Федеральное агентство по образованию

Южно-Уральский государственный университет

Кафедра массовой коммуникации

Курсовая работа на тему:

"Дискурс-модель

харизматического лидера

(на примере личности Михаила Касьянова)"

Выполнил: Путилова К.И.

студент СГ – 306

Проверил: Киуру К. В.

Челябинск 2005**Содержание:**

1. Введение 2
2. Основная часть
   1. Харизматический лидер: понятие 4
   2. Характеристики харизматического лидера 7
   3. Дискурс: основные подходы к интерпретации понятия 11
   4. Политический дискурс 14
   5. Дискурс-модель и дискурсивные категории 16
3. Практическая часть: дискурс-модель харизматического

лидера на примере личности Михаила Касьянова 18

1. Заключение 23
2. Список литературы 24
3. Приложение 26

**Введение**

В последнее время в ряде гуманитарных и социальных наук возрос интерес к изучению таких явлений, как "харизма", "харизматический лидер", "дискурс", "дискурс-модель", "дискурс-категории".

Актуальность исследования этих понятий объясняется, в первую очередь, тем, что роль политики в обществе все время увеличивается и, тем самым, повышается необходимость изучения этой сферы с точки зрения взаимодействия лидера и аудитории посредством различных методов, в том числе и текста.

Во многих случаях воздействие политического лидера, а именно о политическом лидерстве пойдет речь в курсовой работе, осуществляется через текст. Соответственно, совершенно отчетливо просматривается потребность разбираться в категориях адресанта и адресата воздействия, социальной и знаковой реальности, а также именно в тех характеристиках политической личности, которые определяют ее как харизматическую.

В соответствии с этим выделим объект и предмет исследования в работе, а также цель и задачи работы.

Объектом исследования является пространство публичных коммуникаций, предметом – речевое функционирование харизматического лидера в пространстве политической реальности современной России.

Цель исследования – определение типа харизматического лидерства Михаила Касьянова посредством анализа его публичного дискурса.

Задачи:

1. определить понятие "дискурс", "дискурс-модель";
2. определить понятие "харизматический лидер";
3. определить характеристики харизматического лидера;
4. построить дискурс-модель харизматического лидера на примере Михаила Касьянова

Гипотеза: тип харизматического лидерства определяется содержанием публичного дискурса.

Харизматический лидер: понятие

Обращение к термину "харизма" восходит к новозаветному " Второму посланию к Коринфянам", где описываются различные дары Божественной благодати. Сейчас существуют такие понятия харизматического лидера:

Харизма - (греческое charisma - милость, божественный дар), исключительная одарённость; харизматический лидер - человек, наделённый в глазах его последователей авторитетом, основанным исключительно на качествах его личности - мудрости, героизме, святости.

Харизматический лидер - политический или религиозный лидер, чье господство основывается на харизме. [8]

В словарь социальной науки этот термин введен М.Вебером в начале ХХ в. В его трактовке понятие харизмы тесно соотносится с проблемой создания новых социальных образований, а также проблемой свободы, творчества, человеческой ответственности. Эта тема обсуждается им во многих работах (в частности, в ряде глав фундаментального труда «Хозяйство и общество», «Политика как призвание и профессия», «Социология религии», «Хозяйственная этика мировых религий», «Древний иудаизм» и др.), поэтому в зависимости от контекста несколько различаются и трактовки феномена харизмы. В работе «Хозяйство и общество» дано следующее определение: данное понятие «применяется к определенному качеству личности индивида, благодаря которому он отличается от обычных людей и воспринимается как обладатель сверхъестественных, сверхчеловеческих или исключительных способностей». Здесь же Вебер поясняет, что «эти качества не свойственны обычному человеку, они приписываются божественному происхождению или воспринимаются как образцовые, благодаря чему индивид считается вождем». При этом абсолютно неважно, по Веберу, являются ли квалифицируемые харизматические качества действительными, мнимыми или предположительными. Следуя принципу свободы от ценностных суждений, Вебер безразличен и к ценностям, вносимым в мир харизматической личностью. Харизматиком для него является всякий, кто способен воздействовать на массу с большой эмоциональной силой. Однако в концепции Вебера харизма фундаментально социальна и не отождествляется с историко-психологической традицией «Великого человека».  
Принципиально важно то, что как бы внеобыденна она ни была, для признания и сохранения своей харизмы вождь должен постоянно представлять доказательства харизматической легитимности знаки «благодатности», реальные «успехи» правления и т.п. [15]

Вебер описывал харизму в трех главных измерениях:

1. Харизматический лидер, обладающий чувством великой миссии (необязательно религиозной), характеризуется самоуверенностью, большими ораторскими способностями.

