

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Urška Kolar
Diskurz družbene odgovornosti
Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

UNIVERZA V LJUBLJANI
FAKULTETA ZA DRUŽBENE VEDE

Urška Kolar
Mentorica: doc. dr. Tanja Kamin
Diskurz družbene odgovornosti
Diplomsko delo

Ljubljana, 2009

Diskurz družbene odgovornosti

Družbena odgovornost postaja eden najpogostejše uporabljenih in posledično zlorabljenih pojmov v etičnih in upravljaljskih diskurzih. Nanjo je pripetih zmeraj več pomenov, čeprav redko kdo zmore suvereno podati definicije družbene odgovornosti, se pojem uporablja kot samoumevno sporazumen. Naloga izprašuje to samoumevnost. Najprej so razloženi osnovni teoretični pojmi, kot so diskurz, hegemonija in označevalci. Nato se poskuša prilagoditi metodologijo kritične diskurzivne analize, kot jo razume Siegfried Jäger, za namen analize diskurza družbene odgovornosti. Naloga skuša s kritično diskurzivno analizo pojasniti organiziranost diskurzivnega polja družbene odgovornosti. To počne v okviru analize prispevkov s konference Instituta za razvoj družbene odgovornosti. Analiza prispevkov je interpretativna. Skozi teorijo Laclaua ugotavlja ali gre v diskurzu družbene odgovornosti za plavajoči ali prazni označevalec, in kateri antagonizmi botrujejo njegovemu nastanku. V analizi se diskurzivni fragmenti razdelijo v dva glavna diskurzivna niza, etičnega in upravljaljskega. Z njuno analizo se pokaže, da je družbena odgovornost lahko tudi vzvod pastoralnega tipa oblasti, kot ga pojmuje Foucault.

KLJUČNE BESEDE: družbena odgovornost podjetij, analiza diskurza, etika, upravljanje

Discourse of social responsibility

Social responsibility is becoming one of the most often used and consequently abused terms in ethical and managerial discourses. Multiple meanings are attached to it. Although only few are able to give a definition of social responsibility, the term is used consensually. The text tries to question the obviousness of this use. First, basic theoretical terms are explained; such as discourse, hegemony and signifiers. Then, methodology of critical discourse analysis, as understood by Siegfried Jäger, is adjusted for the purpose of analysing social responsibility discourse. The analysis tries to clarify the organization of the discursive field of social responsibility with methodology from critical discourse analysis. It is done in the framework of the analysis of contributions from the conference of Institute for the development of social responsibility. Analysis of the contributions is interpretative. It is established through theory of Laclau, whether social responsibility is an empty or floating signifier and which antagonisms are to blame for its emergence. In the analysis, discursive fragments are distributed into two main discursive strands, ethical and managerial. Their analysis shows, that social responsibility can be a tool of the pastoral type of governance, as understood by Foucault.

KEY WORDS: corporate social responsibility, discourse analysis, ethics, management

KAZALO

1	UVOD.....	5
2	RAZISKOVALNA VPRAŠANJA IN CILJI NALOGE.....	6
3	METODOLOGIJA.....	7
3.1	FOUCAULT IN DISKURZ.....	8
3.1.1	<i>Arheologija.....</i>	<i>8</i>
3.1.2	<i>Genealogija.....</i>	<i>11</i>
3.2	LACLAU IN MOUFFE.....	14
3.2.1	<i>Hegemonija.....</i>	<i>14</i>
3.2.2	<i>Diskurz.....</i>	<i>16</i>
3.2.3	<i>Označevalci.....</i>	<i>18</i>
3.3	KRITIČNA ANALIZA DISKURZA.....	21
3.3.1	<i>Opredelitev Jägrovih orodij za analizo diskurza.....</i>	<i>24</i>
3.3.2	<i>Prilagoditev metodoloških napotkov za analizo diskurza družbene odgovornosti.....</i>	<i>26</i>
4	DRUŽBENA ODGOVORNOST V SLOVENIJI.....	28
4.1	KONFERENCA IRDO.....	36
4.1.1	<i>Vzorec raziskave.....</i>	<i>38</i>
5	ANALIZA.....	38
5.1	KAJ JE DRUŽBENA ODGOVORNOST V PRISPEVKIH NA IRDO KONFERENCI?.....	38
5.2	DISKURZIVNI NIZ ETIKE.....	48
5.2.1	<i>Poslovna etika.....</i>	<i>48</i>
5.2.2	<i>Od relativizma k holizmu.....</i>	<i>49</i>
5.2.3	<i>Zapoved iskanja dobrega.....</i>	<i>54</i>
5.2.4	<i>Posameznik in odgovornost.....</i>	<i>56</i>
5.3	DISKURZIVNI NIZ UPRAVLJANJA.....	60
5.3.1	<i>Teorija deležnikov.....</i>	<i>60</i>
5.3.2	<i>DOP kot orodje upravljanja.....</i>	<i>63</i>
6	SKLEP.....	66
7	LITERATURA.....	69

1 UVOD

Verjetno je eden najbolj oguljenih pojmov devetdesetih let prejšnjega stoletja demokratičnost. Zaradi družbenih sprememb v mnogo državah sveta smo neprestano poslušali o demokratizaciji, vzpostavljanju demokratičnih institucij, odvijanju demokratičnih procesov, demokratičnih volitvah in demokraciji nasploh. Po streznitvi na začetku novega tisočletja je velik del javnosti ugotovil, da demokracija na vzhodu ni enaka tisti na zahodu, da se je ne da izvažati, skratka, da jo ljudje različno pojmujejo.

Najbolj verjeten kandidat za naslednika statusa demokracije kot slogana iz devetdesetih je gotovo družbena odgovornost. Predvsem v marketinški in ekonomski literaturi je vse bolj prisotna. V dnevnih občilih se vrstijo pozivi za podjetja in posameznike k prevzemanju družbene odgovornosti, o družbeni odgovornosti se izdajajo celo mesečne priloge časopisom. V svoje programe jo vključujejo tudi politične stranke, nekatere družbeno odgovornost celo deklarirajo za princip svojega delovanja.

S pojmom družbene odgovornosti sem se sama znova in znova srečevala tudi med študijem. V marsikateri etični dilemi, ki se zastavlja v marketingu, se je družbena odgovornost pogosto ponudila kot primerna rešitev. Kot taka ni bila nikoli temeljito prevprašana, sprejeta je bila z dobrodošlico, ki pomirja vest. Na trenutke se je zazdelo, da bo okrog profesorjev, ki jo ponujajo kot rešitev, začel žareti svetniški sij. Kar je bilo spornega pri družbeni odgovornosti, je bilo le vprašanje, ali je družbeno odgovoren način delovanja še zmeraj dovolj donosen.

V tej nalogi bom problematizirala pojem družbene odgovornosti. Poskušala bom predstaviti njeno ozadje in izpostaviti problematične točke njenega vpliva na posameznika in družbo.

2 RAZISKOVALNA VPRAŠANJA IN CILJI NALOGE

Družbena odgovornost je ena najpogostejših tem zadnjih let na akademskih področjih managementa, marketinga in ekonomije. O njeni privlačnosti za stroko priča tudi veliko število diplomskih del, ki jo obravnavajo. Pogosti so tudi praktični napotki za podjetja v raznih strokovnih revijah, povečuje pa se tudi količina komunikacije podjetij o družbeni odgovornosti.

Čeprav akademiki ne soglašajo o definiciji družbene odgovornosti (kar bom natančneje razložila v nadaljevanju), predvsem praktiki pojem družbene odgovornosti brez zadržkov in negotovosti nenehno uporabljajo.

Cilj tega diplomskega dela ni iskanje »prave« definicije družbene odgovornosti, temveč pokazati, kako je diskurz družbene odgovornosti zgrajen.

Vodilo pri raziskovanju bodo naslednja vprašanja:

1. Kakšna je organizacija diskurzivnega polja družbene odgovornosti?
2. Katere odnose moči pomaga vzdrževati diskurz družbene odgovornosti?
3. Kateri diskurzi tvorijo diskurzivno polje družbene odgovornosti in kateri izmed njih je dominanten?

Na ta vprašanja bom skušala odgovoriti s pomočjo kritične analize diskurza. Po kratkem pregledu slovenske znanstvene literature na temo družbene odgovornosti podjetij bom podrobno analizirala znanstvene in strokovne prispevke z vsakoletne konference Družbena odgovornost in izzivi časa.

3 METODOLOGIJA

Družbena odgovornost podjetij je v zadnjih letih pogosto obravnavana tako v javnosti kot tudi v akademskih krogih, o njej pa je napisanih tudi veliko diplomskih del. Skupno vsem obravnavam je samoumevno umevanje družbene odgovornosti in njenih posledic.

Metodologijo sem skušala izbrati glede na specifična raziskovalna vprašanja. Kot del metodologije štejem tudi osvetljevanje lastne pozicije, kar sem že storila v uvodu.

Za analizo samoumevnega umevanja enotnosti, ki to morda sploh niso, je uporabna analiza diskurza Michaela Foucaulta. Foucault se v okviru analize diskurzov loti tudi z analize oblasti, zanimajo ga torej razmerja med diskurzi in močjo. Družbena odgovornost podjetij ima do polja moči dvoumen odnos, po eni strani bi naj delovala kot krepitev moči vseh deležnikov, hkrati pa posega v tradicionalno sfero političnega in posledično v državljanske pravice in dolžnosti.

Ker družbena odgovornost posega v polje političnih diskurzov, sem za svojo analizo videla veliko uporabnost teorije Ernesta Laclaua in Chantal Mouffe, ki podrobno raziskujeta odnose med označevanjem in politiko.

Analiza v tem diplomskem delu je kvalitativna in interpretativna, kar štejem za dodatno prednost. Velika večina ostalih dosedanjih analiz družbene odgovornosti podjetij (v nadaljevanju DOP) v Sloveniji je namreč kvantitativnih, zato bi uporaba kvantitativnih metod le podvajala že predstavljena dejstva o DOP. Poleg tega so že obstoječe raziskave s področja družbene odgovornosti usmerjena v druga vprašanja, ki niso povezana z izpraševanjem same družbene odgovornosti.

Za analize diskurza je značilno, da se metoda šele oblikuje s spoznavanjem problema, zato tudi ni univerzalnega recepta, kako analizirati katerikoli diskurz, temveč je potrebno metodologijo prilagoditi glede na raziskovalni problem. Teoretska izhodišča analize diskurzov so zelo raznolika in imajo bogato tradicijo, zato je nujno biti previden pri uporabi in prepletanju njihovih konceptov. Večina teoretičnih konceptov tudi ni operacionaliziranih, kar je razumljivo, saj bi bili sicer namenjeni enkratni uporabi. Največ konkretnih orodij za analizo ponudi kritična analiza diskurza. Diskurzivne teorije in kritično analizo diskurza sem združila kot koraka v oblikovanju uporabnega metodološkega aparata.

3.1 FOUCAULT IN DISKURZ

Foucault se je v svojih delih ukvarjal s problemom proizvodjanja vednosti, njenim prenašanjem in preoblikovanjem. Z možnostjo ustvarjanja vednosti je povezal oblast in nazadnje še možnosti oblikovanja subjekta. Zanimivo je, da je pri avtorju, ki je poskušal v dobro svoje analize ukiniti enotnosti, kot so tekst, knjiga, delo in avtor, potrebno poznavanje večine njegovega opusa, saj so njegova dela med seboj izjemno prepletena, hkrati pa si v določenih pogledih tudi nasprotujejo. Tukaj predstavljam njegove osnovne koncepte, ki jih bom kasneje tudi uporabila v analizi.

3.1.1 Arheologija

Foucault razvije dva teoretična pristopa k analizi diskurzov: arheologijo in genealogijo. Zgodnejši in bolj distanciran pristop, osnovan na deskripciji, je arheologija. Foucault v Arheologiji vednosti preučuje teoretske probleme zgodovinske analize. Kot arheologijo vednosti za nazaj razglasi svoja prejšnja dela (Zgodovina norosti v klasicizmu, Rojstvo klinike ter Besede in stvari), vendar pa je nikoli dosledno ne uporabi kot nekakšne metodologije. V arheologiji, kjer raziskuje vednost in ne znanost, najdemo enega njegovih prvih metodoloških napotkov, da moramo vse izjave jemati na isti ravni in zato znanost ni hierarhično nadrejena drugim izjavam. (Dolar 1991, XV)

Izjava je njegova osnovna enota vednosti in analize. Ker vse izjave jemlje na isti ravni, se lahko odpove tudi enotnostim kot sta delo in knjiga in s tem odreče primat avtorju. Odreče se tudi skrajnima možnostma v zgodovinski analizi diskurza. Najprej neprestanemu iskanju izvora, ki je posledica zanikanja diskurzivnega reda kot dogodka in nato še drugi možnosti, da vsak manifestiran diskurz temelji na »že izrečenem«, pri čemer je »že izrečeno tisto nikoli izrečeno, manifestiran diskurz pa je zgolj represivna navzočnost tistega, kar ne izreka«. Tako opravi s postopki formalizacije in interpretativnosti, ki sta značilna za analitično filozofijo in hermenevtiko. (Dolar 1991, XIV)

Foucault enotnosti, s katerimi ponavadi operiramo, ne odpravi popolnoma, odpravi le njihove samoumevnosti in trdi, da niso umirjeno mesto, s katerega bi postavljali vprašanja. Ko odmislimo te enotnosti, se sprosti področje dejanskih izjav kot populacija dogodkov v prostoru na splošno. Kot možnost analize se vzpostavijo čiste deskripcije diskurzivnih dogodkov, ki jih lahko z lahkoto ločujemo od analize jezika. Jezik je namreč sistem, s

pomočjo katerega lahko konstruiramo možne izjave, polje diskurzivnih dogodkov pa je omejena končna celota. Vprašanje, ki si ga lahko s pomočjo deskripcije zastavimo, je, kako pride do tega, da se pojavi takšna izjava in da se na njenem mestu ne pojavi nobena druga. (Foucault 2001, 29–30)

Foucault analizo diskurzivnega polja razlikuje tudi od analize mišljenja, ki se sprašuje, kaj je bilo izrečeno v tistem, kar je bilo izrečeno. Analiza diskurzivnega polja pa zahteva, »da se izjavo dojame v ozkosti in singularnosti njenega dogodka; »da se določi pogoje njenega obstoja, da se kar najbolj utemeljeno opredeli njene meje, da se ugotovi njene korelacije z drugimi izjavami, ki se lahko navezujejo nanjo, in da se pokaže, katere druge forme izjavljanja omenjena izjava izključuje« (Foucault 2001, 31).

Foucault nato poskuša poiskati enotnosti v diskurzih kot so medicina, gramatika ali politična ekonomija nasploh. Enotnosti ne najde v objektu diskurza, saj se ti diskurzi ne nanašajo na en sam, dokončno formiran objekt. Oblikovanje enotnosti diskurza umesti v prostor, kjer se različni objekti pojavljajo in spreminjajo. Enotnosti ne najde tudi v formi izjav in ugotovi, da bi bilo potrebno karakterizirati in individualizirati sistem, ki ureja porazdelitev izjav. Tudi koherentnost pojmov ni element znotraj diskurza, ki bi ga delal enotnega. Ker niso koherentni lahko zgolj opazujemo igro njihovih pojavitev in disperzije. (Foucault 2001, 34–43)

Enotnost diskurza določijo pravila formacije, ki so pogoj za eksistenco diskurzivnih formacij. V svojih kasnejših delih namesto diskurzivne formacije uporablja diskurz. Foucault pojasni, kdaj imamo opraviti z diskurzivno formacijo (diskurzom):

V primeru, ko bi lahko med določenim številom izjav opisali podobni sistem disperzije, v primeru, ko bi med objekti, tipi izjavljanja, pojmi in tematskimi izbirami definirali regularnost (red, korelacije, pozicije in funkcioniranja, transformacije), bomo konvencionalno rekli, da imamo opraviti z diskurzivno formacijo – na ta način se bomo izognili besedam, ki so preveč obremenjene s pogoji in konsekvencami ter so tudi sicer neustrezne za označitev neke sorodne disperzije, besedam, kot so »znanost«, »ideologija«, »teorija« ali »področje objektivnosti (Foucault 2001, 42–43).

Prva od pravil formacije je formacija objektov, ki se razodeva skozi »prve površine pojavljanj, opisov instanc razmejitev in mreže specifikacije«. Vendar takšna deskripcija ni

dovolj za konstitucijo objekta. Foucault postavi objekt diskurza izven diskurza¹, saj trdi, da diskurzivne relacije diskurzu niso notranje. Pravzaprav jih postavi na mejo diskurza, kjer mu ponujajo objekte, o katerih lahko govori in določajo sveženj razmerij, ki jih mora diskurz izvajati, da lahko govori o tem objektu. (Foucault 2001, 51) Diskurze bi torej naj obravnavali kot prakse, ki sistematično formirajo objekte, o katerih govorijo.

Formacija izjavljalnih modalnosti išče subjekt diskurza. Ne najde ga v opisu, kdo govori, niti v opisu institucionalnih položajev ali v odnosu do objektov. Foucault ugotovi, da v taki analizi različne modalnosti izjavljanja, namesto da bi napotile na sintezo ali na funkcijo nasploh, ki poenotita določen subjekt, manifestirajo njegovo disperzijo.

»Tako manifestirani diskurz ni veličastno odvijajoča se manifestacija subjekta, ki misli, spoznava in izreka: nasprotno, je celota, v kateri lahko določa disperzijo subjekta in samo njegovo diskontinuiteto« (Foucault 2001, 60).

