

ТЕМА НОМЕРА

**Т.Б. Рябова,
И.А. Туркин,
А.П. Коротышев**

**T. Riabova,
I. Turkin,
A. Korotyshev**

**КИТАЙСКО-
АМЕРИКАНСКИЕ
ОТНОШЕНИЯ СКВОЗЬ
ПРИЗМУ СИМВОЛОВ
ХОЛОДНОЙ ВОЙНЫ:
ОПЫТ ИЗУЧЕНИЯ СМИ
США МЕТОДАМИ
АНАЛИЗА БОЛЬШИХ
ДАННЫХ ***

**CHINESE-AMERICAN
RELATIONS THROUGH
THE PRISM OF COLD WAR
SYMBOLS: EXPERIENCE
OF STUDYING US MEDIA
USING BIG DATA
ANALYSIS**

Аннотация

В статье с помощью методов анализа больших массивов информации исследуется, как современные американские СМИ используют символы Холодной войны в репрезентациях китайско-американских отношений. Материалами послужили публикации в ведущих СМИ США различной политической направленности; хронологическими рамками исследования стали 2021- 2024 гг.

Авторы отмечают, что использование символов Холодной войны современными СМИ призвано, во-первых, предложить аудитории понятную объяснительную модель; во-вторых, обосновать неизбежность победы Соединенных Штатов: подобно тому, как Америка одержала верх над СССР, она победит и КНР, используя опыт Холодной войны для сдерживания нового соперника.

Авторы констатируют активное использование символов Холодной войны американскими СМИ для объяснения текущих международных отношений. Помимо российско-американских отношений, эти символы привлекаются для репрезентаций отношений США с Китаем, который рассматривается в качестве потенциального соперника, способного бросить вызов гегемонии США. Анализ эмпирических

Abstract

The article uses methods of analyzing large amounts of information to examine how contemporary American media use Cold War symbols in the representation of Sino-American relations. The materials include publications in leading US media of various political orientations; the chronological framework of the study is 2021-2024.

The authors believe that the use of Cold War symbols by modern media is intended, first, to offer the audience an understandable explanatory model; second, to justify the inevitability of the United States' victory: just as America defeated the USSR, it will defeat the China, using the Cold War experience to contain a new rival.

The authors note the active use of Cold War symbols by the U.S. media to explain current international relations. In addition to U.S.-Russian relations, these symbols are used to represent U.S. relations with China, which is seen as a potential rival capable of challenging U.S. hegemony. An analysis of empirical data shows that «communism» has become the most sought-after marker of modern China in the thematic contexts of the Cold War. At the same time, as shown in the article,

данных показывает, что наиболее востребованным маркером современного Китая в тематических контекстах Холодной войны стал «коммунизм». При этом, как показано в статье, СМИ США ассоциируют с коммунизмом, прежде всего, нынешний Китай, а их аудитория все еще увязывает данный термин с нынешней Россией. Отождествление КНР с коммунизмом происходит с помощью проведения аналогий между Китаем и СССР; между политиками Китая и деятелями советской истории, а также через акцентирование названия крупнейшей партии страны – Коммунистической партии Китая. Среди других популярных символов, используемых в контексте Холодной войны в отношении Китая, – «экспансионизм», «ядерное оружие», «Империя Зла».

the US media associates communism, first of all, with present-day China, their audience still links this term with present-day Russia. China is identified with communism by drawing analogies between China and the USSR; between Chinese politicians and figures of Soviet history, by emphasizing the name of the country's largest party - the Chinese Communist Party. Among other popular symbols used in the context of the Cold War in relation to China are «expansionism», «nuclear weapons», the «Evil Empire».

Ключевые слова:

Холодная война, «Новая Холодная война», китайско-американские отношения, российско-американские отношения, СМИ США, большие данные, политический символ, имагология Холодной войны.

Key words:

Cold War, the «New Cold War», China-USA relations, Russia-USA relations, US mass media, big data in politics, political symbol, imagology of the Cold War.

<https://doi.org/10.24412/2227-1538-2025-1-5-21>

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-18-00305, <https://rscf.ru/project/22-18-00305/>.

Сегодня отношения России и США находятся на низшей точке со времён Холодной войны, что является угрозой безопасности для всего мира. Понимание закономерностей этой конфронтации, ее сути, причин и последствий еще не наступило. Именно в такие моменты актуализируются резервуары значений, которые отсылают к уже состоявшимся событиям истории, получившим устойчивую интерпретацию. Символы Холодной войны являются одним из тех ресурсов символической политики, которые предоставляют возможность использовать аналогии из прошлого конфликта для объяснения настоящего. Возвращение дискурса Холодной войны нередко связывают с Мюнхенской речью В. Путина, после которой стал набирать популярность термин «Новая Холодная война» (Lucas, 2009); еще более заметным оно стало с началом конфликта на Украине в 2014 году. К опыту Холодной войны для интерпретации современной ситуации обращаются лидеры государств и высокопоставленные политики, представляющие державы, которые находятся по разные стороны баррикад: В. Путин, С. Лавров, Дж. Байден,

Д. Трамп, Э. Блинкен, Си Цзиньпин, Э. Макрон, О. Шольц (Farbøl, 2017; Ковалев, 2022; Амиров, Глебович, 2023; Рябова, Туркин, 2024). Поэтому для понимания того, под влиянием каких когнитивных схем, каких нарративов принимаются решения на международной арене, следует обратить внимание на имагологию Холодной войны и на использование символов советско-американской глобальной конфронтации в современном политическом противостоянии держав, отраженное, прежде всего, в массмедиа. Среди основных вопросов, ответ на которые должно дать экспертное сообщество, отметим следующие. Насколько активно СМИ используют эти символы для репрезентаций сегодняшних международных отношений? Какое содержание вкладывают сегодня СМИ в эти символы и каковы тематические контексты их употребления? Что из символического наследия Холодной войны является наиболее востребованным при этом? Для характеристики преимущественно каких стран эти символы используются?

