

Котеленец Е. А. Подмена понятий «Россия» и «СССР» в газете «The New York Times» (1946—1991) / Е. А. Котеленец, М. С. Затуловская // Научный диалог. — 2019. — № 4. — С. 154—166. — DOI: 10.24224/2227-1295-2019-4-154-166.

Kotelenets, E. A., Zatulovskaya, M. S. (2019). Substitution of Notions of “Russia” and “U.S.S.R” in “The New York Times” Newspaper (1946—1991). *Nauchnyi dialog*, 4: 154-166. DOI: 10.24224/2227-1295-2019-4-154-166. (In Russ.).



УДК 316.77:070+811.111'42:070+81'373.218

DOI: 10.24224/2227-1295-2019-4-154-166

Подмена понятий «Россия» и «СССР» в газете «The New York Times» (1946—1991)

© Котеленец Елена Анатольевна (2019), orcid.org/0000-0002-7755-033X, доктор исторических наук, профессор кафедры истории России, факультет гуманитарных и социальных наук, Российский университет дружбы народов (Россия, Москва), kotelenets_ea@pfur.ru.

© Затуловская Маргарита Саркисовна (2019), orcid.org/0000-0001-7399-6011, аспирант кафедры массовых коммуникаций, филологический факультет, Российский университет дружбы народов (Россия, Москва), margaret2393@yandex.ru.

Рассматривается частота упоминания слов *Russia*, *Soviet Union*, *Soviet Russia* и *U.S.S.R* в американской прессе с целью анализа стереотипных представлений американцев о нашей стране в период холодной войны. В качестве источника используются статьи, опубликованные в ежедневной газете «The New York Times» в период с 1946 по 1991 годы. Авторами выполнен анализ более 40 000 газетных статей. Выдвигается гипотеза о связи частоты употребления различных номинаций страны с формированием стереотипных представлений о ней. Методология исследования основана на статистическом анализе употребления слов *Russia*, *Soviet Union*, *Soviet Russia* и *U.S.S.R* в публикациях из «The New York Times». Выявлено, что в период холодной войны частотность употребления слова *Russia* в данной газете превышает частотность употребления слова *U.S.S.R* в 10 раз, что, по мнению авторов, позволяет сделать вывод о подмене понятий, которая выражается в отождествлении дореволюционной России и Советского Союза. Показано, что в дальнейшем произошел обратный процесс: в период напряженности политических отношений образ России стал вытесняться в американских газетных публикациях образом СССР, который в сознании американцев тесно связан с холодной войной.

Ключевые слова: имагология; холодная война; образ России; СССР; стереотипы.

1. Введение

Современное общество вступило в эпоху стремительной глобализации, в этих условиях меняется не только экономика, но и все иные сферы

жизнедеятельности человека. Для России, как и для любого другого государства, важно понимать, как трактуется ее образ за рубежом. От этого во многом зависит развитие международного сотрудничества в экономической, политической и социальной сферах. Общественное мнение приобретает все большее значение при формировании внешнеполитического курса и политики в области обороны и безопасности государств. Все большее внимание уделяется властью проблемам межкультурного взаимодействия. Задачи формирования положительного имиджа России за рубежом выходят на первый план. Важно учитывать, что образ страны, который формируется за рубежом, складывается из целого комплекса различных элементов. Важную их часть составляют материалы, транслируемые средствами массовой информации. Одной из серьезных проблем формирования современного представления о России через иностранные средства массовой информации можно считать тот факт, что зачастую в общественном сознании оно подменяется стереотипами, связанными с Советским Союзом. Для всестороннего изучения данной проблемы, в том числе с целью выработки путей создания позитивного, привлекательного имиджа нашей страны за рубежом, необходимо провести тщательный анализ публицистического дискурса.

Проблема вытеснения образа России образом СССР прослеживается, в первую очередь, в американском кинематографе. Как отмечают исследователи, в условиях распространения массовой культуры кинематограф оказывает серьезное влияние на аудиторию и представляет собой важный источник информации. Он приобретает особую роль в формировании социальных стереотипов, а также активно участвует в их распространении [Павловская, 1994 с. 20]. Образы шпионов, сотрудников спецслужб, национальной угрозы, милитаризованного и агрессивного государства прочно закрепились в американском кино. Упоминания о России зачастую сопровождаются транслированием типично советской символики: советского флага, серпа и молота, красной звезды и т. д. Подобная тенденция прослеживается также и в прессе [Рукавишников, 2005, с. 823].

