

DOI: 10.31857/S086904990014326-0

Оригинальная статья / Original Article

Ключевые коммуникативные стратегии создания образа иммигранта в медийном дискурсе Испании (на материале газеты *El País*)

© М.В. СИМОНОВА

Симонова Мария Владимировна, МГУ имени М. В. Ломоносова (Москва, Россия),
manuna213@yandex.ru

Аннотация. Настоящее исследование посвящено особенностям освещения темы иммиграции в Испанию на материале качественного ежедневного общественно-политического издания *El País*, которое является самой читаемой газетой подобного жанра и претендует на объективное и полное отражение современного состояния испанского общества, а также ключевых событий, происходящих в стране и в мире. Анализ публикаций (307 газетных статей) за 2019 г., посвященных теме иммиграции с Ближнего Востока и Африки, позволил выявить две ключевые стратегии в освещении журналистами данной темы – формирование у читателя отрицательного образа иммигранта и стратегия солидаризации с адресатом (проявление сочувствия и сопереживания к иммигрантам). Исследование, выполненное в русле медиалингвистики, позволило определить основные приемы достижения обозначенных стратегий. Искусственно создаваемый негативный образ иммигранта («они») в сочетании с положительным образом принимающей культуры («мы») способствует формированию и закреплению в сознании читателя образа иммигранта-врага, что идет в разрез не только с установками качественной газеты *El País*, но и восприятием иммиграции коренными испанцами.

Ключевые слова: иммиграция, Испания, медиалингвистика, коммуникативные стратегии, медиадискурс, *El País*, СМИ Испании.

Цитирование: Симонова М.В. (2021) Ключевые коммуникативные стратегии создания образа иммигранта в медийном дискурсе Испании (на материале газеты *El País*) // Общественные науки и современность. № 4. С. 91–103. DOI: 10.31857/S086904990014326-0

Key Communication Strategies of Creating the Image of an Immigrant in the Spanish Media Discourse (on the Publications of *El País*)

© M. SIMONOVA

Mariya V.I. Simonova, Lomonosov Moscow State University (Moscow, Russia), manuna213@yandex.ru

Abstract. The article is devoted to the peculiarities of coverage of the issue of immigration to Spain on the material of the daily social-political newspaper *El País* which refers to the quality Spanish press. The research carried out within the framework of Media Linguistics using the method of linguistic analysis of the text and the method of cognitive analysis demonstrated a very interesting fact of imbalance between the actual immigrants' perception in the Spanish society and a certain image artificially created in the media space. The analysis of publications, more than 300 during the year 2019, that were selected according to the theme of publication (national immigration policy, immigration, crimes involving immigrants, immigrants and the Spanish society) has revealed two key strategies for covering the topic of immigration – the strategy of creating a negative image of an immigrant and the strategy of solidarity. The study allows to identify a sharp dissonance between the real perception in Spain of immigrants and the image of the «enemy» spread by the Spanish media.

Keywords: immigration, Spain, media linguistics, communication strategies, media discourse, *El País*, Spanish media.

Citation: Simonova M. (2021) Key Communication Strategies of Creating the Image of an Immigrant in the Spanish Media Discourse (on the Publications of *El País*). *Obshchestvennyye nauki i sovremennost'*, no.4, pp. 91–103. DOI: 10.31857/S086904990014326-0 (In Russ.)

Введение

Тексты СМИ, будучи основным источником социокультурной информации, выступают, с одной стороны, моделью национально-культурной специфики речевого общения общества, с другой, – фрагментом культуры, который наиболее точно отражает политические, экономические и социокультурные процессы в обществе [Приходько 2016, 73]. Создание единого информационного пространства обозначило проблемы, связанные с информационным воздействием на общество, а также с вытекающими последствиями – как положительными и отрицательными, так и конструктивными и деструктивными.

На сегодняшний день получить объективную картину мира, «чистую» информацию без субъективных оценок не так просто. Именно поэтому возрастает интерес к подаче информации в СМИ и формированию шаблонных образов и стереотипного мышления у читателя с помощью коммуникативных стратегий [Добросклонская 2008].

Иммиграцию в Испанию широко обсуждают и изучают на научном, политическом и медийном уровнях. Принимая во внимание особенности исторического развития, Испания на сегодняшний день остается одной из немногих стран, в которых коренное население относится с пониманием к феномену иммиграции, чему способствовали исторические и социокультурные особенности развития страны.

Говоря о теме иммиграции в Испанию, стоит сказать, что в сравнении с многими европейскими странами королевство уже относительно давно выработало свою стратегию работы с иммигрантами. С конца 90-х гг. XX века миграционные потоки из Африки в Европу начинают существенно усиливаться, а Гибралтарский пролив и Марокканский Танжер

становятся воротами в страны Шенгенской зоны. Основными причинами возрастания иммиграции в Испанию и страны ЕС стали социально-экономические. Среди наиболее значимых факторов выбора мигрантами Испании выделим: возможность трудоустройства, более высокий уровень жизни, гендерное равенство и гражданские свободы, географическая близость, устоявшиеся общины мигрантов, а также лояльное к иммигрантам законодательство [Алексеев 2017]. В 2000-х г. страна столкнулась с большим приливом мигрантов на Канарских островах и на юге Испании. Тогда наравне с другими пограничными странами, куда направлялись беженцы, Испания, защищая свои границы и границы ЕС, вынуждена была разработать дополнительные меры защиты от нелегальной миграции. Все это привело к изменениям в иммиграционной политике страны и осознанию не только необходимости охраны своих территорий от незаконного проникновения, но и работы со странами – «поставщиками» иммиграции (речь идет об участии Испании в международных операциях, (например, «София»); изменении в приеме и работе центров временного содержания иммигрантов; подписание дипломатических договоров с целью регулирования миграционных потоков и предоставление убежища в первую очередь для иммигрантов из стран Африки, откуда шел основной поток нелегальной иммиграции; активное участие в урегулировании конфликтов на Ближнем Востоке; ведение активной политики интеграции и адаптации иммигрантов).

