

Jürgen Habermas

A társadalmi nyilvánosság
szerkezetváltozása

V. A NYILVÁNOSSÁG TÁRSADALMI STRUKTÚRAVÁLTOZÁSA

16. § A közsféra és a magánsféra tendenciaszerű összefonódása

A polgári nyilvánosság az állam és a társadalom közötti feszültségi térben bontakozik ki, de úgy, hogy ő maga a magánsféra része marad. E két sféra alapvető szétválasztása, amelyen a nyilvánosság nyugszik, eleinte csak a társadalmi újratermelés és a politikai hatalom azon mozzanatainak felosztását jelenti, melyek a késő középkori uralmi formákban még együtt jelentkeznek. A piacgazdaság viszonyainak elterjedésével létrejön a „társadalmi” szférája, mely áttöri a hűbéri-rendi uralom korlátait, és szükségessé teszi a hatósági közigazgatás formáit. A termelés a csereforgalom közvetítésének mértékében felszabadul a hatósági illetékességek alól – és megfordítva az adminisztráció mentesül a produktív munka alól. A nemzeti és területi államokban központosított közhatalom a „magán” társadalom fölé emelkedik, bármennyire igaz is, hogy ennek forgalmát eleinte hatósági beavatkozások útján irányítják. Ez a magánsféra csak a merkantilista szabályozás alól történő felszabadulásának mértékében bontakozik ki a magánautonómia szférájává. Ezért ennek a tendenciának a megfordítása, a XIX. század utolsó negyedétől kezdve határozott formákat öltő növekvő állami intervencionizmus sem vezet rögtön magától a közsféra és a magánsféra összefonódásához: az állam és a társadalom elválasztásának megtartásával az intervencionista politika, melyet neomerkantilistának neveztek, anélkül is korlátozhatná a magánemberek autonómiáját, hogy érintené egymás közti érintkezésük magánjellegét. A társadalom mint magánsféra csak akkor válik általában kérdésessé, amikor maguk a társadalmi hatalmak tesznek szert hatósági illetékességekre. A „neomerkantilista” politika ekkor kéz a kézben halad a társadalom valamiféle „refeudalizálásával”.

A XIX. század végének új intervencionizmusát olyan állam hajtja végre, mely a politikailag működő nyilvánosság (Németországban persze még igen korlátozott) alkotmányossá tétele révén tendenciaszerűen a polgári társadalom érdekeivel összhangban cselekszik. Következésképpen a közhatalom beavatkozásai a magánemberek érintkezésébe olyan impulzusokat közvetítenek, amelyek közvetlenül saját szférájukból származnak. Az intervencionizmus abból származik, hogy az olyan érdekkonfliktusokat, melyeket a magánszférán belül már nem lehet elintézni, politikai síkra viszik át. Így hosszabb távon a társadalmi szférába történő állami beavatkozásnak felel meg az is, hogy állami hatásköröket magántestületekre visznek át. Az állami tekintélynek magánszférákra való kiterjesztése kapcsolatos azzal az ellentétes folyamattal is, melynek során az állami hatalmat társadalmival helyettesítik. Csak az a dialektika, mely a társadalom előrehaladó államosítása és az állam ezzel egyidejűleg érvényesülő társadalmosodása között kifejlődik, rombolja szét lassanként a polgári nyilvánosság alapját – az állam és a társadalom elválasztását. A kettő között, úgyszólván mindkettőből, kialakul egy repolitizált szociális szféra, melyre a „köz” és „magán” megkülönböztetése nem alkalmazható. A magánszférának azt a specifikus részét is feloldja, amelyben a közönséggé egyesült magánemberek egymás közti érintkezésük általános ügyeit szabályozzák, vagyis a nyilvánosságot liberális alakjában. A nyilvánosság szétesését, melyet politikai funkcióinak megváltozásán mutatunk ki (VI. fejezet), általában a közszféra és a magánszféra viszonyának strukturális változása alapozza meg (V. fejezet).

Az 1873-ban kezdődő nagy depresszió óta, a kereskedelmi politikában is bekövetkezett látható fordulattal végéhez közeledik a liberális korszak. Egy új protekcionizmus kedvéért lassanként valamennyi fejlett kapitalista ország feláldozza a free trade szent alapelveit, melyeket különben is csak a világpiacon uralgó Anglia követett fenntartás nélkül. Megerősödik a belső piacokon, főleg a centrális iparágakban az oligopolisztikus egyesülésekre való törekvés. Ennek felel meg a tőkepiac mozgása is. A részvénytársaság Németországban éppen úgy, mint a trust company az Egyesült Államokban a koncentráció hatékony eszközének bizonyul. A fejlődés csakhamar Amerikában a trösztellenes, Németországban a kartellelles törvényhozást

váltja ki. Jellemző módon a két fiatal ipari állam ebben túlszárnyalja Franciaországot és főleg Angliát, ahol a kapitalizmusnak hosszabb és állandóbb hagyományai vannak, és mindenesetre erősebben gyökeredzik az úgynevezett manufaktúrakorszakban. Ezzel szemben az éppen akkor egyesített Németországban az ipari kapitalizmus csak az imperialista korszaktól kezd „spontánul” fejlődni, s nyomban annak a kényszernek a hatása alatt, hogy külkereskedelme és tőkeexportja számára politikailag privilegizált szférákat biztosítson.¹ A funkcióváltás, főleg pedig azon funkciók *megnövekedése*, melyeket a kapitalizmus ebben a periódusban az államgépezettől megkívánt, egyelőre lehetetlenné tette, hogy Németország csatlakozzék a parlamenti jogállam nyugat-európai és észak-amerikai fejlődéséhez.²

A javak piacán a verseny korlátozása nemzetközileg a múlt század utolsó harmadában jut érvényre, akár úgy, hogy a tőkét koncentrálják és a nagyvállalatokat – melyek oligopolisztikus helyzetet foglalnak el – konszernesítik, akár úgy, hogy a piacot az árra és a termelésre vonatkozó megbeszélések révén közvetlenül felosztják. Az expanzív és restriktív tendenciák játéka, mely már a kereskedelmi és pénztőke fejlődése során is mindig lehetetlenné tette, hogy a piaci forgalom liberalizálására sor kerüljön, határozza meg az ipari tőke mozgását is, és a klasszikus ökonomia optikai csalódásával szemben epizóddá változtatja a liberális korszakot: az 1775 és 1875 közötti periódus a kapitalizmus összfejlődésének perspektívájából csak „hatalmas évszázados fellendülésnek” látszik (vast secular boom).³ Amit Say híres törvényével egyenesen a szabadversenyos kapitalizmusnak tulajdonított (a termelés és fogyasztás összgazdasági folyamatában automatikusan beálló egyensúlyt), az ténylege-

¹ W. Hallgarten: *Vorkriegsimperialismus*. Paris, 1935.

² Lukács György: Németország történelmi fejlődésének néhány sajátossága. In: *Az ész trónfosztása*. Bp., 1954. 29–73. l. Továbbá H. Plessner: *Die verspätete Nation*. Stuttgart, 1959. Lásd az én recenziómat: *Frankfurter Hefte*, 1959. november. Végül R. Dahrendorf: *Demokratie und Sozialstruktur in Deutschland*. *Europäisches Archiv für Soziologie*, 1960. I. 1. 86. l.

³ Dobb: i. m. 258. l.

sen nem a rendszertől mint olyantól függött,⁴ hanem konkrét történelmi feltételektől, melyek még az évszázad folyamán megváltoztak, mégpedig magában a kapitalista termelési módban megalapozott antagonizmusnak a befolyására. Egyébként Say törvénye abban a vonatkozásban is csődöt mondott, hogy a rendszer egyensúlya, a mindenkori válság leküzdése után, semmi esetre sem jött létre ismét automatikusan a rendelkezésre álló termelőerők által elérhető legmagasabb színvonalon.

A polgári társadalomnak e fejlődés folyamán még annak leghalványabb látszatáról is le kell mondania, hogy hatalmi szempontból semleges szféra. A liberális modell, mely valójában a kisárugazdaság modellje, csak egyéni árutulajdonosok közötti horizontális csereviszonyokkal számolt. Független árak és szabad verseny mellett ekkor egyikük sem tehetett szert akkora hatalomra, mely lehetővé tenné neki, hogy mások felett rendelkezék. Most azonban ezekkel a várakozásokkal ellentétben, tökéletlen verseny és függő árak mellett, magánkézen

⁴ Dobb: i. m. 257. l.: „An age of technical change which rapidly augmented the productivity of labour also witnessed an abnormally rapid increase in the ranks of the proletariat together with a series of events which simultaneously widened the field of investment and market for consumption goods to an unprecedented degree. We have seen how straightly in previous centuries the growth of capitalist industry was cramped by the narrowness of the market, and its expansion thwarted by the low productivity which the methods of production of the period imposed; these obstacles being reinforced from time to time by scarcity of labour. At the industrial revolution these barriers were simultaneously swept away; and instead, capital accumulation and investment were faced, from each point of economic compass, with everwidening horizons to lure them on.” (A technikai változás korával egyidejűleg, mely gyorsan növelte a munka termelékenységét, a proletariátus is rendkívül gyors gyarapodásnak indult, továbbá oly események sorozata következett be, melyek egyidejűleg soha nem látott mértékben kiszélesítették a beruházási lehetőségeket és a fogyasztási javak piacát. Láttuk, hogy a piac szűk volta korábbi évszázadokban mily szorosan behatárolta a kapitalista ipar fejlődését: kiterjedését pedig hogyan hiúsította meg a munka alacsony termelékenysége, melyet a kor termelési módszerei szabtak meg; ezeket az akadályokat időről időre súlyosbította a munkaerő ritkasága. Az ipari forradalom egyidejűleg elsöpörte mindezeket az akadályokat; helyettük a szélrózsa minden irányában a tőkefelhalmozás és beruházás lehetőségével kellett szembenézni, mely egyre táguló horizontokkal csábított.)

társadalmi hatalom halmozódik fel.⁵ A kollektív egységek közötti vertikális viszonyok szövedékében részint egyoldalú függőségi viszonyok, részint a kölcsönös nyomás viszonyai alakulnak ki. A koncentrációs folyamatok és a válságfolyamatok lerántják az egyenértékek cseréjének leplét a társadalom antagonisztikus struktúrájáról. Minél inkább áttetszővé válik ez mint pusztán kényszerösszefüggés, annál sürgetőbbé válik az erős állam iránti szükséglet. Franz Neumann az „éjjeliőr állam”⁶ liberális önértelmezésével joggal szegezi szembe a következő ellenvetést: mindig olyan erős volt, amennyire a polgári érdek szempontjából a politikai és társadalmi helyzet megkövetelte.⁷ Mindazonáltal, amíg az állam liberális állam volt, éppen ezen érdekek miatt volt szükséges, hogy nagyjában és egészében az áruforgalom és a társadalmi munka szférája a magánautonómiára legyen bízva (ha csak nem látjuk már az általános tan- és honvédelmi kötelezettségben is, mint Achinger,⁸ a magánszférába való beavatkozás kezdetét). A „kormányzati hatalom központosítása”, mely egyidejűleg vált Marx és Tocqueville számára problémává, szigorúan véve még nem érinti a köz- és a magánszféra közötti, a polgári jogállam szempontjából alapvető viszonyt. Még a nagyiparnak az az érdeke is, mely privilegizált külföldi piacok meghódítása és biztosítása végett a katonai apparátus kibővítéséhez fűződik, eleinte csupán a közhatalom meglévő funkcióinak egyikét erősíti. Csak amikor az állam új funkciókat vesz fel, kezdenek megingani az állam és a társadalom közötti „korlátok”.

Egyfelől a hatalom összpontosítása az áruforgalom magánszférájában, másfelől az állami szervként megalapozott nyilvá-

⁵ Lásd J. H. Bunzel: Liberal Theory and the Problem of Power. *The Western Political Quarterly*, XIII. köt. 1960. 374–388. l.

⁶ A kifejezést, mely Lassalle-tól származik, mindig Wilhelm v. Humboldt híres értekezésével hozzák összefüggésbe: Ideen zu einem Versuch, die Grenzen der Wirksamkeit des Staates zu bestimmen. In: *Werke*. (Hrsg. I. Flitner) Darmstadt, 1960. 56. l.

⁷ Fr. Neumann: Der Funktionswandel des Gesetzes im Recht der bürgerlichen Gesellschaft. *Zeitschrift für Sozialforschung*, VI. köt. 542. l. Fr. Neumann: Ökonomie und Politik. *Zeitschrift für Politik*, N. F. II. köt. 1955. 1. l.

⁸ H. Achinger: *Sozialpolitik als Gesellschaftspolitik*. Hamburg, 1958. 155. l.

általános választójog

nosság, az általános hozzáférhetőség intézményes ígéretével, megerősítették a gazdaságilag gyengébbekben a hajlamot arra, hogy politikai eszközökkel szálljanak szembe azokkal, akik piaci helyzetük révén fölényben vannak. Angliában 1867-ben és 1883-ban került sor választási reformra; Franciaországban III. Napóleon vezette be az általános választójogot; ennek népszavazásos konzervatív következményeit tartotta Bismarck szem előtt, amikor az alkotmányba, először az Északnémet Szövetség, majd az újjáalakult Német Birodalom alkotmányába az általános választójogot felvette. A politikai beleszólásnak eme formálisan elismert lehetőségére támaszkodva igyekeztek az elnyomorodott rétegek éppúgy, mint az általuk fenyegetett osztályok, olyan befolyásra szert tenni, melynek politikailag kellett kárpótlást nyújtania a megsértett gazdasági esélyegyenlőségért, ha ilyesmi egyáltalán valaha is fennállt. Az a kísérlet, hogy a nyilvánosságot a magánérdekektől megszabadítsák, rögtön kudarcot vallott, mihelyt még azokat a feltételeket is bevonták a szervezett érdekek küzdelmébe, melyek közepette az érdekek privatizálódásának végbe kellett mennie. A szakszervezetek nemcsak a munkapiacra alkotnak szervezett ellensúlyt, hanem a szocialista pártokon keresztül igyekeznek magára a törvényhozásra is befolyást gyakorolni; a vállalkozók, általában az „államfenntartó erők”, ahogyan őket azóta nevezik, ezzel úgy szállnak szembe, hogy magánjellegű társadalmi hatalmukat közvetlenül átváltják politikai hatalomra. Bismarck szocialista törvénye ennek egyik mintapéldája; a társadalombiztosítás azonban, melyet egyidejűleg létrehoz, azt is mutatja, hogy a magánszférába történő állami beavatkozásnál mennyire figyelembe kell vennie az alulról jövő nyomást. A magánszférába történő állami beavatkozások alapján a múlt század végétől kezdve fel lehet ismerni, hogy a beleszólásra feljogosított széles tömegeknek sikerül a gazdasági antagonizmusokat politikai konfliktusokká átalakítaniuk: a beavatkozások részint a gazdaságilag gyengébbek érdekeit mozdítják elő, részben pedig még ezek védelmét is szolgálják. Az egyes esetekben nem mindig könnyű ezeket az egyik vagy a másik fél kollektív magánérdekeinek számlájára írni. Mindenesetre általánosságban az állami beavatkozások, még ha az „uralkodó” érdekek ellenében kényszerítik is ki őket, a rendszer egyensúlyának megtartására irányulnak; ezt ugyanis a szabad piacon keresztül már nem lehet

vállalkozók
törvény

biztosítani. Strachey ebből azt a csupán prima facie* paradox következtetést vonja le, „hogy éppen a demokratikus erőknek a kapitalizmus elleni harca volt az, amely a rendszer fennmaradását lehetővé tette. Mert nemcsak a munkás életfeltételeit tette elviselhetővé. Egyúttal a késztermékek számára fenntartotta azokat a felvevőpiacokat, melyeket a kapitalizmus öngyilkos előrenyomulása a nemzeti jövedelem növekvő mértékben egyenlőtlen elosztásának irányában egyre inkább szétrombolt volna.”⁹

Ez a mechanizmus, melyet Galbraith a countervailing powers¹⁰ (ellensúlyozó erők) aspektusából is elemzett, magyarázza meg a tőkekoncentráció tendenciájának¹¹ és a növekvő állami intervencionizmusnak az összefüggését. A növekvő állami tevékenységről már az állami költségvetések nagyságrendjei is felvilágosítással szolgálnak.¹² Ez a kvantitatív kritérium azonban mégsem elegendő; csak a magánszférába történő állami beavatkozások kvalitatív felosztása útján lehet világosan felismerni, hogy az állam nemcsak kibővíti tevékenységét a régi funkciókon belül, hanem általában egész sor új funkcióra is szert tesz. A hagyományos rendező funkciók mellé, melyeket az állam már a liberális korszakban is gyakorolt, belül a rendőrség és az igazságszolgáltatás valamint egy igen óvatosan kezelt adópolitika útján, kifelé pedig, a haderőre támaszkodva, külpo-

* első pillantásra
⁹ J. Strachey: *Kapitalismus heute und morgen*. Düsseldorf, 1957. 154. l.
¹⁰ J. K. Galbraith: *American Capitalism. The concept of countervailing power*. i. m. Ennek kritikájával kapcsolatban lásd A. Schweizer: *A Critique of Countervailing Power. Social Research*, 1954. XXI. köt. 253. l.
¹¹ Az USA vonatkozásában jól dokumentálja ezt: Berle és Means: *The Modern Corporation and Private Property*. New York, 1932. *The Structure of the American Economy*. I. köt. National Resources Planning Board, U. S. Government Printing Office, 1939. *The Concentration of Productive Facilities*. ua. 1947. *A Survey of Contemporary Economics*. ua. 1948. Németország vonatkozásában: H. König: *Konzentration und Wachstum. Eine empirische Untersuchung der westdeutscher Aktiengesellschaften in der Nachkriegszeit. Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft*, 115. köt. 1959. 229. l.
¹² S. Fabricant: *The Trends of Government Activities in the USA since 1900*. New York, 1952. Urs. Hicks: *British Public Finances. Their Structure and Development 1880-1952*. London, 1954. Már Adolf Wagner beszél a növekvő kiterjedésű pénzügyi szükséglet „törvényéről”. In: *Lehrbuch der politischen Ökonomie*. Leipzig, 1883. V. köt. 76. l.

litikája útján, most alakító funkciók is lépnek.¹³ Megkülönböztetésük természetesen annál könnyebben sikerül, minél inkább differenciálódik a XX. század folyamán a szociális állam feladatköre. Említettük már a védelem, kárpótlás és kiegyenlítés feladatát, melyet a munkások és alkalmazottak, bérlők és fogyasztók stb. gazdasági szempontból gyengébb társadalmi csoportjainak javára kell végezni (ebbe a szférába tartoznak például a jövedelem újrafelosztása érdekében hozott intézkedések). Mégint más feladatot jelent a társadalmi struktúra hosszabb távú változásainak elhárítása, de legalábbis enyhítése, vagy épp ellenkezőleg tervszerű támogatása, sőt irányítása (ide tartozik például egy olyan komplexum, mint a középréteg-politika). A magánberuházási tevékenység súlyos következményekkel terhes befolyásolása és az állami beruházási tevékenység szabályozása már az összgazdasági folyamat ellenőrzésének és kiegyensúlyozásának további feladatköréhez tartozik. A koncentrációs folyamatok nem csupán életre hívták a konjunktúrapolitikát; a nagy egységek iránti hajlammal meg is teremtenek bizonyos előfeltételeket, melyek először teszik lehetővé a nagyszabású konjunktúrapolitikát: a gazdaság ugyanis ezek mértékében válik a népgazdasági összesítő elszámolás ökonometriai módszerei számára hozzáférhetővé, amint ezeket röviddel a második világháború kitörése előtt Angliában, az Egyesült Államokban és Kanadában be is vezették.¹⁴

Végül az állam a szokásos hivatali ügyleteken túl olyan szolgáltatásokat is átvállal, melyek addig a magánkezdeményezésre voltak bízva: akár úgy, hogy magánszemélyeket közfeladatokkal bíz meg, akár úgy, hogy magángazdasági tevékenységeket kerettervezés útján koordinál¹⁵ vagy saját maga tevékenyke-

¹³ F. Neumark: *Wirtschafts- und Finanzpolitik des Interventionsstaates*. Tübingen, 1961. Jogi szempontból lásd U. Scheuner: *Die staatliche Intervention im Bereich der Wirtschaft*. Berlin, 1954. 1. l.

¹⁴ Strachey: i. m. 35. l.

¹⁵ Itt a pusztán rendező funkcióktól az alakítókhöz való átmenet cseppfolyós, tendenciájában azonban világos. Jogilag ez a folyamat a régi rendészeti jog kibővítésében és ennek megváltozásában jut kifejezésre. Lásd ehhez H. Huber: *Recht, Staat und Gesellschaft*. Bern, 1954. 32. l. „Rendészeti jog az a jog, mely a közrend fenntartása végett a közönséget megóvjja a veszélyektől. Ennek negatív, védelmi jellege van. Egészen a legutóbbi időkig a közjog egyik ága volt,

dik gyártóként és elosztóként. A közszolgáltatások szektora kényszerűen bővül ki, „mivel a fokozódó gazdasági növekedéssel olyan tényezők válnak hatékonyá, melyek átalakítják a magánköltségek és a társadalmi költségek viszonyát.”¹⁶ A magántermelés közköltségei mellett éppígy létrejönnek, a széles tömegek növekvő vásárlóerejével összefüggésben, a magánfogyasztás közköltségei is.¹⁷

A „kollektív létgondoskodás” formulája mögött a szociális állam új funkcióinak sokfélesége rejlik;¹⁸ valamint az egymást sokszorosan keresztező, kollektíve megszervezett magánérdekek, melyek a funkciók eme megnövekedésének alapjául szolgálnak. Az állam törvényeken és rendelkezéseken keresztül alaposan beavatkozik az áruforgalom és a társadalmi munka szférájába, mert a társadalmi erők versengő érdekei politikai dinamikává alakulnak át, és az állami intervencionizmus közvetítésén keresztül visszahatnak tulajdon szférájukra. Eközben, nagyjából és egészében véve, nem lehet tagadni a „demokrati-

mely egyenesen hozzáidomult a magánjoghoz. Jelenleg egyre erősebb az a hajlam, hogy a veszélyelhárítást a szociális élet pozitív alakításával pótolják vagy egészítsék ki. Így például az építkezési rendészeti jognak egészségi veszélyektől, tűzveszélytől, a közlekedés veszélyeztetésétől kellett óvnia, a természet- és műemlékvédelemnek pedig a helység képének vagy a tájnak az elcsúfításától. Ma a helyi, regionális és az országos tervezések nemcsak a negatívumot kívánják elkerülni, hanem valami pozitívumot is ki akarnak alakítani, nevezetesen a tér kihasználását az ember által, település és kereset céljából.”

¹⁶ K. Littmann: *Zunehmende Staatstätigkeit und wirtschaftliche Entwicklung*. Köln, 1947. 164. l. Itt el kell tekintenünk a fegyverkezési költségektől, mivel a katonai védelem már az állam klasszikus funkcióihoz is hozzátartozik.

¹⁷ Mivel a kapitalista termelés tendenciája az, hogy a magángazdasági termelés szektorát csak a lehető legkevésbé engedje korlátozni a közszolgáltatások javára, a kettő között megbomlik az egyensúly, amit legutóbb Galbraith elemzett. Lásd tanulmányát: *Gesellschaft im Überfluss*. Düsseldorf, 1959. Továbbá A. Downs: *Why Government Budget is too small in a Democracy?* *World Politics*, 1960. XII. köt. 541–563. l.

¹⁸ E. Forsthoff: *Die Verfassungsprobleme des Sozialstaats*. München, 1954. W. Friedmann (*Law and Social Change*. London, 1951. 298. l.) öt funkciót különböztet meg: „they result from the activities of the State: firstly, as Protector; secondly, as Dispenser of Social Services; thirdly, as Industrial Manager; fourthly, as Economic Controller; fifthly, as Arbitrator.” (Ezek az államnak: először mint Védelmezőnek; másodsor mint a Közjóléti Intézmények Fenntartójának; harmadszor mint Ipari Igazgatónak; negyedszer mint Gazdasági Irányítónak; ötödször mint Bírónak a tevékenységeiből erednek.)

kus befolyást" a gazdasági rendre: a nem tulajdonosok tömege a magánszférába történő állami beavatkozások útján, melyek a tőkekonzentráció és az oligopolisztikus szervezet tendenciája ellen hatnak, el tudta érni, hogy hosszabb távon úgy látszik, a nemzeti jövedelemből való részesedésük nem csökkent, bár századunk közepéig nem is emelkedett lényegesen.¹⁹

Minthogy pedig az intervencionizmus ilyen összefüggésekből ered, az intervencionisztikus módon biztosított szociális szférákat szigorúan meg kell különböztetni az államilag pusztán szabályozott magánszférától – jórészt maguk a magánintézmények öltenek félig nyilvános jelleget; egyenesen a magángazdasági egységek kvázi politikai jellegéről lehet beszélni (quasi political character of private economic units).²⁰ A polgári társadalom közfontossággal bíró magánszférájának köréből egy repolitizált szociális szféra alakul ki, melyben az állami és társadalmi intézmények egyetlenegy, a „köz” és „magán” kritériumai szerint többé meg nem különböztethető funkciókapcsolattá folynak össze. Jogilag a korábban elválasztott szféráknak ez az új kölcsönös függősége a klasszikus magánjogi rendszer áttörésében jut kifejezésre.

A szociális-állami berendezkedésű ipari társadalomban sokasodnak azok a viszonyok és kapcsolatok, melyeket sem a közjog, sem a magánjog intézményeivel nem lehet elégségesen elrendezni; ezek ellenkezőleg, az úgynevezett szociális jogi normák bevezetését kényszerítik ki.

A polgári jog pusztán formális jellegére vonatkozó szocialista kritika mindig hangsúlyozta, hogy a magánjogilag biztosított autonómia csak olyan mértékben illelhet meg egyenlően minden jogi személyt, ahogyan a gazdasági siker egyenlő esélyei lehetővé teszik a jogilag egyenlő alakító esélyek realizálását.²¹ Főleg a termelőknek a termelési eszközöktől való elválasztása, az osztályviszony, melyet a XIX. században az ipari kapitalizmus teljesen kialakított, változtatta át a tőkés és bérmunkások

¹⁹ L. Strachey: i. m. 130–151. l.

²⁰ J. M. Clark: *The Interplay of Politics and Economics*. In: Berger (Ed.): *Freedom and Control in modern Society*. New York, 1954. 192. l.; A. Berle: *Power without Property*. London, 1960.

²¹ Lásd A. Menger: *Das bürgerliche Recht und die besitzlosen Volksklassen*. Tübingen, 1890.

közi formálisan egyenlő jogviszonyt tényleges alárendeltségi viszonyná; magánjogi kifejezése elleplezte kvázi közhatalmi jellegét. A magánjog központi intézményét, a termelési eszközök tulajdonát és ennek kapcsolt garanciáit mint a szerződés, a mesterség és az öröklés szabadságjogait Karl Renner²² elemezte ebből a szempontból, és kimutatta, hogy tényleges funkciójuk alapján a közjog alkotórészeit kellene képezniük: a kapitalista számára a magánjog „delegált parancsnoki közhatalmat” biztosít. Legkésőbb az első világháború kitörése óta azonban bizonyos mértékig a jogi fejlődés is követi a társadalmi fejlődést, és a típusok bonyolult keveredését hozta létre, melyet elsősorban a „magánjog publicizálásának”²³ címszava alatt regisztráltak; később ugyanezt a folyamatot szemügyre vették a közjog privatizálásának fordított szempontjából is: „A magánjog és a közjog elemei a felismerhetetlenségig és kibogozhatatlanságig összekapcsolódnak egymással.”²⁴

A tulajdonjogokat nemcsak a már említett gazdaságpolitikai intervenciók útján korlátozzák, hanem ugyanígy jogi biztosítékok útján is, melyek arra hivatottak, hogy a tipikus szociális szituációkban a szerződő felek formális egyenlőségét materiálisan is biztosítsák. A kollektív szerződések, melyek, kiváltképpen a munkajogban, az egyéni szerződések helyére lépnek, a gyengébb fél számára adnak biztosítékokat. A bérlő érdekében hozott óvintézkedések a bérbé adó számára a bérleti szerződés szinte már nyilvános ténnyelhasználási viszonyná változtatják. És ahogyan a munkavállalók és bérlők, ugyanígy a fogyasztók is speciális biztosítékokat élveznek. Hasonló fejlődés rajzolódik ki az üzemi alkotmányjogban, a települési jogban és a családjogban is. A közbiztonság szempontjai néha olyan mértékben kötik az üzemek, földterületek, épületek stb. tulajdonosait, hogy már „felettes köztulajdonról” is beszéltek.²⁵ Liberális államjogászok azzal az utalással utasítják vissza a tulajdonjogok „kiüresítésé-

²² K. Renner: *Die Rechtsinstitute des Privatrechts und ihre Funktion*. Tübingen, 1929.

²³ Hedemann: *Einführung in die Rechtswissenschaft*. 1929. 229. l.

²⁴ H. Huber: i. m. 34. l.

