

УДК 316.77:070
ББК 76.02

**Е.А. Котеленец,
М.С. Затуловская**

**ПОДМЕНА ПОНЯТИЙ:
ОБРАЗЫ РОССИИ И СССР
В АМЕРИКАНСКОМ
СОЗНАНИИ
НА ПРИМЕРЕ ЖУРНАЛА
«THE TIME» (1946-1991)**

Впервые анализируется частота упоминания «Russia», «U.S.S.R» и «Soviet Union» в американском еженедельном журнале «The Time» в период 1946 – 1991 гг. Выполнен тщательный обзор 2577 публикаций. Выдвигается гипотеза о связи частоты упоминания данных понятий с процессом вытеснения образа современной России образом СССР в США. Также говорится о причинах активного использования стереотипов периода холодной войны применительно к Российской Федерации. Употребление слова «Russia» в данном журнале встречается чаще, чем слова «U.S.S.R», в 10 раз, т.е. авторами статей не делалось различий между понятиями *Россия* и *Советский Союз*, что привело к подмене понятий в современности и способствовало вытеснению образа России образом СССР в американском сознании.

Ключевые слова: *имагология, холодная война, образ России, СССР, стереотипы.*

DOI 10.23683/1995-0640-2019-3-218-224

Котеленец Елена Анатольевна – докт. ист. наук, профессор кафедры истории России факультета гуманитарных и социальных наук Российского университета дружбы народов
E-mail: kotelenets_ea@pfur.ru

Затуловская Маргарита Саркисовна – аспирант кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов
E-mail: margaret2393@yandex.ru

© Котеленец Е.А.,
Затуловская М.С., 2019.

Образ страны имеет важнейшее значение для развития внешнеполитических, экономических и социальных связей. Ее позитивный имидж благотворно влияет на развитие туризма, иммиграции, социальной и научной мобильности. От того, как иностранные граждане воспринимают Российскую Федерацию, напрямую зависит не только их готовность инвестировать средства в российскую экономику, но и методы взаимодействия с россиянами в самых разных областях. Для создания стратегии по формированию позитивного имиджа нашей страны необходимо проанализировать сложившуюся на данный момент обстановку. Одной из важных проблем современного образа России можно назвать феномен его вытеснения образом СССР. Данная тенденция прослеживается, в первую очередь в американском кинематографе, поскольку он, по мнению ученых, достаточно полно и точно отражает поверхностные представления о той или иной нации и, в то же время, наиболее активно участвует в процессе их распространения [Павловская, 1994, с. 20]. Среди закрепившихся образов, активно используемых на экране, можно выделить образ шпионов, национальной угрозы, сотрудников спецслужб и т.д. Также зачастую встречается использование советской символики: красная звезда, серп и молот, советский флаг и т.д. Подобную тенденцию можно выявить также в прессе. Ряд исследователей, изучая проблему публицистического дискурса современных американских газет, отмечает, что для создания об-

раза России активно используется комбинация «контекстуальная корректировка + использование аллюзий», причем, 37% аллюзий связаны непосредственно с периодом холодной войны [Каменева, 2012, с. 101]. Аналогичные показатели выявляют и данные социологических опросов. Согласно исследованию, проведенному в 2011 г., 17% американцев «ассоциирует Россию с ее коммунистическим прошлым», а для 12% «доминирующей ассоциацией остается эпоха холодной войны» [Бавин, 2013].

Отношения между Россией и США во многом базируются на стереотипах, многие из которых сформировались в период холодной войны (1946 – 1991 гг.). Проблема формирования образа государства за рубежом интересовала многих исследователей. Особенно востребованными подобные исследования стали во второй половине прошлого века. Одной из причин, всколыхнувших научный интерес к данной проблеме, можно назвать холодную войну между США и СССР. Необходимо отметить исследования Н. Morgenthau «Politics Among Nations. The Struggle for Power and Peace» (1948), которого по праву можно назвать пионером в данной области. В России одной из первых появилась работа Л.А. Зака «Западная дипломатия и внешнеполитические стереотипы» (1976). Необходимо также выделить исследования В.Ю. Крашенинниковой «Россия – Америка: холодная война культур: как американские ценности преломляют видение России» (2007), В.В. Барабаша, Г. А. Бордюгова и Е. А. Котеленец «Образы России в мире» (2012).

