

УДК 81.23

DOI: 10.25688/2076-913X.2021.43.3.08

**А. В. Колмогорова,
Ю. А. Горностаева**

Дискурсивная специфика эмоциональной легитимации монархии в испанских СМИ

Статья посвящена проблеме изучения роли эмоций в процессе легитимации испанской монархии при королях Хуане Карлосе I и Филиппе VI в политическом дискурсе испанских СМИ. Цель — описать процесс эмоциональной легитимации испанской монархии в лице двух последних королев династии Бурбонов в испанском политическом массмедийном дискурсе. Описана модель эмоциональной легитимации, которая включает в себя такие элементы, как: субъект легитимации (СМИ), ее мишень (массовое сознание), объект (монархия), средства (формируемые у читателя эмоции), способы (дискурсивная стратегия апелляции к авторитету эксперта), канал (голоса свидетелей), источник (эмоциональные фреймы), легитимирующий эффект (эмоциональный отклик читателя).

Ключевые слова: политический дискурс СМИ; легитимация власти; испанская монархия; эмоции.

В фокусе нашего внимания в данной публикации находятся два феномена — эмоции и легитимация. Надо сказать, что оба — относительно недавно оказались в поле внимания лингвистических исследований.

Эмоциями в языке и речи лингвисты активно занялись в рамках научного направления лингвоэмотиологии, предложенного В. И. Шаховским [12]. Недооценка важности лингвистической ипостаси эмоций, по мнению исследователей, не позволяет комплексно изучить данный объект [6; 12]. Интерес к эмоциональной составляющей еще более усилился, когда о роли эмоций заговорили в рамках так называемого дискурса новой чувствительности в социальных медиа, а компьютерные лингвисты занялись разработкой технологий детектирования эмоций в текстах.

Термин «легитимация», несмотря на древнюю этимологию, стал активно воспроизводиться в лингвистических рефлексиях в связи со становлением парадигмы критического дискурса-анализа. Так, согласно П. Бергеру и Т. Лукману, всякий социальный институт проходит в своем становлении три стадии: 1) типизацию — когда разрозненные ранее схемы поведения объединяются в глазах общества в устойчивые повторяющиеся паттерны (типы); 2) объективацию — когда типизированные формы поведения воплощаются в «социально видимые» объекты, некие материализованные манифестации; 3) легитимацию — когда

этим материализовавшимся социальным формам находится приемлемое объяснение и оправдание их необходимости [8, с. 92–104].

В современной дискурсологии легитимация рассматривается как дискурсивная стратегия конструирования легитимности некоторого объекта или субъекта [16; 19], например социального института или лица, его символизирующего.

В современной Испании таким социальным институтом, нуждающимся в дополнительном обосновании своей необходимости, в том числе и на уровне эмоционального приятия, является монархия. В мире, где демократические ценности и горизонтальные связи в социуме становятся основой самоидентификации гражданина, все труднее найти нишу для королей. Но на помощь слабым рациональным доводам в этом случае приходят эмоции.

Для описания такой эмоциональной «механики» легитимации мы будем пользоваться следующими терминологическими актантами: *субъект легитимации* — тот, кто легитимирует; *объект легитимации* — то, что легитимируется; *мишень легитимации* — тот, в картине мира которого данный объект нуждается в легитимации; *источник легитимации* — некоторые глубинные механизмы, на которые опираются в дальнейшем способы и средства легитимации (в нашем случае — это фреймы); *способы легитимации* — дискурсивные стратегии, которыми пользуются субъекты; *средства легитимации* — социально авторизованные эмоции; каналы легитимации — коммуникативно-дискурсивная форма, которая становится проводником для способов легитимации, и, наконец, *легитимирующий эффект* — ощущение приятия, появляющееся у мишени легитимации вследствие применения субъектом некоторых способов легитимации.

Таким образом, цель статьи — описать процесс эмоциональной легитимации испанской монархии в лице двух последних королей династии Бурбонов в испанском политическом массмедийном дискурсе.

Актуальность подобной проблематики связана как с растущим интересом гуманитарных наук к процессу легитимации, так и с изменениями, происходящими в общественном мнении Испании относительно статуса и роли монархов.

Ведущим методом исследования является дискурсивный анализ политического медиадискурса с применением элементов лексико-семантического анализа и корпусного лингвистического анализа.

Материалом исследования стали массмедийные политические тексты на испанском языке из изданий *El País* и *El Mundo* общим объемом более 500 000 знаков, содержащие упоминание об испанской королевской семье — королях Хуане Карлосе I и Филиппе VI. При формировании исследовательского корпуса примеров мы руководствовались методом целевой выборки.

Процесс формирования эмоций в медиадискурсе: рациональность и ценностная обусловленность

Проблема вербальных проявлений эмоций в медиаопосредованной коммуникации весьма актуальна. Один из главных дискуссионных вопросов здесь:

может ли человек говорить о любой эмоции, которую он испытывает, в медиапространстве?

Так, одним из первых об иллюзорности данного факта заговорил П. Шародо, который утверждал, что человек, прежде всего, должен иметь право, с точки зрения других участников массмедийного дискурса, говорить о той или иной эмоции. Исследователь описал три конститутивных признака эмоций.

Во-первых, эмоции предопределены намерениями. Вопреки расхожему мнению о том, что эмоции связаны исключительно с состоянием аффекта, они не так уж иррациональны, их нельзя приравнивать к простым ощущениям [14]. Скорее, они манифестации рациональной эмоциональности: когда мы действуем, как нам кажется, рационально, желая достигнуть цели, мы движимы собственными субъективными представлениями о выгодах, которые ждут нас по достижении цели [15].