Мы уже обращались к данной проблематике, основываясь на результатах проведенного нами исследования российских СМИ методами анализа больших массивов информации; в частности, рассматривалось использование символов Холодной войны применительно к российско-американским отношениям (Рябова, Туркин, 2024). Цель данной статьи – проанализировать, каким образом символы Холодной войны используются в СМИ современных США для репрезентаций китайско-американских отношений.

Методология и методы исследования

Теоретической рамкой исследования выступает конструктивистская методология, согласно которой знание является не объективной данностью, но результатом работы по сборке социальной реальности (Berger, Luckman, 1992). Когда мы используем определённые методы описания реальности, мы не только характеризуем эту реальность, но и в известной мере производим её (Ло, 2015). Например, если мы описываем наш мир как находящийся в состоянии Холодной войны, то мы уже предлагаем определённую оптику восприятия окружающего нас мира, тем самым способствуя «разжиганию» новой Холодной войны. Наиболее полно этот феномен описали Дж. Лакофф и М. Джонсон, показавшие, как с помощью использования агрессивной и алармистской риторики конструировался образ врага, который затем становился в американском массовом дискурсе объективной данностью (Лакофф, 2004).

Одной из важнейших причин реактуализации риторики Холодной войны была потеря Соединенными Штатами Америки геополитического соперника; И. Нойманн подчеркнул, что коммунистическое государство было воплощением абсолютного Другого, который цементировал общество внутри страны (Нойманн, 2004; о роли СССР в идентичности США см. также: Campbell, 1992; Sharp, 2000; Рябов и др., 2023). С исчезновением «врага номер один» ушла в небытие и абсолютная уверенность американского государства в правильности своих действий и своих целей. Поэтому период после Холодной войны был временем поиска новых ориентиров, попытками создания нового врага из ислама, Китая, а также возвращения темы России.

Сегодня именно КНР является основным внешнеполитическим вызовом для США – даже несмотря на то, что инициативы Китая, как правило, оцениваются как не представляющие угрозы фундаментальной целостности международной системы (Mazarr, Heath, Cevallos, 2018; Christensen, 2020; Roach, 2022; Leoni, 2024). Например, во Временном стратегическом руководстве по национальной безопасности США от 3 марта 2021 года было зафиксировано, что Китай является главным стратегическим вызовом, превосходящим даже Россию¹. Неудивительно, что тематика Холодной войны включается теперь в антикитайскую риторику.

Образы и символы Холодной войны можно интерпретировать в качестве ресурса символической политики, то есть, производства различных способов интерпретации социальной реальности и борьбу за их доминирование в публичном пространстве (Малинова, 2015). Среди ключевых свойств политического символа выделяют такие, как способность вызывать сильную эмоциональную реакцию; способность быть включенными в создание символических границ между «своими» и «чужими»; пластичность и многозначность (Рябов и др., 2023). Символ облегчает, помимо прочего, передачу опыта от одного поколения к другому (DeZalia, Moeschberger, 2014); отметим, что для США – это опыт предыдущего противостояния с СССР.

В ходе нашего исследования мы проверяли те символы, которые потенциально могли привлекаться в СМИ США для интерпретации текущей ситуации. Каждый из символов мы определяли как отдельное тематическое направление анализа сетевой активности. Всего было выбрано 15 символов,

¹ Interim National Security Strategic Guidance (2021). The White House. <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/statements-releases/2021/03/03/interim-national-security-strategic-guidance/>

объединенных в три группы. Мониторинг включал различные контексты их применения и словоформы.

Первая группа, «нарративные символы», объединяла образы Холодной войны с наиболее широким семантическим значением; они широко применялись как в нарративе СМИ, так и в общественном нарративе (New Cold War, Nuclear weapon, KGB, Communism). Их можно встретить в выступлениях официальных лиц, в журналистских публикациях, в интернет-постинге. Широкое использование этих символов говорит о наличии укоренившихся в обществе стереотипов, устойчивых образов и особенностях общественного восприятия, на которые опираются и которые транслируют ведущие СМИ.

Вторая группа символов, «исторические», обозначают значимые события, явления или процессы, имевшие место в эпоху Холодной войны (Cuban missile crisis, Berlin wall, Fulda gap, Iron Curtain, Marshall Plan). СМИ, как правило, используют их в аналитических публикациях, ориентированных на относительно образованного читателя. Распространенность данных символов позволяет судить не только о современной риторике, но также о социальных представлениях об исторических событиях.

