

Studia Interkulturowe Europy Środkowo-Wschodniej 16

ISSN 1898-4215; e-ISSN 2544-3143

Copyright © by Olena Rosinska

Creative Commons: Uznanie Autorstwa 3.0 Polska (CC BY 3.0 PL)

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/pl/>

<https://doi.org/10.31338/2544-3143.si.2023-16.7>

Olena Rosinska

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, Ukraine

o.rosinska@kubg.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0003-4460-0668>

МОТИВИ МЕДІЙНОГО НАРАТИВУ
«ЖІНКА-ЗАРОБІТЧАНКА» В УКРАЇНСЬКОМУ,
ПОЛЬСЬКОМУ ТА ІТАЛІЙСЬКОМУ КІНО¹

**Motifs of the Media Narrative ‘Female Migrant Worker’ in Ukrainian,
Polish, and Italian Cinema**

Abstract

Lately, the image of a woman-wage earner, a migrant from another country, has become a particular symbol of the economic disadvantage of some countries and a symbol of the search for a better life in a foreign land. In the Ukrainian cultural context, the image of a wage earner in literature is classic: starting with oral folk art and fiction and ending with film images of the modern period. Instead, our study proposes to change slightly the aspect of view to the problem and to analyse it through the prism of gender and national stereotypes, highlighting the critical narratives of the history of migration and employment of women, not only Ukrainian but also Polish. This will remove some of the connotations of cross-national insults or

¹ The research has been made under the project of “The evolution of images of Ukrainians in Polish documentary and feature film” (POLONISTA – PROGRAM STYPENDIALNY DLA NAUKOWCÓW, Poland, grant BJP/PON/2023/1/00011).

under-appreciation and open up areas for further exploration of such narratives in film content. Stereotyped images broadcast in film material through rigid narratives are even more important for research because, on the one hand, they reflect specific structures of collective ordinary consciousness. On the other hand, they form them. It is, in particular, about the processes of the transgression of stable consciousness concepts through mass media. While analysing film images, we can trace certain constructs of narratives related to a migrant woman trying to earn money in another country. First of all, she appears as rightless, unadapted to another culture, the one who can apply for unskilled work (usually due to the language barrier and other factors), and under challenging conditions, her country is poor and does not give her opportunities; also women earn for family, that suits men completely, so there is an emphasis on the inability of some people at the expense of others, on gender stigmatisation.

Keywords: gender stereotype, national stereotype, narrative, feature film, documentary film, transgression

У своєму дослідженні ми спираємося на поняття стереотипу, що розглядається на рівні соціальної стереотипізації, а також поняття нарративу, що є одним з ключових у дослідженні. **Наратив** найпростіше можна інтерпретувати як певну буттєву модель, яка шляхом розкриття невідомого через відоме, зокрема певні сталі сценарії, метафори, образи, структури, формує у свідомості логічно вибудовану оповідь щодо певних типових ситуацій.

Теоретичне питання стереотипу досить добре досліджене в науковій літературі. Класичною у цьому контексті є розвідка В. Ліппмана, на яку ми спираємося у своєму аналізі. Також феномен стереотипу був розкритий у працях І. Кона, О. Черемісіної, В. Медведєва, П. Гнатенко, В. Павличко, М. Жинкіна, О. Іванової, В. Красних, Г. Старовойтової, А. Шевченко, Ю. Римаренко, Н. Яковенко, О. Кісь та інших учених. Специфіку гендерних стереотипів розглядає Л. Андрушко², актуалізуючи погляд на гендерний стереотип як на вид соціального стереотипу. Т. Єрмолаєва та К. Шваб аналізують гендерні стереотипи в українському суспільстві³.

² Л. Андрушко, *Гендерні стереотипи в українській телерекламі*, „Вісник Львівської національної академії мистецтв” 2012, вип. 23, с. 397–407, https://nam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/23/42.PDF [доступ: 23.07.2023].

³ Т. Єрмолаєва, К. Шваб, *Гендерні стереотипи у сучасному українському суспільстві*, „Вісник Університету імені Альфреда Нобеля” 2017, № 1 (13), с. 92–96, <https://ir.duan.edu.ua/bitstream/123456789/2900/1/15.pdf> [доступ: 23.07.2023].

Тема стереотипів та стереотипізації у фільмовому контенті досліджується у світовій науці, і можна виділити низку праць, що розкривають специфіку цього питання саме на прикладі національного кіно. Наприклад, у роботі Левента Їлмазока „Сталий «інший» в турецькому кіно: стереотипна та гендерна грецька ідентичність”⁴ для нас цінне те, що автор указує на стійкість національних стереотипів, які реалізуються у фільмовому контенті. Подібне дослідження здійснено також групою вчених Анастасія Стаму, Корнилія Петракі⁵.

Фундаментальною в цьому питанні є книга Йорга Швайніца *Фільм і стереотип*⁶, у якій докладно розкрито природу стереотипів та проаналізовано логіку застосування аналізу стереотипів для вивчення фільмового контенту. Дуже цікавим є дослідження Чарльза Раміреса Берга⁷, де представлено стереотипи, трансльовані в кінематографі. В окремому розділі своєї книги *Чого хочуть картини? Життя та любов образів* дослідник розкриває питання раси та стереотипу⁸.

Узагальнені уявлення поляків про нації і політичні стереотипи представлені в збірнику текстів *Nie jesteśmy ukrainofilami. Polska myśl polityczna wobec Ukraińców i Ukrainy. Antologia tekstów*⁹. Його упорядники, зокрема, зазначають, що радянська та німецька окупації, нищення поляків та українців дають усі підстави для створення площини взаєморозуміння двох народів.

Для нашого дослідження особливо цікавими є розвідки, що розкривають соціальні тенденції та соціальні стереотипи у площині зображен-

⁴ L. Yilmazok, *Persistent othering in Turkish cinema: the stereotyped and gendered Greek identity*, „Turkish Studies” 2019, vol. 20, iss. 1, p. 120–139, <https://doi.org/10.1080/14683849.2018.1470898> [доступ: 23.07.2023].

⁵ A. Stamou, K. Petraki, *Istanbul Greek identities in film discourse*, „Popular Communication” 2022, vol. 20, iss. 2, p. 77–90, <https://doi.org/10.1080/15405702.2021.1994575> [доступ: 23.07.2023].

⁶ J. Schweinitz, *Film and stereotype: A challenge for cinema and theory*, New-York 2011.

⁷ R. Charles, *Latino Images In Film & Stereotypes, Subversion, Resistance*, Austin 2021.