Во-вторых, эмоции связаны с убеждениями. Одних знаний в рамках эмоциональной рациональности недостаточно. Чтобы испытывать эмоции, субъект должен оценивать имеющиеся знания и позиционировать себя по отношению к ним.

В социальном контексте эмоции рассматриваются как суждения, основанные на убеждениях, разделяемых какой-либо социальной группой. При этом отрицание данных убеждений влечет за собой моральную санкцию, проявляющуюся в виде отвержения [14].

И, наконец, в-третьих, эмоции являются частью проблемы психосоциальной репрезентации. Оценочные суждения, разделяемые социумом, навязывают субъекту эмоции, которые он должен испытывать в определенной ситуации, т. е. непосредственно влияют на его эмоциональную психосоциальную репрезентацию. Так, ситуация несчастного случая внутри существующих социально принятых моральных убеждений должна вызывать сострадание к пострадавшим, в противном случае последует моральная санкция общества в виде порицания [14].

Следовательно, эмоции рациональны и неразрывно связаны с убеждениями, которые существуют внутри определенной социальной группы; они представляют собой поляризованные знания, сформированные вокруг общих социальных ценностей; нужные «эмоциогенные» убеждения нередко навязываются извне, например прессой в рамках массмедийного политического дискурса. Неуважительное отношение к существующим убеждениям всегда влечет за собой санкцию в виде порицания членами данного социума или вовсе — изгнания из социальной группы.

Таким образом, индивидам «разрешают» испытывать только удобные социуму (правлящей элите) эмоции посредством навязывания нужных убеждений социального характера через медиапространство. Субъект выбирает одну или несколько логических связей, которые доступны ему в рамках каждой конкретной ситуации, и переживает определенное эмоциональное состояние, которое ему «разрешили» пережить.

Современные исследователи убеждены, что эмоциональная информация в тексте может быть выражена языковыми средствами всех языковых уровней, однако, как считает Л. Г. Бабенко, именно лексика является основным репрезентантом эмоций в тексте. Данный лексический пласт определяют как эмотивную лексику [6, с. 11]. Некоторые ученые предлагают выделять три группы лексических единиц: лексику, называющую эмоции; лексику, описывающую эмоции; и лексику, выражающую эмоции, — эмотивную лексику [12]. В рамках проводимого нами исследования мы называем все лексические репрезентанты эмоций, участвующие в процессе эмоциональной легитимации, эмоциогенной лексикой.

Разделяя мнение Н. А. Красавского о том, что пока в научной литературе отсутствует четкое терминологическое разграничение родственных понятий «эмоция», «чувство», «ощущение» [11, с. 130], в контексте данного исследования мы используем термин «эмоция». Вслед за В. И. Ильиным [9] мы считаем, что чувства переживаются, а эмоции выражаются в формах, доступных для интерпретации другими участниками ситуации, поэтому объектом нашего анализа являются последние.

Тем не менее с точки зрения дискурсивного анализа непросто выявить следы эмоций, которые испытывают участники дискурса, поскольку в языковом плане сами называющие их лексемы — «страх», «гнев» и т. п. — не обязательно вызывают данные эмоции. Нередко другие лексические единицы способны порождать определенные эмоции: лексемы «убийство», «резня», «преступление» заставят испытывать страх быстрее, чем собственно «страх». Однако и это неточно, поскольку лексические единицы могут быть интерпретированы по-разному, в зависимости от контекста, адресанта и адресата. С дискурсивной точки зрения эмоции рассматриваются как возможные эффекты, которые определенный языковой акт может произвести в данной ситуации [14].

Мы полагаем, что в рамках процесса легитимации формирование через дискурс определенной эмоции является мощным инструментом воздействия на мишень легитимации, а ее появление у этой самой мишени может рассматриваться как доказательство того, что легитимирующий эффект достигнут.

Эмоция жалости как средство легитимации испанской монархии при Хуане Карлосе I

В современном демократическом обществе даже такой консервативный и не приемлющий модификаций социальный институт, как монархия, вынужден меняться и подстраиваться под существующие в мире идеалы и ценности свободы, политического равенства, права голоса, которые нередко противоречат самой сути монархического уклада. Демократия борется против злоупотребления властью, а значит, институт монархии вынужден доказывать

свою состоятельность и отстаивать право на существование в новой свободной демократической действительности. В Европе испанская королевская семья остается островком консерватизма, вызывающим множество споров и обсуждений. Для сохранения внутривполитической стабильности возникает необходимость реабилитировать монархию в глазах народа — легитимировать ее.

Проблема легитимации испанской монархии уже освещалась некоторыми испанскими исследователями [13; 18; 20]. Однако в настоящий момент вопрос стоит достаточно остро, ведь череда необдуманных поступков бывшего монарха и коррупционные скандалы с участием других членов королевской семьи дискредитировали сам институт монархии и в конечном итоге привели к отречению Хуана Карлоса от престола. Минули времена, когда он воспринимался как ключевая фигура эпохи перехода к демократии, как человек, сумевший остановить государственный переворот. Дискредитированный в общественном сознании образ монархии бросает свою тень и на имидж действующего короля Филиппа VI.

На рисунке 1 представлен кластер синтаксических связей лексемы *monarquía*, сформированный на основе нашего исследовательского корпуса статей при помощи программного обеспечения по работе с корпусными данными Sketch Engine. На рисунке отчетливо видно, что в функции прямого дополнения (*monarquía* as object — зеленый сегмент на рис. 1) данная лексическая единица наиболее часто употребляется с глаголами, семантика которых буквально кричит о бедственном положении монархии: *salvaguardar* ‘защитить’, *regenerar* ‘восстановить’, *salvar* ‘спасти’, *encarnar* ‘реинкарнировать’, *renovar* ‘обновить’, *restaurar* ‘восстановить’, *establecer* ‘установить’. Другими словами, институт монархии нуждается в обновлении и совершенно ином воплощении.

