

ИМИДЖ ПОЛИТИЧЕСКОГО ЛИДЕРА ВЬЕТНАМА В РОССИЙСКИХ СМИ

Ле Лан Нгок

*Российский государственный социальный университет; Российский университет дружбы народов
rus.lanngoc@gmail.com*

IMAGE OF VIETNAM'S POLITICAL LEADER IN RUSSIAN MEDIA

Le Lan Ngok

Summary. Modern society is characterized by a high degree of instability. On the one hand, this is due to the peculiarities of the transitive stage of development of society. On the other — the processes of global transformation that affect the country as part of the world community. As historical experience shows, during periods of social instability the role of random factors and their impact on the social system increases. One of these factors is often the activity of a certain historical person who has outstanding abilities. Precisely to number of such prominent personalities blamed so-called «charismatic», which empowered, according to their followers, extraordinary abilities. The actions of such persons are often unpredictable, but for the stable existence of society it is necessary to identify such people, study and predict their impact on social processes. Accordingly, the main objectives of this article is to determine the main characteristics and features of the charismatic leader of Vietnam in the Russian media, to identify the factors affecting the degree of political charisma.

Keywords: political leader, image, charismatic leader, global transformation, social system.

Аннотация. Современное общество характеризуется высокой степенью нестабильности. С одной стороны, это обусловлено особенностями транзитивного этапа развития общества. С другой — процессами глобальной трансформации, которые влияют на страну как на часть мирового сообщества. Как показывает исторический опыт, в периоды социальной нестабильности усиливается роль случайных факторов и их влияние на социальную систему. Одним из таких факторов часто выступает деятельность определенной исторической личности, которая обладает выдающимися способностями. Именно к числу таких выдающихся личностей относят так называемых «харизматиков», которые наделены, по мнению их последователей, чрезвычайными способностями. Поступки таких лиц часто непредсказуемы, однако для стабильного существования общества необходимо выявлять таких людей, изучать и прогнозировать их влияние на общественные процессы. Соответственно, основными задачами данной статьи является определение основных характеристик и особенностей харизматического лидера Вьетнама в российских СМИ, выявление факторов, влияющих на степень политической харизматичности.

Ключевые слова: политический лидер, имидж, харизматический лидер, глобальная трансформация, социальная система.

В истории философии прослеживается постоянный интерес к так называемым выдающимся личностям. Первый шаг в изучении этого феномена был сделан уже античными философами (Платоном, Аристотелем и др.). Древние мыслители пытались выявить источник возникновения этого качества. Представители следующих эпох тоже обращались к проблеме исключительных личностей. Здесь можно вспомнить произведения Н. Макиавелли и Дж. Вико (в эпоху Возрождения), Т. Гоббса, Ж.-Ж. Руссо, Канта, Г.В.Ф. Гегеля и Л. Фейербаха (классический период развития философии), Ф. Ницше, А. Бергсона, Дильтея и Х. Ортеги-и-Гассета (в постклассическую эпоху). В частности, Ницше анализировал источник одаренности «сверхлюдей», их внутриличностные особенности и ценностные ориентации. М. Вебер в своей работе «Хозяйство и общество» обратился к анализу роли харизматичной личности в истории человечества. М. Вебером также были заложены концептуальные основы теории харизматической личности и ее взаимосвязей с остальной частью социума.

Харизматичные деятели привлекают внимание и современных зарубежных и отечественных исследо-

вателей. Например, С. В. Пахомов изучает особенности деятельности харизматической личности в религиозной сфере; К. С. Гаджиев и О. Сосланд исследуют особенности деятельности носителей харизмы в сфере политики; А. Калабин изучает специфику эффективного лидерства и управления крупными организациями, а В. И. Спиридонова рассматривает роль харизматической личности в условиях нестабильных обществ и тому подобное.

Общественное сознание неоднозначно воспринимает феномен харизматического лидерства. Различные социальные слои, выделяя из своих рядов лиц с харизматическими способностями, ставят к ним собственные, часто противоречивые требования. Если одни видят в определенном харизматическом человеке мессию, способного указать человечеству, которое заблудилось, выход из сложной ситуации, то другие считают ту же лицо шарлатаном или сумасшедшим. Поэтому феномен харизматического лидерства требует философского и научного анализа. В частности, следует исследовать как причины возникновения харизмы, так и способы проявления харизмы в общественной среде.

М. Вебер, который первым начал научное исследование феномена харизматического лидера, предложил следующее определение харизмы: «харизмой следует называть качество личности, признаваемое необычайным, благодаря которому оценивается как одаренная сверхъестественными, сверхчеловеческими или, по меньшей мере, специфически особыми силами и свойствами, не доступными другим людям. Она рассматривается как посланная Богом или как образец» [2, с. 92].