Важно учитывать, что взаимоотношения между Россией и США во многом мифологизированы и базируются на различных стереотипах, многие из которых были сформированы в период холодной войны. Изучая современный американский публицистический дискурс, ряд исследователей отмечает, что для создания образов России используется формула «аллюзии + контекстуальная корректировка», причем более 37 % аллюзий связаны непосредственно с периодом холодной войны [Каменева, 2012, с. 101]. В результате по данным социологических исследований, 17 % аме-

риканцев ассоциируют Россию с ее «коммунистическим прошлым», причем для 12 % опрошенных доминирующей остаются ассоциации с образами, присущими эпохе холодной войны [Бавин, 2010].

Проблема формирования образа России за рубежом привлекает многих ученых. Вопросы его формирования и трансформации под влиянием информационных войн рассматривали В. В. Барабаш, Г. А. Бордюгов, Э. А. Галумов, В. И. Журавлева, Е. А. Котеленец и мн. др. [Барабаш и др., 2010, 2015; Галумов, 2003; Журавлева, 2012 и др.]. К различным аспектам влияния имиджа государства на его восприятие в глазах международного сообщества обращались R. Jervis, M. Kunczik, H. Morgenthau, Л. А. Зак, В. Ю. Крашенинникова и др. [Jervis, 2017; Kunczik, 2002; Morgenthau, 2005; Зак, 1976; Крашенинникова, 2007 и др.]. Что касается анализируемого в данной статье источника, газеты The New York Times, то отметим, что ее историческое развитие и особенности функционирования изучались прежде всего в работах практиков прессы США: М. Бергера, Т. Кэтлджа, Р. Шепарда и др. [Berger, 1951; Catledge, 1971; Shepard, 1996 et al.] Среди отечественных исследователей газеты необходимо выделить работы В. М. Кондратенко, Ю. В. Маркиной, И. В. Рогозиной и др. [Кондратенко, 1986; Маркина 2004; Рогозина, 1988 и др.].

2. Роль стереотипов и их использование в медиа дискурсе

Социальные стереотипы играют главенствующую роль в процессе создания представлений о том или ином политическом, социальном или культурном явлении, соответственно, они также имеют важное значение для коммуникации внутри страны и на мировой арене. Как показывают исследования, использование стереотипов позволяет экономить мысленную энергию, ускорять процессы анализа новых явлений действительности, способствует их категоризации, интеграции в понятийную систему [Липман, 2004, с. 142]. В результате создаваемые образы представляют собой отображение объектов и явлений действительности, сформированных через призму субъективной картины мира индивидуума, в которой главенствующую роль играют его культурные и социальные установки [Конюхов, 1994, с. 42]. Важно учитывать, что стереотипы могут полностью противоречить фактам, однако при этом восприниматься человеком в качестве непреложной истины [Крашенинникова, 2007, с. 226]. К тому же, они обладают повышенной устойчивостью, а процесс их изменения и корректировки занимает много времени [Иванова, 2000, с. 13]. Как отмечают исследователи, одна из важнейших задач стереотипов — защита ценностей социума, поддержание его социальных норм [Нюэль-Нойман, 1996,

с. 53]. По мнению ученых, стереотипы также могут выступать в качестве руководства к действию, поскольку человек не только распознает с их помощью привычные образы, но и старается им следовать, в соответствии с социальными кодами, дабы быть «понятыми другими и собой» [Крашенникова, 2007, с. 226].

Образы страны за рубежом, процессы их формирования и трансформации изучает наука имагология. Она выявляет, как меняются представления о странах и народах в различных культурах под влиянием социальных и этнических стереотипов [Барабаш и др., 2010, с. 6]. Образ России в США формировался под воздействием американского мировоззрения. Главенствующим моментом в данном процессе было сравнение жизни в России с американскими реалиями, которые представлялись «эталонными» и предопределяли дальнейшую оценку. Следовательно, в процессе сравнения основной задачей американцев было подчеркивание преимущества своей страны и своей модели развития [Журавлева, 2012, с. 989]. При этом важно учитывать, что источником для формирования и закрепления стереотипов выступают в первую очередь масс-медиа [Noelle-Neumann, 1996, p. 256; Quasthoff, 1989, p. 188].