Интерес к анализу данных за 2019 г. обусловлен наибольшим количеством мигрантов, пересекших границы Испании. Так, согласно официальным данным Национального института статистики, в 2019 г. в Испанию прибыло 660022 иммигрантов¹, самое большое число за последние 10 лет (в 2009 г. – 365367 человек, в 2018, например, – 559998)². Однако статистика учета нелегальной миграции показывает следующие данные: в 2019 г. приток незарегистрированных иммигрантов в Испанию составил 32449 человек (из них четвертая часть прибыла из Марокко), что значительно меньше, чем в 2018 г. (64298) и в 2020 г. (41861)³. Данная тенденция обусловлена ужесточением миграционной политики и охраной пограничных территорий. Стоит также отметить, что учет нелегальной иммиграции носит относительный характер, так как большое количество иммигрантов прибывают в страну легально, а потом уже остаются нелегально.

Принятие испанским правительством мер по работе с иммигрантами, законопроекты, а также программы поддержки иммигрантов и беженцев говорят о гостеприимстве страны. Еще в 1991 г. был создан Союз исламских обществ Испании, позже – Исламская комиссия Испании, которая представляла мусульман, проживающих на территории Испании, вела переговоры с властями королевства [Хенкин 2013]. В 1992 г. было подписано Соглашение о сотрудничестве, согласно которому арабо-мусульманскому населению предоставлялся большой спектр возможностей, например, создание исламских образовательных центров, официальное признание мусульманских обычаев и традиций, что уравнивало права мусульман и христиан в стране. Однако в последние десятилетия нарастает напряженность в обществе, особенно в условиях глобального экономического кризиса, когда иммиграция в стране стала ассоциироваться с «отобранными» у коренных испанцев рабочими местами, а теракты в Мадриде в 2004 г. усилили недовольство испанцев иммигрантами. В связи с этим испанский демограф и социолог Алехандро Порте отмечает уникальность политики Испании в отношении иммиграции, а также невозможность ее длительного осуществления [Грушина, Грунина 2018].

¹ Flujo de inmigración procedente del extranjero por año, país de origen y nacionalidad (española/extranjera). Instituto nacional de estadística (<https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=24295>).

² Интересно, что в 2020 г. количество иммигрантов намного сократилось в связи с закрытием границ из-за новой коронавирусной инфекции COVID-19, в Испании было зарегистрировано 413210 иммигрантов.

³ Número total de inmigrantes irregulares que llegaron a España en 2019 y 2020, por país de origen. Statista (<https://es.statista.com/estadisticas/1095016/entradas-de-inmigrantes-ilegales-en-espana-por-nacionalidad/>).

В последнее время интеграция арабо-мусульманского населения в испанское общество стала ассоциироваться у коренного населения с ассимиляцией, что, конечно, практически недостижимо ввиду религиозных и национальных установок у прибывающих иммигрантов. Несмотря на то, что в государственных программах уделяется большое внимание интеграции иммигрантов в Испании (например, на уровне образования), нетерпимость определенной части населения к иммигрантам имеет место, что подогревается большим количеством публикаций в СМИ о преступлениях, совершенных иммигрантами, случаях гендерного насилия, незаконного пересечения границ.

Постановка проблемы

Всесторонне исследовать язык и языковые приемы в контексте медийного дискурса позволяет медиалингвистика. Предмет ее изучения – функционирование языка медиапространства, а также медиаречь во всех ее формах и проявлениях [Добросклонская 2015, 45]; сам медиатекст понимается как сочетание знаковых единиц в определенном медиаформате, актуализованное и объединенное общим смыслом [Добросклонская 2008, 3].

В рамках изучения медийного дискурса на тему иммиграции в Испанию автор вслед за А.А. Казаковым под коммуникативной стратегией понимает «заранее определенную цель коммуникации, для реализации которой необходимо изменение или формирование (если оно отсутствовало прежде) мнения адресата по тому или иному освещаемому в масс-медиа сюжету» [Казаков 2013, 88]. Ключевое понятие в этом определении – «изменение» общественного мнения.

Данные социологических опросов об отношении коренного населения Испании к иммигрантам показывают, что испанцы воспринимают миграционные процессы внутри страны позитивно — поток иммигрантов рассматривается как «благо» (58%), а около 80% населения Испании полагает, что королевство и дальше должно оказывать помощь беженцам и иммигрантам⁴.

Как справедливо отмечает А.Н. Кожановский, испанскому обществу присущ высокий уровень лояльности по отношению к иммигрантам в сравнении с другими европейскими государствами, «популярными» среди трудовых иммигрантов и беженцев [Кожановский 2019, 6]. Такое восприятие иммиграции в страну нелогично с одной стороны, с другой, – оно стало результатом бурного социально-экономического подъема после отмены диктатуры и мощнейшего притока иммиграции как необходимого трудового ресурса, исключительного для экономического и социального благосостояния страны [Rinken 2015]. Кроме того, иммиграция в Испании играет существенную роль в стабилизации демографической ситуации в стране (выполнение социальных программ осуществляется на 90% за счет иммиграции [Шмелева 2019]).

Превалирование в современном испанском обществе понятий «права человека», «демократические свободы», «мультикультурализм» над ощущением и демонстрацией собственного превосходства в отношении представителей других стран и культур объясняется очень сильными левыми настроениями и исторической памятью того периода, когда сами испанцы были вынуждены покинуть страну в связи с экономическими обстоятельствами, а также бежали от авторитарного режима на родине [Кожановский 2019, 12] и искали убежище в других странах и континентах.

