

шения с другими вещами. Это есть характеристика установления порядка отношений.

### Литература

1. Антология медиафилософии / ред.-сост. В. В. Савчук. СПб. : Изд-во РХГА, 2013. 339 с.
2. Савчук В. В. Топологическая рефлексия. 2-е изд., испр. и доп. М. : Канон + РООИ «Реабилитация», 2012. 421 с.
3. Джон Ло. Объекты и пространства // Социол. обозрение. Т. 5, № 1. 2006. С. 30–42.
4. Савчук В. В. Медиафилософия. Приступ реальности. 2-е изд., испр. и доп. СПб. : Изд-во РХГА, 2014. 350 с.
5. Стародубцева Л. А. Медиум и дистанция // Международ. журнал исследований культуры. 2011. № 3(4). С. 12–16.

УДК 177.5

**Тимофей Алексеевич Гордеевских,**  
студент 2-го курса бакалавриата  
Уральский гуманитарный институт  
Уральский федеральный университет

## **ПРЕДВЕСТНИКИ «ХАЙПА»: ХОРКХАЙМЕР, АДОРНО, ХАБЕРМАС О ПУБЛИЧНОЙ СФЕРЕ**

Макс Хоркхаймер и Теодор Адорно, мыслители неомарксистской «Франкфуртской школы социальных исследований», в первой половине прошлого века писали о проблемах, которые несет человечеству формирующаяся инструментальная рациональность и всеобщая индустриализация. Юрген Хабермас, один из последователей идей школы, предложил свое видение публичной сферы, идеального пространства разумной коммуникации, к реализации которого нужно стремиться человечеству. В статье показано, как эта идея Хаберсмаса наткнулась на описанные ранними «франкфуртцами» проблемы: широкие массы оказались колонизированы безликой «системой», и их рациональность неизбежно

изменилась под влиянием повторяющегося машинного труда. Более того, включившись в публичную сферу, многие субъекты оказались не готовы строить коммуникацию по правилам и сформировали особую зону в публичной сфере — псевдопубличную сферу, которая нашла наиболее яркое выражение в социальных сетях и феномене «хайпа».

**Ключевые слова:** публичная сфера, Франкфуртская школа, инструментальная рациональность, культурная индустрия, коммуникация, «жизненный мир», «системный мир», «хайп».

**Timofey Gordeevskikh,**

2-year student

Ural Institute of Humanities

Ural Federal University

## **FORERUNNERS OF «HYPE»: HORKHEIMER, ADORNO, HABERMAS AND PROBLEMS OF PUBLIC SPHERE**

In the first half of XX age thinkers Max Horkheimer and Teodor Adorno from neo-marksists Frankfurt School wrote about problems brought by the culture industry and instrumental rationality. Jurgen Habermas, follower of «schools» ideas, offer his concept of public sphere as an ideal space of intelligent communication, which humanity needs to realize. However, realization met with fine point, which was expected by early «frankfurters». Public are colonized by faceless «system», and their rationality changed inevitable under the pressure of cycled «machine» work. When included to public sphere, many subjects were not ready to build their communication by rules of public sphere, so they formed special zone of public sphere — pseudo-public sphere, what realizes most in social networks and in “hype” phenomenon.

**Keywords:** Public sphere, Frankfurt School, instrumental rationality, culture industry, lifeworld, systemworld, “hype”.

В современности жизненный мир человека (Lebenswelt) [1] (Ю. Хабермас) постоянно подвергается колонизации со стороны «системы», акторов «системного мира». Уязвимость перед этой колонизацией стала результатом всеобъемлющей индустриализации западных обществ и формирования «культурной индустрии» [2] (М. Хоркхаймер).

Культурная индустрия стала самым агрессивным актором колонизации внутреннего мира, и в эпоху диджитализации мы сталкиваемся с последствиями наиболее агрессивного витка этой «колонизации».

Субъект, постоянно вовлеченный в производство и потребление, не имеет достаточно времени для рефлексии и анализа своих действий, долгосрочного планирования, однако имеет потребность в высказывании мнений, претендующих на значимость. Пространством, где реализуются претендующие на значимость высказывания, представляется публичная сфера (*Offenlichkeit*) [3]. Юрген Хабермас определяет публичную сферу как идеальное, нормоустанавливающее понятие, которое необходимо реализовать, но на пути реализации возникли различные проблемы, одной из которых автор видит формирование псевдопубличной сферы.

Однако благодаря всеобщему школьному образованию и распространению различных медиа широкие массы получили как возможность, так и потребность в постоянном высказывании мнений, претендующих на значимость. Диджитализация всех сфер жизни и всеобщий доступ в Интернет подстегнули эту потребность и качественно изменили ее. Теодор Адорно в «Негативной диалектике» полагает основными категориями тождественное (подавляющее) и нетождественное (индивидуальное) [3]. Тожественность, сведение к тождественному — основная направленность человеческого мышления — выражается в том, что человеческий разум все стремится синтезировать, свести в общее, сводимое, тождественное. Это одна из основных причин формирования «инструментальной рациональности», механизированного мышления, а недостаточность времени, мотивации и инструментов для рефлексии над собственной рациональностью, равно как агрессивность акторов «системы» в навязывании механизированного мышления.

Значение слов «механизированная», «инструментальная» как бы подразумевает логичность, математичность, стратегичность. Однако Хабермас говорит, что, несмотря на доминирование механизированного мышления, стратегическое действие преобладать не стало, дебаты сменились обсуждением ради обсуждения, а не достижения консенсуса.

Псевдопубличная сфера — область публичной сферы, где со стороны субъектов превалирует инструментальная рациональность, об-

суждение происходит ради наращивания темпов обсуждения и ради вовлечения в обсуждение постоянно большего числа субъектов. Это область публичной сферы, где «жизненные» интересы фактически оказались подменены интересами «системы», так как наполняют публичную сферу высказываниями в основном субъекты, наиболее «пострадавшие» от колонизации «системой» — отчуждения жизненного мира. Однако важно отметить, что коммуникативные акты инициируются индивидуальными субъектами, а не институциональной, поэтому псевдопубличная сфера все еще остается частью публичной сферы. По мнению автора, социальные сети во многом существуют по принципу псевдопубличной сферы.

Псевдопубличная сфера также явилась следствием коммерциализации сферы досуга — ее акторам выгодно постоянно наращивать темпы обсуждения и вовлекать как можно большее количество субъектов. Это увеличивает, например, посещаемость ресурса, автором которого является актер-инициатор, и, следовательно, приносит доход в виде продажи определенного продукта, или вследствие монетизации площадок с авторским контентом инициатор получает доход непосредственно от количества людей, высказавшихся определенным образом на инициированную тему либо же просто моральные дивиденды. Описываемое выше явление в своей наиболее яркой форме, высшей точке становится «хайпом» (от англ. *hype* — шумиха). Хайп, по мнению автора, это когда некое высказывание (в самом широком смысле этого слова), занимает доминирующее положение во всех областях публичной сферы, становится вектором, задающим движение коммуникации и определяющим интерес задействованных в публичной сфере субъектов.

### Литература

1. *Habermas J. The Theory of Communicative Action. Vol. 1: Reason and the Rationalization of Society.* Boston, Beacon Press, 1984.
2. *Хоркхаймер М. Затмение разума. К критике инструментального разума.* М. : Канон+. РООИ «Реабилитация», 2011. 224 с.
3. *Адорно Т. В. Негативная диалектика.* М. : Науч. мир, 203. 374 с.