2. Массе его последователей, появляющейся, как правило, в периоды кризиса, присущи, прежде всего, огромное доверие к нему и ощутимая неразборчивость в экономических вопросах.

3. Рутинизация харизмы (посредством партийной организации и т.д.), без которой трудно сформировать радикальные харизматические революционные движения.

Большинство продолжателей Вебера сосредоточились на первых двух аспектах. Например, А.Р.Вилнер, автор ценной работы по харизме, утверждает, что харизматическое отношение существует при наличии четырех условий:

1) лидер воспринимается сторонниками как своего рода сверхчеловек;

2) они слепо верят его высказываниям;

3) они безоговорочно исполняют его директивы;

4) они выказывают ему неизъяснимую эмоциональную преданность.

Существуют такие варианты харизмы, как

1. дворцовая харизма – способность лидера привязывать к себе ближний круг последователей;
2. институциональная харизма – способность лидера привязывать к себе институциональный круг и себя к институту;
3. харизма для масс – способность лидера привязывать к себе массы.

Харизматический лидер обладает необычными психическими способностями привлекать последователей и руководить ими. Происхождение этих способностей является спорным вопросом в науке и до конца пока не ясно. [14]

### Характеристики харизматического лидера

В общем виде выделяют следующие характеристики харизматического лидера. Не все, представленные ниже, необходимо присущи лидеру, определяемому как харизматик. Только первая может считаться стержневой чертой. Другие же выступают общими в харизматическом дискурсе. Для лидера этого типа характерно следующее: [20]

1. *Особая миссия, состоящая в проведении радикального изменения и/или спасении нации*. Харизматики временами могут делать выбор между своими обещаниями и компромиссами (Ленин и новая экономическая политика), но они руководствуются определенной формой мессианского предназначения. Гитлер должен был предложить, как сделать парламентское правление более стабильным или обеспечить расширение общественных работ, чтобы помочь безработным. Он же обещал возрождение Германии — удобная метафора, способная вместить как радикальное изменение, так и реставрацию прошлого. Фактом остается одно: идея радикального изменения не должна выдвигаться в ясном, законченном виде. В противном случае появляется опасность излишних политических деталей (есть риск поспорить с практичностью, запутаться в вычислениях проигравших и победителей и т.д.). Харизматическое предвидение нового будущего выше этого, оно должно вызывать широкий резонанс. Попытки М.Горбачева реформировать СССР (гласность и перестройка) и создать широкое общеевропейское взаимопонимание выступают замечательным восточно-европейским примером подобного обобщенного предвидения. Тоже можно сказать и о призывах Жириновского к возрождению великой России. [22]

2. *Личная представительность*. В ранних работах, посвященных харизме, обычно выделялись ораторские способности лидера. В более поздних — способности создать верный образ на телевидении. Оно заземлено на визуализации, хотя и не связано напрямую с физической привлекательностью личности. Вряд ли Путин привлек к своей фигуре голоса простыми смотринами, но его телевизионный образ спортсмена, возможно, сделал его более притягательным не только в глазах женщин.

3. *Machismo.* Харизма обычно выступает мужской формой нарратива-символизма. В то время как женщины могут символизировать политические идеи, харизма больше ассоциируется с действием, героикой и т.п. (часто с войной или кризисом). Муссолини представлял в этом отношении классический пример, хотя богоподобный образ Гитлера показывает, что фашистские лидеры не обязательно принимают образ machismo. [22]

3. *Нарративы* о жертвенности и борьбе. Харизматики обычно рассказывают истории, в которых они вынуждены были преодолевать трудности и/или приносить большие жертвы. Здесь открывается возможность для non-machismo мужчин (таких, как Босси) конструировать притягательный дискурс. Жириновский показал блестящий образец в этом деле, поведав публике о своем безрадостном детстве с постоянными лишениями и унижением. Нескрываемое использование православных тем рассчитано на усиление чувства мессианизма и жертвенности.

