ТВОРЧЕСТВО МОЛОДЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ CREATIVITY OF YOUNG RESEARCHERS

УДК 070(460+470)

DOI 10.17150/2308-6203.2019.8(1).195-205

Олейников Александр Сергеевич

Аспирант

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций, Институт журналистики, коммуникаций и медиаобразования, Московский педагогический государственный университет, 119991, Москва, ул. Малая Пироговская, д. 1, стр. 1, e-mail: alexanderstunt@gmail.com

Alexander S. Oleynikov

Post-graduate Student

Department of Journalism and Media Communication, Institute of Journalism, Communication and Media Education, Moscow State Pedagogical University, 1/1 M. Pirogovskaya Str., 119991, Moscow, Russian Federation, e-mail: alexanderstunt@gmail.com

ПРИЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕДИАОБРАЗА РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ ИСПАНСКИХ ГАЗЕТАХ «EL PAIS» И «EL MUNDO»

Аннотация. В статье рассматриваются материалы электронных версий крупнейших испанских газет «El Pais» и «El Mundo», содержащие публикации о России. Эти периодические издания относятся к качественной прессе и оказывают наибольшее влияние на общественное мнение населения Испании. Рамки исследования включают период с 2014 по 2018 год и охватывают все основные темы, касающиеся политической, экономической и культурной жизни России. Как фрагмент образа мира в медиапространстве существует образ страны, который в большей степени формируется с подачи средств массовой информации, создается на основе текущих событий окружающей действительности, включает в себя их динамику, является выражением общественного сознания и воздействием на него. Статья ставит целью определить, является ли образ современной России в испанской прессе преимущественно положительным или отрицательным, а также проанализировать специфику формирования политического медиаобраза России в печатных средствах массовой информации Испании с помощью различных стилистических, семантических, синтаксических приемов. В прессе для создания медиаобраза страны журналисты чаще всего применяют такие приемы, как метафора, гипербола, ирония, сравнение и другие. В статье приведены примеры с переводом на русский язык из газет «El Pais» и «El Mundo», показывающие использование данных приемов. Таким образом, редакционные коллективы газет могут выступать как манипуляторы, принимающие непосредственное участие в формировании определенного представления о России у испанской общественности.

Ключевые слова. Медиобраз, Россия, Испания, испанские газеты, язык средств массовой информации, образность, стилистические, семантические, синтаксические приемы.

Информация о статье. Дата поступления 5 июня 2017 г.; дата принятия к печати 24 декабря 2018 г.; дата онлайн-размещения 31 января 2019 г.

METHODS OF FORMING A MEDIA IMAGE OF RUSSIA IN CONTEMPORARY SPANISH NEWSPAPER *EL PAIS* AND *EL MUNDO*

Abstract. The article reviews the materials of the electronic editions of the largest Spanish newspapers *El Pais*, *El Mundo*, containing publications about Russia. These periodicals relate to quality press and have the greatest influence on the public opinion of the Spanish population. The scope of the study includes the period from 2014 to 2018 and covers all major topics related to the political, economic and cultural life of Russia. As a fragment of the world image in the media space there is an image of the country, which is largely formed by the presentation of the media, is created on the basis of current events of the surrounding reality, includes their dynamics, is an expression of public consciousness and its influence on it. The article aims to determine whether the image of modern Russia in the Spanish press is predominantly positive or negative, and also to analyze the specifics of the Russian political media's formation in the Spanish print media by using stylistic, semantic and syntactic techniques. In the press, journalists often use such methods as metaphor, hyperbole, irony, comparison, and others to create a media image of a country. The article presents examples of translation into Russian from the newspapers *El Pais* and *El Mundo*, showing the use of these techniques. Thus, editorial teams of newspapers can act as manipulators who are directly involved in shaping a certain view of Russia from the Spanish public.

Keywords. Media image, Russia, Spain, Spanish newspapers, language of the media, imagery, stylistic, semantic, syntactic techniques.

Article info. Received June 5, 2017; accepted October 5, 2018; available online January 31, 2019.

Проблема изучения международного образа страны является довольно значимой. В современном мире для определения концепции какого-либо образа, сформированного в сознании граждан страны, необходимо проанализировать влияние, которое оказывают на людей средства массовой информации. Большое значение имеет способ передачи информации, то есть ее языковая подача. «Она зависит от формата печатных СМИ — совокупности их типологи-

ческих моделей, адаптированных к современным реалиям медиасреды и обогащенных современными коммуникативными стратегиями и технологиями» [1, с. 24].