²⁵ F. Wieacker: *Das Sozialmodell der klassischen Privatrechtsgesetzbücher und die Entwicklung der modernen Gesellschaft*. Juristische Studiengesellschaft Karlsruhe, 3. füzet, Karlsruhe, 1953. 21. l.

nek" ezt a rendjét, hogy ma formálisan meghagyják a tulajdonosnak a tulajdont és mégis kisajátítják, mégpedig kártalanítás és a szabályozott kisajátítási eljárás jogvédelme nélkül: „Így a kisajátító törvényhozás útján a társadalmisítás új formái jönnek létre, melyekkel még a doktriner marxizmus sem számolt.”²⁶

A magánjog központi intézményével, a tulajdonnal egyidejűleg természetesen ennek kapcsolt biztosítékai is sorra kerülnek – mindenekelőtt a szerződés szabadsága. A klasszikus szerződési viszony a szerződési feltételek meghatározásában feltételezi a teljes függetlenséget. Ezt időközben erős korlátozásnak vetették alá. Amint a jogi viszonyok szociálpolitikai szempontból hasonlóvá válnak, maguk a szerződések is sematizálódni kezdenek. A szerződési viszonyok növekvő standardizálása normális körülmények között a gazdaságilag gyengébb fél szabadságát nyirbálja meg, míg a kollektív szerződésnek már említett eszköze épp arra hivatott, hogy megteremtse a piaci helyzet egyenlőségét. A vállalkozói szövetségek és a szakszervezetek közötti kollektív szerződések elvesztik szigorú értelemben vett magánjogi jellegüket; egyes nesen közjogi jelleget öltenek, mivel a foganatosított sorozati szabályozás törvényhelyettesítőként működik: „A szövetségek funkciója egy összmunkaszerződés megkötésénél nem annyira a magánautonómia gyakorlása, mint inkább a delegáció útján történő jogalkotás.”²⁷ Az eredeti magánautonómia már jogilag is olyannyira lefokozódott származékos autonómiává, hogy a szerződések érvényessége szempontjából gyakran már nem is tekintik szükségesnek. A tényleges szerződési viszonyok jogi hatása a klasszikus jogi viszonyokhoz hasonlít.²⁸

szabályozott / jogi viszony
magánautonómia
szabályozás

²⁶ H. Huber: i. m. 33. l.

²⁷ Uo. 37. l.

²⁸ Spiros Simitis: *Die faktischen Vertragsverhältnisse*. Frankfurt, 1958.

Végül a magánjogi rendszeren réseket üt a magánszemélyek és a közhatalom közötti szerződések növekvő száma.²⁹ Az állam a *do ut des* alapján szerződik a magánemberekkel; a felek egyenlőtlensége, az egyik függősége a másiktól itt is feloldja a szigorú szerződési viszony alapjait; a klasszikus modellen mérve inkább már pszeudoszerződésekről van szó. Ha manapság a hatóságok a szociális állam feladatainak végrehajtása közben a törvényes szabályozást messzemenően a szerződés eszközével helyettesítik, akkor az ilyen szerződéseknek magánjogi formájuk ellenére kvázi nyilvános jellegük van; mert „jogrendszerünk tulajdonképpen azon a gondolon nyugszik, hogy végül is a magánjogi szerződések a törvény alatt helyezkednek el, nem pedig a törvénnyel azonos szinten, és közjogunk csak annyiban hagy teret szerződések számára, amennyiben mellérendeltségi viszonyok léteznek...”³⁰

Azzal, hogy az állam „kimenekül” a közjogból, és a közigazgatás feladatait vállalatokra, intézetekre, testületekre, a magánjog félhivatalos ügyvivőire viszi át, megmutatkozik a magánjog

pszeudo magánjogi szerződés

²⁹ A német jog ismeri a fiskus fikcióját, mely az államot magánjogi személyként és ezáltal magánjogi személyekkel való szerződési viszonyok lehetséges partnereként minősíti; ennek az abszolutizmus alatt az a jó értelme volt, hogy az alattvalók számára a törvényhozásban való részvétel biztosítéka nélkül adjanak némi jogbiztonságot. Hasonlóan a francia jog is megkülönbözteti az államot mint a *gestions privées* [magánigazgatás] magánjogi szubjektumát az államtól mint a *gestions publiques* [közigazgatás] közjogi szubjektumától. A liberális korszakban mindkét funkció viszonylag áttetsző volt és ezért könnyen meg lehetett különböztetni; a megkülönböztetés azonban oly mértékben válik mind nehezebbé, amint az állam még a társadalom magánszférájában is funkciókat vesz át, és viszonyát az egyéni gazdasági szubjektumokhoz szerződés útján szabályozza: „Predominantly industrial, commercial and managerial operations, such as the provision of transport, electricity or gas, or the management of health services, are now normally carried out by incorporated public authorities, which are subject to the rules of private law, although responsible to Ministers and Parliaments for the general conduct of operation.” (Olyan, főképpen ipari, kereskedelmi és igazgatási tevékenységeket, mint a közlekedésről, gázzal, villamosságról való gondoskodás, az egészségügyi szolgáltatások szervezése, most rendszerint bejegyzett állami hatóságok látnak el, melyek alá vannak vetve a magánjog szabályainak, viszont a minisztereknek és a parlamenteknek is felelősek a tevékenység általános vezetéséért.) Friedmann: i. m. 63. l.

³⁰ Adok, hogy adj.

Huber: i. m. 40. l.

publicizálódásának visszája is, vagyis a közjog privatizálódása. A közjog klasszikus kritériumai leginkább akkor válnak ingattaggá, ha elosztó, gondoskodó és támogató tevékenységeinél még maga a közigazgatás is magánjogi eszközöket használ.³¹ Mert például sem a közjogi szervezet nem akadályoz meg egy közszállítót abban, hogy „ügyfelével” magánjogi viszonyba lépjen, sem pedig az ilyen jogviszony messzemenő standardizálása nem zárja ki ennek magánjogi jellegét. Sem a monopolhelyzet, sem a szerződéskötési kényszer nem írja elő, hogy valamit a közjog területére kell utalni; sem pedig az, ha a jogviszonyt igazgatási aktus alapozza meg. A közérdek publicisztikus mozzanatai olyan mértékben kötődnek össze a szerződéses formulázás magánjogi mozzanataival, ahogyan a tőkekoncentrációval és az intervencionizmussal az állam társadalmasodásának és a társadalom államosításának kölcsönös folyamatából új szféra alakul ki. Ezt ésszerűen sem tisztán magán-szféraként, sem valódi közsféraként nem lehet felfogni, és nem lehet egyértelműen a magánjog vagy a közjog területéhez sorolni.³²

17. § A szociális szféra és az intim szféra polarizálódása

Olyan mértékben, ahogyan az állam és a társadalom kölcsönösen áthatja egymást, a kiscsalád kiválik a társadalmi újrateermelés folyamataival való összefüggéséből: az intim szféra, mely egykor általában a magánszféra középpontja volt, amennyiben ez maga is elveszti magánjellegét, mintegy annak perifériájára szorul. A liberális korszak polgárai magánéletüket prototipikus módon a hivatásban és a családban élték; az áruforgalom és a társadalmi munka szférája éppúgy a magánszféra volt, mint a gazdasági funkcióktól közvetlenül mentesített „otthon”. Ez a

³¹ A következőkkel kapcsolatban lásd W. Siebert: *Privatrecht im Bereich der öffentlichen Verwaltung*. In: *Festschrift für Hans Niedermeyer*. Göttingen, 1953. különösen a 223. l.

³² Ennek az egész komplexumnak beható elemzését adja legutóbb Spiros Simitis: *Das Sozialstaatsgrundsatz in seinen Auswirkungen auf das Recht von Familie und Unternehmen*. Habilitationsschrift der Juristischen Fakultät. Kézirat, Frankfurt, 1963.

két terület, mely akkoriban egységesen tagolódtott, most ellentétesen fejlődik: „és pedig azt lehet mondani, hogy a család mindinkább magánjellegűvé, a munka és a szervezet világa mindinkább nyilvánossá válik”.³³

A „munka és szervezet világa” kifejezés már elárul valamit az egykor magánrendelkezés alatt álló szféra objektivitás iránti tendenciájáról; akár a saját rendelkezés szférájáról legyen szó, mint a tulajdonos esetében, akár az idegen rendelkezés szférájáról, mint a bérmunkás esetében. Az ipari nagyüzem fejlődése közvetlenül, a bürokratikus nagyüzemé közvetve függ a tőke koncentrációjának állásától. Mindkét esetben a társadalmi munka olyan formái fejlődnek ki, melyek specifikusan eltérnek a szakmai magánmunka típusától. Munkaszociológiai szempontból már nem jelent éles különbséget, hogy egy vállalat a magánszférához és egy hatóság az állami szférához tartozik. Bármennyire is alá van még vetve egy nagyüzem az egyéni tulajdonosok, a nagyrésztvényesek vagy igazgatósági tagok rendelkezésének, a magánrendelkezésekkel szemben mégis annyira objektiválódnia kellett, hogy a „munka világa” a magánszféra és az állami szféra között sajátos rendű szférát alkot – mind a munkások és alkalmazottak, mind pedig azok tudatában, akik tágabb hatáskörökkel rendelkeznek. Ez a fejlődés természetesen azon is nyugszik, hogy a termelési eszközök tulajdonának formálisan fenntartott autonómiáját materiálisan is megfosztották magánjellegétől. A nagy tőketársaságok példáján ezt többször is elemezték a tulajdonosi cím és a rendelkezési funkció elválasztásának címszava alatt; itt ugyanis különösen világossá válik a tulajdonjog közvetlen gyakorlásának korlátozása a csúcsgazgatóság és néhány nagyrésztvényes javára. Az önfinanszírozás útján az ilyen vállalatok gyakran a tőkepiactól is függetlenné válnak; ugyanilyen mértékben megnövelik önállóságukat a résztőke-tulajdonosok tömegével szemben.³⁴ Bármilyen legyen is a gazdasági hatás, a szociológiai hatás példászerűen

³³ H. Schelsky: *Schule und Erziehung in der industriellen Gesellschaft*. Würzburg, 1957. 33. l.

³⁴ Itt nyitva maradhat a kérdés, hogy ha az igazgatásnak a közgyűléssel szemben erős a pozíciója, akkor érvényre jutnak-e a nyereség esetleges növelésének terhére a management specifikus érdekei, teszem azt a vállalat kibővítésének irányába, és aláássák-e már a felhalmozás magánkapitalista formáját.

mutatja azt a fejlődést, mely a vállalat formájától függetlenül is, a nagyüzemet általában megfosztja az individuális magán-autonómia szférájának azon jellegzetességétől, amely a liberális korszakban az önálló vállalkozók üzletét és műhelyét jellemezte. Rathenau ezt igen korán felismerte, és ezzel a formulával fejezte ki: a nagyvállalatok „intézményekké” alakulnak át. Ezt az ösztönzést fogadta meg a jogi institucionalizmus és belőle a sajátos obszervancia elméletét alakította ki.³⁵ Habár a rokon elméletek, melyek (James Burnham és Peter R. Drucker műveiben amerikai viszonyok példáján illusztrálva) nagy publicisztikai sikert arattak a háború után, aligha voltak kevésbé ideologikusak, mégis volt valamilyen leíró értékük: találóan diagnosztizálják a társadalmi munka szférájában „a magán eltűnését”.

Mindenekelőtt: a nagyüzem alkalmazottaival és munkásaival szemben bizonyos státusgaranciákat vállal el, akár hatáskörök felosztása útján, akár azáltal, hogy bizonyos szociális biztonságot és szolgáltatásokat nyújt, akár azon igyekezet révén – bármennyire kérdéses is ez az egyes esetekben –, hogy elérje a foglalkoztatottaknak a munkahelyhez való integrációját; de még kirívóbbak ezeknél az objektív változásoknál a szubjektívek. A „szolgáltattevők” statisztikai gyűjtőkategóriája már a nevében árulkodik egy újfajta beállítódásról a munkához: elmosódik a magántulajdon révén egykor szubjektíve is világosan megvont különbség azok között, akiknek a saját, és azok között, akiknek más emberek magánszférájában kellett dolgozniuk; helyére a „szolgálati viszony” lép, mely a hivatalnokok „közszolgáltatától” semmi esetre sem a jogokat (és kötelességeket) vette át, hanem inkább egy eldologiasodott munkaviszony sajátosságait, mely a foglalkoztatottat nem annyira egy személyhez, mint egy intézményhez, köti. A nagyüzemmel olyan társadalmi képződmény válik a társadalmi munka szervezetének

³⁵ Ez azután a szakszervezetek reformista ideológiájában éppúgy szerepet játszott, mint az úgynevezett munkafront fasiszta praxisában: a nagyvállalat institutionális mozzanatának elszigetelése gazdasági funkcióitól mindkét esetben, habár különböző politikai szándékkal, természetesen annak a tényállásnak az elködösítéséhez vezetett, hogy egy vállalatnak, amennyiben kapitalista módon a profitmaximálás alapelve szerint működik, annyiban magánérdekeket is kell szolgálnia; hogy ennél fogva a vállalati cél nem eshet egybe eo ipso a személyzet vagy éppenséggel az egész társadalom érdekeivel.

uralkodó típusává, mely a magánszféra és a nyilvánosság elválasztásával szemben semleges: „Az ipari üzemek lakásokat építenek vagy egyenesen háztulajdonhoz segítik hozzá a munkavállalókat, nyilvános parkokat létesítenek, iskolákat, templomokat és könyvtárakat építenek, hangversenyeket és színházi estéket rendeznek, továbbképző tanfolyamokat tartanak, gondoskodnak az öregekről, özvegyekről és árvákról. Más szavakkal: egy egész sor funkciót, melyet eredetileg nemcsak jogi, hanem szociológiai értelemben is közintézmények tölthettek be, olyan szervezetek vesznek át, melyek tevékenysége nem nyilvános... Egy nagyvállalat oikosza olykor áthatja egy város életét és a joggal ipari feudalizmusnak nevezett jelenséget idézi elő... Ugyanez érvényes mutatis mutandis a metropoliszok nagy közigazgatási bürokráciáira is, melyek (szociológiai értelemben) ugyanolyan mértékben vesznek el nyilvános jellegüket, ahogyan nagyüzemekké válnak.”³⁶ Amerikai szerzők ennél fogva az úgynevezett „szervezetember” szociálpszichológiáját arra való tekintet nélkül vizsgálhatják, hogy magántársaságról, félnyilvános testületről vagy állami közigazgatásról van szó – a „szervezet” a tulajdonképpeni nagyüzemet jelenti.

A XIX. század tipikus magánvállalatával összehasonlítva a foglalkozás szférája mint kvázi közszféra önállósul a családra összezsugorodott magánszférával szemben; ma a foglalkozáson felül megmaradó szabadidő egyenesen a magánrezervátumot jelenti, míg a foglalkozási munkával a „szolgálat” kezdődik. Ez a folyamat mindenesetre csak a magántulajdonosok történelmi perspektívájából nézve jelenik meg úgy, mint a szakmai szféra magánjellegének megszűnése; megfordítva a munkások és alkalmazottak számára privatizálódásként jelenik meg, és pedig oly mértékben, ahogyan már nem egy patriarchális uralomnak vannak kizárólag és szabályozás nélkül alávetve, hanem ehelyett olyan pszichológiai elrendezésnek, mely az üzemi légkör befolyásolásával egy látszólag személyes jó közérzet kialakítása végett hoz intézkedéseket.³⁷

Ahogyan a foglalkozás szférája önállósul, úgy húzódik vissza a család szférája önmagába: a liberális korszak óta a család

³⁶ H. P. Bahrdt: *Öffentlichkeit und Privatheit als Grundformen städtischer Soziierung*. i. m. 43. l.

³⁷ L. v. Friedeburg: *Soziologie des Betriebsklimas*. Frankfurt am Main, 1963.

struktúraváltozását nem annyira az jellemzi, hogy a termelő funkciók helyére fogyasztási funkciók lépnek, hanem inkább az, hogy a család egyre jobban kiválik a társadalmi munka funkciókapcsolatából, általában. Már a polgári típusú patriarchális kiscsalád sem volt régóta termelési közösség; mégis lényegében a kapitalista módon működő családi tulajdonon nyugodott. Ennek megtartása, növelése és átörökítése volt a magánembernek mint egy személyben árutulajdonosnak és családfőnek a feladata: a polgári társadalom csereviszonyai mélyen befolyásolták a polgári család személyi viszonyait. Alapzatának elvesztésével, azzal, hogy a családi tulajdont felváltja az individuális jövedelem, a család a termelésben betöltött funkcióján kívül, melyet már régóta nem gyakorolt, elveszti a termelésért való funkcióját is. A családi tulajdonnak az egyénileg kereső, bérből és fizetésből élő családtagok jövedelmére való redukciója, mely mai viszonyok között tipikus, ezenkívül még attól a lehetőségtől is megfosztja a családot, hogy valamely ínséges állapot vagy öregség esetén önmagáról gondoskodik.

A klasszikus kockázatokat, főleg a munkanélküliséget, bal esetet, betegséget, öregséget és haláleseteket a szociális állam biztosítékai ma már messzemenően csökkentették; ezeknek alapvető szolgáltatások felelnek meg, rendszerint jövedelmi segély formájában.³⁸

Ezeket a segélyeket nem is a család részére utalják ki, és a családtól nem is várják el, hogy jelentősebb mértékben pótszégyelyt nyújtson. Az úgynevezett alapvető szükségletekkel szemben (basic needs), melyeket egykor a polgári családnak magánkockázatként kellett viselnie, az egyes családtagok államilag biztosítottak.³⁹ Valójában nemcsak a „folyó kockázatok” kataló-

³⁸ A Szövetségi Köztársaságban a lakosságnak több mint a háromnegyed része várományosa biztosítási vagy ellátási járadéknak, már most minden második háztartásra jut legalább egy folyósított járadék.

³⁹ „Az a kérdés, hogy az egyén hogyan boldogul egzisztenciájával, csak a mi korunkban lett szakadatlan közgondoskodás tárgya. Ha ki akarjuk domborítani azokat a változásokat, melyek ebből az egyes ember, pontosabban a magánháztartás életformájára nézve adódtak, akkor a biztosítási, ellátási és gondoskodási, társadalmilag megalapozott szolgáltatások valamennyi formáját úgy kell szemügyre vennünk, ahogyan ezek az egyes háztartásban jelentkeznek.” H. Achinger: i. m. 79. l.

gusa terjed ki a klasszikus szükségállapot-szituációkon túl mindenféle segítségre, munkaközvetítéssel és lakásszerzéssel kapcsolatos szolgáltatásokra, szakmai és nevelési tanácsadásra, egészségügyi felügyeletre stb.; ezen kívül a kártalanításokat egyre inkább kiegészítik megelőző intézkedésekkel, s ezáltal „a szociálpolitikai megelőzés éppenséggel azzal válik azonossá, hogy új, korábban a magánterülethez tartozó szférákba hatolnak be”.⁴⁰ A családi tulajdon erősen megkopott alapzatáért való szociálpolitikai kárpótlás az anyagi jövedelem segélyeként túl funkcionális segélyekre is kiterjed. A tőkeképzésben játszott szerepével együtt ugyanis a család egyre inkább elveszti a nevelés, a védelem, a gondviselés és irányítás, sőt az alapvető tradíció és orientálás funkcióit is; egyáltalán elveszti viselkedésformáló erejét olyan területeken, melyek a polgári családban az egyének legbensőbb szféráinak számítottak. Bizonyos módon tehát a család, ez a privát maradvány is, státusának állami biztosítékai révén elveszti magánjellegét. Másrészt a család csak most bontakozik ki igazán a jövedelem és szabadidő felhasználójaként, az államilag biztosított kártalanítások és segélyek hasznélvezőjeként: a magánautonómia nem annyira az intézkedési, mint inkább a fogyasztói funkciókban marad meg; a magánautonómia nem az árutulajdonosok rendelkezési hatalmát jelenti, hanem inkább a szolgáltatásokra jogosultak élvező képességét. Ezáltal jön létre a kiscsaládi fogyasztói közösségre összeszorult intim szféra intenzívvé vált személyességének lát-szata. Másfelől mindkét aspektus a maga igazát hangoztatja: a státus állami biztosítékai a magánrendelkezés funkcióinak egész sorát helyettesítik; a szociális állam felhatalmazásainak és kötelezettségeinek szűkebb keretein belül azonban az egyéni rendelkezési hatalom elsődleges elvesztése másodlagosan mentesítésként jelentkezik, mert így annál „személyesebben” bontakozhat ki a jövedelmi, segély- és szabadidő-lehetőségek fogyasztása. Abban a Schelsky által megállapított tendenciában, mely szerint egyfelől a publicisztikus tartalommal megtöltött nagyszervezetek, másfelől a privatisztikusan összezűkülő intim csoportok „a magánélet és a közélet növekvő

⁴⁰ Uo.

szakadásává⁴¹ polarizálódnak, bonyolult fejlődéstörténet fejeződik ki.

Abban az arányban, ahogyan a család mentesült gazdasági feladatai alól, úgy vesztette el ezt kiegészítően a személyes bensőségessé válás erejét is. A belső családi viszonyoknak az eldologiasodás irányába mutató tendenciája, melyet Schelsky állapított meg, annak a fejlődésnek felel meg, melynek során a családra mint a társadalom elsődleges ügynökségére egyre kevésbé van szükség. Ugyanebbe az összefüggésbe tartozik az atyai tekintély sokat emlegetett leépítése, a családon belüli tekintélystruktúra⁴² kiegyensúlyozásának tendenciája, melyet valamennyi iparilag fejlett országban megfigyeltek. Az egyes családtagok most nagyobb mértékben szocializálódnak a családon kívül s közvetlenül a társadalom révén;⁴³ itt elegendő, ha azokra az explicit pedagógiai funkciókra gondolunk, melyeket a polgári családnak formálisan az iskolára, valójában azonban anonim társadalmi erőkkel kellett átruháznia.⁴⁴ A család, mely mindinkább kiesik a társadalmi újratermelés közvetlen összefüggéseiből, ennél fogva csak látszólag őrzi meg az intenzívvé vált személyiség belső szféráját: valójában gazdasági feladataival együtt védelmi funkcióit is elveszti; éppen a patriarchális kis-család külső gazdasági igénybevételének felelt meg az a bensőségesség szféráját kialakító intézményes erő, mely – egyedül maradván, miközben az egyént családon kívüli fórumok közvet-

⁴¹ H. Schelsky: *Wandlungen der deutschen Familie in der Gegenwart*. 1953. 20. l. (Különösen a 253. és köv. l.) H. Schelsky: *Gesellschaftlicher Wandel*. In: *Auf der Suche nach Wirklichkeit*. Düsseldorf, 1965. 337. l.

⁴² R. König: *Materialien zur Soziologie der Familie*. Bern, 1946. Burgess és Locke: *The Family*. New York, 1953. Winch és Ginnis: *Marriage and Family*. New York, 1953.

⁴³ Lásd Herbert Marcuse: *Trieblehre und Freiheit*. In: *Frevel in der Gegenwart*. Frankfurt, 1957. 401–424. l. „Az ifjú nemzedéknek a realitássalvet nem annyira a családon belül, mint a családon kívül tanítják meg; a társadalmilag szokásos magatartásmódokat és reakciókat a család védett magánszféráján kívül tanulja meg.” (uo. 413. l.)

⁴⁴ Közelebbit erről az én dolgozatomban: *Pädagogischer Optimismus vor Gericht einer pessimistischen Anthropologie*. In: *Neue Sammlungen*. 1961. I. köt. (Különösen a 253. l.) Legutóbb J. Kob: *Erziehung in Elternhaus und Schule*. Stuttgart, 1963.

lenül ragadják meg – éppen napjainkban kezdett felbomlani a látszólagos személyesség szférájává.

A családi intim szférának ez a titkos kiüresedése építészetiileg a város- és házépítésben fejeződik ki. A magánház zártsága, melyet kifelé világosan hangsúlyoz az előkert és a kerítés, belül pedig a helyiségek sokrétű tagolása és elszigetelése tesz lehetővé, manapság éppen úgy meg van bontva, mint ahogy megfordítva a szalonnak, általában a fogadószobáknak az eltűnésével veszélyeztetetté vált nyitottsága a nyilvánosság társas érintkezésével szemben. A magánszférának és a nyilvánosság biztosított megközelítésének elvesztése jellemzi ma a városi lakáskultúrát és életmódot, akár azért, mert a régi nagyvárosi lakóformákat a technikai-gazdasági fejlődés átalakította, akár, mert e tapasztalatok alapján új elővárosi lakótelepet fejlesztettek ki.

Az ilyen elővárosi világ amerikai modelljét tárja elénk William H. Whyte. A szomszédsági érintkezés konformitási kényszerének hatására, mely építészetiileg már abban is kifejeződik, hogy egész sor ház számára közös udvarokat létesítenek, a prototípusos kertváros szociálisan homogén miliójében kifejlődik a „garnizonelet civil változata”.⁴⁵ Egyrészt az intim szféra a „csoport szemé láttára oldódik fel: „Ahogyan a házakon belül... eltűnnek az ajtók, ugyanúgy tűnnek el a szomszédok között a kerítések. A kép, mely a nagy lakószobai ablakban megjelenik, annak a képe, ami a szobában történik – vagy annak, ami más emberek lakószobáján belül történik.”⁴⁶ A vékony falak szükség esetén megóvnak mások tekintetétől, de semmi esetre sem nyújtanak az áthallástól is mentes mozgási szabadságot; a falak is átveszik a társadalmi kommunikáció bizonyos funkcióit, melyeket aligha lehet megkülönböztetni a társadalmi ellenőrzés funkcióitól. A személyesség nem a lakás adott közege, hanem valami, amit először mindig létre kell hozni: „Hogy az ember magánéletét élhesse, ahhoz valamit tenni kell. Egy udvar lakója például támlás székét a ház elülső oldalán helyezi el, ahelyett hogy az udvari oldalra tenné; így jelzi: nem akarja, hogy zavarják.”⁴⁷ Ugyanolyan arányban, ahogyan a magánélet nyilvánossá

⁴⁵ W. H. Whyte: *Herr und Opfer der Organisation*. Düsseldorf, 1958.

⁴⁶ Uo. 352. l.

⁴⁷ Uo.

válik, maga a nyilvánosság intim formákat ölt – a „szomszédságban” új alakban jön létre a polgárság előtti nagycsalád. Itt ismét egymásba mosódnak a magánszféra és a nyilvánosság mozzanatai. A refeudalizálódásnak a közönség okoskodása is áldozatul esik. A társas vitaforma enged a magánvaló közösség fétisének: „Az ember nem a magányos, önző szemlélődésben telítődik meg” – a polgári közönségen belül az egyéni olvasás mindig előfeltétele az okoskodásnak –, „hanem azáltal, hogy más emberekkel együtt csinálja a dolgokat; hogy magunkból derék embert faragjunk, abban még az is segít, ha közösen televízió-műsorokat nézünk.”⁴⁸

A magánszféra és a nyilvánosság viszonyának ezt a szétrombolását azonban nemcsak ott lehet megfigyelni, ahol a modern városépítéset ezt a fejlődést elősegíti, hanem ott is, ahol ez úgyszólván alámossa a fennálló architektúrát. Ezt mutatta meg Bahrtd a „blokképítkezés” elrendezésével kapcsolatban; ez korábban, utcára néző homlokzatokkal, hátrafelé felosztott kertekkel és udvarokkal, lehetővé tette mind belül a lakás célszerű beosztását, mind pedig a város egészének értelmes elrendezését. Ma már ez az utcák és terek közlekedéstechnikai funkcióváltása miatt is elavult. Sem térbelileg védett magánszférát nem biztosít, sem olyan szabad teret nem teremt a nyilvános kommunikáció és érintkezés számára, mely a magánembereket közösséggé egyesíthetné. Bahrtd így foglalja össze megfigyeléseit: „Az urbanizáció folyamatát úgy lehet leírni, mint a társadalmi élet előrehaladó polarizálódását a »nyilvánosság« vagy a magánszféra szempontjából. Itt észre kell venni, hogy a nyilvánosság és a magánszféra között mindig kölcsönhatás áll fenn. Védelmező és megtámasztó magánszféra nélkül az egyént felszívja a nyilvánosság, mely viszont maga is éppen e folyamat következtében torzul el. Ha megszűnik a distancianak a nyilvánosság szempontjából konstitutív mozzanata, ha tagjai egymáshoz igazodnak, akkor a nyilvánosság tömeggé változik... A modern nagyváros szociális problematikája pillanatnyilag nem annyira abban rejlik, hogy az élet benne túlságosan városiassá vált, hanem abban, hogy a városi élet lényeges jegyeit ismét elvesztette. A köz- és a magánszféra kölcsönhatása meg van

⁴⁸ Uo. 353. l.

zavarva. Nem azért, mert a nagyvárosi ember persze tömegember, és ezért nincs már érzéke a magánszféra ápolása iránt, hanem mert nem sikerül neki az egész város egyre bonyolultabbá váló életét úgy áttekintenie, hogy az számára nyilvánosság váljék. Minél inkább egy nehezen áttekinthető dzsungellé változik a város egészében, annál inkább visszahúzódik magánszférájába, mely egyre jobban kiépül, végül azonban mégis érezni kezdi, hogy a városi nyilvánosság szétesik, nem utolsósorban azért, mert a köztér a zsarnoki közlekedés rosszul rendezett színterévé alacsonyodott le.”⁴⁹

A magánszféra összezsugorodása a funkcióitól messzemenően mentesített és tekintélyében megyengült – kuckónyi boldogság – kiscsalád belső területére csak látszólag jelenti az intimitás tökélyét; mert abban a mértékben, ahogyan a magánemberek visszavonulnak kötelező tulajdonosi szerepeikből a szabadidők játéktérének tisztán „személyes”, kötelezettség nélküli szerepeibe, közvetlenül félig nyilvános fórumok befolyása alá kerülnek, anélkül, hogy az intézményesen biztosított családi tér megvédené őket. A szabadidőben tanúsított magatartás adja meg az új szféra látszólagos személyességének kulcsát; megmutatja, hogyan veszi el bensőséges jellegét a deklarált bensőségesség. Ami manapság a foglalkozás önállósult szférájával szemben a szabadidő területeként határolódik körül, az foglalja el tendenciaszerűen az irodalmi nyilvánosság helyét, amelyhez egykor a polgári család intim szférájában létrejött szubjektivitás kapcsolódott.⁵⁰

⁴⁹ H. P. Bahrtd: Von der romantischen Großstadtkritik zum urbanen Städtebau. *Schweizer Monatshefte*, 1958. 644. l.