⁸ W. f. T. Mitchell, *What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*, Chicago–London 2006.

⁹ *Nie jesteśmy ukrainofilami. Polska myśl polityczna wobec Ukraińców i Ukrainy. Antologia tekstów*, red. Jan Ołdakowski, Monika Zuchniak, Paweł Kowal, Wrocław 2002.

ня трудових мігрантів, зокрема жінок-мігранток. Такими є праці вчених Г. Городецької¹⁰, О. Пономаревої¹¹, Б. Лацяк¹², К. Братанец¹³.

Натомість **актуальність роботи** цілком очевидна, оскільки відсутні комплексні дослідження стереотипних образів та сформованих на їх основі наративів у вітчизняному та світовому фільмовому контенті, що є важливим з огляду на широту охоплення аудиторії споживачів інформації та специфічний спосіб впливу на свідомість матеріалу такого формату.

Такі дослідження особливо важливі зараз, коли відносини між народами стають тіснішими, взаємодія більш активною, і, відповідно, створюється певне спільне медіаполе, у якому більш явними постають певні спотворення реальності, спричинені трансляванням стереотипних уявлень одне про одного. Згадаймо, наприклад, опубліковане нещодавно в газеті *Rzeczpospolita* дослідження щодо зміни ставлення поляків до українців за останній період¹⁴ і реакцію на це українських медіа та громадян.

Певні міжнаціональні непорозуміння, образи, зміни ставлення одне до одного, однак, треба розглядати в контексті здорового історичного глузду, здатності до розуміння коренів тих чи інших явищ, а також їхнього впливу на майбутнє. У цьому сенсі фільмовий контекст (як художній, так і документальний) відкриває великі можливості.

Мета дослідження: проаналізувати особливості образів заробітчанок з погляду національної та гендерної стереотипізації в художніх та документальних фільмах України, Польщі, Італії, визначити специфіку наративу в зображенні життєвих історій таких жінок.

¹⁰ Г. Городецька, *Домашня праця очима українських трудових мігранток*, „Український соціум” 2015, №1 (52), с. 124–133, https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2015/01/124-133_no-1_vol-52_2015_UKR.pdf [доступ: 23.07.2023].

¹¹ О. Пономарева, *Феномен українських іммігрантів у Італії з погляду теорії соціальної ідентичності*, „Український соціум” 2011, № 4, с. 67–82, https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2011/10/67-82_no-4_vol-39_2011_UKR.pdf [доступ: 23.07.2023].

¹² В. Łaciak, *Wojna jako katastrofa. Obraz wojen XXI wieku w polskich filmach fabularnych i wybranych serialach telewizyjnych*, „Kultura Współczesna” 2020, vol. 109, iss. 2, p. 69–82, <https://doi.org/10.26112/kw.2020.109.05> [доступ: 23.07.2023].

¹³ К. Brataniec, *Narody i ich stereotypy a wizerunek Ukraińców w świadomości zbiorowej Polaków*, „Państwo i Społeczeństwo” 2016 (XVI), nr 1, s. 59–74.

¹⁴ *Badanie: zmienia się nastawienie Polaków do uchodźców z Ukrainy*, <https://www.rp.pl/spoleczenstwo/art37927281-badanie-zmienia-sie-nastawienie-polakow-do-uchodzcow-z-ukrainy?fbclid=IwAR2THDDVFqYxMTCOy6gH3XYBaIEIA5x5wbifRqWkPM2Aw2DmNh1ztEWvila> [доступ: 23.07.2023].

Завдання дослідження: здійснити проблемний контент-аналіз представлених для дослідження документальних та художніх фільмів; визначити домінантні мотиви нарративу при формуванні образів заробітчанок, гендерні стереотипні маркування в життєвих історіях.

Методи дослідження: проблемний контент-аналіз художніх та документальних фільмів, у яких ключовими образами є мігрантки/заробітчанки, метод аналізу та синтезу.

Для аналізу обрано художні фільми *Гніздо горлиці* (2016); *Незнайомка* (*La sconosciuta*, 2006); серіали *Дівчата зі Львова* (*Dziewczyny ze Lwowa*, 2015); документальні фільми *Пані з України* (*Pani z Ukrainy*, 2002); *Жінка-банкомат* (2012); *Матері до найму. Сурогатки в Україні* (*Matki do wypożyczenia. Surogatki na Ukrainie*, 2021); побіжно також як приклади наведено образи з фільмів *Кімната самогубців* (*Sala samobójców*, 2011); *Перше кохання* (*Pierwsza miłość*, 2004–2022), *Лондонці* (*Londyńczycy*, 2008), *Удови* (*Widows*, 2018); *Медики Чикаго* (*Chicago Med*, 2015).

Стереотипне сприйняття себе самих як нації, своїх історичних сусідів, взаємозв'язків між культурами має довгу традицію, є своєрідним спадком, оскільки соціальні стереотипи формуються на основі довгого історичного досвіду. Розуміння цих процесів урешті може дозволити сформувати такі стратегії міжнаціонального спілкування, які не будуть пов'язані з історичними образами, а тільки з усвідомленням коренів тих чи інших стереотипів та специфіки їх трансляції в різних видах медіа, у тому числі фільмовій продукції, що охоплює широкі кола споживачів. Таким чином, наявність певних національних і гендерних стереотипів не буде маркуватися як „вина” їх носія, а тільки як наслідок сформованих традицій, історичного бачення, позиції медіа в цих питаннях тощо, нарешті прагнення людини мати на рівні буденної свідомості чіткі уявлення про навколишній світ, певну стабільну непорушну конструкцію, що становить її психологічний захист.

Формування „безпечної” для людини картини світу потребує створення стереотипів, оскільки початково системи стереотипів пов'язані з такими визначальними для свідомості конструктами, як безпека, самоповага, загалом цінності та уявлення, що стали продуктом історичного досвіду нації чи особистого й інформаційного досвіду людини. З іншого боку, це не означає, що такі стійкі системи стереотипів не мають підлягати пересомисленню і навіть руйнуванню, але варто усвідомлювати, що процес цей складний і довготривалий. Однак якщо процеси міжнаціональної

взаємодії цього потребують, то варто аналізувати й відстежувати такі дразливі моменти сприйняття одне одного для подальшого досягнення історичного взаєморозуміння, що базуються на взаємному осмисленні конструктивів буденної свідомості. У цьому сенсі досить цікавими для дослідження є національні та гендерні стереотипи, трансльовані у фільмових продуктах, оскільки саме ці уявлення становлять базу буденної свідомості.