Политическая коммуникация может быть представлена в рамках двоичной системы: 1) политическое сообщение (текст), 2) политический контекст (отправитель, получатель, их отношения, эффекты и т. д.). Конструируемая таким образом многоплановость текстов средств массо-

вой информации делает их сложными, особенно для перевода на иностранные языки, так как переводчику нужно не только понять смысл высказываний, но и представить его на другом языке.

Газета является одним из главных средств информации. Важно учитывать, что печатные издания ориентированы на массовую неоднородную аудиторию, которую нужно заинтересовать, а потом удерживать ее интерес. Основная задача, стоящая перед журналистом, — быстро, кратко, доступно и по существу сообщить информацию, даже если текст не будет прочитан полностью, при этом оказать на читателя определенное эмоциональное воздействие.

Печатные СМИ обладают огромными возможностями влияния на сознание читателей, авторы и редакции газет выступают в роли манипуляторов, формирующих общественное мнение. «Путем манипулирования в сознание внедряются идеи, образы, ассоциации, стереотипы, которые могут полностью, причем незаметно для объекта воздействия, изменить его отношение к определенному предмету, явлению, группе явлений или изменить картину мира большинства представителей определенного социума» [2, с. 12].

Объектом настоящего исследования стали материалы электронных версий крупнейших испанских газет «El Pais» и «El Mundo» в период с 2014 по 2018 годы, предметом — приемы формирования медиаобраза России испанской прессой. За годы своего существования эти газеты стали лидерами качественной ежедневной печати Испании и заняли ведущее место в мировом

медиапространстве. ««El Pais» задумывалась как либеральная газета, европеизированная и современная, серьезная и высококачественная, рассчитанная на интеллектуалов» [3, с. 18]. За счет широкого спектра тем газета быстро заняла лидирующую позицию на внутреннем рынке прессы. Исследователи испанской журналистики Х.Ф. Фуэнтес и С.Х. Фернандес отмечают: «С момента своего появления «El Pais» стала влиятельным органом общественного мнения накануне великих политических событий в стране» [4, с. 319]. «El Mundo» также является мощной общественно-политической силой для Испании. Некоторые испанцы считают, что газета специально ставит в приоритет скандальные темы, чтобы сохранить свою популярность и оставаться во главе национального олимпа прессы.

«El Pais» и «El Mundo» рассчитаны на высокообразованного читателя со средним и высоким доходами. Данные газеты освещают современные политические, экономические, социальные и культурные проблемы. Качественной прессе свойственны достоверность материала, аналитичность, взвешенность оценок, наличие экспертного мнения, нейтральный тон публикации. Анализ данных газет позволяет выделить особенности редакционных норм и стиля: простая доступная лексика, лаконичность сообщений в совокупности с высокой информационной плотностью.

В испанской прессе представление о России складывается на основе образа политического лидера в лице президента Российской Федерации Владимира Владимировича Путина, образа российской полити-

ческой власти, территориального образа страны, образа народа. Для формирования медиаобраза России испанские журналисты применяют целый ряд приемов, которые воздействуют на сознание читателей.

Важным компонентом газетных статей является заголовок, который помогает читателю понять основную идею текста, замысел автора. Тесно связанный с другими компонентами текстовой системы, он занимает стилистически сильную позицию, называя текст, а также представляя первоначальную информацию о нем. Газетный заголовок является в определенной мере обособленной составляющей. Он отделен от основного текста формально (пропуском одной или нескольких строк, параметрами шрифта) и содержательно (особые жанровые, смысловые, стилистические требования). Информационная составляющая в заголовке сочетается с элементами оценки, применяется лексика с различной стилистической окраской, используются изобразительно-выразительные средства языка.

«*Poder afilado: cómo China y Rusia quieren conquistar el mundo*» [5].

«*Острая сила: как Россия и Кувейт хотят завоевать мир*».

«*El bloqueo ucranio empuja a los separatistas en brazos de Moscú*» [6].

«*Украинская блокада подталкивает сепаратистов в объятия Москвы*».