4. *Цели подключения, или цели идентичности*. Г.Гарднер относительно лидерства считает, что "лидеры и аудитория пересекаются во многих историях, но основная история имеет дело с вопросами идентичности. Тот лидер, который преуспел в выражении новой версии истории данной группы, оказывается наиболее действенным…Большинство лидеров в этом исследовании выдвигали истории, которые имели подключающий эффект, побуждали индивидов думать о себе как о части более широкого сообщества". Более того, для лидера типичны своего рода обрамления истории, которую он пытался рассказать. Гитлер добивался создания великой Германии, будучи сам австрийцем по происхождению. Жириновский вырос в бедности на маргиналиях общества в Казахстане.

5. *Категории "друг-враг" (манихейство)*. Хотя хариматические лидеры обычно стремяться к (во)созданию чувства общности, важной частью их вооружения выступает выискивание врагов. В одних случаях это внутренние враги, не являющиеся элементом подлинного общества. Такова гитлеровская демонизация евреев. В других — внешние враги. Для Жириновского врагом иногда бывали евреи, хотя более заметной фигурой в его демонологии выступали США. [28]

6. *Активизм сторонников*. Харизматики склонны ожидать поддержки от своих сторонников. Необязательно, чтобы этому помогали институты, подобные комунистической или нацистской партии. Харизматические лидеры ожидают, что их сторонники возьмут судьбу в свои руки. Жириновский, к примеру, использует всяческое подчеркивание роли молодежи в осуществлении предначертаний России. Открыто или скрытно лидеры данного типа поощряют прозелитизм при помощи истинно верующих.

Важно заметить, что дискурс и символы могут иметь различные эффекты в определенной аудитории. Гитлер не принимал образ a machismo, однако это не мешало тысячам женщин регулярно направлять ему, уже ставшему канцлером, письма с предложениями себя. Не ясно также, какой дискурс наиболее действенен. Привлекает ли Жириновский голоса избирателей из-за его machismo, или благодаря его более скромным рассказам о борьбе, или его видению новой великой России. Тем не менее, представляется ясным, что исследование харизматического лидерства не должно быть односторонним. [22]

Соответственно, можно выделить рабочие категории, согласно которым будет определено, является ли Михаил Касьянов харизматическим лидером и впоследствии построена дискурс-модель. Такими категориями являются (см. приложение №5):

1. многообразие;
2. противоречивость;
3. интенсивность;
4. современность;
5. привязанность к национальной почве;
6. сильная позиция в гендерном аспекте;
7. самоидентификация (наличие сильного "я");
8. наличие особой миссии и ее качественная характеристика;
9. наличие предмета разговора с учетом аудитории;
10. ораторские качества (использование всего арсенала риторических приемов);
11. владеет жанром интервью (интеракция в межличностном общении);
12. умение коммуницировать идеи;
13. интерактивность (контакт с аудиторией).

Харизматический лидер – это лидер, обладающий очень многими, в том числе противоречивыми качествами, среди которых интерактивные, позволяющие оказывать сильное влияние на аудиторию. Его качества проявляются в нем достаточно сильно и это осознается другими, благодаря чему он сразу же выделяется из общей массы людей. Это человек состоявшийся, демонстрирующий уверенность в себе, владеющий ситуацией, к тому же, он обладает четким видением перспективы. Он имеет определенную, четко очерченную, выдающуюся, ценностно-высокую миссию. Это лидер, проецирующий себя в реальность и общество посредством запоминающейся жизненной истории. Это лидер, знающий, что и зачем делает, он своими идеями освещает людям путь. Все это он успешно коммуницирует, легко устанавливает контакт с аудиторией, обнаруживая при этом необходимые для своего времени ораторские способности и владение наиболее эффективным средством коммуникации.

# Дискурс: основные подходы к интерпретации понятия

Особое внимание исследователей-лингвистов сегодня привлекает функционирование языка, но не столько само по себе, сколько в соотношении с определенными социальными условиями, условиями восприятия информации и т.д. Изменения в общественной жизни, как следствие, влекут за собой изменения информационных технологий, а следовательно, языковые средства выражения в текстах СМК приобретают новую форму, новое значение. Представления событий и их перенос на языковую структуру с учетом социальных ситуаций, когнитивной системы и возникающих риторических отношений более полно отражаются при помощи дискурсивного анализа.