Дуже важливо розуміти, що в структуру стереотипу лягає частково реальний, зокрема історичний, досвід, що дозволяє йому раціоналізуватися в національній картині світу. Наприклад, упродовж десятиліть поляки стикаються з достатньо великою кількістю українських заробітчанок, що працюють на низькокваліфікованій роботі, а англійці стикаються з такими ж заробітчанками з Польщі. На підставі цього може формуватися стереотип, який канонізується в культурно-національному середовищі, хоча відображає реальність тільки частково. Зауважмо, що досвід показує наявність у всіх країнах достатньої кількості мігранток, що працюють на різних високих посадах, є викладачами, менеджерами тощо, але не стають предметом зображення.

У стереотипі наявна певна кількість дійсної, істинної інформації як певної раціоналізованої форми пізнання та категоризації. Культурні стереотипи зберігаються як канони та штампи і, виступаючи інваріантами діяльності, зумовлюють і визначають вербальні й невербальні дії та поведінку, формують певним чином самосвідомість. За своїм походженням стереотипи не є результатом впливу одного феномену, вони є результатом складної дії, оскільки за особливостями виникнення, структурою та функціями вони є результатом виокремлення найбільш суттєвого, типового з великого за обсягом джерела інформації. Катажина Братанец пропонує називати такий стереотипний образ **культурною універсалією**: „Aby określone przekonanie uznane zostało za stereotyp musi być mocno ugruntowane w świadomości danej zbiorowości jako swoisty powszechnik kulturowy podzielany przez większość społeczeństwa lub grupy”¹⁵.

Власне, стереотипізоване уявлення про іншу націю цілком мотивоване психологічно. По суті, це класичне уявлення про „іншого”, який є „не я”, тому в уявленні про нього свідомість буде відштовхуватися від уявлення про „себе” й актуалізувати відмінності. Цілком природним також є те,

¹⁵ K. Brataniec, *Narody i ich stereotypy a wizerunek Ukraińców w świadomości zbiorowej Polaków*, „Państwo i Społeczeństwo” 2016 (XVI), nr 1, s. 60.

що серед відмінностей будуть особливо підкреслюватися негативні, адже свідомість гостріше реагує на порушення типового, ніж на типове, на негативне, ніж позитивне. Колективні національні уявлення, таким чином, спиратимуться на ті тригерні уявлення, що сформувалися в критичні історичні моменти, і саме це може стати основою національного стереотипу. Катажина Братанец підкреслює також, що уявлення про інших свідомо впливає з уявлення про власну ідентичність:

Jako wynik doświadczeń narodu pojęcie stereotypu, ma zawsze charakter społeczny, odsyła do wzoru kultury, tradycji, ukształtowanego w ciągu dziejów i kontaktów między „innymi etnicznymi” obrazu grupy obcej. Stereotypy narodowe, stereotypowe wyobrażenia o innych narodach są częścią tradycji i kultury narodowej, wpajanej jednostce od momentu socjalizacji pierwotnej¹⁶.

Авторкою було здійснене дуже ґрунтовне дослідження національних стереотипів, подібного до якого немає ні у вітчизняній, ні у зарубіжній науковій практиці. Зокрема, результати дослідження показують, що поляки дистанціюються від цілої низки національних груп, зокрема китайців, євреїв, білорусів, турків, українців і росіян. Вони пов'язуються з культурно маркованим „Wschodem” та уявленням про низький рівень життя¹⁷. Показово, що подібне сприйняття ми можемо спостерігати в українців щодо росіян, білорусів та деяких інших народів, що проявляється в різнохарактерному контенті соціальних медіа – мемах, анекдотах, жартах, розважальних програмах тощо. Звичайно, було б дуже цікаво провести подібні до здійсненого Катажиною Братанец дослідження на іншому національному матеріалі, однак це не є зараз нашою метою. Для нас важливо актуалізувати наявність у свідомості народу стереотипізованих уявлень про інший народ, що відштовхуються від уявлення про себе самих, історичного досвіду, контенту різних жанрів.

Із українцями поляків поєднує довга й непроста спільна історія, що не могло не позначитися на уявленнях одне про одного. Деякі з них можна розглядати як специфічну національну захисну реакцію. Однак ці уявлення міняються в часі відповідно до соціальних та ціннісних змін, хоч це не може відбуватися достатньо швидко. Наприклад, в одному з досліджень показано:

¹⁶ Ibidem, с. 60.

¹⁷ Ibidem, с. 68.

Jednak właśnie wobec Ukraińców występuje największa w ciągu ostatnich kilkunastu lat poprawa nastawienia. W porównaniu z rokiem 1993 trzykrotnie zwiększył się odsetek badanych wyrażających sympatię do Ukraińców, a liczba osób wyrażających zdecydowaną niechęć zmniejszyła się o ponad połowę¹⁸.

У дослідженні Катажини Братанец актуалізовано певні стереотипні уявлення поляків про українців, що фактично є узагальненими характеристиками, котрі логічно не можуть бути притаманні кожному представникові народу:

„Są agresywni. Nie lubią nas. To naród ubogi”, a jednomyślnie przypisane Ukraińcom cechy to: „biedny, mściwy nacjonalista, nadużywający alkoholu, odważny, zacofany”. Rosjanie występowali w badaniu jako „Nasi najbliżsi sąsiedzi, z którymi mamy różne doświadczenia. Ludzie z krzepą. Tam nie ma pojęcia bogactwa, bo ta szara masa żyje w ubóstwie. Chusta i walonki. Są bardziej rozpici niż my. Hipokryzja – co innego myślą, co innego mówią. Mafia i prostytutki. Są dobrymi przyjaciółmi”¹⁹.

Подібні характеристики відзначає в своєму дослідженні Ян Блуш-ковський:

W stereotypie Ukraińców wyodrębnia się zatem kilka sylwetek – pierwszą z nich jest zespół cech będących negacją ludzi dobrze wychowanych, postrzega się Ukraińców, jako ludzi nadużywających alkoholu, niekulturalnych i nietowarzystkich, niedbających o czystość, a pod względem mentalności zacofanych. Druga sylwetka jest zaprzeczeniem homo economicus, Polacy uważają Ukraińców za ludzi biednych, niegospodarnych i leniwych, nieprzejawiających gospodarności. Sylwetka psychiczno-charakterologiczna również jest zdecydowanie negatywna, ponieważ wskazane cechy charakteru to: mściwy, nieżyczliwy, podstępny i nacjonalistycznie nastawiony. Jedyłą pozytywną cechą jest odwaga²⁰.