Третья группа символов, «культурные», отражает распространённость в информационном пространстве образов Холодной войны, укорененных в массовой культуре (James Bond, Ivan Drago, Russian bear, Russian spies, Evil Empire). В XXI веке они продолжают оставаться частью общественного сознания и нередко используются СМИ с целью вызвать у потребителей медиа-контента нужные ассоциации. В отдельных случаях, когда необходимо было работать с многозначными понятиями или несколькими формулировками со сходным семантическим значением, мониторинг для одного символа проводился по нескольким формулировкам.

Материалами послужили данные американских СМИ, имеющих интернет-версию. Всего было отобрано 12 ведущих СМИ (The American Conservative, Breitbart, CNN, Fox News, Foreign Affairs, Politico, Wall Street Journal, Washington Post и др.). Критериями для отбора стали, во-первых, популярность издания, во-вторых, представленность основных политических ориентаций в американском социуме¹.

¹ Мы следуем типологии Pew Research Center, согласно которой CNN, Politico или Washington Post маркируются как «последовательно более либеральные» (consistently more liberal), а Fox News или Breitbart – как «последовательно более консервативные» (consistently more conservative). (Political Polarization & Media Habits, 2014).

Хронологические рамки исследования ограничены периодом с 1 января 2021 по 1 августа 2024 гг. Это объясняется, прежде всего, тем, что именно с 2021 г. нарастает конфликтогенность миропорядка, сопровождающаяся «распаковкой» межгосударственных конфликтов. Согласно данным по вооружённым конфликтам UCDP, 2022 год стал самым конфликтным со времён Холодной войны¹. Мы исходим из того, что нарастание конфликтов должно было сопровождаться появлением убедительных объяснительных схем этих конфликтов, что, в свою очередь, предполагает привлечение образов и символов; поскольку же главными акторами противостояния стали США и Россия, то резонно предположить, что среди них важное место займут образы и символы советско-американской конфронтации.

Сбор информации осуществлялся с помощью сетевой онлайн платформы «Пресс индекс», предназначенной для анализа данных СМИ и социальных сетей. Полученные количественные данные об использовании символов Холодной войны в анализируемых изданиях дополнительно проверялись поиском контекста употребления этих символов.

Результаты исследования

Анализ массива числовых данных, полученных в ходе мониторинга отобранных масс медиа, позволил сделать несколько заключений. Прежде всего, отметим очевидную востребованность символа Холодной войны в нарративах ведущих американских СМИ исследуемого периода; он используется и в историческом контексте, и применительно к современной ситуации (Рябова, Туркин, 2024).

Другой значимый вывод – символ «Холодная война» устойчиво употребляется для характеристики не только России, но и Китая, причем в последнем случае востребованность значительно выше (рис. 1). Заметим, что приведенные массивы данных могут быть и пересекающимися – в одной статье могут одновременно фигурировать термины «Cold War», «China» и «Russia».

¹ Uppsala Conflict Data Program. USDP. <https://ucdp.uu.se/encyclopedia>.

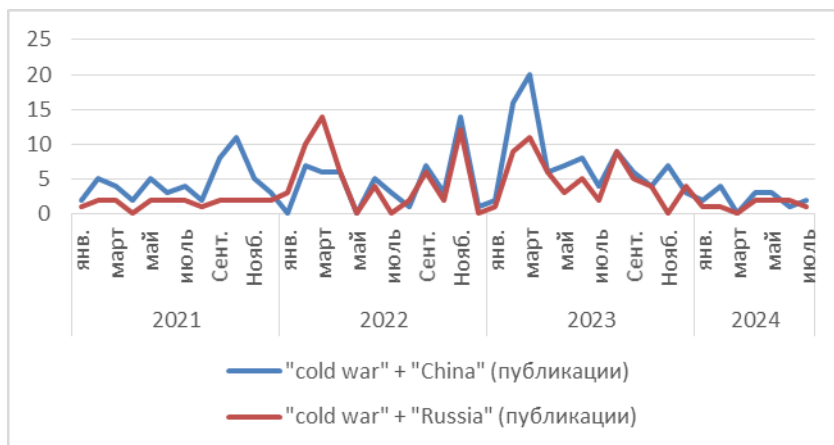


Рисунок 1 – Динамика публикаций, содержащих лексемы «Cold War+China», а также «Cold War+Russia» (янв. 2021 г. – июль 2024 г.)

Динамика публикационной активности СМИ достаточно четко следует международно-политической конъюнктуре. Так, резкий всплеск использования символов Холодной войны в отношении России произошел после начала СВО; в марте 2022 года охват аудитории публикаций, в которых Россия упоминается в контексте Холодной войны, превысил 63 млн. Что касается Китая, то пики употребления исследуемых символов приходились на обсуждение энергетического кризиса в Поднебесной, испытание гиперзвуковой ракеты, способной нести ядерный заряд, и – в максимальной степени – на ход дискуссий о визитах китайского лидера Си Цзиньпина в Москву в ноябре 2022 года и марте 2023 года; эти визиты дали заметный импульс использованию символов Холодной войны по отношению к России, однако в отношении самого Китая этот эффект оказался почти в 2 раза сильнее. Наконец, еще одним поводом стало европейское турне Си Цзиньпина весной 2024 года, в период которого журналисты обсуждали заявления китайского лидера о недопустимости начала новой Холодной войны.