Тенденции, формирующие образ страны, наиболее активно проявляются в ходе обострения конфликтов и кризисов [Морозова, 2014, с. 112]. Причем стереотипы в таких случаях используются, в первую очередь, в пропагандистских целях для создания негативного имиджа противника [Ульянов и др., 2015, с. 261]. Господствующий в настоящее время образ России в США, тиражируемый в медиадискурсе, а также связанные с ним стереотипы были сформированы в большинстве своем в период холодной войны. По мнению культуролога Л. Вулфа, отношение к России в Америке в тот период «включало страхи (иногда обоснованные) и фантазии (иногда сюрреальные), которые вместе образовывали идеологически очень мощный сплав» [Вулф, 2003, с. 13].

Холодная война между США и Россией представляет собой феноменальное явление: это не только противостояние двух сверхдержав, которое длилось почти полвека, но и высочайший уровень заинтересованности стран друг в друге. В период с 1946 по 1991 годы в США выходило большое количество материалов, посвященных России. Это было связано не только с особенностью ведения информационной войны, которое предполагает продуцирование большого количества пропагандистских текстов, но и с самим феноменом биполярного мира. В этой ситуации американских обывателей волновал вопрос, что собой представляет Россия как геополитический лидер в определенной части мира и противник США. Отвечая

социальному и политическому заказу, американские СМИ предоставляли самые разные варианты ответов на данный вопрос.

Анализируя образ России в американских СМИ, отметим тот факт, что стереотипы периода холодной войны не исчезли вместе с породившими их реалиями того времени, а стали проецироваться на более позднее время, закрепились и активно используются в современном медиадискурсе. В связи с этим исследователи отмечают феномен «paradigm blindness» — случаи, в которых для описания событий используется парадигма прошлого. Данное явление реализуется при обстоятельствах, при которых люди не способны увидеть или распознать явление до того, как оно было детерминировано и описано в каком-либо контексте [Крашенникова, 2007, с. 204]. По мнению исследователей, «процесс диссоциации Советского Союза от современной России усложняется тем, что в годы холодной войны СССР чаще всего именовался Россией, а все советские люди — русскими, причем ошибочность такого использования слов даже не осознавалась» [Там же, с. 291]. Для проверки данного утверждения были проанализированы материалы американской газеты «The New York Times» в период с 1946 по 1991 годы и выдвинуто предположение, что подмена понятий «Россия» и «СССР» в газетном дискурсе периода холодной войны напрямую зависит от частоты их упоминания в ведущих американских СМИ. А также выдвигается гипотеза о том, что на уровне словоупотребления авторами статей не делалось различий между такими понятиями, как «Россия» и «Советский Союз».

3. Анализ публикаций «The New York Times» (1946—1991)

Ежедневная газета «The New York Times» в исследуемый период являлась изданием международного масштаба и имела репутацию газеты, оказывающей влияние на общемировые события [Корнилов, 2000, с. 72]. По количеству тиражей она занимала второе место в США и представляла собой ежедневный отчет об официальных событиях, происходящих в Соединенных Штатах, Европе, Азии, а также была рассчитана в основном на читательскую аудиторию высших слоев Нью-Йорка [Маркина, 2004, с. 26]. В настоящее время репутация газеты как лидера среди СМИ сохраняется, как отмечают исследователи американской прессы, The New York Times «имеет читателей во всех штатах, экземпляры этой газеты могут быть найдены во всех ведущих библиотеках и правительственных учреждениях всего мира. Это не только национальный орган печати — это международная газета. Ее влияние на мировое общественное мнение очевидно» [Пойгина, 2015, с. 136]. Один из ее ведущих сотрудников, Дж. Рестон, определяя цели и задачи газеты, утверждал: «Наши корреспонденты не обязаны развлекать людей,

читающих газету, чтобы скоротать время. Газета работает на тех историков, которые будут жить через 50 лет» [Там же, с. 137].