В современной лингвистике дискурс трактуется неоднозначно. Можно выделить несколько подходов к пониманию сущности дискурса:

1. коммуникативный подход: дискурс как вербальное общение (речь, употребление, функционирование языка) либо как диалог, либо как беседа, т.е. тип диалогического высказывания, либо как речь с позиций говорящего в противоположность повествованию, которое не учитывает такой позиции, либо как единство регулярно-коллективного и творчески-индивидуального начал речи;
2. структурно-синтаксический поход: дискурс как фрагмент речи, т.е. образование выше уровня предложения (сверхфразовое единство, сложное синтаксическое целое, абзац, кортеж реплик в диалоге) либо как развернутый смысл текста в сознании получателя речи;
3. структурно-стилистический подход: дискурс как нетекстовая организация разговорной речи, характеризующаяся нечетким делением на части, господством ассоциативных связей, спонтанностью и высоко контектностью;
4. социально-прагматический подход: дискурс как текст, погруженный в ситуацию общения, в жизнь, либо как социально или идеологически ограниченный тип высказывания, например, феминистский дискурс, либо как особый "язык в языке", выражающий особую ментальность и имеющий свои тексты.

Выделенные подходы отчасти взаимодополнительны, отчасти взаимопротиворечивы. Вызывает возражение как очень широкое, так и очень узкое понимание дискурса: в первом случае один из терминов избыточен (либо речь, либо дискурс), во втором случае мы сталкиваемся с типом дискурса, ограниченным по социальным, жанровым, дейктическим признакам. Понятие "дискурс" осмысливается, как можно видеть из приведенных подходов к данному феномену, в связи с понятиями "речь" и "текст". Дискурс как коммуникативное явление – это промежуточное образование между речью как вербальным общением, как деятельностью, с одной стороны, и конкретным вербализованным текстом, зафиксированным в ходе общения – с другой. В более простом противопоставлении дискурс понимается как коммуникативный процесс, а текст – как результат этого процесса, либо дискурс как устное, а текст как письменное речевое произведение, либо дискурс как диалог, а текст как монолог, либо дискурс как достаточно длинное, а текст как достаточно короткое речевое произведение.

Важно отметить то обстоятельство, что структурно-синтаксический подход к тексту в известной мере противоречит всем остальным, поскольку зиждется на структурном понимании языка, а другие концепции основаны на коммуникативном (деятельностном, прагматическом) понимании. Попытка совместить эти подходы в единой модели представлена в работе И.Э. Клюканова, который разграничивает пять типов единиц:

1. речевые единицы (единицы речевой деятельности);
2. высказывание и текст (единицы членения текста, "застывшие" синтаксические корреляты речевых действий);
3. пропозиции и фреймы (сложные когнитивные образования, "застывшие" семантические корреляты речевых действий);
4. речевые акты (коммуникативные единицы, "застывшие" прагма-семантические корреляты речевых единиц);
5. интеракции (единицы языкового общения, микро- и макродиалоги, которые представляют собой обмен речевыми действиями).

Социально-прагматический подход к дискурсу не противоречит структурно-стилистическому походу, а переакцентирует внимание исследователей: в соответствии с основной задачей прагмалингвистики в центре внимания оказывается речевое действие, участниками которого выступают определенные типы языковых личностей, действующие в рамках определенных обстоятельств и условий общения. В рамках этого подхода можно выделить два типа дискурса:

1. Личностно-ориентированный. Коммуниканты раскрываются во всей полноте своего внутреннего мира.
   1. Бытовой дискурс – диалогическое общение между хорошо знающими друг друга людьми.
   2. Бытийный дискурс – это раскрытие своего внутреннего мира не в "пунктирном" исполнении, а с максимальной полнотой и точностью выражения, достигаемого в художественном тексте и, вероятно, в философской и психологической интроспекции.
2. Статусно-ориентированный. Коммуниканты раскрываются только как представители социальных групп, а если говорить о сложившихся общественных институтах, то как представители этих институтов.
   1. Ситуативно-ролевой дискурс – это вербальное поведение в соответствии с ожиданиями людей по определенным моделям
   2. Институциональный дискурс сводится к образцам вербального поведения, сложившимся в обществе применительно к закрепленным сферам общения. [3]

# Политический дискурс

Изучением политического дискурса занимаются политологи, психологи, философы, социологи, экономисты, специалисты по теории коммуникации, лингвисты. Многие исследователи считают, что политическое мышление, политическое действие и языковая форма находятся в тесном единстве, тем самым, признавая, что политический дискурс является объектом междисциплинарных исследований. [7]

Среди исследователей нет общепринятого определения языка политики. В лингвистической литературе наряду с понятием "политический дискурс" (Е.И. Шейгал, А.Н. Баранов) употребляются дефиниции "общественно-политическая речь" (Т.В. Юдина), "агитационно-политическая речь" (А.П. Чудинов), "язык общественной мысли" (П.Н. Денисов), "политический язык" (О.И. Воробьева).