Отвечая на вопрос, какие символы Холодной войны стали наиболее и наименее востребованными в американских СМИ, отметим, что те из них, которые мы определили как «символы массовой культуры» (Джеймс Бонд, Иван Драго и т.д.), в анализируемых изданиях за исследуемый период почти не появлялись. Не стали частотными в употреблении масс медиа и такие популярные символы Холодной войны, как «железный занавес» и «Берлинская стена», хотя международная обстановка к этому, казалось бы, располагала.

Значительно более популярными оказались символы, которые имеют отношение к идеологическому противостоянию. Интересно, что наиболее частотным в контексте тематики Холодной войны стал «коммунизм» («communism»). Вероятно, это связано с тем, что данный символ удобен как для стигматизации своих оппонентов внутри страны, так и для конструирования внешнеполитического врага. Для США создание образа нового «значимого Другого», который был утерян после распада Советского Союза, было необходимо; символ коммунизма, «империи Зла» оказался востребованным у американской аудитории и после ухода СССР с исторической арены.

На рис. 2 можно видеть, что с началом СВО использование лексемы «коммунизм» ведущими американскими СМИ по отношению к России выросло в пять раз. Регулярно термин «communism» употребляется и по отношению к КНР. Динамика соответствующего нарратива подвержена колебаниям, которые были связаны с любыми заметными событиями в Китае: от наводнения в провинции Хэнань до переизбрания Си Цзиньпина на пост генерального секретаря ЦК КПК. Сопоставив абсолютные цифры охвата аудиторией публикаций о «российском» и «китайском» коммунизме, можно сделать вывод, что публикации о «коммунистической» России (хотя в количественном отношении они уступают публикациям о «коммунистическом» Китае) вызывают, как правило, больший общественный интерес, достигая в пике 228,6 млн человек. Исходя из полученных эмпирических данных, можно предположить, что СМИ США уверенно ассоциируют современный Китай с коммунизмом, «коммунизм» – с Китаем, в то время как их аудитория все еще увязывает данный термин с Россией.

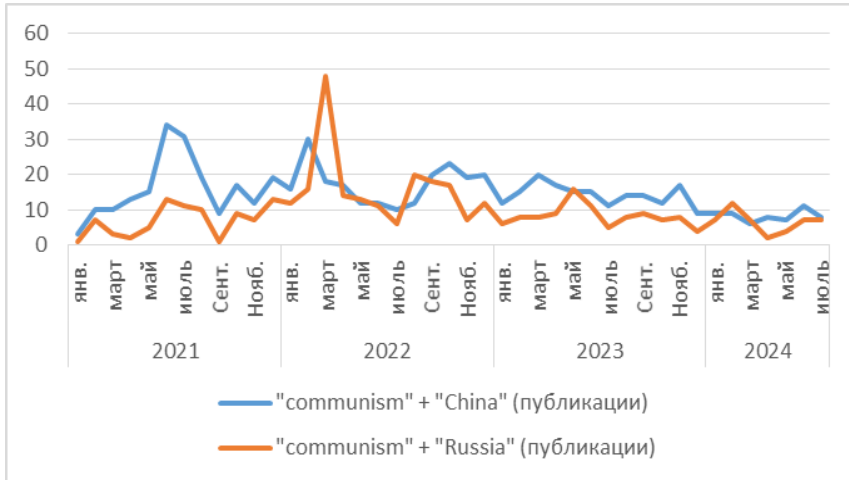


Рисунок 2 – Число публикаций, содержащих лексемы «communism + China» и «communism + Russia» в ведущих СМИ США (янв. 2021 г. – июль 2024 г.)

Отдельно необходимо отметить, что консервативные СМИ чаще описывают политику современного Китая с помощью символа «коммунизм». Так, публикаций о «коммунистическом Китае» за анализируемый период в Breitbart было почти в тринадцать раз больше, чем в The New York Times (349 и 28 соответственно), в восемь раз больше, чем в Politico и в четыре раза больше, чем в Washington Post. Нередко использовал характеристику «коммунистический» в отношении КНР и Fox News (98). Такая ситуация является отражением позиции консервативных политиков, которые используют историческую память о противостоянии Холодной войны, в которой коммунисты представляли в качестве абсолютного зла, для мобилизации усилий американского государства на борьбу с растущей силой КНР и для достижения в этом новом противостоянии двухпартийного консенсуса.

Как происходит отождествление КНР с коммунизмом? Прежде всего, с помощью проведения аналогий между Китаем и СССР; при этом КНР репрезентируется в качестве гораздо более опасного соперника¹. Аналогии проводятся и между политиками Китая и историческими личностями. Х. Брэндс и Дж. Л. Гэддис в статье «Новая Холодная война. Америка, Китай и эхо истории» пишут, что политика Си в рамках проекта «Один пояс и один путь» аналогична политике Сталина и Гитлера и направлена на создание инфра-

¹ This is how we win a new Cold War with China. Fox News. (2023). <https://www.foxnews.com/opinion/how-we-win-new-cold-war-china>

структуры для захвата США¹. Эти аналогии, помимо прочего, выполняют функции предсказания победы – подобно тому как, США одержали верх над СССР, они победят и КНР.