Исторически сложившееся отношение к иммигрантам в Испании в последнее время подвергается жесткой критике. Например, активно продвигается в массы мнение, что коренные испанцы предпочитают публично не высказываться по вопросу иммиграции или не вы-

⁴ Eurobarómetro Standard 90. Opinión pública en la Unión Europea (2019) (https://ec.europa.eu/spain/sites/spain/files/st90_-_report_repes_-_vf110219_limpiar.pdf).

сказываться негативно, так как это считается этически неприемлемым [Méndez 2006, 70]. Существуют также стереотипы и предрассудки в восприятии иммигрантов [Abella Vázquez 2002, González Falcón 2011], что связано, в первую очередь, с трудностями социализации, языковыми и религиозными различиями. Усугубило ситуацию появление крайне правой националистической партии Вокс (Vox). Кроме того, нагнетают обстановку и СМИ Испании, в которых образ иммигранта предстает как образ врага, которого стоит опасаться.

Значимость исследования заключается в том, что автор на материале качественного издания, которое должно объективно информировать об актуальном состоянии общества, доказывает, что существующее восприятие иммиграции в испанском обществе и образ, который создается в газете El País, кардинально расходятся. Сочетание интердисциплинарности в исследовании помогает проследить «навязываемые» перемены в сознании испанцев в вопросе иммиграции. Настоящее исследование, выполненное в рамках медиалингвистики, является первым в отечественной науке, в котором изучается идеология представления иммигрантов из Африки и Ближнего Востока на материале газеты El País. Полученные выводы коррелируют с результатами исследований отечественных ученых о формируемом образе иммигрантов в испанской прессе [Косевич 2019], о «реальном» представлении иммиграции в современном испанском обществе [Кожановский 2019], а также о частотных приемах коммуникативной стратегии [Комалова 2019] в медийном дискурсе Испании.

Массовый приток иммигрантов в Испанию идет в основном из стран латиноамериканского континента, Африки и Ближнего Востока. Если латиноамериканцы приезжают в Испанию в поисках заработка, то миграция из африканских стран и с Ближнего Востока зачастую носит другой характер – в основном это беженцы или нелегально пересекшие границу иммигранты, которые претендуют на лояльность испанского законодательства и социальные пособия (также велика доля трудовой иммиграции). По данным официальной статистики, наибольшая численность иммигрантов в Испанию приходится на марокканцев (865945 по данным за 2020 г.)⁵. Если латиноамериканцам проще адаптироваться в испанском обществе, чему способствует одинаковый язык и религия, то для представителей африканского континента и Ближнего Востока это сложнее ввиду языкового, культурного и религиозного отличий. Очень часто в СМИ проводят разграничение между латиноамериканскими иммигрантами и иммигрантами из Африки и Ближнего Востока, то есть арабо-мусульманским населением. Таким образом, автор ставит перед собой следующую цель – выявить основные закономерности и стратегии формирования образа иммигранта исключительно с африканского континента и из стран Ближнего Востока на материале газеты El País. Для достижения поставленной цели были обозначены следующие задачи: проанализировать специфику иммиграции в Испанию в XXI веке; выявить особенности восприятия иммигрантов в принимающем обществе; провести непосредственную работу с лингвистическим материалом.

Научная база и материал исследования

Интердисциплинарный подход к изучению особенностей освещения испанскими СМИ темы иммиграции в Испанию обусловил научную базу исследования. Автор опирался на работы в области медийного дискурса и механизмов его воздействия на читателя [Иссерс 2008, Менджерцкая 2006, Dijk van T. 2006, Лакофф 2008]; для анализа лингвистического материала были использованы разработки отечественной школы медиалингвистики [Добросклонская 2008]. Изучение специфики испанских СМИ в освещении темы

⁵ El orden mundial. La inmigración en España (<https://elordenmundial.com/mapas/el-mapa-de-la-inmigracion-en-espana/>).

иммиграции опиралось на работы отечественных [Грушина 2018, Кожановский 2019, Косевич 2019, Комалова 2019, Соколова 2017, Хенкин 2013, Шмелева 2019] и зарубежных исследователей [Aznar 2005, Crespo Fernández 2008, Chakour 2018, González Falcón 2011, Grijelmo 2000, Rinken 2015].

Вслед за представителями школы медиалингвистики в качестве ключевого определения медиадискурса возьмем определение Т.Г. Добросклонской: «это функционально обусловленный тип дискурса, который понимается как совокупность речевых практик и продуктов речевой деятельности в сфере массовой коммуникации во всем богатстве и сложности их взаимодействия» [Добросклонская 2015]. Междисциплинарный характер исследований речевой деятельности в контексте массовой коммуникации обуславливает интегрированный подход к изучению медиатекстов с позиции медиалингвистики [Добросклонская 2015], вследствие чего нами использовались следующие методы:

лингвистический анализ текстов с целью выявить свойства и характеристики текста на разных уровнях (лексическом, семантическом, синтагматическом, стилистическом). Анализ позволил выделить несколько групп тематических коллокаций, к которым журналисты регулярно прибегают для формирования негативного образа иммигранта, а также для создания бинарного противопоставления «свой-чужие»;

метод когнитивного анализа, что предполагает изучение медийного дискурса в рамках когнитивной лингвистики. Когнитивный анализ позволил выявить общую информационную картину медиaprостранства Испании по теме иммиграции. В рамках когнитивного подхода удалось понять соотношение реальной действительности (в контексте нашего исследования – реальное восприятие испанцами иммиграции и иммигрантов) и ее медийной репрезентацией (создание негативного образа иммигранта, четкой установки «иммигрант-преступник»).

Материалом для практического исследования послужили публикации на официальной странице газеты El País за 2019 г. (307 статей) по темам: иммиграция, иммигранты в испанском обществе, нелегальная миграция, иммиграционная политика Испании, преступления с участием мигрантов.