⁵⁰ Lásd Helmut Plessner: *Das Problem der Öffentlichkeit und die Idee der Entfremdung*. Göttingen, 1960. 9. l. „Mivel a tömegkommunikáció egyre intenzívebbé váló eszközei bármilyen propagandisztikus befolyásolás számára rendelkezésre állnak és magán a házon belül hoznak létre nyilvánosságot (amire az újság és a könyvek sohasem voltak képesek), a magánszféra elbizonytalanodása, legalábbis érzésem szerint, válságot fog előidézni.” Ugyanebben az értelemben lásd Goldschmidt: *Publicity, Privacy, Secrecy*. i. m. 404. l.

18. § A kultúrán elmélkedő közönségtől
a kultúrát fogyasztó közönségig

A közönségre vonatkoztatott személyesség ama típusának szociálpszichológiája, mely a XVIII. század folyamán a kiscsaládi intim szféra tapasztalati összefüggéséből alakult ki, akárcsak az irodalmi nyilvánosság keletkezéséről, felbomlásának bizonyos feltételeiről is felvilágosítást nyújt; az irodalmi nyilvánosság helyére a kultúra fogyasztásának pszeudonyilvános vagy látszólag magánszférája lép. Ha akkoriban a magánemberek mint polgárok (bourgeois) és emberek (homme) tudatában voltak kettős szerepüknek, és egyidejűleg hangoztatták a tulajdonosnak a voltaképpeni „emberrel” való azonosságát, úgy ezt az öntudatot annak a ténynek köszönhatték, hogy a nyilvánosság magának a magánszférának a magjából bontakozott ki. Habár funkciójára való tekintettel ez az irodalmi nyilvánosság csak előképe volt a politikainak, ennek ellenére már ez is rendelkezett azzal a „politikai” jelleggel, amely által elkülönült a társadalmi újratermelés szférájától.

A polgári kultúra nem volt pusztán ideológia. A magánemberek okoskodása a szalonokban, klubokban, olvasótársaságokban nem volt közvetlenül alávetve a termelés és fogyasztás körforgásának, az életszükséglet parancsának, ellenkezőleg, volt tisztán irodalmi alakjában is politikai jellege (mely a szubjektivitás új tapasztalatainak önértelmezése), abban az értelemben, hogy, akárcsak a görögöknél, az életszükséglet alól történő emancipációt jelentette. Ezért tudott itt egyáltalán kialakulni az az eszme – nevezetesen a humanitás –, mely később ideológiává fokozódott le. A tulajdonos azonosítása a természetes személlyel, a voltaképpeni emberrel ugyanis feltételezi a magánszférán belül a magánembereket közönséggé összekötő kapcsolat elválasztását azoktól az ügyletektől, melyeket a magánemberek mindnyájan önmagukért, életük individuális újratermelése céljából folytatnak. Pontosán ez a küszöb nívélálódik azonban, mihelyt és amennyiben az irodalmi nyilvánosság belenő a fogyasztási szférába. Az úgynevezett szabadidő-magatartás már azért is apolitikus, mert a termelés és fogyasztás körforgásába bevonva, nem képes létrehozni azt a világot, mely emancipálódott a közvetlen életszükséglet alól. Ha a szabadidő továbbra is hozzátapad a munkaidőhöz, mint

annak kiegészítése,⁵¹ akkor benne mindig csak a magánügyekkel való foglalkozás folytatódhat, és nem alakulhat át a magánemberek egymás közti nyilvános kommunikációjává. Bár a szükségletek elszigetelt kielégítése a nyilvánosság feltételei közepette tömegesen is végbemehet, ebből még nem jön létre maga a nyilvánosság. Ha a piac törvényei, melyek az áruforgalom és a társadalmi munka területe felett uralkodnak, behatolnak abba a szférába is, mely a magánembereknek mint közönségnek van fenntartva, akkor az okoskodás tendenciaszerűen fogyasztássá alakul át, és a nyilvános kommunikáció teremtette összetartozás az elszigetelt befogadás mindig egyhangú aktuáira esik szét.

Ezáltal egyenesen saját ellentétébe csap át a közönségre vonatkoztatott személyesség. A minták, melyeket egykor anyagából az irodalom kialakított, ma a szabadalmazott kultúripar kimondott gyártási titkaiként kerülnek forgalomba. Ennek a tömegközlelési eszközök révén nyilvánosan elterjesztett termékei hozzák csak létre a maguk részéről a fogyasztók tudatában a polgári személyesség látszatát. Az intim szféra és az irodalmi nyilvánosság eredeti viszonyának ez a funkcióváltozása szociológiailag a család szerkezetváltozásával függ össze.

Egyrészt a magánemberek megszabadulhatnak kettős; emberi (homme) és polgári (bourgeois) szerepük ideologikus összekapcsolásától; de az intim szférának a kapitalista módon működő tulajdon alapzatáról történő ugyanazon leválasztása, mely az emancipált magánemberek nyilvánosságában látszólag lehetővé teszi eszméjük valóra váltását, új függőségi viszonyokat is kialakított. A magánemberek autonómiáját, mely most már eredetileg nem a magántulajdon feletti rendelkezésen alapul, csak akkor lehetne a személyesség nyilvános státusgaranciáiból le származtatott autonómiaként megvalósítani, ha az „emberek” (már nem mint bourgeois-k, mint korábban, hanem mint citoyenek) a politikailag működő nyilvánosság közvetítésével maguk vehetnék kezükbe magánegzisztenciájuk feltételeit. Az adott körülmények között ezzel nem lehet számolni. Ha azonban a polgárok családi létükben nem meríthetnek autonómiát a ma-

⁵¹ Lásd az én tanulmányomat: Zum Verhältnis von Arbeit und Freizeit. In: *Festschrift für Rothacker*. Bonn, 1958. 219. l.

gántulajdon feletti rendelkezésből és a politikai nyilvánosságban való részvételből sem, akkor mindkettő elesik: egyrészt nincs többé intézményes biztosíték – a „protestáns etika” mintája szerint – a személy individualizálódására; másrészt olyan szociális feltételeket sem lehet megállapítani, melyek a klasszikus bensővé válás útját egy „politikai etika” képzési módjával helyettesíthetnék, és ezáltal az individualizációs folyamat számára új alapot nyújtanának.⁵² A polgári ideáltípus azzal számolt, hogy a közönségre vonatkoztatott szubjektivitás jól megalapozott intim szférájából irodalmi nyilvánosság fog kialakulni. Ehelyett ez ma kaput nyit – a tömegközlelési eszközök konzumkulturális nyilvánosságán keresztül – a kiscsalád belső terébe becsempészett társadalmi erők betörése számára. A magánjellegétől megfosztott intim szféra publicisztikus módon kiüresedik, az irodalmi jellegétől megfosztott pszeudonyilvánosság valamiféle hiper család (Überfamilie) bizalmas övezetvé alakul át.

A XIX. század közepétől kezdve megrendültek azok az intézmények, melyek a közönségnek mint okoskodó közönségnek a szerkezetét mindaddig biztosították. A család elveszti az „irodalmi propagandakör” funkcióját; már a *Gartenlaube* is az idillikus átszellemítés formája, melyben a középréteghez tartozó kisvárosi család befogadja és még éppen hogy utánozza az előző nemzedékek olvasással foglalkozó nagypolgári családjainak eleven művelődési hagyományát. A művészeti almanachokat, a költői folyóiratokat, melyeknek hagyománya Németországban 1770-ben kezdődött a lipcsei és göttingeni almanachokkal, és amelyeket Schiller, Chamisso és Schwab folytatott a következő évszázadban, 1850 körül az irodalmi-családi folyóiratnak az a típusa váltja fel, amely ugyan kereskedelmileg egy szinte már ideológiává változott olvasási kultúrát stabilizál az olyan sikeres kiadói vállalkozásokkal, mint a *Westermanns Monatshefte* vagy éppen a *Gartenlaube*, melynek azonban még mindig feltétele a család mint az irodalmi rezonancia színtere. Ez azonban időközben megsemmisült. A programatikus irodalmi folyóiratoknak, a XIX. század végétől kezdve pedig a divatszerűen váltakozó avantgárd polemikus orgánumainak sohasem volt

⁵² Lásd Herbert Marcuse: *Eros und Zivilisation*. Stuttgart, 1957.

kapcsolatuk a kulturálisan érdeklődő polgárság rétegével, és ezt nem is keresték. A polgári család struktúráváltásával maguk az irodalmi családi újságok is elavultak. Ezek helyét ma a könyvbaráti egyesületek széleskörűen terjesztett illusztrált hirdetési lapjai foglalják el; ezek – deklarált céljuk, a könyvforgalom növelése ellenére –, egy olyan kultúra tanúbizonyságai, mely nem bízik a betű erejében.

Amint a család irodalmi kapcsolatát elveszti, divatjamúlta válik a polgári „szalon” is, mely a XVIII. század olvasóegyesületeit kiegészítette és részben fel is váltotta. „Az alkohol eltűnése eközben gyakran épp fordított szerepet játszott, mint a társaságképző kávé bevezetése Európában a XVII. század végétől kezdve. A férfitársaságok és egyesülések kihaltak, az asztaltársaságok felbomlottak, a klubok kipusztultak; ízetlenné vált a társadalmi kötelezettségek fogalma, mely oly nagy szerepet játszott.”⁵³ A társas élet polgári formái századunk folyamán olyan pótlékokat találtak, melyeknek minden nemzeti és regionális különbözőségük ellenére mégis van egy tendenciálisan közös vonásuk: az irodalmi és politikai okoskodástól való tartózkodás. A modellben az egyesek társas vitája átengedi a helyét a többé-kevésbé kötetlen csoporttevékenységeknek. Ezekben is kialakulnak az informális együttlét szilárd formái, mégis hiányzik belőlük az intézménynek az a sajátos ereje, mely egykor biztosította a társas érintkezések összefüggését mint a nyilvános kommunikáció szubsztrátumát – csoporttevékenységek körül (group activities) nem alakul ki közönség. A közönségre vonatkoztatott személyesség jellegzetes viszonya a közös mozilátogatásnál, a rádió- és televízió-műsorok közös befogadásánál is felbomlott: a kulturális kérdésekben elmélkedő közönség kommunikációja azokra az olvasmányokra volt utalva, melyekkel az ember a házi magánszféra klauzúrájában foglalkozott. Ezzel szemben a kultúrát fogyasztó közönség szabadidő-foglalatosságai már maguk is szociális légkörben mennek végbe, anélkül, hogy valamilyen módon vitákban folytatódniuk kelle-

⁵³ Lásd L. Schücking: *Die Soziologie der literarischen Geschmacksbildung*. München, 1923. 60. l.

ne⁵⁴: az elsajátítás magánformájával együtt megszűnik az elsajátítottokról való nyilvános kommunikáció is. Ezek dialektikus viszonya egymáshoz a csoporttevékenység szociális keretén belül feszültségmentesen kiegyenlítődik.⁵⁵

A másik oldalon folytatódik a nyilvános okoskodásra való törekvés is. Formálisan úgynevezett beszélgetéseket szerveznek, és rögtön be is sorolják a felnőttoktatás alkotórészeként. Felekezeti akadémiák, politikai fórumok, irodalmi szervezetek élnek a kommentárt igénylő és megvitatható kultúra megbeszéléséből⁵⁶: a rádiótársaságok, kiadók, egyesületek virágzó mellékipart űznek a pódiumvitákkal. Ily módon látszólag gondosan ápolják a vitát, és kiszélesítésének útjába semmilyen korlátot nem állítanak. A vita azonban észrevétlenül sajátosan megváltozott: maga is fogyasztási cikk alakját öltötte. Egykor a kulturális javaknak a kereskedelmi forgalomba való bekerülése az okoskodás *előfeltétele* volt, maga az okoskodás azonban elvileg kívül maradt a csereviszonyokon, éppen annak a szférának a centrumaként, melyben a magántulajdonosok mint „emberek, és csakis mint ilyenek, kívántak egymással találkozni. Durván

⁵⁴ B. J. Fine (*Television and Family Life. A Survey of two New England Communities*. Boston, 1952.) a televíziót néző családot „társalgás nélküli egységként” (unity without conversation) definiálja. E. E. Maccoby (*Television, Its Impact on School Children. Public Opinion Quarterly*, XV. köt. 3. füzet, 1951. 421. l.) az általa vizsgált esetekben arra az eredményre bukkant, hogy 10 család közül 9-ben nem folytatnak „beszélgetéseket”: „It appears that the increased family contact brought about by television is not social except in the most limited sense: that of being in the same room with other people. Whether the shared experience of television program gives family members a similar perceptual framework with which to view the world, so that there are fewer differences in point of view among family members and fewer grounds for conflict is a matter which cannot be appraised with the data on hand.” (Úgy látszik, hogy a televízió által létrehozott megnövekedett családi érintkezés csak abban a legszűkebb értelemben társadalmi, hogy itt az ember ugyanabban a helyiségben van más emberekkel. Hogy vajon a televízió-műsorok által közvetített tapasztalat a családtagok számára hasonló észleleti keretet ad-e a világszemléletéhez, úgy hogy a családtagok között kisebb a nézőpontok különbsége és kevesebb az alap az összeütközésre, ez olyan kérdés, melyet a rendelkezésre álló adatok alapján nem lehet értékelni.)

⁵⁵ D. Riesman: *The Tradition, the written Word and the Screen Image*. Antioch College Founders Day Lecture, Yellow Springs, Ohio, 1955.

⁵⁶ A modern művészet kommentárigényességéről lásd A. Gehlen: *Kor-képek*. Bp., 1987.

szólva: az olvasmányért, a színházért, a hangversenyért és a múzeumért fizetni kellett, de nem kellett még a beszélgetésért is, melyet arról folytattak, amit az ember olvasott, hallott és látott, és amit egészen alkalmasint csak a beszélgetésben sajátított is el. Ma a beszélgetést mint olyant még adminisztrálják is: mesterségszerű katedrai dialógusok, pódiumviták, round table shows – a magánemberek okoskodása a rádióban és a televízióban a sztárok műsorszámává válik, lehetővé teszi belépti díjak szedését, s még ott is áruformát ölt, ahol a gyűléseken mindenki „részt tud venni”. A vita, melyet az „üzlet” részévé tettek, formalizálódik; az ellentétes álláspontok képviselőit eleve kötelezik az előadás bizonyos játékszabályainak betartására; a dolgan való egyetértés messzemenően feleslegessé válik a társasági egyetértés következtében. A kérdésfelvetéseket az illem kérdéseiként határozzák meg; az összeütközések, melyeket egykor nyilvános polémiában intéztek el, a személyes torzsalokodás szintjére süllyednek le. Az ily módon elrendezett okoskodás kétségtelenül fontos szociálpszichológiai funkciókat tölt be, mindenekelőtt a cselekvési pótlék megnyugtató funkcióját; publicisztikus funkcióját azonban egyre inkább elveszti.⁵⁷ A kultúrjavak piaca a szabadidőpiac kibővített alakjában új funkciókat vesz át. Egykor az irodalom és művészet, a filozófia és a tudomány művei számára a nekik szokatlan áruforma oly kevéssé volt külsődleges, hogy csak a piacon keresztül jöhettek létre mint a gyakorlattól látszólag elkülönült kultúra autonóm képződményei; mert a közönség, amely számára ezek hozzáférhetővé váltak, úgy viszonyult hozzájuk, mint az ítélet és az ízlés, a szabad választás és a vonzalom tárgyaihoz. Éppen a kereskedelmi közvetítésen keresztül jöttek létre a magukat a pusztá fogyasztástól függetlennek tudó kritikai és esztétikai vonatkozások. Éppen ezért szorítkozik viszont a piac funkciója arra, hogy a kultúrjavakat elossa, és kiemelje a mecénások és nemesi connaisseurök (műértők) kizárólagos használatából. A csereértékek mégsem befolyásolják maguknak a javaknak a minőségét:

* kerekasztal-beszélgetések

⁵⁷ Egyelőre hiányzik az evangélikus akadémiákon folyó gyűlésezés szociológiai aspektusainak vizsgálata. Utalásokat ad H. Schelsky: *Ist die Dauerreflexion institutionalisierbar? Zeitschrift für evangelische Ethik*, 1957. 4. füzet, 153. l.

a kultúrjavakkal foglalkozó üzlethez mind a mai napig hozzátapad valami abból az összeférhetetlenségből, ami az efféle termékek és áruformájuk között mutatkozik meg. Mindenesetre nem véletlen, hogy ez a tudat, mely egykor az egész ágazatra jellemző volt, már csak bizonyos rezervátumokban tartja magát; mert a piac törvényei már behatoltak a művek szubsztanciájába, éppoly immanenssé váltak számukra, mint az alakítás törvényei. Már nemcsak a művek kiválasztása és közvetítése, kiállítása és kivitelezése, hanem – a fogyasztói kultúra tág területein – terelésük maga is az eladási stratégia szempontjaihoz igazodik. Sőt a tömegkultúra éppen azzal érdemli ki kétes nevét, hogy megnövekedett forgalmát a viszonylag alacsony művelődési szinten álló fogyasztói csoportok szórakozási és kikapcsolódási igényeihez való alkalmazkodás révén éri el, ahelyett hogy fel emelné a megnövekedett közönséget egy sértetlen szubsztanciájú kultúrához.

A XVIII. század végén a művelt rendek közönsége pontosan ezen az ódivatú módon terjed ki az iparúzó kispolgárság irányába. Akkoriban a kiskereskedők, akik mint nyílt árusítású üzletek tulajdonosai, a polgári klubokból többnyire ki voltak zárva, sok helyütt megalapították saját egyesületeiket, még elterjedtebbek voltak az iparos egyesületek⁵⁸, melyek szinte egészen olvasókörformát öltöttek. Ezekben az esetekben gyakran a polgári olvasóegyesületek lerakatairól van szó: a vezetés s az olvasmányanyag kiválasztása továbbra is a honoráciorokra volt bízva, akik a művelődést, teljesen a felvilágosodás modorában, el akarták juttatni az úgynevezett alacsonyabb rétegekhez. Művelt az, akinek van egy enciklopédiája – ezt a mértéket lassanként átveszik a szatócsok és kézművesek is. A „népet” nevelik a kultúrára, nem pedig a kultúrát szállítják le a néphez.

Ennek megfelelően szigorúan különbséget kell tenni a piac funkciói között: attól függően, hogy vajon csupán megteremti-e egy közönség számára a kultúrjavak hozzáférhetőségét, és azután ezt a termékek olcsóbbá válásának mértékében egy mind nagyobb közönség számára gazdaságilag megkönnyíti; vagy pedig a kultúrjavak tartalmát úgy idomítja-e saját szükséglete-

⁵⁸ Egy korabeli forrás szerint Németországban ezekből 1800 körül mintegy kétszáz volt. J. A. Weiss: *Über das Zunftwesen*. Frankfurt, 1798. 229. l.

ihez, hogy a hozzáférhetőséget a széles tömegek számára pszichológiailag is megkönnyíti. Ebben az összefüggésben beszél Meyersohn a szabadidőbe való belépés követelményeinek le szállításáról (entrance requirements into leisure).⁵⁹ A kultúra, olyan mértékben, ahogyan nemcsak formája, hanem tartalma szerint is áruvá válik, megválnak azoktól a mozzanatoktól, melyek egy bizonyos tanultságot tételeznek fel – az „értő” elsajátítás ezzel szemben növeli magát a képességet is. Nem magának a standardizálásnak a következtében áll a kultúrjavak kommercializálódása és bonyolultsága egymással fordított arányban, hanem a termékek különös preformáltsága miatt, mely számukra fogyasztásra való érettséget kölcsönöz, nevezetesen olyan garanciát, hogy szigorú előfeltételek és persze érezhető következmények nélkül is befogadhatók. A kultúrával való kapcsolat fejleszt, míg a tömegkultúra fogyasztása semmilyen nyomot nem hagy; olyanfajta tapasztalatot közvetít, mely nem halmozódik,⁶⁰ hanem regredál.⁶¹

A kultúrjavak piacának két funkciója: a hozzáférhetőség megkönnyítése pusztán gazdasági vagy pszichológiai módon, nem tartozik össze szükségképpen. Ez mind a mai napig megfigyelhető az irodalmi okoskodás szempontjából lényeges szektorban, a könyvpiacra, ahol két kiegészítő jelenség uralkodik. A nagy példányszámban forgalomba hozott zsebkönyvsorozatok⁶² révén a művelt és művelődni vágyó olvasók viszonylag szűk rétege számára hozzáférhetővé teszik a legmagasabb rendű irodalmat, melynek beszerzésére, ha a szokásos kiállításban kínálnák, vásárlóerejük egyébként nem volna elegendő. Habár a reklámtechnikailag ügyes kiállítás és az eladás jól átgondolt

⁵⁹ R. Meyersohn: *Commercialism and Complexity in Popular Culture*. 55. Meeting of American Sociological Association. Kézirat, New York, 1960.

⁶⁰ Meyersohn: i. m. 5. l. „The average American has by now watched for perhaps eighteen hours a week for ten years, but this enormous build up of time has had no apparent consequences for his performance in front of a television set.” (Az átlag amerikai most már tíz éve hetente körülbelül tizennyolc órán át nézi a televíziót, de ennek a hatalmas mennyiségű időnek nincs észrevehető hatása a televízió-készülék előtt tanúsított magatartására.)

⁶¹ Vö. ehhez Th. W. Adorno: Fétiskarakter a zenében és a zenehallgatás regressziója. In: *Zene, filozófia, társadalom*. Bp., 1970. 240. l. és köv. l.

⁶² H. M. Enzensberger: Bildung als Konsumgut. Analyse der Taschenbuchproduktion. In: *Einzelheiten*. Frankfurt am Main, 1962. 22. l.

megszervezése ennek a könyvfajtának, inkább mint bármelyik másinak, a könnyen fogyasztható és gyorsan elkoptatható áru jellegének látszatát kölcsönözte, a piac ebben az esetben mégis megőrzi a hozzáférhetőség kizárólag gazdasági megkönnyítésének felszabadító funkcióját: a zsebkönyvek tartalmát általában nem érintik a tömegforgalom törvényei, melyeknek elterjesztésüket köszönhetik. A zsebkönyvekkel ugyanis – paradoxon, melyre Wolfgang Kayser mutatott rá⁶³ – a maradandó a mulandóság köntösében jelenik meg, ezzel szemben a könyvbaráti egyesületek (Buchgemeinschaft) könyveinél a mulandó jelenik meg a tartósság köntösében – félbőr kötésben és aranyozott díszítéssel.

A könyvbaráti egyesületek, melyek az első világháború után, először az angolszász országokban, alakultak meg, és ma már a piac legnagyobb részét ellenőrzik,⁶⁴ szintén a vállalkozói kockázatot csökkentik és olcsóbbá teszik az egyes példányokat; az eladási stratégia és a terjesztés megszervezése azonban, melyek a könyvkereskedést megkerülik és a fogyasztók választási lehetőségeit ugyanolyan arányban csökkentik, ahogyan intenzívve teszik a lektorátus közvetlen érintkezését a tömegizlés szükségleteivel, nemcsak gazdaságilag könnyítik meg ezeknek a túlnyomórészt alacsonyabb társadalmi rétegekből származó fogyasztóknak az irodalom megközelítését. Ellenkezőleg, a „belépési feltételeket” pszichológiailag úgy enyhítik, hogy magának az irodalomnak kell idomulnia e csekélyebb előfeltételeket megkövetelő és kisebb következményekkel járó befogadás kényelmességéhez és kellemességéhez. – Ezen a példán egyébként világossá válik, hogyan függ össze a fogyasztói kultúra szociálpszichológiai kritériuma, a nem kumulatív tapasztalat a nyilvánosság szétrombolásának szociológiai kritériumával: a könyvbaráti egyesületek nemcsak a könyvkereskedéstől vonják el a szépirodalom jelentős részét, hanem a kritika számára is hozzáférhetetlenné teszik. A könyvbaráti egyesületek illusztrált, bel-

⁶³ W. Kayser: Das literarische Leben der Gegenwart. In: *Deutsche Literatur in unserer Zeit*, (Hg. Kayser) Göttingen, 1959. 22. l.

⁶⁴ Kayser (uo., 17. és köv. l.) a Szövetségi Köztársaság könyvbaráti egyesületeinek taglétszámát mintegy 3 millióra becsülik; ezek egy évben körülbelül 30 millió könyvet vásárolnak meg, jóval többet az egész évi szépirodalmi termelés felénél.

ső reklámkiadványa, mint az egyetlen kapcsolat a kiadók és olvasók között, rövidzárlatot idéz elő a kommunikáció körében. A könyvbaráti egyesületek közvetlenül a kiadón keresztül foglalkoznak vevőkörükkel – távol az irodalmi nyilvánosságtól. Megfordítva, feltehetően ezzel függ össze a kritika helyzetének meggyengülése (melyben egykor, amikor még az olyan recenziók, mint Schiller és Schlegel nem tartották lealacsonyítóknak, hogy ebben a műfajban kiterjedt melléktevékenységet folytassanak, intézményesítve volt az irodalom iránt érdeklődő magánemberek laikus ítélete).

Az irodalmi nyilvánosság tendenciaszerű szétesését teljes mértékben persze csak akkor láthatjuk át, ha az olvasóközönség kiterjedését a népesség csaknem valamennyi rétegére összevetjük a könyvolvasás tényleges elterjedtségével: a Német Szövetségi Köztársaságban az összes lehetséges olvasónak több mint az egyharmada egyáltalán nem olvas, több mint kétötöde pedig nem vásárol könyvet;⁶⁵ ennek megfelelnek az angolszász országokra és Franciaországra vonatkozó viszonyszámok is. Ezért az, ahogyan a kultúrán elmélkedő olvasóközönséget felváltja a kultúrát fogyasztók tömegközönsége, csak elégtelenül tükröződhet a könyvpiac szféráján belül. Ez a folyamat más transformátorokat használ fel, mint a par excellence polgári művelődési eszközt – a könyvet.⁶⁶

Az első tömegpéldányszámú újság, mely kezdettől fogva több mint 50 000 példányban jelent meg, jellemző módon a chartista mozgalom orgánuma volt – Cobbett *Political Register*, mely 1816-tól jelent meg. Ugyanaz a gazdasági helyzet azonban, mely a tömegeket a politikai nyilvánosságban való részvételre sarkallja, meg is tagadja tőlük azt a műveltségi színvonalat, mely lehetővé tette volna számukra a részvételt a polgári újságolvasók módján és az ő szintjükön. Ezért az ún. penny-sajtó, mely a harmincas évek elején 100-200 ezres példányszámú ki-

⁶⁵ 1955-ben a Szövetségi Köztársaság háztartásainak több mint egyharmadában egyáltalán nem voltak könyvek; legalább egy saját könyvvel rendelkeztek a háztartások 58%-ában. Lásd *Jahrbuch der öffentlichen Meinung*. Allensbach, 1957. 102. l.