Исследователи отмечают, что тенденции, формирующие образ страны, проявляются в ходе обострения конфликтов и кризисов [Морозова, 2014, с. 112]. Существующий на данный момент образ и связанные с ним стереотипы формировались в большинстве своем в период холодной войны (1946 – 1991 гг.). Как отмечает историк и культуролог Л. Вульф, «восприятие России в Америке времен холодной войны включало страхи (иногда обоснованные) и фантазии (иногда сюрреальные), которые вместе образовывали идеологически очень мощный сплав» [Вульф, 2003, с. 13]. В связи с чем проблему стереотипов можно определить как основополагающую. По мнению исследователей, «Россия все еще остается заложником закрепившегося с исторических времен стереотипов» [Соловьева, 2011, с. 153]. Причем, источником для формирования стереотипов выступают, в первую очередь, массмедиа [Quasthoff, 1989, p. 188; Noelle-Neumann, 1996. p. 256].

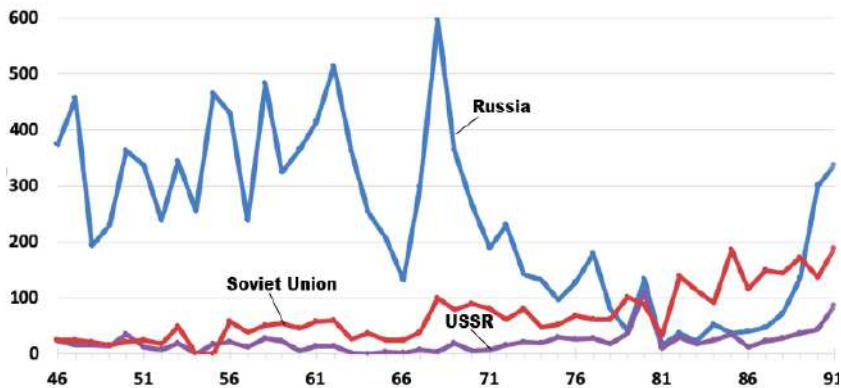
Холодная война между США и Россией представляет собой феноменальное явление – не только противостояние двух стран, длившееся почти полвека, но и высочайший уровень заинтересованности стран друг в друге. В данный период в Соединенных Штатах Америки в свет вышло большое количество статей, посвященных России. Это было связано не только с особенностью ведения информационной войны, которое предполагает продуцирование большого количества текстов, но и с самим феноменом биполярного мира. Американских обывателей волновал вопрос, что из себя представляет Россия. Отвечая социальному за-

казу, подкрепленному политической потребностью, американские СМИ произвели огромное количество статей о России.

Еженедельный журнал «The Time» в период с 1946 по 1991 г. выпустил более двух с половиной тысяч статей, посвященных России. По вполне очевидным причинам, более 90% от их объема было издано в разделе «международная политика». В исследуемый период 2% статей относились к рубрике «наука», что можно объяснить заинтересованностью американцев в процессе создания русскими атомного оружия, 2,7% от общего объема изданных статей приходилось на раздел «культура», 2% – на раздел «бизнес», 1% – на обзор советской прессы. В остальных рубриках журнала «The Time» материалы, посвященные России, занимают менее 1% от общего числа.