Заголовок является средством речевого воздействия. Он помогает понять отношение автора к описываемому в статье. Если присутствуют подзаголовки, то они расширяют и поясняют смысл заголовка, как правило, печатаются более мелким шрифтом и всегда выделяются по-

лиграфически. Приведем пример заголовка и подзаголовка статьи, посвященной России, из испанской газеты «El Pais»:

«*Moscú y el entorno postsoviético se miran en el espejo catalán*»

«*Rusia y los territorios en conflicto de la extinta URSS proyectan sus propios intereses en el órdago de los nacionalistas de Cataluña*» [7];

«*Москва и её постсоветское окружение смотрятся в каталонское зеркало*»

«*Россия и спорные территории бывшего СССР проецируют свои интересы на националистов Каталонии*».

Привлекая внимание читателя, заголовки позволяют ему ориентироваться в материале статьи:

«*Rusia puede prestar apoyo político y simbólico a Grecia, pero no financiero*» [8].

«*Россия может предоставить Греции политическую и символическую помощь, но не финансовую*».

В заголовках статей современных испанских газет «El Pais» и «El Mundo» глубина мысли, сила философских убеждений гармонично сочетаются с гибкостью языковых форм, богатством красок, оригинальностью. В них с особой яркостью проявляется умение облечь сложные социально-политические, нравственные и культурно-исторические проблемы в выразительный заголовок.

Аудитории периодических СМИ не всегда удается полностью ознакомиться со всем текстуальным материалом, в связи с чем читатели первоначально обращают свое внимание на иллюстрации. Человек воспринимает фотографию как более точное отображение фактов

реальной действительности. Безусловно, в газете главную роль играет текстовая информация, однако визуальная информация также имеет важное значение. Фотоматериалы оказывают визуальную поддержку, символизируют, расширяют смысловое пространство, снимают информационную перегруженность текста, репрезентируют образную составляющую медиатекста. Сочетание текста и иллюстрации формирует единое информационное пространство.

В испанских газетах «El País» и «El Mundo» фотографии всегда располагаются под заголовками и занимают большое пространство. В подавляющем большинстве статей о России в качестве иллюстрации представлен фотопортрет президента Российской Федерации Владимира Владимировича Путина, который расположен максимально близко к заголовку. Композиция фотографии также может выполнять функцию символизации: в качестве фона выступают российский флаг или государственная символика. Отдельную тематическую группу составляют иллюстрации в статьях, посвященных международному сотрудничеству России с другими странами. На фотографиях запечатлены главы государств, видные политические деятели, представители международных организаций. Популярны фотографии, отображающие военную мощь России, жизнь населения страны, культурную жизнь, исторические события, новости спорта.

Фотографии, рисунки, карикатуры, которые публикуются в испанской качественной прессе и отражают эпизоды политической, социальной, культурной жизни России, создают представление о ней

в Испании. Фотографии, выступая основным визуальным элементом медиаобраза страны в газете, обеспечивают диалог между текстом и иллюстрацией, тем самым делают задачу читателя по интерпретации текста проблемной и творческой.

Для создания образности в сознании читателей журналисты используют разнообразные стилистические приемы. Метафора является одним из самых часто употребляемых стилистических приемов, которым пользуются авторы статей. «Суть метафоры — это понимание и переживание сущности (thing) одного вида в терминах сущности другого вида» [9, с. 27]. Ниже приведен пример употребления этого приема в газете «El País»:

«El Kremlin pretende debilitar a Europa porque quiere quedarse con Ucrania y otros países de la zona, o al menos mantenerlos como países-clientes» [10].

«Кремль стремится ослабить Европу, потому что хочет остаться с Украиной и другими странами в этом регионе или, по крайней мере, удержать их в качестве стран — клиентов».

«Estos días Rusia ha puesto el ojo en España, por el conflicto en Cataluña. ¿Es esa una forma de romper la Unión Europea?» [11].

«Не так давно Россия устремляла свой взор на Каталонию. Таким путем она собирается развалить Евросоюз?»

«Putin dibuja a Rusia como una pobre víctima del Maidán y de la obsesión occidental por humillar a Rusia» [12].

«Путин рисует Россию как бедную жертву Майдана и западной одержимости унижить Россию».

Испанские журналисты используют метафоры чаще для создания негативного образа России. Ей отводится роль агрессора, инициатора конфликтов, который преследует «свои империалистические интересы» в попытке подчинить себе соседние государства, а Евросоюз выступает главным противником, отстаивающим благородные цели и защищающим демократию.

Следующим приемом, который довольно часто встречается в испанских газетах, является гипербола. Она употребляется для усиления выразительности журналистского текста и подчеркивания авторской мысли.

