

Slavko SPLICHAL\*

IZVIRNI  
ZNANSTVENI  
ČLANEK

## OD 'SUMNE SREČE' H KULTIVIRANEMU RAZGLABLJANJU BENTHAM IN KANT O NAČELIH JAVNEGA KOMUNICIRANJA

**Povzetek.** *Analiza Kantove in Benthamove konceptualizacije načela publicitete razkriva temeljno razliko med v sodobnosti prevladujočo idejo svobode tiska, ki izhaja iz Benthamove "sumne sreče", ter Kantovo zahtevo po javni rabi uma in njegovim načelom publicitete. Bentham je v interesu splošne sreče zagovarjal svoboden tisk kot sredstvo javnega nadzora parlamenta. Kant je zagovarjal svobodno javno razpravo kot instrument razvoja in izražanja človekove avtonomne racionalnosti. Toda "svoboden tisk", ki je utelešen v lastninski pravici njegovih lastnikov, ne more doseči ne Benthamovih ne Kantovih ciljev, ki v ospredje postavljajo osebno pravico komuniciranja, ne pa korporacijsko pravico svobode tiska. V demokratičnih družbah, v katerih državljani, ne pa posamezni stanovi, legitimirajo oblast, bi moralo nadzorstveno razsežnost publicitete, ki se izraža v korporacijski svobodi tiska, učinkovito dopolniti delovanje v smeri izenačevanja državljanov v javni rabi uma.*

**Ključni pojmi:** *publiciteta, nadzorovanje, javna raba uma, pravičnost, lastninska pravica, svoboda tiska, pravica do komuniciranja, Jeremy Bentham, Immanuel Kant*

### Tisk in moč nadzorovanja

Svoboda tiska in svoboda govora sta pojmovani kot temeljna elementa sodobne demokracije. Zakonodaje na državnih in mednarodni ravni zagotavljajo ne samo svobodo tiska, ampak tudi (celo primarno) svobodo govora kot temeljno in neodtujljivo človekovo pravico. Večina pravic in svoboščin, ki medijem pripadajo po zakonodaji, se v bistvu ne razlikuje od svoboščin, ki pripadajo posamezniku iz naslova pravice do svobode izražanja. Vendar kaže, da so mediji zakonsko bolj zaščiteni kot državljani. Ker množični mediji razpolagajo z veliko močnejšimi sredstvi kot navadni državljani, lahko tudi polneje uživajo svojo "svobodo tiska" kot pa državljani svojo "svobodo izražanja".

Zgodnji institucionalni poskusi regulacije tiska so omejevali avtonomijo posameznika pri oblikovanju in javnem izražanju mnenj na teme, ki niso bile kritične

\* Dr. Slavko Splichal, redni profesor na Fakulteti za družbene vede, Univerza v Ljubljani.

do elit moči. Tovrstni poskusi regulacije, kot denimo cenzorski edikti, so bili "medijski zakoni" zgolj po imenu. Pravi smisel medijske zakonodaje ni represija proti svobodi tiska, ki s širjenjem strahu pred kaznovanjem preprečuje "kriminalna dejanja", kot je to pri cenzuri, ampak – kot trdi Karl Marx v seriji člankov o svobodi tiska iz leta 1842 – v pravnem priznanju svobode tiska kot uresničitve človekove svobode, ki mora zagotoviti enakost pravic državljanom ne glede na njihovo razredno pripadnost. Po Marxu je svoboda tiska – tako kot katerakoli druga človekova svoboda – vselej obstajala v praksi, vendar večinoma kot del *privilegijev*, ne pa kot *splošna človekova pravica*. Institucionalizacija komuniciranja je privedla tudi do porasta različnih vrst popačenega komuniciranja kot posledica poskusov različnih zasebnih in oblastnih skupin, da bi strukturirale in omejevale javno komuniciranje v prid uveljavljanja svojih partikularnih interesov. Potreba za institucionalno regulacijo in intenzivnostjo tovrstne regulacije je kulminirala z razvojem množičnih medijev, najprej v rigidnih prepovedih svobode izražanja in tiska, kasneje - z meščansko revolucijo - pa z ustavnim in zakonskim zagotavljanjem svobode tiska. Prvenstvo ustavne pravice do zasebne lastnine nad pravico do svobodnega izražanja morda predstavlja najmočnejšega nasprotnika pravici do javnega izražanja v dobi množičnih medijev, ki ga v razpravah o svobodi tiska nikakor ne smemo spregledati.

V sedemnajstem in osemnajstem stoletju so razprave o svobodi tiska(nja) izpelevale načelo publicitete iz *posameznikove* svobode *mišljenja* in *govora*. Vendar so se po ustavni zagotovitvi svobodnega tiska razprave o svobodi tiska skrčile na težnjo po svobodi *za tisk* in s tem zapostavile idejo publicitete kot osnove demokratične družbene ureditve. Pojma javnih medijev in družbene odgovornosti tiska sta z omejenim uspehom poskušala obuditi to dimenzijo javnosti. Družbeni akterji, ki so zgodovinsko vzpostavili (liberalno-meščansko) javno sfero in katerih participacija v njej je še vedno neizbežno konstitutivna – tj. posamezniki in skupine, izhajajoče iz civilne družbe, ki kot *državljani* participirajo v reprodukciji javnosti - so bili v veliki meri marginalizirani. Javna sfera je bila podvržena dvema skupinama *zunanjih* akterjev: političnim strankam, interesnim skupinam in drugim nosilcem družbene moči, ki se samo "pojavnjajo pred javnostjo" in "okupirajo že vzpostavljeno javnost, da bi jo uporabili", ter publicistom v medijih kot vratarjem, ki določajo prednostne teme javnega diskurza in nadzorujejo dostop do medijev (Habermas, 1992: 440, 453-4).

Ta praktični in duhovni obrat k depersonalizirani svobodi tiska najbolje ponazarjajo pojmovanja tiska kot "četrte veje oblasti" (fourth power), "četrtega stanu" (fourth estate) oziroma "psa čuvaja" (watchdog) – popularni vzdevki, ki so se v devetnajstem stoletju prijeli tiska na Zahodu, še posebej v ZDA. Pojem svobode tiska je postal neločljiv od ideje/ideala od vladnega in strankarsko-političnega nadzora neodvisnih časnikov, ki predstavljajo javno mnenje in imajo moč za nadzorovanje drugih vej oblasti.

Boj za svobodo misli, tiska(nja) in drugih državljskih pravic v Evropi je bil v svojem bistvu izraz vzpona novega, nacionalnega meščanskega razreda – ki je sebe enačil z "družbo", "ljudstvom" ali "narodom" – in njegovega boja za oblast. V tem obdobju je ideja četrte veje oblasti jasno kazala na dejstvo, da so časniki imeli dru-

gačen vir legitimnosti in da so predstavljali kritični impulz proti *anciene régimeu* ter obliko nadzora nad tradicionalnimi vejami državne oblasti. V tem času so razsvetljenko usmerjeni Evropejci nekritično videli Združene države Amerike kot prostor, kjer bi se "razum in človeštvo lahko razvila hitreje kot kjerkoli drugje" (Robert Palmer v Keagan, 2003: 9).<sup>1</sup> V svojem *Pismu španskemu ljudstvu* (1820) je Jeremy Bentham na primer zapisal, da v ZDA "ljudje niso nič bolj omejeni pri javnem izbiranju in izražanju kot pri zasebnem skupnem obedovanju." Podobno je Marx (1842/1974) našel "naravni fenomen svobode tiska v Severni Ameriki v svoji čisti, najbolj naravni obliki."<sup>2</sup>

Z meščansko revolucijo je izginila raznovrstnost virov politične in družbene legitimnosti, saj je vse veje oblasti legitimiral isti vir – ljudstvo. Četudi je tisk še vedno imel drugačen vir legitimnosti – kot *organ javnosti* in kot kapitalistično *nedržavno podjetje*, je njegova avtonomizacija v posebno "vejo", utemeljeno na moči kapitala, uspešno izvzela tisk iz splošnega načela publicitete, natančneje, iz osebnostne pravice do izražanja. Medtem ko je načelo publicitete označevalo *splošno* prepričanje v svobodo in avtonomijo človekove narave in razuma, je pojem tiska kot "četrte veje oblasti" (fourth power) poudarjal neodvisnost in svobodo privilegirane nove družbene "moči", tako v Marxovem smislu "urbanega stanu" kot novega meščanskega razreda, kot tudi v Macaulayjevem pomenu tiska kot "četrte veje oblasti... [ki je] enakovreden varuh, in več kot enakovreden, vsem preostalom [varuhom javne svobode] skupaj" (Macaulay, 1872/1999: 103).<sup>3</sup>

Ta nenavadna "pooblastitev" tiska v tradiciji četrte veje oblasti se je razkrila ob koncu devetnajstega stoletja, ko se je zgodnja konceptualizacija publicitete, ki naj bi omogočala javni tribunal sankcionirati politične predstavnike, ki ne bi delovali skladno z javnim interesom, preusmerila v zanimanje za to, "kako javno mnenje vpliva na človeka kot člana družbe, ne pa kot njegov zastopnik ali govornik" (Ross, 1901/1969: 97op). Ta nova konceptualizacija<sup>4</sup> ne poudarja gonilne sile javnega mnenja za nadziranje vladajočih, ampak se osredotoča na njegovo moč discipliniranja ljudi, osvobojenih njihove kritične funkcije in aktivne vloge pri formiranju javnega mnenja. Normativna ideja o javnosti, ki ji načelo publicitete omogoča nadzirati vlado, je bila povsem opuščena. Publiciteta je bila videna primarno kot instrument discipliniranja, ki prisiljuje celotno populacijo h konformnosti ne glede na kakršnekoli razredne delitve. "Organi javnosti" – tisk – nekdanj vsaj teoret-

<sup>1</sup> Razsvetljenjski pisci ameriške revolucije niso pogosto kritizirali. Tak primer je, denimo, odrekanje pravice ameriškim kolonizatorjem, da bi "ustanovili kolonije s prevarantskimi kupčijami in tako postali lastniki njihove zemlje [zemlje ameriških Indijancev]," kar je za Kanta (1797/1952) pomenilo "jezuitizem, kjer pravičen cilj opravičuje vsakršna sredstva."

<sup>2</sup> Marx je tak naklonjen odnos do dejanske svobode tiska v ZDA dopolnil s sklepom, da je zaradi kulturnozgodovinske superiornosti v Nemčiji še veliko več temeljev za svobodo tiska: "Ampak če so veliki zgodovinski temelji svobode tiska v Severni Ameriki, so ti temelji še večji v Nemčiji. Literatura naroda in intelektualna kultura, ki je z njo povezana, sta zares ne samo neposredna zgodovinska temelja tiska, ampak tudi njegova zgodovina sama. In kateri narod na svetu se lahko pohvali s temi najbolj neposrednimi zgodovinskimi temelji svobode tiska bolj kot nemški narod?" Marx (1842/1974).

<sup>3</sup> Ta Macaulayev rek je pogosto, a napačno, pripisan Edmundu Burku.

<sup>4</sup> Gl. Splichal (1997) za izčrpen pregled teoretičnih pristopov k obravnavi javnega mnenja in njegovega odnosa do tiska v 20. stoletju.

sko zasnovani za nadzor močnih, so bili spremenjeni v instrumente ustvarjanja konformnosti. Ross je gledal na tisk kot na obliko prepričevalnega komuniciranja, ki "v človekovo mišljenje uvaja nedobrodošle ideje tako pretkano, da ne izzove volje, da bi jih pregnala" (1901/1969: 147), ter opozarjal, da "lastnik časopisa fabricira predstave, ki oblikujejo mnenje, in če nadzoruje verigo pomembnih časopisov, lahko dejansko ustvarja javno mnenje, ne da bi javnost to vedela" (1917-18: 630).

Rossova ideja o družbenem nadzoru, ki omejuje deviantno obnašanje in varuje družbeni red, dejansko bolj spominja na ureditev, ki si jo je zamislil Bentham (1787/1995) v svoji kaznilnici – namenjeni trajnemu nadzorovanju velikega števila posameznikov in njihovi transformaciji v permanentni objekt, nikoli pa subjekt informacij - in jo prenaša na celotno družbo, kot pa aktualizira Benthamov načrt javnega nadzora nad parlamentom. Na začetku dvajsetega stoletja so sociologi čikaške šole odpravili iluzijo svobodnega in neodvisnega tiska, ki so jo občudovale generacije evropskih liberalnih, svobodomiselnih intelektualcev. Na temelju številnih empiričnih, večinoma ameriških raziskav, je Ferdinand Tönnies ugotavljal, da tisk razkraja dvojna korupcija: časniki postajajo za njihove lastnike čisto navaden posel, in kar je še huje, postajajo tudi sredstvo promocije kapitalističnih ciljev na splošno, kar je postala najučinkovitejša sila v časopisnim biznisu (1922: 183). V poskusu iskanja rešitve je John Dewey (1927/1991) zagovarjal kar se da tesen odnos med znanostjo in tiskom na eni ter tiskom kot podaljškom oralne tradicije medosebnega komuniciranja in "krajevnih zborovanj" na drugi strani, vendar ni uspel definirati načina, ki bi revitaliziral vsaj javne razprave v lokalnih okoljih. Podobno tovrstna teoretsko in empirično zasnovana kritika tiska, ki so jo razvijali čikaška šola in nekateri kritični glasovi v Evropi, tudi ni zmogla obuditi alternativne konceptualizacije javnega, ki jo je konec osemnajstega stoletja vpeljal Immanuel Kant.