Современные исследователи отмечают, что харизма имеет несколько структурных компонентов: психологический, коммуникативный, имиджевый и мистический. Психологическая составляющая — это структура личности человека, комплекс черт его характера, привычек и т.д. Эту составляющую трудно менять, она дается человеку от природы. Коммуникационную составляющую можно усиливать, развивая навыки общения. Возможно, например, научиться публично выступать, «зажигать» и вдохновлять людей во время своих выступлений, выстраивать специфические отношения внутри коллектива — систему подчинения и реализации власти. Имиджевая составляющая — это то, что о лидере думают люди, на которых он пытается повлиять. Она наиболее легко меняется даже в короткие промежутки времени.

Харизматический лидер всегда должен сохранять внешнее спокойствие, ему нельзя демонстрировать свою слабость и обычные человеческие эмоции. Гневный крик, истерика, паника явно не относятся к поведенческому арсеналу лидера, у которого ситуация всегда под контролем. К тому же харизматическому лидеру запрещено жаловаться. Сетую на несправедливость судьбы или на нерадивого подчиненного (коллегу), он убивает уважение к себе в глазах своих сторонников.

Харизматический лидер всегда отбирает среди своих сторонников нескольких человек, на которых может положиться в сложной ситуации. Это ближайший круг составляет от трех до десяти человек, которые непосредственно общаются с лидером, только от него получают приказы и только перед ним отчитываются. Основная функция таких лиц — трансляция харизматической пропаганды лидера вниз по ступенькам иерархии группы и во внешний мир.

Возникает вопрос — харизма является естественной способностью, или приобретается в течение жизни? Традиционно, со времен Вебера, сложилось мнение, что она является врожденным качеством. Но в современном социальном пространстве появились различные тренинги, семинары, книги, которые

учат как за определенный промежуток времени стать харизматичным. Дело в том, что можно создать имидж с помощью формальных приемов или средств массовой информации.

Харизма является определенным даром (одаренностью), однако она, как и любое другое человеческое качество, может быть обнаружена в слабой, средней или в большой степени. Есть харизма у определенного человека или нет, могут определить лишь те люди, которые ее окружают. Если же перед нами стоит задача определить, есть ли харизматическая пропаганда, то мы должны ответить на следующие вопросы:

- ◆ Пользуется он уважением у своих подчиненных?
- ◆ Способен ли он убедить людей в своей правоте?
- ◆ Обеспечивает ли защиту своему окружению?
- ◆ Что видят в нем люди, которые его окружают?
- ◆ «Горят ли у него глаза», когда он говорит о цели своей организации?

Каждое «да» из этого списка можно оценить в «двадцать харизматичных процентов». Если ответы на все вопросы положительные, тогда можно сказать, что харизматическая пропаганда присутствует в полной мере. Проявление харизматической пропаганды осуществляется по алгоритму, для запуска которого она должна иметь факторы, которые требуют ситуация, усиливаться энергией и восприниматься другими людьми. Она постоянно должна подкрепляться успехами, иначе происходит ее рутинизация, то есть харизматическая пропаганда становится чем-то обыденным, обычным в глазах общественной массы. Харизму укрепляет борьба за власть, которая реализуется через преодоление препятствий и кризисов. И, соответственно, она ослабляется после того, как ситуация нормализуется. Поэтому, если харизматический лидер хочет сохранить авторитет в течение длительного промежутка времени, то он «должен создать упорядоченную социальную структуру и обслуживающую ее систему законов» [7, с. 19].

Если рассматривать конкретные примеры харизматического лидера, то нельзя не упомянуть вьетнамского лидера Хо Ши Мина. Если рассматривать имидж Хо Ши Мина в российской прессе, то можно увидеть, что он представляется образованным человеком, который радует за свою родину.

Также, Хо Ши Мин показывается как прогрессивный лидер, который смотрит в будущее и настойчиво к нему идет. В колледже он присоединился к патриотической кампании и активно участвовал в антиколониальной демонстрации. Хо Ши Мин верил в пропаганду французов, что именно их культура максимально подходит для того, что сделать Аннам свободным.

С 1925 года в течение двух лет Хо Ши Мин работал переводчиком советского консульства в Кантоне (Китай). Именно в этот период он организовал Товарищество революционной молодежи Вьетнама.

В 1941 году в оккупированном японцами Индокитае Хо Ши Мин основал и возглавил Лигу борьбы за независимость Вьетнама (Вьетминь), которой удавалось сотрудничать с Управлением США (предшественником ЦРУ) и с Китаем против Японии. После капитуляции Японии в 1945 году Вьетминь взял власть в Индокитае в свои руки, а главой независимого правительства Индокитая стал Хо Ши Мин.

Будучи премьер-министром Северного Вьетнама в 1946–1955 годах, Хо Ши Мин находился под контролем коммунистов Национальному фронту освобождения Южного Вьетнама в его борьбе за свержение правительства на Юге, которое поддерживали США. В 1955 году Хо Ши Мин стал президентом Северного Вьетнама. Ему удалось лавируя между СССР и Китаем, получать помощь от обоих государств, несмотря на разногласия между Москвой и Пекином.