Dolar v spremni besedi v Vednost- Oblast- Subjekt razloži, da je pri Foucaultu subjekt izpeljanka iz izjave in le mesto, kamor se pod določenimi pogoji lahko postavi kdorkoli. (Dolar 1991, XIII)

Pri formaciji pojmov se Foucault sprašuje, ali je možno pojasniti zaporedni ali istočasni pojav nezdružljivih pojmov. Da bi to lahko storil, želi najprej opisati organizacijo polja izjav, ki vključuje organizacijo forme zaporedja; »to je celota pravil, po katerih se vzpostavi serija izjav, gre za celoto shem odvisnosti, reda in zaporedij, znotraj katere se razporejajo ponavljajoči elementi, ki lahko obveljajo za pojme«. Konfiguracija izjavljalnega polja vključuje tudi forme koeksistence. Foucault loči polje prisotnosti (vse izjave, ki so že bile formulirane drugod ter jih diskurz povzema kot sprejeto resnico, eksaktno deskripcijo, utemeljeno sklepanje ali nujno predpostavko), polje sočasnosti (izjave, ki pripadajo povsem različnim diskurzom in jih uporabimo kot splošno načelo) in področje spomina (izjave, ki več ne definirajo nekega korpusa resnic ali veljavnosti, z ozirom nanje se vzpostavljajo razmerja sorodnosti, geneze, transformacije, zgodovinske kontinuitete in diskontinuitete). Tretji način organizacije polja izjav so postopki interveniranja. (Foucault 2001, 61–64)

¹ V nadaljevanju izpostavljam razumevanje diskurza, kot ga pojmuje Laclau, ki ne priznava obstoja zunajdiskurzivnosti.

Četrto pravilo formacije je formacija strategij. Problem nastane v ugotavljanju načina, na katerega se diskurzi razporejajo v zgodovini. Možno je le nakazati smer raziskovanja, s tem da se določijo možne točke difrakcije diskurza (to so točke nekompatibilnosti, ekvivalentnosti, soočenja sistemizacije). Drugi napotek je preučevanje ekonomije diskurza (možne igre..., ki se ne realizirajo), tretji pa, ki se tiče določitve realno udejanjenih teoretskih izbir, izhaja iz neke druge instance. Ta instanca se karakterizira najprej skozi funkcijo, ki jo mora preučevani diskurz izvajati v polju nediskurzivnih praks in vključuje režim in procese prilaščanja diskurza ter možne pozicije želje v razmerju do diskurza. (Foucault 2001, 69–77)

Diskurzivno formacijo bomo lahko individualizirali, če lahko definiramo sistem formacije različnih strategij, ki se razvijajo v njej; z drugimi besedami, če lahko pokažemo, kako vse te strategije izhajajo iz iste igre relacij.

Izjave, ki se kot sistemi disperzije povezujejo v diskurzivne formacije, tvorijo arhiv. Dolar pravi, da je arhiv

zmeraj jasno določen, končen in dobro zamejen korpus tekstov, na katerem dela arheolog. Kljub tej zamejenosti pa arhiv ni totaliteta, ki bi kazala na kakšno skupno središče, osnovno enotnost ali prikrito enovitost celote. Disperznost in heterogenost arhiva je neodpravljiva, in perspektiva, ki jo odpira Foucault, je perspektiva neke »serialne« zgodovine, ki se je ne da totalizirati v kakršnokoli teleologijo ali »globalno zgodovino« (Dolar 1991, XIII).

Dolar ugotavlja, da se je Foucault v Arheologiji vednosti izognil povezavi oblasti in vednosti, ki jo je že nakazal v prejšnjih delih, saj ne pojasni, kako v analizo izjav locirati oblast. Dolar trdi, da Foucault pri tem ubere več strategij: s postavljanjem enačaja, da so diskurzi neposredno mehanizmi oblasti, kar se kaže kot sistem izločanja; v tej perspektivi vstop oblasti v diskurz nazadnje zahteva analizo nedogodkov, ne le merjenje teže izjav, temveč tudi teže molka. Druga strategija, ki je lahko tej prvi komplementarna, pa postavlja oblast kot neko po svoji naravi izvendiskurzivno instanco, ki jo je treba dojeti kot določeno polje sil. Polje sil je nadrejeno izjavnemu polju in ga preči, tako kot preči tudi telesa, prostore, zgradbe, objekte, prakse, itd. (Dolar 1991, XVII)

3.1.2 Genealogija

Druga strategija povezovanja oblasti in vednosti, ki jo Foucault razvije v kasnejših delih, je genealogija. Foucault genealogijo pojmuje kot analizo, »ki lahko razloži konstitucijo

subjekta znotraj zgodovinskega okvira» (Foucault 1991, 63). S tem odpravi konstitutivni subjekt in vzpostavi obliko zgodovine, »ki lahko razloži konstitucijo vednosti, diskurzov, področij objektov itn., ne da bi se ji bilo treba sklicevati na subjekt, ki je bodisi transcendentalen v razmerju do polja dogodkov, ali pa se v svoji prazni istosti vleče skozi vso zgodovino« (Foucault 1991, 63).

Tako oblast kot subjekt sta za Foucaulta nediskurzivna elementa, ki se na meji diskurza ponujata diskurzu. Ker je med temi elementi vzpostavljena povezava, jih mora Foucault uvrstiti v skupen prostor, ki mu reče dispozitiv. Dolar razloži dispozitiv:

Med diskurzivnim in nediskurzivnim obstaja neprekoračljiva zarez, izjava in vidno sta hkrati radikalno heterogena, nista v skupnem prostoru, hkrati pa sta nenehno pomešana. Dispozitiv ni za Foucaulta nič drugega kot takšen heterogeni skupek diskurzivnih strategij in neke nediskurzivne organizacije vidljivosti. Toda da bi bilo to mogoče, je potrebna neka nadrejena entiteta, ki na določen način obsega oboje; to funkcijo opravlja prav oblast kot polje sil, ki preči oboje. Edino skozi oblast je možno mešanje dveh sfer, med katerima ni nobenega izomorfizma in nobenega stika. Toda da bi lahko razumeli konkretno delovanje oblasti, je treba to polje sil še na povsem abstraktni ravni dojeti kot določeni diagram, kot diagram sil, ki ureja to polje in ki se »realizira« v posameznih dispozitivih (Dolar 1991, XX).

Primer takega diagrama sil je Benthamov Panoptikon, ki ga Foucault uporabi v Nadzorovanju in kazni (1984).

Oblast za Foucaulta namreč ni vezana na enako lokacijo na neko določeno posamično fizično telo, zato je ni mogoče osvojiti, odvzeti ali deliti, ni je mogoče varovati ali spustiti, da pobegne. Nasprotno, oblast se izvaja, izhajajoč iz neštetihih točk v igri razmerij neenakosti in negibljivosti. Prav tako oblast ni nekaj nad drugimi razmerji, temveč obstaja v vseh skupnostih in v vseh razmerjih, v katerih ima proizvodno vlogo. Oblast je prisotna povsod, ustvarja se v vsakem trenutku, na vsaki točki oziroma v vsakem razmaku med točkami. Prihaja od vsepovsod, predvsem od spodaj, zato ni smiselno iskati glavnega štaba, ki upravlja z njeno racionalnostjo. Oblast je zato nesubjektivna, hkrati pa nameravana, saj se med sabo soočajo številne namere in racionalne taktike, ki posledično kreirajo to, kar izide kot oblast (Lukšič in Kurnik 2000, 214–215).

Dolar poudarja, da: »Iz oblasti pa se tako ne da izstopiti ali organizirati družbo brez oblasti, možno in potrebno pa se je določeni oblastni strategiji postaviti po robu z drugo« (Dolar 1991, XIX).

V članku Subjekt in oblast Foucault premisli tudi, katero oblastno tehniko uporablja moderna zahodna država². Oblike boja in nasprotovanja razdeli na boje proti dominaciji, proti izkoriščanju in proti podvrženosti. Meni, da v sodobnih družbah prevladuje boj proti podvrženosti, to je tistemu, kar individuuve veže nase in jih na ta način podredi. Ti boji merijo na oblastni učinek kot tak, takšna oblika bojev pa je prevladujoča zato, ker je državna oblast hkrati individualizirajoča in totalizirajoča oblika oblasti. Moderna država je namreč v novi politični obliki integrirala staro oblastno tehniko, ki jo Foucault poimenuje pastoralna tehnika. Gre za formo oblasti, ki jo je vpeljalo krščanstvo. Zanja je značilno, da je njen končni cilj zagotoviti individuum odrešenje na drugem svetu, hkrati pa se je ta ista oblast pripravljena žrtvovati. Ne skrbi le za skupnost, ampak za vsakega individuum posebej, ne more pa se izvrševati brez poznavanja človekove notranjosti, poznavanje vesti in sposobnost njenega usmerjanja. (Foucault 1991, 107–109) Foucault moderno državo obravnava kot: »...zelo pretanjeno strukturo, v katero so individuumi lahko integrirani pod enim pogojem: da bo ta individualnost oblikovana v novi formi in podrejena nizu zelo specifičnih modelov« (Foucault 1991, 108–109).

Nadalje označi državo kot novo matrico individualizacije, novo obliko pastoralne oblasti. Ta nova oblast je spremenila svoj cilj in naj bi skozi posvetne cilje, kot sta zdravje in blagostanje, zagotavljala odrešenje, po drugi strani pa so se množile javne zadolžitve pastoralne oblasti. Pomnožitev ciljev in dejavnikov pastoralne oblasti pa je vodila do osredotočenja razvoja vedenja okrog dveh usmeritev. Prva (globalistična in kvantitativna) je zadevala populacijo, druga, analitična je zadevala individuum. (Foucault 1991, 109)

To implicira, da se je oblast pastoralnega tipa, ki je bila skozi stoletja, več kot tisočletje, povezana z omenjenimi religioznimi institucijami, nenadoma razširila po vsej družbi; podporo je našla v množstvu institucij. Na mesto pastoralne in politične oblasti, ki sta bili med seboj bolj ali manj povezani, bolj ali manj v konkurenci, je prišla individualizirajoča »taktika«, ki je obeležila celo vrsto oblasti: oblast družine, medicine, psihiatrije, vzgoje, delodajalcev (Foucault 1991, 109).

Pastoralna uporaba spovedi, samonadzor (*ang.self-examination*) in vodeno delovanje (*ang.guidance of conduct*) so orodja oblasti, ki delno delujejo skozi formacijo

² Potrebno je opozoriti, da gre v Foucaultovem pisanju za moderno državo iz 70-ih let prejšnjega stoletja, ki se je od takrat spremenila. Kljub temu bom prav za oblastno tehniko pastoralne oblasti poskušala v nadaljevanju pokazati, da se je prav z zagovarjanjem DOP prisotnost pastoralne oblasti še okrepila.

posameznikov, na katere se je mogoče zanesti, da bodo sami upravljali svoje vedenje. (Hindess 1996, 123)

Te tehnike, ki jih je oblikovala krščanska cerkev, danes lahko najdemo tudi v delovanju različnih specializiranih državnih agencij in zasebnih dobrodelnih in filantropskih organizacijah ter v raznih svetovanjih, terapijah in tehnikah spreminjanja osebnosti in seveda v osebni razvoju in tehnikah usposabljanja v mnogo javnih in zasebnih korporacijah. V takih primerih usposabljanje posameznikov v uresničevanju samonadzora služi kot orodje nadzora njihovega vedenja. (Hindess 1996, 122)

Sklep bi bil, da politični, etični, družbeni, filozofski problem današnjosti ni v osvoboditvi individuuma od države in od državnih institucij, temveč v tem, da se osvobodimo tako od države, kakor od tipa individualizacije, ki je z njo povezan. Skozi zavrnitev tiste individualnosti, ki nam je bila vsiljevana več stoletij, moramo razvijati nove forme subjektivnosti (Foucault 1991, 110).

3.2 LACLAU IN MOUFFE

3.2.1 Hegemonija

Laclau in Mouffe (1987) povežeta diskurz s hegemonijo. Pojem hegemonije so poznali (kot hegemonia) že v antični Grčiji, kjer je pomenil vodstvo, nadpoveljstvo, poveljevanje, nadvlado, najvišjo oblast ali pa prvenstvo, prvo mesto. Kot tak je bil oznaka za vrlino, vseboval pa je tudi nastavke za pejorativen pomen zapovedovanja in poveljevanja. (Lukšič in Kurnik 2000, 15–16) Koncept je znova oživel v delih marksistov (Lenina, Buharina, na kongresih Kominterne) predvsem kot teoretična osnova različnih taktik za prevzem in ohranitev oblasti. (Lukšič in Kurnik 2000, 16–18) Gramsci uporabi koncept hegemonije kot temeljni koncept svoje teorije. Koncept hegemonije gradi na predpostavki, da so vsi ljudje intelektualci, vsi ljudje filozofi in vsi ljudje akterji svojega življenja. (Lukšič in Kurnik 2000, 214)

Tako je hegemonija del države, v kolikor je civilna družba, je del države v kolikor je pristajanje nasprotni prisili, je etična vsebina države. Je pozicijska vojna ali pasivna revolucija nasproti giblivi in frontalni vojni. Vezana je na superstrukture in je sestavina zgodovinskega bloka. Je prva stopnja superstruktur kot zavest o pripadnosti hegemoniki sili ali kot politična zavest. Je tudi element spoznavanja in oblikovanja pojmovanja sveta, v kolikor je hegemoniki aparat. Kot

politična zavest je v nenehnem boju proti economicizmu, spontanizmu, mehanicizmu, fatalizmu. Je samozavest in predstavlja začetek oblikovanja kolektivne volje. Je stopnja v razvoju, ki se nahaja med ekonomsko korporativno in državno fazo zavesti. Vsebuje tudi pojem pobude in monopola nad pobudo (Lukšič in Kurnik 2000, 216–217).

Foucault v svojih delih ne uporablja pojma hegemonije, se pa ukvarja s pojmom oblasti. Lukšič in Kurnik v knjigi *Hegemonija in oblast* najdeta skupno točko Foucaultove oblasti in Gramscijeve hegemonije v izrecnem antipozitivizmu in antimehanicizmu, vendar Foucault oblast razsredišči in ji odvzame subjekt. (Lukšič in Kurnik 2000, 214–215)

Hegemonija je osrednji teoretski koncept tudi pri postmarksistih. Predpostavlja necelost in odprtost družbenega in je zato mogoča le na področju, na katerem vladajo artikulacijske prakse. Odprtost družbenega je pogoj za vsako hegemonistično prakso, zato se hegemonistična formacija ne more opirati na specifično logiko ene same družbene sile (Laclau in Mouffe v Vezovnik 2008, 91).

Laclau hegemonijo pojmuje kot operacijo, pri kateri »partikularnost vzame nase neprimerljivost univerzalnega pomena« (Laclau 2008b, 65). Laclau to pojasni kot možnost, da ena sama razlika, ki ostane partikularna, vzame nase predstavništvo totalnosti. To razliko Laclau poimenuje prazni označevalec, hegemonija pa je zanj proces, skozi katerega se ti oblikujejo.

Tako Fairclough znotraj kritične analize diskurza kot tudi Laclau in Mouffe pri Gramscijevem konceptu hegemonije opustita dve esencialistični predpostavki: »pojmovanje, da se subjekt konstituira na ravni temeljnih razredov in da se družbena formacija strukturira okrog enega hegemonskega središča« (Laclau in Mouffe v Vezovnik 2008, 91). Enako stori že prej Foucault v povezavi z oblastjo.

Gramsci loči dve obliki hegemonije (ki sta tudi podlaga za izpeljave Laclaua in Mouffove): transformizem in ekspanzivno hegemonijo. Obe vključujeta proces revolucije in ohranjanja (*ang. restoration*). V transformizmu prevladuje ohranjanje, kar pomeni, da je to pretežno obrambni tip politike hegemonskih sil v času politične in ekonomske krize. Vsebuje postopno absorpcijo aktivnih elementov tako iz zavezniških skupin, kot tudi antagonističnih skupin, ki se zdijo nepomirljivo sovražne. Metoda transformizma je

razširitev odnosov razlike. Cilj je oblikovanje pasivnega soglasja, ki nevtralizira antagonistične politične sile in razdruži množice. (Torfing 1999, 111)

Pasivna revolucija povzema nasprotje revolucija – restoracija in tako označuje situacijo, ko prihaja do sprememb, vendar jih uvajajo vladajoči razredi, ker so vladani prešibki, da bi organizirano oblikovali politično voljo, pa zato delujejo sporadično in neorganizirano. Tako gre za neke vrste »pozitivno restoracijo« ali revolucionarno restavracijo ali celo pasivno revolucijo (Gramsci 1977, 957 v Lukšič in Kurnik 2000, 108).

3.2.2 Diskurz

Hegemonija in diskurz sta vzajemno pogojena, saj hegemonjska praksa oblikuje in preoblikuje diskurz, ki v zameno ponudi možnost hegemonistične artikulacije. (Torfing 1999, 43)

Torfing trdi, da Laclau definira diskurz kot nefiksirano strukturo stalnega brez središča, v kateri se pomen nenehno pogaja in konstruira. (Torfing 1999, 40) V odsotnosti utrjenega središča popolna totalnost diskurza postane nemogoča. Torej bo znotraj diskurza zmeraj nekaj, kar bo ubežalo navidezno neskončnemu procesu označevanja. Delna fiksacija pomena vzpostavlja mnoga med seboj zamenljiva središča (vozlišča) in ustvari presežni pomen, ki se izogne popolni prevladi logike razlike. Polje presežnega pomena je poimenovano kot polje diskurzivnosti, ki ni zunaj, ali nediskurzivno, ampak ostaja znotraj neodločenosti. Polje diskurzivnosti hkrati ustvari pogoje za možnost in nezmožnost delne fiksacije pomena, ki nenehno sprevrča poskuse fiksirati stabilen niz razlikovalnih pozicij znotraj posameznega diskurza. Tako je polje diskurzivnosti tisto, kar omogoča artikulacijo več tekmovalnih diskurzov (Torfing 1999, 91–92). Artikulacijsko prakso Laclau definira kot: »vzpostavljanje vozlišč, ki delno utrdijo pomen, delnost te utrditve pa je posledica odprtosti družbenega, ki je tudi samo rezultat tega, da je vsak diskurz zmeraj potopljen v neskončno polje diskurzivnosti« (Laclau in Mouffe 1987, 96–97).