V svoji nedavni knjigi *O raju in moči* Robert Keagan meni, da obstajajo glede prevladujočega pojmovanja moči med Evropo in ZDA bistvene in trajne zgodovinske razlike.

Evropa se obrača stran od moči ali, povedano malo drugače, usmerja se onkraj moči v samozadostni svet zakonov in pravil ter nadnacionalnega pogajanja in sodelovanja. Vstopa v posthistoričen paradiz miru in relativnega blagostanja, realizacijo Kantovega "večnega miru". Medtem pa ZDA ostajajo pogreznjene v zgodovino in izvajajo moč v arhaičnem hobbesovskem svetu, kjer so mednarodni zakoni in pravila nezanesljivi in kjer so prava varnost ter obramba in promocija liberalnega reda še vedno odvisni od posedovanja in uporabe vojaške moči (Keagan, 2003: 3).

Po 11. septembru 2001 je ločevanje med Evropo in ZDA skrajno spolitizirana tema in se praviloma nanaša na načrtovanje nove svetovne politične in gospodarske ureditve. Vendar pa lahko podobno ločevanje odkrijemo že v razliki med "evropsko" in "ameriško" konceptualizacijo svobode tiska vse od začetka devetnajstega stoletja, z Immanuelom Kantom kot večinoma pozabljenim ključnim evropskim protagonistom. Četudi je v dvajsetem stoletju v teoriji in pravni doktrini prevladal pristop, da mora katerakoli smiselna konceptualizacija svobode tiska izvirati iz svobode izražanja kot posameznikove osebnostne pravice<sup>5</sup>, se v okviru doktrine "četrtre veje oblasti" zahteva posebna (ustavna) zaščita in prednostni (privilegirani) status za institucionalni tisk. To še posebej velja za ZDA, kjer je samoumevno, da je "pes čuvaj del ameriške tradicije svobode tiska" (Gleason, 1990: 6).

Razlika med oblastnim (četrti veja oblasti) in razsvetljskim pojmovanjem tiska se jasno izraža v teoretskih nasprotjih med naklonjenostjo "oblastni"/nadzorstveni funkciji tiska, ki ustreza zahtevam po "nadzoru iz nezaupanja", ki ga je zagovarjal Bentham, in tisku kot izraznemu sredstvu javnega razpravljanja, ki se navezuje na Kantovo konceptualizacijo publicitete. Ideja *javnosti* je sicer tesno povezana z idejo demokracije in se naslanja na politično filozofijo antične Grčije in Rima, vendar je *načelo publicitete* postalo "splošno dobro" zahodne civilizacije šele z razsvetljsko idejo, da je ljudstvo končni izvor suverenosti, in z idejo publicitete v službi potreb ljudstva – idejo, ki je bila tudi v zametku vsake koncepcije svobode tiska. Od prvih pojavov v dobi razsvetljenstva je imela ideja javnega kritično ost; bila je usmerjena proti družbenim in političnim strukturam tradicionalne, predmoderne oziroma predmeščanske družbe in dedne avtoritarne oblasti.

Zdi se paradoksalno povezovati – četudi samo posredno – privilegirani status institucionaliziranega tiska z Jeremyjem Benthamom, ki je nedvoumno postavljaj posameznika pred kolektiviteto in si je predstavljal družbo kot komaj kaj več kot agregat posameznikov, ki si prizadevajo za uresničitev svojih zasebnih interesov. V tej tradiciji ideja svobode oziroma svobode večinoma ne presega pomena *negativne svobode*, tj. svobode od vseh vmešavanj s svobodno delovanje posameznikov, če s tem delovanjem ne škodujejo drugim. Na prvi pogled bi bilo bolj primereno prav nasprotno, saj Bentham (1776) nikoli ni uporabil izraza "četrti veja oblasti" in je imel samo idejo ločevanja oblasti za popolnoma neprimerno. Po drugi strani pa je prav nemška tradicija tista, v kateri je – že od Kanta, še posebej pa od Hegla naprej – družba dojeta kot "nadindividualna" entiteta, tj. kolektivno utelešenje volje, morale in/ali (nacionalne) identitete ljudi. V tem kontekstu so družbeni zakoni in institucije (tj. državni v nasprotju z naravnimi), vključno s tistimi, ki utemeljujejo in urejajo človekovo svobodo, pojmovani kot dosežki racionalne družbene volje in ne praktičnega delovanja posameznikov. Pa vendar lahko odkrijemo najodločilnejše argumente za korporativno svobodo tiska prav v Benthamovem zagovoru publicitete, najbolj prefinjeno utemeljitev človekove osebnostne pravice do komuniciranja pa v Kantovi konceptualizaciji načela publicitete.

Oba, Kant in Bentham, sta si prizadevala postaviti univerzalno definicijo načela publicitete, čeprav iz popolnoma različnih izhodišč – Bentham na temelju njene koristnosti za maksimiranje človekove individualne sreče, Kant pa izhajajoč iz posameznikove pravice in potrebe uporabljati svoj um v javnosti. Dva velika arhitekta načela publicitete se razlikujeta tudi glede praktičnih rešitev za implementacijo tega načela; pravzaprav se je samo Bentham z vso vnemo lotil podrobnega načrta praktičnega udejanjenja načela publicitete. Razvoj sodobnih množičnih medijev je zelo razširil implicirane praktične posledice tega načela, tako za medije kot za celotno družbo. Poleg novih priložnosti ustvarjajo spremembe v političnih, gospodarskih in družbenih okoljih tudi nove težave pri praktični aplikaciji načela publicitete; najpomembnejše zadevajo razmerje med pravico do lastnine in osebnostno pravico do komuniciranja. Kljub intelektualnemu bogastvu in pomembnim (četudi večinoma ne neposrednim) zgodovinskim posledicam Kantove in

<sup>5</sup> Glej npr. *Kommentar zum Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland, Art. 5 (Recht der freien Meinungsäußerung)*, str. 471-506, Neuwied: Luchterhand, 1984.

Benthamove misli, pa ostajata obe teoriji večinoma spregledani v sodobnih razpravah o svobodi izražanja in svobodi tiska, celo v razpravah o tisku kot "četrta veji oblasti".<sup>6</sup> Kot ključni prispevki se pogosto navajajo veliko novejša besedila o publiciteti, kar ne samo da postavlja pod vprašaj vrednost teh razprav, ampak hkrati predstavlja tudi resen odmik od etičnih standardov znanosti. Kantova in Benthamova teorija publicitete nam še vedno lahko bistveno pomagata pri odkrivanju poti, po katerih moramo teoretiki svobode tiska iskati svojo smer, če želimo dojeti sodoben, tehnološko pogojen razvoj (množičnega) komuniciranja v širši teoretski perspektivi, ki vključuje tudi osebnostno pravico do javnega izražanja. Prav zato si ti dve teoriji zaslužita podrobnejši pregled. Tabela 1 povzema poglobljene razlike med Benthamovo in Kantovo konceptualizacijo načela publicitete, ki bodo podrobneje predstavljene v nadaljevanju.<sup>7</sup>

TABELA 1: ALTERNATIVNI KONCEPTUALIZACIJI NAČEL JAVNEGA KOMUNICIRANJA PRI BENTHAMU IN KANTU

	BENTHAM	KANT
VRHOVNO NAČELO	KORISTNOST	PRAVIČNOST
KRITERIJ PRAVIČNOSTI	SREČA LJUDI	PUBLICITETA
NEPOSREDNI NAMEN	NADZOR NAD ZAKONODAJNIM TELESOM (OBJAVLJANJE PARLAMENTARNIH RAZPRAV)	RAZSVETLJEVANJE LJUDSTVA (KULTIVIRANO REZONIRANJE)
PREDNOSTNA OBLIKA KOMUNICIRANJA	TISK	JAVNA UPORABA UMA / USTVARJANJE SKUPNIH POMENOV
PRIVILEGIRANA OBLIKA INSTITUCIONALIZACIJE SVOBODE PUBLICIRANJA	SVOBODA TISKA	PRAVICA DO OBJAVE MNENJA
NAMEN INSTITUCIONALIZACIJE	DRUŽBENE REFORME	POSAMEZNIKOVO NEODVISNO UMOVANJE IN PRAVNI RED
KONCEPTUALIZACIJA JAVNOSTI	"CELOTNO TELO RADOVEDNIH"	ZAMIŠLJENA INTELEKTUALNA SKUPNOST, KI TEMELJI NA SKUPNOSTNEM RAZSOJANJU
TEMELJNE DRUŽBENE FUNKCIJE JAVNEGA MNENJA	NADZOR ZAKONODAJALCEV, UTEMELJEN NA NEZAUPANJU LJUDI	MORALNA SILA, KI OBVEZUJE ZAKONODAJALCE IN VPLIVA NA DRŽAVLJANE

<sup>6</sup> Če nastejemo samo nekaj naključnih primerov: Lucas A. Powe, *The Fourth Estate and the Constitution*, University of California Press, Berkeley 1991; Robert Trager and Donna L. Dickerson, *Freedom of Expression in the 21st Century*, Pine Froge Press, Thousand Oaks 1999; Jack Beatson and Yvonne Cripps (ur.), *Freedom of Expression and Freedom of Information*, Oxford University Press 2000. Lahko bi dodali še številne druge.

<sup>7</sup> Benthamovo in Kantovo teorijo publicitete izčrpnije obravnavam v knjigi *Principles of Publicity and Press Freedom* (Rouman and Littlefield, 2002). V pričujoči obravnavi so v ospredju vzporednice in predvsem razlike med tema dvema, večinoma pozabljenima, konceptualizacijama z vidika teorije in (možnih) praktičnih aplikacij.

## Bentham

Jeremy Bentham je bil prvi, ki je konceptualiziral vladavino publicitete kot temelj doktrine suverenosti ljudstva in javnega mnenja. Njegove ideje o publiciteti predstavljajo intelektualno utemeljitev pojma tiska kot "psa čuvaja" in enega bistvenih elementov nadzora nad parlamentarno oblastjo. V enem izmed svojih zgodnjih esejev o parlamentarni demokraciji je Bentham definiral publiciteto kot "najprimernejši zakon za zagotavljanje javnega zaupanja" in kot nujen pogoj, da bo "tribunal javnosti postavljen v položaj, ko bo lahko oblikoval razsvetljene sodbe" (1791/1994: 28). Za Benthamovo pojmovanje nadzorovanja vseh zakonodajnih dejanj je bilo osrednjega pomena *javno mnenje*. Publiciteto je namreč videl kot "osrednjo značilnost in nepogrešljiv instrument tribunala javnega mnenja" (1822/1990: 28), tisk pa kot "instrument publicitete in javnega izobraževanja."

### *Od Panoptikona do nadzorniškega javnega mnenja*

Benthamova ideja političnega nadzorovanja se ne ujema v celoti z njegovim zgodnejšim pojmovanjem disciplinarnega nadzorovanja v *Panoptikonu* (1787/1995). V načrtu kaznilnice je njegova pozornost usmerjena na to, kako izpostaviti *veliko število ljudi* stalnemu *prikritemu* nadzoru peščice s tem, da "jih napravimo ne samo sumnjičave, ampak tudi prepričane, da se ve čisto vse, karkoli napravijo, čeprav morda to ni res." Ideja publicitete pa poudarja *vidnost* in odkritost nadzora. Nadzor v panoptikonu je zatiralski, ker omogoča posamezniku ali skupini, da nadzira druge in jih sili k delovanju, ki ni v skladu z njihovo voljo. Parlamentarni nadzor pa je nasprotno usmerjen v gospostvo znanja, emancipacijo, svobodo in srečo. Benthamovo načelo publicitete je odličen primer ideje benignega nadzora, kot je kanoniziran v angleškem utilitarizmu s formulo "preiskava, zakonodaja, izvrševanje, nadziranje in poročanje".