В 1959 году снова начался вооруженный конфликт, так как коммунистические партизаны, известные как Вьетконги, начали наносить удары по целям (включая военные объекты США) в Южном Вьетнаме. Вьетконг обратился за помощью к Северному Вьетнаму, и в июле центральный комитет Хо Лао Донга (Рабочая партия) проголосовал за то, чтобы установить социализм на Севере для объединения с Югом.

На этом же заседании Хо уступил свою позицию генерального секретаря партии в Ле-Дуань. Он оставался номинально главой государства Северного Вьетнама во время войны во Вьетнаме, но занял более закулисную роль. Для его людей «дядя Хо» также оставался важным символом объединения Вьетнама. США продолжали наращивать поддержку Южного Вьетнама, направляя экономическую помощь и начиная с декабря 1961 года — военные войска. Американские воздушные удары по Северному Вьетнаму начались в 1965 году, а в июле 1966 года Хо послал народу страны сообщение о том, что «ничто так не роднит сердце вьетнамцев как независимость и освобождение». Это стало девизом северо-вьетнамского дела.

С началом бомбардировок американцами Северного Вьетнама в 1965 году, Хо Ши Мин занял позицию борьбы и отказа от любых переговоров в условиях продолжения военной агрессии. В стране он стал символом борьбы за независимость, будучи политиком, оказав наибольшее влияние на ход истории Вьетнама и всего национально-освободительного движения XX века.

Одновременно с этим Хо Ши Мин оставался достаточно скромным и непривередливым человеком. Возможно, именно это привлекало к нему внимание народа: смесь сильного лидера, который готов для своего народа на все и одновременно аскетичность и отказ во благих для самого себя.

Заключение

Харизматичная личность всегда стремится захватить лидерские позиции. Лидер-харизматик всегда человек протестующий, который стремится изменить ситуацию, выполняет функцию преобразователя мира. Харизматичная личность предлагает свое собственное понимание иерархии ценностей, морали и идеологии. Харизматический лидер, служит самому себе, он одновременно он является слугой какой-то чрезвычайной («сверхценной») идеи и вождем той группы, которая за ним движется. Такой лидер отказывается от жизненных радостей и благ ради воплощения в жизнь своих желаний и идей. Но, вместе с тем, нельзя быть харизматичным лидером для всех людей сразу, и такой индивид становится авторитетом для большей или меньшей группы, выступающей оппозицией относительно других групп, и стремится навязать им свои цели.

Для проявления харизматичного лидера необходимо, чтобы в обществе была проблемная ситуация, и чтобы к способу выхода из этой проблемной ситуации правящей элитой общества значительная часть населения относилась критически. В таком случае харизматичный лидер рассматривается его последователями как проводник из «темного прошлого» в «светлое будущее». Харизматический лидер всегда находится в поисках, он пытается реализовать свою цель любыми средствами, он способен взять и берет на себя ответственность.

Харизматик заинтересован в наличии большого количества последователей, слепо подчиняющихся ему, соответственно, он стремится объединить и сплотить вокруг себя группу или коллектив людей. Но для того, чтобы социальная группа работала на лидера, ему необходимы собственная идеология и четко определена миссия, соответственно, у него должна быть регламентирована цель и задачи. Харизматический лидер является идеальным вождем, за ним следуют не из чувства долга или внешнего принуждения, а потому что верят в него и доверяют ему. Ради таких людей их последователи сами проявляют инициативу, пытаются преодолеть самих себя, поскольку в них подсознательно возникает желание стать такими же великими как их лидеры. Руководствуясь слепой верой в вождя, последователи харизматиков способны на самопожертвование, для того чтобы приблизить приход «светлого будущего».

ЛИТЕРАТУРА

1. Бриза О. Имидж мужчины. — М.: Говорящая книга, 2015. — 120 с.
2. Бухаркова О. В. Имидж лидера. Технология создания и продвижения. Тренинговая программа. — СПб.: Речь, 2017. — 222 с.
3. Горчакова В. Г. Имидж. Искусство и реальность. — М.: Юнити-Дана, 2016. — 280 с.
4. Панасюк А. Ю. Формирование имиджа. Стратегия. Психотехнологии. Психотехники. — М.: Омега-Л, 2016. — 272 с.
5. Перельгина Е. Б. Закономерности формирования имиджа как феномена интерсубъективного взаимодействия. — М.: Айтэкс, 2015. — 160 с.
6. <http://konkurent.ru/article/17124>
7. <https://persons-journal.com/journal/721/761>
8. <https://www.segodnya.ru /krymckie-zabavy-hencekov.html>

© Ле Лан Нгок (rus.lanngoc@gmail.com).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»