В лингвистической литературе существует широкое и узкое понимание политического дискурса. В широком смысле, дискурс - это:

- любые речевые образования, субъект, адресат или содержание которых находится в сфере политики; [6]

- сумма речевых произведений в определенном паралингвистическом контексте – контексте политической деятельности, политических взглядов и убеждений, включая негативные ее проявления; [5]

- совокупность дискурсивных практик, идентифицирующих участников политического дискурса как таковых и формирующих конкретную тематику политической коммуникации. [4]

В качестве языкового материала могут быть публикации в СМИ, материалы специализированных изданий на различные темы, касающиеся аспектов политики. При таком подходе исследование политического дискурса включает в себя рассмотрение всех семиотических систем искусства.

Некоторые исследователи понимают дискурс как язык публичной сферы. Таким образом, политический дискурс – это актуальное использование языка в социально-политической сфере общения и, шире, в публичной сфере общения (это определение дискурса будем считать рабочим). Принадлежность текста к числу политических определяется как его тематикой, так и его местом в системе политической коммуникации. [3]

Узкого определения политического дискурса придерживается, в частности, Т. ван Дейк. Он считает, что политический дискурс – это класс жанров, ограниченный социальной сферой, а именно политикой. Правительственные обсуждения, парламентские дебаты, партийные программы, речи политиков – это те жанры, которые принадлежат сфере политики. Политический дискурс – это дискурс политиков. Также ученый отмечает, что политический дискурс в то же время является формой институционального дискурса. То есть, дискурсами политиков считаются те дискурсы, которые производятся в такой институциональной окружающей обстановке, как заседание правительства, сессия парламента, съезд политической партии. Высказывание должно быть произнесено говорящим в его профессиональной роли политика и в институциональной обстановке. [3]

Австрийский лингвист Р. Водак утверждает, что "политический язык находится как бы между двумя полюсами – функционально–обусловленный специальным языком и жаргоном определенной группы со свойственной ей идеологией. Поэтому политический язык должен выполнять противоречивые функции, в частности, быть доступным для понимания и ориентированным на определенную группу". [2]

Основной функцией политического дискурса многие лингвисты считают убеждающую. Как справедливо отмечает П.Б. Паршин, "всякий тест оказывает воздействие на сознание адресата с семиотической точки зрения. Но для политического текста речевое воздействие является основной целью коммуникации, на достижение которой ориентируется выбор лингвистических средств". [1]

**Дискурс-модель и дискурсивные категории**

Рассмотрим дискурс-категории, которые могут быть составляющими дискурс-исследования и использованы в процессе построения дискурсивной модели харизматического лидера. Этими категориями являются отражающие и констатирующие адресанта, адресата, само сообщение с учетом его предметного контекста и сообщение с учетом его языкового контекста.

Социальная реальность (кортеж-специфирующая)

АДРЕСАНТ → СООБЩЕНИЕ → АДРЕСАТ

Знаковая реальность (код-специфирующая)

Все эти позиции мы прочитываем как элементы содержания дискурса, исходя из следующей логики: текст занимает не только центральное положение в данной модели, но и основное, ибо, прочитываемый как дискурс, он неизбежно включает в себя субъектную ситуацию общения. Последние значимы не только сами по себе, но и во взаимодействии. Отсюда мы строим четыре группы категорий: адресант-идентифицирующие, адресат-идентифицирущие, кортеж-идентифицирующие и код-идентифицирующие.

В первой группе - адресант-идентифицирующие категории (см. приложение №1) – доминирует, как мы полагаем, дискурс-категория "самоидентификация". То, как лидер подает себя: как называет и как интерпретирует, развивает это название; какие роли себе приписывает; видит себя в ареоле или действий, поступков, а может быть, результат своей деятельности, реального или проецированного в будущее – миссии; в какие временные и пространственные рамки себя вписывает. Именно эти категории, как мы полагаем, следует декодировать адресату, чтобы осознать и понять масштаб того человека, с кем он общается, его тип.

