



# „BEVKOM”

## Nemzetközi tanulmányok és Politikatudományok BA képzések

Habermas polgári nyilvánossága

5. lecke

# Tanulási útmutató



- Lecke hossza: **8** dia
- Tartalom:
  - a nyilvánosság problémája
  - a polgári nyilvánosság
  - a média és a nyilvánosság
  - a polgári nyilvánosság szétesése
- Áttekintésre szánt javasolt minimum időtartam: 15 perc
- Tanulásra szánt javasolt minimum időtartam: 2 óra
- A tananyag elsajátítását név- és fogalomtár segíti, emellett feladattár és önellenőrző kérdések egészítik ki ezt a leckét. Az óravázlat rámutat az előadáson elhangzott további témákra.
- A feladattár elsajátítására szánt javasolt minimum időtartam: **1** óra

# A nyilvánosság problémája

## Jürgen Habermas és a nyilvánosság

- A „nyilvános”, „nyilvánosság” →  
(különböző történeti korszakokból származó)  
versengő jelentések
- A tudományok (jogtudomány, politika, szociológia) sem képesek olyan hagyományos kategóriákat, mint "nyilvános", "magán", "nyilvánosság", "közvélemény" pontosabb meghatározásokkal helyettesíteni



- Példák:
  - „közintézmények” – a zárt társaságokkal szemben mindenki számára hozzáférhetőek (~ „közterület”, „középület”)
  - „közhatalom” – az állam (a nyilvánosság attribútumát annak köszönheti, hogy az állampolgárok közös jólétéről gondoskodik)
  - a *közvélemény* a felháborodott / jól értesült nyilvánosság-értelmezéssel kapcsolatos
    - e nyilvánosság szubjektuma a közönség, mint a közvélemény hordozója
    - összefüggő fogalmak: közönség, publicitás, publikálás

Ezek jelentése megváltozott a tömegkommunikációs eszközök megjelenésével

- megjelent „a nyilvánosság befolyásolása”
- valamint a nyilvánosság területként való értelmezése --> a magánterülettel szembeni közterületként VAGY sokszor, mint a közhatalommal szembenálló közéletként

# A polgári nyilvánosság

- A tőzsdék kialakulásával kb. egyidejűleg jön létre **a sajtó és a posta, a kommunikáció és az érintkezés állandó színtereként** (még nem mindenki számára hozzáférhető)
  - kezdetben sem a kereskedőknek, sem a kancelláriáknak nem érdeke az információ publicitása
- A reprezentatív nyilvánosság korlátozása (rendi tekintélyek korlátozása az uralkodó tekintélyén keresztül) --> teret nyit a nyilvánossággal kapcsolatban álló közhatalomnak (az állandó közigazgatásban és az állandó hadseregben objektiválódik)
- A „köz” ebben az értelemben már az államival szinonim → már nem egy tekintéllyel felruházott személy reprezentativitására vonatkozik, hanem a legitim erőszak alkalmazásának monopóliumával felruházott apparátus hatáskörök szerint szabályozott működésére

- A polgári társadalom a **felsőbbség ellenképeként** jön létre
- A kapitalizmus merkantilista fázisában átalakult politikai és szociális renden belül (amelynek új alakja már abban is kifejezésre jut, hogy elkülönülnek benne a politikai és a társadalmi mozzanatok) a sajtó is kifejti a maga sajátos erejét
- XVII. sz. közepétől megjelennek a „politikai újságok” (magánlevelezések = átfogó tudósítások → pl.: birodalmi gyűlések, háborús események, aratási terméshozamok, adók, nemesfémszállítások, nemzetközi kereskedelmi forgalom stb.) → a **nyilvános tudósítás** a magán hírösszeköttetésektől függ

# Társadalmi struktúra (innen indul Habermas)

## Polgári nyilvánosság alaprajza (XVIII. század)

Magánemberek területe



Polgári társadalom

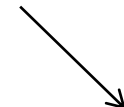


Kiscsalád belső tere

Közhatalom területe



Politikai nyilvánosság



Állam



Irodalmi nyilvánosság



Udvar

Város



# A média és a nyilvánosság

## A XIX. és a XX. század első fele

- A média (hírösszeköttetés) ereje hamar meglátszott:
- Maguk a hírek is árukká váltak (az iparszerű tudósítás a piac ugyanazon törvényeinek engedelmeskedik, amelyek kialakulásának a létét köszönheti) → nyereség fokozása az eladás kiterjesztésével
- „A felsőbbiségek érdeke” → a sajtó felhasználása az igazgatás céljaira (pl. parancsok és rendelkezések közzététele) → a közhatalom címzettjei „közönséggé” válnak
- „Olvasóközönség”: „polgári” réteg, amely centrális helyet foglal el a „közönségen” belül

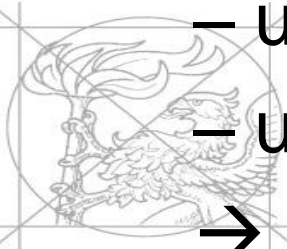


# A polgári nyilvánosság szétesése

## XX. század második fele és a XXI. század

- A nyilvánosság átveszi a reklám funkcióit
  - minél inkább bevethető a politikai-gazdasági befolyásolás közegeként, egészében annál inkább válik nem politikaivá
- korábban a „nyilvános okoskodás” összefüggött az:
  - uralom törvényhozói megalapozottságával
  - uralom gyakorlásának kritikai felügyeletével

→ ezeket az összefüggéseket a nyilvánosság biztosította



- A mindenkori hatalom törekvése: a nyilvános mellett kialakítani a nem nyilvános vélemény feletti uralmat → ugyanolyan mértékben szolgálja a közönség manipulációját, mint az előtte való legitimációt
  - *Azaz a kritikai nyilvánosságot elnyomja a manipulatív*
- *Felbomlik* a jogi norma és a nyilvános viták közötti összefüggés
  - a parlamenti vita ezzel együtt elveszíti közvélemény-alkotó jellegét
- A politikai hatalom racionalizálását már *nem a nyilvánosság alapelvétől várják*, hanem kommunikációs folyamat eredménye

lesz



**JELEN TANANYAG A SZEGEDI  
TUDOMÁNYEGYETEMEN KÉSZÜLT  
AZ EURÓPAI UNIÓ  
TÁMOGATÁSÁVAL. PROJEKT  
AZONOSÍTÓ: EFOP-3.4.3-16-2016-  
00014**

**SZÉCHENYI**  2020



MAGYARORSZÁG  
KORMÁNYA

**Európai Unió**  
Európai Szociális  
Alap



**BEFEKTETÉS A JÖVŐBE**