⁶⁶ A könyvfogyasztás szociológiájáról lásd legutóbb: R. Escarpit: *Das Buch und der Leser*. Köln, 1961. 120. és köv. l. Gazdasági elemzést ad P. Meyer-Dohm: *Der westdeutsche Büchermarkt*. Stuttgart, 1957.

adásokat ér el, s a század közepén még szélesebben elterjedt hétvégi sajtó csakhamar megteremti azokat a „pszichológiai könnyítéseket”, melyek azóta jellemzik a kereskedelmi tömegsajtó arculatát. Hasonló fejlődés rajzolódik ki Párizsban a júliusi forradalom után Emile Girardin fellépésével és az USA-ban Benjamin Day *New York Sun*jával. Természetesen még eltart egy fél évszázadig, míg Pulitzer megszerzi a *New York World*-öt, és a milliós határt csakhamar megközelítő kiadásokban, a „sárga újságírás” módszereinek segítségével valóban behatol a széles tömegekbe, mint ahogy ugyanebben az időben ezt a londoni *Lloyd's Weekly Newspaper* teszi. A „sárga újságírás” nevet a nyolcvanas évek szenzációsajtója a comics sárga színéről kapja (a „Yellow Kid” reprezentatív figurájáról). A cartoon, a news picture, a human interest-story technikái természetesen a hétvégi sajtó repertoárjából származnak, mely a kitalált és igaz történeteket (fictionstories and news) már előzőleg optikailag éppannyira hatásosan, mint amennyire irodalmilag igénytelenül adta elő.⁶⁷ A század vége felé a kontinensen is felülkerekedik a tömegsajtó „amerikai” formája; itt is a hétvégi sajtó és az illusztrált folyóiratok a tulajdonképpeni bulvárlapok szálláscsinálói.

⁶⁷ R. E. Park: *The Natural History of the Newspaper*. In: W. Schramm: *Mass Communication*. Urbana, 1944. 21. l. „It was in the *Sunday World* that the first seven column cut was printed. Then followed the comic section and all the other devices with which we are familiar for compelling a dull-minded and reluctant public to read. After this methods had been worked out, they were introduced into the daily. The final triumph of the *Yellow Journal* was Brisbane's Heart to Heart Editorial – a column of predigested platitudes and moralizing, with half page diagrams and illustrations to reinforce the text. Nowhere has Herbert Spencer's maxim that the art of printing is economy of attention been so completely realized.” (A *Sunday World*-ben az első hét hasáb volt nyomtatva. Azután következett a comic-rovat és az egyéb kellékek, melyeket jól ismertünk, s melyek a vonakodó és tompa elméjű közönséget olvasásra készítették. Miután ezeket a módszereket kidolgozták, ezek bekerültek a napi sajtóba is. A *Sárga újság* végső diadalát Brisbane *Bizalmas Vezércikke* jelentette – ez egy hasábnyi közhely és moralizálás volt, féloldalas ábrákkal és illusztrációkkal a szöveg alátámasztására. Herbert Spencer maximáját, hogy a nyomtatás művészete nem más, mint a figyelemmel való takarékoság, sehol sem valósították meg ilyen tökéletesen. A XIX. század német tömegfolyóiratairól]. Kirchner számol be: *Redaktion und Publikum*. In: *Publizistik*. V. köt. 463. és köv. l.

A tömegsajtó azon alapul, hogy kommersziális funkcióváltáson ment keresztül széles rétegeknek a nyilvánosságban való részvétele, s ez a tömegek számára a nyilvánosságot egyáltalán hozzáférhetővé tette. Ez a kibővített nyilvánosság azzal párhuzamosan veszi el politikai jellegét, ahogyan a „pszichológiai megkönnyítés” eszközei a kommersziálisan rögzített fogyasztói magatartás öncéljává váltak. Már a korai penny-sajtón meg lehet figyelni, hogyan lesz az eladás maximalizálásának ára a tartalom politikátlanítása – by eliminating political news and political editorials on such moral topics as in temperance and gam bling⁶⁸ (a politikai híreket és vezércikkeket olyan morális témákkal küszöbölve ki, mint a mértékletesség és a szerencsejáték).

A képes újságírás alapelveinek tiszteletre méltó hagyománya van. Ezért hosszabb távon nézve, az újságközönség kibővülésével a politikailag okoskodó sajtó veszít befolyásából; sőt figyelemre méltó módon a kultúrát fogyasztó közönség jut uralomra, mely az irodalmi nyilvánosság örökségét még inkább megtadja, mint a politikaiét.⁶⁹

A kulturális fogyasztás természetesen nagymértékben mentesül az irodalmi közvetítéstől; az irodalmi termelés klasszikus formáit kisebb vagy nagyobb mértékben kiszorítják a nem verbális közlemények vagy az olyanok, amelyeket, még ha nem is fordítanak le egészen képre és hangra, optikai és akusztikai aláfestéssel tesznek könnyűvé. Ezeket az irányzatokat meg lehet állapítani, még a napisajtóban is, mely ezekhez még mindig a legközelebb áll. Erősen fellazított tördelés és sokféle illusztrá-

⁶⁸ W. G. Bleyer: *History of the American Journalism*. Boston, 1927.

⁶⁹ Egy Németországban néhány évvel ezelőtt elvégzett vizsgálat szerint azon felnőttek közül, akiknek napilapja a megfelelő cikket tartalmazza, 86% olvassa a balesetekről, bűnözésről és „emberi sorsokról” szóló tudósításokat, 85% a helyi részt olvassa, de csak 40% a vezércikket, 52% a politikai híreket a lap belsejében, és 59% a politikai főcikket. 1957 végén a felnőtt lakosságnak több mint 70%-a a Szövetségi Köztársaságban legalább egy napilaphoz hozzájutott; és pedig 17% rendszeresen bulvárlapot olvasott, 63% helyi lapot, 2,4% pedig egyikét a nagy napilapoknak, melyeket az egész Szövetségi Köztársaság területén terjesztenek. A felnőtteknek csaknem a fele rendszeresen olvas illusztrált hetilapokat és egy további negyedrészt egyéb, túlnyomórészt szórakoztató magazinokat, hétvégi és női folyóiratokat, rádió- és televíziólapokat. (DIVO: *Der westdeutsche Markt in Zahlen*. Frankfurt, 1958. 145. l.)

ció támogatja az olvasmányt, melynek spontán játékerét az anyag előzetes formálása (patterning, predigesting) korlátozza. A szerkesztőségi állásfoglalások visszahúzódtak a hírügynökségi jelentések és a tudósítói beszámolók mögé; az okoskodás eltűnik az anyag kiválasztásáról és bemutatásáról a szerkesztőségen belül meghozott döntések leple mögött. Azután megváltozik a politikai vagy politikailag fontos hírek részaránya: a közügyek, társadalmi problémák, gazdasági kérdések, nevelés, egészségügy (public affairs, social problems, economic matters, education, health) – amerikai szerzők⁷⁰ felosztása szerint éppen a delayed reward news (lassabban kifizetődő hírek) – nemcsak háttérbe szorulnak az immediate reward news (azonnal kifizetődő hírek), a comic, korrupció, baleset, katasztrófa, sport, szórakozás, társadalmi események (comic, corruption, accident, disaster, sports, recreation, social events, human interest) mögött, hanem – amint ez már a jellemző elnevezésből is kiderül – ezeket ténylegesen is ritkábban és kevesebben olvassák. Végül a hírek általában színes köntöst öltenek, a formátumtól egészen a stilisztikai részletekig hasonlatossá válnak az elbeszéléshez (news stories); egyre gyakrabban feladják a tény és a kitalálás (fact és fiction) közötti szigorú megkülönböztetést.⁷¹ A híreket és tudósításokat, sőt még az állásfoglalásokat is felszerelik a szórakoztató irodalom inventáriumával, míg másrészt a szépirodalmi cikkek szigorú „realizmussal” az amúgy is klisék alá besorolt fennálló megkettőzésére vannak szánva, és a maguk részéről feloldják a regény és a riportázs közti határt.⁷² Ami a napi sajtóban még csak sejthető, az az újabb hírközlési eszközökben már előrehaladott állapotban jelentkezik: a publicisztika és irodalom egykor elkülönített szféráinak, nevezetesen az egyik oldalon az információnak és okoskodásnak, a másikon a szépirodalomnak az integrációja a valóság sajátos eltolódását, éppenséggel a valóság különböző síkjainak összefonódását hozza létre. Az úgynevezett human interest (emberi érdeklő-

⁷⁰ W. Schramm és D. M. White: Age, Education and Economic Status as Factors in Newspaper Reading. In: Schramm: i. m. 402. l.

⁷¹ G. Seldes: *The Great Audience*. New York, 1951.

⁷² H. M. Hughes: Human Interest Stories and Democracy. In: Berelson és Janowitz: *Public Opinion and Communication*. Glencoe, 1950. 317. l.

dés) közös nevezőjén kialakul egy tetszetős és ugyanakkor kellemes szórakoztató anyag mixtum compositum, mely tendenciájában a valósághoz való hűséget a fogyasztásra való alkalmassággal helyettesíti, és inkább félrevezet a kikapcsolódási ingerek személytelen felhasználása felé, mint hogy az ész nyilvános használatára ösztönözne. A rádió, a televízió és a film egyenesen eltüntetik azt a distanciát, melyet az olvasónak a nyomtatott betűvel szemben meg kell tartania – azt a distanciát, melyet az elsajátítás magánjellege megkívánt, mint ahogyan csak ez tette lehetővé az olvasottakról való okoskodó eszmecsere nyilvánosságát. Az új hírközlési eszközökkel megváltozik a kommunikációs forma mint olyan; ezek a szó legszigorúbb értelmében penetránsabban hatnak, mint ahogyan erre a sajtó valaha is képes lett volna.⁷³ A közönség magatartása a „Don't talk back” (Ne beszélj vissza) kényszerének hatására más alakot ölt. Az adások, melyeket az új közegek kisugároznak, a nyomtatott közlésekhez képest sajátosan megcsonkítják a befogadói reakciókat. A látó és hallgató közönséget bűvkörükbe vonják, ugyanakkor azonban megfosztják a „nagykorúság” distanciájától, vagyis attól az esélytől, hogy beszélhessen és válaszolhasson.⁷⁴ Az olvasóközönség okoskodása tendenciaszerűen át-

⁷³ „Television and radio, because they appear, among all of the media, to have most direct line of communication to individuals, are perhaps the most influential. At its best the newspaper exerts a tremendously powerful influence. But it is less personalized than the broadcast (and the pictures) media, and certainly less intimate in concept. The press however allow for privacy of thought, for only one person can read a speech in the newspaper, but several may watch and listen to it... A televised speech is directed »to you«, the listener. The same speech reprinted in the morning paper is one step removed from immediacy and directness.” (Talán a televízió és rádió a legbefolyásosabbak, mivel úgy látszik, hogy az összes közegek között nekik van egyénekhez a legközvetlenebb kommunikációs vonaluk. Legkedvezőbb esetben az újság egészen hatalmas befolyást gyakorol. De kevésbé megismerhető, mint a rádió (és a televízió), fogalma szerint határozottan kevésbé meghitt. A sajtó azonban tekintetbe veszi a gondolkodás magányosságát, mert az újságban csak egy személy olvashat egy beszédet, de többen hallgathatják és figyelhetik... A televíziós beszéd elektronikusan „hozzád”, a hallgatóhoz van irányítva. Ha ugyanez a beszéd ki van nyomtatva a reggeli lapban, akkor egy lépéssel már eltávolodtunk az azonnalítástól és közvetlenségtől.) Ch. S. Steinberg: *The Mass Communicators*. New York, 1958. 122. l.

⁷⁴ Lásd erről G. Anders: *Die Antiquiertheit des Menschen*. München, 1957. Továbbá L. Bogart: *The Age of Television*. New York, 1958.

gedi a teret a fogyasztói „ízléscseré”-nek⁷⁵ – még a fogyasztott-ról való beszélgetés, „az ízlésbeli ismeretek vizsgálata” is a fogyasztás részévé válik.

A tömegközlelési eszközök által létrehozott világ csak látszólag a nyilvánosság; de a magánszféra integritása is illuzórikus, pedig erről a fogyasztók állandó biztosítékokban részesülnek. A XVIII. század folyamán a polgári olvasóközönség egy irodalomra alkalmas és közönséghez kapcsolódó szubjektivitás ápolására éppúgy képes volt az intim levélváltásban, mint a levélváltásból kifejlődő pszichológiai novella- és regényirodalomban. Ebben az alakban értelmezték a magánemberek új létformájukat, mely voltaképpen a nyilvánosság és a magánszféra liberális viszonyán nyugodott. A privát lét tapasztalata lehetővé tette a tisztán emberi pszichológiájával a természetes személy absztrakt individualitásával való irodalmi kísérletezést. Amikor ma a tömegközlelési eszközök a polgároknak erről az önértelmezéséről lehántják az irodalmi burkot, és a fogyasztói kultúra nyilvános szolgáltatásainak közkedvelt formáiként használgatják fel, akkor visszajára fordul az eredeti értelem. A XVIII. század pszichológiai irodalmának társadalmasított mintái, melyekkel a XX. század tényállásait találják a human interest és az életrajzi jegyzet⁷⁶ számára, egyrészt átviszik a sértetlen magánszféra és az intakt magánautonómia illúzióit olyan viszonyokra, melyek már régen megsemmisítették mindkettőnek az alapzatát. Másrészt ezeket oly mértékben alkalmazzák politikai tényállásokra is, hogy a nyilvánosság még a fogyasztóközönség tudatában is privatizálódik; sőt, a nyilvánosság az egyéni élet-történetek közzétételének szférájává válik, akár úgy, hogy az úgynevezett kisember vagy a tervszerűen megteremtett sztárok véletlen sorsa kap publicitást, akár úgy, hogy a közfontosságú fejlődéseket és döntéseket magánöltözékbe bújtatják és megszemélyesítés útján a felismerhetetlenségig eltorzítják. A szentimentalitás a személyekkel és a megfelelő cinizmus az intézmé-

⁷⁵ D. Riesman: *A magányos tömeg*. Bp., 1968. 380. l. Lásd erről még a gyűjteményes kötetek tanulmányait: White és Rosenberg: *Mass Culture*. New York, 1955.; Larabee és Meyersohn: *Mass Leisure*. New York, 1958.

⁷⁶ L. Löwenthal: *Die biografische Mode*. In: *Sociologica*. Frankfurt, 1955. 363. l. Uő: *Literatur und Gesellschaft*. Neuwied, 1964.

nyekkel szemben, melyek ebből szociálpszichológiai kényszerűséggel következnek, azután persze szubjektíve még ott is korlátozza a kritikai okoskodás képességét a közhatalommal szemben, ahol ez objektíve még lehetséges volna.

A családi intim szféra egykor védelmező közege olyannyira felbomlott még azokban a rétegekben is, melyeket korábban a „művelt” rétegek közé soroltak, hogy a regényolvasással és levelezéssel való egyéni foglalkozást már nem tekintik előfeltételnek ahhoz, hogy valaki részt vegyen az irodalmilag közvetített nyilvánosságban. A polgári olvasóközönség magatartásának vonatkozásában eldöntöttnek tekinthető, hogy a tömegközlelési eszközök megnövekedett közönségén belül a könyvolvasás elterjedése gyorsan csökkent. A levélben való személyes érintkezés szokása feltehetően legalább ugyanilyen mértékben elűnt. Ezt gyakran az helyettesíti, hogy részt vesznek abban a levelezési párbeszédben, melyet az újság- és folyóirat-szerkesztőségek, valamint a rádió- és televízió-állomások folytatnak közönségükkel. Egyáltalán a tömegközlelési eszközök személyes bajok és nehézségek átvállalóiként, segítségnyújtási szaktekintélyként ajánlják magukat: bőséges mennyiségben nyújtanak alkalmat az azonosulásra – a nyilvános bátorítási és tanácsadási szolgáltatás rendelkezésre álló készletéből, a magánszféra valamilyen regenerálását tűzve ki célul.⁷⁷ Megfordul az intim szféra és az irodalmi nyilvánosság eredeti viszonya: a közönséghez kapcsolódó bensőségesség tendenciaszerűen átengedi a teret az intimitáshoz kapcsolódó eldologiasodásnak. A nyilvánosság bizonyos mértékben magába szívja az egyéni egzisztencia problematikáját, s a nyilvános fórumok felügyelete alatt ha nem is intézi el, de legalább kitergeti. Másrészt a személyesség tudata éppen az olyan publikálás révén fokozódik, amellyel a tömeg-

⁷⁷ A nyilvános „segítségnyújtás” bámulatos hatásáról számol be, empirikus vizsgálatok alapján, Elisabeth Noelle: *Die Wirkung der Massenmedien*. In: *Publizistik*. 1960. V. köt. 532. l. „Ha a *Constanze* egyik számában tanácsot adtak arra nézve, hogyan lehet egy elhasznált inggallért megújítani, akkor e szám olvasónői közül ezt egymillió ki is próbálja... Az egyik szám olvasónői közül csaknem kétfelharmin néhánynapon vagy héten keresztül óránként öt percig felpolcolták a lábukat, mert ez benne volt a *Constanze*-ban.” Uo. 538. l.

közlési eszközök által létrehozott szféra a másodlagos intimitás vonásait veszi fel.⁷⁸

Ennek a szociálpszichológiai tényállásnak szociológiailag nem olyan közönség felel meg – amint ezt egy elterjedt előítélet szeretné –, amely magjában, kiváltképpen az új középosztály felső rétegeiben, bizonyos kontinuitást őriz meg a XVIII. században és a XIX. század elején élt, irodalmilag okoskodó magánember hagyományával, és amelyet úgyszólván csak a perifériáján kezd ki és áraszt el a félig írástudatlan fogyasztók tömege. Ekkor ugyanis azt kellene elvárnunk, hogy az új fogyasztói kultúra intézményei és magatartásmódjai inkább és jobban elvannak terjedve az alsóbb társadalmi rétegek körében, mint a felsőkben. Egy ilyen feltevésnek a jelenlegi viszonyok nem felelnek meg; ellenkezőleg, a hétfői magazinok, illusztrált folyóiratok és bulvárlapok olvasása, a rendszeres rádióhallgatás, televízió-nézés és mozilátogatás is viszonylag még gyakrabban fordul elő a magasabb státuscsoportoknál és a városi lakosságnál, mint az alacsonyabb státuscsoportoknál és a falusi lakosságnál. A kultúra fogyasztásának ez a módja csaknem kivétel nélkül egyenes arányban növekszik a státussal, melyet a foglalkozás, a jövedelem és az iskolai végzettség kritériumával éppúgy mérhetünk, mint a városiasodás fokával – a falutól kezdve a kis- és közepes városon át egészen a nagyvárosig.⁷⁹ Egyrészt a közönség kibővülésének irányát nem lehet minden további nélkül oly módon visszavetíteni mai szociális összetételéből, mintha valamiképpen a „művelt rendek” városi-polgári olvasóközönségének körébe mindig új marginális rétegek kerültek volna be; a tényállás azonban másrésztől azt az ellentétes változatot is kizárja, mintha a tömegközlési eszközök „alulról”, a munkásságból, és „kívülről”, a falusi lakosságból kiindulva,

⁷⁸ Egyfelől a „bensőségesség megszűnésének” irányába, másfelől a differenciálódás és individualizálódás irányába mutató visszahatásukban a személyesség látszatát létrehozó trendeknek ugyanezt a komplementaritását elemzi H. J. Knebel a társasutazás példáján: *Soziologische Strukturwandlungen im modernen Tourismus*. Stuttgart, 1960. 124. és köv. l.

⁷⁹ DIVO: i. m. 145. és köv. l. és a *Jahrbuch der öffentlichen Meinung*, i. m. 51. és köv. l. A mozilátogatás gyakorisága elsősorban természetesen az életkortól függ. Az egészről lásd továbbá G. Kieslich: *Freizeitgestaltung in einer Industriestadt*. Dortmund, 1956.

szorították volna vissza és szórták volna szét a régi közönséget. Ellenkezőleg, társadalomtörténeti megfigyelések alapján bizonyos mértékig kézenfekvő módon lehet a közönség kibővüléséből – melyet az USA-ban a televízió bevezetésének alkalmával lehetett megfigyelni az empirikus társadalomkutatás ellenőrzésével – arra következtetni, hogy a korábbi korszakok kultúrán elmélkedő közönsége egyidejűleg bővült ki, és alakult át kultúrát fogyasztó közönséggé. Az USA-ban megállapították, hogy a magukat televíziókészülék beszerzésére elsőként rászánó csoportok körében olyan vásárlók voltak túlsúlyban, akiknél az iskolai végzettség foka nem felelt meg jövedelmük nagyságának.⁸⁰ Ha szabad általánosítanunk, akkor azok a fogyasztói rétegek, melyekbe a tömegkultúra új formái először hatoltak be, nem tartoznak sem a hagyományosan művelt réteghez, sem az alsó társadalmi réteghez, hanem viszonylag gyakran olyan felemelkedőben levő csoportokhoz, akiknek a státusa még kulturális igazolásra szorul.⁸¹ Ennek a kezdeti csoportnak a közvetítésével azután az új közeg mindenesetre először a felsőbb társadalmi rétegben terjed el, hogy onnan lassacskán az alacsonyabb státuscsoportokra is átterjedjen.

Ezekből az összefüggésekből magyarázható meg az is, hogy a polgári művelődési rétegekből kivált egy „értelmiség”; ez ugyanis – ideologikusan konzervált önértelmezésével ellentétben – teljességgel megőrizte most már persze kevésbé dicsőséges vezető szerepét a kultúrát fogyasztó új közönségen belül is. Richardson *Pamelájáról* el lehetett mondani, hogy az egész közönség elolvasta, vagyis „mindenki”, aki egyáltalán olvasott. Ez az intim viszony a művészek és irodalmárok, valamint közönségük között körülbelül a naturalizmus óta kezd lazulni; a „lemaradó” közönség ugyanakkor elveszti a termelők feletti kritikai hatalmát. Ettől kezdve a modern művészet a propaganda leple alatt él: a mű és a művész nyilvános elismerése már csak esetleges viszonyban áll a széles közönségen belül élvezett elismerésükkel. Csak most jön létre egy olyan értelmiség, mely –

⁸⁰ C. E. Swanson, R. D. Jones: Television Owning and its Correlates. *Journal of Applied Psychology*, Oct. 1951. 352. és köv. l.

⁸¹ Ezt az értelmezést adja R. Meyersohn: Social Research in Television. In: *Mass Culture*. i. m. 347. l.

eleinte a művelt polgárok közönségétől való – fokozódó elszigetelődését úgy fogja fel, mint – illuzórikus – emancipációt a szociális helyzet alól általában, s önmagát „szabadon lebegő értelmiség”-ként interpretálja. Eredetét Hauser is a XIX. század közepére teszi: a polgárság csak a forradalom feletti győzelme és a chartizmus veresége után érezte magát oly biztosan a hatalomban, hogy már nem voltak lelkiismereti konfliktusai és lelkiismeret-furdalásai, és úgy érezte, nincs önkritikára szüksége. Ezáltal azonban a művelt réteg, különösen pedig annak irodalmilag produktív része elvesztette azt a meggyőződését, hogy hivatást tölt be a társadalomban. Távol került attól a társadalmi osztálytól, melynek eddig szószólója volt, teljesen elszigetelve érezte magát a műveletlen rétegek és a polgárság között, mióta annak nem volt rá többé szüksége. Ezzel az érzéssel együtt alakult csak ki a korábbi polgári gyökerű művelt rétegből a ma „értelmiségnek” nevezett társadalmi csoport.⁸² Mindenesetre egy évszázaddal később ez az értelmiség szociálisan már egészen beilleszkedett;⁸³ a jól megfizetett kulturális funkcionáriusok csoportja a lumpenproletár-szerű bohémusgéből a menedzseri és bürokratikus vezetői réteg tekintélyéig emelkedett fel. Megmaradt az avantgárd mint intézmény; ennek felel meg az az elidegenedés, mely továbbra is fennáll egyfelől a tömegközlelési eszközök nagyközönsége, másfelől viszont szakemberek és szakszerű amatőrök produktív és kritikai kisebbsége között, akik lépést tartanak a művészet, irodalom és filozófia magasfokú absztrakciós folyamataival, a modernnek körének specifikus öregedésével,⁸⁴ és persze a pusztá díszletváltoztatással és divatos szemfényvesztéssel is.

Az irodalmi nyilvánosság szétesését még egyszer összefoglalja ez a jelenség: az értelem nyilvános használatára nevelt

⁸² Hauser: i. m. II. köt. 283. l.

⁸³ A szociológusok példáján mutatja ezt be R. König: Wandlungen in der Stellung der sozialwissenschaftlichen Intelligenz. In: *Soziologie und moderne Gesellschaft*. Verhandlungen des 14. Deutschen Soziologentages, Stuttgart, 1959. 53. és köv. l. Általában Th. Geiger: *Aufgaben und Stellung der Intelligenz in der Gesellschaft*. Stuttgart, 1949.

⁸⁴ Th. W. Adorno: Das Altern der neuen Musik. In: *Dissonanzen*. i. m. 102. és köv. l.

kulturális réteg már nem talál visszhangra; a közönség szétszakadt a nem nyilvánosan okoskodó szakemberek kisebbségére és a nyilvánosan befogadó fogyasztók nagy tömegére.⁸⁵ Ezzel elvesztette bármely közönség kommunikációs formáját általában.

19. § Az elmosódott alaprajz: a polgári nyilvánosság szétesésének fejlődési iránya

A kultúrán okoskodó közönségtől a kultúrát fogyasztó közönséghez vezető úton elvesztette sajátos jellegzetességét az, amit egykor mint irodalmi nyilvánosságot még meg lehetett különböztetni a politikaitól. A tömegközlelési eszközök által terjesztett „kultúra” ugyanis integrációs kultúra: nemcsak az információt és az okoskodást, valamint a pszichológiai szépirodalom formáival felruházott publicisztikai formákat ötvözi bele a „lelki segítségbe” és a „human interest” által meghatározott szórakoztatásba; ahhoz is elég rugalmas, hogy egyidejűleg a reklám elemeit is asszimilálja, sőt, hogy super-sloganként szolgáljon, melyet, ha nem lett volna már meg, a public relations céljából egyenesen fel is találhatták volna a status quo érdekében.⁸⁶ A nyilvánosság átveszi a reklám funkcióit. Minél inkább bevethető a politikai és gazdasági befolyásolás közegeként, egészében annál inkább válik nem politikaiává és látszólag privatizálódik.⁸⁷

⁸⁵ Lásd A. Gehlen: *Bemerkungen zum Thema „Kulturkonsum und Konsumkultur“*. Tagungsbericht des „Bundes”, Wuppertal, 1955. 6. és köv. l.

⁸⁶ H. M. Enzensberger: *Bewusstseins-Industrie*. In: *Einzelheiten*. i. m. 7. és köv. l.

⁸⁷ Lásd W. Thomssen: *Zum Problem der Scheinöffentlichkeit, inhaltsanalytisch dargestellt an der Bildzeitung*. Kézirat, Frankfurt, 1960. A vizsgálat alapját a Hamburger Bundesausgabe 69 újságja képezte, ezek közül minden esetben 23 példányt vettek figyelembe, melyek egyenletesen voltak szétszórva a 2/1953-as, 1/1956-os és a 2/1958-as félévfolyamokban. Ez a vizsgálat lehetővé teszi, hogy egy extrém példán adjuk meg az említett tendencia nagyságrendjét: az erre kiválasztott napilap, a *Bildzeitung*, azért alkalmas a diagnózisra, mert a napisajton belül, tehát a publicisztika klasszikus fajtájában, a fejlődésnek olyan stádiumát jelöli, amikor a napilap már a naponta megjelenő magazin formáit ölti. A tördelés fellazulása olyannyira előrehaladt, hogy az összfelületből átlagosan csak 40% jut magára a szövegre; egy-egy negyedrészt van fenntartva feliratoknak és képeknek; a fennmaradó teret reklámok foglalják el.