Polje diskurzivnosti ni objekt med drugimi objekti (kar so seveda posamezni diskurzi), temveč teoretični horizont za konstitucijo bivanja vsakega objekta (Torfing 1999, 92). Laclau horizont razume kot nekaj, kar vzpostavlja meje in hkrati teren konstituiranja slehernega možnega objekta in zato onemogoča vsak »onkraj«. (Laclau 2008a, 103)

Prav gotovo ni mogoče opustiti kategorije »družbene totalnosti«, saj kolikor se dogaja na naddoločenem terenu, v marsičem »totalizira« družbene odnose; toda totalnost zdaj postane ime

za horizont in ne več za temelj. Iz istega razloga tudi družbeni dejavniki poskušajo preseči svoje omejitve, toda kolikor je pojem neomejenega zgodovinskega dejavnika odpravljen, je to preseganje lahko pragmatični proces konstruiranja močno naddoločenih družbenih identitet (Laclau 2008a, 104).

Laclau in Mouffe se v konkretni analizi diskurza osredotočata na konstrukcijo identitete in pri tem opozarjata na tri ključne faktorje: odnose med razliko in enakostjo, delovanje različnih vrst naddoločenosti in učinek poenotenja, ki ga imajo točke prešitja. (Torfing 1999, 96)

Prevlada logike razlike zahteva popolno totalnost, ki je onemogočena zaradi odsotnosti središča. Preprečena pa je tudi s prisotnostjo alternativne logike ekvivalence, ki z razširitvijo verige ekvivalenc, zruši razlikovalni karakter družbenih identitet. (Torfing 1999, 96) Med ekvivalentnimi identitetami ni preprostega enačaja, saj so te med sabo enake v enem aspektu, medtem ko se v vseh drugih razlikujejo. Odnos med razliko in ekvivalenco je torej neodločljiv. Diskurzivne identitete so vpisane hkrati v pomenske verige, ki poudarjajo njihovo razlikovalno vrednost in tiste, ki poudarjajo njihovo ekvivalenco. Napetost med razlikovalnimi in ekvivalenčnimi aspekti diskurzivnih identitet je nerazrešljiva, toda politični boji lahko uspejo poudariti eno izmed logik. Poudarek na ekvivalentni logiki z razširjanjem verige ekvivalenc bo poenostavil družbeni in politični prostor z omejevanjem igre razlik. Razpad razlike v ekvivalenco bi vseboval izgubo pomena, saj je pomen neločljivo povezan z razlikovalnim karakterjem identitete. (Torfing 1999, 97)

Delovanja različnih vrst naddoločenosti so povezana z razlikovanjem med odnosi razlike in ekvivalence. Naddoločenost se pojavi na simbolni ravni kot presežni pomen in se kaže v obliki kondenzacije ali premestitve. Kondenzacija pomeni združenje različnih pomenov in označevanj v eno samo enotnost. Premestitev se kaže kot prenos označevanja ali pomena enega določenega momenta na drugega. Pri kondenzaciji določeni moment prevzame več pomenov, premestitev pa, ko se vzpostavi, odnos sorodnosti. V lacanovski teoriji se kondenzacija izenači z metaforo, premestitev pa z metonimijo. V odnosu razlik ni ne metafor ne metonimij. Toda ekvivalenčna prekinitvev razmerij razlike se nagiba k ustvarjanju metonimičnih razmerij sorodnosti, ki pojasnjuje konstrukcijo metafore. (Torfing 1999, 98)

Po Torfingu Laclau in Mouffe trdita, da je vsak diskurz konstituiran kot poskus dominiranja diskurzivnega polja z razširjanjem pomenskih verig, ki delno fiksirajo pomene plavajočih označevalcev. Privilegirane diskurzivne točke, ki delno fiksirajo pomen znotraj pomenskih verig so točke prešitja. Točke prešitja ustvarijo in vzdržujejo identiteto posameznega diskurza, tako da konstruirajo vozlišče določenih pomenov. Torfing navaja (1999, 98) Žižek trditev, da to ni le najbogatejša beseda, v kateri bi bilo kondenzirano vso bogastvo polja, ki ga prešije, temveč beseda, ki kot beseda sama na ravni označevalca združuje dano polje in konstituira njegovo identiteto. To je prazen označevalec, čisti označevalec, brez označenca. Zgodi se namreč, da mnogo označevalcev, ki plavajo v polju diskurzivnosti, saj je bil njihov tradicionalni pomen izgubljen, nenadoma posreduje neki označevalec gospodar in retroaktivno konstituira njihovo identiteto s fiksiranjem plavajočih označevalcev znotraj paradigmatske verige ekvivalence. (Torfing 1999, 98–99) Laclau in Mouffe že v Hegemoniji in socialistični strategiji razložita, da sta uporabila koncept šiva, kot ga je razvil psihoanalitik Jacques-Alain Miller:

Hegemonistične prakse so suturirajoče, če je področje njihovega delovanja določeno z odprtostjo družbenega, z radikalno nefiksnostjo vsakega označevalca. Ta izvirni manko pa je prav tisto, kar poskušajo hegemonistične prakse zapolniti. Popolnoma suturirana družba bi bila družba, v kateri bi to zapolnjevanje doseglo skrajne posledice, tako da bi se potemtakem lahko izenačila s transparentnostjo zaprtega simbolnega reda. Takšno zaprtje družbenega pa je, kot bomo še videli, nemogoče (Jacques-Alain Miller v Laclau in Mouffe 1987, 43).

3.2.3 Označevalci

Prazni označevalci so strogo vzeto označevalci brez označenca. Toda če ne bi bili del procesa označevanja, bi ostali le skupek zvokov ali vidnih sledi. V praznih označevalcih pomena ne moremo natanko definirati. Jezik je po Saussuru sestavljen zgolj iz razlik, v njem ni nobenega pozitivnega elementa. Laclau sistem razlik prenese v proces označevanja. Znotraj sistema označevanja torej obstajajo zgolj razlike. (Laclau 2008b, 115)

Sistem mora izločiti iz sebe element, v razmerju do katerega so vse druge razlike enake. Tako se med elementi znotraj sistema oblikuje veriga ekvivalenc, v razmerju do izključenega elementa, čeprav so si elementi znotraj sistema med sabo različni, kar omogoča začetek procesa pomenjanja. Ta proces pomeni začasno utrditev pomena, to je prehod od elementov k momentom preko artikulacije. (Laclau 2008b, 116)

Laclau razloži tudi (2008a, 49), kako delujejo prazni označevalci v politiki: »različne politične sile lahko tekmujejo v prizadevanju, da bi svoje partikularne cilje predstavile kot cilje, ki opravljajo izpolnitev manka«, ki je zmeraj prisoten zaradi necelosti družbe. Hegemonizirati nekaj pomeni natanko opravljati to funkcijo izpolnitve. »Vsak termin, ki v določenem političnem kontekstu postane označevalec manka, ima isto vlogo. Politika je možna, ker se konstitutivna nemožnost družbe lahko reprezentira le skozi produkcijo praznih označevalcev« (Laclau 2008a, 49).

Kar loči en sistem od drugega oziroma ga omejuje (problem meje), je obstoj konstitutivne zunanosti, ki nima nobenega skupnega merila s sistemom, iz katerega je izključena. Konstitutivna je zato, ker je to radikalna drugačnost, ki hkrati omogoča (konstituira) in zanika meje in identiteto diskurzivne formacije. To ne more biti zgolj razlika, saj bi sicer pomenilo, da je to le še ena razlika v sistemu razlik (torej znotraj sistema), temveč gre za stanje izključenosti. Elementom v konstitutivni zunanosti je skupna zgolj negacija diskurza A tako, da postanejo ekvivalenčna veriga anti-A (ne pa ne-A, ali B). (Torfing 1999, 124–125)

Laclau in Mouffe konstitutivno zunanost izenačita z družbenim antagonizmom. Antagonizem je artikulacija anti-A diskurza, ki A–ju onemogoča identiteto. (Torfing 1999, 128) »To je, meje označevanja se lahko zgolj razglasijo za nemožnost realiziranja tega, kar je znotraj teh meja; če bi namreč meje lahko bile označene neposredno, bi bile notranje označevanju in torej sploh ne bi bile meje« (Laclau 2008a, 41).

Tako razmerje med označevalci je torej možno le ob obstoju dihotomne meje. Če ta meja ni natančno definirana, ampak le zamegljena, pomeni, da se tudi na njeni površini dogaja hegemonski boj. Na ekvivalenčno verigo takrat pritiskajo označevalci rivalskega hegemonskega načrta. Brez rivalskih ekvivalenčnih verig bi pomen ekvivalenčne verige določal prazni označevalec. Ob soočenju z rivalskimi ekvivalenčnimi verigami ta postane plavajoči označevalec, katerega pomen je lebdeč in odvisen od tega, katera od ekvivalenc je v hegemonskem boju dominantna. (Laclau 2008b, 116–118)

Tudi vse družbene identitete so križišča med logiko ekvivalence in logiko razlike. Če prevladuje logika ekvivalence, dobimo ostro delitev družbe na dva tabora, medtem ko pri

prevladi logike razlike družbeno polje ostane bolj kompleksno. Nobena od teh logik pa ne more popolnoma prevladati (Torfing 1999, 125–126).

Zato tudi Laclau razlaga, da sta prazni in plavajoči označevalec strukturno različna, vendar se v praksi pogosto prekrivata:

V praksi pa razdalja med obema ni tako velika. Obe sta hegemonski operaciji, najvažnejše pa je, da se njuni referenti precej prekrivajo. Položaj, kjer je bila pomembna samo kategorija praznega označevalca ob popolni izključitvi plavajočega momenta, bi bil položaj, kjer bi imeli popolnoma nepremično mejo – nekaj skorajda nepredstavljivega. Nasprotno, povsem psihotičen univerzum, kjer bi imeli čisto plavanje brez vsakršne delne utrjenosti, prav tako ni zamisljiv. Plavajoče in prazne označevalce je treba torej razumeti kot delne razsežnosti, in zato kot analitično razločljive v vsakem procesu hegemonске konstrukcije »ljudstva« (Laclau 2008b, 118).

Glede na prevlado logike ekvivalence ali razlike Laclau in Mouffe ločita tudi različne tipe družbenega antagonizma: populističnega in demokratičnega. Pri prvem prevlada logika ekvivalence, ki diskurzivni prostor ostro loči v dva tabora. Celo družbeno polje obvladuje družbeni antagonizem, na katerega se morajo nanašati vsi manjši antagonizmi in tako poenostavijo družbeni prostor. Drugi tip je demokratični antagonizem, pri katerem prevlada logika razlike, antagonizem pa razdeljuje le manjši družbeni prostor. Tipični primeri takih antagonizmov so nova družbena gibanja in bojišče med onesnaževalci in okoljevarstveniki, industrializiranim kmetijstvom in ekologiji, vojaško industrijo ter mirovnimi gibanji, patriarhalno strukturo in feminizmom itd. Ta gibanja ne pozivajo k boju proti skupnemu sovražniku, hkrati pa jim to preprečujejo družbeni trendi, kot so fragmentacija in individualizacija. (Torfing 1999, 127)

3.3 KRITIČNA ANALIZA DISKURZA

Analiza teksta spada med kvalitativne analize, in se po tem razlikuje od kvantitativne analize vsebine (angl. content analysis). Kvalitativna analiza teksta temelji na konceptih kot so jezik, tekst in diskurz. Ti koncepti se uporabljajo v množici metodologij in teorij. Kritična teorija diskurza se od drugih razlikuje v »pojmovanju odnosa med jezikom in družbo ter analizo in analiziranimi praksami« (Fairclough in Wodak v Vezovnik 2008, 81). Kritična analiza diskurza analizira diskurz ne le na ravni teksta, temveč upoštevajoč širše družbeno okolje. Norman Fairclough razdeli diskurzivno analizo na tri ravni:

- teksta
- interpretacije
- makrosociologije (Fairclough 1995).

Andreja Vezovnik v članku iz leta 2008 razpravlja o kompatibilnosti Faircloughovega pristopa s sodobnimi diskurzivnimi teorijami Ernesta Laclaua. Ugotovi, da se pristopa razlikujeta v priznavanju zunaj in znotraj diskurzivnih elementov. Fairclough daje prednost zunajdiskurzivnim elementom, ki vplivajo na diskurzivne elemente, Laclau in Mouffova pa ne priznavata obstoja zunajdiskurzivnih elementov. Foucault, na čigar teoriji temeljita oba koncepta, je v povezavi z obstojem zunajdiskurzivnih vplivov nejasen. Razlikovanje diskurzivnih in zunajdiskurzivnih elementov pripelje do razlike v osredotočenju. Fairclough se bolj osredotoča na analizo fiksiiranih diskurzov oz. diskurzivnega reda, Laclau in Mouffova pa na kontingentnost oz. antagonistične odnose v družbi, ki privedejo do razpada začasno fiksiiranih diskurzov oz. struktur. (Vezovnik 2008, 92)

Fairclough diskurz torej fiksira, Laclau in Mouffova pa poudarka na kontingentnosti diskurzov ne uspeeta operacionalizirati. Vezovnikova predlaga povezavo njunega pristopa s Faircloughovim konceptom intertekstualnosti, ki Faircloughu pomeni »značilnost tekstov, ki pomeni, da so teksti polni odlomkov iz drugih tekstov, ki so lahko eksplicitno razmejeni ali spojeni s prvotnim tekstom. Ta jih lahko asimilira, jim ugovarja, jih ironizira in tako dalje« (Fairclough v Vezovnik 2008, 93). Tako Vezovnikova pokaže, kako lahko spojitev teh pristopov omogoči veljavno analizo.

KAD nima enotne teorije ali metodologije, ampak temelji na njihovi integraciji in interdisciplinarnosti. Ponavljajoče teme, ki jih obravnava, pa so skriti in transparentni

strukturni odnosi dominacije, diskriminacije, moči in nadzora, kot se odražajo v jeziku. (Weiss in Wodak 2003, 1.pogl.)

V okviru KAD se na Foucaulta in Laclaua izrazito opira Siegfried Jäger. Njegov pristop ustreza načinu zastavitve problema v tej nalogi. Meni namreč, da je kritičnost KDA osnovana tudi na Foucaultovem izpraševanju in prevpraševanju proizvodnje vednosti in njenega vpliva. Jäger želi s svojimi analizami sodobnih diskurzov osvetliti učinke njihove moči in način delovanja. Zanj je diskurz »tok vednosti« (*ang. flow of knowledge*), ki ustvarja pogoje za formacijo subjekta in oblikovanje družbe. Diskurzi so tako materialne realnosti, ki živijo svoje življenje in imajo učinke na izvendiskurzivne elemente. Jäger jih kljub temu pravzaprav izenači z »realnostjo«, saj trdi da diskurzi niso nič manj realni kot materialna stvarnost in tako vključi diskurze v realnost in s tem na isto raven kot izvendiskurzivne elemente, med katere prišteva tudi moč. (Jäger 2001, 32–37)

Takšnemu razumevanju je hkrati blizu in daleč Laclau, saj so diskurzi zanj prav tako materialni, vendar vse druge elemente (ki niso izvendiskurzivni) umesti skupaj z diskurzi v polje diskurzivnosti, ki so zmeraj diskurzivno konstruirani. Ti elementi z artikulacijo postanejo diskurzi (se začasno utrdijo kot momenti). (Laclau in Mouffe 1987)

Jäger nasprotuje tudi razlagi diskurza kot lažni zavesti, saj trdi, da diskurzi niso popačene ali zmanipulirane verzije realnosti, temveč imajo lastno realnost. Zato tudi analize diskurza ne razume samo kot interpretacijo že obstoječega ali kot analizo naknadnega dodeljevanja pomenov, temveč predvsem kot analizo produkcije realnosti, ki jo ustvarja diskurz. Meni, da je diskurz nad posameznikom, saj prenaša več vednosti, kot je poseduje posameznik. Kot pomemben način ustvarjanja diskurzivne realnosti Jäger izpostavlja kolektivni simbolizem. Kolektivne simbole po Drewsu definira kot kulturne stereotipe, ki so izročeni in uporabljani kolektivno. »Diskurz izvaja moč s prenašanjem vednosti, s katero se hrani individualna in kolektivna zavest. Ta vednost, ki se pojavi, je temelj za posameznikovo in kolektivno akcijo in ustvarjanje realnosti« (Jäger 2001, 37–38).