Konceptualizacija publicitete in tribunala javnega mnenja je bila del Benthamovega zagovora predstaviške demokracije kot edinega modela vladavine, ki bi služila javnemu interesu in ne bi zlorabljala moči – nevarnosti, ki nastaja zato, ker se voditelji ne ukvarjajo s svojimi zadevami, ampak z zadevami drugih, in ker so njihovi lastni interesi lahko v nasprotju z interesi, ki so jim zaupani v upravljanje. Osnovno načelo Benthamove teorije demokracije je bilo, da liberalna vlada ne more biti šibka vlada, in je zato zavračal kakršnokoli koncepcijo delitve in uravnoteženja moči kot načina za doseg dobre vlade. Ravno nasprotno, verjel je, da mora zakonodajna funkcija izvrševati *absolutno, vseobsegajočo* in *neomejeno* moč. Podpiral je absolutno zakonodajno suverenost politične skupščine (parlamenta) in v končni instanci politično suverenost ljudstva kot edini način usklajevanja interesov vlade z javnimi interesi. Razsvetljeno javno mnenje bi moralo zagotavljati odgovornost vlade. Namesto omejitev zakonodaji je Bentham poudarjal vlogo nadzorstvenih institucij, ki naj bi prisilile predstavnike v skupščini k uzakonjanju javnega interesa. Ker je bilo javno mnenje edina "moč", ki ni bila vključena v vlado, je bila torej "edina moč, od katere lahko vlada, ki deluje nezakonito, pričakuje vsaj najmanjšo oviro svojemu delovanju" (Bentham, 1822/1990: 121). Poleg prava in religije predstavlja javno mnenje v Benthamovi teoriji enega močnih virov

zadovoljstva in bolečine, ki vplivata na vsakega posameznika in ga prisilujeta, da stori, kar je treba storiti.

### *Sreča iz nezaupanja*

Za Benthamovo idejo publicitete je temeljna njena funkcija zagotoviti največjo *srečo kar največjemu številu ljudi* v skladu s splošnim načelom *koristnosti*. Kot je trdil Bentham, je nujno napačno vsako načelo, ki odstopa od načela koristnosti. Prav zato, ker publiciteta prispeva h koristnosti, bi jo lahko uporabljali kot "merilo pravičnega in krivičnega". Bentham je menil, da je edina funkcija države večanje zadovoljstva in zmanjševanje trpljenja ter da bi morala biti publiciteta v celoti podrejena tema ciljema. Konkretnije, publiciteta bi morala (1) pomagati prisiliti člane skupščine, da bi opravljali svojo dolžnost; (2) zagotoviti zaupanje ljudi in njihovo strinjanje z zakonodajnimi ukrepi; (3) omogočiti skupščini in voditeljem, da se seznanijo z željami podanikov; (4) omogočiti volilcem delovanje na temelju znanja, npr. pri izbiri predstavnikov v skupščino; (5) zagotoviti skupščini informacije iz javnosti; in (6) zagotoviti zabavo, ki sama na sebi povečuje srečo ljudi (1791/1994: 581-86). Prva dva od naštetih Benthamovih razlogov koristnosti publicitete sta utemeljevala njegovo presenetljivo idejo o osnovanju družbenega sistema, v katerem bi "celoten narod postal opazovalec" sfere politike.

Benthamova poglobilna skrb v zvezi s predstavniško demokracijo je bila, kako zagotoviti, da bodo vse transakcije v politični skupščini podvržene nadzoru javnosti. Poglavitno prednost, ki jo je prinašala publiciteta, je videl v zagotavljanju informacij o javnih zadevah – predvsem tistih, o katerih razpravlja oblast – javnosti, in ne toliko v njenem prispevku k razsvetljenim sodbam, ustvarjenim v racionalnem *razpravljanju* med člani javnosti.<sup>8</sup> Njegovo načelo publicitete se primarno nanaša na *sistem nezaupanja*. Mill (1838/1859) je trdil, da je Bentham od treh velikih vprašanj, ki jih je postavil o vladanju – "kateri avtoriteti naj bodo za svoje dobro podrejeni ljudje?... kako se jih prepriča, da bodo spoštovali to avtoriteto?... kako naj se preverjajo zlorabe oblasti?" – zaresanimalo le tretje. Mill je bil zelo kritičen do Benthamovega disciplinskega pristopa, osredotočenega na idejo, da naj bi večina prebivalstva izvajala nadzor nad političnimi predstavniki tako, da bi "zategovala jarem javnega mnenja tesneje in tesneje okrog vratov vseh javnih funkcionarjev in preprečila vsako možnost izvajanja še tako majhnega ali začasnega vpliva manjšin ali lastnih prepričanj funkcionarja o tem, kaj je prav." Millova kritika daje slutiti, da je foucaultovsko branje Benthamovih idej o "nadzoru iz nezaupanja" *vsaj toliko* točno kot Habermasova interpretacija s poudarkom na racionalnem diskurzu. Habermasovi pripombi, da je Bentham "parlamentarne razprave dojemal zgolj kot del javnih razprav javnosti nasploh" (Habermas 1962/1989: 118) in da publiciteta

---

<sup>8</sup> Vendar Bentham ni omejil vloge javnega mnenja na vlogo nadzоровanja niti ni imel publicitete samo za sredstvo nadzora. Seznam funkcij tribunala javnega mnenja naj bi po njegovem vključeval ne samo "statistično" (pridobivanje dokazov) in "cenzorsko" (sklicevanje na sodbo ne/privolitve) funkcijo javnega mnenja, ampak tudi "izvršilno" in še posebej "izboljševalno-sugestivno" funkcijo (1830/1983: 36-37), kar pomeni, da bi morali nove ideje o tem, kaj bi lahko naredili – "zasnovo nečesa boljšega" – nasloviti "na tiste, ki jih to zadeva", da bi jih udeležili v praksi. Tako ima javno mnenje poleg funkcije nadzora tudi funkcijo inovacije.



zagotavlja "kritično politično razpravo", ne ustrezata povsem Benthamovi konceptualizaciji publicitete in javnega mnenja.

Po drugi strani pa Gaonkar in McCarthy (1994: 559) prečenjujeta podobnost Benthamovih idej o publiciteti in tehnologiji discipliniranja za nadzor zakonodajalcev z disciplinskimi tehnologijami, obdelanimi v *Panoptikonu*. Res je, da Bentham ni neposredno povezoval oblikovanja "razsvetljene sodbe" s splošnim racionalnim (kritičnim) razpravljanjem v javnosti, vendar je ta ideja deloma nakažana v njegovi polemiki s tistimi, ki so poskušali ovreči "*régime publicitete*". Bentham je zavračal prepričanje, da javnost nikoli ne bo mogla postati kompetenten presojevalec političnih zadev – zato ker je preveč odvisna od nevednosti in strasti večine tistih, ki jo sestavljajo – ter nasprotno izpostavil prav dejstvo, da je nekompetenca javnosti posledica *pomanjkanja publicitete*. Zelo očitno obstaja temeljna razlika med političnimi in disciplinskimi institucijami glede na vir in usmerjenost nadzorovanja, četudi so si *metode* nadzorovanja, usmerjene na vidnost objekta pod nadzorom, podobne. V politični sferi se nadzorovanje uporablja za omogočanje nadzora večini populacije nad manjšino izvoljenih predstavnikov, medtem ko je v panoptikonu usmerjeno v nadzor profesionalnih stražarjev nad velikim številom ljudi v disciplinski instituciji.

#### *"Natakiniti jarem javnega mnenja na vratove javnih funkcionarjev"*

Benthamovo pojmovanje publicitete je v bistvu *regulativno*: mora biti implementirano kot mehanizem sumnega nadzora. Njegova ideja, da bi publiciteta sama morala biti regulirana, je nekaj pričakovanega; v nekem smislu so torej zakonodajna pravila konstitutivna za publiciteto samo, čeprav je publiciteta sredstvo za regulacijo človeških aktivnosti, ki obstajajo neodvisno od publicitete. Bentham je načrtoval učinkovit način nadzora nad tistimi, ki so na oblasti, s tribunalom javnega mnenja kot njegovim glavnim "sredstvom". Časniki (npr. objava parlamentarnih razprav v njih) so bili na začetku zamišljeni le kot eden izmed elementov sistema nadzora, vendar so v kasnejših Benthamovih delih operacionalizirani kot avtonomen in najpomembnejši organ tribunala javnega mnenja – ideja, ki so jo po njegovi smrti usvojili glasniki svobode tiska kot četrte veje oblasti. Bentham si je zamišljal javnost kot "neke vrste javni tribunal", ki pa je "vplivnejši od vseh drugih tribunalov skupaj" (str. 581). Njegova moč izvira iz njegove nepodkupljivosti, njegove permanentne težnje po razsvetljenosti, njegove modrosti in pravice, zaradi česar se javnomnenjskim kaznim ne more nihče izogniti. To niso lastnosti, ki bi jih lahko imela katerakoli (politična) skupščina, saj stranke, ki v njej sodelujejo, ne morejo biti nepristranske, kar je pogoj, da bi lahko izvajale pravo vlogo razsodnikov. Nepoštenosti ne more preprečiti "notranja cenzura", ki jo zagotavlja opozicija v skupščini, ampak samo "zunanja cenzura" – javnost. Modri in pošteni ljudje ji ne bodo nikoli poskušali ubežati, ker se nimajo česa bati; tisti pa, ki imajo nemoralne namere, imajo prav, da se bojijo tribunala javnega mnenja. Na drugi strani pa publiciteta zagotavlja skupščini javno *zaupanje*: "Sum vedno prispeva k skrivnostnosti... Najboljši načrt, pripravljen v tajnosti, bi sprožil več preplaha kot najslabši, ki bi se ga lotili pod okriljem publicitete" (str. 582).

Po Benthamovem prepričanju so tribunal javnega mnenja sestavljali vsi "avditoriji" na srečanjih in zborovanjih, ki so obravnavali politična vprašanja, in vsi posamezniki, ki so "izbrali za predmet svojih govorov, pisanja ali rezoniranja, katerokoli dejanje ali razpravo kateregakoli javnega funkcionarja ali telesa javnih funkcionarjev, ki pripada tej državi" (1830/1983: 36). *Razlikoval* je med javnostjo in *volilnim telesom*: javnost je zamišljena intelektualna skupnost, sestavljena iz tistih posameznikov, ki so "zmožni dojeti vprašanje", o katerem se razpravlja, in komunicirati o relevantni temi, medtem ko je volilno telo zgolj agregat pasivno soobstajajočih posameznikov. V *Ustavnem kodeksu* je Bentham celo kritiziral "neumno nevedno potrpežljivost ljudstva", ki je toleriralo slabo vlado. Navkljub Benthamovemu demokratičnemu zaupanju v moč in razum državljanov nas njegovo pojmovno razlikovanje med javnostjo in ljudstvom opominja na v tistem času zelo razširjeno domnevo, ki je vzpon javnosti pripisovala srednjemu razredu. Bentham je razlikoval tri sloje javnosti: (1) najbolj množičen sloj sestavljajo tisti, ki se komaj zanimajo za javne zadeve, ker "nimajo časa za branje ne prostega časa za rezoniranje," (2) na drugem mestu so tisti, ki prevzemajo mnenja drugih, ker jih sami niso sposobni samostojno oblikovati, in (3) elito pa sestavljajo posamezniki, ki so sposobni samostojnega presojanja (Bentham, 1822/1990: 58). Slednji, tj. tisti, ki "dejansko takoj dojamejo stvar, za katero gre", predstavljajo "odbor" tribunala javnega mnenja; tisti, ki se pridružijo njegovim javno izraženim mnenjem, tvorijo "splošno telo javnega mnenja", ki ga lahko sestavlja poljubno število članov vse tja do vseh članov družbe (str. 121).

V odgovor kritikam, da bi njegovo načelo publicitete naredilo politične funkcionarje za ujetnike javnega mnenja, je Bentham trdil, da ne samo, da ljudska sreča narašča s publiciteto, ampak da tudi elita, manjšina, sestavljena iz višjega in srednjega razreda, neposredno pridobi s publiciteto. Ker je elita tista, katere člani presojujejo in usmerjajo javno mnenje, njihova bolj informirana mnenja vplivajo na mnenja manj izobraženih delov javnosti in jih naredijo "bolj pravilna". Na ta način "[bo] ureditev, ki vlada v razpravi politične skupščine, s posnemanjem ustvarila nacionalni duh" (Bentham, 1791/1994: 583). Bentham je priznal, da največji del populacije predstavljajo tisti, ki se komaj lahko ukvarjajo z javnimi zadevami, ker nimajo časa za branje in rezoniranje. Vendar ločevanje javnosti od informacij o parlamentarnih razpravah generira začaran krog, ki javnosti (in ljudstvu) stalno preprečuje rezoniranje. Tako je Bentham verjel, da četudi bi dopustili, da v množici posameznikov v javnosti ne bi bilo niti enega med stotimi, ki bi bil sposoben oblikovati razsvetljeno sodbo... to ne bi imelo nobenega vpliva na publiciteto" (str. 586). Kot je kasneje zagovarjal v svojih esejih o svobodi tiska in "javni razpravi na svobodnih zborovanjih", naj ne bi bilo težko ugotoviti, da prednosti, ki jih prinaša katerakoli svoboda, daleč presegajo njene potencialne slabosti: "V čisti svobodi je več ali manj nevarnosti. In prav tako je v čisti moči. Vprašanje je, v kateri je več nevarnosti – v moči, omejeni s tem nadzorom [ki ga zagotavlja publiciteta], ali v moči, ki nima nadzora, ki bi jo omejevala" (Bentham, 1820, Pismo I). Njegov odgovor je skladen s Kantovim načelom publicitete: "Brez publicitete nobeno dobro ni trajno; pod varstvom publicitete nobeno zlo ne more trajati" (Bentham, 1791/1994: 589).