Цілком зрозуміло, що ці стереотипні уявлення є протилежними до уявлень про себе, що психологічно є логічним. Подібні уявлення про інших і самоуявлення ми можемо віднайти в картині світу практично будь-якого народу, тому це не має бути підставою для взаємних образ,

¹⁸ *Stosunek Polaków do innych narodów. Komunikat z badań*, oprac. M. Omyła-Rudzka, Warszawa 2012, s. 11.

¹⁹ K. Brataniec, *Narody i ich stereotypy...*, op. cit., s. 70.

²⁰ J. Błuszkowski, *Stereotypy narodowe w świadomości Polaków*, Warszawa 2003, s. 156–157.

а тільки контекстом для дослідження того, як подібне явище переломлюється в медіапродуктах різних жанрів, транслюючись для широкого загалу та закріплюючись.

Загалом такі стереотипні уявлення, що базуються часто на уявленні про іншого як менш освіченого, менш цивілізованого, менш економічно забезпеченого, лягають окремим шаром в структуру певних образів і в такому вигляді стигматизуються. Так, у нашому дослідженні ми будемо спостерігати, що в структурі кінообразу заробітчанки окремим пластом є стереотип представниці „іншого” народу, представниці біднішої, а відповідно менш цивілізованої країни.

Аналізуючи фільмовий документальний та художній контент, ми можемо запропонувати певне метафоричне формулювання нарративу, що вибудовується на кількох сталих мотивах: „Попелюшка – бідна жінка з бідної країни, що займається важкою некваліфікованою роботою для виживання, яка готова багато на що, якщо не на все, заради заробітку, яка не може покластися на свого чоловіка, але має утримувати дітей”.



Фото 1. Кадр із фільму *Матері до найму. Сурогатки в Україні*.

У цьому контексті варто актуалізувати розповідь про єдиний наявний вихід із важкого становища, що артикулюється всіма героїнями, хоча насправді стратегічно таких рішень може бути безліч. Однак у контексті цього нарративу вихід позначається як єдино можливий, що цілком лягає

в історію більшості заробітчанок та їхніх наймачів, котрі постають у цій історії як рятівники, навіть позбавляючи жінок свободи й маніпулюючи ними. Образ рятівника бідної Попелюшки можна актуалізувати тільки в контексті наявного єдиного виходу, бо за інших умов історія мала би вигляд не такий привабливий, оскільки стає зрозуміло, що, власне, із цього користають обидві сторони. Але це був би зовсім інший наратив.

Наприклад, у документальному фільмі *Пані з України*, знятому режисером Павлом Лозінським, як він указує, для відображення долі своєї помічниці по дому, героїня співає пісню й розповідає, що була щаслива, коли народила дитину, що дуже її любить і полетіла би до неї на крилах хоч зараз, якби мала таку можливість. Зрозуміло, що в заданому контексті єдиного життєвого виходу вона цього зробити не може.

Абсолютно подібний наратив наявний в документальному фільмі *Жінка-банкомат*, знятому для каналу „1+1”, де героїні говорять про своє скрутне становище, тугу за дітьми, розлуку з рідним домом, натомість перебувають в Італії 8, 10, 12 і більше років, тоді як діти виростають без них під опікою інших родичів. Історія „єдино можливого виходу” підкріплена у фільмі кадрами неремонтованої квартири, будинку, який завалюється, тощо.

Подібний за структурою наратив спостерігаємо й у документальному фільмі телеканалу TVP *Матері до найму. Сурогатки в Україні*.

Можемо простежити у фільмі потужне формування наративу про жінку з бідної країни, котра має тільки один життєвий вихід (у цьому випадку сурогатне материнство): „українські агенції не мають проблеми зі знаходженням жінок, готових народити дітей чужим людям”, „тут колись також усе налагодиться і стане, як у вас, будемо щасливі, а якщо не ми, то наші діти та онуки” тощо.

У діалозі Л. Денисової із журналісткою відчувається остаточне узаконення певного сценарію жіночої долі:

„Л. Денисова: Україна стала осередком бізнесу сурогатного материнства через високу якість послуг, низьку ціну.

Журналістка: І через складне матеріальне становище”.

У всіх трьох аналізованих документальних фільмах актуалізується мотив чоловічої неспроможності до захисту родини, турботи про дітей, заробітку (ми ще повернемося до цього мотиву, щоб визначити його місце в структурі наративу). Так, у фільмі *Пані з України* героїня розповідає, що мала чоловіка, але він тільки читав книжки й розмовляв про розумні речі,

однак ні про що не дбав, а потім почав зраджувати. У фільмі *Жінка-банкомат* героїня, яка є вчителькою початкових класів, але працює в Італії прибиральницею, розповідає, що чоловік пив та бив її, так що їй навіть соромно згадувати про своє родинне життя.

У фільмі *Матері до найму. Сурогатки в Україні* журналістка кілька разів (через нетиповість та неоднозначність для суспільства цього явища) порушує питання про ставлення чоловіків до того, що жінки заробляють, народжуючи дітей для інших пар. Одна з героїнь говорить: „Наші чоловіки були проти, але потім погодилися, що більше ніде таких грошей не заробити”. Сусід героїні стверджує, що не дозволив би своїй дружині так заробляти, але потім кидає репліку: „То все через важке життя”. До речі, мотив безпросвітності життя підкреслюється журналістами: „Типове українське село, мешкає тут ледве триста осіб, бо всі, хто міг, виїхав на заробітки”. Героїні фільму – переважно продавчині з маленьких населених пунктів, жінки, які не бачили іншого способу втілити свої плани в життя.

Помітно, що в героїнь трьох документальних фільмів однакові мрії: „навчання дітей”, „відремонтувати дім”, „купити квартиру, машину” тощо, тобто сподівання в площині суто матеріальній.

Героїня фільму *Пані з України* більш докладно описує свої прагнення: „Мрію заробити багато грошей і відіслати своїй дочці та мамі. Якби мала багато грошей, то купила б автомобіль і дім, невеличкий і затишний”. Вона ж вводить у наратив артикульований мотив Попелюшки – такої знайомої, яка чарівним способом вийшла з нещастя у щастя, зустрівши принца, – однак зазначає, що не всім так щастить:

У моєї подруги був чоловік, доктор, але алкоголік, бив її. Вона мала гарний голос, співала у філармонії. Але дочка піростала, їй потрібно було навчатися. То подруга поїхала до Греції працювати прибиральницею. У неї закохався барон, одружився з нею. Коли приїхала в Україну, то вже не можна було її впізнати.