«Y la lección, dice, es que «lo que ocurre en Ucrania no es una estrategia aislada, sino un plan global de Putin, que no parará hasta restaurar la Unión Soviética» [13].

«Урок говорит нам о том, что события на Украине не являются изолированной стратегией, это глобальный план Путина, который не остановится, пока не восстановит Советский Союз».

Встречаются в испанских газетах интересные гиперболические определения политических и общественных деятелей СССР и современной России, например: «Железный Феликс» (Ф.Э. Дзержинский), «Господин НЕТ» (С.В. Лавров), «Царь» (В.В. Путин).

Эффективным средством создания образности в современных испанских газетных текстах является употребление фразеологизмов. Журналисты применяют фразеологические обороты как основной материал для выражения своих авторских мыслей в тексте, заставляя читателей сильнее переживать

прочитанное. Примерами испанских фразеологизмов могут служить следующие: «jugar con el fuego» (играть с огнем), «como pez en el agua» (как рыба в воде), «una gota de agua en el mar» (капля в море), «poner la zancadilla» (поставить подножку), «inculcarle ideas a uno» (вбивать в голову идею), «rat de chancellerie» (канцелярская крыса) и другие. Следует отметить, что данные фразеологизмы созвучны с русскими аналогами.

«Si resulta peligroso el país neoimperial de Putin, impulsado por el dinero del petróleo y el revanchismo, también lo es un gigante empobrecido, manipulado para creer que todos sus males provienen de un Occidente que pretende mantenerle de rodillas»¹.

«Опасная неоимперская страна (Россия) Путина, подпитываемая нефтедолларами и реваншизмом, также обедневший гигант, манипулирующий сознанием населения, что во всех бедах виноват Запад, который стремится поставить ее на колени».

На современном этапе развития, в эпоху информационных технологий, лексический состав обновляется довольно быстро, появляются новые слова — неологизмы, которые способствуют сосредоточению внимания аудитории на тех явлениях и событиях, которые до этого не были осознаны, они называют приоритетные направления и позволяют лучше ориентироваться в политическом дискурсе. Рассмотрим пример неологизма из газеты «El País»:

«Así como en palabras de Lenin el comunismo era “todo el poder para los

¹ La letanía del Kremlin. URL: http://elpais.com/elpais/2014/12/21/opinion/1419186774_804760.html.

sóviets más la electrificación de todo el país”, el putinismo podría definirse como armas nucleares más petróleo» [14].

«Так же, как и в словах Ленина о коммунизме звучало “вся власть советам плюс электрификация страны”, путинизм можно было бы определить как “ядерное оружие и больше нефти”».

Многие испанские журналисты употребляют термин «el putinismo — путинизм» как характеристику современного политического режима в России. Употребление этого неологизма применяется для олицетворения всей политической власти с одним человеком — президентом Владимиром Владимировичем Путиным, чтобы упростить восприятие читателей газет и намеренно создать негативный образ страны.

Для формирования медиаобраза России в сознании читателей испанских газет авторы активно используют сравнение. В приведенном ниже фрагменте статьи автор использует сравнение современной России и СССР.

«Pero, sobre todo, Rusia no es la Unión Soviética. No tiene el atractivo ideológico, el poderío militar en el mundo ni la red de aliados exteriores de la URSS» [15].

«Но, прежде всего, Россия не является Советским Союзом. Она сейчас не имеет ни той идеологической привлекательности, ни военной мощи в мире, ни внешних союзников, как это было в СССР».

Аналогия также является одним из популярных стилистических приемов, используемых в печатных средствах массовой информации. По аналогии сопоставляются предметы, представления и явления с

целью объяснения одного другим. Рассмотрим конкретный пример, в котором автор материала проводит аналогию между президентами двух государств России и США на примере испанских футбольных команд «Реал Мадрид» и «Барселона». Аналогия обусловлена тем, что это две сильнейшие команды планеты, которые на протяжении своей истории являются заклятыми соперниками, а к их борьбе обращено внимание всей мировой общественности. Автор использует такую аналогию для упрощения восприятия текста читателями.

«Vladimir Putin y Barack Obama son como Real Madrid y Barça (o Barça y Real Madrid, tomen la comparación en el orden de sus preferencias) en la clasificación de los más poderosos del mundo que publica anualmente la revista neoyorquina Forbes» [16].