Газета El País – самая читаемая ежедневная общественно-политическая газета в Испании⁶. Данное издание приобрело статус либеральной, серьезной газеты. Круг тем, освещаемых журналистами El País, очень широк, особое внимание уделяется международным событиям, а также наиболее актуальным вопросам современной действительности. При работе с языковым материалом автор обращался к книгам стиля, руководствам для журналистов, работающих с темой иммиграции (Libro de Estilo)⁷, рекомендациям Фонда Fundeu⁸, а также толковым словарям испанского языка⁹.

Результаты исследования

Одной из проблем, изучаемых при описании дискурсов, является тема коммуникативных стратегий и тактик, которые обеспечивают текст определенной интенциональностью при помощи языковых средств.

⁶ Statista (<https://es.statista.com/estadisticas/476795/periodicos—diarios—mas—leidos—en—espana/>).

⁷ El País. Libro de estilo (2014) (https://colecciones.elpais.com/index.php?controller=attachment&id_attachment=2).

⁸ Основная задача организации – поддержание единства испанского языка, а также борьба за правильный, чистый язык в медиaprостранстве. Члены Fundeu, лингвисты, историки языка, журналисты, переводчики, изучают функционирование испанского языка в медийных текстах, а основные выводы приводят в качестве ежедневных рекомендаций по правильному использованию родного языка (www.fundeu.es).

⁹ Bosque I. (ed.) (2004) Diccionario combinatorio del español contemporáneo (REDES). Madrid: Ediciones SM. Diccionario de la Real Academia Española (DRAE) (<https://www.rae.es>). Diccionario de neologismos del español actual (<https://www.um.es/neologismos/>). Diccionario de sinónimos online (<https://www.sinonimosonline.com>). Diccionario María Moliner (<http://www.buscador.com/diccionario—maria—moliner/>).

Многие исследователи при классификации коммуникативных оценочных стратегий медиадискурса выделяют три вида стратегий: 1) стратегия конфронтации (установка против иммигранта, которая достигается приемами речевого манипулирования и речевой агрессии); 2) стратегия кооперации и 3) стратегия позиционирования (избегание прямого столкновения) [Шкуратова 2013, 205].

Эмпирический анализ материала газеты *El País* позволил выделить две основные коммуникативные стратегии создания образа иммигранта в медийном дискурсе Испании: создание отрицательного образа иммигранта и стратегия солидаризации с адресатом.

Стратегия создания негативного образа иммигранта призвана представить иммиграцию как серьезную проблему для принимающего общества. Данная стратегия реализуется, как правило, через языковые средства (синтаксические, лексико-семантические, словообразовательные, морфологические). Такими приемами служат: использование метафор, сравнений, аналогия и др. – яркие приемы манипуляции, так как они несут в себе имплицитную информацию (как правило экспрессивную и оценочную), смысловую неопределенность, которые могут способствовать клишированию и искажению образа действительности, созданию установок на восприятие информации и шаблонов ее осмысления. Метафора в коммуникации выступает как средство познания действительности, инструмент организации опыта человека, формирования его знаний о действительности [Лакофф 2008].

В медийном дискурсе за исследуемый период отметим довольно активное употребление метафор семантического поля «природные явления», особенно метафор водной тематики. Использование этого приема отмечено исследователями из разных стран [Комалова 2019, Собянина 2018, Santa 2002]. Такое обильное количество подобной метафорической модели обусловлено необходимостью создать образ внезапного и стремительного роста численности иммигрантов: *ola de inmigrantes* («волна иммигрантов») можно назвать прототипической. Использование метафор из сферы водных стихий (*marea* («морской прилив»), *riada* («подъем воды»), *flujos migratorios* («миграционный потоки»), *torrente* («горный поток»), *corriente* («течение»), *creciente* («растущий прилив») создает образ неизбежности, текучести и невозможности человека повлиять на эти события. Подобные стилистические приемы придают естественность феномену иммиграции, а само явление воспринимается как социальная катастрофа, что способствует восприятию миграционных процессов как крайне опасных [Комалова 2019, 56].

Метафоры и лексика семантического поля «война» и «преступление» встречаются в публикациях на тему незаконного пересечения границы, в сводках о преступлениях с участием иммигрантов, а также при описании случаев несоблюдения иммиграционной политики (более 65% от всего анализируемого материала): *amenaza* («угроза»), *bomba de relojería* («бомба замедленного действия»), *invasores* («захватчики»), *ilegales* («нелегалы»), *clandestinos* («подпольные сходки»), *asaltantes* («грабители»), *traficantes* («контрабандисты»), *bandas de delincuentes* («преступные группировки»), *criminales* («преступники»), *agresión* («агрессия»), *ataque hostil* («враждебный акт»), *violencia* («насилие») и под.

Метафоры семантического поля «природные явления» и «война» несколько по-разному представляют угрозу иммиграции, причем последние носят более агрессивный характер, так как угроза происходит не от природы, а от внешнего врага, образ которого сформирован на материалах о террористических атаках радикальных исламистов в США [Rodrigo Alsina 2001, 43]. Таким образом, создается конкретный образ неприятеля, солдата, миссия которого атаковать и завоевать, что предполагает борьбу с ним [Crespo Fernández 2008, 54].

Являясь протагонистами сводок происшествий, иммигранты автоматически получают статус «нелегала». В связи с этим заслуживает рассмотрения употребление в медиаречи прилагательного *ilegal/irregular* («незаконный»). Согласно рекомендациям из пособий для журналистов, стоит избегать употребления прилагательного *ilegal (irregular)* в сочетании с существительным, однако неправильные формы сочетания *ilegal / irregular + сущ.*

имеют место на страницах газеты: De inmigrante ilegal a turista europea, la ida y vuelta de Sumnia al Estrecho («От нелегального иммигранта до европейского туриста, путь Сумнии в Гибралтар»)¹⁰ или El PP asegura que los ilegales tendrán derecho a la atención sanitaria de urgencia («Представители Народной партии заверяют, что нелегалы смогут воспользоваться услугами неотложной медицинской помощи»)¹¹.