*Nadzorovalna moč in svoboda tiska*

Bentham je zasnoval svobodo tiska kot posebno pravico časnikov zaradi njihove instrumentalnosti za tribunal javnega mnenja. Svoboda tiska ni ne "enostavna" razširitev ne izpeljava iz individualne svobode izražanja. Medtem ko je v svojih zgodnjih delih vlogo preverjanja moči vlade pripisoval javnemu mnenju na splošno in posebej njegovemu "odboru", ki ga sestavljajo najbolj izobraženi in informirani posamezniki, ga je razvoj (dnevnega) tiska očitno navdahnil z večjim zaupanjem v časnike. V razpravi "O svobodi tiska" iz leta 1820 je Bentham operacionaliziral vladavino publicitete s "svobodo tiska [ki] operira kot nadzorovanje vedenja vladajoče manjšine; in na ta način konstituira moč nadzorovanja, neizogibno potrebno za vzdrževanje dobre vladavine." Kot eden od mehanizmov "kontrol", ki jih je Bentham predpisal, da bi zagotovil odvisnost poslancev od njihovih volivcev, je "svobodni tisk" v njegovi kasnejši teoriji dobil položaj posebne sile, primerljive s tribunalom javnega mnenja.

Bentham je bil prepričan, da vse možne slabe posledice za kateregakoli posameznika ali skupino, ki izvirajo iz svobode tiska, vselej močno odtehtajo njene koristne družbene posledice. Velik pomen, ki ga je pripisoval vlogi tiska v demokratični družbi, je razviden iz njegovega prepričanja, da je *samo politična funkcija ministrskega predsednika pomembnejša od funkcije urednika časnika* (1822/1990: 45, 57). Naloga tiska je zbrati, izbrati in objaviti informacije v uporabnikom oziroma javnosti dostopni obliki. Poleg poročanja o dejavnostih vlade in zakonodajnih postopkih (kar je najpomembnejše za javnost), je Bentham časnikom dodal funkcijo predstavljanja mnenj ljudstva. Vse te funkcije tiska lahko obstajajo samo pod pogojem, da obstaja svoboda tiska. V takšnih okoliščinah lahko trdimo, da je tisk "primeren organ tribunala javnega mnenja" in "edini stalno delujoči" organ javnega mnenja (str. 45).

Ker svoboda tiska "deluje kot kontrola vedenja vladajoče manjšine", je bil Bentham prepričan, da ne bi smel nihče biti kaznovan za klevetanje javnega uradnika, razen če ne bi temeljilo na zavestnem laganju, in tudi ne za zmerljivke. Izrecno je nasprotoval ideji, da bi prekršek veljal za težjega v primeru, da je oškodovana stranka javni uradnik. Prav nasprotno, je trdil, moral bi biti obravnavan kot manj škodljiv, saj imajo javni uradniki veliko več in bolj učinkovita sredstva obrambe kot navadni posamezniki. Že sam položaj uradnika predstavlja vnaprejšnjo "kompenzacijo za vse zlo", ki ga lahko povzroči nepravilna obtožba; višji kot je položaj, bolj obilna je vnaprejšnja kompenzacija, ki jo javni uradnik dobiva.

*Vojaški uradnik je plačan za to, da nanj streljajo. Javni uradnik je plačan zato, da o njem govorijo in pišejo. Vojak, ki se ni pripravljen soočiti s streljanjem mušket, je ena vrsta strahopetca. Civilist, ki ne more prenesti kritike, je druga. Bolje je, da je oklevetan, četudi po krivici, kot da bi s prekrščitvijo uradne dolžnosti prišel do dobička (Bentham, 1830/1983: 40).*

Četudi je Benthamov splošni interes predvsem sreča posameznika, svobode objavljanja ne vidi kot osebni motiv ali interes, ampak bolj kot institucionalno sred-

stvo za družbene reforme, ki bi v končni fazi prinesle srečo posameznikov. To, da publiciteta služi nekakšnim koristnim ciljem ter da "interakcija" med skupščino in javnostjo, posredovana prek časnikov, zvišuje zadovoljstvo obeh strani, jemlje za samoumevno. Glavna naloga publicitete naj bi bila objavljane parlamentarnih razprav, ne pa zagotavljanje osebnih pravic in svoboščin. Ideja publicitete, kjer je njena glavna naloga zagotavljanje nadzora nad parlamentom prek "četrte veje oblasti" – "nepooblaščenih", neodvisnih časnikov – zvaža odnose moči na akterje (institucije), ki so neposredno vpleteni v zakonodajni proces, zapostavlja pa druge nosilce moči v družbi, še posebej pa ljudstvo. Razsežnost *racionalnega* razpravljanja ima zgolj drugotni pomen; kritična narava publicitete (npr. v smislu nasprotovanja vladi) je skoraj neobstoječa; racionalistična ideja človeške svobode pa je popolnoma odsotna.

## Kant

Kantovo univerzalno *načelo publicitete*, ki v javnem pravu posreduje med politiko in moralo, in njegova konceptualizacija "javne uporabe uma" sta temeljna za vsako normativno razpravo o svobodi tiska. Načelo *publicitete* ima v Kantovi etiki enak vrhovni status, kot ga ima v Benthamovi etiki načelo koristnosti, vendar nosi povsem drugačen pomen. Kantova razprava o publiciteti odraža osnovno idejo njegove filozofije – enotnost svobode in pravice. Veliko preden je "javna sfera" postala splošno uporabljani pojem, je Kant v razpravi *K večnemu miru* (1795) definiral njeno osnovno načelo – *publiciteto* – kot *nujni pogoj* in *vrhovno načelo pravičnosti*, ki temelji na dostojanstvu in moralni suverenosti državljana. Kant je publiciteti pripisoval konstitutivni pomen elementarne teoretične in praktične človeške zmožnosti in jo konceptualiziral kot moralno načelo in pravno normo, kot "instrument" za doseg posameznikovega neodvisnega rezoniranja in pravnega reda v družbi.

### *Publiciteta in vrhovno načelo Pravičnosti*

Kant je trdil, da je načelo publicitete "mehanizem narave", ki bi moral biti uporabljen kot sredstvo za ustvarjanje *pravne maksime*, ki bi jo morali sprejeti in spoštovati vsi ljudje. To načelo izhaja iz kategoričnega imperativa, ki ga je Kant zasnoval v *Kritiki praktičnega uma* kot temeljni zakon čistega praktičnega uma – "Deluj tako, da lahko velja maksima tvoje volje vselej hkrati kot načelo obče zakonodaje" (1788/1993: 33) – in kot univerzalno načelo pravice, razdelano v *Metafiziki morale*: "Vsako dejanje je pravilno, če je samo v sebi ali v maksimi, iz katere izhaja, tako, da lahko soobstaja s svobodo volje vsakega in vseh v delovanju po univerzalnem zakonu" (1797/1952: 398). Kant je postavil transcendentno formulo javne pravičnosti kot etično in pravno načelo, ki poziva: "Vsa dejanja, ki se nanašajo na pravico drugih ljudi in se njih maksima ne sklada s publiciteto, so nepravična" (1795/1983: 135). Kar ne izpolnjuje načela publicitete, ne more biti prav ne etično ne pravno. Če sprejeti zakoni niso splošno dostopni, je njihova pravičnost vsaj vprašljiva, če že ne povsem umanjka. Publiciteta ni samo nujni pogoj pravic držav-

ljanov, ampak je celo kriterij racionalnosti, saj po eni strani to, kar je prav, ne sme nasprotovati umu, po drugi strani pa je to, kar je umno, vedno javno sporočljivo. Razen tega je Kant publiciteto zasnoval tudi kot temeljno načelo *demokratične ureditve*.

Kantovo razlikovanje med politiko (močjo) in moralo (pravico) je posebej pomembno z vidika rekonceptualizacije javnega mnenja v dvajsetem stoletju v obliko družbene kontrole in nadzorovanja, ki zagotavlja izvajanje moči, tj. transformacije javnega mnenja iz združevalnega v prisiljevalen pojem. Ta pojmovna transformacija je v ostrem nasprotju s Kantovim in razsvetljskim mišljenjem nasploh (kasneje tudi ameriških pragmatistov), da morajo biti državljani *prepričani* v pravičnost javnih zakonov z javno uporabo *uma*, sicer država izgubi moralno legitimnost.

V nasprotju z Benthamom je za Kanta merilo, kaj je prav in kaj narobe, publiciteta sama: vsa dejanja so napačna, če njihova maksima ni skladna z načelom publicitete. Sreča ne more biti temelj univerzalnega načela in vodilo zakonodaji, ker se mnenja o tem, kaj je sreča, močno razlikujejo med posamezniki in se v času neprestano spreminjajo. "Načelo sreče, ki ga ni mogoče kakorkoli dokončno določiti kot načelo, lahko povzroči veliko zla v sferi politične pravičnosti kot tudi v sferi morale" (Kant, 1793/1917: 47). Vrhovno načelo, iz katerega morajo izhajati vse ostale maksime skupnega dobrega in mora biti zagotovljeno vsakemu posamezniku, je lahko samo *načelo pravičnosti*, ker "samo v tem ni protislovja, da se vsi ljudje strinjajo s takim zakonom, ki je ne glede na to, kako neprijetne so lahko njegove dejanske posledice, kot tak skladen s pravičnostjo" (Kant, 1793/1917: 47). To hkrati prepoveduje aktiven upor proti zakonu in daje državi potrebno in izključno legitimno moč prisile.

Vsaka regulacija odnosov v (politični) skupnosti je v nasprotju z javnim interesom in državljsko svobodo, če se državljani o njej ne morejo prepričati z javno rabo *uma* ali če so odtujeni in izolirani od javnih komunikacij, ki bi jim omogočale razpravljati o skupnih zadevah v javnosti. Nasprotno od Rousseauja Kant ni verjel, da je človek po naravi dober in zato načela publicitete ni zagovarjal zaradi moralnega poboljšanja ljudi. Trdil je, da je publiciteto nujno treba uporabljati kot sredstvo za ustvarjanje pravne maksime, temelječe na pravičnosti, ki jo bodo ljudje spoštovali. Če je lahko cilj dosežen le v javni sferi in s pomočjo publicitete, to pomeni, da ni nikakršnega nezaupanja v prednostne politične maksime, ki so tedaj skladne s cilji in pravicami vseh. Brez publicitete ne bi bilo pravičnosti.

Legitimnost države je lahko utemeljena samo na načelu publicitete, ker lahko vlada obdrži oblast nad ljudmi samo, če predstavlja občjo voljo. Po drugi strani pa se samo vlade, ki ne delujejo v interesu javnosti, lahko bojijo "neodvisnega in javnega umovanja". Tako Kantovo načelo publicitete pomeni spravo med politiko in demokratično legitimnostjo s tem, da zagotavlja pravni red in izpolnjuje razsvetljensko vlogo: medtem ko je politika prisila, je demokracija moralni temelj združevanja. Spravo med tema dvema sferama je mogoče doseči le s temeljnimi človekovimi pravicami, utelešenimi v načelu publicitete - s svobodo mišljenja in svobodo javnega izražanja; ena brez druge ne more obstajati.

*Meščan in državljan – svoboda in enakost*

Človekova svoboda je temeljni pogoj za nastanek "civilnega stanja" družbe iz naravnega stanja človeštva in v nasprotju z njim. Podobno kot Rousseau je Kant (1793/1914; 1795/1983: 100-102) izpostavil tri osnovna načela, na katerih naj bi bilo utemeljeno civilno stanje družbe: (1) *svoboda* vsakega člana družbe kot *človeka*, ki išče svojo srečo; (2) *enakost* vsakega člana družbe kot *subjekta* in odvisnost vseh od skupne zakonodaje (ki pa ne zajema uveljavitev katerekoli druge enakosti med posamezniki, še posebej ne enakosti v lastnini); in (3) *samostojnost* (Selbständigkeit) vsakega člana skupnosti kot *državljana*. Načelo samostojnosti je za Kanta skupaj s svobodo in enakostjo temelj enotnosti volje, iz katere izhaja "izvirna pogodba" oziroma temeljni zakon. To načelo razlikuje med državljani, ki imajo vpliv na zakonodajo, in "varovanimi sopolložniki" – ženskami, otroki in ljudmi brez lastnine za preživljanje –, ki nimajo volilne pravice. V praksi je Kant omejil participacijo v politični (javni) sferi na imetnike lastnine – zelo nedemokratičen pogled, ki se opira predvsem na *meščanski* oz. srednji razred. Medtem ko ima vsakdo pravico zahtevati svobodo in enakost (kot pasivni subjekt), pa niso vsi subjekti kvalificirani, da bi se ukvarjali z državo kot aktivni državljani.