В ходе изучения данных статей была выявлена определенная тенденция. В большинстве случаев для названия нашей страны использовалось слово «Russia». Частотность упоминания варьировалась в зависимости от информационного повода. Так, в 1953 г., в связи со смертью И.В. Сталина, было издано 76 статей, посвященных России в которых «Russia» упоминалась 344 раза. Примечательно, что термины «Soviet Union» и «U.S.S.R» использовались гораздо реже. Так, относительно 1953 г. упоминание «Soviet Union» составляет 49 раз, а «U.S.S.R» – всего 19 раз. В рамках всего анализируемого периода термин «Russia», для обозначения нашей страны, используется 10929 раз, «Soviet Union» – почти в три раза меньше – 3147 раз, в то время как обозначение «U.S.S.R» практически не используется и насчитывает всего 966 упоминаний. Следует отметить, что на протяжении 45 лет холодной войны наша страна в 73% случаев упоминалась как «Russia», в то время как словосочетание «Soviet Union» использовалось лишь в 21% случаев, а «U.S.S.R» лишь в 6%. Следует отметить, что картина изменилась лишь в 1981 г. (рисунок). Начиная с этого периода «The Time» в статьях, посвященных России, чаще использует для обозначения нашей страны «Soviet Union» (52%), нежели «Russia» (36%), однако частотность использования «U.S.S.R» все также не велика (12%). Необходимо учитывать также, что в период с 1981 по 1984 частотность упоминаний России в «The Time» достаточно не велика: в 1981 г. вышло 16 статей, в 1982 и 1983 по 38 статей, в 1984 – 37 статей. В связи с чем можно предположить, что преимущество упоминаний «Soviet Union» по отношению к «Russia» не столь значимо и вписывается в рамки погрешности. Во внимание необходимо принимать следующий период, 1985 – 1990 гг., поскольку количество статей, посвященных России резко возросло и составляло от 53 (в 1986 г.) до 68 (1989), что соответствовало упоминанию нашей страны фактически в каждом выпуске журнала. Данный интерес был вызван сменой руководства страны: в 1985 г. к власти пришел М.С. Горбачёв, дважды признанный редакцией журнала «человеком года» (в 1987 и 1989 гг.). Подобный интерес к нашей стране отмечался еще в несколько периодов: начало холодной войны в 1946 и 1947 г.; в 1953 – в год смерти Сталина;

в 1956 г., когда Н.С. Хрущев провозгласил курс на предотвращение войны; в период «оттепели» и начала «разрядки» в 1961 – 1963 гг.



Частотность упоминания «Russia», «Soviet Union», «U.S.S.R» в публикациях «The Times», посвященных России (1946-1991)

Еще один важный момент состоит в том, что на протяжении всей холодной войны аббревиатура «U.S.S.R.» не используется в заголовках статей. Также в период с 1946 по 1969 г. в заголовках не встречается «Soviet Union», все 100% упоминаний составляют словоупотребление «Russia». С 1970 г. редакция начинает использовать «Soviet Union» в заголовках, но до 1984 г. абсолютное большинство упоминаний принадлежит слову «Russia». В какой-то мере данная картина, как на уровне заголовков, так и на уровне самих статей меняется в период с 1984 по 1989 г. – преимущество в употреблении отходит к «Soviet Union»: 98% упоминаний в заголовках и 69% в текстах статей.

Что касается образов, используемых при упоминании России, следует отметить, что особое значение имеют обложки журнала «The Times». В период с 1946 по 1991 г. была опубликована 51 иллюстрация, посвященная нашей стране. В соответствии с политикой журнала чаще всего на обложке были представлены значимые политики: И.В. Сталин – 3 раза, Н.С. Хрущев – 9 раз, Л.И. Брежнев – 5 раз, М.С. Горбачев – 9 раз. Важно отметить, что с 1979 г. на обложках стал появляться агрессивный зооморфный образ России (медведь), демонстрирующий захват территорий [The Times, 1979; 1980]. Почти на всех иллюстрациях политические деятели выражают агрессию и изображены в карикатурном, отталкивающем стиле (исключение составляют обложки 1985 – 1990 гг.), на которых изображен М.С. Горбачев. В 17% на иллюстрациях была изображена красная звезда, в 12% – серп и молот, в 10% – агрессивные рычащие медведи, в 10% – оружие. Важно отметить, что в 1961 г. вышла одна из самых агрессивных обложек, посвященных России. На ней был изображен разгневанный Н.С. Хрущев на фоне ядерного взрыва [The

Time, 1961]. Также в качестве оружия использовались образы пистолетов и ракет.