Коммунистическая суть КНР нередко подчеркивается путем акцентирования названия главной партии Китая – «Коммунистическая партия Китая»; уже это должно пробуждать у аудитории ощущение опасности. Например, спикер Палаты представителей США К. Маккарти заявил, что влияние КПК давно вышло за конвенциональные рамки влияния на другие страны. Более того, предупредил он, сегодня для нанесения ущерба национальной безопасности США Китай проник в систему американского высшего образования². Представительница умеренного крыла Республиканской партии Н. Хейли, аргументируя свою позицию о необходимости сокращения финансирования Китая американских университетов, призывает дать понять «коммунистам серьёзность позиции Вашингтона»³. «Коммунистический Китай» становится аргументом в тайваньском вопросе, актуализируя образ коммунизма как абсолютного зла, силой распространяющего свое влияние в период Холодной войны. М. Поттингер характеризует Китай как пример обновлённого «ленинского тоталитаризма», который вывел на новый уровень механизмы информационной слежки как за собственными гражданами, так и за иностранцами с целью влияния на них, запугивания и шантажа⁴.

Далее, для объяснения сущности китайского противника берутся на вооружение и популярные символы Холодной войны, имеющие ценностное измерение, таким символом стал символ «Империя Зла». Это определение Р. Рейгана в отношении СССР было одним из самых популярных маркеров советского государства; анализ частотности употребления этого символа в американских СМИ показывает интересную динамику в течение исследуемого периода. В 2021 г. этим термином чаще всего характеризовали Китай

¹ Brands, H., Gaddis, J.L. (2021). The New Cold War. America, China, and The Echoes of History. *Foreign Affairs*. 100 (6), 10-22. <https://www.foreignaffairs.com/articles/united-states/2021-10-19/new-cold-war>

² China and the US are locked in a cold war. We must win it. Here's how we will. *Fox News*. (2022). <https://www.foxnews.com/opinion/america-locked-china-cold-war-win>.

³ Exclusive – Nikki Haley: If I Was President, China Never Would Have Sent a Spy Balloon / BREITBART. (2023). Exclusive - Nikki Haley: 'If I Was President, China Never Would Have Sent a Spy Balloon' ([breitbart.com](https://www.breitbart.com)).

⁴ Pottinger, M. (2021). Beijing's American Hustle. How Chinese Grand Strategy Exploits U.S. Power. *Foreign Affairs*. 100 (5), 102-115. <https://www.foreignaffairs.com/articles/asia/2021-08-23/beijings-american-hustle>.

(37% от всех упоминаний символа; следом шли Россия (14%) и Иран (6%))¹. СВО изменила картину использования символа; в 2022 году в половине случаев определение «Империя Зла» было адресовано России (50%); Китай маркировался подобным образом значительно реже (16 %). Однако в следующем году символ в отношении Китая использовали с той же частотой (17%), но в отношении России – значительно реже (26%).

Примечательно, что определение «коммунистический» по отношению к Китаю используется и в контексте, казалось бы, очень далекой от идеологии тематики – тематики инновативного развития. «Новая Холодная война» с КНР сегодня включает такую арену противостояния, как киберпространство. Это связано с резко усилившейся конфронтацией в области инновационной конкуренции; именно тематика технологического развития Китая стала для США одной из ключевых. В 2021–2023 гг. охват публикаций с лексемами «technology» и «China» уверенно достигал 1,5 млрд, затем, в 2024 г. снизился более чем вдвое. Впрочем, такой эффект заметен и в публикациях, посвященных России: падение охвата аудитории с 1 млрд. пользователей в 2022-2023 гг. до около 0,5 млрд в начале лета 2024 года (рис. 3). Американские комментаторы утверждают, что если СССР не мог соперничать с США в области технологий, то коммунистический Китай сегодня представляет гораздо более опасного противника². При этом Пекин репрезентируется в качестве враждебного государства, которое, «позаимствовав» западные технологии, применяет их не для демократических преобразований в стране, а для слежки за собственным народом³. Утверждается, что Китай создаёт новую экзистенциальную арену противостояния – цифровое пространство, и задача США состоит в том, чтобы использовать опыт Холодной войны для победы уже над новым врагом⁴.

¹ Заметим, что в значение «Китай» мы включали и упоминания собственно Китая, и упоминания Пекина.

² Darby, C., Sewall, S. (2021). The Innovation. Wars America's Eroding Technological Advantage. Foreign affairs. <https://www.foreignaffairs.com/articles/united-states/2021-02-10/technology-innovation-wars>.

³ Pottinger, M. (2021). Beijing's American Hustle. How Chinese Grand Strategy Exploits U.S. Power. Foreign affairs. <https://www.foreignaffairs.com/articles/asia/2021-08-23/beijings-american-hustle>

⁴ Schmidt, E. (2021). Innovation Power. Why Technology Will Define the Future of Geopolitics. Foreign affairs. <https://www.foreignaffairs.com/articles/united-states/2021-02-10/technology-innovation-wars>.