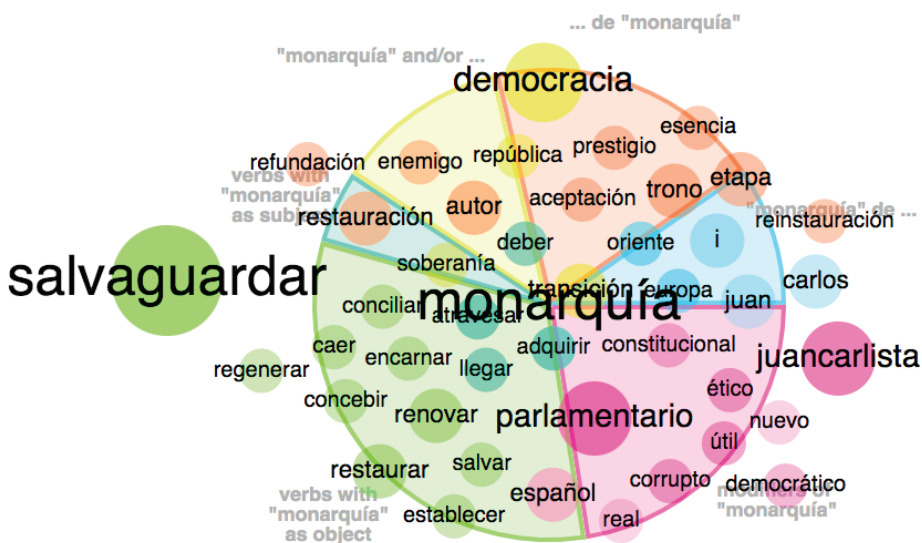


Рис. 1. Кластер синтаксических связей лексемы *monarquía*, полученный при помощи корпусного менеджера Sketch Engine

Ранее мы уже писали о ведущей стратегии легитимации испанской монархии — стратегии апелляции к авторитету эксперта [16], который манифестируется в форме своеобразного голоса в бахтинском смысле [10; 7]. В роли экспертов, чьи голоса звучат в дискурсе, обычно выступают достаточно авторитетные политические персоналии или близкие друзья монархов [10].

Таким образом, легитимация внутри политического массмедийного дискурса нередко приобретает форму диалога «голос»-экспертов, чтобы создать иллюзию объективности мнений вокруг политического события или персоналии. Так, формируется определенный образ реальности, государства или личности через актуализацию «нужных» фреймов, в контексте которых адресат может испытывать определенные эмоции.

Принимая во внимание рациональную природу эмоций и их ценностную обусловленность, мы выдвигаем гипотезу: процесс легитимации или достижение легитимирующего эффекта в политическом дискурсе СМИ происходит следующим образом: СМИ (субъект легитимации), используя стратегию апелляции к авторитету эксперта (способ легитимации), в роли которого выступает цитируемая персоналия (канал легитимации), актуализируют фреймы (источник легитимирующего эффекта), в рамках которых читателю (мишень легитимации) разрешается испытывать ограниченный перечень эмоций (средства легитимации), рассматриваемых как приемлемые внутри данного социума. При этом можно утверждать, что легитимирующий эффект создан, если мишень легитимации после прочтения текста испытывает эмоции, которые одобрены данным социумом в контексте актуализированного фрейма.

Проанализировав языковой материал (тексты ведущих печатных изданий Испании — *El País* и *El Mundo*), мы пришли к выводу, что легитимирующий эффект при легитимации экс-короля Испании Хуана Карлоса достигается через провоцирование эмоции жалости, которая является ключевой в рамках наиболее часто встречающихся фреймов «болезнь» и «одиночество».

Фрейм «болезнь» актуализируется через соответствующие лексические единицы, представленные в основном медицинскими терминами и названиями пострадавших частей тела, а также эмоционально окрашенными прилагательными с семантикой боли и страдания. Так, в подробностях описываются его проблемы со здоровьем, операции и переломы, полученные в разные годы жизни.

(1) Después, ya como rey, **se ha roto**¹ toda clase de huesos, **rótulas**, **pelvis**, **cadere**, y pese a todo se movía con soltura y beneplácito entre los líderes políticos extranjeros [2]. ‘Уже после, будучи королем, он получил переломы всех групп костей — коленные чашечки, тазобедренные кости, — но, несмотря ни на что, с легкостью передвигался среди иностранных политических лидеров’.

(2) Desde su juventud han sido varias las ocasiones en las **que ha pasado por “el taller”**, como el rey emérito se refiere habitualmente al **quirófano**. En sus

¹ Здесь и далее выделения в тексте наши. — А. К., Ю. Г.

81 años, los **cirujanos** le han tratado una **apendicitis** y dos **lesiones** provocadas, por su afición al deporte en los años ochenta, en la **pelvis** y en la **rodilla** derecha. En 2010 fue intervenido por un **nódulo** en el **pulmón derecho**, y en 2011, tras **romperse el tendón de Aquiles**, del **pie izquierdo** [1]. ‘Еще в юности короля, как он сам это называет, несколько раз «ремонтировали» в операционной. В возрасте 81 года хирурги удаляли ему аппендицит и проводили лечение двух травм, которые он получил из-за своего пристрастия к спорту в восьмидесятые годы, — были травмированы таз и правое колено. В 2010 году он перенес операцию по удалению новообразования в правом легком, а в 2011 был прооперирован после разрыва ахиллова сухожилия на левой ноге’.