Je mar zasebna lastnina oz. pravica do lastnine konstitutivna za človeško svobodo, še posebej za svobodo govora in tiska? Kantov odgovor je podoben Rousseaujevemu: lastninska pravica je razumljena kot temelj civilne države, ustvarjene z javnim mnenjem, vendar mora izključevati pravico dedovanja. Medtem ko Kant omejuje pravico do participacije na tiste posameznike, ki lahko hkrati tekmujejo tudi na trgu, predlaga, da bi država lahko razveljavila katerekoli dedne privilegije posameznikov ali razredov, kot sta plemstvo ali duhovščina, "saj je temelj njihove prejšnje posesti samo v mnenju ljudi in je torej lahko veljavna samo tako dolgo, dokler to mnenje traja" (1797/1952: 442).

Kant je poudarjal, da pravica do udeležbe na volitvah pripada *državljanu* in ne *meščanu*. V nasprotju s posestjo zemlje pojmuje Kant lastnino *kot pogoj, da je državljan lahko sam svoj gospodar*. Lastnost, "potrebna za volilno pravico, je poleg naravne (da ni otrok ali ženska) pravzaprav samo ena: biti mora sam svoj gospodar (sui juris), torej [mithin] mora imeti neko lastnino"<sup>9</sup> (1793: 245; poudarki dodani). Kant je priznal, da "je do neke mere težko definirati lastnost, ki bi nekemu omogočala uveljaviti status biti sam svoj gospodar" (str. 246) in je pustil odprto možnost, da se lahko vsakdo usposobi za lastnika in državljana (razen žensk in otrok). Sklepamo lahko, da je resnični pogoj za volilno pravico biti sam svoj gospodar, tj. biti avtonomen v umovanju in sposoben uporabljati svoj lastni um v javnosti, medtem ko se "neko lastnino" uporablja samo kot operativni – ne povsem zanesljiv – kriterij, indikator posameznikove usposobljenosti za državljana.

Sam predlagam bolj liberalno branje Kanta v nasprotju z ortodoksno interpretacijo, ki poudarja, da je Kant zagovarjal svobodo publiciranja dejansko samo za določeno manjšino v določenih okoliščinah, da bi dosegel določene posledice (Donald, 2003: 8). S tem nočem trditi, da je bil Kant bolj demokratičen in manj tele-

<sup>9</sup> Angleški prevod Habermasa (1962/1995: 110) napačno navaja, da govori Kant kumulativno o dveh različnih pogojih za posameznikovo pridobitev volilne pravice: da "mora biti sam svoj gospodar" in o "lastnini".

ološki, kot mu to večinoma pripisujejo, pač pa da bi morali specifične empirične okoliščine, ki jih je Kant izpostavil, vzeti *cum grano salis*, kot empirične (družbeno specifične) in ne kot univerzalne (a priori) pogoje. To se še posebej nanaša na Kantovo idejo, da "biti svoj gospodar" (=državljan) predpostavlja lastnino. V drugačnih zgodovinskih okoliščinah bi lahko državljanstvo dosegli brez predpostavke lastnine, ne da bi kompromitirali Kantovo teorijo publicitete. Taka interpretacija Kanta je tudi skladna z njegovim razsvetljskim ciljem – *univerzalno* osvoboditvijo od človekove nesposobnosti uporabljati svoj um – in z deklarirano potrebo po povečanju števila tistih, ki so upravičeni do aktivnega državljanstva, tako da bi imeli vsi ljudje možnost "*dvigniti se iz pasivnega stanja v državi v stanje aktivnega državljanstva*" (Kant, 1797/1952: 437; poudarki dodani). Zaradi dosege tega cilja je Kant je tudi poudarjal pomembnost *izobraževanja* – še posebej javnega izobraževanja, ki bi naj nadomestilo nepopolnosti v zasebnem izobraževanju –, tako da bi vsak posameznik (*der Mensch* in ne državljan) razvil sposobnosti, potrebne za aktivnega državljana: disciplino, omiko, preudarnost, oliko, moralnost in umovanje (Kant, 1803), ki bi mu omogočile *javno* uporabo uma.

#### *Javna uporaba uma in maksima javnega komuniciranja*

Aktivno državljanstvo po Kantu predpostavlja *javno uporabo uma* in posledično državljanovo pravico, da svoja mnenja javno izrazi. Kantova ideja javne uporabe uma izvira iz njegovega "pogleda na univerzalno komunikabilnost [kot] stvar, ki jo vsakdo pričakuje in zahteva od vseh drugih, kot da bi bila del izvirne pogodbe, ki jo narekuje človečnost sama" (1790: §40). Javna uporaba uma mora temeljiti na (1) maksimi *razumevanja* – "misliti brez predsodkov", (2) maksimi *razsojanja* – "misliti s stališča vseh ostalih" in (3) maksimi *uma* – "vedno misliti konsistentno" (str. 519). Kantova javna uporaba uma označuje specifičen tip deliberativnega komuniciranja, ki zahteva vsaj nekaj poznavanja in razumevanja političnega procesa in državljanstva. Komuniciranje je konstitutivno za človekovo rezoniranje: stopnjo objektivne gotovosti ali subjektivnega prepričanja določene sodbe lahko preverimo samo, če je ta sodba komunicirana, saj samo v tem primeru upoštevamo tudi razumne argumente drugih, odkrijemo veljavnost svojih mnenj za druge ali dosežemo diskurzivno soglasje vseh individualnih sodb (1781/1952: 240). Kant tako oriše idejo komuniciranja kot proces konstrukcije skupnih pomenov in s tem utemelji moderno teorijo človeškega komuniciranja. Čeprav sta njegova filozofija in epistemologija velikokrat predstavljani tako, kot da popolnoma zapostavljata družbeno naravo znanja in spoznanja, Kant teh vprašanj nikakor ni obravnaval kot zadevo samotnega posameznika, ki stremlji k univerzalni sodbi v transcendentalni refleksiji. Eksplicitno je izpostavil, da je ustvarjanje individualnih mnenj vedno *posredovano z družbeno izkušnjo in v komuniciranju*.

V razpravi o *komunikabilnosti* človeških zaznav Kant pravi, da bi bilo pojem "čuta" napačno omejiti na "sodbo, pri kateri to, kar privlači pozornost, ni toliko sam akt refleksije kot zgolj njen rezultat". Ko govorimo o "čutu za resnico" ali o "čutu za pravičnost" ali o katerem koli drugem "čutu", se ne nanašamo samo na čutenje, ampak tudi na rezoniranje, saj nam nobena reprezentacija te vrste "ne bi mogla priti na misel, če se ne bi bili sposobni dvigniti nad občutenja, na raven višje spo-

sobnosti spoznavanja". Že "zdrava pamet" (der gesunde Verstand) vključuje skupno (še ne kultivirano) *razumevanje*. Nato Kant osvetli dve pojmovni dimenziji atributa "skupen" (gemein). Skupno lahko najprej pomeni "dvojnoljivo čast" nečesa, kar vsakdo razume ali kar je vulgarno (Gemeinsinn). Drugo dimenzijo predstavlja ideja "skupnostne razsodnosti" (gemeinschaftlicher Sinn),

*tj. sposobnost razsojanja (Beurteilungsvermögen), ki v svoji refleksiji upošteva (a priori) način predstavitve vsakogar drugega, da bi takorekoč primerjalo svojo presojo s celotnim človeškim razumom in se tako izognilo iluziji, ki izvira iz zmotne zamenjave subjektivnih in zasebnih okoliščin za objektivne in bi imela negativen vpliv na presojo. To se zgodi s tem, da opremo svojo sodbo na druge, ne toliko dejanske kot zgolj možne sodbe, in se postavimo v položaj vseh drugih, tako da abstrahiramo od omejitev, ki slučajno vplivajo na našo lastno presojo (Kant, 1790: §40).*

Tako pojmovanje "skupnostne razsodnosti" (gemeinschaftlicher Sinn) oz. "skupnega čuta" (sensus communis), ki presega golo "zdravo pamet", posplošuje postopek preiskovanja subjektivne zadostnosti sodbe, ki v *zamišljenem dialogu* idealno prinaša "soglasje med vsemi sodbami" navkljub različni naravi posameznikov (1781/1952: 240) – postopek, ki je konstitutiven za javno mnenje.<sup>10</sup> Prav zares si tudi danes težko predstavljamo bolj ustrezno konceptualizacijo javnega mnenja kot procesa, ki se odvija onstran omejitev fizičnega prostora, in "javnosti" kot oblike zamišljene (duhovne) skupnosti, katere člani delijo podobne ideje in mnenja, ne da bi bili v neposredni interakciji. Kant pa je bil manj navdušen nad dosežki skupnostnega razsojanja, saj je menil, da "ime skupnostnega razsojanja lahko prej kot intelektualna nosi estetska moč razsojanja".

Kljub temu pa je Kant hkrati tudi predlagal – ker se predstava in razumevanje združita v spoznavanju -, da "bi lahko okus označili kot *sensus communis aestheticus*, skupno človeško razumevanje pa kot *sensus communis logicus*" (Kant, 1790: §40). Tudi v zadevah skupnostne razsodnosti, kot bi dejal Kant, mnenje - za Kanta najnižja stopnja "imetja za resnično", ki jo po veljavnosti presegata tako verovanje (Glauben) kot znanje (Wissen) – ne more biti nikoli privzeto ali predstavljeno brez vsaj nekaj znanja in torej tudi zdrava pamet ni nikoli samo "arbitrarna fikcija". Seveda pa posameznik ne more imeti zgolj *mnenja* v zadevah čistega uma. Bilo bi absurdno imeti denimo mnenje o čisti matematiki – na takem področju mora posameznik ali *vedeti* ali se vzdržati sodbe. Po Kantu se enako pravilo nanaša na zadeve morale. Posledično javna uporaba uma vedno vsebuje uporabo uma za lastna sklepanja.

<sup>10</sup> Habermas (1962/1995: 108) napačno trdi, da Kantovi teoretizaciji procesa nastajanja soglasja "manjka samo ime javnega mnenja". Kant očitno ni uporabljal izraza "javno mnenje" vse do svojih poznih del, vendar ga je na nekaj mestih v enem svojih zadnjih del – *Metafiziki morale* (1897/1952: 442). Ko v "Znanosti o pravu" razpravlja o dednih pravicah, na primer pravi, da temelji tovrstne lastnine "leži samo v mnenju ljudi [Volksmeinung], in je lahko veljavna samo toliko časa, kolikor to mnenje traja. Kakor hitro javno mnenje [öffentliche Meinung] v korist teh institucij odmre... mora prenehati [tudi] to splošno predpostavljeno lastništvo". Immanuel Kant, *Die Metaphysik der Sitten* (Reclam, Stuttgart, 1990: 183-4).



"Skupnostna razsodnost" in "javna uporaba uma" se razlikujeta predvsem v odnosu do publicitete. Prva implicira "zgolj možno" publiciteto, druga pa "dejanško" publiciteto. V procesu formiranja javne razsodnosti posamezniki večinoma predpostavljajo, kakšne sodbe imajo drugi; v javni uporabi uma pa se posamezne sodbe javno predstavijo in se o njih razpravlja. Zato je podobno kot racionalisti in enciklopedisti tudi Kant videl javno uporabo uma v prvi vrsti kot razprave učenjakov o različnih zadevah, katerih edini cilj je odkriti resnico. Mnenja bi verjetno postala bolj racionalna ali objektivno zanesljiva, če bi jih izpostavili preskusu publicitete. Brez javne predstavitve idej je malo verjetno, da bi resnica prišla na dan. Vendar Kant ni gledal na akademski svet kot na samozadosten; iskanje resnice je tudi v najboljšem interesu vlade in državljanov. Učenjaki delujejo samo kot instrument univerzalnega človeškega razuma in v službi javnosti; tako je njihova naloga hkrati voditi in razsvetljevati ljudi. Razsvetljevanje ni v prvi vrsti namenjeno izobraženim ljudem, ampak je razumljeno kot proces univerzalne osvoboditve človeške nesposobnosti uporabljati svoj lastni um, ne da bi ga pri tem vodil kdo drug. Kant je trdil, da osvoboditev od nedoraslosti zahteva od posameznikov, da mislijo s svojim lastnim umom. Samo svoboda javne uporabe uma, ki ga posameznik uporablja po zgledu učenjaka, lahko spodbudi razsvetlitev, ki je ne ovirajo omejitve zasebne uporabe uma.