«Владимир Путин и Барак Обама подобны “Реал Мадриду” и “Барселоне” (или “Барселоне” и “Реал Мадриду”, кто как больше предпочитает) в рейтинге наиболее влиятельных людей мира, который ежегодно публикует нью-йоркский журнал Forbes».

Ирония стала важной составляющей современных печатных СМИ. Для иронии свойственно переносное значение, которое основано на полярности семантики, а также на контрасте, исключающем возможность буквального понимания текста. В статье «Сцена идиллии в российском посольстве» автор в качестве главного приема создания медиаобраза России использует иронию.

«No hace falta concretar la localización. Puede ser en Lisboa o Roma, en Bruselas o Berlín. Fecha: uno de estos días, tras los plebiscitos

de Donetsk y Lugansk. Escenario. Arquitectura y decoración imperiales, las propias de la superpotencia que fue y aspira a volver a ser. La comida y el servicio, perfectos: vodka, caviar, salmón... Los diplomáticos, profesionales y amables, a la altura del poder imperial que representan» [17].

«Место действия могло произойти, где угодно. Это может быть в Лиссабоне, Риме, Брюсселе или Берлине. Дата: один из дней после референдумов в Донецке и Луганске. Сценарий. Имперская архитектура и обстановка, достойные сверхдержавы, которой была и вновь стремится быть снова Россия. Еда и обслуживание на высшем уровне: водка, икра, лосось... Дипломаты высокопрофессиональные и дружелюбные, соответствующие имперской власти, которую они представляют».

Для формирования определенного мнения у читательской аудитории журналисты часто прибегают к использованию синтаксических приемов. Причинно-следственное моделирование предполагает использование реальных причинно-следственных связей между явлениями для более точного выражения и понимания происходящего.

«...debido al hecho de que el cese de las comunicaciones aéreas entre Ucrania y Rusia, una medida que multiplica la duración de trayecto entre los dos vecinos, pero sobre todo la distancia psicológica entre ellos» [18].

«...в связи с тем, что было прекращено авиасообщение между Украиной и Россией, эта мера приведет не только к увеличению времени в пути между двумя соседними странами, но и особенно психологически отдалит их друг от друга».

Риторический вопрос, а также риторическое восклицание и обращение — своеобразные обороты речи, которые активно воздействуют на читателя и усиливают выразительность текста.

«¿para qué intentar incrementar la tensión y atizar la hostilidad hacia Moscú de países que fueron parte del pacto de Varsovia o de la propia URSS? ¿No sería mejor tratar de llegar a acuerdos razonables en los que todas las partes ganaran, antes de empujar a Moscú hacia hechos consumados que luego no se sabe cómo revertir? ¿Quién está intentando mantener la hostilidad entre Rusia y Europa? Y — sobre todo — ¿a qué intereses responde esa política?» [19].

«Зачем пытаться нагнетать напряженность и разжигать враждебность к Москве в странах, которые были участниками Варшавского договора и входили в состав СССР? Не лучше ли попытаться достичь разумных соглашений, при которых в выигрыше будут все стороны, прежде чем подталкивать Москву к действиям, которые потом не обратить вспять? Кто нагнетает вражду между Россией и Европой? И, что самое главное, какие интересы отражает подобная политика?».

Таким образом, можно сделать вывод о том, что авторы газетных статей используют различные стилистические, семантические, синтаксические приемы, с помощью которых формируется медиаобраз России. Большая часть текстов о России в «El Pais» и «El Mundo» носит негативный характер, второе место по общей численности занимает материал с нейтральной оценкой, хотя его доля меньше, он значительно

опережает материал с позитивной оценкой. Несмотря на то, что испанские журналисты чаще акцентируют свое внимание на внутренних проблемах государства (*ужесточение цензуры, нарушение прав и свобод человека, снижение доходов населения, рост налогов и другие*), тем не менее, Россия предстает как сильная и динамично развивающаяся

страна, которая усиливает свои позиции на мировой арене (*новейшие военные и научные разработки, олимпийские игры в Сочи, чемпионат мира по футболу, улучшение качества и продолжительности жизни россиян*). Поэтому испанские СМИ заинтересованы в глубоком и широком анализе политической и культурной жизни России