Чувство жалости провоцируется через описание плачевного положения, в котором оказался экс-король из-за совершенных им же самим ошибок и неблагоразумного поведения. При этом делается акцент на его и без того «печальной судьбе», которая имеет такой «трагический финал».

(3) ...opina Debray, que de pequeña tenía un póster suyo en la habitación. “Creo que nadie se esperaba **un final tan triste**, en el que solo se habla de corrupción y amantes y se olvida su obra política. Es el desencanto total. El **final trágico** escrito en un **destino triste**: nacer en el **exilio**, crecer en un **duro internado** en Suiza, **perder** a un hermano, vivir en España **dependiendo del enemigo** de tu padre, Franco...” [4]. ‘...Дебрей, у которого в детстве на стене висел постер с королем, говорит: «Я считаю, что никто не мог ожидать такого печального исхода, когда все говорят только о коррупции и любовницах, и ни слова о политике. Это полное разочарование. **Трагический финал печальной судьбы: родиться в изгнании, вырасти в строгой школе-интернате в Швейцарии, потерять брата, жить в Испании в зависимости от главного врага отца, Франко...**»’.

Хуан Карлос долгие годы в молодости вынужден был находиться в «унизительном положении», ожидая подачек от богатых испанских аристократов, которые обеспечивали жизнь королевской семьи в изгнании:

(4) En la biografía de don Juan Carlos, Debray explica una singular relación con el dinero: “Había conocido de joven la **humillación de depender** económicamente de los ricos aristócratas españoles que fueron voluntariamente asegurando el tren de vida de la familia real **en el exilio**” [4]. ‘В биографии дон Хуана Карлоса Дебрей оправдывает его «нездоровое» отношение к деньгам так: «Он еще в молодости познал, насколько **унизительно зависеть** финансово от богатых испанских аристократов, которые добровольно содержали королевскую семью **в изгнании**»’.

Часто в СМИ цитируется знаменитая речь Хуана Карлоса после его скандальной охоты на слонов, после которой ему пришлось публично извиняться. Униженный в своем несчастном положении, в больнице, напуганный и извиняющийся король воспринимается как жалкий:

(5) **Se asusta**. Con su equipo, dedica varias horas a elaborar un discurso de 11 palabras: “**Lo siento mucho. Me he equivocado** y no volverá a ocurrir” [4]. ‘Ему страшно. Вместе со своей командой в течение 11 часов они составляют речь из 11 слов: «**Мне очень жаль. Я был неправ**, этого больше не повторится»’.

Высказываются даже мнения, что для него было бы лучше умереть до того случая с охотой на слонов в Африке, поскольку тогда он умер бы народным героем, человеком, инициировавшим переход страны к демократии, символом модернизации Испании:

(6) Si el rey hubiera muerto antes de la famosa caza al elefante, habría muerto siendo un héroe, el hombre del milagro de la Transición a la democracia, el símbolo de la modernización de España... [4].

Таким образом, легитимация экс-короля Испании Хуана Карлоса реализуется через пробуждение жалости в глазах читателя посредством вербализации фреймов «болезнь», «одиночество/изгнание», «унизительное положение», лексическими репрезентантами которых являются слова и коллокации, относящиеся к лексико-семантическим полям с соответствующими доминантами: *sufrir* 'страдать', *doler* 'болеть', *dolorido* 'болезненный', *camilla* 'костыль', *operación* 'операция', *superviviente* 'выживший', *solo* 'в одиночестве', *sin nadie al lado* 'рядом никого нет', *perdido* 'потерянный', *escasas llamadas* 'редкие звонки', *encerrado* 'запертый', *susto* 'испуг', *depender* 'зависеть', *humillación* 'унижение', *perder* 'терять', *exilio* 'изгнание', *destino triste* 'печальная судьба', *final trágico* 'трагический финал', *duro* 'тяжелый'.

Легитимация действующего короля Испании Филиппа VI: эмоция удовлетворенности и актуализация фрейма «профессионализм»

Процесс легитимации Филиппа VI также реализуется через каналы его ближайшего окружения и испанской политической элиты с помощью стратегии апелляции к авторитету эксперта. Происходит актуализация эмоциональной реакции удовлетворения, которая возникает как ответ на представленные в текстах ситуации, описывающие успешную работу в команде, чуткое руководство и взвешенные решения действующего монарха. Эмоция удовлетворения формируется через лексические единицы, описывающие работу в команде и идеалы современного демократического общества в лице его лидера: *equipo* 'команда', *diálogo* 'диалог', *tándem* 'тандем', *dispuesto a escuchar* 'готов выслушать', *ponderar* 'обдумывать', *reflexionar* 'размышлять', *debatir* 'дискутировать', *valorar* 'оценивать', *tranquilizar* 'успокаивать', *encauzar* 'направлять', *sugerir* 'предлагать', *papel moderador* 'роль модератора', *mucha concentración* 'много концентрации', *mucha dedicación* 'много самоотдачи', *mucha responsabilidad* 'много ответственности', *siempre eficaz* 'всегда эффективный'.

Устаревшие методы и стратегии управления, идущие вразрез с современной демократической моделью организации, при которой каждый из членов команды важен для принятия решения, нежелание слушать и слышать своих подчиненных, оторванность от действительности — вот в чем обвинялась монархия при Хуане Карлосе. Поэтому для легитимации нового испанского монарха Филиппа VI очень часто с успехом актуализируется фрейм «работа в команде», который

вызывает чувство удовлетворенности у мишени легитимации. СМИ легитимируют Филиппа VI через мнения простых очевидцев происходящего, обслуживающего персонала дворца Сарсуэла, работников среднего звена.