Kant je videl javno uporabo uma kot alternativo avtoritarno institucionaliziranim mejam razprav in je striktno razločeval med javno in zasebno uporabo uma. Posameznik je svoboden v svoji javni uporabi uma, kjer deluje kot transcendentalno bitje, onstran meja praktičnih omejitev. Po drugi strani pa zasebna uporaba uma ne bi smela biti popolnoma svobodna, ampak podvržena "umetni enoglasnosti", saj gre za delovanje osebe na državnem položaju ali uradu v zadevah, ki so regulirane z odredbami ali zakoni in izvajane v interesu skupnosti. Pri javni uporabi razuma so stvari drugačne: tu državljan "naslavlja javnost v vlogi učenjaka... ne da bi pri tem škodoval zadevam, za katere je kot pasivni član deloma odgovoren" (1784). Državljan na primer ne bi smel odklanjati plačevanja davkov, ki mu jih določa država, vendar bi ravnal povsem skladno s svojo državljansko dolžnostjo, če bi javno izrazil svoje mnenje o davkih kot učenjak pred beročo javnostjo. Tako teče meja med javno in zasebno uporabo uma znotraj posameznika, ki mora ubogati odredbe kot državni uradnik, četudi jih ima za napačne, vendar ima tudi pravico, da uporabi svoj um v javnosti in kot učenjak kritizira te odredbe.

Če naj bi državljanji postali enaki v javni uporabi uma, mora načelo publicitete temeljiti na abstrakciji od vseh naključnosti in partikularnosti v smislu posameznikovih institucionalnih in zasebnih interesov – na "predpostavki o nepristranskosti in na pričakovanju, da udeleženci problematizirajo in presežejo svoje izhodiščne preference" (Habermas, 1992: 449). V *Sporu fakultet* zato Kant meni, da filozofi ne bi smeli postati kralji, saj "moč popači svobodno sodbo uma" (1798/1979: 115). Težava Kantove argumentacije je v popolni abstrakciji od vseh omejitvenih empiričnih okoliščin, ki se še zlasti pokažejo z razvojem tiska v zadnjih dveh stoletjih. Njegovi primeri vojaškega častnika, davkoplačevalca ali klerika, ki v učenih časopisih kritizirajo politiko, ki jo morajo sami izvajati v "zasebni rabi" uma (Kant, 1784: 55-6), so videti nekoliko naivni, čeprav je treba dodati, da je Kant tako "regulacijo"

videl kot prehodno obdobje v človekovem napredovanju do polnega razsvetljenstva. Iz normativnega gledišča lahko načelo abstrakcije od družbenih vlog v javnem diskurzu *upraviči kritiko* javno izraženih mnenj - namreč z argumentom, da izraženo mnenje ne zadošča pogojema neodvisnosti in univerzalnosti. Toda iz empiričnega gledišča bi tem zahtevam lahko nasprotovali zaradi dejstva, da je, kot je trdil Kant, mnenje – v nasprotju s trdnim védenjem - vedno subjektivno in objektivno *nezadostno*. Obstoj *različnih* mnenj o določeni temi za Kanta pomeni objektivno nezanesljivost in *subjektivno* negotovost in nakazuje, da so mnenja odvisna od empiričnih neenakosti ali idiosinkratičnosti glede na znanje, vrednote, status in interese imetnikov mnenj. Tönnies (1922) je to protislovje deloma omilil s poudarjanjem objektivnega izhodišča mnenj in s tem mnenje "dvignil" iz objektivno popolnoma nezadostne sodbe na sodbo z višjo stopnjo objektivne zadostnosti, kot ga ima verovanje. Ne glede na to pa je Tönnies tako kot tudi številni drugi sociologi nasprotoval ideji publicitete kot abstrakcije od posebnih interesov, ker ni videl možnosti, da bi posamezniki v razpravljanju o praktičnih težavah, ki jih morajo rešiti, lahko odmislili svoje partikularne osebne, skupinske ali razredne interese.

Kant z normativno zahtevo po nepristranosti v oblikovanju mnenj po zgledu učenjakov podcenjuje pomembnost interesov in motivov, ki niso bistveni samo za človekovo delovanje, ampak tudi odločilni za mnenjsko diferenciacijo. Ker tako subjektivna kot objektivna nezadostnost mnenj izvira iz specifičnih empiričnih razmer nosilcev mnenja, bi bilo udejanjenje normativne zahteve po nepristranskosti mogoče le, če bi vsi sogovorniki živeli v podobnih razmerah in bi imeli podobne interese, v takem primeru pa bi verjetno izginile tudi mnenjske razlike.

### *Pravica do komuniciranja kot osebnostna pravica*

V obrambi pred kritikami, da pretirano laska cesarju, je Kant dokazoval, da bi ga prav tako lahko kritizirala tudi druga stran, češ da zahteva "preveč v korist ljudi". Glavna "odškodnina", ki jo je Kant namenil državljanom, je bila *pravica do javnega izražanja*. Predlagal je nekakšen sporazum med racionalnim despotizmom in svobodnim razumom: svobodna javna uporaba avtonomnega uma bi morala biti najboljše zagotovilo poslušnosti – pod pogojem, da se politično načelo, ki mora biti spoštovano, podreja univerzalnemu umu, katerega se lahko doseže z načelom publicitete in javne uporabe uma.

Ker je pravica do komuniciranja obstajala kot *naravna pravica* človeških bitij, ki jim jo ni moč odtujiti – sicer bi prenehali obstajati kot človeška bitja –, mora pravica do izražanja mnenj postati tudi *civilna pravica* državljanov. Pravica do objavljanja mnenj mora biti zagotovljena državljanom, ker nezmotljivost ni nujna vladarjeva lastnost in ker je dejanje iskanja resnice skladno z najvišjim kategoričnim načelom:

*Torej mora državljanu pripadati pravica, in sicer s soglasjem samega vladarja, da lahko javno objavi svoje mnenje, kadar se mu zdi, da je vladar s svojimi odredbami napravil skupnosti krivico.. Zato je svoboda peresa [die Freiheit der Feder] –... - edini varuh pravic ljudi (Kant, 1793: 264-5; poudarki dodani).*

Pravi smisel svobode "peresa" oz. tiska za Kanta torej ni nadzor nad vladarjem, ampak *pravica državljanov do objave svojih kritičnih mnenj*. Ker Kantov pojem pravice vključuje "celoto pogojev, pod katerimi so lahko prostovoljna dejanja katerekoli osebe v realnosti usklajena s prostovoljnimi dejanji katerekoli druge osebe glede na univerzalni zakon svobode" (1797/1952: 397-8), zahteva pravica do objave mnenja pravno in etično regulacijo. Odvzeti državljanom to pravico bi pomenilo ne samo, da bi bili povsem odtujeni od vrhovne oblasti, ampak bi tudi suvereni oblasti, ki reprezentira občo voljo ljudstva, onemogočili ugotavljanje učinkov svojega delovanja. Svoboda javnega izražanja idej je poleg tega konstitutivna za svobodo mišljenja. Sporočanje idej namreč ni nekaj povsem vnanjega v odnosu do človekove produkcije idej, ampak je njen nujen pogoj. Če torej ne bi obstajala svoboda javnega izražanja idej, bi bila hudo omejena tudi svoboda misli (tj. zasebno mišljenje). Pravica do izražanja mnenja v javnosti pa ni absolutna "uporaba uma brez zakona", saj "nobena igra ne more dolgo trajati brez zakonov". Ali se mora um "podvreči zakonom, ki jih je sam postavil", ali pa se mora "vpreči v jarem zakonov, ki so jih sprejeli drugi" (1786: 326). Državljanji morajo sami določiti meje svoji svobodi, da je ne bi izgubili.

V zagovoru javne uporabe uma v razpravi "O pogovoru: To je v teoriji lahko res, ampak v praksi se ne obnese" je Kant poudarjal, da bi vladar – ker njegovo oblast legitimira reprezentiranje obče volje – izgubil temelj svoje legitimnosti, če bi se odtujil od edinega vira znanja, ki ga potrebuje za sprejemanje pravih odločitev: kritičnih mnenj, ki jih izražajo državljanji. Navsezadnje bi to lahko povzročilo tudi nezaupanje in sovraštvo do vladarjeve moči. V izogib tem škodljivim posledicam je Kant definiral splošno načelo: "Česar ljudje ne bi mogli skleniti zase, jim tudi njihov vladar ne sme predpisati" (1793: 266), kar nakazuje, da vseh zakonov, ki niso v skladu z originalno pogodbo, ki legitimira vladarja, ne morejo imeti za "pravo voljo monarha" in jim morajo nasprotovati "z vplivom splošnih in javnih sodb". Če se bo o zakonih javno razpravljalo, bodo posledično postali pravičnejši. Vendar nasprotovanje ne sme vsebovati odpora ne v besedah ne v dejanjih. Po eni strani mora v skupnosti vladati pokornost zakonom, ki se nanašajo na vse ljudi; po drugi strani pa "duh svobode"; kajti v stvareh, ki se nanašajo na univerzalne človeške dolžnosti, mora biti vsakdo *prepričan z umom*, da je zakonska prisila pravična. Kant tudi to poveže z generično sposobnostjo človeških bitij, da komunicirajo:

*Pokornost brez duha svobode je odločilni vzrok vseh tajnih družb. Obstaja namreč naravno nagnjenje ljudi, da med seboj komunicirajo, še posebej v zvezi s tistim, kar jih nasplošno zadeva.... In kako drugače lahko vlada dobi znanje, potrebno za njene lastne ključne cilje, kot s tem, da omogoči izražanje po svojem izvoru in učinkih tako spoštovanja vrednemu duhu svobode?" (1793: 267, 268; poudarki dodani).*

"Svoboda tiska", kot beremo v angleškem prevodu Kantovega eseja iz leta 1914, je bila za Kanta svoboda peresa – ne svoboda časopisnega založnika, ampak svoboda avtorja ali državljanja, da objavlja s pomočjo tiska. Pravica do objave mnenja ne more biti stvarna pravica do eksterne stvari, ampak samo osebna pravica,

ki ni determinirana z lastništvom stvari. Moje osebno pisanje (npr. moja knjiga) postane razpoložljiva drugim z založnikovo in tiskarjevo pomočjo kot "eksterna stvar", ampak imetnik te "stvari" poseduje samo produkt mehanične (re)produkcije. Moja knjiga je resnično moja samo, če sem jo jaz napisal, torej le v smislu *osebnostne pravice*, ki – kot pozitivna pravica nasproti drugi pravici – ne more nikoli izvirati iz lastništva eksterne stvari (npr. izvoda knjige). Bilo bi očitno napačno imeti "mojo knjigo" kot izključno eksterni objekt, saj obstaja specifičen duhovni odnos med avtorjem in njegovim pisanjem, materializiranim v obliki knjige, ki presega odnose lastništva. Tiskanje in založništvo nista obči človeški pravici – kar nekateri verjamejo, ker je knjiga materialno gledano stvar, ki jo lahko razmnožujemo –, ker "knjiga ni zgolj eksterna stvar, ampak je *diskurz* založnika z javnostjo, on pa to lahko počne javno samo s pooblastilom avtorja" (1797/1952: 426). Kar je dostavljeno bralcu ni "stvar", ampak *opera*–govor. Četudi založništvo in tiskanje veljata za posel, Kant opozarja, da ne gre za "trgovanje z blagom v lastnem imenu, ampak za *izvedbo posla v imenu drugega, to je avtorja*" (1785a; poudarki dodani). Kant celo trdi, da založnik nima pravice do dobička, ki naj bi pripadal izključno avtorju.

Kant je jasno razločeval med lastninsko pravico in pravico do javne uporabe uma in je celo podredil stvarno pravico založnika kot lastnika produkcijskih sredstev osebnostni pravici avtorja. Njegovo gledišče, ki tako poudarja specifičnost komunikacijskih dejanj tudi v pravno lastniških odnosih, je izjemno pomembno v luči kasnejših teoretskih razprav, še posebej v dvajsetem stoletju, v katerih je svoboda tiska prenehala obstajati (primarno) kot osebnostna pravica in je bila, s Kantovimi besedami, v veliki meri transformirana v stvarno pravico ali pa ji je bila vsaj povsem podrejena.

## Svoboda tiska in pravica do komuniciranja

V tabeli 2 so shematično povzete teoretične in praktično-politične implikacije Benthamovih in Kantovih razsvetljenjskih pojmovanj publicitete v primerjavi s predrazsvetljenjskim tipom institucionalizacije javne (re)prezentacije kot privilegija vladajoče elite ali po Habermasu sistema "reprezentativne publicitete" (2. stolpec). Benthamove ideje publicitete so utemeljile teorijo in pravno doktrino svobode tiska kot "četrte veje oblasti" ali "četrtega stanu", ki je prevladala v dvajsetem stoletju (3. stolpec). Nasprotno pa je Kantovo načelo publicitete v času najbolj burnih obdobij razvoja množičnih medijev ostalo večinoma zapostavljeno in z delno izjemo javnih medijev (radiotelevizije) ni bilo udejanjeno v praksi (4. stolpec). Kljub temu pa je vplivalo na številne teoretske študije publicitete, med drugim tudi na Tönniesov pojem javnega mnenja in Habermasovo teorijo javnosti.