Нередко находим некорректное употребление лексем *migrante*, *inmigrante*, *emigrante*, что способствует созданию негативного образа. М.С. Матыцина в исследовании понятий «иммигрант» и «эмигрант» на материале британских газет, отмечает, что использование этих лексических единиц подчиняется в том или ином значении степени интенсивности и негативной оценки фрагмента действительности [Матыцина 2018, 107]. Например, в заголовке España rechaza nuevos repartos de inmigrantes tras el «Open Arms» («Отказ Испании принять новых иммигрантов с судна “Open Arms”»)¹² читаем «иммигранты», однако очевидно, что речь идет о мигрантах. В тексте самой статьи уже используется лексема «мигрант»: *migrantes rescatados en el Mediterráneo* («мигранты, спасенные в Средиземном море»). Данный пример свидетельствует действительно о приеме привлечения внимания за счет использования слова «иммигрант».

Стратегия создания негативного образа иммигранта легко достигается цитированием представителей праворадикальной партии Vox, которая поддерживает антиисламизм, а также выступает против иммиграции мусульман в Испанию, например: *Esto es una zona de mayores, estos jóvenes te roban, se llena el barrio de okupas, atrae la delincuencia* (Это — территория для пожилых, а эти молодые люди нас обворовывают, район полон самовольно поселившихся, все это — лакомый кусочек для преступности)¹³. Несмотря на то, что книги стиля и редакционные документы призывают никак не унижать честь и достоинство иммигрантов, подобные высказывания имеют место на страницах газеты El País.

Вторая коммуникативная стратегия создания образа иммигранта заключается в солидаризации с читателем, в создании единого «психологического созвучия», впечатления общности взглядов автора и читателя на феномен иммиграции. Как правило, образ иммигранта освещается в испанской прессе с позиции проблемы, которую он представляет для принимающей культуры, а также с позиции его собственных проблем и трудностей [Santamaría 2002, 126], отсылка к которым, естественно, вызывает самое искреннее сочувствие его беде. Авторы используют очень яркие и запоминающиеся эпитеты, сравнения и обороты: *jornadas angustiosas* («мучительный труд»), *situación terrorífica* («ужасающая ситуация»), *esclavos* («рабы»), *Calvario* («Голгофа»), *el gueto [inmigración]* («гетто [иммиграция]»), *drama de la inmigración* («драма иммиграции»), *agonía* («агония»), *pesadilla kafkiana para obtener un visado* («пережить кафкианский кошмар, чтобы получить визу»), *situación límite* («крайняя точка»), *condiciones inhumanas* («нечеловеческие условия»), *pésimas condiciones de salubridad* («худшие условия медицинского обслуживания»), *condiciones de servidumbre o esclavitud* («рабские условия»).

Еще одним приемом данной стратегии служит наличие информации в медийных текстах о помощи коренного населения иммигрантам, а также о сотрудничестве с организациями, занимающимися вопросами иммиграции, например, *Ellos sí, los metieron en sus casas. Medio centenar de familias gaditanas se organizan para acoger a los extutelados migrantes que se quedan en la calle al cumplir los dieciocho* («Они действительно их приюти-

¹⁰ De inmigrante ilegal a turista europea, la ida y vuelta de Sumnia al Estrecho (2019) // El País (https://elpais.com/politica/2019/08/06/actualidad/1565074426_846456.html).

¹¹ En situación ilegal, mejor que ilegal. Fundeu (<https://www.fundeu.es/recomendacion/ilegalirregular/>).

¹² Sánchez A. (2019) España rechaza nuevos repartos de inmigrantes tras el ‘Open Arms’ // El País (https://elpais.com/internacional/2019/08/23/actualidad/1566555511_411058.html).

¹³ Arroyo J. M. (2019) Vecinos de Sevilla y ONG neutralizan el discurso racista de Vox // El País (https://elpais.com/politica/2019/07/03/actualidad/1562169793_352069.html).

ли. Полсотни кадисских семей объединились, чтобы дать кров выпускникам-мигрантам, недавно ставшим совершеннолетним и оставшимся на улице»¹⁴ и др. Стоит отметить, что количество публикаций на тему трудностей, с которыми сталкиваются иммигранты в Испании, а также о тесном сотрудничестве испанцев и иммигрантов составляет менее 10% от всего исследуемого материала.

Приемы стратегии солидаризации с читателем подчиняются закону «идеологического квадрата», когда в транслируемой информации ставится задача нарастить позитивное представление о «нас», усилить негативную информацию о «них», сократить положительную информацию о «них» и смягчить негативную информацию о «нас» [Dijk van T. 2006, 110-134]. Другим примером позитивного представления «нас», а также смягчения информации о «нас» служат цитаты политиков, которые позитивно оценивают феномен иммиграции как для экономики страны, так и для состояния общества: [La Comunidad Valenciana] Es una tierra hospitalaria («Валенсия — гостеприимная земля»), inmigración — un hecho profundamente enriquecedor para ambas orillas («иммиграция — абсолютно обогащающий феномен для обеих стран»), Barcelona vive un momento excepcional, de mucho dinamismo demográfico («Барселона проживает исключительный момент большой демографической подвижности») и др. Однако в сравнении с приемами создания негативного образа иммигрантов, количество публикаций, в которых цитируют членов правительства, их позитивный взгляд на процесс иммиграции в Испанию, очень невелико (7% от всего материала).