Osrednji problem za zasnovo metodologije diskurzivne analize je za Jägerja še vedno narava povezave med diskurzi in ustvarjanjem realnosti, torej izven diskurzivnih elementov. Pri analizi te povezave se opre na Foucaultov dispozitiv. Za Foucaulta je dispozitiv preplet diskurzov in dejanj, temelječih na diskurzih ter rezultatov teh dejanj. Foucault deli te elemente na diskurzivne in nediskurzivne, hkrati pa ne vidi smisla v določanju, kateri

elementi so diskurzivni in kateri ne. Elementi dispozitiva so zanj heterogeni, med nje pa prišteva institucije, arhitekturo, zakone, administrativne ukrepe, znanstvene trditve, filozofske, moralne ali filantropske nauke, skratka vse, kar je rečeno in kar ni rečeno. To so elementi dispozitiva, dispozitiv sam pa je mreža, v katero so vpeti ti elementi. V dispozitivu ti elementi sobivajo vendar Jäger meni, da odnosi med njimi niso pojasnjeni. Dispozitiv je tako po Foucaultu le formacija, katere glavna naloga v določenem zgodovinskem trenutku je odgovor na nujno. Dispozitiv ima torej primarno strateško funkcijo. (Jäger 2001, 38–41)

Foucault vidi povezanost elementov v skupnem cilju, ki je ohranitev trenutne nuje (angl. urgency), ni pa prisotne nobene notranje vezi. Jäger meni, da ta vez obstaja v obliki človeške čutne zaznave, ki posreduje med subjektom in objektom. To podkrepi s teorijo dejavnosti (angl. activity theory) Vygotskega in Leontjeva, ki pravi, da pomen stvarem dodeli posameznik (premosti razpoko med diskurzom in realnostjo), ko najde motiv v določeni potrebi in želi nato doseči cilj, za kar uporabi dejanje. Tako proizvedeni izdelki so lahko blago, nove misli in načrti, skozi katere spet nastane nova čutna zaznava in krog se tako ponovi. (Jäger 2001, 42)

Jäger skuša dispozitiv prilagoditi svojim potrebam za analizo, pri tem se sklicuje tudi na Laclaua, ko citira njegovo razlikovanje oziroma nerazlikovanje med diskurzivnim in nediskurzivnim:

Z diskurzivnim ne razumem nič, kar bi se v strogem smislu navezovalo na tekst, temveč skupek fenomenov družbene produkcije pomena, na katerem je taka družba utemeljena. To ni vprašanje gledanja na diskurz kot na raven ali dimenzijo družbenega, ampak da ima (diskurzivno) enak pomen kot družbeno samo. /.../ Posledično nediskurzivno ni nasprotje diskurzivnemu, kot da bi imeli opravka z dvema različnima ravnama, zato ker ni nič izven družbenega, kar bi določalo diskurzivno. Zgodovina in družba sta torej nedokončana teksta (Laclau v Jäger 2001, 42).

Pri tem pa se Jäger ne opre na Laclauovo (ne)razlikovanje med diskurzom in diskurzivnim oziroma poljem diskurzivnosti, ampak še naprej skuša prilagoditi dispozitiv. Nato izpostavi orodja, ki mu pomagajo vzpostaviti metodologijo analize diskurza. V nalogi bom uporabljala njegova orodja, ki jih bom dopolnjevala z že razloženimi koncepti Laclaua kot so artikulacija, hegemonija, prazni in plavajoči označevalci, diskurz in diskurzivno polje ter drugi.

3.3.1 Opredelitev Jägrovih orodij za analizo diskurza

(Jäger 2001, 46–51)

Diskurzivni niz

V splošnem družbenem diskurzu se pojavijo zelo raznolike teme. Tematsko uniformirane diskurzivne procese Jäger poimenuje diskurzivni nizi. Vsak diskurzivni niz ima sinhrono in diahrono dimenzijo. Sinhroni rez skozi diskurzivni niz ima kvalitativni doseg. Ta rez je narejen, da bi identificirali, kaj je bilo rečeno ali kaj je, je bilo in bo izrekljivo v določeni pretekli, sedanji ali prihodnji točki v času, z drugimi besedami, v vsakokratnem, sedanjem času v celotnem obsegu.

Fragment diskurza

Vsak diskurzivni niz sestoji iz mnogoterih elementov, ki jim tradicionalno rečemo tekst. Jäger ima raje izraz fragment diskurza kot tekst, ker lahko tekst hkrati nagovarja več tem in tako vsebuje več fragmentov diskurza. Čemur reče Jäger fragment diskurza je torej tekst ali del teksta, ki se ukvarja z določeno temo. To pomeni, da se fragmenti diskurza povezujejo v diskurzivne nize.

Prepletenost diskurzivnih nizov

Tekst lahko vsebuje različne diskurzivne fragmente; ti se pojavijo v splošni in prepleteni obliki. Diskurzivna prepletenost nizov se pojavi, ko tekst jasno nagovarja različne teme, in tudi, ko govori o glavni temi, ki se sklicuje tudi na druge teme. Tak je primer komentarja, ki se ukvarja z dvema temama, ki navidezno nimata nič skupnega. V tem primeru imamo dva različna fragmenta diskurzov, ki sta prepletena med sabo. Na drugi strani lahko tematsko bolj ali manj uniformen tekst (torej fragment diskurza) bolj ali manj omenja druge teme in tako zveže obravnavano temo z več temami naenkrat. Tak primer najdemo, ko v tekstu s temo imigracije zasledimo ekonomski in diskurzivni niz o ženskah. Gre lahko tudi le za začasno prepletenost.

Diskurzivni dogodki in diskurzivni kontekst

Vsi dogodki imajo diskurzivne korenine, z drugimi besedami, lahko najdemo diskurzivno razporeditev, katere materializacijo predstavljajo. Toda diskurzivni so lahko le tisti dogodki, ki so posebej politično poudarjeni (v splošnem preko medijev) in kot taki vplivajo na smer in kakovost diskurzivnih nizov, ki jim bolj ali manj pripadajo.

Identifikacija diskurzivnih dogodkov je lahko pomembna tudi za analizo diskurzivnih nizov, saj njihov oris pokaže obrise diskurzivenga konteksta, ki sovpada z dotičnim diskurzivnim nizom.

Diskurzivne ravni

Posamezni diskurzivni nizi delujejo na različnih diskurzivnih ravneh (znanosti, politike, medijev, izobraževanja, vsakdana, poslovnega sveta, administracije). Takim diskurzivnim ravnam bi lahko rekli tudi družbene lokacije, od koder se dogaja »govor«. Lahko se tudi zgodi, da diskurzivne ravni vplivajo ena na drugo, se povezujejo, izrabljajo ipd.

Diskurzivna pozicija

Diskurzivna pozicija se nanaša na ideološko lokacijo osebe ali medija: Margaret Jäger jo definira tako: »Z diskurzivno pozicijo razumem ideološko lokacijo, od koder nastane sodelovanje v diskurzu, njegova ocena in skupine ter institucije. Ustvarja in ponavlja posebne diskurzivne prepletenosti, ki se hrani z izkušnjami in sedanjostjo življenjsko situacijo vpletenih v diskurz. Diskurzivna pozicija je torej rezultat vpletenosti, vtkanosti v različne diskurze, ki jim je bil posameznik podvržen in ki so bili skozi tok svojega življenja sproščeni v določeno ideološko pozicijo.«

Splošni družbeni diskurz in njegova zapletenost

V določeni družbi diskurzivni nizi tvorijo skupni družbeni diskurz v stanju kompleksne prepletenosti. Predpostavljati moramo, da družbe niso nikoli popolnoma homogene, v posebnih okoliščinah je zato potrebno operirati s podskupinami v družbi.

Nedvomno je splošni družbeni diskurz še posebej prepleten. Diskurzivna analiza želi razplesti to mrežo najprej z izoliranjem posameznih diskurzivnih nizov na določeni diskurzivni ravni.

Zgodovina, sedanjost in prihodnost diskurzivnih nizov

Diskurzi /diskurzivni nizi imajo sedanjost, preteklost in prihodnost. Potrebno je torej analizirati daljša obdobja diskurzivnih procesov, da lahko razkrijemo moč, gostoto in prepletenost posameznih diskurzivnih nizov z drugimi, spremembe, razpoke, osušitev (prenehanje) in ponovno pojavitev.

Jäger kot oporo pri analizi diskurza ob prej naštetih orodjih ponudi tudi metodološke napotke, ki naj služijo kot koraki, ki bi pripeljali do veljavne analize. Analizo diskurza označi za veljavno, ko ni mogoče o določenem diskurzu ni mogoče povedati nič več tehtnega. Ponudi tudi natančen načrt procesiranja materialne osnove (diskurzivnih fragmentov), ki pa je namenjen analiziranju medijskih diskurzov (predvsem v tiskanih medijih) na temo diskriminacije. Upoštevala bom njegove metodološke napotke z manjšimi prilagoditvami glede na moj raziskovalni problem. Ker procesiranje, kot ga predlaga Jäger, poteka na drugi diskurzivni ravni kot jo obravnavam, z drugimi diskurzivnimi nizi, ga na svoj raziskovalni problem ne bom aplicirala. Pri Jägrovem procesiranju gre v veliki meri tudi za sam izbor novinarskih prispevkov iz časopisa in izločanje relevantnih diskurzivnih fragmentov. V nadaljevanju bom podrobneje razložila izbor svoje materialne osnove za analizo, ki sam razreši večino vprašanj, ki se zastavljajo v Jägrovem procesiranju.

5 metodoloških napotkov:

1. kratek opis (sektorja) diskurzivne ravni
2. izoblikovanje in analiza materialne osnove ali arhiva
3. analiza strukture
4. podrobna analiza enega ali več fragmentov
5. splošna analiza diskurzivne ravni

3.3.2 Prilagoditev metodoloških napotkov za analizo diskurza družbene odgovornosti

1. Akademsko in strokovno diskurzivno raven.
2. Pripevki na konferenci IRDO kot materialna osnova analize.
3. Določitev, katero mesto v diskurzivnem polju zaseda družbena odgovornost; ugotovitev, ali je mogoče v njej prepoznati praznega označevalca.
4. Podrobna analiza diskurzivnih fragmentov in identificiranje diskurzivnih nizov.
5. Analiziranje prepletenosti diskurzivnih nizov.

Jägerjeve metodološke napotke je potrebno prirediti, saj so v osnovi namenjene (kot večina analiz KDA) obravnavi medijske diskurzivne ravni, znotraj katere iščejo različne diskurzivne nize diskriminacije in tiste, ki so povezani z njo.

Prvi korak je opis diskurzivne ravni. V nalogi se bom ukvarjala z akademsko in strokovno diskurzivno ravni. Zanju naj bi bila značilna logična argumentacija, natančno citiranje in upoštevanje intelektualne lastnine, uporaba metodologije in večdimenzionalno osvetljevanje problema. Akademsko in strokovno raven se razlikujeta po tem, da strokovna raven izhaja iz aplikacije vednosti in opozarja na probleme, ki pri tem nastajajo, medtem ko akademsko raven predpostavlja raziskovanje vednosti same. Izbor teh diskurzivnih ravni za analizo utemeljujem z zastavitvijo problema, v kateri me zanima proces konstrukcije diskurzov, torej proizvodnje vednosti.

Drugi korak je izbor materialne osnove analize. Kot materialno osnovo sem izbrala prispevke na mednarodni konferenci Inštituta za raziskovanje družbene odgovornosti *Družbena odgovornost in izzivi časa*. Izbor je upravičen zaradi pomembnosti organizacij, ki sodelujejo pri izvedbi konference in raznolikosti sodelujočih, ki zavzemajo različne diskurzivne pozicije. Kljub tej raznolikosti je znotraj prispevkov mogoče razbrati ponavljanje tem, kar omogoča izoliranje diskurzivnih fragmentov, ki tvorijo diskurzivne nize.

Tretji korak je za Jägra strukturna analiza. Sama pod tem razumem organizacijo diskurzivnega polja, ki me zanima. Analizirala jo bom tako, da bom preverila, ali je mogoče razumeti družbeno odgovornost kot Laclaujev prazen označevalec. Zavedam se, da Laclauja zanima predvsem dinamični vidik spreminjanja diskurzivnega polja, vendar pa prazen označevalec velja za delno fiksacijo pomena. Ta dinamični vidik je kljub temu prisoten ob upoštevanju koncepta hegemonije, ki ga bom vključevala v analizo.

V četrtem koraku bom na podlagi posameznih diskurzivnih fragmentov iz organizacije diskurzivnega polja poskušala razbrati posamezne diskurzivne nize in jih opisati.

V petem koraku, ki predstavlja splošno analizo, bom predstavila prepletenost diskurzivnih nizov in izpostavila, kateri izmed njih dominira diskurzivno polje.

4 DRUŽBENA ODGOVORNOST V SLOVENIJI

Kratek pregled literature o družbeni odgovornosti v Sloveniji služi predvsem predstavitvi področja in opredelitvi temeljnih pojmov, in sicer na osnovi akademskih prispevkov, vpisanih v vzajemno-kataložno bazo COBIB.SI, saj bi ravno od njih pričakovala prevpraševanje samega koncepta in ne le navijaško držo. Izpostavljam tudi tri šole DOP, ki v Sloveniji ponujajo, sicer neformalno, izobraževanje o DOP in tako kažejo in z reproduciranjem svojega pogleda določajo razumevanje DOP v okolju iz katerega izhajajo. Zato je pomembno vedeti, kdo je njihov ustanovitelj in v čigavem interesu je opredelitev DOP. Okvir Slovenije sem izbrala, ker je potrebno prostor analize zamejiti, hkrati pa me zanima, ali se bo v konstrukciji diskurza DOP pojavila kakšna specifičnost za naš kulturni prostor.

Najzgodnejši zapis o DOP, ki je zabeležen v vzajemni-kataložni bazi COBIB. SI je članek Mojce Černigoj, *Prvi globalni standard za "družbeno odgovornost podjetij"*, iz leta 1999 v Industrijski demokraciji. Posamezne vsebinske teme, ki so znotraj koncepta DOP, kot so okoljska problematika, odnos do zaposlenih, povezanost z lokalno skupnostjo, filantropija ipd., se seveda pojavijo že mnogo prej. Nova je uporaba DOP kot termina, ki je vozlišče vseh teh tem, pa čeprav ni niti jasno določeno katerih. Zanimivo je, da prvi zabeleženi članek o DOP govori že o standardih, ki pomenijo institucionalizacijo koncepta, še preden se je sploh pričela razprava o konceptu samem. To kaže na tujost DOP, prinesena je bila torej od drugod, iz drugih kulturnih prostorov, saj se je pri nas razprava začela razmeroma pozno. DOP se v povezavi s standardi kasneje pojavlja tudi ob robu drugih konferenc: 9. letna konferenca kakovosti Gorenjske 2007, (Kanalec 2007), Družbena odgovornost / Srečanje partnerjev SIQ 2008, ki jo je organiziral Slovenski institut za meroslovje (Drevenšek 2008), statistično je DOP predelovala Irena Ograjšek (2009) v prispevku Raziskava "Družbena odgovornost podjetij z vidika slovenskih porabnikov": prikaz izpovedne moči preprostih parametrov opisne statistike, objavljenem v Biltenu Statističnega društva Slovenije.

O povezavi med računovodstvom in DOP govori članek Polonce Kidrič (2006) Informacije o družbeno odgovornem poslovanju v letnih poročilih velikih slovenskih podjetij v reviji IKS /Revija za računovodstvo in finance. O DOP kot računovodskem orodju piše tudi Blanka Vezjak (2008) v članku, objavljenem v zborniku referatov s 40. simpozija o

sodobnih metodah v računovodstvu, financah in reviziji, ki ga organizira Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije. Ti članki poskušajo DOP oštevilčiti in predstaviti kot enega izmed ekonomskih kazalcev.

Drugačno pot ubere Urša Golob, ki se v svojem doktoratu Posameznik in družbena odgovornost podjetij v času transformacije slovenske družbe (2006) loti DOP iz širše, družbene perspektive. V njem natančno razišče izvor pojma in opre družbeno odgovornost na moralno filozofijo. Skuša se dokopati do bistva družbene odgovornosti, ki bi ga bilo mogoče operacionalizirati. Hkrati prikazuje takratno stopnjo sprejemanja družbene odgovornosti v slovenskem gospodarstvu. Pred in po doktoratu Urša Golob prispeva k diskurzu družbene odgovornosti tudi v obliki člankov, objavljenih v znanstvenih in strokovnih revijah. Skupaj s Klementom Podnarjem v reviji Industrijska demokracija objavita serijo člankov. V članku »Evropsko« razumevanje družbene odgovornosti podjetja (2006a) skušata pokazati, da se v Evropi oblikuje drugačen model DOP kot v anglosaksonskih državah. Anglosaksonski temelji na lastnem interesu podjetja, zahtevana pa je transparentnost poslovanja, ki lahko pokaže izmerljive koristi ali škodo DOP. V Evropi ločita štiri obstoječe modele DOP, in sicer nemškega, latinskega, skandinavsko-nizozemskega in posocialističnega, ki se med sabo ločijo po količini in zahtevnosti zakonskih določil s področja DOP, po stopnji doseganju konsenza med vpletenimi akterji (med katerimi je upoštevano različen obseg deležnikov), po upoštevanju zahtev potrošniških in družbenih gibanj. Evropsko razumevanje DOP označita kot implicitno, kar pomeni, da temelji na pravilih, normah in zakonskih predpisih, ki od podjetja zahtevajo, da se ukvarja z družbenimi vprašanji. *Nacionalne politike so razdeljene na tri ključna področja: promocija družbene odgovornosti, zagotavljanje transparentnosti in razvoj politik, ki podpirajo družbeno odgovornost.* (Golob in Podnar 2006a) Eksplicitni model poudarja prostovoljno delovanje podjetja, ki je lahko tudi posledica neformalnih pritiskov javnosti in deležnikov, ki pa jih podjetje vseeno skuša prikrojiti glede na lastne interese. Evropa naj bi vse bolj sprejemala tudi eksplicitno razumevanje DOP, še posebej v posocialističnih državah, v obliki sponzorstva in donacij. Pri evropskem sprejemanju eksplicitnega modela je še naprej poudarjen socialni dialog in s tem notranja dimenzija DOP, ki je pomembna komponenta motivacije zaposlenih.

V naslednji številki Urša Golob in Klement Podnar objavita članek Stičišča družbene odgovornosti podjetja in participacije zaposlenih pri upravljanju (2006d). Čeprav je del

evropskega pojmovanja DOP tudi delovanje na podlagi prostovoljnosti, predvsem sindikati in druga delavska združenja poudarjajo interno dimenzijo družbene odgovornosti kot zavezujočo. DOP naj bi spodbujala večjo pripadnost zaposlenih, zaposleni pa bi morali participirati tudi pri nadzoru in uveljavljanju podjetja in uveljavljanju praks DOP. Potrebo po participaciji zaposlenih spodbujajo tudi standardi DOP, med njimi npr. SA 8000, ki temelji na konvenciji Mednarodne organizacije dela (ILO). SA 8000 vključuje tudi transparentno poročanje o interni dimenziji DOP, ki vključuje kakovost odnosov, delovne pogoje, preventivo, upravljanje in vodenje. Za izvedbo zgoraj navedenih točk se predlaga ustanovitev delovnih skupin, ki bi podpirale proces ocenjevanja in spremljanja delovanja podjetja, tako znotraj podjetja samega (zaposleni) kot zunaj njega (sindikati). Golobova in Podnar predlagata posvetovanje z delavci, ki lahko s svojimi mnenji prispevajo k boljšim praksam, hkrati pa so bolj motivirani. Menita, da bi s takšno participacijo in sistemom anketiranja zaposlenih »dosegli ustrezno raven internega komuniciranja in hkrati dvignili raven zavedanja o pomenu družbene odgovornosti med zaposlenimi« (Golob in Podnar 2006d).