Bentham je zasnoval publiciteto kot instrument javnega nadzora nad delovanjem oblasti, vendar je bil nadzor kmalu za tem rekonceptualiziran v nasprotni smeri – osredotočen na tehnike za usmerjanje javnega interesa in za nadzor nad delovanjem posameznikov. Benthamu se ni zdelo možno, da bi tisk sam lahko postal podvržen "pogubnim interesom", vključno zakonodajnim, ki bi v končni

fazi lahko vodili v zaton demokratičnega sistema. Tako ni videl nobene potrebe po regulaciji moči medijev. Niti Bentham niti njegovih neposrednih naslednikov niso zanimala sredstva za izdajanje časnikov onstran osebnih intelektualnih sposobnosti, potrebnih za to, da bi časnik postal "nenehno delujoč" organ nadzora. Razlogi za Benthamovo neupoštevanje nevarnosti, da bi bil tisk lahko tako kot katerakoli druga sila uporabljan kot instrument za zlovlado, so enostavni in nam hkrati pomagajo pojasniti, zakaj je tudi Kant popolnoma zapostavil praktične posledice razlike med stvarno lastniško pravico in osebno pravico do objavljanja. Finančna oziroma poslovna plat publiciranja je bila v predindustrijski dobi tiska nepomembna v primerjavi z njenimi utilitarnimi cilji in politično senzibilnostjo. V tistem času je obstajala tesna zveza med avtorjem in izdajateljem (in celo bralci) časnika. Častni status avtorja tako literarnih kot tudi znanstvenih besedil se je odražal v zaupanju in občudovanju, ki so ga bili avtorji deležni s strani bralcev; odnos javnosti do časnikov se ni veliko razlikoval od tistega, ki so ga gojili do knjig. Bilo je še samoumevno, če parafraziram Hobbesa, da "kadar svobodno govorimo, to ni svoboda glasu" - in kadar svobodno tiskamo, to ni svoboda tiska, lahko dodamo -, "ampak svoboda človeka, ki ga noben zakon ni silil govoriti drugače, kot je govoril" (1651/1992: 146). Ko pa so se naklade tiska postopno povečevale in so časniki postajali dostopni vedno širšemu krogu bralcev, je njihov vpliv vse manj temeljil na osebnih mnenjih, predstavljenih v časnikih, ali na spoštovanju do avtorja. Časnik je vse bolj postajal, kot je dejal Tönnies, "stvar, ki neznanecu govori o neznanem" in najbolj učinkovito prepričuje s "periodičnim ponavljanjem".

Najpomembnejše spremembe v razvoju tiska iz intimnega "spremljevalca" v industrijsko podjetje so potekale v devetnajstem stoletju – potem, ko sta Bentham in Kant razvila svoji "načeli publicitete". To je bilo obdobje, ko sta dve vplivni metafori, ki sta ustoličili tisk kot "četrto vejo oblasti" in "svobodni trg idej", začeli svoji varljivi ideološki življenji. Ideji, ki učinkovito zamegljujeta dejstvo, da niti "četrta veja oblasti" ni avtonomna veja oblasti niti "svobodni trg idej" ne daje enake možnosti vsakomur, da predstavi svoje ideje. Tisti, ki bi po Benthamu članom tribuna javnega mnenja morali zagotavljati priložnosti, večinoma gledajo samo na svojo korist. "Svobodni" medijski trgi so močno oligopolizirani in "svobodno" izbiro porabnikov na trgu idej velikokrat ovira omejena ponudba.

Doktrina novinarstva kot "četrte veje oblasti" se je v dvajsetem stoletju sprevrгла v nekakšno aristokratsko ideologijo "profesionalcev". Ta doktrina trdno podpira Benthamove ideje o nepogrešljivosti tiska za demokratični proces, koristnosti njegovega statusa moči (kot četrte veje oblasti) za opravljanje nalog in zahtevo, da ne bi smel nihče biti kaznovan za razžalitev javnega funkcionarja, razen če zavestno ne temelji na lažnih izjavah. Mnogo manj navdušenja pa je med medijskimi profesionalci, da bi obravnavali medije tudi v razpravah (ali celo regulativnih postopkih), namenjenih delitvi moči, javnemu nadzoru nad viri moči in potencialnimi škodljivimi interesi, moralni integriteti tistih, ki delujejo v imenu javnosti, in o pravi vsakogar, da objavlja svobodno brez kakršnih koli zunanjih omejitev. Tako novinarsko doktrino v veliki meri zagovarja tudi "tretja veja oblasti" - sodstvo, katerega odločitve so, kot opozarja Philip Judy v analizi delovanja Vrhovnega sodišča

ZDA, "ustvarile območje, na katerem mediji delujejo povsem nenadzorovano" (Judy, 1997: 541).

Globalna ekonomska in politična konsolidacija kapitalizma, tehnološke spremembe, razvoj množičnih medijev, propaganda, javnomnenjska glasovanja in novi načini komuniciranja so spremenili pomen kritične publicitete, na kateri je temeljila javnost. Vse te spremembe v praksi niso bile naklonjene Kantovi pravici do komuniciranja. Prej obratno: vzpodbudile so nastanek idej o "postmoderni javni sferi", ki – v nasprotju s svojo moderno ali razsvetljensko predhodnico – ni sestavljena iz mreže neodvisnih, participativnih komunikacijskih kanalov, ki jih uporabljajo državljani, ampak je v celoti zasnovana iz (re)prezentacij v množičnih medijih. Javna sfera naj bi se močno razširila in se spremenila v kompleksno "mediatizirano javnost", hkrati pa je javnost postala omejena na javno vidnost ob izključitvi vsakršne deliberativne participacije občinstva. Za kritiko teh sprememb je značilen pesimističen podton, ki sugerira, da se je javna sfera spremenila – v nasprotju z Benthamovo originalno idejo nadzora – v sfero boja za moč in nadzor nad mediji. Z vplivanjem na izbor tem in na način njihove predstavitve v medijih, akterji politične moči vplivajo tudi na mnenja in vedenje svojih občinstev. Pojem publicitete v svoji prevladujoči sodobni obliki promoviranja blaga, oglaševanja in odnosov z javnostmi nima nič skupnega ne s procesom racionalne, kritične razprave, ne z nadzorovanjem oblasti. Ta "post/moderna" konceptualizacija publicitete se jasno izraža v dejstvu, da so že sam pomen besede publiciteta, ki se je svojčas nanašal na *racionalne razprave*, zasenčile "aktivnosti za zagotavljanje, da nekdo ali nekaj pritegne veliko zanimanje ali pozornost velikega števila ljudi" ali "določen tip odnosov z javnostmi, ki v medijih v obliki novic ali zgodb sporoča informacije o izdelku, storitvi ali ideji", kot jo razumejo oglaševalci.

**TABELA 2: TRIJE NORMATIVNI TIPI INSTITUCIONALIZACIJE SVOBODE PUBLICIRANJA**

	SVOBODA PUBLICIRANJA INSTITUCIONALIZIRANA KOT		
	REPREZENTATIVNA JAVNOST	SVOBODA TISKA	PRAVICA DO KOMUNICIRANJA
ZAŽELEEN STATUS SVOBODE IZRAŽANJA	PRIVILEGIJ MOČI	PODREJENOST LASTNINSKI PRAVICI	NARAVNA PRAVICA, CIVILNA PRAVICA
PRIVILEGIRAN TIP DISKURZA	STRATEŠKI (ODVETNIŠTVO IN PROPAGANDA)	STRATEŠKI (PES ČUVAJ*)	KOMUNIKATIVEN (JAVNA UPORABA UMA)
DOMINANTNA OBLIKA DRUŽBENIH ODNOSOV	KONFLIKT (PRISILA)	TEKMOVANJE (TRG)	SODELOVANJE (ZDRUŽEVANJE)
ORGANIZACIJSKO NAČELO DRUŽBE	INTEGRACIJA OBLASTI	DELITEV OBLASTI	DELITEV DELA
DOMINANTNA OBLIKA MEDIJSKE REGULACIJE	POLITIČNA (CENZURA)	KOMERCIALNA, LEGALNO/PРАВNA	ETIČNA ("JAVNA SLUŽBA")
NAJNAPREDNEJŠA KOMUNIKACIJSKA STRUKTURA	HIERARHIČNA	LOČITEV MNOŽIČNE PROIZVODNJE IN POTROŠNJE	SAMOUSTVARJANJE ZNANJA IN RAZUMEVANJA

\* Uporabljeno kot sinonim za "četrti stan" in "četrti vejo oblasti".

V poenostavljenem pojmovanju demokratičnega političnega pluralizma sta pluralizem medijev – ki implicira, da lahko vsaka skupina, ki teži po politični moči, "svobodno uporabljaja" svoje lastne medije, medtem ko tekmuje za podporo na "svobodnem trgu idej" – in neodvisnost medijev od politične oblasti prikazana kot nujna in zadostna pogoja za udejanjenje svobode izražanja. Hkrati pa si je proces množičnega komuniciranja v večjem delu prisvojila *množična proizvodnja* standardiziranih izdelkov, namenjenih *množični potrošnji*, in z recipienti, ki sodelujejo v komunikacijskih procesih kot potrošniki in ne kot državljani. Množični mediji so si pridobili legitimnost s sklicevanjem na to, da služijo javnemu interesu in "pravici do obveščnosti" državljanov, s čimer so si prislužili pravno (ustavno) varstvo pred političnim vmešavanjem – vendar je z naraščanjem komercialnih interesov v množičnih medijih nadzor nad njimi vztrajno prevzemala ekonomska moč.

Publiciteta se je tako v praksi odmaknila od izvirnega načela javne kritike (kritične javne razprave) kot sredstva "tribunala javnega mnenja" v smeri procesa usmerjevane integracije, temelječe na depolarizaciji javnih komunikacij in posredovane z odnosi z javnostmi, oglaševanjem in propagando. Rezoniranje posameznikov v skupnosti z drugimi, nekoč temelj javnega, je sedaj dobilo blagovni značaj. Vloga političnih strank in parlamentov, v katerih se srečujejo strankarski birokrati, se je spremenila po istem načelu: publiciteta pretežno označuje aktivnost, namenjeno zbiranju javne podpore predstavnikom politične in ekonomske moči in posledično vodi v opustitev kritične vloge javnosti.

Vsekakor bi bilo napačno razglasiti katerokoli specifično zgodovinsko idejo ali empirično obliko publicitete za univerzalni model javnosti. Ideja univerzalnosti načela publicitete ne vključuje uniformnosti njegovih empiričnih pojavnosti. Toda čeprav priznamo njihovo kulturno zamejenost, bi se bilo zaradi njunih zgodovinskih variacij napak odreči vsaki težnji po univerzalnih normativnih pojmih "javnosti" in "publicitete". V svoji obrambi normativne ideje ustave je Kant zatrjeval, da "četudi popolna država morda ne bo nikoli obstajala, ideja sama zato ni nič manj upravičena, kar ohranja to maksimo kot arhetip oziroma standard ustave, da bi vodila zakonodajno oblast vse bližje in bližje največji možni popolnosti" (1781/1952: 114). To je bilo tudi vodilo Benthamovih razprav o svobodi tiska. Podobno idejo je kasneje izrazil Habermas v svoji "kontrafaktični" obrambi proceduralno utemeljene kvalitete javnega mnenja, ki naj bi omogočilo merjenje dejanskega vpliva javnega mnenja na politični sistem, in v iskanju enotnosti javnega mnenja kot kontrafaktične entitete v teoriji demokracije, ki naj bi omogočila razlikovati med "pristnimi procesi javnega komuniciranja in tistimi, ki jih je spodkopala moč" (1992: 440). Nikakor ne trdim, da bi morali iskati tak arhetip publicitete med v preteklosti že izdelanimi idealnimi modeli in ga potem aplicirati kot univerzalno "rešitev" sedanjih in prihodnjih težav. Vendar bi zagrešili enako napako, če bi si zamislili prihodnost neodvisno od preteklosti, saj se ideje o svobodi tiska, ki so bile popularne in problematizirane v osemnajstem in devetnajstem stoletju, odražajo in (napačno) interpretirajo v sodobnem zanimanju za človekove pravice, še posebej v razpravah o pravici do komuniciranja. Zaradi številnih pojmovnih sprememb in nasprotij, ki so nastajala v preteklih dveh stoletjih, bi bila jasna konceptualizacija publicitete in načel javnega komuniciranja potrebna predvsem iz norma-

tivnih razlogov. Kar predlagam, je izoblikovanje teorije pravice do komuniciranja kot *temeljne osebne moralne pravice* – kot pravice, ki ne more biti omejena s katerokoli drugo pravico ali z njo združena (npr. v lastninsko pravico), ker je za državljanske pravice nepogrešljiva. Državljeni lahko postanejo uspešni udeleženci razprav v javni sferi samo, če je njihova naravna sposobnost in potreba po komuniciranju "civilizirana" v procesu izobraževanja, in če imajo pravico in možnost komuniciranja.