Выводы

В современном обществе существуют разные источники, которые освещают наиболее актуальные общественные проблемы. Лидером среди них, несомненно, можно назвать СМИ, которые определяют познавательный и эмоциональный кругозор читателей, в результате чего происходит становление общественного мнения на конкретную проблему, актуальную для современного общества. Не исключение и феномен миграции. Анализ публикаций за 2019 г. в качественной ежедневной газете El País позволяет сделать выводы относительно того, как газета формирует образ иммигранта у современного испанского читателя, и насколько данный образ соответствует актуальному восприятию испанцами темы иммиграции в Испанию из стран Африки и Ближнего Востока. Последние данные опроса, проведенного Центром социологических исследований (25 марта 2020 г.), показывают, что вопросы, связанные с иммигрантами и иммиграционной политикой страны, являются краеугольными лишь для 8,2% населения Испании¹⁵ [EpData]. В большинстве своем в современном испанском обществе превалирует положительное отношение к иммигрантам и беженцам. Подобная ситуация представляется аномальной в контексте общей европейской политики, что обусловлено сильной исторической памятью испанцев, особенностями развития страны в последние десятилетия, необходимостью выстраивать иммиграционную политику в диалоге со странами-«экспортерами» иммигрантов, а также пониманием необходимости работы не только с иммигрантами, но и с коренным населением для успешной интеграции первых.

Анализ материала показал, что в публикациях на тему иммиграции в Испании преобладают (90% от всего материала) статьи негативного содержания, в которых иммигрант предстает в качестве врага, а его присутствие на территории страны связывают с серьезными проблемами для страны.

¹⁴ Cañas A. J. (2019) De inmigrante ilegal a turista europea, la ida y vuelta de Sumnia al Estrecho // El País (https://elpais.com/politica/2019/08/06/actualidad/1565074426_846456.html).

¹⁵ EpData (<https://www.epdata.es/datos/principales-problemas-espanoles-cis/45>).

Такой образ иммигранта достигается за счет определенных стилистических и лексических приемов, подмены понятий, например, мигрант-иммигрант-беженец. Несмотря на рекомендации для журналистов, работающих с темой миграции/иммиграции, в редакционных справочниках и материалах Fundéu, журналисты очень часто прибегают к использованию ярких стилистических приемов (эпитетов, сравнений, метафор) при описании событий с участием иммигрантов. Между тем цитирование высказываний ксенофобного характера некоторых представителей власти в качественной газете El País прямо противоречит журналистской этике. Таким образом, атипичное отношение испанцев к вопросам иммиграции в страну постоянно подвергается попытке уничтожения в медийном пространстве Испании. В нем искусственно созданный образ иммигранта посредством проанализированных коммуникативных стратегий ставит своей целью изменить коллективное мнение, восприятие феномена иммиграции за счет создания образа врага. Стратегия создания негативного образа иммигранта дополняется стратегией солидаризации, цель которой заключается в том, чтобы не сформировать положительное отношение к иммигрантам, а «улучшить» свой образ за счет образа «плохих».

Вместо того, чтобы информировать население и искать компромиссы и вести совместный поиск решений, СМИ, в том числе и газета El País, постоянно подогревают общественное мнение горячими сюжетами, одной из ключевых тем которых является иммиграционный вопрос. Скорее всего это обусловлено стремлением привлечь читателя броскими заголовками и зачастую непроверенными фактами. Последствия такого отношения СМИ к краеугольным вопросам современного общества придется еще анализировать и изучать в ближайшее время.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Алексеев Д. (2017) Феномен африканской миграции в Испанию: структура, динамика и тенденции // Историческая и социально-образовательная мысль. Том. 9. № 6. Часть 2. С. 59–69.
- Грушина М., Грунина Ю. (2018) Эволюция миграционной политики Испании в период кризиса // Манускрипт. № 5 (91). С. 11–14.
- Добросклонская Т. (2015) Массмедийный дискурс в системе медиалингвистики // Медиалингвистика. № 1 (6). С. 45–56.
- Добросклонская Т. (2008) Медиалингвистика: системный подход к изучению языка СМИ. М.: Флинта: Наука, 263 с.
- Иссерс О. (2008) Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М.: ЛКИ, 284 с.
- Казаков А. (2013) Способы языкового манипулирования в политическом медиадискурсе: попытка систематизации // Политическая лингвистика. № 3 (45). С. 87–90.
- Кожановский А. (2019) «Европейский миграционный кризис» и Испания // Сибирские исторические исследования. № 3. С. 6–25.
- Комалова Л. (2019) Институциональный дискурс, сопровождающий миграционные процессы (обзор) // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 6: Языкознание. Реферативный журнал. №4. С. 51–60.
- Косевич Е. (2019) Испанские СМИ о латиноамериканских мигрантах: между страхом и жалостью // Вестник Института социологии. № 10 (4). С. 92–110.
- Лакофф Дж., Джонсон М. (2008) Метафоры, которыми мы живём = Metaphors We Live By (1980). М.: ЛКИ. 252 с.
- Матыцина М. (2018) Иммигрант vs эмигрант – обзор британских газет с позиций критического дискурс-анализа // Язык и культура. №42. С. 100–117.
- Менджеричкая Е. (2006) Термин «дискурс» и типология медиадискурса // Вестник Московского Университета. Серия 10. Журналистика. №2. С. 50–55.
- Приходько А. (2016) Оценочность как социокультурный признак журналистского текста // Медиалингвистика. № 1 (11). С. 73–81.

Собянина В., Хохлова И. (2018) Исследование метафор предметной сферы «иммиграция» в медийном дискурсе Германии с применением программы MAXQDA // Вестник Томского государственного университета. Филология. № 52. С. 112–129.

Соколова В. (2017) Проблемы адаптации мигрантов в Испании в исследованиях зарубежных социологов // Социологическая наука и социальная практика. № 5 (2). С. 118–135.