Осталась в прошлом строгая иерархия, новый монарх аккумулирует идеи, прислушивается ко всем членам команды и стремится модернизировать институт монархии:

(7) Desde la Casa del Rey explican que hoy en la Zarzuela se trabaja con **mayor coordinación**; de forma **más horizontal, sin un criterio jerárquico** ni compartimentado tan acusado y muy **centrados en los objetivos**. «Se tiende a la **suma de ideas**». Todos estamos a todo. El objetivo es **renovarse, adecuarse a los tiempos**, contar con elementos de control y estar al día. No ir detrás de los acontecimientos [5]. ‘Служащие королевского дома говорят, что сегодня Сарсуэла работает гораздо **более согласованно, с горизонтальной структурой организации, без ярко выраженного иерархического разделения, четко сосредоточившись на целях**. Он (Филипп) стремится к **аккумуляции идей**. «Мы все вместе за все отвечаем». Задача — **обновлять, идти в ногу со временем**, иметь элементы контроля и при этом быть в курсе последних событий. Не плестись в хвосте происходящего’.

Принцип работы в команде проецируется и на семью Филиппа VI, ведь семья его отца — Хуана Карлоса — номинальная, казалось, была ему в тягость, он долгое время не проживал со своей супругой доньей Софией и имел любовницу. Теперь же, в контексте упоминания нового монарха, популяризируются настоящие семейные ценности: королева Летиция является не просто женой Филиппа, но и его правой рукой, ключевой с точки зрения внутренней политики Испании фигурой:

(8) Por su parte, la reina Letizia **trata de ayudar** al Rey y encontrar, a la vez, la sintonía conmigo misma. Y lo **ha logrado** con una labor que proyecta en cuatro áreas que le apasionan: educación, salud, mujer y ciencia [5]. ‘Королева Летиция, со своей стороны, пытается помочь королю и в то же время быть в гармонии с собой. И ей это с успехом удается благодаря работе в четырех областях, которыми она увлечена: образование, здоровье, проблемы женщин и наука’.

(9) La síntesis entre tradición y modernidad, en la que destacan las **contribuciones de la reina Letizia**, es un acierto [3]. ‘Синтез традиций и современности, в формирование которого **особый вклад внесла королева Летиция**, удался’.

Легитимация Филиппа VI осуществляется через актуализацию фрейма «профессионализм», которая происходит благодаря упоминанию положительных профессиональных качеств монарха, а также перечислению целей, которые «были блестяще достигнуты» за время его правления.

(10) **Retos** tan importantes como la incorporación plena a la OTAN, la modernización y profesionalización de las Fuerzas Armadas, la incorporación de la mujer o nuestra participación en diversas misiones de paz y seguridad en el marco de NN UU o la UE **han sido superados con brillantez** [5]. ‘**Такие важные вызовы**, как вхождение в НАТО, модернизация и повышение профессионального

уровня вооруженных сил, создание условий для участия женщин в различных миссиях по поддержанию мира и безопасности в рамках Организации Объединенных Наций и ЕС, **были с успехом приняты**'.

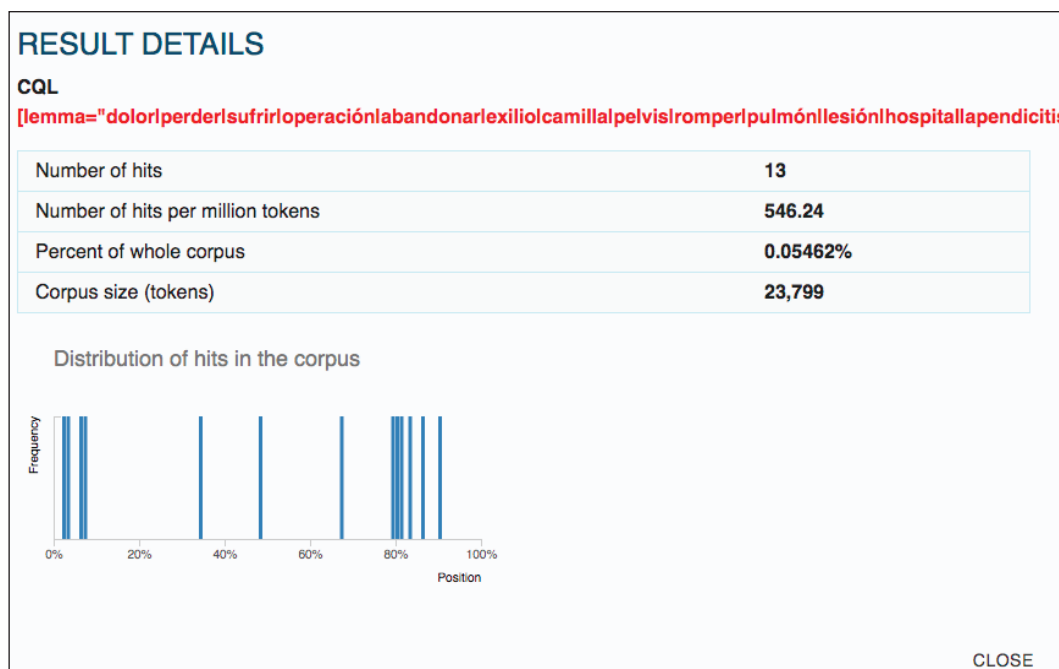
(11) La **ejemplaridad** y la **transparencia** — la web de la Casa Real es un magnífico ejemplo — presiden todas las actuaciones [3]. 'Образцовость и прозрачность — сайт королевской семьи представляет собой великолепный пример — стоят во главе угла всей их деятельности'.