На основе приведенных данных по частотности использования слов «Russia», «Soviet Union», «U.S.S.R» можно сделать вывод, что в американских СМИ производилась невольная подмена понятий и наша страна упоминалась в большинстве случаев как «Россия», в то время как официальное название нашей страны – СССР и Советский Союз – в одном из ведущих и влиятельнейших еженедельных журналов США фактически не использовалось. Данный факт позволяет прийти к выводу, что проблема некорректного определения слов, обозначающих нашу страну, привела к смешению понятий: американские обыватели не разделяли «царскую» Россию и принципиально новое государство – Советский Союз. Впоследствии, после распада СССР, американская пресса продолжила использовать прежний термин «Russia» для обозначения нашего государства. На протяжении 45 лет информационной войны, сопряженной с публикацией большого количества материалов, слово «Russia» приобрело определенную коннотацию и ряд закрепившихся за ним стереотипов. На уровне словоупотребления распад Советского Союза и образование нового государства – Российской Федерации не было отражено никоим образом. В связи с чем такие понятия, как СССР и современная *Россия* являются для американских обывателей синонимичными. Что приводит к вытеснению образа России образом СССР.

Выводы

Некорректное определение России, на уровне словоупотребления, в американской прессе в период холодной войны с 1946 по 1991 г. привело к формированию стереотипов, которые активно влияют на современное восприятие. В сознании обывателей термины «Soviet Union» и «Russia» смешаны, не имеют четкой границы, в связи с чем происходит перенос значения с одного явления на другое. В результате для определения и осознания действий Российской Федерации на международной арене используются стереотипы, которые присущи не просто другому историческому периоду, отличному от современного, но и относятся к совершенно иному государству, как по политическому, так и по социально-экономическому строю. Также данная проблема служит причиной такого явления, как «paradigm blindness», описанного впервые философом и социологом Дэвидом Хоукинсом. Суть данного феномена состоит в том, что люди не способны увидеть или распознать явление до того, как оно было детерминировано и описано в каком-либо контексте. В этом случае для описания событий используется парадигма прошлого [Крашенинникова, 2007, с. 204]. Существующие на данный момент отношения между Россией и США нельзя описывать с точки зрения холодной войны, поскольку противостояние двух стран было закончено в 1991 г. Однако, ввиду отсутствия необходимой терминологии, любое отдаление и напряженность между этими странами определяется данным термином. Важно понимать, что образы, сформированные в пе-

риод холодной войны, представляют для американцев основополагающий ориентир в вопросах анализа и интерпретации действий России и русских. Во многом эти образы приобрели характер базовых.

Литература

Бавин П. Россия об Америке и американцы о России: сравнительный анализ результатов опросов. [Электронный ресурс]. // База данных ФОМ / Фонд «Общественное мнение», 2003. URL: http://bd.fom.ru/report/cat/fre_an/ra0309 (дата обращения 18.03.2019).

Вульф Л. Изобретая Восточную Европу: карта цивилизации в сознании эпохи Просвещения. М.: Новое лит. обозрение, 2003. 560 с.

Каменева В. А., Сидорова Е. А. Контексты идеологизации, или образ России в американских онлайн-газетах (2000–2012) // Политическая лингвистика. 2012. № 4. С. 100 – 104.

Крашенинникова В. Ю. Россия – Америка: холодная война культур: как американские ценности преломляют видение России. М.: Европа, 2007. 388 с.

Морозова О. В. Формирование образа России в условиях политической напряженности (на материале американской прессы) // Изв. Саратовского ун-та. Новая серия. Серия Филология. Журналистика. 2014. № 4 (vol. 14). С. 110 – 114.

Павловская А.В. Стереотипы восприятия России и русских на Западе // Россия и Запад: диалог культур: сб. материалов 1-й междунар. конф. М.: Центр по изучению взаимодействия культур, 1994. С. 19 – 30.

Соловьева А. С. Негативный образ России (на примере американского издания the New York Times) // Политическая лингвистика. 2011. № 4. С. 152 – 156.

Noelle-Neumann E. Öffentliche Meinung. Die Entdeckung der Schwiegespirale. Berlin, 1996. 408 p.

Quasthoff U. M. Social Prejudice as a Resource of Power: Towards the Functional Ambivalence of Stereotypes // Language, Power and Ideology. Studies in Political Discourse. Amsterdam, Philadelphia, 1989. P. 181 – 196.

Источники

Nikita Khrushchev // The Time. 1961. № 10 (Vol. LXXVIII). P. 1.

Crescent of Crisis // The Time. 1979. № 3 (Vol. 113). P. 1.