Хенкин С. (2013) Мусульмане-иммигранты в Испании: проблемы межкультурных коммуникаций // Политическая наука. № 2: Религия и политика. С. 193–215.

Шкуратова Е. (2013) Коммуникативные стратегии и тактики передачи сообщений о военном конфликте // Вестник Кемеровского государственного университета. № 2 (2). С. 204–209.

Шмелева Н. (2019) Иммиграционная политика Испании в начале XXI века // Мир современной науки. № 4 (56). С. 39–42.

Abella Vázquez C. M. (2002) La Construcción de la Inmigración Como Problema en la Prensa Escrita // Sociedad y Utopía (Revista de Ciencias Sociales). № 19. P. 61–82 (<http://www.sociedaduyutopia.es/images/revistas/19/19.pdf>).

Aznar H. (2005) Ética de la Comunicación y Nuevos Retos Sociales. Códigos y Recomendaciones para los Medios. Barcelona: Paidós.

Chakour T., Portillo, J. F. (2018) La Interpretación Inferencial y los Espacios Mentales en el Discurso Mediático sobre Inmigración en España // Revista de humanidades. Vol. 33.P. 63–86. (<http://dx.doi.org/10.7440/res47.2013.09>).

Crespo Fernández E. (2008) El Léxico de la Inmigración: Atenuación y Ofensa Verbal en la Prensa Alicantina. In: Martínez Lirola, M. (ed.) Inmigración, Discurso y Medios de Comunicación. Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil-Albert. P. 46–64.

Dijk van T. (2006) Discourse and Manipulation // Discourse & Society. №. 17 (3). P. 359–383.

González Falcón I., Romero Muñoz A. (2011) Prejuicios y Estereotipos Hacia las Familias Inmigrantes en la Comunidad Educativa. Repercusiones en la Relación Familia-Escuela. In: García Castaño F.J. (ed.) (2011) Actas del I Congreso Internacional sobre Migraciones en Andalucía. Granada: Instituto de Migraciones. P. 1565–1574.

Grijelmo A. (2000) La Seducción de las Palabras. Barcelona: Espasa Libros.

Méndez Lago M. (2006) Actitudes ante la Inmigración. Una Mirada desde las Encuestas. In: Aja E., Arango J. (eds.) La inmigración en España en 2006. Anuario de inmigración y de políticas de inmigración en España (edición 2007). Barcelona: CIDOB. P. 68–81.

Rinken S. (2015) Actitudes Hacia la Inmigración y los Inmigrantes: ¿en qué es España Excepcional? // Migraciones. № 37. P. 53–74. (<https://doi.org/10.14422/mig.i37.y2015.003>).

Rodrigo Alsina M. (2001) Teorías de la Comunicación: Ámbitos, Métodos y Perspectivas. Valencia: Bellaterra Aldea Global.

Santa A. (2002) Immigration as Dangerous Waters: the Power of Metaphor. Brown Tide rRising: Metaphors of Latinos in Contemporary Public Discourse. LA: University of Texas Press.

Santamaría E. (2002) La Incógnita del Extraño. Una Aproximación a la Significación Sociológica de la “Inmigración Comunitaria”. Barcelona: Anthropos.

REFERENCES

Abella Vázquez C. M. (2002) La Construcción de la Inmigración Como Problema en la Prensa Escrita. *Sociedad y Utopía (Revista de Ciencias Sociales)*. no. 19. pp. 61–82 (<http://www.sociedaduyutopia.es/images/revistas/19/19.pdf>).

Alekseev D. (2017) Fenomen afrikanskoj migracii v Ispaniyu: struktura, dinamika i tendencii [Phenomenon of African Migration to Spain: Structure, Dynamics and Trends]. *Istoricheskaya i social'no-obrazovatel'naya mysl'*, vol. 9, no.6, part. 2, pp. 59–69.

Aznar H. (2005) *Ética de la Comunicación y Nuevos Retos Sociales. Códigos y Recomendaciones para los Medios*. Barcelona: Paidós.

Chakour T., Portillo, J. F. (2018) La Interpretación Inferencial y los Espacios Mentales en el Discurso Mediático sobre Inmigración en España. *Revista de humanidades*. vol. 33. pp. 63–86. (<http://dx.doi.org/10.7440/res47.2013.09>).

Crespo Fernández E. (2008) El Léxico de la Inmigración: Atenuación y Ofensa Verbal en la Prensa Alicantina. In: Martínez Lirola, M. (ed.) *Inmigración, Discurso y Medios de Comunicación*. Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil-Albert. pp. 46–64.