Leta 2006 v Industrijski demokraciji izide članek *Evropa kot središče odličnosti za družbeno odgovornost podjetij?*. V njem avtorja (Golob in Podnar 2006b) soočita poročilo, izdano marca 2006: Izvajanje partnerstva za rast in delovna mesta: Evropa – središče odličnosti za družbeno odgovornost podjetij in Nacionalno poročilo o javni politiki na področju družbene odgovornosti podjetij v Sloveniji, izdano leta 2006. V poročilu Evropske komisije DOP razumljena kot temelj dolgoročne rasti in ohranitve obstoječega modela evropske družbe. Spet je poudarjena notranja dimenzija DOP, saj je tudi samo poročilo nastajalo ob sodelovanju evropskega sveta delavcev. Kot ukrepe predlaga dvigovanje ozaveščenosti in izmenjavo najboljših praks, podporo pobudam deležnikov, sodelovanje z državami članicami, obveščanje potrošnikov in transparentnost, raziskave, izobraževanje, spodbujanje malih in srednjih podjetij k DOP ter vključevanje mednarodnih organizacij pri nadzoru in promoviranju DOP. Nacionalno poročilo poroča o razdrobljenosti praks DOP in redki uporabi samega termina, obljublja pa tudi večjo pozornost države v prihodnosti. Avtorja sta skeptična do sodelovanja države pri razvijanju DOP, saj takratni snovalci ekonomskih reform vidijo DOP kot oviro konkurenčnosti slovenskih podjetij nasproti slabim pogojem dela na Kitajskem, ki podraži končni izdelek. Tako gledišče ne sovпада z evropskim modelom DOP, zato predlagata možnost

soupravljanja zaposlenih, povečano vlogo sindikatov in večjo pozornost notranji dimenziji DOP tudi v malih in srednjih podjetjih.

Golobova in Podnar (2007) v isti reviji objavita članek Participacija zaposlenih in komuniciranje o družbeni odgovornosti podjetja. Tokrat zaposlene izpostavita kot pomemben dejavnik pri kredibilnem komuniciranju podjetja o DOP. Spet ločita eksplicitni in implicitni model DOP, poudarita pa tudi, da je Slovenija za razliko od drugih posocialističnih držav v veliki meri sprejela implicitni model. Javnost se v družbenih okoljih, ki sprejemajo implicitni model DOP, ambivalentno opredeljuje o komuniciranju podjetij o DOP, saj po eni strani zahteva poročanje o izpolnjevanju norm in pravil DOP, po drugi strani pa prevladuje odklonilen odnos do komuniciranja o dodatnih prostovoljnih aktivnostih, npr. filantropiji. Golobova in Podnar zato trdita, da je v takih okoljih še bolj pomembna notranja dimenzija DOP, predvsem kot participacija zaposlenih. Če so zaposleni prepričani o odgovornem delovanju podjetja in pri uveljavljanju praks DOP tudi sami sodelujejo, lahko v svoji lokalni skupnosti in v stiku z drugimi deležniki podjetja utrjujejo ugled podjetja kot družbeno odgovornega in tako prispevajo h kredibilnosti vseh komunikacijskih naporov podjetja o DOP.

Ista avtorja objavita tudi članek v Teoriji in praksi z naslovom: Socialna ekonomija in družbena odgovornost: alternativni globalni anarhiji neoliberalizma (2002). V njem predstavita DOP kot odgovor na zahteve, ki jih postavlja javnost hegemoničnemu neoliberalističnemu modelu gospodarstva. DOP se mora povezovati s socialno ekonomijo, hkrati pa ostati znotraj neoliberalnega razumevanja DOP, ki poudarja dolgoročno povečanje profita. To bi povzročilo konstruiranje novih pomenov znotraj profitnega sektorja in imelo pozitivne posledice za vse družbene akterje, ki pa morajo vseeno sodelovati pri konstruiranju novih pomenov. Ti družbeni akterji so profitni sektor, država, državljani in tretji sektor v obliki kooperacijskih skupin in neprofitnih združenj, podporna infrastruktura, ki pomaga pri lokalnem gospodarskem razvoju in organizacije znotraj socialne integracije, ki pomagajo pri razvoju mini podjetij.

Urša Golob je prispevala članke tudi za zbornik Mednarodne konference družbene odgovornosti, ki jo od leta 2006 dalje vsako leto organizira mariborski inštitut Institut za razvoj družbene odgovornosti (IRDO). Zbornik konferenc iz let 2006, 2007, 2008 bo okvir moje diskurzivne analize.

Omeniti je potrebno tudi prispevek Julije Magajna v knjigi *Prispevki h kritiki managerske paradigme* (2008), kjer v prispevku z naslovom *Management telesa brez organov obravnava* tudi tekst s konference IRDO. DOP poimenuje kot medsebojno prevzemanje oziroma integracijo ciljev podsistemov s ciljem višjega sistema, in sicer na podlagi teorije želje Deleuza in Guattarija. Njene argumente bom podrobneje predstavila v poglavju o managerskem diskurzu.

O povezavi marketinga in DOP govori Jančič v svojem konceptu celostnega marketinga. Družbeno odgovornost označi za inherentno značilnost celostnega marketinga. (Jančič 1996) V svojem članku iz leta 2004 analizira odnos med marketingom in družbeno odgovornostjo. Meni, da je marketing poklican za ukvarjanje z družbeno odgovornostjo. Eden od temeljev družbene odgovornosti je namreč teorija deležnikov. Jančič utemeljuje, da je bil marketing ena izmed prvih disciplin, ki se je začela ukvarjati z različnimi deležniki (potrošniki in dobavitelji). Kot zagovornik univerzalističnega pojmovanja marketinga, ki vidi marketing v vseh družbenih odnosih, meni, da je ena izmed možnih utemeljitev tudi teorija družbene menjave. Obračuna tudi s kritikami družbene odgovornosti podjetij. Na liberalno tržno kritiko, da se mora podjetje osredotočiti le na svojo osnovno dejavnost, odgovarja, da mora podjetje pomagati reševati probleme, ki jih je s svojim delovanjem samo povzročilo, saj bo lahko le tako dolgoročno uspešno poslovalo. Na kritike o pretiranem poseganju DOP v politično sfero pa odgovarja, da je pravzaprav večja težava preveliko poseganje države v ekonomijo. Z zavračanjem teh kritik in kritik samega marketinga, ki imajo veliko stičnih točk, saj jih je veliko mišljenih kot kritika sodobnega poslovnega modela, Jančič zaključi, da ima marketing pomembno vlogo pri nadaljnjem razvoju družbene odgovornosti podjetij. (Jančič 2004)

V letu 2008 je izšla knjiga *Družbeno odzivno komuniciranje*, v kateri skuša Oliver Vodeb spojiti družbeno odgovornost s komunikacijsko učinkovitostjo. Natančno opredeli družbeno odzivnost in poda njene značilnosti. Meni, da mora družbeno odzivna praksa zraven 4., 5., 6. in 7. značilnosti vsebovati vsaj še eno izmed prvih treh:

1. prikaže skrita razmerja moči v družbi,
2. vzpostavlja skupnosti sodelovanja,
3. odpira nov komunikacijski kanal,
4. aktivno participira v družbenokulturnih procesih,
5. je pozoren/-a na lastne učinke komuniciranja na družbo in kulturo z namenom, da komunicira družbeno odgovorno,
6. se v procesih komuniciranja samodekonstruira z namenom, da

vzpostavi kritično distanco publike do komunikatorja, 7. vzpostavlja dialog in /ali pogoje za dialog. (Vodeb 2008, 75)

Čeprav je koncept osnovan na družbeni odgovornosti, njenega koncepta Vodeb nikjer ne razloži ali poda njene definicije. Družbena odgovornost je predpostavljena kot splošno dobro, nekaj k čemur vsi težimo. Zanimivo je tudi, da koncept družbene odzivnosti obravnava tudi Urša Golob, vendar v čisto drugem kontekstu. Pri tem navaja avtorja Sethija, ki si je družbeno odzivnost zamislil kot nadgradnjo družbene odgovornosti, v smislu anticipiranja družbenih problemov in preventivnega delovanja (Sethi v Golob 2006, 74). Vodeb pa družbeno odzivno komuniciranje predstavi kot alternativo sledenju zapovedi »kula«. Trdi namreč, da je v oglaševanju od 60-ih let prejšnjega stoletja veljala zapoved iskanja drugačnosti, edinstvenosti (biti kul). Ti oglasi zmeraj znova kolonizirajo vsako kritiko in jo sprejmejo vase kot nekaj novega.

Zraven že omejene IRDO konference, ki je edina večkrat ponovljena konferenca v Sloveniji, z DOP kot glavnim predmetom obravnave. Koncept DOP pa je predstavljen tudi ob robu drugih konferenc in predstavljen s posameznimi prispevki v zbornikih. Eden prvih takih zbornikov je zbornik Razvojnoraziskovalna dejavnost ter inovacije, konkurenčnost in družbena odgovornost podjetij (2004), kjer so v sicer najkrajšem poglavju tudi prispevki o DOP. Debeljak in Gregoričeva (2004) v članku Ekonomski model družbene odgovornosti izoblikujeta svoj model DOP, ki ga opredeljuje na teorijo deležnikov v povezavi s presežno vrednostjo. Trdita, da so podjetja družbeno odgovorna, če vsota vrednosti bodočih koristi povečuje dodano vrednost za vsakega deležnika, oziroma da je dodana vrednost za vsakega deležnika večja ali enaka nič. Pri tem poudarjata, da odločitev za DOP hkrati pomeni razvoj konkurenčnosti podjetja in njegovo dolgoročno naravnost.

Rejčeva (2004) v članku iz istega zbornika izrazi skrb nad povečevanjem poročanja o DOP, ki pa se ne odraža v samem delovanju podjetij, zato se ji zdi, da se povečuje nevarnost zreduciranja DOP na komunikacijsko strategijo pri dvigovanju ugleda. Trdi, da se mora izkazati v finančnih kazalnikih, če pričakujemo dosledno upoštevanje načel DOP, saj se z razvijanjem modelov za pretvorbo DOP v finančne kazalnike lahko razvije sistem odločanja in nadzora poslovno odločitvenih modelov in kulture v podjetjih.

Tudi Slapničarjeva (2004) v istem zborniku piše o poročanju o DOP. Pri tem jo prav tako skrbi, koliko je povečevanje količine poročanja o DOP povezano z dejanskim dvigom DOP in kako pokazati, koliko DOP pripomore k finančni uspešnosti podjetja. Naredila je raziskavo o poročanju slovenskih podjetij o DOP, v kateri pa upošteva le okoljsko dimenzijo DOP in odnos do zaposlenih. V raziskavi je ugotovila, da se poročanje o DOP pospešeno razvija tudi v Sloveniji.

Tudi na posvetovanju Prenos novosti v podjetniško prakso / 23. posvetovanje PODIM v organizaciji Ekonomsko-poslovne fakultete Maribor je bilo govora o DOP (Knez-Riedl, 2002). Ista avtorica leta 2003 objavi članek Kakovost, inovativnost in boniteta podjetja - prešibko upoštevanje kakovosti poslovanja in inovativnosti pri presojanju bonitete podjetja v publikaciji Organizacija, leta 2004 pa je sodelovala tudi na konferenci Družbena odgovornost podjetij, v organizaciji Obrtne zbornice Slovenije in Gospodarske zbornice Slovenije s prispevkom Uvod v družbeno odgovornost malih in srednje velikih podjetij.

Družbena odgovornost in etika v organizacijah je bila osrednja tema na 7. znanstvenem posvetovanju o organizaciji, leta 2006 v organizaciji Fakultete za organizacijske vede Kranj in Ekonomske fakultete Ljubljana. Na njem je svoj članek Negativni vplivi upravljalne strukture na poslovno odločanje in družbeno odgovorno delovanje predstavila Melita Rant. Sodelovala sta tudi Vojko Potočan in Matjaž Mulej s člankom Družbena odgovornost trajnostnega podjetja, ki sta ga leta 2007 tudi objavila v publikaciji Organizacija. V sodelovanju z Anito Hrast je Mulej leta 2008 objavil članek o DOP v publikaciji Skupaj smo močnejši! pametnejši, lepši - zbornik prispevkov z druge konference nevladnih organizacij Podravja. Z avtorji, s katerimi sodeluje tudi v prispevkih IRDO se v članku, ki obravnava sedanjo krizo kot priložnost v publikaciji Kriza – priložnost za pozitivne spremembe s primeri dobre prakse različnih organizacij / 34. posvetovanje Planiranje in vodenje organizacij v kriznih razmerah s poudarkom na aktualno temo 2009, ki ga je organiziralo Društvo ekonomistov. Lahovnik (2008) objavi članek Družbena odgovornost kot dejavnik korporacijskega upravljanja podjetij v Sloveniji v publikaciji Naše gospodarstvo.

Polajnar (2004) je objavil članek Odgovorni imajo prednost : koncept družbene odgovornosti podjetij v Gospodarskem vestniku.

Območna gospodarska zbornica Slovenije Maribor je izdala priročnik Uvajanje družbene odgovornosti v poslovno prakso malih in srednje velikih podjetij v Sloveniji : priročnik s primeri dobre prakse (2007), čigar avtorji se skoraj vsi pojavljajo kot avtorji prispevkov IRDO.

Kozoderc (2009) je izdal knjigo Trajnovativnost : novi izzivi družbene odgovornosti podjetij pri Založbi Salve in v sodelovanju s Socialno akademijo. Socialna akademija je ena izmed teh šol DOP v Sloveniji, ki ponujajo neformalno izobraževanje in usposabljanje za prakticiranje DOP. Ustanovljena je bila leta 2004 s strani treh društev: Društvo mladinski ceh, Društvo Slovenski katoliški izobraženci in Društvo za trajne človekove vrednote Perennia. Zraven ostalih aktivnosti vsako študijsko leto od 2003/04 pripravijo program, ki povezuje različne aspekte družbene odgovornosti. Vsebinski sklopi programa so: komunikacija – 4 konci tedna, politična filozofija – 2 konca tedna, zgodovina – 2 konca tedna, družbeni nauk Cerkve – 1 konec tedna, projektno in timsko delo – 1 konec tedna, pravo – 1 konec tedna, ekonomija in etika – 2 konca tedna.³

Druga šola DOP je nastala v letu 2008 v sodelovanju med SPEM Komunikacijsko skupino, Londonsko šolo za odnose z javnostmi (LSPR), Barbaro Žaucer, takrat s Fakultete za družbene vede, Zavodom Ekvilib, Uradom RS za enake možnosti ter podporo Generalnega direktorata za zaposlovanje, socialne zadeve in enake možnosti. Na svoji spletni strani pravijo, da je namen šole *»da se udeleženci naučijo, da družbena odgovornost ne ščiti le ugleda podjetja, temveč krepi tudi njegovo finančno stanje in izboljšuje odnose med deležniki.«* Program zaobjema naslednje teme: oblikovanje družbene odgovornosti podjetij v okviru poslovne etike; kaj je DOP; zakaj so korporacije danes tako ranljive: kakšna je povezava z upravljanjem ugleda; kakšni so glavni trendi in zakaj so pomembni; kaj je DOP in kaj ni: kakšne strategije so najpomembnejše v DOP.⁴

Tretja je šola družbeno odgovornega gospodarjenja (DOG), ki je ponujena na strani druzbeno-odgovornost.si, ki jo ureja Zavod Center za informiranje, sodelovanje in razvoj nevladnih organizacij (CNVOS) in ga je ustanovilo 27 nevladnih organizacij.⁵ Pravijo, da je njen namen strokovno usposabljanje in izpopolnjevanje na področju gospodarjenja, ki

³ (<http://www.socialna-akademija.si/>, 5. junij 2009)

⁴ (<http://pr-education.net/index.php?id=415>, 5. junij 2009)

⁵ (http://www.cnvos.si/index.php?option=com_content&task=view&id=12&Itemid=39, 5. junij 2009)

kot širši pojem vsebuje predvsem upravljanje in vodenje.⁶ Sam program bi naj potekal v okviru Enajste akademije, zasebnega zavoda, registriranega kot neprofitna civilno-družbena organizacija. Njihov namen pa je sodelovati pri rekonstrukciji civilne družbe.⁷

Opaziti je, da se avtorji, predvsem pa institucije, povezane z DOP, v tem pregledu ponavljajo. Ker gre za akademske prispevke seveda izstopajo fakultete: Ekonomska fakulteta v Ljubljani, Ekonomsko-poslovna fakulteta Maribor, Fakulteta za družbene vede in Fakulteta za organizacijo Kranj. Gospodarstveniki v ta diskurz stopajo predvsem preko Gospodarske zbornice Slovenije in njenih območnih izpostav, Obrtne zbornice Slovenije in Štajerske. Na več mestih se pojavlja tudi komunikacijska skupina SPEM, ki sodeluje pri konferenci IRDO, kot tudi pri izpeljavi Šole družbene odgovornosti. Svoj pogled na DOP oblikujejo tudi interesne skupine, kot so krščanski poslovneži, ki prav tako prispevajo k razvoju diskurza DOP.