Squeezing the Soviets // The Time. 1980. № 4 (Vol. 115). P. 1.

References

Bavin P. Rossiya ob Amerike i amerikantsy o Rossii: sravnitel'nyy analiz rezul'tatov oprosov. [Elektronnyy resurs]. *Baza dannykh FOM. Fond «Obshchestvennoye mneniye»*, 2003. Available at: http://bd.fom.ru/report/cat/fre_an/ra0309 (accessed 18.03.19). (In Russian).

Vul'f L. *Изобретая Восточную Европу: карта цивилизаций в сознании эпохи Просвещения*. М., Novoye lit. obozreniye, 2003. 560 p. (In Russian).

Kameneva V. A., Sidorova E. A. Konteksty ideologizatsii, ili obraz Rossii v amerikanskikh onlain-gazetakh (2000 – 2012). *Politicheskaya lingvistika*, 2012, no. 4, pp. 100-104. (In Russian).

Krashennnikova V. U. *Rossiya – Amerika: kholodnaya vojna kul'tur: kak amerikanskiye tsennosti prelomlyayut videniye Rossii*. М., Yevropa, 2007. 388 p.

Morozova O. V. Formirovaniye obraza Rossii v usloviyakh politicheskoy napryazhennosti (na materiale amerikanskoy pressy). *Izv. Saratovskogo un-ta. Novaya seriya. Seriya Filologiya. Zhurnalistika*, 2014, no. 4 (vol. 14), pp. 110-114. (In Russian).

Pavlovskaya A.V. Stereotipy vospriyatiya Rossii i russkikh na Zapade. «*Rossiya i Zapad: dialog kul'tur*»: sb. materialov 1-y mezhdunar. konf. M., Tsentr po izucheniyu vzaimodeystviya kultur, 1994. Pp. 19-30. (In Russian).

Solov'eva A. S. Negativnyy obraz Rossii (na primere amerikanskogo izdaniya the New York Times). *Politicheskaya lingvistika*, 2011, no. 4, pp. 152-156. (In Russian).

Noelle-Neumann E. *Offentliche Meinung. Die Entdeckung der Schwiegespirale*. Berlin, 1996. 408 p.

Quasthoff U. M. Social Prejudice as a Resource of Power: Towards the Functional Ambivalence of Stereotypes. *Language, Power and Ideology. Studies in Political Discourse*. Amsterdam, Philadelphia, 1989. Pp. 181-196.

Elena A. Kotelenets, Margarita S. Zatulovskaya (Moscow, Russian Federation)

Substitution of Concepts: Images of Russia and the USSR in the American Consciousness on the Example of «The Time» Magazine (1946-1991)

The author analyzes the frequency of mentioning «Russia», «U.S.S.R» and «Soviet Union» in the American press. The source is used in articles published in the weekly «The Time» in the period 1946-1991. In the course of the study, a thorough review of 2577 publications was made. The novelty of the research is seen in the fact that such a thorough study of the publications of The Time magazine devoted to Russia is being carried out for the first time. The author puts forward a hypothesis about the connection of the frequency of mentioning these concepts with the process of crowding out the image of modern Russia with the image of the USSR in the USA. It is also put forward a theory about the reasons for the active use of Cold War stereotypes in relation to the Russian Federation. The research methodology is based on a statistical analysis of the use of the keywords «Russia», «U.S.S.R» and «Soviet Union» in the articles of «The Time» magazine. It is proved that the frequency of using the word «Russia» in these journals is 10 times higher than the frequency of using the word «U.S.S.R». This allows the author to conclude that the authors of the articles did not distinguish between such concepts as Russia and the Soviet Union in the magazine «The Time». What further led to the substitution of concepts in modern times and contributed to ousting the image of Russia by the image of the USSR in the American consciousness.

Key words: *imagology, cold war, image of Russia, USSR, stereotypes.*

Elena A. Kotelenets – grand Ph. D. of History, professor of the Russian history dpt. Russian University of People's Friendship. E-mail: kotelenets_ea@pfur.ru

Margarita S. Zatulovskaya – post-graduate student of mass communications dpt. Russian University of People's Friendship. E-mail: margarret2393@yandex.ru