Vse demokratične družbe enaindvajsetega stoletja se soočajo z vprašanjem, kako bi mediji lahko odprli dostop državljanom in spodbudili njihovo javno udeleževanje, namesto da služijo predvsem kot sredstvo za dostop do potencialnih potrošnikov in volivcev, za njihovo prepričevanje v njihovi zasebni sferi ter za ustvarjanje dobička in moči. Kantovsko iskanje pravice do komuniciranja, ki bi – s komuniciranjem in izobraževanjem – dvigovala zrelost človeštva in združevala do sedaj ločene kategorije državljanov, se nanaša na temeljno človekovo "civilno" stanje v demokratičnem sistemu vladanja. Asociativni odnosi med sogovorniki naj bi spodbujali samoustvarjanje znanja in razumevanja in samoiniciacijo delovanja – v nasprotju s sedanjim svetom ločevanja oblasti in delitve dela znotraj politike, ko so družbeni (politični) cilji in dejanja državljanov velikokrat podvržena strateškemu pritisku elit.

Seveda bi lahko upravičeno trdili, da razsvetlitev in resnica ne izhajata nujno iz javnega presojanja. Vendar ta skepticizem, ča ga uporabljamo kot argument proti Kantovemu načelu publicitete, ponavlja napako hipoteze "hipodermične igle" iz zgodnjega obdobja raziskovanja medijskih učinkov. Kantovo pluralistično pojmovanje um(ovanj)a kot družbenega produkta poudarja potrebo po uporabi lastnega uma v skupnosti z drugimi, ker bi brez deljenja mnenj, prepričanj in znanja tako posamezniki kot človeštvo kot celota podlegli intelektualni in moralni odvisnosti od egoizma. Javna uporaba uma ne daje nikakršnega neposrednega zagotovila za individualno zrelost in razsvetlitev ali odkritje Resnice, vendar pa se bodo posamezniki in družba kot celota "sčasoma gotovo naučili hoditi, potem ko so doživeli nekaj padcev" (1784). Kot sta verjela Bentham in Kant, publiciteta ne more zagotoviti ne sreče ne pravičnosti, vendar pa nobeno dobro ne more biti trajno brez publicitete in nobeno zlo ne more trajati pod njenim okriljem. Dolgoročno je pravica do komuniciranja temeljni predpogoj za kolektivni razvoj človeških duhovnih moči, za napredek človeštva.

Če sprejememo javno rezoniranje ne samo kot individualno potrebo, dolžnost in pravico, ampak kot družbeno potrebo in obvezo, smo soočeni z vprašanjem, v kakšnem odnosu je osebna pravica do komuniciranja do stvarne pravice do zasebne lastnine. Bolj ko kompleksne institucije množičnih medijev (časniki, radio, televizija, internet) zahtevajo kolektivno izvrševanje osebnostnih svoboščin, bolj prihaja do nasprotja med obema pravicama. Večinoma je – napačno – vzeto za samoumevno, da (a) "svoboda mišljenja in mnenj ni resnično kolektivno izvajanje svobode in torej poziv k javni regulaciji ni legitimen," medtem ko je (b) "institucija lastnine... vselej kolektivno izvajanje svobode delovanja in zato vselej ne samo dopušča, ampak zares potrebuje javno regulacijo" (Guyer, 2000: 12). Z retoričnim vprašanjem: "Koliko in kako pravilno bi mislili, če ne bi hkrati mislili v skupnosti z



drugimi?" Kant izpostavi ravno nasprotno – kolektivno naravo osebnostne pravice do uporabe lastnega uma (1786: 325). Družbena izkušnja ali, kot bi dejal Kant, "postaviti se v položaj vseh drugih", igra temeljno vlogo v konstrukciji osebne avtonomije. Guyerjeva teza spregleda, da če je pravica do komuniciranja temeljna človekova pravica, njeno izvajanje ne more biti odvisno od katerekoli druge pravice ali ji podrejeno. Če bi sledili Guyerjevi tezi, bi pravico do komuniciranja omejili na (1) določeno obliko lastninske pravice in (2) privilegij lastnikov. Ta redukcija pa je nedosledna v teoretičnem in v praktičnem pogledu: (1) Če je pravica do komuniciranja *temeljna pravica*, ne more biti združena z nobeno drugo pravico. (2) Če je pravica do komuniciranja *osebna pravica*, se ne more podrediti *stvarni* pravici. (3) Če je pravica do komuniciranja *človekova* ali *državljska* pravica, je ne moremo omejiti na *pravico lastnikov*. Če bi bila pravica do komuniciranja le podvrsta lastninske pravice, njena uzakonitev pravzaprav ne bi bila potrebna – saj bi zadostovala kar uzakonitev lastninske pravice. Po drugi strani pa ne bi prihajalo do nobenih nasprotij zaradi zlitja svobode tiska v osebnostno pravico do komuniciranja.

Če obravnavamo pravico do komuniciranja kot pravico *sui generis*, ostaja nerešeno vprašanje, kako je mogoče lastninsko pravico in pravico do komuniciranja (re)regulirati za dobrobit državljanov. To ni predvsem teoretično, ampak praktično-politično vprašanje, ki zahteva "vmešavanje" države, da bi regulirala lastninsko pravico, da bi bila skladna s pravico do komuniciranja. To ne pomeni ukinitve lastninske pravice, ampak samo njeno omejitev, ki bi pod zaščito zakona omogočala izražati sodbe in mnenja tistim, ki nimajo sredstev, da bi jih sami individualno sporočali.

Oblikovanje takih omejitev je značilen primer "sporne javne zadeve", ki zahteva javno razpravo. Na instrumentalni ravni bi se lahko sklicevali na J. S. Millov primer delavcev, ki se z delodajalci ne morejo pogajati individualno, ampak samo organizirano, in zato, da bi delavcem omogoči kolektivno delovanje, je, kot pravi Mill, potrebno "vmešavanje" države. Prav tako so tu na mestu Benthamovi argumenti v prid javnemu nadzoru nad močjo oblasti za preprečitev partikularističnih ali pogubnih interesov, ki jih uporabniki ne bi bili nujno sposobni odkriti individualno. In, seveda, ideja javnih medijev. Na žalost dandanes ni zelo realistično pričakovati tako (re)regulacijo, saj sedanji svetovni sistem temelji prav na lastninski pravici in bi bile praktične implikacije tovrstne (re)regulacije veliko daljnosežnejše in kontroverznejše kot pred dvesto leti.

#### LITERATURA

- Bentham, Jeremy (1776): A Fragment on Government. Objavljeno na: <http://www.ecn.bris.ac.uk/het/bentham/government.htm>.
- Bentham, Jeremy (1781/1996): Principles of Morals and Legislation. Copyright James Fieser (jfieser@utm.edu). Objavljeno na: <http://www.la.utexas.edu/research/poltheory/bentham/bsp/index.html>.
- Bentham, Jeremy (1787/1995): The Panopticon Writings. Urednik in spremna beseda: M. Božovič. London: Verso.

- Bentham, Jeremy (1791/1994): Of Publicity. *Public Culture*, 6, 3, 581-595.
- Bentham, Jeremy (1820): On the Liberty of the Press and Public Discussion. Objavljeno na: <http://www.la.utexas.edu/research/poltheory/bentham/bsp/index.html>.
- Bentham, Jeremy (1822/1990): *Securities against Misrule and Other Constitutional Writings for Tripoli and Greece*. Ur. P. Schofield. Oxford: Clarendon Press.
- Bentham, Jeremy (1830/1983): *Constitutional Code*. Vol. 1. Ur. F. Rosen and J. H. Burns. Oxford: Clarendon Press.
- Dewey, John (1927/1991): *The Public and Its Problems*. Athens: Swallow Press.
- Donald, James (2003): How Kant Invented Media Studies. *Javnost-The Public*, 10, 2, 45-64.
- Gaonkar, Dilip Parameshwar with Robert J. McCarthy, jr. 1994. Panopticism and Publicity: Bentham's Quest for Transparency. *Public Culture*, 6, 3, 547-578.
- Guyer, Paul (2000): *Kant on Freedom, Law, and Happiness*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Habermas, Jürgen (1962/1989): *Strukturne spremembe javnosti*. Ljubljana: Škuc.
- Habermas, Jürgen (1962/1995): *The Structural Transformation of the Public Sphere. An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Habermas, Jürgen (1992): Further Reflections on the Public Sphere. V: C. Calhoun (ur.), *Habermas and the Public Sphere*, 421-480. Cambridge: MIT Press.
- Habermas, Jürgen (1992/1996): *Between Facts and Norms. Contributions to a Discourse Theory of Law and Democracy*. Cambridge: Polity Press.
- Hobbes, Thomas (1651/1992): *Leviathan*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Judy, Philip L. (1997): "Comment: The First Amendment Watchdog Has a Flea Problem." *Capital University Law Review*, 26, 541-593.
- Kagan, Robert (2003): *Of Paradise and Power: America vs. Europe in the New World Order*. New York: Alfred Knopf.
- Kant, Immanuel (1781/1952): *The Critique of Pure Reason*. Prevod J.M.D. Meiklejohn. (Great Books of the Western World 42). Chicago: Encyclopaedia Britannica.
- Kant, Immanuel (1784): An Answer to the Question: What is Enlightenment? Objavljeno na: <http://www.totalb.com/~mikeg/phil/kant/enlightenment.html#1>.
- Kant, Immanuel (1785a): Of the Injustice of Counterfeiting Books. Objavljeno na: <http://www.hkbu.edu.hk/~ppp/fne/essay3.html>.
- Kant, Immanuel (1786): Was heisst: sich im Denken orientiren? *Berlinische Monatsschrift*, 2, 304-330. Objavljeno na: [http://www.ub.uni-bielefeld.de/diglib/Berlinische\\_Monatsschrift/index-e.htm](http://www.ub.uni-bielefeld.de/diglib/Berlinische_Monatsschrift/index-e.htm).
- Kant, Immanuel (1788/1993): *Kritika praktičnega uma*. Prevod: Rado Riha. Ljubljana: Društvo za teoretsko psihoanalizo.
- Kant, Immanuel (1790): *Kritik der Urteilskraft*. Objavljeno na <http://www.gutenberg2000.de/kant/kuk/kuk.htm>.
- Kant, Immanuel (1793): Ueber den Gemeinspruch: Das mag in der Theorie richtig sein, taugt aber nicht für die Praxis. *Berlinische Monatsschrift*, 1793, 2, 201-284. Objavljeno na: [http://www.ub.uni-bielefeld.de/diglib/Berlinische\\_Monatsschrift/index-e.htm](http://www.ub.uni-bielefeld.de/diglib/Berlinische_Monatsschrift/index-e.htm).)
- Kant, Immanuel (1795/1983): *To Perpetual Peace*. V: Immanuel Kant: *Perpetual Peace and Other Essays*, 107-144. Cambridge, Ind.: Hackett.
- Kant, Immanuel (1797/1952): *The Science of Right. (The Metaphysics of Morals, Part One)*. Prevod: W. Hastie. (Great Books of the Western World 42). Chicago: Encyclopaedia Britannica.
- Kant, Immanuel (1798/1979): *The Conflict of the Faculties*. Prevod: M. J. Gregor. New York: Arabis.
- Kant, Immanuel (1803): über Pädagogik. Ur. D. Friedrich Theodor Rink. Königsberg: Friedrich Nicolovius. Objavljeno na: <http://www1.uni-bremen.de/~kr538>.

- Macaulay, Thomas B. (1828/1992): Mill on Government. V: James Mill, Political Writings, Ur. T. Ball, 271-303. Cambridge: Cambridge University Press.
- Marx, Karl (1842/1974): Die Verhandlungen des 6. rheinischen Landtags. Debatten über Pressfreiheit und Publikation der Landstündischen Verhandlungen. V: Marx-Engels Werke, 1: 28-77. Berlin: Dietz Verlag.
- Mill, John Stuart (1838/1859): Bentham. London and Westminster Review, Aug. 1838, popravljen izdaja 1859 v Dissertations and Discussion, vol. 1. Objavljeno na: <http://www.ecn.bris.ac.uk/het/bentham/bentham>.
- Ross, Edward A. (1901/1969): Social Control. A Survey of the Foundations of Order. Cleveland: The Press of Case Western Reserve University.
- Ross, Edward A. (1917-18): Social Decadence. American Journal of Sociology, 23:620-632.
- Rousseau, Jean-Jacques (1762): The Social Contract or Principles of Political Right. Objavljeno na: <http://www.constitution.org/jjr/socon.txt>.
- Splichal, Slavko (1997): Javno mnenje. Ljubljana: FDV.
- Splichal, Slavko (2002): Principles of Publicity and Press Freedom. Lanham: Rowman and Littlefield.
- Tönnies, Ferdinand (1922): Kritik der öffentlichen Meinung. Berlin: Julius Springer.