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Шкондин М.В. Публичность печатных СМИ / М.В. Шкондин // Вопросы теории и практики журналистики. — 2012. — № 1. — С. 22–33.
2. Данилова А.А. Манипулирование словом в средствах массовой информации / А.А. Данилова. — 2-е изд. — М.: Добросвет, 2011. — 232 с.
3. Cruz S.M. Una Historia de El Pais y del Grupo Prisa. De Una Aventura Incierta a Una Gran Industria Cultural / S.M. Cruz, S. Sueiro. — Barcelona: Plaza&Janes, 2004. — 704 p.
4. Fuentes J. F. Historia del Periodismo Español / J. F. Fuentes, S. J. Fernandez. — Madrid, 2014. — 400 p.
5. Pardo P. Poder Afilado: Cómo China y Rusia Quieren Conquistar el Mundo [Electronic resource] / P. Pardo. — Mode of access: <http://www.elmundo.es/papel/historias/2018/03/03/5a993938e5fdeaac5b8b4586.html>.
6. Bonet P. El Bloqueo Ucraino Empuja a los Separatistas en Brazos de Moscú [Electronic resource] / P. Bonet // El Pais. — Mode of access: https://elpais.com/internacional/2017/03/22/actualidad/1490184193_788179.html.
7. Bonet P. Moscú y el Entorno Postsoviético se Miran en el Espejo Catalán [Electronic resource] / P. Bonet // El Pais. — Mode of access: https://elpais.com/internacional/2017/10/28/las_atalayas/1509212465_443965.html.
8. Bonet P. Rusia Puede Prestar Apoyo Político y Simbólico a Grecia, Pero no Financiero [Electronic resource] / P. Bonet // El Pais. — Mode of access: http://internacional.elpais.com/internacional/2015/07/06/actualidad/1436195728_705164.html.
9. Лакофф Дж. Метафоры, которыми мы живем: пер. с англ. / Дж. Лакофф, М. Джонсон; под ред. А.Н. Баранова. — М.: УРСС, 2004. — 256 с.
10. Becerra B. Rusia: el Palo, la Zanahoria y la Desinformación [Electronic resource] / B. Becerra // El Pais. — Mode of access: https://elpais.com/elpais/2018/01/18/opinion/1516278110_512358.html.
11. O'Kuinghtons Ú. "Rusia Desea Mucho Debilitar Nuestras Democracias, Promoviendo la Discordia y el Separatismo" [Electronic resource] / O'Kuinghtons Ú. // El Pais. — Mode of access: https://elpais.com/internacional/2017/10/26/actualidad/1509044002_883321.html.
12. Torreblanca J.I. El Mejor Discurso de Putin [Electronic resource] / J.I. Torreblanca // El Pais. — Mode of access: <http://blogs.elpais.com/cafe-steiner/2014/03/el-mejor-discurso-de-putin.html>.
13. Ruiz F. 'Putin no se Detendrá en su Plan de Restaurar la Unión Soviética' [Electronic resource] / F. Ruiz // El Mundo. — Mode of access: <http://www.elmundo.es/internacional/2015/05/25/555f6911268e3e9e348b4585.html>.
14. Sholomo Ben Ami. El Combate Reaccionario de Putin [Electronic resource] / Sholomo Ben Ami // El Pais. — Mode of access: http://elpais.com/elpais/2014/01/22/opinion/1390417353_237498.html.
15. Bremmer I. Rusia, Occidente y la Incógnita de China [Electronic resource] / I. Bremmer // El Pais. — Mode of access: http://elpais.com/elpais/2014/08/14/opinion/1408013805_239077.html.

16. Bassets L. Putin y Obama, Real Madrid y Barça [Electronic resource] / L. Bassets // El Pais. — Mode of access: http://blogs.elpais.com/lluis_bassets/2014/11/putin-y-obama-real-madrid-y-bar%C3%A7a.html.
17. Bassets L. Escena de Idilio en Una Embajada Rusa [Electronic resource] / L. Bassets // El Pais. — Mode of access: http://blogs.elpais.com/lluis_bassets/2014/05/escena-de-idilio-en-una-embajada-rusa.html.
18. Bonet P. En Busca de la Europa Perdida [Electronic resource] / P. Bonet // El Pais. — Mode of access: <http://blogs.elpais.com/las-atalayas/2015/11/en-busca-de-la-europa-perdida.html>.
19. De Ayala J.E. La OTAN Vuelve a Mirar al Este [Electronic resource] / J.E. De Ayala // La Pais. — Mode of access: <http://blogs.elpais.com/alternativas/2014/09/la-otan-vuelve-a-mirar-al-este.html>.