A polgári nyilvánosság modellje a köz- és magánszféra szigorú elválasztásával számolt, miközben a magánszférához számították magát a közönséggé egybegyűlt magánemberek nyilvánosságát is, mely közvetítést hoz létre a társadalom szükségletei és az állam között. Ez a modell annyiban válik alkalmazhatatlanná, amennyiben a közsféra a magánszférával összefonódik. Egy repolitizált társadalmi terület jön ugyanis létre, melyet sem jogilag, sem szociológiailag nem lehet a köz- és magán-kategóriái alá besorolni. Ebben a köztes szférában a politikailag okoskodó magánemberek közvetítése nélkül hatja át egymást a társadalom államosított szférája és az állam társadalmasodott szférája. A közönséget e feladat alól messzemenően mentesítik más intézmények: egyrészt olyan szervezetek, melyekben a kollektíve megszervezett magánérdekek igyekeznek maguknak közvetlenül politikai alakot adni; másrészt a pártok, melyek, a közhatalom szerveivel összefonódva, mintegy a nyilvánosság – melynek egykor eszközei voltak – felett alapozódnak

Az egész szövegfelületnek mintegy a felét szolgáltatják a hírek és beszámolók, egynegyedét a szórakoztató írások; sporthírekre 12%, szerkesztőségi közleményekre 7% jut; ezek nem az okoskodást szolgálják, hanem az olvasókkal való közvetlen kontaktust a levélben történő tanácsadás, díjak kiírása, körkérdések stb. A híreknek és beszámolóknak alig több mint negyede terjed ki olyan tárgykörökre, melyek – tágabb értelemben – politikailag fontosnak tekinthetők: 19% politikára (beleértve a „vezércikket”) és 8% felvilágosító információkra. A megmaradó terület a következőképpen oszlik meg: bűnözés, balesetek, beszámolók a mindennapi életből (32%), perek (13%), „társaság”, film, divat, szépségversenyek stb. (21%), lelki segítség és oktatás (7%). Emellett ezekre az jellemző, hogy e cikkek egyik felénél a szöveg, másik felénél az illusztráció van túlsúlyban. Az egész hírfelületnek csak az egyharmadát foglalják el olyan cikkek, melyek „tárgyi” formában tájékoztatnak; kétharmadát olyanok, melyek stilizáltak és túlnyomórészt a human interest számára készültek; a címloldal főcikkei között 72%-ra emelkedik azoknak a cikkeknek az aránya, melyeket mint „human interest stories”-t írtak meg. Így nem meglepő a vizsgálat végeredménye sem, mely szerint az összes hírek és beszámolók, melyek „közföntosságúnak” tekinthetők (beszámolók és állásfoglalások olyan eseményekkel kapcsolatban, melyek súlyuknál fogva a társadalom életfolyamatában az egyedi eseten túl is jelentőséggel bírnak), nem foglalnak el többet az egész hírterület negyedénél; ez az összes hírek és beszámolók számának mintegy a harmadát teszi ki. Másfelől a címloldal főcikkei között 73%-ra növekszik a nem közföntosságú cikkek aránya, csak azt a 18%-ot lehet „közföntosságúnak” tekinteni, ahol az olvasót nem térítik el a tárgyi tartalomtól egy human interest story megírásával. Összesített áttekintést ad a 6. táblázat, i. m. 50. l.

meg. A hatalom gyakorlásának és kiegyensúlyozásának politikailag jelentős folyamata közvetlenül a magánterület igazgatása, a szervezetek, a pártok és az állami közigazgatás között játszódik le; a közönséget mint olyant a hatalom körforgásába csak szórványosan vonják be, és akkor is csak azért, hogy éljenzen. A magánembereknek, amennyiben bérből és fizetésből élnek és szolgáltatások igénybevételére jogosultak, közföntosságú igényeiket kollektíve kell képviseltetniük. Azok a döntések azonban, amelyekkel ők mint fogyasztók és választók még egyénileg rendelkeznek, ugyanolyan mértékben kerülnek gazdasági és politikai fórumok befolyása alá, ahogy közföntosságra tesznek szert. Amennyiben a társadalmi újratermelés még függ a fogyasztói döntéstől, a politikai hatalom gyakorlása pedig a választói döntéstől, amennyiben érdek fűződik ezek befolyásolásához – itt azért, hogy az eladást fokozzák, amott azért, hogy ennek vagy annak a pártnak a szavazati arányát formálisan növeljék vagy bizonyos szervezetek nyomásának informális úton nagyobb súlyt adjanak. A magándöntések szociális játéktérét előre meghatározzák olyan objektív tényezők, mint a vásárlóerő és a csoporthoz való tartozás: általában a társadalmi-gazdasági státus. Ezen a játéktéren belül azonban annál inkább befolyásolhatók, minél inkább megfordult az intim szféra és az irodalmi nyilvánosság eredeti viszonya, és minél inkább lehetővé teszi ez a magánszféra publicisztikus kiürítését. Így hát a kulturális fogyasztás a politikai és gazdasági propagandának is szolgálatába lép. Míg valamikor az irodalmi és politikai nyilvánosság viszonya konstitutív volt a tulajdonos és a tulajdonképeni „ember” centrális azonosításának szempontjából, anélkül, hogy a kettő ezért egymásban feloldódott volna, ma az a tendencia érvényesül, hogy a fogyasztói kultúra politikátlanított nyilvánossága elnyeli a népszavazásossá vált „politikai” nyilvánosságot.

Marx még a birtoktalan és tanulatlan tömegek perspektíváját tette magáévá, akik anélkül, hogy teljesítették volna a részvétel feltételeit, behatoltak a polgári nyilvánosság körébe, hogy a gazdasági konfliktusokat a politikai konfliktus egyedül sikerrel kecsegtető formájává alakítsák át. Véleménye szerint a nyilvánosságnak a jogállamban intézményesített platformját nem arra fogják használni, hogy szétzúzzák a nyilvánosságot, hanem hogy azzá változtassák, amit liberális látszata mindig is ígért.

A valóságban azonban a politikai nyilvánosságnak a nem tulajdonosok tömege által történt elfoglalása államnak és társadalomnak ahhoz az összefonódásához vezetett, mely a nyilvánosságot megfosztotta régi bázisától, anélkül, hogy újat adott volna neki. A nyilvános és a magánszféra integrációjának ugyanis azon nyilvánosság dezorganizációja felelt meg, mely egykor az állam és a társadalom között közvetített. A közvetítésnek ez a funkciója a közönségről olyan intézményekre kerül át, melyek, mint a szövetségek a magánszférából vagy mint a pártok, a nyilvánosságból jöttek létre, most pedig belülről, az államapparátussal összejátszva folytatják a hatalom gyakorlását és kiegyensúlyozását; eközben, a maguk részéről önállósult tömegközlelési eszközök révén arra törekszenek, hogy a közvetítő közönség egyetértsen velük vagy legalábbis megtűrje őket. A publicitást mintegy felülről fejlesztik ki, hogy bizonyos álláspontokat a „good will” (jóhírnév) csillogásával övezzenek. Eredetileg a nyilvánosság azt biztosította, hogy a nyilvános okoskodás összefüggjön mind az uralom törvényhozói megalapozásával, mind pedig gyakorlásának kritikai felügyeletével. Időközben ez lehetővé teszi a nem nyilvános vélemény uralma feletti uralom sajátos ambivalenciáját: ugyanolyan mértékben szolgálja a közönség manipulációját, mint az *előtte* történő legitimitációt. A kritikai publicitást elnyomja a manipulatív.

Hogy a publicitás elvével egyidejűleg hogyan változik meg a politikailag működő nyilvánosság eszméje és tényleges funkciója, az megmutatkozik abban, hogy felbomlik a jogi normának és a nyilvános vitának – a liberalizmus által még igényelt – összefüggése, és erre nem is merül fel igény. Annak a jogi normának a fogalma, melyhez a végrehajtó hatalom és az igazságszolgáltatás, ha nem is egyenlő módon, de egyenlő mértékben kötődött, magában foglalta az általánosság és az igazság mozzanatait (igazságosság = helyesség). Struktúrája a polgári nyilvánosság struktúráját tükrözi, mert egyrészt szigorú értelemben a törvények általánossága csak addig biztosított, amíg a társadalomnak mint magánszférának az intakt autonómiája lehetővé teszi, hogy a törvényhozás anyagából minden speciális érdekhelyzetet kihagyjanak, és a szabályozást az érdekek kiegyensúlyozásának általános feltételeire korlátozzák. Másrészt a törvények „igazsága” csak addig biztosított, amíg a parlamentben államszervvé emelt nyilvánosság lehetővé teszi: nyilvános

vános vita útján tárják fel azt, ami az általános érdek szempontjából gyakorlatilag szükséges. Hogy itt ennek az általánosságnak éppen a formalitása biztosította az „igazságot” mint helyeséget a polgári osztályérdek materiális értelmében, az hozzátartozott e törvényfogalom csakhamar felfedezett dialektikájához, a polgári nyilvánosság dialektikájához.

Mivel az állam és a társadalom elválasztása megszűnik, és az állam a társadalmi rendbe gondoskodva, elosztva és igazgatva beavatkozik, a norma általánosságát mint elvet már nem lehet kivétel nélkül fenntartani.⁸⁸ A szabályozásra szoruló tényállások most szűkebb értelemben is társadalmi tényállások, ezért konkrétak, ugyanis meghatározott személyi csoportokhoz és változó szituációkhoz kötődnek. Ilyen körülmények között a törvények még akkor is, amikor nem mutatják magukat kifejezetten törvényi intézkedésnek (hanem nem általános normának),⁸⁹ gyakran az igazgatási részletrendelkezés jellegét öltik fel; a törvény és a rendelkezés közötti különbség elmosódik. A törvényhozás részben kényszerítve érzi magát arra, hogy konkretizálás útján mélyen beavatkozzék a közigazgatás hatáskörébe; gyakrabban a közigazgatás hatásköre olyannyira kibővül,

⁸⁸ A polgári törvényfogalom szigorú értelmében a norma „generalitását” az általánosság formális kritériuma még nem biztosítja; ennek az értelemnek csak akkor tesznek eleget, ha az általános megfogalmazás, mely a felmentéseket és kiváltságokat kizárja, adott társadalmi viszonyok között ténylegesen sincs a társadalmon belül egy meghatározott csoportnak címezve. A *materiális* kritériumok szerint általános törvény joghatása nem lehet szelektív; oly módon kell „alapvetőnek” vagy „elvinek” lennie, hogy az össztársadalmi rend alapjaira, és ennyiben a társadalom *valamennyi* tagjának lehetséges személyi körére vonatkozzék. Azokat a jogtételeket, melyek nemcsak általában szabályozzák a társadalmi érintkezés elveit, hanem az össztársadalmi rend keretén belül konkrét tényállásokra is vonatkoznak, az általános törvényektől eltérően, „specifikusnak” nevezik, függetlenül attól, hogy megfogalmazásuk szerint általánosak. A polgári társadalom csak a kapitalizmus liberális fázisában vált el annyira a magánautonómia szférájaként az államtól, hogy a törvényhozás tendenciájában általános normák rendszerére korlátozódott; és a megfogalmazás általánosságának is csak ebben a fázisban kellett magában foglalnia a tényleges joghatás általánosságát. Lásd F. Neumann: *Der Funktionswandel des Gesetzes im Recht der bürgerlichen Gesellschaft*. i. m.; továbbá az én tanulmányomat a természetjogról és a forradalomról. In: *Theorie und Praxis*. i. m. 52. és köv. l.

⁸⁹ A fogalmi megkülönböztetéssel kapcsolatban lásd többek között H. Schneider: *Über Einzelfallgesetze*. In: *Festschrift für Carl Schmitt*. Berlin, 1959. 197. és köv. l.

hogy tevékenysége többé már aligha tekinthető a törvény puszta végrehajtásának. Forsthoff összefoglalja azt a három tipikus folyamatot, melyekben e két hatalom klasszikus elválasztása és ugyanakkor összefonódása tendenciaszerűen felbomlik. Ez történik, amikor a törvényhozó mintegy maga lép akcióba, és intézkedéseket hoz; beavatkozik a közigazgatás jogkörébe (az intézkedési törvény esete); amikor a törvényhozó funkcióját a közigazgatásra viszi át; ez jogot nyer arra, hogy rendeletek útján kiegészítő normákat alkosson (a felhatalmazási törvény esete); végül akkor, amikor a törvényhozó egy szabályozásra szoruló anyaggal kapcsolatban általában eltekint a szabályozástól és szabad kezet ad a közigazgatásnak.⁹⁰

Ugyanolyan mértékben, ahogyan az államnak és a társadalomnak kölcsönös egymásba hatolása feloldja a magánzférát (melynek önállósága a törvények generalitását lehetővé tette), megingott az okoskodó magánemberek viszonylag homogén közönségének talaja is. A megszervezett magánérdekek versenye behatol a nyilvánosságba. Ha egykor az osztályérdek közös nevezőjén magánjellegük miatt semlegesített érdekek lehetővé is tették a racionalitás bizonyos mértékét és a nyilvános vita hatékonyságát, ennek helyére ma a versengő érdekek demonstrálása lépett. A nyilvános okoskodásban feltárt egyetértés átengedi a teret a nem nyilvános úton kivívott vagy egyszerűen érvényre juttatott kompromisszumnak. Az ily módon létrejött törvényeket már nem illeti meg az „igazság” mozzanata, még ha sok esetben meg is őrzik az általánosság mozzanatát; a parlamenti nyilvánosság, az a hely, ahol az igazságnak igazo-

⁹⁰ E. Forsthoff: *Lehrbuch der Verwaltungsrecht*. München, 1955. I. köt. 9. I. Lásd erről F. Neumann: *Funktionswandel des Gesetzes im Recht der bürgerlichen Gesellschaft*. i. m. 577. I. Neumann Carl Schmitt fáradozásainak politikai funkcióját is elemzi, melyekkel a Weimari Köztársaság törvényhozása számára restaurálni kívánta a klasszikus törvényfogalom kizárólagos érvényességét. Hasonló funkciói vannak ma a Carl Schmitt-iskola fáradozásainak, melyek az alkotmányjog síkján a jogállam fogalmának kizárólagos érvényességét kívánják restaurálni. Lásd pl. E. Forsthoff: *Begriff und Wesen des sozialen Rechtsstaates*. In: *Veröff. d. Ver. Dt. Staatsrechtslehrer*. 12. füzet, Berlin, 1954. XV. tétel: „A szociális állam és a jogállam az alkotmány síkján nem olvaszthatók össze. A szociális állam működésének tere a törvényhozás és a közigazgatás. A szociális jogállam az állam olyan típusmeghatározó megjelölése, mely az alkotmányt, a törvényhozást és a közigazgatást fogja át. Ez nem jogi fogalom.”

lódnia kellett, szintén szétrombolódott: „A vita elveszti alkotó jellegét, amint ezt az irodalomban gyakran részletesen leírták. A beszédek, melyeket a parlament plénuma előtt elmondanak, többé nem azt a célt szolgálják, hogy meggyőzzék a másképp gondolkodó képviselőket, hanem – legalábbis az alapvető, a politikai életet meghatározó kérdésekben – közvetlenül a választópolgársághoz fordulnak... A nyilvánosság, mely egykor a parlamenti üléseken végbement folyamatokból élt, és ezeknek a maga részéről különös ragyogást adott, így népszavazásos jelleget kap.”⁹¹

Ezeknek a tényleges változásoknak felel meg, hogy most már magának a törvényi normának a fogalma is – pozitivistá módon – feláldozza az általánosság és az igazság ismertetőjegyeit. A XIX. század nyolcvanas éveitől kezdve Németországban felülkerekedik a kettős törvényfogalom tana. Ettől kezdve materiális értelemben törvénynek nevezik az összes kötelezően elrendelt jogi normát, függetlenül attól, hogy általános szabályokról vagy egyes intézkedésekről van-e szó; ezzel szemben formálisan törvényeknek nevezik azokat a jogi tételeket, melyek parlamenti eljárás útján jönnek létre, bármi legyen is a tartalmuk.⁹² A politikailag működő nyilvánosság és a törvények uralma közötti eredeti, Kantnál oly világosan kimunkált összefüggés elvész e két törvényfogalom között. A törvény megváltozott szerkezetének tudható be, hogy a politikai uralom racionalizálásának feladatát többé nem a publicitás alapelveitől várják. Bár a mediatisált közönséget a nyilvánosság hatalmas méretekben kibővített szféráján belül összehasonlíthatatlanul sokoldalúbban és gyakrabban veszik igénybe, hogy nyilvánosan helyeseljen, ugyanakkor a hatalom gyakorlásának és kiegyensúlyozásának folyamataitól mi sem áll távolabb, mint az a gondolat, hogy a nyilvánosság elve megkövetelheti, sőt mi több, el is végezheti e folyamatok racionalizálását.

⁹¹ G. Leibholz: *Strukturwandel der modernen Demokratie*. In: *Strukturprobleme der Demokratie*. Karlsruhe, 1958. 94. I.

⁹² Lásd Böckenförde: i. m. III. rész. 210. I.

VI. A NYILVÁNOSSÁG POLITIKAI FUNKCIÓVÁLTOZÁSA

20. § Az írogató magánemberek zsurnalizmusától
a tömegközlelési eszközök által nyújtott közszolgáltatásokig
– a hirdetés mint a nyilvánosság funkciója

A nyilvánosság elvének funkcióváltozása a nyilvánosságnak mint szférának az átstrukturálódásán alapul; ez legjellegzetesebb intézményének, a sajtónak a változásán keresztül ragadható meg. Egyrészt a sajtó kommercializálódásának mértékében eltűnik a közönség érintkezése és az áruforgalom közötti küszöb; a magánszférán belül elmosódik a nyilvánosság és a magánszféra közötti világos elhatárolódás. Másrészt azonban abban a mértékben, ahogyan intézményeink függetlenségét már csak bizonyos politikai garanciák révén lehet biztosítani, a nyilvánosság megszűnik kizárólag a magánszféra része lenni.¹

Az újságírás, mely a magánlevelezések rendszeréből jött létre, és amelyet ezek még hosszú időn keresztül túlszárnyaltak, eleinte kézműves kisüzemi formákban szerveződött meg; ebben az első korszakban a számítások egy szerény, a korai kapitalizmus tradicionalista határai között tartott profitmaximálás elvéhez igazodtak; a kiadó érdeke saját vállalkozásával kapcsolatban tisztán üzleti jellegű volt. Tevékenysége lényegében a hírösszeköttetés megszervezésére és a hírek egybevetésére szorítkozott. Ehhez a gazdasági mozzanathoz azonban új, szélesebb értelemben politikai mozzanat csatlakozik, mielőtt a hírsajtó szellemi sajtóvá fejlődik, és a hírközlés konkurensre talál az írogató zsurnalizmusban. Bücher a következő tétellel jellemzi a nagy fejlődési vonalat: „Az újságok pusztán hírek publikálásával foglalkozó intézményekből a közvélemény hordozóivá és vezetőivé, a pártpolitika harci eszközévé váltak. Ennek az újság-

¹ Lásd a fenti sémát a 84. lapon.

vállalkozás belső szervezetére nézve az lett a következménye, hogy a hírek összegyűjtése és publikálása közé új tag, a szerkesztőség iktatódott be. Az újság kiadója számára viszont ez azzal a jelentőséggel bírt, hogy hírek előadójából közvéleménykereskedővé alakult át.”²

A tulajdonképpeni fordulat természetesen még nem következett be a szerkesztőség önállósulásával; ez a kontinensen a „tudós újságírókkal”, Angliában a morális heti folyóiratokkal és a politikai folyóiratokkal kezdődött, mielőtt egyes írók felhasználták a periodikus sajtót, hogy pedagógiai szándékkal folytatott okoskodásuknak publicisztikai hatékonyságot biztosítsanak. Erről a második korszakról mint az „írogató zsurnalizmus” korszakáról beszéltek.³ Ekkor az ilyen vállalkozásoknál a nyereség gazdasági célja többnyire háttérbe szorult; sőt gyakran megsértették a rentabilitás összes szabályát, és kezdettől fogva veszteséggel működtek. A pedagógiai, később pedig egyre inkább a politikai impulzus úgyszólván a csóddal finanszírozta magát. Angliában az ilyenfajta újságok és folyóiratok gyakran „a pénzarisztokrácia vesszőparipái”⁴ voltak, a kontinensen pedig inkább egyes írók és tudósok kezdeményezéseiből jöttek létre.

Eleinte egyedül ezek viselték a gazdasági kockázatot; saját belátásuk szerint teremtették elő az anyagot, díjazták munkatársaikat és tulajdonosai voltak a folyóiratoknak; a folyóiratok számai a kiadó szempontjából egyedi objektumok folyamatos sorát jelentették. A szerkesztő-kiadók (Herausgeber) csak lassanként mondanak le a kiadók (Verleger) javára vállalkozói funkcióikról. Ebből a fejlődésből válik érthetővé a szerkesztő-jellegzetes állása, aki ezentúl egy személyben volt „szerkesztő-kiadó” és „szerző”. A kiadó és a szerkesztő viszonya akkoriban, a XIX. század fordulóján nem merült ki az alkalmazotti viszonyban; a szerkesztő gyakran továbbra is részesedett a nyereségben. Az újságvállalkozó hagyományos típusa, főleg a régi stílu-

² K. Bücher: Die Anfänge des Zeitungswesens. In: *Die Entstehung der Volkswirtschaft*. Tübingen, 1917. I. köt. 257. l.

³ D. P. Baumert: *Die Entstehung des deutschen Journalismus*. München/Leipzig, 1921.

⁴ U. de Volder: *Soziologie der Zeitung*. Stuttgart, 1959. 22. l.

sú napilapoknál, melyek tartózkodtak az irodalmi és politikai okoskodástól, megmaradt egészen a XIX. századig: még Mar-
kus Dumont is egy személyben volt szerző, szerkesztő, kiadó és
nyomdász, amikor 1805-ben átvette a *Kölnische Zeitung*-ot. A
publicisztikailag tevékeny írók egymással versengő folyóirat-
sajtója azonban, ahol az ilyen vállalkozások konszolidálódtak,
főfoglalkozású és önálló szerkesztőségek létesítéséhez vezetett.
Németországban Cotta⁵ járt elől jó példával. Posseltet nevezte
ki a *Neueste Weltkunde* felelős szerkesztőjévé; így a „szerkesztő-
kiadó” és a kiadó között elkülönítette a gazdasági és a publicisztikai
funkciókat. Ezzel a szerkesztőségi autonómiával függ
össze, hogy a XIX. század első felében a vezércikk a napisajtó-
ban is érvényre jut. Hogy a szerkesztőségi zsurnalizmus új
alakjával a vállalkozás rentabilitása mily kevéssé kerekedik
felül a publicisztikai szándékon, az üzlet a szellemen, azt ismét
Cotta példája mutatja, akinek *Allgemeine Zeitung*-ja jelentős be-
folyása ellenére évtizedeken keresztül ráfizetéses vállalkozás
maradt. Abban a korszakban, amikor a nyilvánosság mint poli-
tikailag működő nyilvánosság érvényre jut, a kiadói módon
konszolidált újságvállalkozások is azt a szabadságot biztosítják
szerkesztőségeiknek, amely a magánembereknek mint közön-
ségnek a kommunikációjára általában jellemző volt.

A kiadók biztosították a sajtó kereskedelmi bázisát, anélkül
azonban, hogy ezzel a sajtót mint olyant kommercializálták
volna. A sajtó, mely a közönség okoskodásából fejlődött ki, és
pusztán meghosszabbította a vitát, teljességgel magának a köz-
önségnek az intézménye maradt: közvetítőként és felerősítő-
ként hatott, már nem volt az információátvitel pusztá szerve és
még nem volt a fogyasztói kultúra közege. A sajtónak ez a típusa
példáson megfigyelhető forradalmi korszakokban, amikor a
legkisebb politikai csoportosulások és egyesülések újságjai szin-
te a földből nőnek ki – például az 1789-es év Párizsában; Párizs-
ban még 1848-ban is minden valamelyest jelentős politikus
megalakítja a maga klubját, minden második pedig a maga
újságját: csupán február és május között 450 klub és 200 lap jön

* Cotta von Cottendorf, tul.: Johann Friedrich Freiherr (1764–1832) – német kiadó,
a kor legjelentősebb írói, mindenképp Goethe és Schiller műveinek kiadója.

létre!⁵ Amíg a politikailag okoskodó sajtó pusztá léte problema-
tikus marad, addig folyamatos önvizsgálatra kényszerül: a poli-
tikailag működő nyilvánosság tartós legalizálásáig egy újság
megjelenése és megmaradása azzal volt egyenértékű, hogy az
ember a nyilvánosságért mint elvált vívott harcban elkötelezte
magát. Kétségtelen, hogy a régi stílusú újságok is szigorúan alá
voltak vetve a cenzúrának; de az e korlátokkal szemben tanúsí-
tott ellenállást addig sohasem lehetett az újság hasábjain kifej-
teni, amíg kizárólag híreket továbbított; a felsőbbbségi állam
szabályozása a sajtót pusztá iparrá fokozta le, ugyanolyan mér-
tékben, ahogyan a többi ipart is rendészeti előírásoknak és
tilalmaknak vetették alá. A szellemi sajtó ezzel szemben a vitat-
kozó közönség intézményeként elsődlegesen azzal foglalkozik,
hogy a közönség kritikai funkcióját hangoztassa; így a műkö-
déshez szükséges tőkebefektetés célja csak másodsorban a nye-
reséges értékesítés – ha ilyesmire egyáltalán gondolnak.

Csak a polgári jogállam megalapozásával és a politikailag
működő nyilvánosság legalizálásával mentesül az okoskodó
sajtó a világnézeti nyomás alól; most már félreteheti a polemi-
kus állását, és észreveheti a kereskedelmi működésben rejlő
kereseti lehetőségeket. Angliában, az USA-ban és Franciaor-
szágban körülbelül egyidejűleg tör utat magának a világnézeti
sajtól az üzleti sajtóhoz vezető fejlődés. A hirdetési üzlet új
alapot teremt a kalkuláció számára: tetemesen csökkentett árak
és megsokszorozódott vevőszám esetén a kiadó azzal számol-
hatott, hogy az újságtér megfelelően növekvő részét eladhatja
hirdetéseknak. A fejlődésnek erre a harmadik fázisára vonatko-
zik Bücher ismert definíciója, hogy „az újság vállalkozás jellegét
ölti, a hirdetési teret mint árut termeli és a szerkesztőségi rész
révén teszi eladhatóvá”. A modern üzleti sajtónak ezek az első
kísérletei az újságnak visszaadják a magángazdasági, nyereség-
re termelő vállalkozásjellegét; most persze, a régi „kiadók”
kézművesüzemeivel szemben, a fejlett kapitalista nagyüzem új
fokozatán; már a század közepén újságvállalkozások egész so-
rát szervezik meg részvénytársasági alapon.⁶

⁵ Groth: i. m. IV. köt. 8. l.

⁶ 1848-ban Németországban ilyen a *Nationalzeitung*, a *Kreuzzeitung* és a *Neue Rheinische Zeitung*. Lásd erről Fr. Lenz: *Werden und Wesen der öffentlichen Meinung*. München, 1956. 157. l.

Ha kezdetben, az elsősorban politikailag motivált napi sajtón belül, az egyes vállalatok átállása kizárólag kereskedelmi alakra, a nyereséget hozó beruházásnak még csak a pusztán lehetőségét jelentette, úgy ez csakhamar valamennyi kiadó számára szükségszerű lett. A technikai és szervezeti apparátus megnagyobbodása és tökéletesedése ugyanis igényelte a tőkealap kibővítését, a társadalmi kockázat növelését, és kényszerűen azt is, hogy a vállalkozási politikát rendeljék alá az üzemgazdaságtan szempontjainak. A *Timest* már 1814-ben azon az új gyorsajton nyomják, mely négy és fél évszázad múltán felváltotta Gutenberg fasajtóját. Egy emberöltővel később a távíró feltalálása forradalmasítja a hírhálózat egész szervezetét.⁷

Nemcsak saját üzemének magángazdasági érdekei tesznek szert azonban nagyobb súlyra; amint az újság kapitalista vállalkozássá fejlődik, üzemen kívüli érdekeknek is hatókörébe kerül, s ezek igyekeznek befolyást gyakorolni rá. A nagy napilapok története a XIX. század második felében bizonyítja, hogy a sajtó kommercializálódásának mértékében maga is manipulálhatóvá válik. Mióta a szerkesztőségi rész eladása kölcsönhatásban áll a hirdetési rész eladásával, a sajtó, mely eddig a magánemberek-

⁷ A tőzsdei forgalom érdekei, főleg a gyorsan növekvő ipari részvénytőke jegyében, a párizsi Charles Havast, aki 1830 és 1840 között régebbi levelezési vállalkozásokat egyesített a saját kezében, már korábban arra indították, hogy galambpostát létesítsen: főleg a londoni tőzsde híreit terjesztette a bankoknak, cégeknek és újságoknak. 1849-ben használhatta fel az első távíróvonalat. Ugyanakkor a *Berliner Nationalzeitung* üzleti vezetője, Berndhar Wolff, úgy próbálja lapjának táviratköltségeit csökkenteni, hogy a jelentéseket előfizetéses alapon eladja; így jött létre a Havas-ügynökség után a Wolff-féle táviratiroda; ezt a kettőt követi 1857-ben Londonban a híres Reuter Ltd. Ez a három, eleinte magángazdasági módon megszervezett vállalat uralkodik fél évszázadon keresztül az európai piacon. Először kizárólag gazdasági híreket szolgáltatnak, nemsokára politikaiakat is. (Lásd E. Dofivat: *Zeitungslehre*. Berlin, 1955. I. köt. 62. l.). Az a csábítás, melyet az ügynökségek a tőzsdei érdekek számára jelenetnek, és nem csupán nagy tőkészükségletük, vezet csakhamar a távirati irodák és a legnagyobb bankok közötti összefonódásokhoz; Wolff szövetségzik Bleichröderrel, Delbrückkel, a Schickler & Co.-val; Havas a Crédit Lyonnais-vel, Reuter pedig az Union Bank of Scotladdal, valamint a London and Provincial Bankkel: így az insiderok számára, akik időbeli előnnyel jutottak a fontos hírek birtokába, bizonyos körülmények között spekulációs előnyöket lehetett biztosítani. Ugyanilyen fontosnak bizonyult az ügynökségek informális összefonódása kormányaikkal: időnként ezeket propagandisztikus célokra is be lehetett vetni.

nek mint közönségnek az intézménye volt, a közönség meghatározott tagjainak mint magánembereknek az intézményévé válik – azzá a kapuvá, melyen a privilegizált magánérdekek behatolhatnak a nyilvánosságba.