Ця історія, власне, є квінтесенцією всього нарративу, оповіді про жінок, що їдуть у далекі краї, в омріяний „закордон”, де інші гроші, інші люди, щоб реалізувати свої прагнення й зробити своє життя інакшим. Вони живуть одночасно у двох світах, тут і там, виправдовують свою відсутність надсиленням грошей, за довгий час звикають до такого сценарію і вже не можуть жити інакше. Образ жінки, що працює на низькокваліфікованій, але потрібній у різних країнах світу роботі, лягає в основу образу, що

стигматизується й шаблонно представляє українок та інших заробітчанок у кіно, а далі – у свідомості споживачів.

Наприклад, у польському кіно можна навести кілька прикладів, навіть не згадуючи на цьому етапі відомий широкому загалу серіал *Дівчата зі Львова*. Так, це героїня-прибиральниця Оксана з України, що епізодично з'являється також у польському фільмі *Кімната самогубців*. Вона говорить ламаною мовою, характер її не прописаний глибоко. Це ціла низка персонажів серіалу *Перше кохання*: Аліна, українка, що нелегально працює в Польщі; Діна, українка, ув'язнена в підвалі нічного клубу „Ахтер” у Копровіце разом з Амелією; Дарина, українка, прибиральниця в квартирі Алехандро Марії де Валеса, іспанського принца, який її згвалтував; Ірміна, українка, „паперова наречена” Цезарія Грузика, власника шинку „Варвар”, а потім дружина Людвіка Печука; Люда, українка, яка нелегально працює в коморі Себастьяна; Лена, українка, землячка та подруга Ірміни; Валя, українка, яка нелегально працювала в коморі Себастьяна. Себастьян, до речі, є босом мафії, котрий нелегально працевлаштовує українок.



Фото 2. Кадр із фільму *Пані з України*.

Варто зауважити, що образ українки, котра працює як хатня помічниця, формується й конкретним соціальним досвідом:

90% wszystkich obywateli innych krajów pracujących w Polsce to Ukraińcy. Mężczyzn jest dużo mniej i często zajmują się mało eksponowanymi społecznie zawodami fizycznymi. Kobiety najczęściej opiekują się dziećmi, osobami starszymi czy sprzątają – utrzymując za to rodziny w kraju (nierazko mężów, od których uciekają)²¹.

Оскільки безпосередньо люди стикаються більшою мірою саме з такими представниками нації, це відображається у фільмовому контенті, надалі стереотипізується й урешті стає медійною „візитівкою”, сталим національним стереотипом.



Фото 3. Кадри з фільму *Дівчата зі Львова*.

Польський журналіст Януш Омилінський звертає увагу на те, що не всі історії мігранток з України однакові, оскільки „duża część Ukrainek pracujących w Polsce m. in. uczy angielskiego”²², і це тільки один приклад, адже людські історії дуже різні. Є українки, які в Польщі працюють у наукових установах, школах, банках тощо.

Натомість медійна історія міграції розвивається тільки в одній площині, а образ жінки-мігрантки вкладається в усталений наратив. Причому

²¹ J. Omyliński, *Ukraińki pracują jak roboty. Wpadka dziennikarza wywołuje dyskusję*, <https://natemat.pl/361,ukrainki-pracuja-jak-roboty-wpadka-dziennikarza-wywołuje-dyskusje> [доступ: 24.07.2023].

²² Ibidem.

це стосується не тільки мігранток-українок. Януш Омилінський зауважує, зокрема: „Podobnie o naszych rodaczkach mówią w innych krajach. Polak-mechanik, Polka-sprzątaczką to częste stereotypy na Zachodzie”²³. Наприклад, дуже гучною була історія стереотипного й цілком принизливого медійного образу польських прибиральниць в 11-й серії серіалу *Медики Чикаго*, що транслювався на каналі NBC. Фактично у цій лікарні, як і в інших, працюють польські лікарі та фахівці інших рівнів, однак акцент був зроблений саме на тому, що поляки працюють на низькооплачуваній роботі. Жінки були зображені в хустках, мали вигляд цілком не відповідний до того закладу, у якому перебували.



Фото 4. Кадр серіалу *Медики Чикаго*. Образи польських прибиральниць.

Медіа відразу зреагували на цей факт, зауваживши: „Dlaczego twórcy serialu nie pokazali w nim polskiego personelu medycznego tylko polskie sprzątaczkę, które nawet nie są ubrane w odpowiednie uniformy do pracy. A na dodatek na głowach mają chustki, których tak naprawdę nikt nie nosi”²⁴.

²³ Ibidem.

²⁴ *Ośmieszający wizerunek polskich sprzątarek w serialu NBC*, <https://dziennikzwiazkowy.com/polonia/osmieszajacy-wizerunek-polskich-sprzataczek-w-serialu-nbc/> [доступ: 24.07.2023]; *Reakcja Kongresu Polonii Amerykańskiej ws. wizerunku polskich sprzątarek*

Збігнев Банась, кінокритик і професор історії кіно в Університеті Лойоли в Чикаго, назвав спосіб представлення польських жінок стереотипом не тільки шкідливим для польської етнічної групи, але й сильним анахронізмом.

Так само увагу кінокритиків привернув фільм *Удови*, знятий режисером Стівом МакКвіном, одна з героїнь якого полька. Під час першої появи у фільмі в Аліції підбите око. Несхвалення польських глядачів та критиків викликало те, що Аліція – безініціативна, залежна від чоловіка, що особливо помітно на фоні інших підприємливих та активних жінок.

Показовим також є діалог Аліції з матір'ю, який окреслює сферу можливого застосування підприємливості жінки:

Аліція: Мені потрібно йти на роботу.

Мати: Де? Прибиральницею? Офіціанткою? І для чого?

Аліція: Що я маю робити? Від вас я пішла до Флорека.

Мати: Тебе повинні підтримувати чоловіки.



Фото 5. Кадр із фільму *Удови*. Аліція і Флорек.

Критики зауважували, що лише польську жінку показали в невидному світлі як бездумну, вульгарну легковажну дівчину з сумнівною

w serialu NBC, <https://dziennikzwiazkowy.com/polonia/reakcja-kongresu-polonii-amerykanskiej-ws-wizerunku-polskich-sprzataczek-w-serialu-nbc/> [доступ: 24.07.2023].

мораллю. Вона неосвічена, але не переймається цим, тому що працювати все одно не хоче. Також привертає увагу, що можливою роботою для себе вона вважає обслуговування.

Таким чином, ми можемо простежити певну схожість між образами мігранток чи мігранток-заробітчанок із різних країн.