Во второй группе – адресат-идентифицирующей категории (см. приложение №2) – доминантой является дискурс-категория "аудитория". Реконструкция аудитории из текста адресанта возможна с опорой на то, как он называет адресата, как к адресату непосредственно обращается, а также в определенной степени с опорой на то, какое речевое поведение избирает для общения с ним: насколько последователен он в стиле, тональности общения, какими реляционными коммуникативными стратегиями пользуется – нападает или защищается, а быть может, просто презентует себя перед данной аудиторией, демонстрирует свои качества, поступки.

Третья группа – кортеж-идентифицирующие категории (см. приложение №3) – категория "направленная информация". Предмет общения у политика всегда должен быть согласован с возможностями аудитории. Понятно, что для того, чтобы не утомлять аудиторию и в то же время сделать текст насыщенным, адресант стремится актуализировать такие дискурс-категории, как интертекстуальность, интерсобытийность, интерсубъективность. В противном случае эти категории останутся абстрактными, ничего не значащими, т.е. пустыми для аудитории словами.

Рассмотрим четвертую группу дискурс-категории, ведущей в которой является как мы полагаем корреляция "миф-реальность" (см. приложение №4). Каждый лидер конструирует не только себя, свою аудиторию и строит свой кортеж. ОН также строит "свой" язык, т.е код общения с аудиторией. Декодируя код, мы выясняем, стоит ли лидер на земле или витает в облаках, уводя за собой аудиторию. Он может подыгрывать аудитории, эксплуатируя ее эмоции, заговорить ее языком или заставить ее говорить на своем языке. Он может диктовать ей свое видение реальности или воспринимать ее вместе с ней. Код – это мера долговечности политика, его силы и готовности удержать власть.

Таким образом, мы видим содержательные категории, заложенные в основании функционирования дискурса и посредством которых будет выстроена дискурс-модель харизматического лидера. [9]

**Дискурс-модель харизматического лидера на примере личности Михаила Касьянова**

Материалом для нашего анализа послужили публикации и сообщения РИА "Новости", сайта www.lenta.ru, официального сайта Михаила Касьянова www.kasyanov.ru и интервью на радио "Эхо Москвы" от 19 декабря 2005 года.

При построении дискурс-модели мы пользовались системой четырех дискурс-категорий: адресант-идентифицирующие, аудитория-идентифицирующие, код-идентифицирующие, кортеж-идентифицирующие. Так, дискурс-модель Михаила Касьянова можно представить следующим образом.

Михаил Касьянов – экс-премьер РФ, сейчас – кандидат в президенты РФ. Абсолютно ориентируется в российской ситуации и положении России в мире, отношении к ней. Аналитик. Четко продвигает свою идею по созданию демократической партии и гражданского общества и объединению вокруг одного кандидата в президенты. Верит в то, что люди начинают осознавать проблемы страны и жизни в целом и предлагает варианты решения этих проблем, хотя и не полностью сформулированные, заряжает энергией и верой в идею. В обращениях целевая аудитория представлена как все интеллигентное население РФ. Констатирует реальное положение дел и создает определенную модель ситуации, которую он хочет создать в стране. Говорит понятно, правильно, без диалектизмов, использует в основном официально-деловой стиль, когда говорит об общечеловеческих проблемах использует художественный стиль. Демонстрирует энциклопедичность знаний, использует положения законов и Конституции для подтверждения своих мыслей. К аудитории настроен положительно, постоянно наряду с "я" использует "мы", имея в виду тех людей, которые готовы создавать гражданское общество вместе с ним.