Ennek megfelelően megváltozik a kiadó és a szerkesztőség viszonya is. A szerkesztőségi tevékenység a technikailag fejlett hírközvetítés nyomására irodalmi tevékenységből már amúgy is zsurnalisztikus tevékenységgé specializálódott:⁸ az anyag kiválasztása fontosabb lesz, mint a vezércikk; a hírek feldolgozása és megítélése, átnézésük és előkészítésük sürgetőbbé válik, mint valamilyen „vonal” hatékony követése. Különösen a hetvenes évektől kezdve rajzolódik ki az a tendencia, hogy az újságnak többé elsősorban nem a kiemelkedő publicisták, hanem a tehetőségi kiadók adnak rangot és nevet. A kiadó azzal a reménnyel nevezi ki a szerkesztőket, hogy a nyereségre dolgozó vállalat magánérdekeit szem előtt tartva fognak tevékenykedni.⁹

A szerkesztő publicisztikai autonómiáját egyébként a sajtó azon fajtájánál is tetemesen korlátozzák, amely nem enged a piac törvényeinek, hanem elsősorban politikai célokat követ – ennyiben inkább az okoskodó folyóiratok írogató zsurnalizmusával rokon. A politikai sajtó egy ideig még azután is megőrzi egyéni stílusát, hogy létrejönnek, először Angliában és Franciaországban, a parlamenti frakciók és pártok. A pártsajtónak az a típusa, amely Németországban a júliusi forradalom után Wirth *Deutsche Tribune* című lapjával színre lépett, még a század közepén is uralkodik; e publicisták egyik párttól vagy frakciótól sem függték, ellenkezőleg, maguk voltak politikusok, akik a

⁸ Lásd Groth: i. m. IV. köt. 14. l.

⁹ Ennek az időszaknak a berlini újságpiacára vonatkozóan vannak olyan beszámolóik, melyek kifejezetten utalnak a szerkesztő pozíciójának meggyengülésére a kiadóval szemben. „Többé nem a szerkesztő az, aki a lap jellegét meghatározza, még csak nem is az úgynevezett főszerkesztő, aki korábban a kiadóval mindennapos, meghitt kapcsolatban állt, és kicserélte vele a nézeteit. Az ő helyére a kiadói igazgató vagy ügyintéző lépett, aki az egész üzleti rész kezelését szem előtt tartja, akár a forgalom, akár az általános propagandisztikus célok szempontjából, akár a hirdetési ügyletre való tekintettel. A konferenciákon a kiadó képviselője viszi a szót, kritizálja a már megjelent számokat, és irányelveket ad a következő számokkal kapcsolatban. (Karl Mischke: *Der Berliner Zeitungsmarkt*. In: *Das Buchgewerbe in der Reichshauptstadt*. Berlin, 1914. 129. l.)

parlamentben híveket tömörítettek újságjuk köré. A párthoz kötött, politikai szervezetek által ellenőrzött sajtó kezdetei mégis a század első feléig nyúlnak vissza, legalábbis Angliában és Franciaországban. Németországban ez a hatvanas években fejlődik ki, először a konzervatív, azután a szociáldemokrata oldalon.¹⁰ A szerkesztő a kiadói igazgató helyett egy felügyelőbizottságnak van alárendelve – itt is, ott is, utasításokhoz kötött alkalmazott.

A sajtó struktúraváltozásának üzemszociológiai aspektusait természetesen nem lehet elválasztani a koncentráció és centralizáció azon általános tendenciáitól, melyek itt is érvényre jutnak. A század utolsó negyedében alakulnak meg az első nagy újságkonzernek: az USA-ban Hearst, Angliában Northclyffe, Németországban Ullstein és Mosse. Ez a mozgás, természetesen szabálytalanul, századunkban is folytatódott.¹¹ A hírösszekötés eszközeinek technikai fejlődése (a távíró és a telefon után a drót nélküli távíró és a rádió) részben meggyorsította, részben egyáltalán lehetővé tette a sajtó szervezeti tömörülését és gazdasági összefonódását. A hírszolgáltatásnak a monopolisztikusan szervezett ügynökségek¹² révén történő egységesítéséhez csakhamar csatlakozik a kisebb újságok szerkesztőségi egységesítése a mellékletgyárak és lemezlevelezések révén. Először az angolszász országokban alkalmaztak 1870 és 1880 között matricákat; a századforduló táján a matricasajtó a kontinensen is felülkerekedik. Ez a technológiai összekapcsolódás többnyire

¹⁰ Groth: i. m. II. köt. 335. és köv. l.

¹¹ Az USA és Nagy-Britannia jelenlegi állapotáról tájékoztatnak a *Commission on the Freedom of the Press* (A free and responsible Press, Chicago, 1947. Lásd továbbá R. B. Nixon: Concentration and Absenteeism in Daily Newspaper Ownership. In: Berelson és Janowitz: *Public Opinion and Communication*. Glencoe, 1950. 193. és köv. l.) és a *Royal Commission on the Press* (az úgynevezett Ross-Report, London, 1949.) vizsgálatai; Franciaországban és Németországban hiányoznak összehasonlító elemzések; általánosságban azonban a viszonyok nemigen térhetnek el az angolszász viszonyoktól (1932-ben a birodalmi területen 2483 napilap volt, 1956-ban szövetségi területen 1479, lásd a *Die deutsche Presse* című kézikönyvet, Hg. Institut für Publizistik der Freien Universität, Berlin, 1956. 30. l.).

¹² Havas, Reuter, Wolff és az Associated Press csakhamar létrehoztak egy nemzetközi kartellt, mely a világot négy érdekerületre osztotta fel, és a nemzeti határokon belül mindig egy ügynökségnek tartotta fenn még a többi ügynökség híreinek a terjesztését is.

újságringekké és -láncokká történő szervezeti egyesüléssel jár együtt; ily módon, túlnyomórészt falusi területeken, a lapok gazdaságilag is függő helyzetbe kerülnek a szomszédos városi lapoktól és körzeti, valamint mellékszerkesztőségek gyanánt csatlakoznak hozzájuk.¹³

A sajtóiparban a gazdasági koncentrációnak és technológiai-szervezeti koordinációjának a foka mégis csekélynek látszik a XX. század új közegeihez – a rádióhoz, a hangosfilmhez és a televízióhoz képest. Sőt, a tőkeszükséglet oly jelentősnek, a publicisztikai hatalom pedig oly fenyegetőnek látszott, hogy néhány országban ezeknek a közegeknek a létrehozását ismeretes módon kezdettől fogva állami igazgatás alá vagy állami ellenőrzés alá helyezték. Semmi sem jellemzi feltűnőbbben a sajtónak és az újabb közegeknek a fejlődését, mint ezek az intézkedések: a magánemberek közönségének magánintézményeit közintézményekké teszik. Az államnak ezt a reakcióját, melyet a társadalmi hatalmak befolyása alá került nyilvánosság elhatalmasodása váltott ki, már az első távirati irodák történetén is tanulmányozni lehet. A kormányok eleinte közvetett úton hozták az ügynökségeket függő helyzetbe, és félhivatalos státust kölcsönöztek nekik; nem megszüntették, hanem kihasználták kereskedelmi jellegüket. Időközben a Reuter Ltd. az egyesült brit sajtó tulajdona lett; a legfelsőbb bíróságnak az alapszabály-változtatásokhoz szükséges hozzájárulása bizonyos nyilvános jelleget kölcsönöz neki. A Havas-ügynökségből a második világháború után létrejött Agence France Press állami vállalat, melynek főigazgatóját a kormány nevezi ki. A Deutsche Presseagentur korlátolt felelősségű társaság; az újságkiadók az alaptőkében mindenkor legfeljebb egyszázalékos részesedéssel rendelkeznek; 10%-nál nagyobb tőkével bírnak azonban a rádiótársaságok, ezek viszont állami ellenőrzés alatt állnak.¹⁴

¹³ 1956-ban szövetségi területen 1479 napilap volt; ezeknek csaknem a fele, az összpéldányszám 28%-ával, ringszövetségekbe van szervezve. Akkor az összes példányszám 53%-át tették ki a 693 törzsújság körzeti és mellékiadásai; miközben a központi újságok 2,3%-a minden esetben több mint tíz helyi kiadással, az összpéldányszámnak csaknem 16%-át tette ki. 1954-ben csupán 225 olyan lap volt, mely sem törzsújsághoz, sem újságringhez nem csatlakozott. Lásd a kézikönyvet: *Die deutsche Presse*. i. m. 30. és köv. l.

¹⁴ Dofivat: i. m. I. köt. 69. és köv. l.

Az újság- és filmipar továbbra is magánrendelkezés alatt áll.¹⁵ Mindazonáltal a koncentráció felé tendáló sajtóval kapcsolatos tapasztalatok elegendő ösztönzést adnak ahhoz, hogy megakadályozzák a rádió és televízió „természetes monopóliumainak” a magángazdasági vállalkozás formáiban való fejlődését – ahogyan ez az USA-ban csakugyan meg is történt. Angliában, Franciaországban és Németországban ezeket az új közegeket állami vagy félig állami testületek gyanánt szervezték meg, mert másképp publicisztikus funkciójukat nem lehetett volna eléggé megvédeni a magánkapitalista funkcióval szemben.¹⁶

Ezáltal a publicisztikai intézmények eredeti bázisa, legalábbis ezeken a leghaladottabb területeken, egyenesen megfordul: a nyilvánosság liberális modellje szerint az okoskodó közönség intézményeit éppen az biztosította a közhatalom beavatkozásaival szemben, hogy ezek magánkézből voltak. Kommercializálódásuk, valamint gazdasági, technológiai és szervezeti koncentrációjuk fokozódásával azonban, az utolsó száz év folyamán, a társadalmi hatalomnak olyan komplexumaivá olvadtak össze, hogy a publicisztika kritikai funkcióját éppen az fenyegette, ha magánkézből maradt. A liberális korszak sajtójához képest a tömegközlelési eszközök egyrészt összehasonlíthatatlanul nagyobb hatókörre és hatékonyságra tettek szert – velük együtt magának a nyilvánosságnak a szférája is kiterjedt. Másrészt a tömegközlelési eszközök mindinkább túlléptek a szférán és visszahatoltak az áruforgalomnak egykor magánszférájába; minél nagyobb lett publicisztikus hatékonyságuk, annál inkább hozzáférhetővé váltak meghatározott, akár egyéni, akár kollektív magánérdekek számára. Míg korábban a sajtó csupán közvetíthette és erősíthette a közönséggé egybegyűlt magánemberek okoskodását, ezt most, megfordítva, csak a tömegközlelési eszközök formálják ki. Az írogató magánemberek újságírásától a tömegközlelési eszközök által nyújtott közszolgáltatásokig vezető úton megváltozik a nyilvánosság szférája azoknak a ma-

¹⁵ Az önellenőrzés különböző szervezetei, az ízlésbeli kérdésekre vonatkozó cenzúrán túl, nem tettek szert a közérdekből gyakorolt felügyelet központi illetékességére.

¹⁶ A Szövetségi Köztársaság vonatkozásában ezt a fejlődést legutóbb a szövetségi alkotmánybíróság úgynevezett „televíziós ítélete” erősítette meg.

gánérdekeknek a beáramlása révén, melyek benne privilegizált módon jutnak kifejezésre – habár ezek már semmi esetre sem reprezentálják eo ipso a magánembereknek *mint* közönségnek az érdekeit. A nyilvánosság és a magánszféra elválasztása magával hozta, hogy a magánérdekek versenye alapvetően a piac szabályozó szerepére volt bízva és a vélemények nyilvános vitájából ki volt zárva. Amennyiben azonban a nyilvánosságot igénybe veszik az üzleti hirdetés céljaira, magánemberek mint magántulajdonosok közvetítés nélkül hatnak a magánemberekre mint közönségre. Eközben a sajtó kommercializálódása kétségtelenül elősegíti, hogy a nyilvánosság a hirdetés közegévé alakuljon át; valójában azonban ezt az üzleti reklám szükségletei lendítik előre, melyek autochton módon következnek gazdasági összefüggésekből.

A nyilvánosság elárasztása hirdetési közleményekkel nem magyarázható a piaci forgalom liberalizálásából, habár a régi stílusú üzleti reklámok körülbelül ezekkel egyidejűleg kezdtek elterjedni. A tudományosan irányított marketing összehasonlíthatatlanul nagyobb erőfeszítései csak a piac oligopolisztikus korlátozásának arányában váltak szükségessé. Főleg az ipari nagyüzemen belül támad konfliktus a pénzügyi és a technikai optimum között, s ez megerősíti az úgynevezett monopolisztikus verseny tendenciáját. Ahogyan ugyanis a technikai apparátust átállítják a tömegtermelésre, a termelési folyamat veszít hajlékonyságából – „output can no longer be varied...; output is dictated by the capacity of the unified machine-process.”¹⁷ (A termékek kibocsátása többé nem változtatható...; a kibocsátást az egyesített gépi folyamat kapacitása szabja meg.) Ezért van szükség hosszú távú eladási stratégiára, mely lehetőleg stabil piacokat és piaci részesedéseket biztosít. Az árakon keresztül történő közvetlen verseny egyre inkább átengedi helyét annak a közvetett versenynek, mely a cégnek megfelelő, specifikus vevőkörrel rendelkező piacok létrehozásáért folyik. A piac fokozódó áttekinthetlensége, melyet rendszerint a hirdetés megnövekedése motívumának tartanak,¹⁸ valójában jórészt en-

¹⁷ Dobb: i. m. 360. l.

¹⁸ Újabb állásfoglalásokból természetesen látható, hogy még a hirdetési üzletág is elhatárolja magát attól a házi használatra gyártott ideológiától, hogy a hirdetés elősegíti a piac áttekinthetőségét. Lásd *Jahresbericht 1962, Zentralausschuss der Werbewirtschaft*. Godesberg, 1963. 13. l.

nek a következménye: az árkonkurencia felváltása a hirdetések konkurenciájával hozza igazán létre az adott üzemnek megfelelő piacok áttekinthetetlen sokféleségét, s látja el ezeket olyan árucikkkel, melyeket a gazdasági racionalitás mértéke szerint annál nehezebben lehet egymás közt összehasonlítani, minél inkább játszik szerepet csereértékük meghatározásában a pszichológiai hirdetési manipuláció. Egyfelől a kapitalista nagyüzem és a piac oligopolisztikus korlátozása irányába mutató tendencia, másfelől a közmondásos soap opera, éppen a tömegközlelési eszközök integrációs kultúráját átható hirdetés között áll fenn látható összefüggés.¹⁹

Csak a fejlett kapitalizmusban jelenik meg az üzleti hirdetés, az, amit először Franciaországban neveztek 1820-ban reklámnak²⁰ – bármennyire is magától értetődővé vált ez számunkra, mint a piaci gazdálkodás szembeötlő tartozéka, említésre méltó méreteket csak az ipari kapitalizmusnak a XIX. század második felében végbemenő koncentrációs folyamataival együtt ölt: „előkelő házaknál mélyen a XIX. századba nyúlik vissza a viszolygás még az egyszerű üzleti hirdetésektől is; üzleti reklámok illetlenségnek számítanak”²¹. A XVIII. században a hirdetési lapokban és közlönyökben az üzleti hirdetések a terjedelemnek csupán körülbelül egyhuszad részét foglalják el; ráadásul csaknem kizárólag kuriózumokra, a szokásos üzleti forgalmon kívül levő árukra vonatkoznak. Ez utóbbi még messzemenően face to face szabályozódott; a verseny jórészt az élőszóban folytatott propagandára hagyatkozott.

A múlt század közepén hirdetési expedíciók jönnek létre az üzleti reklám alapján; Németországban az elsőt Ferdinand Hanstein alapítja 1855-ben. A sajtóval való szoros együttműködés eredménye gyakran az lett, hogy a nagy hirdetési ügynökségek hirdetési teret béreltek, és így általában a sajtó fontos részét ellenőrzésük alá helyezték. Ma a Német Szövetségi Köz-

* Soap opera: szappanopera – folytatásos, egy vagy több család életét bemutató rádió- vagy tévéjáték.

¹⁹ Galbraith: *American Capitalism*. i. m. 46. l.

²⁰ H. Wuttke: Die Reklame. In: *Die deutschen Zeitschriften und die Entstehung der öffentlichen Meinung*. Leipzig, 1875. 18. és 44. l.

²¹ W. Sombart: *Der Bourgeois*. i. m. 204. l.

társaságban több mint 2000 cég foglalkozik hirdetéssel, melynek módszerei a gazdasági világválság óta a gazdasági, szociológiai és pszichológiai piackutatás mindenkori állásával együtt tudományosan tökéletesednek.²² Eközben az a hirdetési ráfordítás, melyet az ilyen ügynökségeken keresztül használnak fel, körülbelül csak egyharmadát teszi ki az ilyen jellegű összes népgazdasági ráfordításnak. A másik kétharmadrészt a vállalatok nagyjából külföldi hirdetésekbe közvetlenül fektetik be: erre a célra minden nagyobb üzem külön hirdetési osztályokat hozott létre. A hirdetésre fordított népgazdasági összkiadásokat az 1956-os évre a Szövetségi Köztársaságban mintegy 3 milliárd márkára becsülik; ez az összes magánkiadásnak körülbelül 3%-a.²³ Már az előző évben a bruttó népgazdasági termékben, 1,3%-os részesedést ért el, míg Angliában és az USA-ban az összehasonlítható tételek már 1,9 és 2,3%-ot tettek ki.²⁴ A hirdetési ügynökségek tevékenysége, akárcsak régen, most is főleg az újságokban és az illusztrált folyóiratokban folytatott, és persze az új közegekkel kibővített hirdetési gyakorlatra szorítkozik. Természetesen a televíziós hirdetés, általában e kommunikációs eszköz elterjedésének arányában és szervezeti felépítése módjának megfelelően, uralkodó befolyásra tesz szert. 1957-ben a rendszeres napilapolvasóknak legalább a fele a Szövetségi Köztársaságban a gazdasági hirdetéseket is olvasta, a rádióhallgatók 65%-a hallgatta a hirdetési műsort; ezeknek csaknem egyharmada azt állította, hogy e műsort naponta hallgatja.²⁵ Míg általánosságban a tömegkommunikációs eszközök a magasabb társadalmi rétegeket inkább eléri, mint a mindenkori alacsonyabbakat, itt megfordul a viszony: a hirdetések és hirdetési adások nagyobb mennyiségben és gyakrabban jutnak el az alacsonyabb státuscsoportokhoz, mint a mindenkori magasabbakhoz. A felső rétegek egykori javainak szocializálása nagyobb figyelmet vált ki az ilyen rétegekben, ame-

²² G. Töpfer: Mittler der Werbung. In: *Die Deutsche Werbewirtschaft. Der Volkswirt*, 1952-es évf., 55. füzet, melléklet 40. és köv. l.

²³ Fr. Greiser: *Die Kosten der Werbung*. i. m. 82. l.

²⁴ 1880 és 1948 között az USA-ban az egy főre eső hirdetési kiadás meghétszeresedett, lásd Schramm: i. m. 548. l.

²⁵ DIVO: i. m. 156. l.

lyek fogyasztási stílusukban legalább szimbolikusan igyekeznek hasonulni a felső rétegekhez.

A hirdetési üzletág azonban nemcsak a meglévő publicisztikai orgánumokat veszi igénybe, hanem létrehozta saját újságjait, folyóiratait és füzeteit is. 1955-ben a Német Szövetségi Köztársaság minden ötödik háztartásában legalább egy példány volt meg a szokásos, gyakran illusztrált brosúrák formájában megjelenő, fényűzően kiállított cégkatalógusokból.²⁶ Emellett létrejött egy sajátos publicisztikai műfaj is; ugyanebben az időben a gyári és vásárlói folyóiratok száma a nyugatnémet piacon megjelenő összes folyóiratnak csaknem a felét tette ki. Példányszámuk meghaladta az összes folyóiratok példányszámának egynegyedét; olyan elterjedtség ez, mely több mint a felével túlszárnyalja az összes szórakoztató folyóiratot együttvéve.²⁷ Ehhez járul, hogy még ez a szórakozás – mégpedig nem csupán a folyóiratok által közvetített formában –, valamint a tömegközlelési eszközök műsorainak nem kereskedelmi része is a fogyasztói magatartást ösztönzi és idomítja meghatározott mintákhoz. David Riesman a tömegszórakoztató eszközök lényegét egyenesen a fogyasztói nevelésben látja; ez már a gyermekkorban elkezdődik és a felnőttek életét is végigkíséri: „ma viszont minden kis kölyök jövendő foglalkozása az, hogy »szakképzett« fogyasztó”²⁸. A tömegesen terjesztett integrációs kultúra per se arra indítja közönségét, hogy véleménycserét folytasson a fogyasztói cikkekről – így a közönséget az állandó fogyasztói tréning gyengéd kényszerének veti alá.

Mármost annak a ténynek, hogy a hirdetési közlemények gazdaságilag szükségszerű módon behatoltak a nyilvánosság szférájába nem kellett volna automatikusan maga után vonnia a nyilvánosság megváltozását. Ahogyan például a múlt század második harmadától kezdve a napilapok szerkesztőségi rész mellett hirdetési részt kezdtek elkülöníteni, ugyanúgy a publicisztikus funkciók szétválasztása a magánemberek mint közön-

²⁶ *Jahrbuch der öffentlichen Meinung*. 1957. i. m. 53. l.

²⁷ *Die deutsche Presse* című kézikönyv, 1956. i. m. 47. l. Erről a folyóirattípusról lásd H. J. F. Kropff elemzését: *Synthese von Journalismus, industrieller Publizität und Public Relations*. In: *Publizistik*. 1960. V. köt. 491. és köv. l.

²⁸ Riesman: *A magányos tömeg*. Bp., 1973. 136. l.

ség nyilvános okoskodására és az egyéni vagy kollektív magánérdekek nyilvános előterjesztésére, lényegében változatlanul hagyhatta volna a nyilvánosságot. Ilyen, a politikai nyilvánosságtól mintegy elkülönített gazdasági nyilvánosságnak, egy saját eredetű hirdetési nyilvánosságnak a kialakulására azonban nem került sor; ellenkezőleg, a privilegizált magánérdekek nyilvános bemutatása kezdettől fogva összefonódott politikai érdekekkel is. Ugyanabban az időben, amikor a hirdetésen keresztül behatolt a nyilvánosságba az árutulajdonosok érdekeinek egymás közötti horizontális versenye, a pártok már kérdésessé tették a kapitalista verseny alapját mint olyant, és a nyilvánosság sorompói közé lépett az osztályok érdekeinek egymás elleni vertikális konkurenciája is. A többé-kevésbé leplezetlen osztályantagonizmus korszakában, a múlt század közepe táján a *two nations* ellentmondása magát a nyilvánosságot is szétszakítja – így nyer végül is a magánérdekek nyilvános bemutatása eo ipso politikai jelentőséget. Ebben a nyilvánosságban a nagyszabású üzleti hirdetés csaknem mindig valami mást is jelent, mint csupán üzleti hirdetést – már csak azért is, mert az újságok és folyóiratok, sőt az új közegek üzemgazdaságossági kalkulációjában, amennyiben ezek kereskedelmi alapon működnek, persze ezek jelentik a legfontosabb tényezőt. Mindenesetre a gazdasági reklám csak a public relations gyakorlatában ébred tudatára politikai jellegének.

Ez a gyakorlat, akárcsak maga a kifejezés,²⁹ az USA-ból származik. Kezdeteit Ivy Lee-re vezetik vissza, aki a big business, mindenekelőtt az akkoriban bizonyos szociális reformerek által támadott Standard Oil Company és a Pennsylvania Rail Road igazolására a politika alakításának szintjén publicitástechnikákat („publicity techniques on a policy-making level”) fejlesztett ki.³⁰ A két világháború között néhány nagyvállalat kezdi stratégiáját a public relations szempontjaihoz is hozzáidomítani. Ez az USA-ban hasznosnak bizonyult, kiváltképpen 1940, a hábo-

* Két nemzet – utalás Disraeli mondására, amely szerint Angliában két nemzet, egy szegény és egy gazdag, néz farkasszemet egymással.

²⁹ E. L. Bernays: *Crystallizing Public Opinion*. New York, 1923. Lásd továbbá St. Kelley: *Professional Public Relations and Political Power*. Baltimore, 1956.

³⁰ Ch. S. Steinberg: i. m. 16. l.

rúba való belépés után a nemzeti egyetértés légkörében. Az új technikák általánosan, s így Európában is, csak a háború befejezése után terjedtek el; a nyugat fejlett országaiban a legutolsó évtized folyamán vették át az uralmat a nyilvánosság felett, s kulcsfontosságú jelenséggé váltak a nyilvánosság diagnózisa szempontjából.³¹ A „véleménygondozás”³² abban különbözik a hirdetéstől, hogy a nyilvánosságot kifejezetten mint politikai nyilvánosságot veszi igénybe. A magánreklám mindig a többi magánemberhez fordul, amennyiben ezek fogyasztóként számításba jönnek; a public relations címzettje a „közvélemény”, a magánemberek mint közönség, és nem közvetlenül mint fogyasztók. A feladó a közjó iránti érdeklődés szerepe mögé rejtje üzleti szándékait. A fogyasztók befolyásolása azokat a megjelöléseket veszi kölcsön, melyek magánemberek okoskodó közönségének klasszikus figuráját jellemzik, és ezt használja fel ennek igazolására; a nyilvánosságból átvett funkciókat beépítik a szervezett magánérdekek versenyébe.

A hirdetés nagyjában-egészében a reklám eszközére szorított. A véleménygondozás ezzel szemben a „promotion” és „exploitation” (elősegítés és kihasználás) eszközeivel túlmegy a reklámon: beavatkozik a közvélemény folyamatába, amennyiben tervszerűen újdonságokat hoz létre, vagy kihasználja az érdeklődést kiváltó alkalmakat. Eközben szigorúan a tömegközlelési eszközökkel kapcsolatos feature- és pictorial-publicity technikájához és pszichológiájához, valamint a human interest sokszorosan kipróbált témáihoz tartja magát: romance, religion, money, children, health, animals (regényes történet, vallás, pénz, gyermekek, egészség, állatok). A tények dramatizált bemutatásával és kikalkulált sztereotípiákkal arra törekszik, hogy „a közvéleményt újraorientálja, olyan új tekintélyek és szimbólumok kialakításával, melyeket elfogadnak majd” (reorientation

³¹ „Industry business and labour realised that they cannot survive in a healthy state and meet their competitive problems without some means of achieving and maintaining the good will of the public.” (Az ipari üzlet és a munka rájöttek arra, hogy egy egészséges államban nem tudnak fennmaradni és versenyproblémáikat nem tudják olyan eszközök nélkül megoldani, melyek megszerzik és fenntartják számukra a közönség jóakarátát.) Steinberg: i. m. 16. l.

³² H. Gross: *Moderne Meinungspflege*. Düsseldorf, 1952. Összefoglalóan C. Hundhausen: *Industrielle Publizität als Public Relations*. Essen, 1957.

of public opinion by the formation of new authorities and symbols which will have acceptance³³). A public relations managereknek vagy sikerül a megfelelő anyagot közvetlenül becsempészniük a kommunikációs csatornába, vagy a nyilvánosságon belül olyan specifikus alkalmakat szerveznek, melyek a kommunikációs apparátusokat előre látható módon hozzák mozgásba; egy tankönyv húsz módszert ajánl ilyen fajtájú hírek alkotására és teremtésére (making or creating news³⁴).

Ha az ember ezekhez még hozzáveszi azoknak az információknak és instrukcióknak a sokféleségét, melyeket a public relations irodák „dokumentációként” a legfontosabb „elosztóhelyek” számára, komoly kiállításban rendelkezésre bocsátanak, akkor egyenesen elavultnak tűnnek azok a megállapítások, melyek kitaranak a hír és a hirdetés elválasztásának régi szakmai ideológiája mellett.³⁵ Ellenkezőleg, a public relations összeolvasztja az egyiket a másikkal: a hirdetésnek már nem is szabad egy magánérdek önabrázolása gyanánt felismerhetőnek lennie. Tárgyának a közérdek tárgyát megillető tekintélyt kölcsönöz, amelyről – legalábbis a látszatnak ezt kell mutatnia – az okoskodó magánemberek közönsége szabadon alkot véleményt.

³³ Steinberg: i. m. 92. l. Lásd továbbá Marx: *A tőke*. III. köt. 116. l.

³⁴ Kezdve a szokásos előkészületektől (tudósítások, beszédek, gyűlések, egy bizottság, egy kongresszus megalakítása stb.) bizonyos alkalmak ügyes kihasználásán át (ünnepségek vagy ünnepnapok, melyekhez speciális kampányokat lehet társítani), a közönségre hatásos alapítványokon, díjak kiírásán, adományokon, ösztöndíjakon keresztül, egészen újdonságok tervszerű elrendezéséig (felvonulások, kiállítások, kerékpárversenyek, táborozások, virágkiállítások és versenyek, szépségkirálynők választása stb.). Lásd Steinberg: i. m. 237. l.