Подібно також у серіалах *Лондонці* та *Дівчата зі Львова* створено образи заробітчанок: у першому серіалі це польки, у другому – українки. Жінки потрапляють у схожі ситуації: у чужій країні їм доводиться важко працювати, а їх хочуть бачити тільки як персонал з обслуговування. Знову ж таки подібний наратив цілком відповідає соціальній дійсності, оскільки, за соціальними дослідженнями, у низці країн Європейського Союзу трудові мігрантки, зокрема польки та українки, залучені до специфічних трудових ніш вторинного ринку праці, тобто до сектору обслуговування. О. Пономарева в своєму дослідженні наголошує, що для українок привабливими країнами міграції стають Польща, Італія, Греція, Іспанія. Авторка наголошує, що в Італії саме слово „українка” уже асоціюється зі словом „доглядальниця”²⁵. Тобто підстави до створення певного фільмового образу заробітчанки існують, однак він є однобоким, оскільки не вичерпує всієї різноманітності ситуацій.

Якщо говорити про образ української заробітчанки в Італії, безсумнівно варто згадати український фільм *Гніздо горлиці* режисера Тараса Ткаченка, головна героїня якого вирушає до Італії, щоб заробити грошей для заснування власного бізнесу. Образ Дарини втілений талановитою українською акторкою Риммою Зюбіною, яка так висловилася про свою героїню:

Я не грала Дарину як жінку, яка поїхала в Італію за розвагами, за коханцем. У фільмі навіть незрозуміло, чи було в неї кохання до італійця. Просто якоїсь миті Дарині в Італії стало так самотньо, так важко, що просто вити хотілося. Вона почувалася, ніби кошения, яке викинули на вулицю. І от хтось перший-ліпший, а може, й не ліпший, просто взяв на руки, пригорнув до себе...²⁶

²⁵ О. Пономарева, *Феномен українських іммігрантів у Італії з погляду теорії соціальної ідентичності*, „Український соціум” 2011, № 4, с. 75.

²⁶ Римма Зюбіна про важливі ролі, „переставлені рейки” і небайдужість [інтерв'ю], *бесіду веде Вікторія Котенок*, Кіно-Театр 2020, № 5, с. 23–26, http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/19532/Kotenok_Rymma_Ziubina_pro_vazhlyvi_rol_i_perestavleni_reiky_i_nebaiduzhist.pdf?sequence=1 [доступ: 25.07.2023].

Дарину змушує виїхати до Італії, по-перше, бажання змінити життя своєї родини, оскільки ми бачимо, що чоловік її економічно неспроможний, покладається на неї. Навіть коли героїня озвучує своє бажання залишитися вдома, він відповідає їй: „Де ж ми такі гроші заробимо?”. Інший персонаж, чоловік заробітчанки Галини, неодноразово звинувачує жінок, що поїхали до Італії, у зрадництві, однак цілком задоволений отримуваними від дружини коштами, на які купує все потрібне. Дмитро, чоловік Дарини, теж принижує жінку, дізнавшись про її вагітність, хоча ситуація, у якій він повністю поклав на дружину відповідальність за долю родини, цілком його влаштувала до цього моменту.



Фото 6. Кадр із фільму *Гніздо горлиці*.

Таким чином, у фільмі також актуалізується мотив „неспроможного чоловіка”. На підставі аналізу обраного фільмового контенту можна загалом характеризувати його як класичний в історії жінки-заробітчанки. Так, у серіалах *Лондонці* та *Дівчата зі Львова* це чоловік Еви (*Лондонці*), шкільний учитель, що не може заробити грошей і відпускає дружину на заробітки до Лондона; коханий Олі (*Дівчата зі Львова*), котрий виманює в неї гроші; колишні чоловіки Світлани та Поліни (*Дівчата зі Львова*), котрі переклали відповідальність за дітей повністю на жінок, тощо. Про стереотипні образи чоловіків у названих серіалах було проведено окреме

дослідження²⁷. Подібні висловлювання про чоловіків та їхню роль у родині також характерні для героїнь аналізованих документальних фільмів.

Хоча психологічний трилер італійського режисера Джузеппе Торнаторе *Незнайомка* істотно відрізняється від інших аналізованих, порушує проблеми торгівлі людьми, проституції. Однак у ньому також наявні мотиви нарративу жінки-заробітчани: „бідна країна”, „сподівання”, певна соціальна роль героїні.



Фото 7. Кадр із фільму *Незнайомка*.

Українка Ірина (Ірена) Ярошенко працює в Італії прибиральницею. Поступово глядачеві відкривається її трагічна історія: залежність від жорстокого мафіозі, торгівця людьми, проституція, народження дітей. Італійська родина, у якій Ірена працює, ставиться до неї насторожено (так само в Дарини в *Гнізді горлиці*), сприймає її як чужинку, котрій важко довіряти. Натомість дівчина готова на все, щоб досягти поставленої мети:

- Вам потрібна прислуга?
- Звідки ти?
- З України.

²⁷ O. Rosinska, *Models of stereotypization of national characteristics, gender roles and behavioral scenarios in series (on the example of the Polish series "The Girls From Lviv" and "The Londoners")*, „Synopsis: Text, Context, Media” 2022, т. 28, №3, с. 146–155, <https://doi.org/10.28925/2311-259x.2022.3.7> [доступ: 25.07.2023].

- А що ти вмієш?
- Усе, що завгодно: прибирати, готувати...

Жанр фільму інакший, ніж жанр інших аналізованих художніх фільмів, образ героїні нетиповий, тому тим більш показовими стають типові мотиви нарративу, які ми узагальнили в таблиці 1.

Таким чином, ми можемо побачити, що в аналізованому контексті не йдеться навіть про національні стереотипи, оскільки більшою мірою розкривається гендерно маркована історія виживання жінки в складній соціально-економічній реальності, де чоловік не стає їй підтримкою, натомість може бути тягарем чи загрозою. З погляду ж специфіки національної стереотипізації можемо переконалися, що йдеться просто про національно „іншого”, котрий може бути українцем, поляком і ще кимось.