**Адресант-идентифицирующие категории**

|  |  |
| --- | --- |
| Дискурс-категории | М. Касьянов |
| Самоидентификация | Четко позиционирует себя как политика, который разбирается в ситуации в стране и имеет собственное мнение |
| Время | Экс-премьер в прошлом, кандидат в президенты в настоящем, президент в будущем |
| Пространство | Страна и отношения с миром |
| Миссия | Создание объединения демократических либералов России вокруг одного кандидата в президенты |
| Атрибутивность | Точен, конкретен, понятен, логичен |
| Деятельность | Деятельность аналитическая и оценочная |
| Роль | Создатель гражданского общества |

**Аудитория-идентифицирующие категории**

|  |  |
| --- | --- |
| Дискурс-категории | М. Касьянов |
| Аудитория | Высоко оценивает способности, возможности и знания российского народа |
| Целевая аудитория | Ориентирован на людей мыслящих, интеллигентов, у которых есть желание изменить ситуацию в стране и повысить уровень жизни как в экономическом, так и моральном плане |
| Регуляционная коммуникативная стратегия | Отношение "я также как и вы хочу жить "по-нормальному" в стране, которая ценит личность, ее права и свободы" |

**Кортеж-идентифицирующие дискурс-категории**

|  |  |
| --- | --- |
| Дискурс-категории | М. Касьянов |
| Направленная информация | Обращения к интеллигентному населению России, информация дается понятно, логично, с вариантами решения проблем, которые сам может не принимать |
| Коммуникативная стратегия (КС) | Русские люди должны сами понять, что и как нужно изменить, а он готов быть транслятором и реализатором этих идей (демократическая партия) |
| Предметно-ориентированные КС | Тщательный анализ проблемы и вариантное решение в зависимости от интересов россиян |
| Кортежная КС | Объединение в рамках демократической партии и совместное решение проблем |
| Контакт с аудиторией | Аудитория не включена непосредственно, четкой программы для разных целевых аудиторий нет |
| Интертекстуальность | Энциклопедичность речи, знание законов, Конституции, элементы фольклора как таковые отсутствуют. Речь не академичная, подбирает слова. |
| Интерсобытийность | Абсолютное знание ситуации в стране и мире |
| Интерсубъективность | От конкретных проблем, фактов, мыслей переходит к общечеловеческим понятиям и апеллирует к ним |

**Код-идентифицирующие дискурс-категории**

|  |  |
| --- | --- |
| Дискурс-категории | М. Касьянов |
| Корреляция "миф-реальность" | Констатация реальных фактов в первую очередь, и создание определенного мифа в отношении строя в стране |
| Риторическая практика | Использует заявления, противопоставления (настоящая ситуация и будущая), ирония |
| Дискурсная практика | Говорит четко, по теме, немногословен, речь информационно насыщена. |
| Лингвистический статус | Речь престижная, язык русский, без диалектизмов |
| Энциклопедические знания | Знания энциклопедические, законы, Конституция |
| Правильность речи | Речь правильная, немаркированная |
| Вариант языка | Престижный вариант русского языка |
| Стилистический диапазон | Стилистика в основном официально-деловая, также наблюдаются элементы художественного стиля |
| Интерактивность | Демонстрирует готовность к общению, но в то же время, держится на определенной дистанции |
| Невербальное поведение | - |
| Открытость/закрытость | Ориентируется по ситуации, какой стиль общения будет наиболее актуален, к аудитории расположен доброжелательно |
| Степень активности адресанта в коммуникации | На вопросы отвечает активно, иногда отходит от темы, но без ответа вопрос не оставляет |

Политическое лидерство с точки зрения дискурсных позиций – это отношение, актуализирующее взаимодействие лидера и его аудитории. Лидер должен идентифицировать себя, свой электорат, определить отношение к "своим" и "чужим", должен чувствовать силы на мобилизацию людей. Лидер должен закрепить за собой определенные качества, характеристики, тенденции развития как самого себя, так и общества. Особенно это касается харизматического лидерства в сфере политики, так как именно такой тип лидера ориентирован на высшие должности в государстве и создание новой политики, стратегии развития. Анализ дискурсивных практик позволяет определить тактику позиционирования политика в СМИ и, соответственно, восприятие созданного образа общественностью.

**Заключение**

Коммуникация в политической сфере предполагает постоянный процесс передачи политической информации, посредством которого политические тексты циркулируют между различными элементами политической системы, а также между политической и социальной системами. [3]

Одной из значимых форм политической коммуникации является политический дискурс, через который передается информация об основных субъектах коммуникации - личности политиков. Поэтому с точки зрения дискурсивного анализа необходимо обратить особое внимание на содержание текста, погруженного в социальный контекст, так как именно через текст происходит восприятие личностных, деловых, профессиональных качеств политиков.