³⁵ „The press has two major sources of news: its own reporters and the public relation man. The press also has two related audience potentials: the number of readers in the receiving audience who form opinions based on the content in the newspaper and the number of persons in the receiving audience who are motivated to buy the products advertised in the newspaper.” (A sajtónak – és nemcsak a sajtónak – két nagy hírforrása van: saját riporterei és a public relations szakember. A sajtónak két lehetséges, egymással összefüggésben levő közönsége is van: a befogadó közönségben azoknak az olvasóknak a tömege, akik az újság tartalma alapján formálnak véleményt és a befogadó közönségben azoknak a személyeknek a tömege, akiket az motivál, hogy vásároljanak az újságban reklámozott termékekből. Steinberg: i. m. 137. l.)

A központi feladat az „engineering of consent”³⁶ (egyetértés előállítása), mert csak ilyen egyetértés légkörében sikerül a „promotion to the public, suggesting or urging acceptance of a person, product, organisation or idea”³⁷ (elérni a közönséget, és egy személy, egy termék, egy szervezet vagy egy eszme elfogadását javasolni vagy ösztönözni). A fogyasztókban kialakított készséget az a hamis tudat közvetíti, hogy ők mint okoskodó magánemberek felelősen közreműködnek a közvélemény formálásában.

Másrészt a közérdek szempontjából – látszólag – szükséges magatartásra vonatkozó egyetértésben ténylegesen van valami a megrendezett „közvéleményből”. Bár a public relationsnek meghatározott javak eladását kell például elősegíteniük, hatásuk mégis mindig túlmegy ezen; mivel specifikus áruk számára fiktív általános érdek kerülőútján át teremtenek publicitást, ez nemcsak egy márka jellegzetességét és fogyasztók klientúráját hozza létre és biztosítja – ellenkezőleg, a cég, az ágazat, s egy egész rendszer számára egyidejűleg kvázi politikai hitelt is mozgósít, olyan fajta respektust, amelyet az ember közéleti tekintélyek iránt tanúsít.

Az előállított egyetértésnek természetesen nem sok köze van ahhoz a közvéleményhez, mely komoly, kölcsönös felvilágosítás hosszadalmas folyamatának eredményeképpen jön létre; mert a „általános érdek”, melynek bázisán egyedül lehetséges volt, hogy a nyilvánosan versengő vélemények racionális összhangja kényszer nélkül kialakuljon, pontosan abban a mértékben tűnt el, ahogyan ezt az általános érdeket a privilegizált magánérdekek publicisztikai önkifejezései a maguk számára adoptálják. A kettős előfeltétellel: a közönségnek a polgári magánemberekre való korlátozásával, valamint azzal, hogy okoskodásuk csak a polgári társadalom mint magánrendelkezési szféra alapjaira vonatkozott, még a vélemények konvergenciájának régi alapja is szétört; és azáltal még nem jön létre új alap, hogy a nyilvánosságba beáramló magánérdekek ennek fikciója mellett kitaranak. Egyáltalán az az egyetértés, melyet egy kitárlt public interest (közérdek) jegyében állítanak elő raffinált

³⁶ *The Engineering of Consent*. (Ed. E. L. Bernays) Oklahoma, 1955.

³⁷ Steinberg: i. m. 74. l.

opinion-molding services (véleményformáló szolgáltatások) segítségével, nélkülözi az ésszerűség kritériumait is. A nyilvánosan megvitatott tényállások ésszerű kritikája átengedi a helyét a hangulati azonosulásnak nyilvánosan bemutatott személyekkel vagy megszemélyesítésekkel; a „consent” egybeesik azzal a „good will”-lel, melyet a publicity idéz elő. A publicitás egykor a politikai uralomnak a nyilvános okoskodás előtt történő feltárlását jelentette; a publicity a kötelezettség nélküli jóakarati reakcióit összegezi. A polgári nyilvánosság olyan mértékben, ahogyan a public relations alakító hatása alá kerül, ismét feudális vonásokat ölt: az „ajánlattevők” reprezentatív pompába öltöznek a követésre kész vevők előtt. A publicitás a személyes presztízsnak és a természetfeletti tekintélynek azt a csillogását utánozza, melyet egykor a reprezentatív nyilvánosság jelentett.

Még egy másik, pontosabb értelemben is beszélnünk kell a nyilvánosság refeudalizálásáról. Mert a tömegszórakoztatásnak és a hirdetésnek az az integrációja, mely a public relations alakjában már politikai jellegűt ölt, még magát az államot is aláveti kódexének.³⁸ Mivel a magánvállalatok a fogyasztói döntéseknél vevők tudatának állampolgári minőségét veszik célba, az államnak saját polgáraihoz mint fogyasztókhoz kell „fordulnia”. Így verseng a közhatalom a publicitásért.

21. § A publicitás elvének megváltozott funkciója

A húszas évek végén egy német szociológuskongresszus a közvélemény témájával foglalkozott.³⁹ Ebből az alkalomból regisztrálták először kompetens módon azt a jelenséget, mely a nyilvánosság politikai funkcióváltozásának tünete – a hivatalok,

³⁸ Egy 1953-ból származó tudósítás a Szövetségi Köztársaság viszonylatában több mint száz olyan intézményt jelöl meg, melyek a köz befolyásolásával foglalkoznak, miközben az állampolgári nevelést olykor igen nehéz megkülönböztetni a hirdetésektől. (H. E. Jahn: *Verantwortung und Mitarbeit*. Oberlahnstein, 1953.)

³⁹ *Verhandlungen des 7. Deutschen Soziologentages*. Schriften d. Dt. Ges. f. Soz. Tübingen, VII. köt. 1931. Néhány évvel korábban F. Tönnies foglalta össze a régebbi német szociológia vizsgálatait a témával kapcsolatban: *Kritik der öffentlichen Meinung*. Berlin, 1922.

pártok és szervezetek „zsurnalisztikus aktiválódását”. Brinkmann ugyan konstruált egy rozoga antitezist a „szabad sajtó” és az állami és magánigazgatóságok „hivatalos publicisztikája” között („a modern újság, azzal, hogy feltartóztatlanul bevonta az élet minden területét »publicitásába«, saját maga nevelte ki csillapíthatatlan információéhségének ellenfelét és talán megfékezőjét a sajtóosztályokban és csoportokban, melyeknek létrehozására most már minden, nyilvánosan működő vagy a nyilvánosságot kereső életközpontra indítva érzi magát”⁴⁰). Ez a szembeállítás lapos volt, mert az igazgatásoknak a klasszikus formátumú publikációkat messze túlszárnyaló public relations politikája felhasználta a meglevő tömegközlelési eszközöket, és megszilárdította ezek állását. Mindazonáltal maga a megállapítás mint olyan, találó: a nagy publicisztikai intézmények mellett és velük kapcsolatban („egy apparátus, mely maximális nyilvánosságot, de igen kevés véleményt tükröz”) másik apparátus jött létre, amely az állam és a szövetségek új publicitásszükségletének tett eleget („ott egy másik »nyilvános vélemény« láthatunk, amely ugyan sokféle és nagyon meghatározott dolgot »vél«, ezt azonban akárhogyan, csak éppen nem »nyilvános« módon kívánja a társadalmon belül érvényre juttatni és alakítani”⁴¹). A véleményirányítás előirányzott formái, melyekre itt célzás történik, tudatosan eltérnek a nyilvánosság liberális ideáljaitól. Az állami bürokrácia ezeket a nagy magánvállalatok és szövetségi szervezetek már működő gyakorlatából kölcsönzi, sőt, egyáltalán csak a velük való együttműködés ad a közigazgatásoknak „publicisztikai jelleget”.

A közigazgatás hatalmának megnövekedése a szociális álamban – nemcsak a törvényhozóval, hanem magával a kormány vezetésével szemben is⁴² – szembetűnően kiemeli az „önállósulás” mozzanatát – igaz, hogy még a liberális korszak-

⁴⁰ C. Brinkmann: Presse und öffentliche Meinung. In: *Verhandlungen*. i. m. 27. és köv. l.

⁴¹ Uo. 30. l.

⁴² A közigazgatási cselekvés egyre inkább függetleníti magát az általános politikai programszerűségtől; a változó szituációkhoz való tárgyiracionális alkalmazkodás leple alatt a kormányt a közigazgatással helyettesíti, úgyhogy a konzervatívok egyenesen az „uralkodó elem elvékonyodásáról” panaszkodnak.

ban sem működött soha a törvény pusztá végrehajtója gyanánt.⁴³ A másik mozzanat, az államról a társadalmi csoportokra való hatalomátvitel ellentétes folyamata, inkább a háttérbe szorul; ugyanis az „alakító belátás” újonnan megszerzett játéktérben, amelyben a közigazgatás maga is termelővé, kereskedővé és elosztóvá válik, a végrehajtás látszólag olyan magatartásra kényszerül, mely a „nyilvánossággal” való megállapodással egészíti ki és részben már helyettesíti is a hatósági tekintélyt. Ez részben a szövetségek nem hivatalos közreműködéséhez vezet, részben pedig ahhoz, hogy rendszeresen átvisznek adminisztratív feladatokat ezek hatáskörébe. Werner Weber megállapítja, hogy a közigazgatás kiterjedt területeit egészen elveszik az államtól és „az állam mellett működő rendi igazgatási rendszer alkatrészeivé” teszik.⁴⁴ A szervezett érdekek feszültségi terében azonban az államnak még ott is „alkalmazkodnia” kell, ahol közigazgatási fennhatóságát megőrzi vagy kiterjeszti. Habár itt a megállapodásokat a parlamenten kívül, tehát az államilag intézményesített nyilvánosság kizárásával keresik (és ezek így is jönnek létre), mégis ezeket mindkét részről nagy hangerővel, az úgynevezett nyilvánosságbefolyásolással készítik elő és feltűnően ezzel is kísérik. Az állam és a társadalom kölcsönös egymásba hatolásával a nyilvánosság, és vele együtt az állami szervként megalapozott nyilvánosság, a parlament, elveszt bizonyos közvetítő funkciókat. A szakadatlan integrációs folyamatot más módon biztosítják: a parlament pozíciója gyengülésének megfelel az államot a társadalommal (közigazgatás) és megfordítva a társadalmat az állammal közvetítő transzformációs tényező (szervezetek és pártok) megerősödése. A publicitásra fordított kiadások, a public relations menedzseri módszerekkel történő kifejlesztése azonban azt mutatják, hogy az eredeti funkcióitól messzemenően megfosztott nyilvánosság most a közigazgatás, a szervezetek és pártok védelme alatt más mó-

⁴³ ForsthoFF: *Lehrbuch des Verwaltungsrecht*. I. köt. i. m. 65. l.

⁴⁴ W. Weber: *Spannungen und Kräfte im westdeutschen Verfassungssystem*. Stuttgart, 1951. 38. és 53. l. Az érdekszövetségek átfogó irodalmáról lásd O. Stammer: *Interessenverbände und Parteien*. *Kölner, Zeitschr. f. Soz. u. Sozialpsych.*, 1957. IX. köt. 587. és köv. l. Erről eredetileg: G. Schulz: *Über Entstehung und Formen von Interessengruppen in Deutschland seit Beginn der Industrialisierung*. *Polit. Vierteljahrszeitschrift*, II. köt. 124. és köv. l.

don vesz részt az állam és társadalom integrációjának folyamatában.

A politikailag működő nyilvánosságon belül a konfliktusokat csak azért lehetett elintézni a viszonylag homogén érdekek bázisán és a viták viszonylag ésszerű formái között, a parlamenti döntés elé vitt konfliktusokat csak azért tudták rögzíteni a racionalitás és állandóság igényével, absztrakt és általános érvényű normák rendszerében, mert a magánszféraként semlegesített forgalom alapján álló társadalomban a materiális döntések tömegét a piaci mechanizmus közvetítette, és a meghozott döntések elvben nem politikaiak voltak. A politikai nyilvánosság, természetesen csupán a magánemberek mint magántulajdonosok közös érdekeinek keretein belül, mindig mentesült az individuális magánérdekek konkurenciájától; így a politikai kompromisszum számára fenntartott döntéseket a politikai okoskodás módszereivel lehetett meghozni. Ezzel szemben mihelyt a magánérdekek arra kényszerültek, hogy kollektíve megszerveződve, politikai alakot öltsenek, olyan konfliktusokat is a nyilvánosság előtt kellett megoldani, melyek alapján megváltoztatták a politikai kompromisszum struktúráját.⁴⁵ A nyilvánosságot az érdekek kiegyensúlyozásának feladatával terhelik meg, ami nem illeszthető be a parlamenti megegyezés és megállapodás klasszikus formái közé; szinte még látni lehet rajta, hogy a piac szférájából ered – a kiegyensúlyozást betű szerinti értelemben „ki kell alkudni”, nyomás és ellennyomás által az „árverések” módjára kell létrehozni, miközben közvetlen támaszul csak az államapparátus és az érdekcsoportok közötti hatalmi konstelláció labilis egyensúlya szolgál. A politikai döntéseket a „bargaining” (alkudozás) új formájában hozzák; ez a forma csatlakozik a hatalom gyakorlásának régebbi formáihoz: a hierarchyhoz és a democracyhez.⁴⁶ Ezzel kibővült ugyan a nyilvánosság illetékességi köre; mivel azonban továbbra is érvényben van az érdekek kiegyensúlyozására nézve a nyilvánosság liberális igénye: ennek a közjó ítélőszéke előtt kell igazolód-

⁴⁵ O. Kirchheimer: Changes in the Structure of Political Compromise. *Studies in Philosophy and Social Science*, 1941. IX. köt. 456. l.

⁴⁶ R. A. Dahl: Hierarchy, Democracy and Bargaining in Politics and Economics. In: *Research Frontiers in Politic and Government*. Washington, 1955. 47. és köv. l.

nia – viszont ezt az igényt sem kielégíteni, sem egészen megtagadni nem tudja, a kompromisszumos alku létrejötte a parlamenteken kívüli területekre tolódik; akár úgy, hogy az állami szervek formálisan hatáskörökkel ruháznak fel társadalmi szervezeteket, akár úgy, hogy informális úton, normamentesen (vagy akár normaellenesen is) tényleges hatáskör-eltolódás következik be.

Ahol például, mint a fejlett kapitalista társadalom központi konfliktusának esetében, a munkáltatók és munkavállalók között nem lehet remélni az érdekek tartós kiegyensúlyozását, még kevésbé a normaeltolódást létrehozó kompromisszumok helyett a „megbékélést”, ott az állami kényszeregyeztetés megszüntetésével autonóm területet lehet juttatni az egymás ellen küzdő társadalmi csoportok kvázi politikai hatalmának gyakorlásához. Ezután a kollektív szerződésben részt vevő felek már nem magánautonómiájukat gyakorolva cselekszenek; a politikai nyilvánosságon belül tevékenykednek, és ezért hivatalosan vonatkozik rájuk a demokratikus nyilvánosság kényszere.⁴⁷ Ugyanakkor azonban a kollektív szerződés normáinak létrehozása olyannyira szétfeszíti a régi nyilvánosság ésszerű formáit, az alapul szolgáló érdekantagonizmus objektíve oly kevés lehetőséget nyújt a liberális kritériumok szerint való jogalkotásra, hogy ezeket a kompromisszumokat kirekesztik a parlamenti törvényhozás eljárásából, és ezzel egyáltalán az államilag intézményesített nyilvánosság illetékességi köréből. Ennek a hivatalos eltolódásnak felel meg, hogy a politikai kompromisszum hatáskörei sokkal nagyobb mértékben kerülnek át a törvényhozótól a hatóságok, szervezetek és pártok kapcsolatának körébe. Az állam fokozódó egybeépülése a társadalommal (mely azonban nem politikai társadalom) szükségessé teszi az ideiglenes csoportkompromisszumok formájában hozott döntéseket, tehát a partikuláris kedvezések és kártalanítások közvetlen kicserélését – a politikai nyilvánosság intézményesített eljárásainak kerülő útja nélkül. Ezért maradnak a szervezetek és pártok alapvetően magánegyesülések; közülük némelyek egyszerűen nem is szerveződnek jogképes egyesület formájába, és mégis

⁴⁷ H. Ridder: *Zur verfassungsrechtlichen Stellung der Gewerkschaften im Sozialstaat nach dem Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland*. Stuttgart, 1960.

részesednek közpozíciókból. Gyakorolják ugyanis a politikai nyilvánosság funkcióit is, és rájuk is vonatkozik a követelés: az államhatalomra gyakorolt társadalmi nyomást, a pusztán erőszakviszonyokon túl, igazolni kell. Így a szervezetek ténylegesen szétfeszítették a polgári egyesülési jog korlátait; deklarált céljuk: sok egyes magánérdekének átalakítása nyilvános közérdekké, a szervezetek érdekének általános érdekként való hihető reprezentációja és bizonyítása.⁴⁸

Eközben természetesen a szervezetek – nem magánjellegük ellenére, hanem ennek következtében – rendelkeznek széles körű politikai hatalommal; főleg a „közvéleményt” tudják manipulálni, anélkül, hogy alá kellene vetni önmagukat a közvélemény ellenőrzésének. A szervezeteknek egyfelől szociális hatalmat kell gyakorolniuk, másfelől igazolniuk kell magukat a ténylegesen szétesőben levő polgári nyilvánosság hagyományos mércéje előtt. E kettős kényszernek ez az eredménye: a szervezetek a mediatisált közönséget vagy kötelezettség nélküli helyeslésre készítetik a messzemenően titokban tartott kompromisszumos politika iránt (amely ugyanakkor rá van utalva a nyilvánosság hitelére), vagy legalább biztosítják maguknak jóakarató passzivitását – akár azért, hogy az ilyen egyetértést politikai nyomással alakítsák át, akár azért, hogy tolerancia alapján semlegesítsék a politikai ellennyomást.⁴⁹

⁴⁸ Lásd J. H. Kaiser: *Die Repräsentation organisierter Interessen*. Berlin, 1956.

⁴⁹ A közvéleménynek az a hozzávetőleges mozgósítása a nem nyilvánosan kialakított kompromisszumok alátámasztására vagy biztosítására, visszahat magának a kompromisszumnak a struktúrájára is. Az „igazi” kompromisszumra az jellemző, hogy mindkét párt fenntartásokkal él az olyan szilárdan leszögezett célokat illetően, melyek elvileg tartós érdekelletét kibékítetlen érdekhelyzeteit és – irányait tükrözik vissza. Ha az ilyen fenntartásokról lemondanak, akkor a kompromisszumot meg kell ideologizálni: ez a lemondás ugyanis a kompromisszumot az elvileg konfliktusmentes rend kitalált keretei között megkötött státusszerződéssé fokozza le. Az 1958. X. 31-i szövetségi munkajogi bíróság ítéletének példáján elemzik ezeket a tendenciákat többek között: Abendroth, Ramm, Ridder. Lásd pl: W. Abendroth: *Innerschaftliche Willensbildung, Urabstimmung und „Kampfmassnahme“*. *Arbeit und Recht*, VII. 1959. 261. és köv. l.

Éppoly figyelemre méltó, mint a jogi kritika, az az általa feltárt szociológiai tényállás, melyet a bírált ítélet dokumentál: a szövetségi bürokráciák integrációra kötelezett együttműködése egy materiálisan rögzített rend keretein belül, s egyben lemondás a kompromisszum tudatáról: arról, hogy az érdekek

A nyilvánosság befolyásolásának célja saját pozíciópresztízsének erősítése, anélkül, hogy magának a kompromisszumnak az anyaga *nyilvános vita* témájává válna: a szervezetek és funkcionáriusok *reprezentációt* fejtenek ki. „A nyilvános szervezetek egyáltalán nem jogi személyekként, hanem kollektív szervezetekként akarnak fellépni, és pedig azért, mert – miközben ez a képviselő önállóság a szervezet belső életével szemben – nem annyira kifelé történő formális képviselőletükben hanem *tagjainak a nyilvánosság előtti képviselőletében* vannak érdekelve.”⁵⁰ A repre-

ellentétének csupán ideiglenes kiegyensúlyozásáról van szó – tartós, antagonisztikus érdekhelyzet mellett. (Ennek felelnek meg az „ellenzék eltűnésének” O. Kirchheimer által a parlamenten belül is regisztrált jelenségei. *The Waning of the Opposition in Parliamentary Regimes*. *Social Research*, XXIV. köt. 1957. 127–156. l.) Ez a tényállás nemcsak a szociális állam fejlődéséből általában következő, a mi összefüggésünkben elhanyagolt politikai ambivalenciára jellemző (lásd erről az én bevezető fejezetemet, in: *Student und Politik*. Neuwied, 1961. 34. és köv. l.), hanem specifikusan a nyilvánosság struktúráváltására is. A tagok közönségével szemben tendenciaszerűen önállósult szövetségi bürokráciák integrációra kötelezett együttműködése ugyanis csak olyan mértékben tud érvényre jutni, ahogyan a politikailag okosodó nyilvánosság, ebben az esetben: a szövetségen belüli szervezeti nyilvánosság formáit háttérbe szorítja a mediatisált közönség politikátlanított nyilvánossága, melynek kifejezett helyeslést vagy hallgatolagos toleranciáját egy manipulatív vagy demonstratív kifejezett publicitás révén „felülről” hozzák létre.

Ebben az összefüggésben fontosak azok a tendenciák, melyeket a sajtó koncentrációs folyamata kapcsán elemeztünk (lásd fent 272. l.): először a politikai sajtó centralizálása, miközben az újságok egyre inkább függenek a pártbürokráciától: később a pártsajtó mint olyan pozíciójának meggyengülése; és végül az egész sajtó politikátlanítása. A szociáldemokrata pártra nézve Abendroth megállapítja (Hermann Heller egyik észrevételéhez csatlakozva, *Staatslehre*. Leiden, 1934. 137. l.): „Mikor Heller arra utal, hogy a munkavállalók szellemileg csak saját újságjaik révén maradhatnak ellenállóképesek, akkor nem szabad elfelejteni, hogy a Szövetségi Köztársaságban már nincs meg a demokratikus pártok által alakított pártsajtó, melynek az 1933 előtti időkben Németországban oly nagy jelentősége volt, és gazdasági valamint technikai okok miatt a régi méretekben valószínűleg nem is jön létre.” (Sultan és Abendroth: *Bürokratischer Verwaltungsstaat und soziale Demokratie*. Hannover, 1955. 92. l. 45. megj.). 1933-ban a német napilapoknak mintegy a fele volt politikailag elkötelezve. 1956-ig ezek részaránya a Szövetségi Köztársaságban körülbelül egy negyedrésze csökkent: az újságok 65%-a pártok felettinek deklarálja magát, 10%-a meghatározhatatlan; ez a két kategória rendelkezik az összes példányszám 82%-ával (lásd a *Die deutsche Presse* kézikönyvet is: i. m. 35. és köv. l.).

⁵⁰ R. Altmann: *Zur Rechtsstellung der öffentlichen Verbände*. *Z. f. Politik*, N. F. II. köt. 1955. 214. l.

zentáció nem annyira a szervezet belső struktúrájának eleme, mint a „nyilvánosság igényének kifejezése”⁵¹. Természetesen nem jön létre újból a régi típusú reprezentatív nyilvánosság; ettől azonban olyan arculatot kap a refeudalizált polgári nyilvánosság, melyet Schelsky megfigyelése szerint az jellemez, hogy a nagy állami és nem állami szervezők „menedzselik pozícióik közzétételét”.⁵² A személyesen reprezentált tekintély ragyogása a publicitás mozzanataként tér vissza; ennyiben a modern publicitás nagyon is rokona a feudális publicitásnak. A public relations voltaképpen nem a public opinionra vonatkoznak, hanem az opinionra a reputation értelmében. A nyilvánosság udvarrá válik, amelynek közönsége *előtt* presztízst lehet kifejteni – ahelyett, hogy *benne* kritikát gyakorolnának.

Egykor a publicitást a monarchák arkánumpolitikájával szemben kellett érvényre juttatni: a publicitás a személyt vagy az ügyet megpróbálta alávetni a nyilvános okoskodásnak, és a politikai döntéseket a közvélemény fóruma előtt felülvizsgálhatóvá tette. Ezzel szemben ma a publicitást az érdekeltek arkánumpolitikájának segítségével juttatják érvényre: a publicitás egy személynek vagy egy ügynek nyilvános presztízst szerez, és ezáltal a nem nyilvános vélemény légkörében alkalmassá teszi őket a helyeslés megszerzésére. Már a „nyilvánosság befolyásolása” kifejezés elárulja, hogy a nyilvánosságot, amelyet a tradíciótól megszentelt szimbólum is biztosított, körülmenyesen, esetről esetre elő kell állítani. Ma alkalmakat kell teremteni az azonosuláshoz a nyilvánosságot „csinálni” kell, a nyilvánosság már nem egyszerűen „van”. Altmann találóan nevezi ezt a „kommunikáció” aktusának.⁵³ A publicitás közvetlen hatása nem merül ki olyan nem kommersziális jellegű reklámhatásban, melyet a good will csillogása, az egyetértésre való készség hoz létre. Ez a publicitás a fogyasztói döntés befolyásolásán túl most már a politikai presszió céljaira is alkalmas, mert mozgósítja az artikulálatlan egyetértésre való készség po-

⁵¹ Uo. 226. l.

⁵² Schelsky: *Familie*. i. m. 357. l.

⁵³ R. Altmann: *Das Problem der Öffentlichkeit und seine Bedeutung für die Demokratie*. (Disszertáció) Marburg, 1954. 72. l.

tenciáját, és ezt szükség esetén át lehet alakítani népszavazásos módon definiált helyeslésre. Az új nyilvánosság annyiban még mindig kapcsolatban van a polgári nyilvánossággal, amennyiben a legitimitáció intézményes formái továbbra is érvényben vannak; a demonstratív publicitásnak is csak annyiban van politikai hatékonysága, amennyiben valószínűvé tudja tenni, hogy tökéletesebb potenciális választói döntésekből, vagy ezt ténylegesen is képes realizálni. A „realizálás” azután persze a pártok feladata.

A funkcióváltozás a politikailag működő nyilvánosság egészét érinti: a közönség, a pártok és a parlament centrális viszonya is alá van ennek vetve. A liberális korszak politikai nyilvánosságának arculatát, ahogyan ezt Max Weber leírta,⁵⁴ a honoráriorpártok határozták meg. A lelkészek és tanárok, ügyvédek, orvosok, tanítók és patikusok, gyárosok és földbirtokosok vezetésével a műveltség és vagyon körei helyi politikai klubokat, eleinte alkalmi szövetségeket, választási egyesületeket alapítottak, melyek egységét csupán a képviselők teremtették meg. A főfoglalkozású politikusok száma csekély maradt, s funkcióik eleinte alárendelt jellegűek; a politika társadalmi munkában végzett mellékfoglalkozás. Ehhez az alaktalan működéshez, melyet nemcsak a nagyvárosokban fogtak össze külön egyesületek a képviselői beszámoló céljából megrendezett periodikus összejövetelekkel, egyetlen állandó intézményként csatlakozott a sajtó. A parlamenti ülések és a kommunális vitaközpontok között általános a kommunikáció.⁵⁵ Éppen a – gyakorlatilag csak a parlamentben létező – „frakciópártnak” ez a laza, honoráriorkörök által közvetített kapcsolata a választókkal, felelt

⁵⁴ M. Weber: *Állam, politika, tudomány*. Közgazdasági és Jogi Könyvkiadó, Bp., 1970. 412. és köv. l.

⁵⁵ Weber arról beszél, hogy a honoráriorkiválasztás mechanizmusa következtében nagyon korlátozott volt a közvetlenül részt vevők száma, azután viszont bevallja: „...igen nagy volt a politikai üzemből közvetlenül, elsősorban anyagilag érdekelt emberek száma. Mert minden minisztériumi intézkedésben közrejátszott az a szempont, hogy hogyan befolyásolja ez a választási esélyeket, s az emberek minden elképzelhető óhajukat a helyi képviselő közvetítésével igyekeztek nyélbe ütteni, ugyanis a miniszter... kénytelen kellelten eleget tenni a kívánságának. A képviselő rendelkezett a hivatalok és egyáltalán minden fölött választókerületében, majd pedig mindenképpen igyekezett kapcsolatot tartani a helyi honoráriókkal, hogy majd újraválasszák.” Uo. 415. l.

meg annak az erőszak nélküli kommunikációnak, mely az egységes közönségen belül folyt. A hatáskörök felosztása a műveltek egyenlőségét alapvetően még nem tette kérdésessé. A polgári nyilvánosság keretén belül maguk a pártok is „vélemények képződményének” tekintették magukat: tömegeik összetartásának alapját politikai vélemények képezték, amint ezt Rudolf Haym kifejezi a német nemzetgyűlésről írott tudósításában. August Ludwig von Rochau a „pártszellem” számára az ítélet olyan objektivitását vindikálja, mely állítólag ellenáll a pusztá érdekeknek.⁵⁶ Mindenesetre már Treitschke feladja a véleménypárt tételét: „Különösen a társadalmi osztályok érdekei fonódnak sokkal szilárdabban össze a pártok tanításával, mint ezt maguk a pártok bevallják.”⁵⁷ Végül is a század vége felé már olyan bizonyítékok vannak, amelyek a polgári pártok viszonylatában is megcáfolják az érdekek semlegességének illúzióját. Olyan emberek, mint Friedrich Naumann a liberális tábor számára egyenesen osztálypártot követelnek, mert „csak az osztálytudatos liberalizmusban van meg a szilárdság, hogy helyt álljon az általános osztályharcban, mely ma már elkövetkezett”.⁵⁸

Közben bekövetkezett a polgári nyilvánosság struktúraváltozása; a társas-társadalmi érintkezés intézményei, melyek az okoskodó közönség összetartozását biztosították, elvesztették erejüket vagy teljesen elpusztultak; a kommerciális tömegsajtó irányába tartó fejlődésnek pedig a honoráciorpártok tömegalapra való átállása felelt meg. A polgári egyenlőségi jogok szocializálása megváltoztatta a pártok szövődését. A laza választói egyesületek a múlt század közepétől kezdve egyre inkább átengedik a helyet a tulajdonképpeni pártoknak, melyek a bürokratikus apparátus segítségével, a helyi szerveket országosan koordinálva, a széles választói tömegek ideológiai integrációjára és politikai mozgósítására törekcsenek; Angliában Gladstone vezette be a pártválasztmány rendszerét. A hivatásos politiku-

⁵⁶ A. v. Rochau: *Grundsätze der Realpolitik*. Stuttgart, 1853. 91. l.