4.1 Konferenca IRDO

Vse te različne pozicije, s katerih govorijo ustvarjalci diskurza DOP, se pojavijo tudi na konferenci IRDO. Konference o družbeni odgovornosti od leta 2006 prireja IRDO - Inštitut za razvoj družbene odgovornosti. Ustanovljen je bil leta 2004 kot neprofitni zavod z namenom raziskovati in pospeševati razvoj družbene odgovornosti v Sloveniji in v svetu.⁸ Prizadeva si povezati vse ključne akterje na področju razvoja družbene odgovornosti, hkrati pa želi prispevati k prenosu in prilagajanju tujega znanja ter konceptov slovenskim razmeram in izmenjavo slovenskih izkušenj s tujimi strokovnjaki, podjetji in organizacijami.

Med svoje dejavnosti inštitut prišteva raziskovanje, svetovanje, izobraževanje, informiranje, promocijo, povezovanje in dobrodelnost. V okviru inštituta deluje Strokovni svet, ki skrbi za programsko usmerjanje dejavnosti zavoda. Sestavljajo ga predstavniki ustanov, podjetij, strokovnih združenj, medijev, civilne družbe in drugi strokovnjaki. Znotraj inštituta deluje tudi znanstveno-raziskovalni svet.⁹

⁶ (http://www.druzbeno-odgovornost.si/index.php?option=com_content&task=view&id=23&Itemid=2, 5. junij 2009)

⁷ (<http://www.ena-a.net/zasnova.htm>, 5. junij 2009)

⁸ (<http://www.irdo.si/podatki.html>, 25. april 2009)

⁹ (<http://www.irdo.si/institut.html>, 25. april 2009)

Sami na svojih spletnih straneh pravijo:

Prirajamo jo (konferenco) vsako leto z namenom, da bi v slovenskem prostoru pomagali krepiti družbeno odgovornost. Razvoj družbene odgovornosti je namreč nujen na vseh področjih družbenega življenja, prav tako povezovanja med različnimi akterji, ki na tem področju delujejo. Nujna pa je tudi primerjava raziskovalnih in teoretskih izhodišč, s praktičnimi izkušnjami v zakonodaji, gospodarstvu, socialni, varstvu okolja in drugod.¹⁰

Družbeno odgovornost skušajo predstaviti z vladnega, etičnega, podjetniškega, medijskega, izobraževalnega, raziskovalnega in drugih vidikov. Prva konferenca je bila poimenovana »Družbena odgovornost in izzivi časa 2006« brez podnaslova, leta 2007 se je imenovala enako, toda s podnaslovom »Vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih organizacijah«, leta 2008 pa je bil podnaslov konference »Prispevki družbene odgovornosti k dolgoročni uspešnosti vseh udeležencev na trgu«.

Obravnava prispevkov iz konference je pripravna za analizo diskurza. Pravzaprav jo lahko obravnavamo kot arhiv. Kot vsak arhiv je natančno zamejena s končnim številom tekstov, ki niso obremenjeni z mojim izborom ali določanjem pomembnosti. Prispevki hkrati zajemajo zelo raznolika področja in vpeljujejo raznolike diskurze, kar mi omogoča analizo odnosov med posameznimi diskurzi. Glede na to, da sem si za okvir analiza izbrala diskurz o DOP v Sloveniji, govori izboru teh tekstov za analizo v prid tudi dejstvo, da je eden od ciljev konference tudi prilagajanje družbene odgovornosti podjetij slovenskim razmeram. Konferenco uradno podpirajo organizacije in združenja, ki so pomembne za slovenski družbeni prostor. Med podpornike konference sodi Gospodarska zbornica Slovenije, Društvo za PR, komunikacijska agencija SPEM in Urad predsednika republike. Z DOP se ukvarjajo tudi organizacije, kot je CMSE, ki je pod okriljem GZS in druge, kot npr. Umanotera, ki pa so tudi že predstavljale svoj pogled na konferenci IRDO. Teksti o DOP se pojavljajo tudi na drugih konferencah v Sloveniji, a nobena ne predstavlja DOP kot osrednje teme, temveč zgolj kot dodatek. Upravičeno je torej trditi, da so teksti s konference približen posnetek diskurza o DOP v Sloveniji.

¹⁰(<http://www.irdo.si/dejavnost.html>, 25.4. 2009)

4.1.1 Vzorec raziskave

Število prispevkov se je iz leta v leto povečevalo, zmanjševala pa se je njihova dolžina. Leta 2006 je na konferenci sodelovalo 12 prispevkov, s povprečno dolžino skoraj 7 strani. Naslednje leto je sodelovalo že 27 prispevkov, od tega jih je bilo 5 objavljenih kot PowerPoint predstavitev. Povprečna dolžina prispevkov tega leta v vezanem tekstu je približno 5 in pol strani. Leta 2008 je na konferenci nastopalo 30 prispevkov, izmed katerih sta bila 2 v obliki PowerPoint predstavitve, povprečna dolžina ostalih besedil pa je padla na 4 strani in pol. Skupno je v analizo zajetih 69 prispevkov.

5 ANALIZA

5.1 KAJ JE DRUŽBENA ODGOVORNOST V PRISPEVKIH NA IRDO KONFERENCI?

Veliko prispevkov (29) skuša definirati družbeno odgovornost že v uvodu. Strokovnjaki, ki skušajo družbeno odgovornost povezati z ozkim in dobro definiranim področjem (npr. mediji oz. novinarstvo v Petelinšek 2006 in Bašič Hrvatini 2007; medicina v Flis 2006; izobraževanje v Knez-Riedl 2006; javna uprava v Korade Purg 2006, človekove pravice v Marzel 2008), pustijo definicije DOP ob strani in pišejo le o etiki na svojem področju. Predstaviti skušajo idealno stanje in težave, ki ga ločijo od tega stanja in s tem reševanje teh težav samoumevno uvrščajo v družbeno odgovornost, ki jo torej razumejo kot približevanje idealnemu stanju.

Mnogi prispevki že v uvodu opozorijo na **neopredeljenost in/ali mnoštvo definicij**. Njihovi avtorji trdijo, da enotna definicija DOP ne obstaja, da je DOP težko razumeti ali pa, da je potrebno šele izluščiti pravi pomen DOP iz mnoštva definicij.

»Kaj je družbena odgovornost, je možno izluščiti tudi iz številnih opredelitev družbene odgovornosti podjetij«¹¹ (Knez-Riedl 2006).

¹¹ Zaradi lažje preglednosti uporabljam dva različna načina označevanja citatov: poševni tisk je uporabljen za citate iz prispevkov s konference IRDO, tudi če so ti krajši od petih vrstic. Ker gre za interpretativno analizo, se mi zdi pomembno v sam tekst vključevati fragmente diskurzov, saj ti govorijo sami zase, svojo nalogo pa vidim v njihovem povezovanju in iskanju skupnih predpostavk. Drug način označevanja citatov je pomanjšan tisk: z njim zapisujem citate avtorjev, ki so daljši od petih vrstic in s katerimi utemeljujem svoje interpretacije.

»Pojmovanja o tem kaj je družbena odgovornost, so različna...« (Hrovatič 2006).

»Koncept družbene odgovornosti ni točno definiran« (Heuffel Berginc 2007).

»Pojem družbene odgovornosti je težko razumeti, ker imajo različni ljudje različna prepričanja o tem, katera dejanja so tista, ki izboljšujejo družbeno blaginjo. Poleg tega pa pojem družbene odgovornosti pokriva različne teme, ki so nejasne glede tega, kaj je prav in kaj narobe« (Heuffel Berginc 2007).

»Opredelitev DOP je veliko in se med seboj tudi nekoliko razlikujejo, vendar so si v svojem bistvu precej podobne. A kljub temu pojmovanje koncepta še zdaj spremljajo nekatere nejasnosti, saj so mogoče različne interpretacije« (Jenko 2008).

Sodeč po prispevkih s konference je DOP **vseprisotna**, tako v institucijah kot v prevladujočih ideologijah. Svojo prisotnost je krepila skozi zgodovino, saj je, sodeč po prispevkih, prisotna že od antike, industrijske dobe ali od začetka dvajsetega stoletja.

»Razmišljanje o družbeni odgovornosti drugih organizacij pa tudi posameznikov in skupin je sicer v ozadju, toda pridobiva čedalje večji pomen« (Knez-Riedl 2006).

»Družbena odgovornost se je pojavila kot koncept v začetku dvajsetega stoletja (Verčič in Gruning v Vrana 2006). V literaturi je pojem družbene odgovornosti močnejše opažen in uveljavljen v zgodnjih petdesetih letih prejšnjega stoletja (Podnar in Golob v Vrana 2006). Glede na nekatere avtorje lahko korenine koncepta družbene odgovornosti iščemo že v srednjem veku« (Vrana 2006).

»Koncept DOP ima svoje korenine že v zgodnji industrijski dobi, ko so posamezniki, predvsem krščanski socialisti (med temi filozofi, politični ekonomisti, človekoljubi in pisatelji) pričeli vse več pozornosti namenjati uboštvu delavskega razreda« (Knez-Riedl 2006).

»Vsebinsko polje koncepta korporativne družbene odgovornosti (v nadaljevanju KDO) je izjemno široko, nanj pa lahko pogledamo z različnih zornih kotov« (Postružnik in drugi 2007).

»Res je, prav imate, družbena odgovornost je vpeta v prav vsak evropsko financiran projekt, brez izjeme« (Stern 2008).

»Uresničevanje zamisli o »družbeno odgovornem podjetništvu« kliče k sodelovanju tudi Cerkev. Krščanski poslovneži sprejemamo družbeni nauk Cerkve. Ekonomijo razumemo kot niz dejavnosti, ki zadovoljujejo človekove potrebe in v katerih uporabljamo omejene vire« (Rudel in Lecocq 2008).

»Pri konceptu družbene odgovornosti gre za tolikšno širino, da vseh aktivnosti enostavno ni mogoče pregledno predstaviti na enem mestu« (Štoka Debevec 2008).

DOP je v prispevkih kot bodisi **proces delovanja** bodisi **koncept**, celo kot **disciplina**. Največ prispevkov (12 od 29-ih, ki vsebujejo poskus definicije DOP) označi DOP kot koncept. Druga najpogostejša oznaka pa je ravnanje, ki se pojavi petkrat in kaže na poudarek prispevkov na dejanja. Drugi izrazi, ki označujejo DOP, so še tematika, model, praksa. Dvakrat je DOP razglašena za znanstveno disciplino.

»Kot znanstvena disciplina se je družbena odgovornost pričela uveljavljati zlasti od petdesetih let minulega stoletja dalje« (Knez-Riedl 2006).

Definicije DOP so večinoma povzete iz tuje, predvsem anglosaksonske literature. Navedenih je 3-5, nato pa je izpostavljena tista, ki najbolj ustreza pomenu DOP iz sledečega teksta. Najpogostejše citiran model DOP je Carrollov.

Slika: 5.1: Carrollov model družbene odgovornosti



Vir: Ečimović in drugi (2008)¹²

¹² Izvirna tabela je v angleščini.

Sklicevanja na slovenske avtorje je razmeroma malo, prisotno je, ko avtorji v prispevku skušajo oblikovati lastno definicijo DOP. Izvirno definicijo nam ponudi prof. Mulej, ki ga citirajo tudi drugi:

Z vidika teorije sistemov – kot znanosti o celovitosti kot svetovnem nazoru in metodah za njegovo uresničevanje namesto pretirane specializacije in z njo povezane ozkosti gledanja, razmišljanja, izbiranja meril, odločanja in delovanja – pomeni sodobni pojem družbena odgovornost – širših družbenih organov, posamičnih organizacij in posameznikov – obliko poti k več, morda celo k toliko celovitosti, da bi bila skladna z zakonom zadostne in potrebne celovitosti (Mulej in Kajzer v Mulej in drugi 2006) (Mulej in drugi 2006).

Pogosta je reformirana Friedmanova logika:

Friedman (1970) je dejal, da družbena odgovornost pomeni vodenje podjetja v skladu z željami lastnikov, kar naj bi na splošno pomenilo, ustvariti čim več denarja in se pri tem ravnati v skladu z osnovnimi družbenimi normami, tako tistimi, ki izhajajo iz prava, kot tudi tistimi, ki izhajajo iz etičnih poslovnih navad. Cilj podjetja je maksimizacija dobička ali tržne vrednosti, kar je odvisno od omejitev, ki jih nalagajo družbene norme. Zaključil je, da tisti, ki se obnašajo družbeno odgovorno, delujejo v nasprotju z interesi zaposlenih in delničarjevimi interesi. Poudaril je, da izvrševalci družbenih namer delujejo kot državni uslužbenci, saj obdavčujejo deležnike in ustvarjajo izdatke oz. stroške, katerih deležniki ne odobravajo. Se pravi, da delujejo kot politični sistem in ne kot tržni sistem, ki pa je najboljši način za razporeditev redkih virov do alternativnih uporabnikov (Heuffel Berginc 2007).

Med večkrat citiranimi avtorji je tudi Drucker, čigar definicijo navajam malo kasneje pri umestitvi DOP v sfero političnega. Različne definicije se poskuša tudi razvrstiti:

Glede razvoja DOP je ilustrativno Zadekovo (2002) razlikovanje treh generacij DOP. Prva generacija, ki je najbolj tradicionalna ter hkrati najbolj razširjena, uveljavlja družbeno odgovornost v smislu filantropije podjetja zaradi varovanja poslovnega ugleda.

Druga generacija poudarja DOP kot del dolgoročne poslovne strategije. Ta strateški pristop, oziroma kot ga imenujejo mnogi, strateška družbena odgovornost podjetja, je aktualen danes. Tretja generacija vključuje v DOP problematiko revščine, izključevanja in okoljske degradacije (Knez-Riedl 2007).

Kljub množičnosti definicij je dominantna in največkrat citirana definicije Evropske komisije, ki pravi, da je družbena odgovornost *»koncept, s pomočjo katerega podjetja na prostovoljni osnovi integrirajo družbene in ekonomske zadeve v svoje poslovanje in v svoja razmerja z deležniki«* (Metka Štoka Debevec 2007).

Glede na to, da dominantna definicija DOP izhaja iz ene izmed vrhovnih evropskih institucij, bi lahko trdili, da v diskurzu družbene odgovornosti prevladuje **institucionalen diskurz**, ki določa pravila delovanja. Vendar lahko že iz same institucionalne definicije izvemo, da je poudarek na **prostovoljnosti delovanja**. Gre torej za preseganje zakonskih določb in omejitev, pravila, ki jih določajo institucije pa so samoumevno del družbene odgovornosti in kot je moč videti v enem od zgornjih citatov, so vsi projekti Evropske unije družbeno odgovorni.

Velikokrat je DOP definirana tako, da je predstavljena kot skupek področij brez jasne povezave, skupen jim je le **etičen princip do udejanja**. Imamo torej opraviti s praznim ali plavajočim označevalcem?

Pomen označevalca DOP je v analiziranih besedilih lebdeč, z analizo je mogoče razbrati tudi diskurzivni boj, ki poteka za (vsaj začasno) utrditev pomena.

Laclau govori o procesu označevanja, ki je rezultat hegemonske artikulacije, zmeraj v sferi političnega.¹³

Če želimo pokazati, kaj je DOP v procesu označevanja postala oziroma mesto kakšnega označevalca je zavzela, je potrebno to diskurzivno polje umestiti v sfero političnega ali bolje pokazati prisotnost političnih sil v diskurzivnem polju, kjer nastaja DOP.¹⁴

»Občasno jo uporabljajo tudi politične strukture, da skozi promoviranje različnih pristopov možne socialne države in tržnega gospodarstva lažje oblikujejo ljudem všečno politiko« (Vrana 2006).

¹³ Riha v spremni besedi k Emancipacijam (2008) trdi, da je Laclaujeva misel zmeraj hkrati filozofska in politična, politika pa realno ne-možno-filozofije.

¹⁴ O prikriti politični dimenziji govori tudi članek Taboos in CSR. V njem Kalio izpostavi politično naravo diskurza DOP kot enega izmed treh tabujev znotraj tega diskurza (druga dva sta amorálnost podjetij in neomejena rast). Čeprav se DOP legitimizira kot doseganje skupnih družbenih ciljev, kar je tradicionalno domena politike, je to mešanje dveh sfer le malokrat izpostavljeno v akademskih debatah. (Kallio 2007)

DOP v sfero političnega postavlja sklicevanje na **povečano demokratičnost** v organizacijah, ki ji sledijo in primerjava DOP s korporativnim državljanstvom. Pogosta je tudi kritika države in zamisel, da profitni sektor prevzema odgovornost za spodletele poskuse ostalih družbenih akterjev.

Vsebina demokracije se širi. Pustimo starogrško demokracijo v Atenah ob stran, saj je zajemala samo odrasle moške sužnjelastnike in ni bila predstavniška, ampak neposredna, kar se danes ne zdi več izvedljivo, dokler gre za politično demokracijo. Od Magne Charte, ki je pred mnogo stoletji zajela vanjo le nekatere pravice plemičev v odnosu do kralja, do danes je politična demokracija zajela vse odrasle ljudi obeh spolov v praktično vseh državah, članicah OZN. Od konca oblasti cehov in od sprostitev podjetništva dalje obstaja poleg politične tudi ekonomska demokracija (kot makroekonomska pravica vseh nastopati na trgu). Odkar je dokazano, da je v podrejenih veliko ustvarjalnosti in da prav demokracija na delovnem mestu omogoča, da se ta ustvarjalnost spremeni v inovativnost, podjetju ali drugi organizaciji koristno, je vse več tudi te vsebine demokracije. Lokalna demokracija je stara praksa. Družinska demokracija precej manj, še so potrebni telefoni za pomoč ženskam in otrokom. O šolski demokraciji se prav sedaj ponovno ali pa nenehno krešejo mnenja, kakšna naj bo (manj pa o njenem načelnem obstoju kot pred desetletji): šola pač (naj) več ne proizvaja ljudi kot neustvarjalnih živih delov tekočega traku, ampak pomaga razvijati ustvarjalne osebnosti, sposobne za življenje v inovativni družbi. Etičnost človekove lastne in skupne odgovornosti, pa tudi medsebojnega zaupanja, spodrina etičnost ubogljivosti, medsebojnega strahu in konjskih slepic (prim. Rozman in Kovač, ur., v Mulej in drugi 2006).

