М.Х. Кросс-культурная психология. Исследования и применение. Харьков : Гуманитарный центр, 2007. 560 с.
5. Бестолкова Г.В. Средства массовой информации США как способ формирования и тиражирования образов и стереотипов латиноамериканцев. *Вестник Новосибирского государственного университета. История, филология*. 2018. № 17 (6). С. 54–67.
6. Losh C.S. NORC General Social Surveys Representative Samples of the Continental U.S. Florida State University, Department of Educational Psychology and Learning Systems. 2002.
7. Gonzalez-Barrera A., Krogstad J.M. What we know about illegal immigration from Mexico. *Latino Times*. URL: <http://latinotimes.org/2019/01/10/what-we-know-about-illegal-immigration-from-mexico-2/> (дата звернення: 20.03.2019).
8. Barreto M., Manzano S., Segura G. The impact of media stereotypes on opinions and attitudes towards Latinos. Pasadena, CA : National Hispanic Media Coalition and Latino Decisions. 2012. 82 p.
9. U.S. Customs and Border Protection. URL: <http://www.colibricenter.org/testimonials/u-s-border-patrol-2014/> (дата звернення: 11.03.2019).
10. Gil P. What Is a 'Meme'? What Are Examples of Modern Internet Memes? *About tech*. URL: <http://netforbeginners.about.com/od/weirdwebculture/f/What-Is-an-Internet-Meme.html> (дата звернення: 21.03.2019).
11. Gilliam Jr., Iyengar S. Prime suspects: The influence of local television news on the viewing public. *American Journal of Political Science*. 2000. № 1. P. 560–573.
12. Kang J. Trojan horses of race. *Harvard Law Review*. 2005. Vol. 118. No. 5. P. 1489–1593.
13. Pac T. The English-only movement in the US and the world in the 21st century. *Perspectives on Global Development and Technology*. 2012. № 11. P. 192–210.
14. Reny T., Manzano S. The negative effects of mass media stereotypes of Latinos and immigrants. *Media and Minorities*. 2016. № 4. P. 195–212.
15. The TV corpus. 2019. URL: <https://www.english-corpora.org/tv/> (дата звернення: 21.03.2019).

**Шовкопляс Ю. А. Особенности реализации этнических стереотипов относительно латиноамериканцев в современных СМИ США**

**Аннотация.** В статье освещен процесс формирования и тиражирования образов и стереотипов латиноамериканцев СМИ США. Выявлено и исследовано этнические стереотипы с позитивной и негативной номинацией, связанные с лицами латиноамериканского происхождения, с точки зрения языковых особенностей их выражения в современных СМИ США. Доказано, что, поскольку отношение к стереотипизированному образу может приобретать эмоциональную окраску, реализация стереотипических представлений на лингвальном уровне в медийном пространстве предполагает использование ряда маркированных единиц и стилистически окрашенных компонентов.

**Ключевые слова:** латиноамериканцы, стереотип, СМИ, мем, этнономинация.

**Shovkoplyas Yu. Peculiarities of formation of the ethnic Hispanic stereotypes in contemporary mass media of the USA**

**Summary.** The article attempts to highlight the process of formation, as well as replication of images and stereotypes of Latin Americans in the US media. The ethnic stereotypes with positive and negative nomination associated with persons of Latin American origin have been identified and investigated in terms of linguistic peculiarities of their expression in contemporary mass media of the USA. In the article it is proved that since the attitude towards a stereotyped image can acquire an emotional colour, formation of stereotyped representations at the linguistic level involves the use of a number of marked units and stylistically coloured components.

**Key words:** Latin Americans, stereotype, mass media, mem, ethnonomination.