Проведенное в курсовой работе исследование своей целью ставило определение типа харизматического лидера личности Михаила Касьянова через содержание дискурс-категорий. Ориентируясь на те результаты, которые мы получили при анализе, можно сказать, что Михаил Касьянов является примером дворцовой харизмы, то есть он обладает способностью привязывать к себе ближайший круг последователей, но не обладает способностью привязывать к себе массы людей. Основными показателями, на основании которых был сделан такой вывод, стали категории аудитория-идентифицирующие, среди кортеж-идентифицирующих - категории направленной информации и контакта с аудиторией.

Таким образом, можно сказать, что цель курсовой работы достигнута, задачи решены, гипотеза подтверждена.

Данная работа – одна из тех, которые представляют политиков такими, какими воспринимает их широкая аудитория. Глядя на политика, слушая его, общественность строит свое представление о политике и, подчиняясь этому представлению, голосует. [3]

**Список литературы:**

1. Паршин П.Б. Лингвистические методы в контекстуальной реконструкции // системные исследования – 1986. – М.,1987., с. 403.
2. Водак Р. Специальный язык и жаргон: о типе текста "партийная программа" // Язык. Дискурс. Политика. – Волгоград, 1998.
3. Киуру К.В. Публичная коммуникация: дискурсивные практики и коды / К.В. Киуру, С.В. Меньшенина, Е.Н. Пескова, Е.В. Пономарева, Е.П. Соколова. – Челябинск: Изд-во Южно-Уральского гос. ун-та, 2005. – с. 3-11, 81-98.
4. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику. – М.,2001, с. 246.
5. Герасименко Н.А. Информация и фасцинация в политическом дискурсе // Политический дискурс в России – 2. – М.,1998, с. 24.
6. Шейгал Е.И. Семиотика политического дискурса. – Волгоград, 2000, с.23.
7. Баранов А.Н. Введение в прикладную лингвистику. – М.,2001, с. 245.
8. Ожегов С.И. и Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений/российская АН.; Российский фонд культуры; - 2-е изд., испр. и доп. – М.:АЗЪ,1995. – 319 стр.
9. Киуру К.В. Дискурсивная модель имиджа политика. – СПб.: Роза мира, 2005. – 90-98 с.
10. Язык. Познание. Коммуникация. М.: Прогресс, 1989, с. 72.
11. Г.Г. Почепцов Теория коммуникации. – М., 1998. – с. 352.
12. Мескон М.Х. , Альберт М., Хедоури Ф. “Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело , 1998. – с .185.
13. Соколова И. В. Социальная информатика и социология: проблемы и перспективы взаимосвязи. М. 1999.
14. Р. Сеннет. Падение публичного человека. М.: Логос, 2002. С. 305–335.
15. Вебер, Макс. «Политика как призвание и профессия» // М. Вебер «Избранные произведения». М., 1990. C. 646.
16. Козловски, Петер. «Очерки персоналистической философии». СПб, 1997. C. 171.
17. Козловски, Петер. «Очерки персоналистической философии». СПб, 1997. C. 206.
18. Козловски, Петер. «Очерки персоналистической философии». СПб, 1997. C. 209.
19. Филиппов А. Ясность, беспокойство и рефлексия: к социологической характеристике современности // Вопросы философии. 1998. № 8.
20. Фреик Н. Политическая харизма: обзор зарубежных концепций // Социол. обозр. 2001. Т. I. № 1.
21. Социологические исследования, № 12, 2003 г.
22. Итвел Р. Возрождение харизмы? Теория и проблемы операционализации понятий // Социол. исслед. 2003. № 3.
23. Куницина В.Н. и др. Межличностное общение. Учебник для вузов. СПб.: Питер, 2001. С. 161.
24. Кравченко И.И. Власть и общество // Власть: Очерки современной политической философии Запада. М., 1989.
25. Кравченко И.И. Рациональное и иррациональное в политике // Вопросы философии. 1996. № 3.
26. Шпакова Р.П. Легитимность политической власти // Макс Вебер, прочитанный сегодня. СПб., 1997. С. 190 - 200.
27. Ольшанский Д.В. Массовая психология и политическое поведение // Вопросы философии. 1995. № 4.
28. Алексеева Т-А. Личность и политика в переходный период: Проблемы легитимности власти // Вопросы философии. 1998. № 7. С. 59
29. www.viu-online.ru
30. http://www.sociologica.ru
31. www.inosmi.ru
32. www.lenta.ru