- Dijk van T. (2006) Discourse and Manipulation. *Discourse & Society*. no. 17 (3). P. 359–383.
- Dobrosklonskaya T. (2015) Massmediyni diskurs v sisteme medialingvistiki [Media Discourse Within the Framework of Media Linguistics]. *Medialingvistika*, no. 1 (6), pp. 45–56.
- Dobrosklonskaya T. (2008) *Medialingvistika: sistemnyj podhod k izucheniju jazyka SMI* [Medialinguistics: a Systematic Approach to Learning the Language of the Media]. Moscow: Flinta-Nauka.
- González Falcón I., Romero Muñoz A. (2011) Prejuicios y Estereotipos Hacia las Familias Inmigrantes en la Comunidad Educativa. Repercusiones en la Relación Familia-Escuela. In: García Castaño F.J. (ed.) (2011) *Actas del I Congreso Internacional sobre Migraciones en Andalucía*. Granada: Instituto de Migraciones. pp. 1565–1574.
- Grijelmo A. (2000) La Seducción de las Palabras. Barcelona: Espasa Libros.
- Grushina M., Grunina Yu. (2018) Evolyuciya migracionnoj politiki Ispanii v period krizisa [Spain Migration Policy Evolution in the Period of Crisis]. *Manuscript*, no. 5 (91), pp. 11–14.
- Issers O. (2008) *Kommunikativnye strategii i taktiki russkoi rechi* [Communicative Strategies and Tactics of Russian Speech]. Moscow: LKI.
- Kazakov, A. (2013) Sposoby yazykovogo manipulirovaniya v politicheskom mediadiskurse: popytka sistematizatsii [Methods of Language Manipulation in Political Media Discourse: Attempt of Systematization]. *Politicheskaya lingvistika*, no. 3 (45), pp. 87–90.
- Khenkin S. (2013) Musul'mane-immigranty v Ispanii: problemy mezhkul'turnyh kommunikacij [Muslim Immigrants in Spain: Challenges of Intercultural Communication]. *Politicheskaya nauka*, no. 2, pp. 193–215.
- Komalova L. (2019) Institutsional'nyi diskurs, soprovozhdayushchii migratsionnye protsessy (obzor) [Institutional Discourse Within Migration Processes (Review)]. *Sotsial'nye i gumanitarnye nauki. Otechestvennaya i zarubezhnaya literatura. Seriya 6: Yazykoznanie. Referativnyi zhurnal*, no. 4, pp. 51–60.
- Kosevich E. (2019) Ispanskije SMI o latinoamerikanskikh migrantakh: mezhdru strakhom i zhalost'yu [Spanish Mass-Media on Latin American Migrants: Between Fear and Pity]. *Vestnik Instituta sociologii*, no. 10 (4), pp. 92–110.
- Kozhanovskiy A. (2019) “Evropeiskii migratsionnyi krizis” i Ispaniya [Spain and the “European Migration Crisis”]. *Sibirskie istoricheskie issledovaniya*, no. 3, pp. 6–25.
- Lakoff G., Johnson M. (2008) *Metafora, kotorymi my zhivem = Metaphors We Live By* (1980). Moscow: LKI.
- Matytcina M. (2018) Immigrant vs emigrant – obzor britanskikh gazet s pozitsii kriticheskogo diskursa – analiza [Immigrant vs Emigrant – a Review of British Newspapers from the Position of Critical Discourse Analysis]. *Jazyk i kul'tura*, no. 42, pp. 100–117.
- Méndez Lago M. (2006) Actitudes ante la Inmigración. Una Mirada desde las Encuestas. In: Aja E., Arango J. (eds.) *La inmigración en España en 2006. Anuario de inmigración y de políticas de inmigración en España (edición 2007)*. Barcelona: CIDOB. pp. 68–81.
- Mendzheritskaya E. (2006) Termin “diskurs” i tipologiya mediadiskursa [The Term “Discourse” and the Typology of Media Discourse]. *Vestnik Moskovskogo Universiteta. Seriya 10. Zhurnalistsika*, no. 2, pp. 50–55.
- Prihodko A. (2016) Otsenochnost' kak sotsiokul'turnyi priznak zhurnalistskogo teksta [Evaluation as a Socio-Cultural Sign of Journalistic Text]. *Medialingvistika*, no. 1 (11), pp. 73–81.
- Rinken S. (2015) ctitudes Hacia la Inmigración y los Inmigrantes: ¿en qué es España Excepcional? *Migraciones*. no. 37, pp. 53–74. (<https://doi.org/10.14422/mig.i37.y2015.003>).
- Rodrigo Alsina M. (2001) *Teorías de la Comunicación: Ámbitos, Métodos y Perspectivas*. Valencia: Bellaterra Aldea Global.
- Santa A. (2002) *Immigration as Dangerous Waters: the Power of Metaphor. Brown Tide Rising: Metaphors of Latinos in Contemporary Public Discourse*. LA: University of Texas Press.
- Santamaría E. (2002) *La Incógnita del Extraño. Una Aproximación a la Significación Sociológica de la “Inmigración Comunitaria”*. Barcelona: Anthropos.
- Shkuratova E. (2013) Kommunikativnye strategii i taktiki peredachi soobshchenii o voennom konflikte [Communicative Startegies and Tactics in Statements Describing Military Conflict Situations]. *Vestnik Kemerovskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. (2-2), pp. 204–209.
- Shmeleva N. (2019) Immigracionnaya politika Ispanii v nachale XXI veka [Spain Immigration Policy at the Beginning of the XXI Century]. *Mir sovremennoy nauki*, no. 4 (56), pp. 39–42.
- Sobyanina V., Khokhlova I. (2018) Issledovanie metafor predmetnoi sfery «immigratsiya» v mediinom diskurse Germanii s primeneniem programmy MAXQDA [Analysis of Immigration Discourse Metaphors

in German Mass Media Using the MAXQDA Software]. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Filologiya*, no. 52, pp. 112–129.

Sokolova V. (2017) Problemy adaptatsii migrantov v Ispanii v issledovaniyakh zarubezhnykh sotsiologov [Migrants' Adaptation Problems in Spain Described in Surveys by Foreign Sociologists]. *Sociologicheskaya nauka i socialnaya praktika*, no. 5 (2), pp. 118–135.

Об авторе

Симонова Мария Владимировна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры медиалингвистики факультета журналистики Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова. Адрес: Ленинские горы ул., д. 1, Москва, 119991. E-mail: manuna213@yandex.ru

About the author

Mariya Vl. Simonova, Candidate of Sciences (Philology), Senior Lecturer at the Department of Media Linguistics, Faculty of Journalism, Lomonosov Moscow State University. Address: 1, Leninskie Gory str., Moscow, 119991. E-mail: manuna213@yandex.ru

Статья поступила в редакцию / Received: 29.04.2021

Статья поступила после рецензирования и доработки / Revised: 10.08.2021

Статья принята к публикации / Accepted: 17.08.2021