REFERENCES

1. Shkondin M.V. Print media publicity. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2012, no. 1, pp. 22–33. (In Russian).
2. Danilova A.A. *Manipulirovanie slovom v sredstvakh massovoi informatsii* [Word manipulation in mass media]. 2nd ed. Moscow, Dobrosvet Publ., 2011. 232 p.
3. Cruz S.M., Sueiro S. *Una Historia de El Pais y del Grupo Prisa. De Una Aventura Incierta a Una Gran Industria Cultural*. Barcelona, Plaza&Janes, 2004. 704 p.
4. Fuentes J. F., Fernandez S. J. *Historia del Periodismo Español*. Madrid, 2014. 400 p.
5. Pardo P. *Poder Afilado: Cómo China y Rusia Quieren Conquistar el Mundo*. Available at: <http://www.elmundo.es/papel/historias/2018/03/03/5a993938e5fdeaac5b8b4586.html>.
6. Bonet P. *El Bloqueo Ucranio Empuja a los Separatistas en Brazos de Moscú*. Available at: https://elpais.com/internacional/2017/03/22/actualidad/1490184193_788179.html.
7. Bonet P. *Moscú y el Entorno Postsoviético se Miran en el Espejo Catalán*. Available at: https://elpais.com/internacional/2017/10/28/las_atalayas/1509212465_443965.html.
8. Bonet P. *Rusia Puede Prestar Apoyo Político y Simbólico a Grecia, Pero no Financiero*. Available at: http://internacional.elpais.com/internacional/2015/07/06/actualidad/1436195728_705164.html.
9. Lakoff G., Jonson M. *Metaphors We Live By*. Chicago, 1980. (Russ. ed.: Lakoff G., Jonson M. *Metafori, kotorymi my zhivem*. Moscow, URSS Publ., 2004. 256 p.).
10. Becerra B. *Rusia: el Palo, la Zanahoria y la Desinformación*. Available at: https://elpais.com/elpais/2018/01/18/opinion/1516278110_512358.html.
11. O'Kuinghtons Ú. *“Rusia Desea Mucho Debilitar Nuestras Democracias, Promoviendo la Discordia y el Separatismo”*. Available at: https://elpais.com/internacional/2017/10/26/actualidad/1509044002_883321.html.
12. Torreblanca J.I. *El Mejor Discurso de Putin*. Available at: <http://blogs.elpais.com/cafe-steiner/2014/03/el-mejor-discurso-de-putin.html>.
13. Ruiz F. *‘Putin no se Detendrá en su Plan de Restaurar la Unión Soviética’*. Available at: <http://www.elmundo.es/internacional/2015/05/25/555f6911268e3e9e348b4585.html>.
14. Sholomo Ben Ami. *El Combate Reaccionario de Putin*. Available at: http://elpais.com/elpais/2014/01/22/opinion/1390417353_237498.html.
15. Bremmer I. *Rusia, Occidente y la Incógnita de China*. Available at: http://elpais.com/elpais/2014/08/14/opinion/1408013805_239077.html.
16. Bassets L. *Putin y Obama, Real Madrid y Barça*. Available at: http://blogs.elpais.com/lluis_bassets/2014/11/putin-y-obama-real-madrid-y-bar%C3%A7a.html.
17. Bassets L. *Escena de Idilio en Una Embajada Rusa*. Available at: http://blogs.elpais.com/lluis_bassets/2014/05/escena-de-idilio-en-una-embajada-rusa.html.
18. Bonet P. *En Busca de la Europa Perdida*. Available at: <http://blogs.elpais.com/las-atalayas/2015/11/en-busca-de-la-europa-perdida.html>.
19. De Ayala J.E. *La OTAN Vuelve a Mirar al Este*. Available at: <http://blogs.elpais.com/alternativas/2014/09/la-otan-vuelve-a-mirar-al-este.html>.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ

Олейников А.С. Приемы формирования медиаобраза России в современных испанских газетах «El Pais» и «El Mundo» / А.С. Олейников // Вопросы теории и практики журналистики. — 2019. — Т. 8, № 1. — С. 195–205. — DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(1).195-205.

FOR CITATION

Oleynikov A.S. Methods of Forming a Media Image of Russia in Contemporary Spanish Newspapers *El Pais* and *El Mundo*. *Voprosy teorii i praktiki zhurnalistiki = Theoretical and Practical Issues of Journalism*, 2019, vol. 8, no. 1, pp. 195–205. DOI: 10.17150/2308-6203.2019.8(1).195-205. (In Russian).