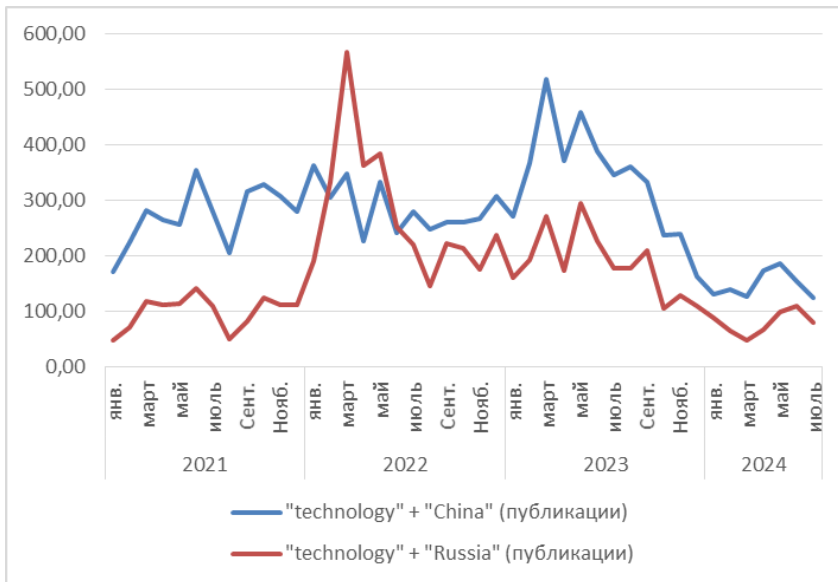


Рисунок 3 – Число публикаций, содержащих лексемы «technology + China» и «technology + Russia» в ведущих СМИ США (янв. 2021 г. - июль 2024 г).

Данная арена противостояния является ключевой, подобно тому, как угроза применения ядерного оружия была основной во время Холодной войны. Дж. Най в статье «Конец кибер-анархии? Как создать новый цифровой порядок» пишет, что, несмотря на ограниченность международного права, стороны всё равно должны договариваться о регулировании киберпространства. Он считает, что с помощью формальных и неформальных институтов стороны смогут ограничить своё поведение, чтобы само противостояние приобрело чёткие институциональные рамки. В пример он приводит обращение со шпионами во время Холодной войны, когда доминировала неформальная норма депортации, но не казни¹.

Еще одним популярным символом Холодной войны, который используется в отношении Китая, является символ экспансии – экспорта экономического, политического, культурно-идеологического влияния в третьи страны (а сегодня экспансию связывают еще и с экспортом цифровых технологий).

¹ Nye, J. S. Jr. (2021). The End of Cyber-Anarchy? How to Build a New Digital Order. Foreign Affairs. 101 (1), 32-44.

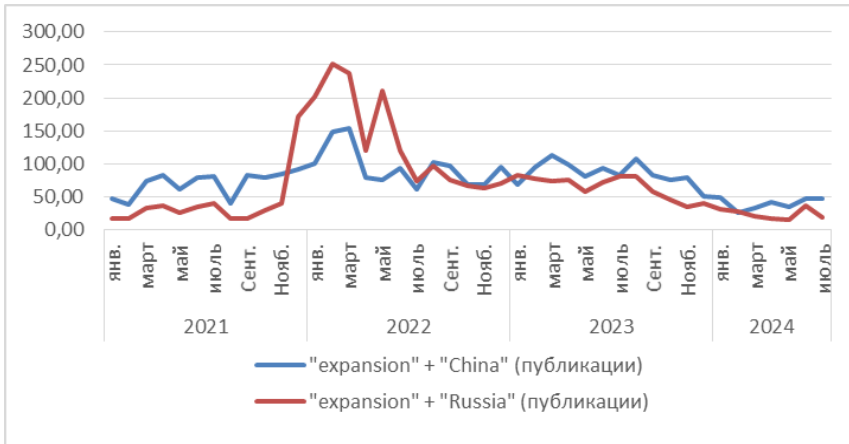


Рисунок 4 – Число публикаций, содержащих лексемы «expansion + China» и «expansion + Russia» в ведущих СМИ США (янв. 2021 г. - июль 2024 г.)

В отношении России подобная динамика выглядит вполне объяснимо: резкий подъем совпал с началом конфликта на Украине. К 2024 г. уровень интереса американских СМИ к «российской экспансии» снижается, возвращаясь к своему обычному уровню. Тема «китайской экспансии» присутствует в нарративе американских СМИ на постоянной основе. Число публикаций, содержащих лексемы «expansion» и «China» в 2022-2023 гг. устойчиво держится выше 70 в месяц, образуя при этом охват аудитории более 400 млн, что является очень значимым показателем (рис. 4). При этом можно зафиксировать и случаи, когда охват аудитории продолжает расти после падения числа публикаций, что позволяет предполагать устойчивый интерес общества к теме.

Наконец, заслуживает отдельного упоминания следующее обстоятельство, которое проявляло себя в большинстве направлений анализа. Пик использования тематики Холодной войны в отношении России приходится на время начала СВО, когда западные СМИ обращались к символике противостояния второй половины XX века для формирования антироссийской информационной повестки. Однако аналогичный пик активности замечен и в публикациях, посвященных Китаю. Это свидетельствует о том, что политика РФ и КНР, образы России и КНР зачастую рассматриваются американскими СМИ в тесной взаимосвязи.

Заслуживают внимания и тематические контексты употребления образов и символов Холодной войны в российских и американских СМИ. Во-

первых, Холодную войну вспоминали и обсуждали в контексте не столько идеологического, сколько военного противостояния. Наиболее часто российские СМИ обращались к теме ядерного оружия (рис. 5); причем использование лексем «ядерное оружие», «угроза применения ядерного оружия» демонстрирует рост после начала СВО. Как показывает (рис. 5), американские СМИ обращались к использованию символа «Nuclear weapon» в пять раз реже; иногда разрыв становится десятикратным. Одним из объяснений причин такого разрыва является широкое обсуждение шестидесятилетия Карибского кризиса в России; в США это событие, очевидно, вызвало меньший интерес.