Результаты анализа частотности лексических репрезентант эмоций жалости и удовлетворенности с применением корпусного менеджера Sketch Engine

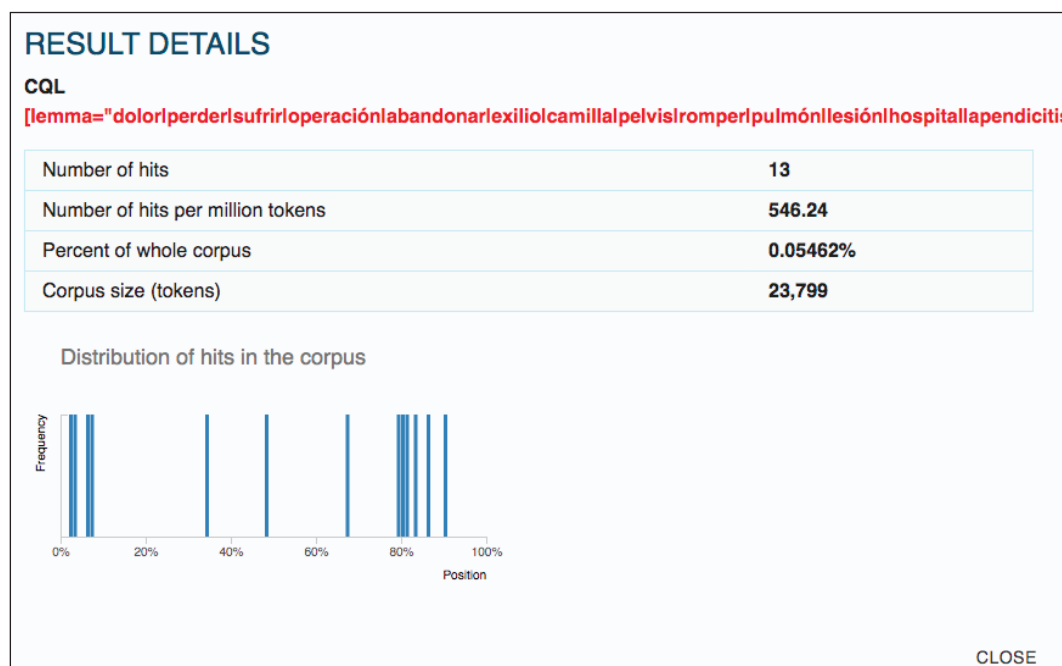
Корпусный анализ, проведенный при помощи инструментов лингвистической статистики корпусного менеджера Sketch Engine, позволил верифицировать результаты, полученные в ходе дискурсивного анализа. Два подкорпуса статей на испанском языке из изданий El País и El Mundo общим объемом более 500 000 знаков были загружены на платформу Sketch Engine. Один подкорпус составили статьи, посвященные Филиппу VI, а второй — Хуану Карлосу. Была подсчитана совокупная частотность лексических репрезентант эмоций жалости и удовлетворенности, примеры которых были рассмотрены выше, в каждом подкорпусе. Для этого мы использовали встроенную функцию CQL (Corpus Query Language) в разделе Concordance. Данная функция позволяет производить поиск сложных грамматических конструкций и лексических единиц в совокупности всех их словоформ. С помощью специального кода (lemma="word1|word2|word3...") мы произвели поиск всех словоформ лексических репрезентант выявленных эмоций и проанализировали их совокупную частотность, а также наиболее часто встречающиеся коллокации.

В результате были получены следующие данные: совокупная частотность лексических репрезентант эмоции жалости (рис. 2) в подкорпусе, посвященном Хуану Карлосу (рис. 2А), составляет 172 единицы (0,3465 % от всех словоформ в подкорпусе), в подкорпусе о Филиппе VI (рис. 2В) — 13 единиц (0,05462 % от всех словоформ в подкорпусе). Совокупная частотность лексических репрезентант эмоции удовлетворенности (рис. 3) в подкорпусе Хуана Карлоса (рис. 3А) составляет 46 единиц (0,09266 % от всех словоформ в подкорпусе), а в подкорпусе Филиппа VI (рис. 3В) — 248 единиц (1,042 % от всех словоформ в подкорпусе).

При этом самыми частотными коллокациями в контексте навязывания эмоции удовлетворенности в подкорпусе, посвященном Филиппу VI, являются коллокации, референциально отсылающие к чете «король и его супруга Летиция», репрезентируемой как слаженная команда. В подкорпусе о Хуане Карлосе лексические репрезентанты эмоции жалости распределены достаточно равномерно, без явного доминирования какой-либо определенной коллокации.



A



B

Рис. 2. Результаты корпусной проверки с применением функции CQL лексических репрезентант эмоции жалости:
 А — в подкорпусе Хуана Карлоса; В — в подкорпусе Филиппа VI

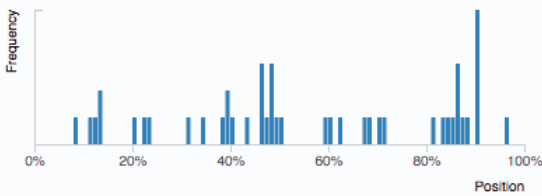
RESULT DETAILS

CQL

[lemma="letizialjuntoslequipoltándemldebatirlresponsabilidadlconcentraciónldiálogoponderarreflex éxito"]

Number of hits	46
Number of hits per million tokens	926.62
Percent of whole corpus	0.09266%
Corpus size (tokens)	49,643

Distribution of hits in the corpus



CLOSE

A

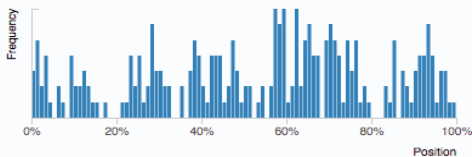
RESULT DETAILS

CQL

[lemma="letizialjuntoslequipoltándemldebatirlresponsabilidadlconcentraciónldiálogoponderarreflex éxito"]

Number of hits	248
Number of hits per million tokens	10,420.61
Percent of whole corpus	1.042%
Corpus size (tokens)	23,799

Distribution of hits in the corpus



CLOSE

B

Рис. 3. Результаты корпусной проверки с применением функции CQL лексических репрезентант эмоции удовлетворенности:

A — в подкорпусе Хуана Карлоса; B — в подкорпусе Филиппа VI

Проведя анализ языкового материала, мы пришли к следующим выводам.

