Андрей Олегович Зиновьев

Петербургский государственный университет путей сообщения императора Александра I (Санкт-Петербург)

[azin73@mail.ru](mailto:azin73@mail.ru)

**Политические дискурсы и публичные сферы в отношениях между государствами**

Управление политическими дискурсами предлагается понимать посредством особенностей организаций публичных сфер в различных государствах. Феномен публичной сфере, описанный Юргеном Хабермасом, позволяет понять механизмы создания конкурентоспособной профессиональной журналистики для идеологической борьбы между государствами.

Ключевые слова: публичная сфера, политический дискурс, идеологическая власть, государства.

Управление политическими дискурсами в современном мире осуществляется посредством организации публичной сферы. Немецкий мыслитель Юрген Хабермас предложил свое классическое понимание публичной сферы как сферы взаимодействия государства и общества [1], начиная с эпохи буржуазных революций. Феномен публичной сферы описывает социальное пространство, в котором появились современные СМИ как эффект и продукт общественного мнения в рамках социально интегрированных государств-обществ. Формирование публичных сфер можно понимать как процесс усложнения идеологической власти государства (в смысле Майкла Манна [3]) от государственной церкви к сочетанию профессиональной журналистики, науки и партийных идеологий. Данный процесс был частью процесса рационализации по Максу Веберу. В настоящие время, по мнению Хабермаса [2] и других исследователей, социальные сети сокращают роль профессиональной журналистики и создают условия для популизма партийных лидеров.

Формирование критических публичных сфер в либеральных демократиях можно понимать по аналогии с ключевой ролью Центральных банков в управлении рыночной экономикой посредством денежно-кредитной политики. В условиях межгосударственной конкуренции в Европе было необходимо поддерживать конкурентоспособность государства в экономике и в идеологической сфере. Политическая конкуренция между политическими партиями в идеологической борьбе сохраняла государственный строй и позволяла выявлять удачные идеологические формулы для части политической элиты. Внутренняя конкурентная среда позволяла поддерживать внешнюю конкурентоспособность страны в экономической сфере и в идеологической сфере. Создание идеологической монополии одной партии и формирование плановой экономики возвращение к господству королевского двора в условиях «старого порядка», к монополиям в экономической сфере и в идеологической сфере. Данные монополии снижали общую конкурентоспособность страны. Монополия партийной идеологии означала крайнее упрощение идеологической власти, партийная идеология превращалась в новую политическую религию, а партия – в новую церковь. Вместо процесса рационализации идеологической власти происходил процесс мифологизации идеологической власти. В ходе указанного процесса стиралось ключевое разделение труда между общественными науками, профессиональной журналистикой и партийной идеологией. Общественные науки и профессиональная журналистика превращались в «агитацию и пропаганду» партийной идеологии под руководством партийной бюрократии. Подобные «агитация и пропаганда» были неконкурентоспособны в идеологической борьбе с общественными науками и профессиональной журналистикой, которые существовали в условиях критической публичной сферы и демократического государства. Монополия партийной идеологии вела к явной деградации самой партийной идеологии. Общая деградация монопольной политической партии вела к деградации партийного лидерства и партийной бюрократии. Общая деградация общественных наук вела к деградации военной науки и военного искусства.

По моему мнению, исторический опыт СССР показывает опасность процесса мифологизации идеологической власти государства для конкурентоспособности страны в отношениях с другими государствами. Хотя профессиональная журналистика под давлением социальных сетей находится в сложном положении даже в условиях критических публичных сфер в странах либеральной демократии, само наличие критической публичной сферы необходимо для успешной адаптации профессиональной журналистики к новым реалиям социальных сетей.

Литература

1. Хабермас Ю. Структурные изменения публичной сферы. М., 2016.

2. Хабермас Ю. Новая структурная трансформация публичной сферы и делиберативная политика. М., 2023.

3. An Anatomy of Power: The Social Theory of Michael Mann. Eds. J.A. Hall & R. Schroeder. Cambridge. 2005.