Андрей Олегович Зиновьев

Петербургский государственный университет путей сообщений

azin73@mail.ru

**Идеологическая власть, политические идеологии и профессиональная идеология журналистики**

В работе предложена идентификация профессиональной идеологии журналистики как разновидности либеральной политической идеологии. На основании понятий «идеологическая власть» М. Манна и «публичная сфера» Ю. Хабермаса показана структурная зависимость формирования профессиональной идеологии журналистики от трех основных политических идеологий.

Ключевые слова: идеологическая власть, политические идеологии, публичная сфера, профессиональная идеология журналистики

Журналистика как профессия взяла на себя часть деятельности по реализации идеологической власти в современных обществах, что и позволяет говорить о журналистике как о «четвертой власти». Профессиональная идеология журналистики, по моему мнению, может быть идентифицирована как разновидность либеральной политической идеологии.

Понятие «идеологическая власть» ввел социолог Майкл Манн в рамках своей модели четырех источников социальной власти (идеологическая власть, экономическая власть, военная власть и политическая власть) [2]. Три других источника социальной власти ограничивают возможности идеологической власти и действуют вместе с ней. Если понимать государство как диалектику стратегической рациональности и коммуникативной рациональности в духе Ю. Хабермаса [3], то идеологическая власть и политическая власть относятся к области доминирования коммуникативной рациональности в данной диалектике. В эпоху Средних веков идеологическая власть осуществлялась церковью и христианской религией. Эпоха Просвещения в Европе была эпохой усложнения идеологической власти и ее перехода от религии к науке и политическим идеологиям. Великая французская революция подвела итог эпохе Просвещения и, по мнению Хабермаса [1], окончательно сформировала критические публичные сферы в Европе. Журналистика развивалась в рамках данных критических публичных сфер как посредник между государством и обществом и как средство распространении новых политических идеологий.

По мнению социолога Иммануила Валлерстайна, именно Великая французская революция сформировала три основные политические идеологии современности, причем консерватизм и социализм формировались вокруг либерализма, как критика событий Великой французской революции. Появление критической публичной сферы было связано с возникновением новой конфигурации идеологической власти в виде сочетания современной науки, политических партий с политическими идеологиями и профессиональной журналистики. Кроме того, в рамках идеологической власти сохранили свое влияние религии и многочисленные церкви. По мнению Хабермаса, ключевой теоретик политического либерализма Джон Стюарт Милль в работе «О свободе» выступил также ключевым теоретиком профессиональной идеологии журналистики.

Другие идеологии также влияли на профессиональную идеологию журналистики, но их влияние было вторичным по сравнению с либеральной политической идеологией. Слово «пропаганда» из практик идеологической власти католической церкви перешло в практики идеологической власти марксизма-ленинизма, как иллюстрация к тезису Н. А. Бердяева о религиозном характере идеологии марксизма-ленинизма. Консервативная политическая идеология отчасти разделяет ценности либеральной профессиональной идеологии журналистики. Но представители консервативной идеологии склонны понимать профессиональную идеологию журналистики в духе репрезентативной публичной сферы, то есть как информирование общества о позициях представителей государства, особенно если данные представители являются носителями консервативной политической идеологии.

Таким образом, при наличии влияния на профессиональную идеологию журналистики некоторых ценностей консервативной и социалистической политических идеологий, основу профессиональной идеологии журналистики составляют либеральная политическая идеология и социальные реалии критической публичной сферы (и «буржуазная» наука).

Литература

1. Хабермас Ю. Структурные изменения публичной сферы. М.: Весь мир, 2016.

2. An anatomy of power: The social theory of Michael Mann / J. A. Hall, R. Schroeder (Eds.). Cambridge: Cambridge University Press, 2005.

3. Habermas J. Theorie des kommunikativen Handelns. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1995. Band I.