Во-первых, легитимация испанской монархической власти представляет собой сложный многокомпонентный процесс, в рамках которого ведущей стратегией выступает апелляция к авторитету эксперта, субъектом легитимации являются средства массовой информации, а мишенью — массовый адресат, представленный читателями ведущих периодических изданий Испании. Легитимация осуществляется через каналы в лице авторитетных политических персоналий, что текстуально оформлено в виде цитирования.

Во-вторых, рациональная природа эмоций и их ценностная обусловленность позволяют им выступать в качестве средства легитимации и воздействовать на мишень манипуляции, побуждая ее испытывать «авторизированный» обществом перечень эмоций в рамках конкретной социально значимой ситуации. При этом можно говорить о том, что легитимирующий эффект достигнут, если получен нужный эмоциональный отклик от мишени манипуляции.

В-третьих, в контексте исследуемой проблематики — при легитимации испанской монархии — ключевыми эмоциями являются жалость, с одной стороны, и удовлетворенность — с другой. Данный эмоциональный отклик формируется через актуализацию таких релевантных фреймов, как «болезнь/одиночество» и «профессионализм / работа в команде», которые, соответственно, становятся источником манипуляции.

В-четвертых, языковые следы эмоций выявить крайне сложно, поскольку они могут быть вербализованы совершенно разными лексическими единицами, актуальными для каждой отдельно взятой ситуации, зависят от тематики повествования и других экстралингвистических факторов. С уверенностью можно говорить лишь о лексических репрезентантах актуализируемых фреймов. Данные репрезентанты предлагаем называть эмоциогенной лексикой. Результаты, полученные в рамках корпусного анализа совокупной частотности эмоциогенной лексики в каждом из созданных нами подкорпусов, подтверждают валидность сделанных нами выводов и позволяют констатировать, что процесс легитимации испанской монархии строится на механизмах активизации у массового читателя выявленных нами «социально авторизованных» эмоций.

Так, при легитимации Хуана Карлоса фрейм «старость/болезнь» находит свое языковое выражение в лексемах с семантикой «боль/страдание/унижение», а также в медицинской лексике, связанной с названиями заболеваний, их симптомов и частей тела. «Одиночество/изгнание», в свою очередь, репрезентировано посредством лексических единиц с соответствующей семантикой. Филипп VI легитимируется через актуализацию фреймов «профессионализм» и «работа в команде», репрезентированных в текстах лексемами, описывающими положительные профессиональные качества монарха.

Библиографический список

Источники

1. El rey Juan Carlos recibe el alta de su operación de corazón [Электронный ресурс]. URL: https://elpais.com/politica/2019/08/31/actualidad/1567246668_123073.html (дата обращения: 16.03.2021).
2. La Caída del Rey Juan Carlos [Электронный ресурс]. URL: https://elpais.com/elpais/2020/12/15/eps/1608034522_242911.html (дата обращения: 16.03.2021).
3. La otra transición del rey [E'lektronny'j resurs]. URL: https://elpais.com/elpais/2019/05/31/ideas/1559318547_845932.html (дата обращения: 16.03.2021).
4. Los errores que destruyeron el juancarlismo [E'lektronny'j resurs]. URL: <https://elpais.com/espana/2020-08-03/los-errores-que-destruyeron-el-juancarlismo.html> (дата обращения: 16.03.2021).
5. Monarquía 2.0 [Электронный ресурс]. URL: https://elpais.com/elpais/2015/06/25/eps/1435233794_840437.html (дата обращения: 16.03.2021).

Литература

6. Бабенко Л. Г. Лексические средства обозначения эмоций в русском языке. Свердловск: Урал. гос. ун-т, 1989. 184 с.
7. Бахтин М. М. Собрание сочинений: в 7 т. Т. 2. Проблемы творчества Достоевского. Статьи о Л. Толстом. Записки курса лекций по истории русской литературы. М.: Рус. словари, 2000. 798 с.
8. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. 323 с.
9. Ильин В. И. «Чувства» и «эмоции» как социологические категории // Вестник СПбГУ. 2016. Сер. 12. Вып. 4. С. 28–40.
10. Колмогорова А. В., Горностаева Ю. А. Все ли могут короли? Или стратегии легитимации испанской монархии в политическом медиадискурсе СМИ // Политическая лингвистика. 2021. № 1. С. 41–49.
11. Красавский Н. А. Эмоциональные концепты в немецкой и русской литературах. М.: Гнозис, 2008. 374 с.
12. Шаховский В. И. Эмоции как объект исследования в лингвистике // Вопросы психолингвистики. 2009. № 9. С. 29–42.
13. Barrera C. La prensa española ante la designación de Don Juan Carlos como sucesor de Franco a título de rey // *Communication & Society*. 1994. Vol. 7. № 1. P. 93–109.
14. Charaudeau P. Las emociones como efectos de discurso // *Versión*. 2011. № 26. P. 97–118.
15. Elster J. Rationalité émotions et normes sociales // *La couleur des pensées, Raisons pratiques*. 1995. № 6. P. 33–64.
16. Fairclough I. Legitimation and Strategic Maneuvering in the Political Field // *Argumentation*. 2008. № 22 (3). P. 399–417.
17. Leeuwen T. *Discourse and Practice: New Tools for Critical Discourse Analysis*. Oxford: Oxford University Press, 2008. 184 p.
18. Montero L. El día más difícil del rey. Discursos de legitimación monárquica desde la ficción televisiva // *Revista de Historia Actual*. 2015. № 12. P. 43–50.
19. Vaara E., Tienari J. A Discursive Perspective on Legitimation Strategies in Multi-national Corporations // *Academy of Management Review*. 2008. Vol. 33. P. 985–993.