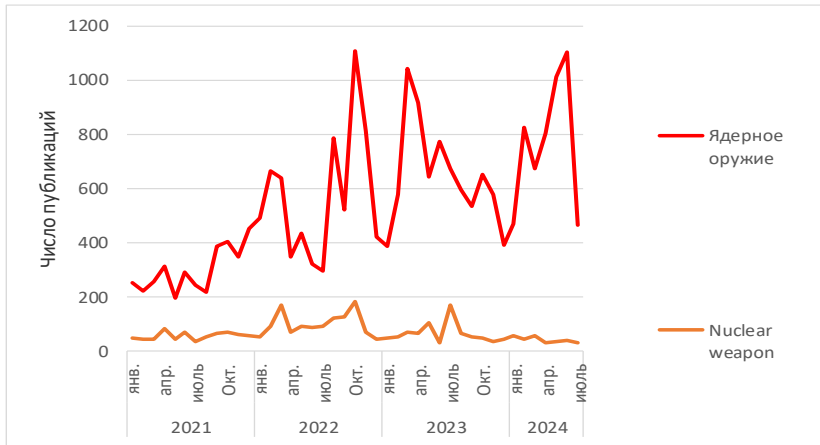


Рисунок 5 – Символы ядерной угрозы и ядерного оружия в ведущих СМИ России и США (янв. 2021 г. – июль 2024 г.)

При этом хотя Россия и КНР воспринимаются как источник опасности, связанной с применением ядерного оружия, все же чаще этот символ – один из ключевых для массовой культуры Холодной войны – используется в контексте обсуждения ядерной угрозы со стороны Ирана. В 2021 году 8 000 публикаций о ядерной угрозе упоминали Иран, в то время как Россию – 1 173, а Китай – 1 369. В год начала СВО количество упоминаний в таком контексте России стало значительно больше, но их число все равно уступало численности предостережений об иранской угрозе (8 556 и 9 352 соответственно). Таким образом, американские СМИ были больше обеспокоены проблематикой распространения

ядерного оружия на Ближнем Востоке, чем перспективой его применения в Европе или наращиванием ядерного арсенала Китая¹.

Подведем итоги. Во-первых, сегодня символика Холодной войны в США используется для характеристики не только России как правопреемницы СССР, но Китая (а также Ирана).

Во-вторых, через призму использования символики Холодной войны американскими СМИ заметна возрастающая роль Китая. Сегодня именно Поднебесная предстаёт в качестве потенциального «врага номер один», способного бросить вызов гегемонии США.

В-третьих, несмотря на стремительный рост интереса к России после начала СВО, можно фиксировать возвращение показателей публикационной активности на уровень до февраля 2022 года. Это может быть расценено как свидетельство того, что европейское направление не является первостепенным для США, а Российская Федерация репрезентируется больше в качестве временного вызова.

В-четвертых, для репрезентаций сущности китайского соперника берут на вооружение и те символы Холодной войны, содержание которых связано с аксиологической составляющей конфронтации; таким символом, прежде всего, стал символ «Империя Зла».

Литература

Berger, P. L. & Luckman, T. (1966). *The social construction of reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*.

Campbell, D. (1998) *Writing security: United States foreign policy and the politics of identity*.

Christensen, Th. J. (2020). *No New Cold War: Why US-China Strategic Competition will not be like the US-Soviet Cold War*. Asan Report. Asan Institute for Policy Studies. <https://www.jstor.org/stable/resrep26078>.

DeZalia, R. A. P. & Moeschberger, S. L. (2014). *The Function of Symbols that Bind and Divide*. In R.A.P. DeZalia, S.L. Moeschberger (Ed.), *Symbols that bind, symbols that divide: the semiotics of peace and conflict*.

Farbøl, R. (2017). *Commemorating a War That Never Came: The Cold War as Counter-factual War Memory*. In Törnquist-Plewa, B & Sindbaek Andersen, T (Eds) *The Twentieth Century in European Memory: Transcultural Mediation and Reception*.

Leoni, Z. (2024). *A New Cold War: US-China Relations in the 21st Century*.

Lucas, A. (2008). *The new cold war: Putin's Russia and the threat to the West*. Palgrave Macmillan.

¹ Sadjadpour, K. (2022). Iran's Hollow Victory. The High Price of Regional Dominance. Foreign affairs. <https://www.foreignaffairs.com/articles/iran/2022-02-16/irans-hollow-victory>.

Mazarr, M. J., Heath, T. R. & Cevallos, A. S. (2018). *China and the International Order*. RAND Corporation. Santa Monica.

Roach, S. (2022). *Accidental Conflict: America, China, and the Clash of False Narratives*.

Sharp, J. P. (2000). *Condensing the Cold War*. Reader's Digest and American Identity. 2000.

Амиров, В. М., Глебович, Т. А. (2023). Идеологема «холодная война»: аспекты функционирования в историческом и современном медиапространствах. *Известия Уральского федерального университета. Сер. 2: Гуманитарные науки*. 25(1), 80–95. DOI 10.15826/izv2.2023.25.1.005.