⁵⁷ H. v. Treitschke: *Parteien und Fraktionen*. 1871. Idézi Schieder: i. m. 194. l.

⁵⁸ *Die Hilfe*, 10. évf., 1904. 2. sz.

sok központilag irányított és többé-kevésbé üzemszerűen megszervezett apparátusának ezzel a kiépítésével a helyi bizottságok elvesztik jelentőségüket. A pártoknak most már az volt a feladatuk, hogy a szavazatleadás céljából új módszerek segítségével „integrálják” az állampolgárok tömegét – akik tulajdonképpen már nem polgáriak; a választói gyűlés helyét, melyen a helyi képviselő beszámolót tartott, a rendszeres propaganda foglalta el. Egyáltalán csak most jött létre az, amit modern propagandának nevezünk – kezdettől fogva a felvilágosítás és irányítás, az információ és a reklám, a pedagógia és a manipuláció Janus-arcával.⁵⁹

Megnövekedett a politikailag fontos események kölcsönös függése; a nyilvánosság kommunális bázisával együtt helyét is elvesztette; elvesztette világos elhatárolódását egyfelől a magánszférától, másfelől a „világnilvánosságtól”; elvesztette világos átláthatóságát és áttekinthetőségét.⁶⁰ Az osztálypárt⁶¹ alternatívája gyanánt az „integrációs párt” az előbbtől nem elég világosan megkülönböztetett formája jött létre; ez a választókat ideiglenesen „ragadja meg”, és helyeslésre készíti őket, anélkül, hogy politikai elmaradottságukat érintené.⁶² Ma a felszínes integrációnak ez az akkor keletkezett tömegpártja vált uralkodó típusá. Számára az döntő, ki rendelkezik a kényszerítési és nevelési eszközök felett, hogy a lakosság választói magatartását

⁵⁹ D. Hilger (Die demokratische Parteien und Parteidemokratie. In: *Hamburger Jahrbuch für Wirtschafts- und Gesellschaftspolitik*. 1956. I. köt. 176. és köv. l.) hívja fel a figyelmet a W. Mommsen (*Deutsche Parteiprogramme vom Vormärz bis zur Gegenwart*. München, 1952.) által bemutatott szövegek alapján a megfogalmazások változására; a kisszámú művelt rétegnek címzett, olykor-olykor körülményes mérlegelések egyre inkább átengedik a helyüket a politikai jelszónak.

⁶⁰ H. Plessner: *Das Problem der Öffentlichkeit*. i. m. 8. l.

⁶¹ Ezt a típust, melyet a vilmosi korszak szociáldemokráciája reprezentál, itt figyelmen kívül hagyjuk; a mai pártrendszerre már nem jellemző. Egyébként a modern pártok tipológiájáról lásd M. Duverger: *Les Parties Politiques*. Paris, 1951. és S. Neumann: *Towards a Comparative Study of Political Parties*. In: *Modern Political Parties*. Chicago, 1956. 395. és köv. l.

⁶² „...semiféle aktivitást nem tanúsít az egyszerű, semiféle szervezetre nem tartozó, minden párt által csábított szavazó, akinek személyes létezéséről csak a választások alkalmával vesznek tudomást, egyébként csak annyiban létezik, hogy a ráteendő hatást tartják szem előtt, amikor a reklámokat fogalmazzák.” (Weber: *Állam, politika, tudomány*. 427. l.)

manipulatíve vagy demonstratíve befolyásolja. A pártok az akarat kialakításának eszközei, de nem a közönség, hanem azok kezében, akik a pártapparátust meghatározzák. Ezt a megváltozott viszonyt, mely egyfelől a pártok és a közönség, másfelől a pártok és a parlament között áll fenn, tükrözi a képviselők stílusának megváltozása.

A parlamentarizmus eszméjéhez kezdettől fogva hozzátartozott az imperatív mandátum elutasítása, mely a rendi reprezentáció minden fajtájára jellemző volt. Egy alsóházi képviselő már 1745-ben ezt a nyilatkozatot teszi: „By our constitution, after a gentleman is chosen, he is the representantive or, if you please, the attorney of the people of England.” (Miután egy úriembert megválasztottak, az, alkotmányunk szerint képviselője, vagy ha tetszik, meghatalmazottja Anglia népének.) Olyan tétel ez, melyet egy nemzedékkel később Burke és Blackstone⁶³ a szabad mandátum klasszikus tanításává dolgoz ki. Azzal a formulával, mely a csak a lelkiismeretének és a nép egészének felelős képviselő függetlenségét mondja ki az utasításokkal szemben, ez a tanítás valamennyi polgári alkotmányba bekerült.⁶⁴ A liberális jogállamban ennek az ideológiának valóban meg is felelt a politikai akarat kialakításának az a folyamata, melyet az okoskodó közönség véleményének kialakítása közvetített. Szociológiai érteleme szerint a szabad mandátum ebben a korszakban nem annyira a képviselőnek a függetlenségét jelentette; ténylegesen a képviselő még sokkal szorosabb kontaktusban is volt választókerületével, mint azóta bármikor; ellenkezőleg, ez *valamennyi* magánember egyenlő helyzetének garanciája az okoskodó közönségen belül. Hogy a parlament maga is a közönség része maradjon és a vita szabadsága intra muros éppen úgy biztosítva legyen, mint extra muros, a képviselői függetlenség óvintézkedéseinek nem valamiféle privilegizált státust kellett létrehozniuk a közönség többi részével szemben – a polgárság előtti nyilvánosság reprezentációjának értelmében –, hanem

⁶³ Blackstone: *Commentaries of the Laws of England*. London, 1783.

⁶⁴ Lásd Grundgesetz. 38. cikkely.

* Falon belül, illetve falon kívül.

csupán azt kellett megakadályozniuk, hogy a delegáció révén a képviselői státus ne hátrányt jelentsen.⁶⁵

A közönségnek ez az összetartozása természetesen abban a mértékben szakad meg, ahogyan a pártoknak, melyek a nyilvános szövetségek rendszerének exponenseivé lettek, egyre több, a magánszférából a nyilvánosságba mintegy belenövő szervezet érdekeit kell közvetíteniük és képviselniük. Ezek ma rendszerint nem is osztálpártok (mint a régi szociáldemokrácia) és nem is érdekszövetségek (a BHE módjára). Ellenkezőleg, a pártoknak éppen a szervezett érdekek összekapcsolása és ezeknek a politikai gépezetbe történő hivatalos áttétele adja meg azt a kiemelkedő állást, mellyel szemben a parlament frakciók bizottságává süllyed – maga a képviselő pedig „szervezeti-technikai közvetítő taggá a párton belül, akinek konfliktus esetén engedelmessé kell a pártnak”.⁶⁶ Kirchheimer megfigyelése szerint ezzel függ össze a jogászok eltűnésben levő parlamenti befolyása.⁶⁷ Az ügyvéd átengedi a helyét a funkcionáriusnak. A „minisztrális” személyek kis csoportja mellett (akik összegyűjtik kezükben a vezető hivatalokat) bejut a parlamentbe nagyszámú tulajdonképpeni pártfunkcionárius (apparátcsikok, propaganda-szakemberek stb.) és végül a szövetségek sok közvetett vagy közvetlen képviselője is (jogtanácsosok, összekötők, specialisták stb.). Az egyes képviselő, aki ugyan pártján belül jogosult arra, hogy részt vegyen a többségi határozat kialakításában, döntésében végül is kötve van a parlamenti csoporthoz. A szervezett érdekek között állandóan megismétlődő kompro-

⁶⁵ Mindkét óvintézkedés, az immunitás joga és a pénzügyi kárpótlásról való lemondás, csupán élesebben körvonalazza azokat a meghatározásokat, melyek a polgári nyilvánosságban való részvételt általában minősítik. Hiszen a nyilvánosság úgy tekintette magát, mint a közhatalom alól emancipált, a magánhatalomtól megvédett szférát. Az óvintézkedéseknek parlamenti síkon is meg kell adniuk a képviselőnek a közönséghez tartozó magánemberek státusát, nem pedig valamilyen tekintély reprezentálására kijelölt urak pótlólagos minősítéseit kellett biztosítani számukra – a parlamenti nyilvánosság egyenesen ellentéte a „reprezentatívnak”.

⁶⁶ Leibholz: i. m. 97. l.

⁶⁷ O. Kirchheimer: Majoritäten und Minoritäten in westeuropäischen Regierungen. *Die Neue Gesellschaft*, 1959. 256. és köv. l.; Uő: Parteistruktur und Massendemokratie in Europa. *AÖR*, 79. köt. 1954. 307. és köv. l.; Uő: *The Party in Mass Society*. New York, 1958.

misszum kényszere a pártot a frakcióval szemben kényszerítő erővé változtatja, s kifelé biztosítja fellépésének egységét; a képviselő pártjától ténylegesen imperatív mandátumot kap.⁶⁸ Ezáltal a parlament tendenciájában olyan fórummá alakul át, ahol utasításokhoz kötött pártmegbízottak találkoznak, hogy már meghozott döntéseket bejegyeztessenek. Ehhez hasonlóan figyelt meg Carl Schmitt már a Weimari Köztársaságban.⁶⁹ A képviselő új státusát már nem az jellemzi, hogy részese az általánosan okoskodó közönségnek.

Ennek megfelelően a parlament vitázó testületből demonstráló testületté alakult át; mert a zárt ajtók mögött kialakult határozatok parlamenti megerősítése nemcsak arra jó, hogy egy formális előírásnak eleget tegyen kifelé; a pártakat demonstrálását szolgálja. „Egyedi személyiségekként, privilegizált rétegekből megválasztott bölcs, egymást nyilvános vitában, érvekkel meggyőzni akaró férfiak gyülekezetéből, amely abban hitt, hogy a többség által így hozott döntés a közjó számára a helyeset és igazat jelenti”, a parlament átalakul „nyilvános emelvényé, amelyen a kormány és az őt támogató pártok – a televízió és rádió révén specifikus módon a nyilvánosságban részt vevő – egész nép előtt kifejtik és védelmezik politikájukat, az ellenzék viszont ezt a politikát ugyanilyen nyíltsággal támadja, és alternatív politikát dolgoz ki”.⁷⁰ Friesenhahn leírása természetesen a folyamatnak csak az egyik oldalát, nevezetesen a publicitás kibővülését ragadja meg, funkciójának megváltozását viszont nem. Míg egykor a tárgyalások nyilvánosságának biztosítani kellett a parlamenten kívüli és a parlamenti vita folytonosságát, a nyilvánosság és a benne kialakuló közvélemény egységét, egyszóval: a mindenkori parlamentet mint középpontot, egyúttal azonban mint az egész közönség részét is, s míg egy ideig ezt ténylegesen biztosította is, addig ma semmi ehhez hasonlóan nem nyújt; nem is képes ilyesmire, mert maga a

⁶⁸ Erre a tényállásra hivatkoznak azután a pártok is azzal (jogilag nem megalapozott) követelésükkel kapcsolatban, hogy a képviselőtől meg kell vonni a mandátumot, ha kilép a frakcióból.

⁶⁹ C. Schmitt: *Die geistesgeschichtliche Lage des Parlamentarismus*. München, 1923.

⁷⁰ E. Friesenhahn: *Parlament und Regierung im modernen Staat*. In: *Veröff. d. Ver. dt. Staatsrechtslehrer*, 16. füzet, Berlin, 1958. 31. l.

nyilvánosság, a parlamenten belül éppúgy, mint azon kívül, strukturálisan megváltozott: „Ha a Szövetségi Gyűlésből sugárzott közvetítések értelmét abban látjuk, hogy a hallgatónak (vagy nézőnek) a vevőkészülék mellett lehetőséget adjon az általa választott népképviselők munkájában való részvételre, akkor arra a következtetésre kell jutnunk, hogy a rádió és televízió nem képes eleget tenni ennek a célnak, ellenkezőleg: a parlament munkájának megzavarását jelentik a viták kicsavarásával és eltorzításával. Ahogyan a tulajdonképpeni tanácskozás a plénumról a bizottságokba és a frakciókba tevődött át, úgy a parlamentben a tanácskozás tökéletesen háttérbe szorult a dokumentálás mögött.”⁷¹ A kibővült nyilvánosság előtt maguk a tárgyalások is show-vá stilizálódtak. A publicitás elveszti kritikai funkcióját, s helyébe demonstratív funkció lép; még az érvek is átalakulnak szimbólumokká, melyekre viszont nem érvekkel, hanem csak azonosításokkal lehet válaszolni.

A parlament funkcióváltozásán keresztül válik evidenssé a nyilvánosságnak mint az állami rend szervezőelvének kérdésessége: a (közönség részéről gyakorolt) kritika elvéből a publicitás átalakult (a demonstráló fórumok által – a közigazgatás, a szervezetek és főleg a pártok által) irányított integráció elvévé. A parlamenti nyilvánosság népszavazásos eltorzulásának a fogyasztói kultúrával kapcsolatos jogi nyilvánosság eltorzulása

⁷¹ Hogy mennyire meglazult a parlamenti vita és a magánemberek extra muros történő politikai okoskodása közötti kapcsolat, azt H. Haftendorn a parlamenti tudósítás trendjein mutatja ki: *Das Problem von Parlament und Öffentlichkeit, dargestellt am Beispiel der Parlamentsberichterstattung*. (Disszertáció) Frankfurt, 1960. 146. és köv. l. Ismeretes, hogy a parlamenti munka áttevődött a frakciókba és pártgrémiumokba, valamint a parlamenti szakbizottságokba. Ezeket nem szabad a nyilvánosan okoskodó parlament helyettesítőjének tekinteni, mert nem kárpótolnak a parlament nyilvánosságában bekövetkezett veszteséget. Ahol az ügyrend a bizottságokat nyilvánosan tárgyaló intézménynek deklarálja, még ott sem alapozódnak meg ezek a parlamenti nyilvánosság pótszerveiként; szimptomatikus módon éppen „a nyilvánosság növekvő érdeklődése tárgyalásaik iránt teszi szükségessé, hogy lehetőséget találjanak a bizalmas érintkezésre. A nyilvánosság csak azért vonja be a maga körébe a bizottsági tárgyalásokat, hogy érdeklődésének tárgya a nem nyilvánosságnak mindig újabb és újabb szférájába kerüljön.” Uo. 89. l. Továbbá B. Dechamps: *Macht und Arbeit der Ausschüsse*. Meisenheim/Glan 1954. Történetileg erről: W. Steffani: *Funktion und Kompetenz parlamentarischer Untersuchungsausschüsse*. PVS, 1. évf., 1960. 153. és köv. l.

felel meg. A büntetőpererek ugyanis, melyek elég érdekesek ahhoz, hogy a tömegközlelési eszközök dokumentálják és kolportálják őket, analóg módon fordítják meg a publicitás kritikai elvét; ez ahelyett, hogy az igazságszolgáltatást alávetné az egybegyűlt állampolgárok ellenőrzésének, egyre inkább arra szolgál, hogy a bíróság által megtárgyalt eseteket előkészítse az egybegyűlt fogyasztók tömegkultúrája számára.

Ezeknek a tendenciáknak az erősségét azokon a revíziós törekvéseken lehet lemérni, melyeket életre hívtak. Míg a nyilvánosság mint a liberális jogállam szervezeti elve első ékesszóló harcosait a Napóleon utáni Németországban találta meg; míg akkoriban Carl Theodor Welcker és Anselm Feuerbach a parlament és az igazságszolgáltatás nyilvánosságáért és ezzel együtt a szabadon kibontakozó, politikailag okoskodó napisajtóért szállt síkra,⁷² ma egyesek arra készülődnek, hogy a parlamenti tárgyalásokat és a bírósági pereket megvédjék a népszavazással vált nyilvánossággal szemben. A Szövetségi Gyűlés „Ältestenrat”-ja ajánlotta, hogy a parlament üléseiről többé ne adjanak helyszíni közvetítéseket; bűnügyi védők és büntetőjogászok mind sürgetőbben követelik, hogy használjanak ki minden jogi lehetőséget, vagy ahol ezek nem elegendőek, változtassák meg a bírósági eljárás rendjét, azzal a céllal, hogy megtiltsák a rádió- és tévéközvetítést a bírósági teremből: a publicitás elvének mindkét esetben a „közvetlen nyilvánosság” biztosítására kell redukálnia. Továbbra is meg kell engedni a tárgyalásokra való szabad bejárást; meg kell azonban akadályozni, hogy a titokban kialakult döntések parlamenti dokumentációjából nagy pártpolitikai tüntetés, a büntetőperből pedig a valójában részvétlen fogyasztók számára megrendezett kirakatper legyen. Az érvelés a liberális modell népszavazásos elhajlásai ellen irányul. Jellemző erre a nyilvánosság és publicity megkülönböztetése, melyet Eberhard Schmidt kívánna bevezetni, még „kortárs történeti személyeket” érintő büntetőpererek vonatkozásában is: „Mit veszít az ember, ha a sajtóban nem láthatja a

⁷² C. Th. Welcker: *Die vollkommene und ganze Pressefreiheit nach ihrer sittlichen, rechtlichen und politischen Notwendigkeit, und ihre Übereinstimmung mit dem deutschen Fürstenwort und nach ihrer völligen Zeitgemässheit*. Freiburg, 1830.; A. Feuerbach: *Betrachtungen über die Öffentlichkeit und Mündlichkeit der Gerechtigkeit*. Siegen, 1821.

vádoltak és a tanúk képmásait? A nyilvánosság jogosan érdeklődhet az iránt, hogy megtudja, milyen tettekkel vádolnak bizonyos kortárs történeti személyiségeket, mit tisztáznak ebben a vonatkozásban a tárgyaláson, és hogyan hangzik az ítélet. Ezek olyan mozzanatok, melyeket a közélet iránt érdeklődő állampolgároknak véleményük kialakításához fontos megtudniuk, és amelyeket egy megbízható törvényszéki tudósítás révén azoknak is tudomására lehet hozni, akik a tárgyaláson nem vesznek részt. Az azonban, hogy a vádlottak és a tanúk milyen arcot vágtak a főtárgyalás során, a kihallgatások alkalmával vagy az ítélethirdetéskor, minden jogos kíváncsiság szempontjából tökéletesen közömbös. Itt már csak az beszélhet a nyilvánosság jogos információszükségletéről, akit megragadott a publicity áldatlan irányzata, mely manapság mindazt elárasztja, aminek megítélésére a humánus gondolkodás magától értetődően indítatva érzi magát.”⁷³ Nyilvánvaló, hogy az ilyen reaktív intézkedések nem járulhatnak hozzá, hogy a nyilvánosság ismét visszakerüljön eredeti funkciójába. A liberális nyilvánosság restaurálásának kísérlete, népszavazásos módon kibővült alakjának redukciója révén, a nyilvánosságnak talán még megmaradt valóságos funkcióit is meggyengítené.

A szociális államnak mint tömegdemokráciának az alkotmánya az állami szervek tevékenységét még ma is nyilvánosságra kötelezi, hogy a vélemény- és akaratkialakítás permanens folyamata legalább a hatalom és uralom gyakorlásának szabadságot garantáló korrekciójaként érvényben maradjon: „ennek a folyamatnak a liberális demokrácia szempontjából létfontosságú megnyilvánulásai, melyek létrehoznak egy valamennyi elágazásában az állam tevékenységére orientált »közvéleményt«, teljességgel legitim módon alkothatnak egy jogilag nem szentesített »hatalmat« is..., feltéve, hogy ezek is teljes mértékben »nyilvánosak«, és nyilvánosan konfrontálódnak az elvileg tevékenységének nyilvánosságára kötelezett államhatalommal.”⁷⁴ A társadalmi szervezetek által kisajátított, a kollektív magánérdekek nyomására hatalmassá vált nyilvánosság a politikai

⁷³ E. Schmidt: *Öffentlichkeit oder Publicity*. In: *Festschrift für Walter Schmidt*. Berlin, 1959. 351. l.

⁷⁴ Ridder: *Stellung der Gewerkschaften*. i. m. 27. l.

kompromisszumokban való közreműködésen túl csak olyan mértékben gyakorolhatja a politikai ellenőrzés és kritika funkcióit, amilyen mértékben a publicitás feltételének ő maga is kíméletlenül alá van vetve, vagyis amilyen mértékben ismét szigorú értelemben nyilvánossággá válik. A megváltozott viszonyok között úgy lehet megóvni a klasszikus publicitási követelésekben rejlő szándékot a restaurációs megfordítástól, hogy a régi követelményeket a publicitás nem ortodox követéseivel kiegészítve, a publicitást olyan intézményekre is kiterjesztik, melyek eddig inkább más intézmények nyilvánosságából éltek, mintsem hogy maguk is alá lettek volna vetve a nyilvánosság felügyeletének: elsősorban a pártokra, azután pedig a politikailag hatékony tömegközlelési eszközökre és a nyilvános szövetségekre. Ezek valamennyien az állammal kapcsolatos tevékenységet folytató társadalmi hatalmak intézményei – a társadalom magánszervezetei, s közfunkciókat gyakorolnak a politikai renden belül.

Hogy funkcióiknak a demokratikus vélemény- és akaratkialakítás értelmében eleget tehessenek, e szervezeteket mindenekelőtt belső felépítésükben kell a nyilvánosság elve szerint megszervezni, és intézményesen lehetővé kell tenni a párton belüli, illetve a szövetségen belüli demokráciát – lehetőséget kell teremteni az akadálytalan kommunikációra és nyilvános okoskodásra.⁷⁵ Azután biztosítani kell az ilyen szervezeti nyilvánosság kapcsolatát az egész közönség nyilvánosságával, a belső pártélet és szövetségi élet publicitásának útján.⁷⁶ Végül maguknak a szervezeteknek a tevékenysége, az államapparátusra gyakorolt nyomásuk, de egymással szemben gyakorolt hatalmuk is, éppen úgy messzemenő publicitást igényel, mint a változatos függőségi viszonyok és gazdasági összefonódások; ide tartozik

⁷⁵ O. Stammer és H. Schelsky: Über die „Organisationswirklichkeit“, vita a *Die Neue Gesellschaft*ban, II. 2. 1955. 3., 4., 6. füzet; megfelelő utalások, in: O. Stammer: Politische Soziologie- und Demokratie-Forschung. *Kölner Zeitschr. f. Soz. u. Sozialpsychol.*, VIII. köt., 1956. 380. és köv. l.

⁷⁶ Th. Ramm: *Die Freiheit der Willensbildung*. Stuttgart, 1960. 108. l. „Azzal a fenyegető veszéllyel, hogy a társadalom szétesik, megszámlálhatatlan, ténylegesen alig ellenőrizhető különrendre, viszonylag egyszerűen szembe lehet szállni oly módon, hogy a közvélemény tudomást szerez a szövetségen belüli történésekről és azokat a kritika útján befolyásolja.”

például, hogy a szervezetek a nyilvánosság számára betekintést engedjenek pénzügyi eszközeik eredetébe és felhasználásába.⁷⁷ Németországban az alkotmány lehetőséget nyújt arra, hogy az ilyen publicitási követeléseket a pártokról a nyilvános szövetségekre⁷⁸ is kiterjesszék, mert ezek a szervezetek, amelyek a „pártállam intézményes, nyilvános véleményszabadságának”⁷⁹ mint alapjognak védelme alatt állnak, szintén fel vannak jogosítva arra, hogy a nép politikai véleményének és akaratának kialakításában közreműködjenek. Mint minden olyan intézményre, mely a nyilvánosságon belül manipulatív vagy demonstratív módon privilegizált hatást fejt ki, a publicisztikára is vonatkoznia kell a demokratikus nyilvánosság kényszerének. Akárhogy is álljon jogilag a dolog, szociológiai szempontból az ilyen követelések azon társadalmi szervezetek demokratizálásának egyik fontos dimenziójával szállnak vitába, amelyek az állammal kapcsolatos tevékenységet folytatnak. Már nemcsak az állami szervektől várják el a publicitást, hanem a politikai nyilvánosság összes publicisztikailag hatékony intézményétől, mert a társadalmi hatalom politikai hatalommá való átalakításának folyamata éppúgy igényli a kritikát és az ellenőrzést, mint a társadalom feletti politikai hatalom legitim gyakorlása. A nyilvánosságnak a szociális állam tömegdemokráciájában és a polgári jogállamban egyaránt intézményesített eszméje egykor az uralom racionalizációját jelentette a magánemberek nyilvános okoskodásának közegében. E nyilvánosságot ma már csak a szociális és politikai hatalom gyakorlásának – a szervezett magánérdekek pluralizmusa mellett természetesen csak korlátozott – racionalizálásaként lehet megvalósítani, azon versengő

⁷⁷ A pártfinanszírozás kérdéseiről Németországban lásd Th. Eschenburg: *Probleme der modernen Parteifinanzierung*. Tübingen, 1961. Továbbá: U. Kitzinger: *Wahlkampf in Westdeutschland*. Göttingen, 1960. 156. l. Végül igen informatív U. Dübber: *Parteifinanzierung in Deutschland*. Opladen, 1962. Az USA vonatkozásában A. Heard: *The Costs of Democracy*. Univ. of North Carolina, 1960. A jogi oldalt tárgyalja W. Grundmann: *Die Finanzierung der politischen Parteien*. *Ztschr. f. d. Ges. Staatswiss.*, 115. köt. 1959. 113–130. l.

⁷⁸ Altmann: *Rechtsstellung der öffentlichen Verbände*. i. m. 225. l.

⁷⁹ H. Ridder: *Meinungsfreiheit*. In: Neumann, Nipperdey és Scheuner: *Die Grundrechte*. Berlin, 1954. II. köt. 257. l. Lásd továbbá: M. Löffler: *Der Verfassungsauftrag der Publizistik*. In: *Publizistik*. 1960. V. köt. 517. és köv. l. H. Copic: *Berufsverbot und Pressefreiheit*. *JZ*, 1963. 494. l.

szervezetek kölcsönös ellenőrzésével, melyek mind belső felépítésükben, mind pedig az államhoz és egymáshoz való viszonyukban maguk is nyilvánosságra kötelezettek.⁸⁰

A politikai nyilvánosság, akárcsak a maga idejében a magánemberek polgári közönsége, csak oly mértékben képes létrehozni a periodikus és szórványos állami választásokon és szavazásokon túl olyan társadalmat, amely „a koherens és permanens integráció folyamatában van”,⁸¹ ahogyan az ilyen racionalizációt megközelíti. Hogy persze ténylegesen még mennyire elmaradt ebben a viszonylatban a szociális állam tömegdemokráciájának politikai nyilvánossága, jobban mondva: itt még egyáltalán milyen kevés fejlődés látható, azt éppen a választások nyilvános előkészítésén és magán a választási folyamaton lehet tanulmányozni. Az ilyenkor ideiglenesen létrehozott, csak átmenetileg mozgósított nyilvánosság ugyanis a public relations másik publicitását juttatja érvényre, melyet a szervezetlen közönség feje felett a szervezetek annál sikeresebben fejthetnek ki, minél inkább kivonják saját magukat a demokratikus nyilvánosság kényszere alól. A legfrissebb választási vizsgálat mutatja, „mennyire előnyös egy párt számára, ha egyáltalán nincsenek tagjai, hanem csupán a választás idején éled fel egy reklám-cég centralizált manőverezési képességével, melynek egyetlen célja van: a propaganda-hadjárat végrehajtása.”⁸² A nyilvános kommunikációnak az a folyamata, mely maguknak a pártoknak és szervezeteknek a közegén belül bontakozik ki, természetesen fordított viszonyban áll annak a publicitásnak demonstratív és manipulatív hatékonyságával, mely a lakosság széles tömegeinek, mindenekelőtt politikailag közömbös részének virulens helyeslési készségét szolgálja.

⁸⁰ U. Lohmar: *Innerparteiliche Demokratie*. Stuttgart, 1963. Ehhez: W. Abendroth: *Innerparteiliche und innerverbandliche Demokratie als Voraussetzung der politischen Demokratie*. PVS, 5. évf. 1964. 307. és köv. l.

⁸¹ Ridder: *Stellung der Gewerkschaften*. i. m. 26. l.

⁸² Kitzinger: i. m. 67. l.