В период с 1946 по 1991 годы «The New York Times» выпустила более 40 000 статей, посвященных России. По очевидным причинам, более 90 % от их объема было издано в разделах «Международная политика» и «Новости». Как отмечают исследователи, начало холодной войны в США характеризовалось резко отрицательным отношением властей к любому проявлению инакомыслия. Оно воплощалось в преследованиях за «антиамериканскую деятельность» и «маккартизм». «The New York Times» наравне со многими уважаемыми изданиями активно включилась в этот процесс. В результате новости, представляющие СССР в негативном свете, чаще отбирались для печати, в то время как позитивная информация об изменениях в Советском Союзе публиковалась гораздо реже [Соколов, 1998, с. 60]. Анализируя частотность употребления слов *Russia*, *Soviet Union* и *U.S.S.R* в текстах анализируемой газеты в 1946 году, отметим, что лексема *Russia* встретилась 2256 раз, *Soviet Union* — почти в два раза реже — 1013 раз, а официальная аббревиатура, обозначающая советское государство — *U.S.S.R*, в течение первого года холодной войны использовалась всего 22 раза. Важно учитывать, что с момента падения Российской империи в 1917 году прошло почти 30 лет, однако слова, обозначающие новое государство, все еще не стали превалировать над дореволюционным названием.

Следует подчеркнуть, что в ходе изучения статей из «The New York Times», посвященных России, был выявлен тот факт, что при обозначении нашей страны официальная аббревиатура *U.S.S.R* использовалась крайне редко — порядка 2 % от общего числа упоминаний (см. рис. 1).

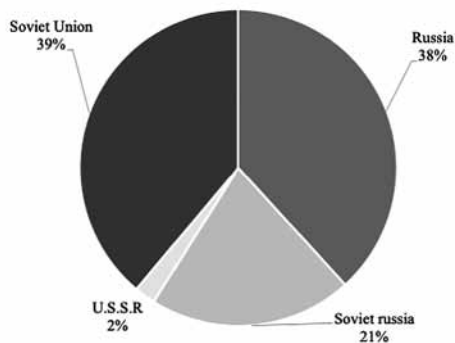


Рис. 1. Соотношение упоминания слов *Russia*, *Soviet Union* и *U.S.S.R* в газете «The New York Times» (1946—1991 годы).

Аналогичная тенденция прослеживалась и при употреблении термина *Soviet Union* на страницах «The New York Times» вплоть до 1953 года. Описывая происходящее в нашей стране, газета чаще использовала термин *Russia*. Однако впоследствии частотность употребления терминов *Soviet Union* и *Russia* была практически одинаковой (см. рис. 2).

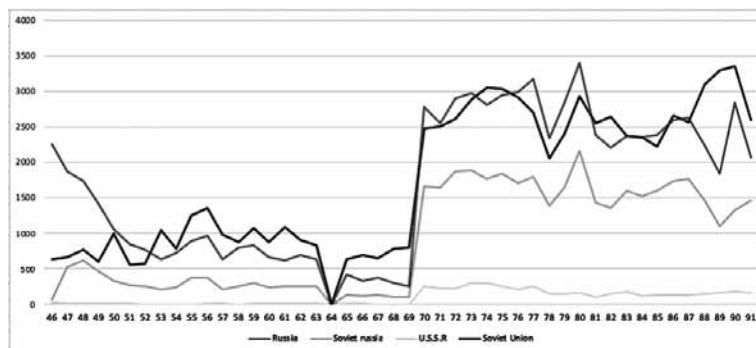


Рис. 2. Частотность упоминания слов «Russia», «Soviet Union» и «U.S.S.R» в газете «The New York Times» (1946—1991 годы).

Важно отметить, что интерес к России в «The New York Times» возрос с 1969 года. Опираясь на квалитетрические показатели, мы можем сделать вывод, что количество упоминаний возросло на порядок. Сравним: в 1968 году слово *Russia* упоминалось 297 раз, *Soviet Union* — 591 раз, *Soviet Russia* — 111 раз, *U.S.S.R* — 3 раза; но уже в 1969 году частотность упоминаний составила 2781 раз для слова *Russia*, 2474 раза для *Soviet Union*, 1660 упоминаний *Soviet Russia* и 255 упоминаний *U.S.S.R*. Возможно, на ситуацию повлиял тот факт, что в 1969 году редакцию «The New York Times» возглавил Абрахам Розенталь. Его считали человеком властным и мстительным, что проявлялось непосредственно в профессиональной деятельности: исповедуя крайне негативное отношение к коммунизму вообще и СССР, в частности, он, например, применял в редакционной работе правило: членов коммунистической партии США на работу не брать [Маркина, 2004, с. 34].