Tudi to je korak naprej k družbeni odgovornosti. Dokončnega koraka najbrž ni, kot najbrž ni človeške sposobnosti za dokončno in popolno celovitost (Mulej in drugi 2006).

Drucker (v Hrast 2006) o družbeni odgovornosti meni: »Družbena odgovornost, ki si prizadeva za zdravo in vitalno skupnost, ni 'filantropija' za pluralno ustanovo, temveč njen lastni interes.« Po njegovem mnenju naj bi »pluralne ustanove zato v svoje vizije, vedenje in vrednote vključile skrb in odgovornost za skupno dobro in s tem prevzele tudi politično odgovornost (Hrast 2006).

Koncept družbene odgovornosti se razvija v poslovnem svetu, čeprav bi po našem mnenju to moral opraviiti v prvi vrsti družbeni sektor kot baza družbene odgovornosti,

ker s svojo dejavnostjo in programi kreira družbo blaginje, izobražuje ljudi za poslovni svet in opozarja na socialno izključevanje, ali pa bi moral pri tem vsaj aktivno sodelovati. Te vloge družbeni sektor ni opravil (Hrovatič 2007).

Zdaj, ko smo DOP umestili v politično sfero, lahko nadaljujemo s preverjanjem za kakšen označevalec gre v primeru DOP.

Za nastanek praznega označevalca je bistven obstoj družbenega antagonizma. Ta nastane med dvema družbenima skupinama, ko ena drugi začne onemogočati obstoj njene identitete. Pri tem ne gre zgolj za nasprotovanje. Nasprotovanje v diskurzivnem polju je moč opaziti v Friedmanovih kritikah. Kot kritik družbene odgovornosti se v analiziranih prispevkih izpostavlja Milton Friedman, ki družbeni odgovornosti nasproti postavlja neoliberalni model z argumentom, da je primarna naloga podjetja ustvarjanje profita, upoštevanje drugih pa podjetju in njegovim lastnikom samo škoduje. Družbena odgovornost se neoliberalizmu ne postavi po robu kot antineoliberalizem, ampak svoj obstoj upraviči z argumentom, da družbena odgovornost dolgoročno poveča profit in pospeši rast, kar jo pravzaprav vključi v diskurz neoliberalizma. Kritika Milтона Friedmana je tako zavržena v okviru diskurza neoliberalizma, tako da pravzaprav neoliberalizem kolonizira koncept družbene odgovornosti. To predstavita Golob in Podnar v članku Socialna ekonomija in družbena odgovornost: alternativni globalni anarhiji neoliberalizma (2002). V njem predstavita DOP kot odgovor na zahteve, ki jih postavlja javnost hegemoničnemu neoliberalističnemu modelu gospodarstva. DOP se mora povezovati s socialno ekonomijo, hkrati pa ostati znotraj neoliberalnega razumevanja DOP, ki poudarja dolgoročno povečanje profita.

Očitno v tem kontekstu ni mogoče govoriti niti o nasprotju med neoliberalizmom in DOP, kar je razumljivo, če razumemo DOP kot rezultat diskurzivnega boja med zahtevami.

Odgovor na katere grožnje je torej diskurz družbene odgovornosti? V analiziranih prispevkih so te **grožnje brezoblične množice, ki se spopadajo z revščino in poslabšanimi življenjskimi pogoji, ki so posledica onesnaževanja.**

Pritiske na družbeno odgovorno ravnanje podjetij lahko razdelimo na notranje in zunanje. Notranje pritiske izvajajo zlasti zaposleni (Aguilera idr. v Golob in Podnar 2006c). Druga vrsta pritiskov, zunanji pritiski, so bolj pogosti (npr. Smith; Klein; v Golob in Podnar 2006c). Posamezniki lahko vršijo pritiske na podjetja in velike

korporacije v različnih vlogah; najpogosteje kot aktivni državljani, člani različnih nevladnih organizacij in skupin pritiska, ozaveščeni potrošniki. Prav tako se razlikujejo načini, s katerimi pritiskajo na podjetja, da bi sprejela svojo družbeno odgovornost: od srečanj z vodstvom podjetja, aktivnosti v medijih, prek bojkotov do drugih oblik aktivizma (Golob in Podnar 2006c).

Podjetja, ki pa prostovoljno izvajajo družbeno odgovornost, so nagrajena na trgu, na primer s povečanim povpraševanjem po njihovih izdelkih. Podjetja se lahko za izvajanje družbene odgovornosti odločijo iz različnih razlogov. Nekateri menijo, da se bo tako povečal njihov dobiček, drugi se odločijo zgolj iz nesebičnih razlogov. Tretji se tako izognejo zunanjemu pritisku interesnih skupin (Heuffel Berginc 2007).

Torej: sodoben potrošnik, državljani postaja vse bolj zahteven. Tudi konkurenčen boj med številnimi podjetji na trgu je vse zahtevnejši in mnoge lahko reši le inovativen pristop k razvoju izdelkov, storitev in projektov. Sodobnemu potrošniku kmalu ne bo več vseeno, če izdelek kupuje poceni, in če ta kmalu po nakupu razpade. Tudi mu ne bo vseeno, če so ga za zelo majhno plačilo (ali pa celo zastonj) naredile otroške roke, ženske ponoči in tudi ne, če je sestavljen iz zdravju škodljivih sestavin.

Vse bolj se posameznik tako zaradi bolezni kot zaradi številnih drugih stisk sprašuje, kaj dobi za to, kar daje. In sodobno podjetje bo moralo dati več. Ne samo kakovosti, tudi dodane vrednosti, ki je vedno ni mogoče izmeriti v denarju, je pa sestaven del vsakega izdelka, storitve, čeprav zaenkrat še očem prikrita. A ostro oko državljan, potrošnika bo kmalu zahtevalo tudi dokazila o tem, kako in kje je bilo kaj narejeno, kakšne sestavine vsebuje, kakšna je trajnost in kakovost izdelka, storitve itd. (Hrast 2007).

Kot grožnja se kažejo tudi **rastoča ozaveščenost potrošnikov in njihova pogajalska moč**. Mnoge definicije izpostavljajo tudi pogajalsko moč potrošnika in pritiske javnosti na podjetje, iz vseh pa sledi neizpodbitna odločevalska moč managerjev, ki imajo vajeti trdno v rokah.

Iz številnih gibanj, neformalnih in formalnih, je očitno, da se prebujajo posamezniki (Klein v Golob in Podnar 2006c) v vlogi potrošnika, pa tudi kot državljani, lastniki delnic, družbeni aktivisti. Coldwell (v Golob in Podnar 2006c) pravi, da gre pri tem za »revolucijo vedno večjih pričakovanj«, saj se z dvigovanjem kakovosti življenja neke skupine posameznikov povečujejo tudi njihova pričakovanja glede družbe in podjetij.

Pri tem je zelo pomembna tudi posameznikova »potrošniška vloga«; socialna moč potrošnika se kaže v možnosti izbire (Jančič v Golob in Podnar 2006c).

Tudi v Sloveniji globalizacijski tokovi in ustvarjanje nadnacionalnih institucij (npr. EU), vplivajo na to, da posamezniki postajajo aktivni državljani, potrošniki, ki lahko od spodaj navzgor vplivajo na spremembe v družbi. Rus in Toš (v Golob in Podnar 2006c) ugotavljata, da se Slovenci in Slovenke vedno bolj angažirajo v t. i. alocentričnih organizacijah, ki temeljijo na pomoči drugim ljudem, varstvu človekovih pravic, okolja in mirovnih gibanjih. Pri celotnem evropskem prebivalstvu je zaznati globalno vrednotno preusmeritev, ki je v znamenju prehoda iz moderne v postmoderno dobo, kjer so pomembnejše nematerialne vrednote (Rus in Toš v Golob in Podnar 2006c) (Golob in Podnar 2006c).

Sodobni svet je poln nasprotij, med njimi je več zvrsti revščine. Večine izmed njih najbrž ni mogoče razreševati s prijemi običajne ekonomske teorije, ker so njihova posledica. To je izbrani problem tega prispevka, izbrani vidik pa je vprašanje, kaj bi se dalo glede revščine napraviti z načeli in ukrepi družbene odgovornosti. Morda bi trud morali in zmogli podpreti (med)državni organi, na primer z vzpostavitvijo (med)državne strategije za razvoj družbene odgovornosti in agencije, ki bi usklajevala trud vseh za razvoj družbene odgovornosti. Najprej pa kaže dojeti, koliko vrst revščine pravzaprav obstaja dandanes, v čem so njihovi vzroki in kako prilagoditi ravnanje vsaki od njih (Mulej in Hrast 2008).

Etika vse bolj upošteva različnost namesto enoumja in enoličnosti, kolikor bolj se uveljavlja inoviranje. Kupci niso več statistične enote v brezoblični masi, imenovani »trg«, ampak konkretni posamezniki, različni med seboj. To je videti kot korak naprej k družbeni odgovornosti: ljudje doživljajo večjo upoštevanost, četudi je povezana z borbo za dobiček med konkurenti na prodajni in nabavni strani trga. To je del ekonomskega dela demokracije (Mulej in drugi 2006).

Kot posamezniki smo vsi globalni državljani, potrošniki, vlagatelji, delavci in žrtve globalnih klimatskih sprememb in ekonomskih sil izven našega nadzora. Vendar pa so menedžerji tisti, ki se vsak dan soočajo z realno prakso vodenja v globalni ekonomiji, ki nikoli ne počiva. To npr. na nivoju podjetij pomeni razvoj in upravljanje odnosov z različnimi nivoji deležnikov. (McIntosh in drugi v Hrast 2006) V današnji globalni

ekonomiji so odnosi podjetja z njegovimi primarnimi in sekundarnimi deležniki postali vse bolj zapleteni, saj zajemajo veliko število deležniških skupin in problemov kot kdajkoli prej (Hrast 2006).

Antagonizem obstaja torej med neoliberalnimi zahtevami in antikapitalističnimi zahtevami. Opozoriti je treba, da tukaj ne gre za populistični antagonizem, ki bi družbo ostro razdelil na dva dela, ampak (zaenkrat) za **demokratičen antagonizem**, v katerem (še) prevladuje logika razlike. Jasno so zarisane tudi **meje diskurza družbene odgovornosti**, ki so hkrati tudi **meje kapitalizma**.

Polje diskurza o družbeni odgovornosti podjetij je torej znotraj **kapitalističnega diskurza**, saj je edina druga alternativa propad celotnega človeštva. Z omejevanjem iskanja alternativ znotraj kapitalističnega sistema se **ohranja status quo**. Družbena odgovornost se kaže kot najmanjša možna sprememba, ki jo morajo podjetja (in potrošniki) sprejeti ali pa bo bomo soočeni s spremembami, ki jim ne moremo biti kos. Družbena odgovornost postaja zapoved.

Za nižje družbene sloje to pomeni nekoliko več možnosti za boljše življenje, za višje družbene sloje pa nekoliko več miru pred nevarnostjo, da izgubijo vse, ker hočejo imeti preveč; tako se je v zgodovini že zgodilo sužnjelastnikom, fevdalcem, v sodobni zgodovini pa kolonialnim gospodarjem, dandanes pa npr. oblastnikom in menedžerjem, ki so prekoračili svoja pooblastila. Tako obnašanje velja za neetično po sodobnih merilih etičnosti, ki se od nekdaj prevladujočih razlikujejo v marsičem, četudi ne v vsem (Mulej in drugi 2006).

Kot je bilo pokazano z zgornjimi primeri diskurza, vsak po svoje delno fiksira pomen DOP. Mogoče je reči, da je **družbena odgovornost skupek zahtev**, ki govorijo o tem, kakšno naj bi bilo poslovanje podjetij v prihodnje, gre torej za doseganje idealnega stanja, ki pa ga je nemogoče doseči.

Te zahteve so si med sabo različne in posegajo na raznolika področja (zaposleni, okolje, lokalna skupnost, ...). Ekvivalenco med njimi vzpostavlja **hkratni odklonilni odnos do neoliberalizma** (njegovega izključevanja etike iz poslovanja podjetij) **in antikapitalizma**, ki zahteva temeljne družbene spremembe.

Pod družbeno odgovornost lahko torej uvrstimo vse prakse, ki se držijo naslednje formule: nespremenjen kapitalistični način delovanja podjetja (neoliberalizem) + etika = družbena odgovornost podjetij.

Da bi postala iz plavajočega prazni označevalec, ima družbena odgovornost funkcijo zbiranja zahtev postavljenih nasproti kapitalizmu, ki se mora nujno obnoviti, sicer bomo priča koncu sveta.

»Sedanji val truda za razvoj družbene odgovornosti se torej da razumeti kot nov praktičen poizkus uveljaviti zadostno in potrebno celovitost v medsebojnih odnosih ljudi kot specialistov, ki morajo živeti po etiki soodvisnosti, da ne bi propadli. Družbena odgovornost torej poizkuša preprečiti propad človeštva« (Mulej in drugi 2006).

Seveda je potrebno opozoriti, da ne gre za »čisti« prazni označevalec, ki ni mogoč, temveč se pomika proti plavajočemu označevalcu, kar je posledica nenehnih diskurzivnih bojev. Gre torej za obnovo sistema in v tem smislu transformistično hegemonijo, ki vsrka zahteve nasprotnega označevalca. Tako stališče do uvajanja družbene odgovornosti izraža tudi Alain Pellisier-Tanon v svojem članku Duh svobodnega podjetništva: Etika in odgovornost (The Spirit of free Enterprise: Ethics and Responsibility v zborniku Etične meje kapitalizma (Ethical Boundries of Capitalism): »s posvojitvijo družbeno odgovornega odnosa so podjetja tako rekoč od znotraj transformirala gibanje, ki se je v osnovi razvilo proti njim« (Pellisier-Tanon 2005, 147).

Družbena odgovornost je označevalec na križišču managerskega in etičnega diskurzivnega niza. Kateri je dominanten je odvisno od namena prispevka, vendar je zaradi akcijsko naravnane agende v večini primerov to **managerski diskurz**. Trdimo lahko torej, da v družbeni odgovornosti managerji zavladajo etiki (in ne ona njim).

5.2 DISKURZIVNI NIZ ETIKE

5.2.1 Poslovna etika

Prvo mesto pojavitve DOP je sodeč po več IRDO prispevkih (Knez-Riedl 2006; Mulej in drugi 2006; Strasser 2007; Ečimović in drugi 2008; Šopar 2008) poslovna etika. Poslovna etika predstavlja zgolj del področja etike in se uvršča v aplikativno etiko. Medtem ko lahko

poslovno etiko označimo za mesto vznika DOP, je danes v diskurzivnem nizu etike, ki znotraj njenega diskurzivnega polja soustvarja DOP prisotnih več etičnih tem in ne zgolj aplikativne etike. Diskurzivni fragmenti etike ne govorijo več le o podjetju samem, temveč tudi o razmerjih do drugih družbenih akterjev, hkrati pa lahko opazimo tudi poskuse oblikovanja splošnih pravil za druge akterje (posameznike, državni aparat, civilno-družbena gibanja...), ki bi spremenila temeljna družbena razmerja.

Najprej bom pojasnila prehod iz prevlade poslovne etike v tem diskurzivnem nizu, kar bom pokazala na delih uveljavljenih avtorjev, ki jih navajajo tudi prispevki s konference IRDO, nato pa bom izpostavila diskurzivne fragmente s širšega področja etike, ki oblikujejo diskurzivni niz etike.

Etiko mnogi avtorji s polja poslovne etike označujejo za skladnost z vnaprej določenimi pravili in normami, ki jih sprejema podjetje ali organizacija. Etično vprašljiva dejanja so torej tista, ki ne upoštevajo vnaprej določenih pravil. Pri takem pojmovanju etike je etika razkorak med dejanskim in idealnim stanjem družbe.

Tradicionalno pojmovanje kapitalizma, ki izhaja iz dela Adama Smitha Bogastvo narodov, namreč vidi idealno stanje sveta v samodejnem urejanju trga, ki s svojo »nevidno roko«, poskrbi za ravnotežje. Od tod izhajajo tudi neoliberalne težnje po deregulaciji oziroma čim večjem umiku države s trga, ki moti »naravno« delovanje trga. Samo delovanje podjetja je razumljeno kot amoralno. Pri takem pojmovanju je vključen tudi socialni darvinizem, v katerem poteka med udeleženci na trgu boj za preživetje, obstoj pa je omogočen le najmočnejšim. Vsak zasleduje svoj interes, ki ga vidi v maksimiziranju lastnega profita. Posledica maksimizacije profita je nenehna rast, ki je po Herbertu Spencerju naraven in nujen proces. Etika v poslovanju je izenačena z zakonitostjo. Sankcionira se torej le najhujše in dokazljive zakonske prestopke. (Daianu 2005,75)

Večina teoretikov DOP preseže tako pojmovanje etike, saj je njihov cilj tudi sprememba idealnega stanja. To idealno stanje je postavljeno nekam v prihodnost in se vztrajno izmika.

5.2.2 Od relativizma k holizmu

Nenad Mišević v spremni besedi k MacIntyrovei Kratki zgodovini etike (1993) opiše glavne tokove v sodobni etiki. Razlikuje med kognitivisti, ki menijo, »da so naša moralna prepričanja (»dobro je pomagati sosedu v stiski«) prepričanja o svetu, da so objektivno resnična oziroma lažna, pač glede na stanje stvari.« Nasprotno stališče zavzemajo nekognitivisti, ki trdijo, da moralna stališča ne morejo biti niti resnična niti lažna in da so moralni problemi stvar vrednosti in ne dejstev.