У цій історії фактично немає місця романтичному коханню, тільки за окремими винятками (Оля з *Дівчат зі Львова*; дві героїні *Лондонці*

Таблиця 1. Мотиви нарративу „жінка-заробітчанка”

Фільм	Мотиви нарративу „жінка-заробітчанка”							
	Бідна країна	Наявність одного виходу	Мрії та очікування (Попелюшка)	Неспроможний чоловік	Чоловік-агресор	Невідповідність становища жінки її рівню освіти та запитам	Самотність	Турбота про дітей
<i>Дівчата зі Львова</i>	+	+	+	+	+	+	+	+
<i>Лондонці</i>	+	+	+	+	+	+	+	+
<i>Гніздо горлиці</i>	+	+	+	+		+	+	+
<i>Незнайомка</i>	+		+		+		+	+
<i>Жінка-банкомат</i>	+	+	+	+	+	+	+	+
<i>Матері до найму. Сурогатки в Україні</i>	+	+	+	+			+/-	+
<i>Пані з України</i>	+	+	+	+		+	+	+

знаходять щастя з такими ж мігрантами, як вони самі), адже героїні документальних фільмів говорять переважно про економічне забезпечення себе та дітей; Дарина (*Гніздо горлиці*) не переживає закоханості ні до італійця, ні до чоловіка; героїні серіалу *Дівчата зі Львова* залишаються самотніми, утративши кохання; коханий Ірени (*Незнайомка*) гине від рук мафії.

Отже, у різноманітному за жанрами фільмовому контенті постає специфічний образ жінки-заробітчани. Як зазначає Х. Лутц, „мігрантська домашня робота формується трьома основними факторами: гендерним статусом, легальним/правовим статусом, та характером роботи. Адже робота по дому соціально інтерпретується як «жіноча праця»; однак загалом вона не розглядається як власне праця»²⁸. А оскільки ця праця здійснюється в особливих домашніх, практично інтимних умовах, жінка не отримує визначеного соціального статусу, залишається соціально упослідженою й незахищеною (наприклад, господарка в *Гнізді горлиці* прагне звинуватити Дарину в крадіжці).

Шляхом подвійної стереотипізації – національної та гендерної – створюється образ мігрантки-заробітчани як людини з низьким рівнем освіти або з невідповідної для країни міграції освітою з біднішої країни. Вона приїжджає для роботи у сфері обслуговування, оскільки ні на що більше претендувати не може. Перебуває за межами дії законодавства, тому не може претендувати на соціалізацію, адже часто живе в країні нелегально (ціла низка образів серіалу *Перше кохання*). Якщо додати ще стигматизацію через мовний чинник, а більшість героїнь говорить ламаною мовою, то історія цілковито логічно заокруглюється, усі герої отримують свої ролі в цьому наративі:

1. „Попелюшка” – бідна жінка з бідної країни з єдино можливим сценарієм життєвої долі, якій у цій історії не варто очікувати на принца, часто розлучена або не підтримувана чоловіком, мати;
2. „Патронажна родина/патрон” – люди/людина, що дозволяють Попелюшці робити те, чого вона прагне (докладніше про це можна прочитати в дослідженні Я. Тарковського²⁹);
3. „Зламаний принц” – чоловік, котрий через свою неспроможність чи асоціальність у цій історії залишається поза сюжетом.

²⁸ H. Lutz, *Migration and Domestic Work: A European Perspective on a Global Theme*, London 2008, s. 14.

²⁹ J. Tarkowski, *Socjologia Świata Polityki*, Warszawa 1994, t. 2 *Patroni i Klienci*.

Оскільки фільмовий контент спрямований на широке глядацьке охоплення й названі фільми справді мали велику кількість переглядів і продовжують знаходити свого глядача, перебуваючи у відкритому доступі в інтернеті, на нашу думку, варто говорити про трансгресію стереотипних образів у масову свідомість і формування на цій основі стійких соціальних стереотипів. О. Погребняк, зокрема, зауважує: „Трансгресію стереотипів розуміємо як соціокомунікативну подію, за якої рівень поширення і фіксованості стереотипу в соціумі підвищується, а негативні конотації та когнітивні установки рухаються «у напрямку вищих місць»³⁰, тобто в образі „іншого” відображаються та застигають певні компоненти, пов’язані з ключовими нарративами поширених образів, і далі через засоби масової комунікації, що охоплюють великі кола споживачів, потрапляють у буденну свідомість, де стають застиглими й важко змінюваними. Так, О. Погребняк зазначає: „Трансгресивну функцію виконують друковані ЗМІ, телепередачі та інтернет-ресурси, художні твори (література, кіно), що прецедентно скріплюють комунікацію у межах масової культури та підтримують відповідні соціорольові позиції у різних соціальних групах, маркуючи певний семіотичний простір”³¹.

Результати трансгресії стереотипних образів можуть відчувати на собі ті біженці з України, які опинилися в інших країнах не від прагнення заробити більше грошей, а вимушено. Часто це люди високої кваліфікації, які були цілком реалізовані у своїй країні, забезпечені матеріально, однак через воєнні дії втратили домівку та роботу. Коли вони потрапляють у соціальне середовище інших країн, то відчують на собі ментальний тиск сформованих медіа стереотипів про мігрантів, їм доводиться докладати більше зусиль, щоб адаптуватися в такій ситуації³². Це зауважують українські біженці в соціальних мережах, а також відзначають польські медіа, реагуючи на ситуацію після 2022 року та раніше, після 2014 року.

³⁰ О. Погребняк, *Образи українських заробітчан в сучасній чеській прозі*, „Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля” 2016, № 2 (12), с. 170, <https://phil.duan.edu.ua/images/PDF/2016/2/24.pdf> [доступ: 25.07.2023].

³¹ Ibidem.

³² Н. Chalimonik, *Od lekarza do sprzątaczk. Ukrainki zgadzają się na każdą pracę, żeby się usamodzielnic*, <https://katowice.wyborcza.pl/katowice/7,35063,28458069,od-lekarza-dosprzaticzki-ukrainki-zgadzaja-sie-na-kazda-prace.html> [доступ: 25.07.2023].

Наприклад:

Chociaż w produkcjach tych pojawiają się bohaterowie z Ukrainy, to głównie jako imigranci ekonomiczni, a nie uchodźcy. Nawet w serialu w całości poświęconym losom ukraińskich imigrantek szukających w Polsce lepszego życia (*Dziewczyny ze Lwowa*) o wojnie na Krymie prawie się nie wspomina. Doświadczenie Euromajdanu z 2013 roku znajduje odzwierciedlenie w losach krewnych serialowych bohaterek. One same obserwują te wydarzenia w polskiej telewizji, ale nie przeżywają ich bezpośrednio. Odwołań do późniejszej aneksji Krymu właściwie nie ma³³.

Тобто при змінності ситуації незмінним у більшості випадків постає колективне ставлення до когось чи чогось, що було стереотипізоване й укладене у звичний наратив із заданими компонентами. І тут не йдеться про якусь окрему націю, українців чи поляків, а передусім про стереотипізований на національному та гендерному рівні образ „іншого”, закріплений засобами масової інформації.