Важной характеристикой публикаций, отражающих отношение американских СМИ к СССР, является и то, что на протяжении всей холодной войны аббревиатура *U.S.S.R* практически не использовалась в заголовках статей. Также в период с 1946 по 1969 годы в заголовках не использовалась лексема *Soviet Union*, а все 100 % упоминаний репрезентированы словом

Russia. В какой-то мере данная картина в отношении формулировки заголовков меняется в период с 1988 по 1991 годы — используется преимущественно лексема *Soviet Union* (93 % упоминаний в заголовках и 51 % в текстах статей). Однако частота употребления термина *Soviet Union* существенно превышает частоту употребления термина *Russia* исключительно в этот период.

Анализируя тематику публикаций, необходимо отметить, что с 1946 по 1968 годы количество отрицательных оценок жизни в СССР и его политических действий составляло порядка 53 %, в 1983 году оно возросло до 58 %. Это было связано, помимо прочего, с тем, что президент США Р. Рейган характеризовал Советский Союз как «империю зла», против которой необходимо организовать «крестовый поход», пока она не поглотила весь «свободный мир» [Пойгина, 2015, с. 139]. Однако вектор отношения к России изменился в публикациях газеты «The New York Times» уже в 1986 году. На тот момент количество негативных оценок СССР составляло порядка 26 % от общего объема статей, в то время как в период 1989—90 годы их количество составляло только 7 % от общего объема статей [Там же, с. 137].

4. Заключение

На основе анализа частотности употребления слов *Russia*, *Soviet Union*, *Soviet Russia* и *U.S.S.R* на страницах «The New York Times» в период холодной войны можно сделать вывод, что производилась подмена понятий при выборе номинаций для обозначения государства, которое в большинстве случаев именовалось как *Russia*, в то время как его официальное название *U.S.S.R* фактически не использовалось. Также, учитывая, что на уровне частотности термины *Russia* и *Soviet Union* встречались практически в одинаковом количестве, мы можем поставить символический знак равенства между их значениями в материалах «The New York Times». В результате проблема некорректного употребления названий нашей страны в публикациях периода холодной войны привела к смешению понятий: американские читатели не разделяли дореволюционную Россию и принципиально новое государство — Советский Союз. Впоследствии, после распада СССР, в 1991 году, газета «The New York Times», равно как и иные представители американской прессы, продолжила использовать прежний термин *Russia* для обозначения нашего государства. На уровне употребления в СМИ названий государств распад Советского Союза и образование нового государства — Российской Федерации — не были отражены.

На протяжении 45 лет информационной войны, сопровождавшейся публикацией большого количества материалов, посвященных Советскому Со-

юзу, значение слова *Russia* приобрело определенные коннотации, которые отражают закрепившиеся в американском обществе стереотипы, тесно связанные с образами и идеями холодной войны. В связи с чем СССР и Россия в этот период стали для американских обывателей идентичными понятиями, что привело к вытеснению представлений о России представлениями об СССР. Эта тенденция сохраняется и в настоящее время, когда политическое противостояние США и Российской Федерации снова определяется термином *холодная война*, невзирая на то, что официально она завершилась в 1991 году. Сформированные в тот период стереотипы прочно закрепились в массовом сознании американцев и являются основополагающими в вопросах формирования и интерпретации образа современной России.