Ковалев, Н. А. (2022). Концепт New Cold War на фоне вызовов современности (на материалах англоязычной прессы). *Филологические науки в МГИМО*. 8(2), 18–28. <https://doi.org/10.24833/2410-2423-2022-2-31-18-28>.

Лакофф, Дж., Джонсон, М. (2004). *Метафоры, которыми мы живём*. Пер. с англ. / Под ред. и с предисл. А.Н. Баранова.

Ло, Дж. (2015). *После метода: беспорядок и социальная наука* / Пер. с англ. С. Гавриленко, А. Писарева и П. Хановой. Науч. ред. перевода С. Гавриленко.

Малинова, О. Ю. (2015). *Актуальное прошлое: Символическая политика властвующей элиты и дилеммы российской идентичности*.

Нойманн, И. (2004). *Использование «Другого»: Образы Востока в формировании европейской идентичности*.

Рябова, Т. Б., Туркин, И. А. (2024). *Символы холодной войны в современной политической риторике: опыт изучения СМИ России и США методами анализа больших объемов информации*. Имагология Холодной войны: «Свои» и «чужие» в массовой культуре СССР и США.

Рябов, О. В., Белов, С. И., Давыдова, О. С., Кубышкин, А. И., Рябов, Д. О., Рябова, Т. Б., Смирнов, Д. Г., Спутницкая, Н. Ю., Юдин, К. А. (2023). «Враг номер один» в символической политике кинематографий СССР и США периода холодной войны.

References

Amirov, V. M. & Glebovich, T. A. (2023). Ideologema «kholodnaya voina»: aspekty funktsionirovaniya v istoricheskom i sovremennom mediaprostranstvakh. *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Ser. 2: Gumanitarnye nauki*. 25(1), 80–95. <https://doi.org/10.15826/izv2.2023.25.1.005>. (In Russ.)

Berger, P. L. & Luckman, T. (1966). *The social construction of reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*.

Campbell, D. (1998). *Writing security: United States foreign policy and the politics of identity*.

Christensen, Th. J. (2020). *No New Cold War: Why US-China Strategic Competition will not be like the US-Soviet Cold War*. Asan Report. Asan Institute for Policy Studies. <https://www.jstor.org/stable/resrep26078>.

DeZalia, R. A. P. & Moeschberger, S. L. (2014). *The Function of Symbols that Bind and Divide*. In R.A.P. DeZalia, S.L. Moeschberger (Ed.), *Symbols that bind, symbols that divide: the semiotics of peace and conflict*.

Farbøl, R. (2017). *Commemorating a War That Never Came: The Cold War as Counter-factual War Memory*. In Törnquist-Plewa, B & Sindbaek Andersen, T (Eds) *The Twentieth Century in European Memory: Transcultural Mediation and Reception*.

Kovalev, N. A. (2022). Kontsept New Cold War na fone vyzovov sovremennosti (na materialakh angloyazychnoi pressy). *Filologicheskie nauki v MGIMO*. 8(2), 18–28. <https://doi.org/10.24833/2410-2423-2022-2-31-18-28>. (In Russ.)

Lakoff, Dzh. & Dzhonson, M. (2004). *Metafora, kotorymi my zhivem*. Per. s angl. A. N. Baranov. (In Russ.)

Leoni, Z. (2024). *A New Cold War: US–China Relations in the 21st Century*.

Lo, Dzh. (2015). *Posle metoda: besporyadok i sotsial'naya nauka*. (In Russ.)

Lucas, A. (2008). *The new cold war: Putin's Russia and the threat to the West*.

Malinova, O. Yu. (2015). *Aktual'noe proshloe: Simvolicheskaya politika vlastvuyushchei elity i dilemmy rossiiskoi identichnosti*. (In Russ.)

Mazarr, M. J., Heath, T. R. & Cevallos, A. S. (2018). *China and the International Order*. RAND Corporation. Santa Monica.

Noimann, I. (2004). *Ispol'zovanie «Drugogo»: Obrazy Vostoka v formirovanii evropeiskoi identichnosti*. (In Russ.)

Riabova, T. B. & Turkin, I. A. (2024). *Simvoly kholodnoi voyny v sovremennoi politicheskoi ritorike: opyt izucheniya SMI Rossii i SShA metodami analiza bol'shikh obemov informatsii*. Imagologiya Kholodnoi voyny: «Svoi» i «chuzhie» v massovoi kul'ture SSSR i SShA. (In Russ.)

Riabov, O. V., Belov, S. I., Davydova, O. S., Kubyshkin, A. I., Riabov, D. O., Riabova, T. B., Smirnov, D. G., Sputnitskaya, N. Yu. & Yudin, K. A. (2023). *«Vrag nomer odin» v simvolicheskoi politike kinematografii SSSR i SShA perioda kholodnoi voyny*. (In Russ.)

Roach, S. (2022) *Accidental Conflict: America, China, and the Clash of False Narratives*.

Sharp, J. P. (2000). *Condensing the Cold War*. Reader's Digest and American Identity.

Для цитирования: Рябова, Т. Б. Китайско-американские отношения сквозь призму символов Холодной войны: опыт изучения СМИ США методами анализа больших данных / Т. Б. Рябова, И. А. Туркин, А. П. Коротышев // PolitBook. – 2025. – № 1. – С. 5-21. – DOI 10.24412/2227-1538-2025-1-5-21