References

- Andruško L., *Гендерні стереотипи в українській телерекламі*, „Вісник Львівської національної академії мистецтв” 2012, вип. 23, с. 397–407, https://nam.edu.ua/files/Academy/nauka/visnyk/pdf_visnyk/23/42.PDF [dostęp: 23.07.2023].
- Badanie: zmienia się nastawienie Polaków do uchodźców z Ukrainy*, <https://www.rp.pl/spoleczenstwo/art37927281-badanie-zmienia-sie-nastawienie-polakow-do-uchodzcow-z-ukrainy?fbclid=IwAR2THDDVFqYxMTCOy6gH3XYBaIEIA-5x5wbifRqWkPM2Aw2DmNh1ztEWvilA> [dostęp: 23.07.2023].
- Błuszkowski J., *Stereotypy narodowe w świadomości Polaków*, Warszawa 2003.
- Brataniec K., *Narody i ich stereotypy a wizerunek Ukraińców w świadomości zbiorowej Polaków*, „Państwo i Społeczeństwo” 2016 (XVI), nr 1, s. 59–74.
- Gorodec'ka G., „*Domašňá pracâ očima ukraïns'kih trudovih migrantok*”, „Ukraińskij socium” 2015, №1 (52), с. 124–133, https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2015/01/124-133_no-1_vol-52_2015_UKR.pdf [dostęp: 23.07.2023].
- Chalimonik H., *Od lekarza do sprzątaczkii. Ukrainki zgadzają się na każdą pracę, żeby się usamodzielnic*, <https://katowice.wyborcza.pl/katowice/7,35063,28458069>,

³³ B. Łaciak, *Wojna jako katastrofa. Obrazy wojen XXI wieku w polskich filmach fabularnych i wybranych serialach telewizyjnych*, „Kultura Współczesna” 2020, vol. 109, iss. 2, <http://doi.org/10.26112/kw.2020.109.05> [dostęp: 25.07.2023].

- od-lekarza-do-sprzaczki-ukrainki-zgadza-sie-na-kazda-prace.html [dostęp: 25.07.2023].
- Charles R., *Latino Images In Film & Stereotypes, Subversion, Resistance*, Austin 2021.
- Èrmolaèva T., Švab K., *Genderni stereotipi u sučasnomu ukrains'komu suspil'stvì*, „Visnik Universitetu imeni Al'freda Nobelà” 2017, № 1 (13), c. 92–96, <https://ir.duan.edu.ua/bitstream/123456789/2900/1/15.pdf> [dostęp: 23.07.2023].
- Łaciak B., *Wojna jako katastrofa. Obraz wojen XXI wieku w polskich filmach fabularnych i wybranych serialach telewizyjnych*, „Kultura Współczesna” 2020, vol. 109, iss. 2, p. 69–82, <https://doi.org/10.26112/kw.2020.109.05> [dostęp: 23.07.2023].
- Lutz H., *Migration and Domestic Work: A European Perspective on a Global Theme*, London 2008.
- Mitchell W. f. T., *What Do Pictures Want? The Lives and Loves of Images*, Chicago–London 2006.
- Nie jestešmy ukrainofilami. Polska myśl polityczna wobec Ukraińców i Ukrainy. Antologia tekstów*, red. Jan Ołdakowski, Monika Zuchniak, *Paweł Kowal*, Wrocław 2002.
- Omyliński J., *Ukrainki pracują jak roboty. Wpadka dziennikarza wywołuje dyskusję*, <https://natemat.pl/361,ukrainki-pracuja-jak-roboty-wpadka-dziennikarza-wywoluje-dyskusje> [dostęp: 24.07.2023].
- Ośmieszający wizerunek polskich sprzączek w serialu NBC*, <https://dziennikzwiazkowy.com/polonia/osmieszajacy-wizerunek-polskich-sprzaczek-w-serialu-nbc/> [dostęp: 24.07.2023].
- Pogrebnač O., *Obrazi ukrains'kih zarobitčan v sučasnij čes'kij prozi*, „Visnik Dniπροpetrovs'kogo universitetu imeni Al'freda Nobelà” 2016, № 2 (12), c. 169–176, <https://phil.duan.edu.ua/images/PDF/2016/2/24.pdf> [dostęp: 25.07.2023].
- Ponomareva O., *Fenomen ukrains'kih immigrantiv u Italii z poglądu teorii social'noi identičnosti*, „Ukrains'kij socium” 2011, № 4, c. 67–82, https://ukr-socium.org.ua/wp-content/uploads/2011/10/67-82_no-4_vol-39_2011_UKR.pdf [dostęp: 23.07.2023].
- Rimma Zùbina pro važlivi roli*, „perestavlenni rejki” i nebađužist' [interv'ù], *besidu vede Viktorià Kotenok*, Kino-Teatr 2020, № 5, c. 23–26, http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/19532/Kotenok_Rymma_Ziubina_pro_vazhlyvi_rol_i_perestavlenni_reiki_i_nebaiduzhist.pdf?sequence=1 [dostęp: 25.07.2023].
- Reakcja Kongresu Polonii Amerykańskiej ws. wizerunku polskich sprzączek w serialu NBC*, <https://dziennikzwiazkowy.com/polonia/reakcja-kongresu-polonii-amerykanskiej-ws-wizerunku-polskich-sprzaczek-w-serialu-nbc/> [dostęp: 24.07.2023].
- Rosinska O., *Models of stereotypization of national characteristics, gender roles and behavioral scenarios in series (on the example of the polish series “The Girls From Lviv” and “The Londoners”)*, „Synopsis: Text, Context, Media” 2022, т. 28, № 3, c. 146–155, <https://doi.org/10.28925/2311-259x.2022.3.7> [dostęp: 25.07.2023].

- Schweinitz J., *Film and stereotype: A challenge for cinema and theory*, New-York 2011.
- Stamou A., Petraki K., *Istanbul Greek identities in film discourse*, „Popular Communication” 2022, vol. 20, iss. 2, p. 77–90, <https://doi.org/10.1080/15405702.2021.1994575> [dostęp: 23.07.2023].
- Stosunek Polaków do innych narodów. Komunikat z badań*, oprac. M. Omyła-Rudzka, Warszawa 2012.
- Tarkowski J., *Socjologia Świata Polityki*, Warszawa 1994, t. 2 *Patroni i Klienci*.
- Yilmazok L., *Persistent othering in Turkish cinema: the stereotyped and gendered Greek identity*, „*Turkish Studies*” 2019, vol. 20, iss. 1, p. 120–139, <https://doi.org/10.1080/14683849.2018.1470898> [dostęp: 23.07.2023].