Литература

1. Бавин П. Россия об Америке и американцы о России : сравнительный анализ результатов опросов [Электронный ресурс] / П. Бавин // База данных ФОМ. Фонд «Общественное мнение». — Режим доступа : http://bd.fom.ru/report/cat/fre_an/ra0309.
2. Барабаш В. В. Образы России в мире / В. В. Барабаш, Г. А. Бордюгов, Е. А. Котеленец. — Москва : Ассоциация исследователей российского общества, 2010. — 296 с.
3. Вульф Л. Изобретая Восточную Европу : карта цивилизации в сознании эпохи Просвещения / Л. Вульф. — Москва : Historia Russica, 2003. — 560 с.
4. Галумов А. Э. Международный имидж России : стратегии формирования / А. Э. Галумов. — Москва : Известия, 2003. — 450 с.
5. Журавлева В. И. Понимание России в США : образы и мифы : 1881—1914 / В. И. Журавлев. — Москва : РГГУ, 2012. — 1132 с.
6. Зак Л. А. Западная дипломатия и внешнеполитические стереотипы / Л. А. Зак. — Москва : Международные отношения, 1976. — 288 с.
7. Иванова Е. А. Стереотип как феномен культуры : автореферат диссертации ... кандидата философских наук : 09.00.11 / Е. А. Иванова. — Москва, 2000. — 20 с.
8. Каменева В. А. Контексты идеологизации, или образ России в американских онлайн-газетах (2000—2012) / В. А. Каменева, Е. А. Сидорова // Политическая лингвистика. — 2012. — № 4. — С. 100—104.
9. Кондратенко В. М. Под маской объективности («Нью-Йорк Таймс»): американская информационно-пропагандистская машина / В. М. Кондратенко. — Москва : Мысль, 1986. — 240 с.
10. Коныхов Н. И. Прикладные аспекты современной психологии : термины, законы, концепции, методы / Н. И. Коныхов. — Москва : Макцентр, 1994. — 253 с.
11. Корнилов Е. А. Журналистика на рубеже тысячелетий / Е. А. Корнилов, Е. Е. Корнилова. — Ростов на Дону : Флинта, Наука, 2012. — 256 с.
12. Крашенинникова В. Ю. Россия — Америка : холодная война культур : как американские ценности преломляют видение России / В. Ю. Крашенинникова. — Москва : Европа, 2007. — 388 с.

13. *Липман У.* Общественное мнение / У. Липман. — Москва : Общественное мнение, 2004. — 384 с.
14. *Маркина Ю. В.* Газета «New York Times» : эволюция типа издания : эволюция типа издания : диссертация ... кандидата филологических наук : 10.01.10 / Ю. В. Маркина. — Ростов на Дону, 2004. — 167 с.
15. *Морозова О. В.* Формирование образа России в условиях политической напряженности (на материале американской прессы) / О. В. Морозова // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия Филология. Журналистика. — 2014. — № 4 (14). — С. 110—114.
16. *Нозль-Нойман Э.* Общественное мнение. Открытие спирали молчания / Э. Нозль-Нойман. — Москва : Прогресс-Академия, 1996. — 352 с.
17. *Павловская А. В.* Стереотипы восприятия России и русских на Западе / А. В. Павловская // Сборник материалов 1-ой международной конференции «Россия и Запад : диалог культур». — Москва : [б. и.], 1994. — С. 19—30.
18. *Пойгина Л. Б.* Образ России на страницах «Нью-Йорк Таймс» в исторической ретроспективе и современности / Л. Б. Пойгина // Коммуникология. — 2015. — № 2 (3). — С. 135—146.
19. *Рогозина И. В.* Трансформация устного политического текста в американской газете как метод пропагандистского воздействия (на материале газеты «Нью-Йорк Таймс», 1980—86 гг.) : автореферат ... кандидата филологических наук / И. В. Рогозина. — Москва, 1988. — 14 с.
20. *Рукавишников В. О.* Холодная война, холодный мир. Общественное мнение в США и Европе о СССР / России, внешней политике и безопасности Запада / В. О. Рукавишников. — Москва : Академический Проект, 2005. — 864 с.
21. *Соколов В. А.* Периодическая печать США / В. А. Соколов, С. А. Михайлов. — Санкт Петербург : Издательство Михайлова В. А., 1998. — 448 с.
22. *Ульянов П. В.* Россия в амбивалентном «Образе медведя» (на примере европейских карикатур периода Первой мировой войны) / П. В. Ульянов, Ю. Г. Чернышов // Известия Алтайского государственного университета. — 2015. — № 4 (88). — С. 259—265.
23. *Berger M.* The Story of The New York Times 1851—1951 / M. Berger. — New York : Arno Press, 1951. — 589 p.
24. *Catledge T.* My Life and The Times / T. Catledge. — New York : Harper Collins Publishers, 1971. — 319 p.
25. *Jervis R.* Perception and Misperception in International Politics / R. Jervis. — Princeton : Princeton University Press, 2017. — 544 p.
26. *Kunczik M.* Globalization : News media, images of nations and the flow of international capital with special reference to the role of rating agencies / M. Kunczik // Journal of International Communication. — 2002. — № 1 (8). — Pp. 39—79.
27. *Morgenthau H.* Politics Among Nations. The Struggle for Power and Peace / H. Morgenthau. — New York : McGraw-Hill Education, 2005. — 752 p.
28. *Noelle-Neumann E.* Öffentliche Meinung, Die Entdeckung der Schwiegespirale / E. Noelle-Neumann. — Berlin : Ullstein Verlag GmbH, 1996. — 408 p.