20. Zugasti R. La prensa de la transición como cómplice de Juan Carlos I: el ejemplo de la legitimidad franquista de la Monarquía // *Espacio, Tiempo y Forma. Serie V: Historia Contemporánea*. 2006. № 18. P. 299–319.

References

Istochniki

1. El rey Juan Carlos recibe el alta de su operación de corazón [E'lektronny'j resurs]. URL: https://elpais.com/politica/2019/08/31/actualidad/1567246668_123073.html (data obrashheniya: 16.03.2021).
2. La Caída del Rey Juan Carlos [E'lektronny'j resurs]. URL: https://elpais.com/elpais/2020/12/15/eps/1608034522_242911.html (data obrashheniya: 16.03.2021).
3. La otra transición del rey [E'lektronny'j resurs]. URL: https://elpais.com/elpais/2019/05/31/ideas/1559318547_845932.html (data obrashheniya: 16.03.2021).
4. Los errores que destruyeron el juancarlismo [E'lektronny'j resurs]. URL: <https://elpais.com/espana/2020-08-03/los-errores-que-destruyeron-el-juancarlismo.html> (data obrashheniya: 16.03.2021).
5. Monarquía 2.0 [E'lektronny'j resurs]. URL: https://elpais.com/elpais/2015/06/25/eps/1435233794_840437.html (data obrashheniya: 16.03.2021).

Literatura

6. Babenko L. G. Leksicheskiye sredstva oboznacheniya e`mocij v russkom yazy`ke. Sverdlovsk: Ural. gos. un-t, 1989. 184 s.
7. Bakhtin M. M. *Sobranie sochinenij*; v 7 t. T. 2. Problemy` tvorchestva Dostoevskogo. Stat`i o L. Tolstom. Zapiski kursa po istorii russkoj literatury`. M.: Rus. Slovari, 2000. 798 s.
8. Berger P., Lukman T. *Social`noe konstruirovanie real`nosti. Traktat po sociologii znaniya*. M.: Medium, 1995. 323 s.
9. Il`in V. I. «Chuvstva» i «e`mocii» kak sociologicheskie kategorii // *Vestnik SPbGU*. 2016. Ser. 12. Vyp. 4. S. 28–40.
10. Kolmogorova A. V., Gornostaeva Yu. A. Vse li mogut koroli? Ili strategii legitimacii ispanskoj monarxii v politicheskom mediadiskurse SMI // *Politicheskaya lingvistika*. 2021. № 1. S. 41–49.
11. Krasavskij N. A. *Emocional`nie koncepty` v nemeckoj i russkoj literaturax*. M.: Gnozis, 2008. 374 s.
12. Shakhovskij V. I. E`mocii kak ob`ekt issledovaniya v lingvistike // *Voprosy` psixolingvistiki*. 2009. № 9. S. 29–42.
13. Barrera C. La prensa española ante la designación de Don Juan Carlos como sucesor de Franco a título de rey // *Communication & Society*. 1994. Vol. 7. № 1. P. 93–109.
14. Charaudeau P. Las emociones como efectos de discurso // *Versión*. 2011. № 26. P. 97–118.
15. Elster J. *Rationalité émotions et normes sociales // La couleur des pensées, Raisons pratiques*. 1995. № 6. P. 33–64.
16. Fairclough I. *Legitimation and Strategic Maneuvering in the Political Field // Argumentation*. 2008. № 22 (3). P. 399–417.
17. Leeuwen T. *Discourse and Practice: New Tools for Critical Discourse Analysis*. Oxford: Oxford University Press, 2008. 184 p.

18. Montero L. El día más difícil del rey. Discursos de legitimación monárquica desde la ficción televisiva // Revista de Historia Actual. 2015. № 12. P. 43–50.

19. Vaara E., Tienari J. A Discursive Perspective on Legitimation Strategies in Multi-national Corporations // Academy of Management Review. 2008. Vol. 33. P. 985–993.

20. Zugasti R. La prensa de la transición como cómplice de Juan Carlos I: el ejemplo de la legitimidad franquista de la Monarquía // Espacio, Tiempo y Forma. Serie V: Historia Contemporánea. 2006. № 18. P. 299–319.

A. V. Kolmogorova,

Yu. A. Gornostaeva

The Discursive Specificity of the Emotional Legitimation of the Monarchy in the Spanish Media

The article studies the role of emotions in the process of legitimizing the Spanish monarchy represented by the kings Juan Carlos I and Felipe VI in the political discourse of the Spanish media. The aim is to describe the process of “emotional” legitimation of the Spanish monarchy in the political mass media discourse. Authors described a model of emotional legitimation, which includes such elements as the subject of legitimation (media), the target (mass consciousness), the object (monarchy), means (emotions), methods (discursive strategy of appeal to the authority of an expert), the channel (voices of witnesses), the source (emotiogenic frames), the legitimizing effect (emotional response to the reader).

Keywords: political media discourse; legitimation of power; the Spanish monarchy; emotions.