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

30. *Shepard R. F.* The Paper's Papers : A Reporter's Journeys Through the Archives of The New York Times / R. F. Shepard. — New York : Times Books / Random House, 1996. — 373 p.

Substitution of Notions of “Russia” and “U.S.S.R” in “The New York Times” Newspaper (1946—1991)

© **Elena A. Kotelenets (2019)**, orcid.org/0000-0002-7755-033X, Doctor of History, professor, Department of History of Russia, Faculty for Humanities and Social Studies, Peoples' Friendship University of Russia (Russia, Moscow), kotelenets_ea@pfur.ru.

© **Margarita S. Zatulovskaya (2019)**, orcid.org/0000-0001-7399-6011, PhD student, Department of Mass Communications, Philological Faculty, Peoples' Friendship University of Russia (Russia, Moscow), margaret2393@yandex.ru.

The frequency of mentioning the words *Russia*, *Soviet Union*, *Soviet Russia* and *U.S.S.R* in the American press is in order considered to analyze the stereotypical views of Americans about our country during the cold war. As a source the articles published in the daily newspaper “The New York Times” in the period from 1946 to 1991 are used. The authors analyzed more than 40 000 newspaper articles. The hypothesis about the relation between the frequency of use of various country nominations and the formation of stereotypes about it is offered. The research methodology is based on the statistical analysis of the use of the words *Russia*, *Soviet Union*, *Soviet Russia* and *U.S.S.R* in “The New York Times” publications. It is revealed that during the cold war the frequency of using the word *Russia* in this newspaper exceeds the frequency of using the word *U.S.S.R* 10 times, that, according to the authors, leads to the conclusion about the substitution of notions, which is expressed in the identification of pre-revolutionary Russia and the Soviet Union. It is shown that in the future there was a reverse process: during the period of tension of political relations, the image of Russia began to be replaced in American newspaper publications by the image of the USSR, which in the minds of Americans is closely connected with the cold war.

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

References

- Barabash, V. V., Bordyugov, G. A., Kotelenets, E. A. (2010). *Obrazy Rossii v mire*. Moskva: Assotsiatsiya issledovateley rossiyskogo obshchestva. (In Russ.).
- Bavin, P. Rossiya ob Amerike i amerikantsy o Rossii: sravnitelnyy analiz rezultatov oprosov. In: *Baza dannykh FOM. Fond «Obshchestvennoye mneniye»*. Available at: http://bd.fom.ru/report/cat/fre_an/ra0309. (In Russ.).
- Berger, M. (1951). *The Story of The New York Times 1851—1951*. New York: Arno Press.
- Catledge, T. (1971). *My Life and The Times*. New York: Harper Collins Publishers.

- Galumov, A. E. (2003). *Mezhdunarodnyy imidzh Rossii: strategii formirovaniya*. Moskva: Izvestiya. (In Russ.).
- Jervis, R. (2017). *Perception and Misperception in International Politics*. Princeton: Princeton University Press.
- Ivanova, E. A. (2000). *Stereotip kak fenomen kultury: avtoreferat dissertatsii ... kandidata filosofskikh nauk: 09.00.11*. Moskva. (In Russ.).
- Kameneva, V. A., Sidorova, E. A. (2012). Konteksty ideologizatsii, ili obraz Rossii v amerikanskikh onlayn-gazetakh (2000—2012). *Politicheskaya lingvistika*, 4: 100—104. (In Russ.).
- Kondratenko, V. M. (1986). *Pod maskoy obyektivnosti («Nyu-York Tayms»: amerikanskaya informatsionno-propagandistskaya mashina)*. Moskva: Mysl'. (In Russ.).
- Konyukhov, N. I. (1994). *Prikladnyye aspekty sovremennoy psikhologii: terminy, zakony, kontseptsii, metody*. Moskva: Maktsestr. (In Russ.).
- Kornilov, E. A., Kornilova, E. E. (2012). *Zhurnalistika na rubezhe tysyacheletiy*. Rostov na Donu: Flinta, Nauka. (In Russ.).
- Krashenninnikova, V. Yu. (2007). *Rossiya — Amerika: kholodnaya vojna kultur: kak amerikanskiye tsennosti prelomlyayut videniye Rossii*. Moskva: Evropa. (In Russ.).
- Kunczik, M. (2002). Globalization: News media, images of nations and the flow of international capital with special reference to the role of rating agencies. *Journal of International Communication*, 1 (8): 39—79.
- Lipman, U. (2004). *Obshchestvennoye mneniye*. Moskva: Obshchestvennoye mneniye. (In Russ.).
- Markina, Yu. V. (2004). *Gazeta «New York Times»: evolyutsiya tipa izdaniya: evolyutsiya tipa izdaniya: dissertatsiya ... kandidata filologicheskikh nauk: 10.01.10*. Rostov na Donu. (In Russ.).
- Morgenthau, H. (2005). *Politics Among Nations. The Struggle for Power and Peace*. New York: McGraw-Hill Education.
- Morozova, O. V. (2014). Formirovaniye obraza Rossii v usloviyakh politicheskoy napryazhennosti (na materiale amerikanskoy pressy). *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya Filologiya. Zhurnalistika*, 4 (14): 110—114. (In Russ.).
- Noelle-Neumann, E. (1996). *Öffentliche Meinung, Die Entdeckung der Schwiegspirale*. Berlin: Ullstein Verlag GmbH.
- Noel'-Noyman, E. (1996). *Obshchestvennoye mneniye. Otkrytiye spirali molchaniya*. Moskva: Progress-Akademiya. (In Russ.).
- Pavlovskaya, A. V. (1994). Stereotipy vospriyatiya Rossii i russkikh na Zapade. In: *Sbornik materialov 1-oy mezhdunarodnoy konferentsii «Rossiya i Zapad: dialog kultur»*. Moskva: [b. i.]. 19—30. (In Russ.).
- Poygina, L. B. (2015). Obraz Rossii na stranitsakh «Nyu-York Tayms» v istoricheskoy retrospektive i sovremennosti. *Kommunikologiya*, 2 (3): 135—146. (In Russ.).

- Quasthoff, U. M. (1989). Social Prejudice as a Resource of Power: Towards the Functional Ambivalence of Stereotypes. In: *Language, Power and Ideology. Studies in Political Discourse*. Amsterdam, Philadelphia. 181—196.
- Rogozina, I. V. (1988). *Transformatsiya ushnogo politicheskogo teksta v amerikanskoy gazete kak metod propagandistskogo vozdeystviya (na materiale gazety «Nyu-York Tayms», 1980—86 gg.): avtoreferat ... kandidata filologicheskikh nauk*. Moskva. (In Russ.).
- Rukavishnikov, V. O. (2005). Kholodnaya voyna, kholodnyy mir. Obshchestvennoye mneniye v SShA i Evrope o SSSR. In: *Rossii, vneshney politike i bezopasnosti Zapada*. Moskva: Akademicheskii Proekt. (In Russ.).
- Shepard, R. F. (1996). *The Paper's Papers: A Reporter's Journeys Through the Archives of The New York Times*. New York: Times Books / Random House.
- Sokolov, V. A., Mikhaylov, S. A. (1998). *Periodicheskaya pechat' SShA*. Sankt Peterburg: Izdatelstvo Mikhaylova V. A. (In Russ.).
- Ulyanov, P. V., Chernyshov, Yu. G. (2015). Rossiya v ambivalentnom «Obraze medvedya» (na primere yevropeyskikh karikatur perioda Pervoy mirovoy voyny). *Izvestiya Altayskogo gosudarstvennogo universiteta*, 4 (88): 259—265. (In Russ.).
- Vulf, L. (2003). *Izobretaya Vostochnuyu Yevropu: karta tsivilizatsii v soznanii epokhi Prosveshcheniya*. Moskva: Historia Russica. (In Russ.).
- Zak L. A. (1976). *Zapadnaya diplomatiya i vneshnepoliticheskiye stereotipy*. Moskva: Mezhdunarodnyye otnosheniya. (In Russ.).
- Zhuravleva, V. I. (2012). *Ponimaniye Rossii v SShA: obrazy i mify: 1881—1914*. Moskva: RGGU. (In Russ.).