Za vplivno inačico nekognitivizma označi relativizem, ki trdi, »da so etična pravila veljavna samo v okviru neke moralne skupnosti in glede nanjo«. Med relativisti izpostavi Richarda Rortyja, ki se je etiki in politični filozofiji posvetil v knjigi »Contingency, Irony and Solidarity« iz leta 1989, »v kateri je na nov način postavil vprašanje o vlogi skupnosti pri moralnem in političnem razsojanju« (MacIntyre 1993, 270). Rorty svoji različici relativizma nadene ime pragmatizem.

Pragmatizem začena z idejo zgodovinske slučajnosti – naše moralne sodbe o posameznikih in skupnosti so zgodovinsko oblikovane, pod vplivom zgodovinskega naključja. Zato jih je nemogoče dokončno utemeljiti racionalno, z abstraktnimi razlogi ali političnimi oziroma filozofskimi teorijami. Kaj nam torej preostane? Kolektivno soglasje, odgovarja pragmatik (MacIntyre 1993, 270–271).

Pragmatik trdi, da je treba pri izbiri med objektivnostjo (ki je nedosegljiva) in kolektivnim soglasjem dati prednost slednjemu. Moja moralna in politična merila so merila moje skupnosti, pred katero upravičujem svoje ravnanje in prepričanja. Merila tujca so merila njegove skupnosti in nikakršne možnosti ni, da bi jih lahko upravičil pred menoj. Pragmatik predlaga »delitev človeškega rodu na tiste, pred katerimi moramo upravičiti svoja prepričanja in na druge. Prvo skupino /.../ sestavljajo tisti, s katerimi delite dovolj skupnih prepričanj, da lahko z njimi vstopite v ploden razgovor (MacIntyre 1993, 270).

Relativizem upošteva raznolikost kultur in predpostavlja enakopravnost raznolikosti, vsak torej sam določa svoje dobro, kar pa je problematično, saj lahko dobro nekoga pomeni slabo za drugega.

V analiziranih prispevkih prevladuje **moralni relativizem**, ki pravi, da se etične izbire izoblikujejo znotraj posamezne družbe s konsenzom glede temeljnih družbenih vrednot. Tak nazor se odraža v pogostem poudarjanju vrednot v IRDO prispevkih (Golob in Podnar 2006; Hrast 2006; Mulej in drugi 2006; Scocchera 2007; Hrast 2007; Heuffel Berginc

2007; Mulej in Prosenak 2007; Zadnik in Šmuc 2007; Bole 2007; Anello 2007; Gabrijelčič 2007; Bašić Hrvatinić 2007; Dolinšek 2008; Hawlina 2008; Jenko 2008; Rudel in Lecocq 2008; Stern 2008; Ečimović in drugi 2008; Gajzer 2008; Gorenak 2008; Mulej in Hrast 2008; Rejc 2008; Šopar 2008; Steiner 2008; Strasser 2008). Tak pogled je pravzaprav **enačenje etike s kulturnimi vrednotami in normami**.

Kot eden najbolj pogostih povodov za uvedbo DOP je naveden zunanji pritisk javnosti. Tako izjavo je mogoče podati le ob predpostavki, da **soglasje glede zahtev v javnosti**, dovolj močno, da ima vpliv na delovanje podjetja.

»Monsen (v Golob in Podnar 2006c) pripominja, da so pričakovanja družbe tista, ki predstavljajo minimalno raven družbene odgovornosti oziroma družbeno odgovornost opredeljujejo. Vsako dejanje podjetja, ki ne zadosti pričakovanjem družbe, hitro vodi v medijski škandal, bojkote, aktivistične akcije, stavke ipd. (Vallentin v Golob in Podnar 2006)« (Golob in Podnar 2006c).

Podjetja so torej odgovorna »svoji javnosti«. Pri takem razumevanju DOP njena **vsebina ni pomembna, treba je le zadostiti zahtevam**.

Okolje podjetja je kompleksno in v njem ni izpostavljeno eni sami javnosti. Sredstva obveščanja so tudi vse hitrejša in bolj množična, tako da je nadzor delovanja podjetja olajšan v primerjavi s preteklostjo. Če podjetje posluje v različnih kulturnih okoljih, kjer se vrednote razlikujejo ali pa si celo nasprotujejo, mora podjetje v skladu z relativističnim pogledom zadovoljiti zahteve javnosti, kjer posluje, pa tudi domače javnosti. Če so te vrednote in posledično interesi nasprotujoči, je podjetje v konfliktnem položaju.

To je mesto, kjer vzkljujejo zahteve po celovitem pristopu, ki v zadnjem koraku pripeljejo celo do zahtev po globalni etiki. Vrednote, ki so osnova za zahteve postavljene podjetjem, je treba **hierarhično urediti**. Potrebo po razvrstitvi deležnikov v prispevkih izpostavlja Pek Drapal (2008), prisotna pa je tudi v splošni delitvi na primarne in sekundarne deležnike, ki jo omenja veliko IRDO prispevkov. V tej delitvi so primarni tisti deležniki, ki so nepogrešljivi za delovanje podjetja. Taka delitev je povzeta po *David Wheeler in Maria Sillanpaa (Body Shop)* v Hrast (2006).

Tak prehod se utemeljuje tudi s **predpostavko o nenehni rasti**, ki je ključna za delovanje sodobne ekonomije. Take zahteve izničijo temelje DOP, ki v svoji relativističnih predpostavkah dopuščajo drugačnost, oziroma jo ignorirajo. Holizem se je s tem, ko je opuščena možnost izstopa ali izključitve iz skupnosti, prisiljen ukvarjati z različnostjo. Tako združevanje v totalni sistem je nemogoče, kar priznavajo tudi njegovi največji zagovorniki.

Ečimović v svojem IRDO prispevku poziva k razvoju NOVE ETIKE¹⁵ (ang. new ethics), ki naj bi bila nujno potrebna za preživetje »naše« civilizacije, ki se sooča z izzivi narave, kot je vpliv podnebnih sprememb in sedanji civilizacijski pritiski. Kot odgovor na te pritiske ponuja inovacijo kulture. Nova etika in novi pristopi nas rotijo, naj preidemo iz sedanjosti v prihodnost. Za najbolj nazadnjaški del sodobne družbe označi nacionalne države in razporeditev ljudstev sveta v nacionalne države/ entitete, ki upravljajo z nacionalnimi interesi, ki so ponavadi v nasprotju z interesi globalne družbe. Razlike med nacionalnimi državami onemogočajo skupne interese glede katerihkoli vprašanj o boljšem jutri. Zato priporoča prehod iz nacionalne države v globalno upravljanje človeštva z Vlado Sveta, Parlamentom in Ustavo. Meni, da to ni idealna rešitev, toda še zmeraj boljša kot razpetost med veliko enostranskih rešitev. (Ečimović in drugi 2008)¹⁶

Tudi Anello (2007) v svojem IRDO prispevku trdi, da se z veliko hitrostjo premikamo proti **planetarni družbi**, ki jo vidi kot naslednji korak v evolucijskem razvoju družbene organizacije. Predvideva uvedbo univerzalnega standarda uteži in mer, svetovno valuto, jezik, koordinacijo svetovnih virov in trgov, kar bi naj zagotovilo višjo kvaliteto življenja za vse, prav tako pa razvoj zavezujočega mednarodnega prava in svetovno sodišče, posvečeno razrešitvi konfliktov med narodi sveta.

Poziv h **globalni etiki** poskušata utemeljiti tudi Mulej in Hrast (2008):

Švicarski filozof Bourg, a nikakor edini, ocenjuje, da naša civilizacija uničuje samo sebe, ker se je odločila, da ne upošteva nobenih omejitev na nobenem področju; zato se Bourg zavzema za planetarno etiko. Kajti 'neenakosti so ušle izven vseh sorazmerij, kar povzroča hiper-terorizem zoper privilegirane'. Nadalje 'je ogromen izziv posodobiti

¹⁵ Tudi v izvirniku so uporabljene velike tiskane črke.

¹⁶ Izvirnik je zapisan v angleščini.

odnos ljudi do naravnega okolja v smeri h globalni etiki'. Če so neenakosti ušle izven vseh sorazmerij, potem morda ni revščine zgolj na spodnjem koncu lestvice družbeno-gospodarskega razvoja, ampak tudi na njenem vrhu, pri tistih ljudeh, ki živijo v izobilju. Torej izobilje povzroča revščino pri večini ljudi na svetu že zdaj, še večja revščina pa grozi vsemu človeštvu, in to v kratkem – če ne bo hitro prevladala etika, imenovana družbena odgovornost ali globalna etika ali svetovni nazor celovitosti, skratka nesebičnost zaradi sebičnosti, uporaba zakona zadostne in potrebne celovitosti iz tudi povsem enostranskih razlogov: 'hočem preživeti in to hočem tudi za svoje otroke in vnuke' (Mulej in Hrast 2008).

Da bi se izognili pretirani totalnosti nove globalne etike, se pripoznava različne, celo konfliktne interese. Toda merilo za njihovo hierarhično razvrstitev in upoštevanje ostajajo enotni kriteriji nove etike, ki oblikujejo skupnost, iz katere se ne bi dalo izstopiti, če bi bila tako vseobsegajoča kot v navedenih diskurzivnih fragmentih.

Zahtevo po enotnih etičnih kriterijih postavi tudi Anello (2007), vendar tokrat v kontekstu dobrega upravljanja (ang. good governance). Pri tem se opira (in jih prireja) na Rawlsove pogoje iz A Theory of Justice kot osnovne zahteve, ki morajo izpolniti etični principi, da lahko pripomorejo k učinkovitemu sprejemanju odločitev.

- *Principi bi morali biti splošni.*
- *Principi bi morali biti univerzalni v aplikaciji.*
- *Principi bi morali biti javno poznani in sprejeti.*
- *Principi bi morali vzpostaviti hierarhijo med konfliktnimi zahtevami.*
- *Principi bi morali biti končni. (brez možnosti pritožbe).*

Teh pet pogojev pomaga v razumevanju narave principov in je lahko uporabljeno kot kriterij za ocenjevanje zadostnosti, relevantnosti in veljavnosti etičnih principov, ki oblikujejo del našega osebnega in kolektivnega koda vedenja. Ti pogoji priskrbijo osnovo za razumevanje osnovnih razlik med etičnimi principi in administrativnimi postopki organizacije. Etični principi so po naravi bolj splošni in univerzalni, medtem ko so administrativni napotki bolj specifični in vezani na kontekst. Etični principi

priskrbijo ogrodje za razvoj praktičnih operativnih postopkov, ki so v skladu z etično prakso za dobro upravljanje za javne in zasebne institucije (Anello 2007)¹⁷.

V diskurzivnem nizu etike sta nasprotujoči si strategiji doseganja občega dobrega. Ti dve nasprotujoči strategiji, ki pa nikakor nista izključujoči, sta **holizem in relativizem**. Holizem predpostavlja univerzalnost človeških vrednot in pravic, dobro je torej isto dobro za vse, pri čemer med posamezniki ni upoštevana, morda niti dopuščena, nobena razlika.

5.2.3 Zapoved iskanja dobrega

DOP oznanja radikalne spremembe v posledicah poslovanja podjetij. Te posledice pa kakor da nimajo vzroka. Vpliv podjetja na deležnike bi naj poskušali predvideti in preprečiti negativne posledice. Tu si teoretiki DOP pozabijo zastaviti vprašanja kot so za koga so te posledice negativne, kdo ima prednost v primeru konfliktnih interesov, torej **čigave vrednote naj bi DOP zagovarjala**. Da bi se izognili postavitvi tega vprašanja, se v konceptu DOP izpostavlja **pojem občega dobrega**. Zaradi relativističnih temeljev se »dobro« še zmeraj opre na konsenz, in se tako izogne definiciji vsebine »dobrega«.

Vsak, ki poskuša dobro pojasniti kot »tisto, kar X misli, da je dobro«, se zaplete v začarani krog, ker je odgovor hkrati prazen in neskončen. Kajti to pojasnitev razumemo le, če smo si dobro že razložili na kak drug način, drugače pa moramo definicijo izpisati kot »tisto, za kar X misli, da je »tisto«, za kar X misli, da je »tisto, za kar X misli, da je...« »če skušamo moralne termine definirati s sklicevanjem na to, kako jih ljudje na splošno definirajo, moramo tudi tu predpostaviti – če se nočemo zaplesti v omenjeni začarani krog-da smo že razumeli moralne koncepte, ki jih ljudje navadno imajo (MacIntyre 1993, 40).

Kljub nedoločeni naravi »dobrega« (univerzalno ali posamezno) znotraj diskurza DOP, zagovorniki DOP ne dvomijo, da je DOP prava strategija za doseganje tega izmuzljivega cilja. S tem pripomorejo k **lebdečemu pomenu DOP**, saj se vsaka konkretna zahteva, postavljena v okviru DOP, zamegli, če je njen namen doseganje »občega dobrega«. O pojmu dobrega je v preučevanju etike možno zavzeti mnogo stališč.

¹⁷ Izvirnik je zapisan v angleščini.

Nekateri kognitivisti trdijo, da so moralna prepričanja v celoti neresnična ali napačna. »Biti dober« ima prav tako malo zveze z realnostjo kot »biti čarovnica«. Najbolj znan zagovornik tega stališča je britanski filozof John Mackie. Označimo ta pogled kot irealizem. Irealizem je podvrsta antirealizma, vendar se razlikuje od tipa antirealizma, kakršnega zastopajo nekognitivisti. Nekognivist trdi, da moralni govor sploh nima ambicije govoriti o realnosti, medtem ko kognitivni irealist trdi, da moralni govor ima to ambicijo, vendar je ne more udejaniti, saj moralna realnost ne obstaja. Kognitivist, ki zastopa stališče, da obstaja moralna realnost in da so vsaj nekatera moralna prepričanja resnična, je moralni realist (MacIntyre 1993, 272).

Hkrati MacIntyre (1993) opozarja na možnost, da je beseda 'dobro' le nosilec prestiža, oziroma da nam govori le o preferencah subjekta. Torej je izjava, da je nekaj dobro, enakovredna izjavi: »To je moja najljubša vrsta.« Kljub temu se ustvari vtis, da tisti, ki reče, da je nekaj dobro, pove več. MacIntyre ta **prestižni pomen besede dobro** pripiše povezavi z izbirami in preferencami v preteklosti in tako skuša pojasniti njeno splošnost.

Če nečemu rečemo dobro, s tem pravimo, da bi vsak, ki bi si želel kaj takega, bil zadovoljen s tem primerkom. V igro ne vključimo samo svoje individualne preference in izbire: ne opozorimo le na svojo individualno izbiro in preferenco, opozorimo na normo za izbiro. In v družbi, v kateri so tradicionalne vloge in ustrezajoče tradicionalno ocenjevanje ravnanja propadle oziroma izginile, lahko neuspešnim poskusom rabe besede dobro kot preprostega izraza za preferenco sledi poskus ponovne vzpostavitve norm za izbiro. In prav nobenega razloga ni, zakaj ne bi dobro dobilo novih kriterijev rabe (MacIntyre 1993, 98–99).

Dobro je, kar bi želel vsak. Istočasno se avtorji IRDO konferenc sklicujejo (tudi v istem prispevku) na **dolžnost preseganja norm**. To bi naj bila tista »prava« odgovornost, ki torej presega družbeni konsenz. Pri teh fragmentih lahko opazimo miselni preskok od dejstev k imperativu. V jeziku to pomeni preskok od 'je' k 'moral bi'. Na ravni dejstev se DOP upravičuje in legitimira iz različnih vidikov, ko pa preide k imperativu, opusti vso argumentacijo in zahteva DOP zaradi nje same, druga opravičila in utemeljitve so videna, kot da ji zmanjšujejo veljavnost.

V tem smislu gre za **zapoved**. Ta zapoved se je v preteklosti udejanjala in sankcionirala v političnih skupnostih. Zdaj si **DOP prilašča politično družbeno moč**, ko želi odločati o in skrbeti za skupno dobro. S tem podjetja veliko bolj radikalno kot v preteklosti posegajo v

politično skupnost in si poskušajo zagotoviti **dostop do možnosti definiranja občega dobrega**.

Človeštvo se je najbrž naučilo, vsaj v teoriji in v dokumentih, ki izražajo idealne zahteve, morda za zdaj celo le pobožne želje, da pretirana enostranskost, vključno z individualizmom, povzroča vsaj toliko težav kot koristi. Iz takih spoznanj je takoj po koncu obdobja 1914–1945 z dvema svetovnima vojnama in svetovno gospodarsko krizo med njima izšla v ekonomiji povečana vloga države kot zastopnika celovitosti (Reich v Mulej in drugi 2006). Žal se je demokracija, ki bi naj uveljavljala celovitost in ustvarjalnost, krepko obrnila v izmenjavanje enostranske oblasti. Zato je Jež (v Mulej in drugi 2006) upravičeno napisal: 'Demokracija je omejevanje oblasti.' Christakis in Bausch (v Mulej in drugi 2006) pa sta zapisala, da se demokratične oblasti ne smejo polastiti demagogi. Enostranskost se s tem ne zmanjša, pač pa poraste prostor, da dobijo podporo in oblast avtokrati. Da bi se uveljavilo več celovitosti, vsaj v skladu z zakonom potrebne in zadostne celovitosti, če že popolna ni izvedljiva, je nastala in prodrla teorija sistemov. V praksi je niso sprejeli vsi, zlasti ne ozki specialisti, ki jim (po lastni oceni) lastna specializacija zadošča. Pozabljajo, da zato veliko važnega spregledajo in da so, ker je potrebna koordinacija in je slednja zato vir oblasti, v nevarnosti, da šefni pošten in jih zlorablja, postavlja v odvisnost namesto v soodvisnost (Mulej in drugi 2006).

5.2.4 Posameznik in odgovornost

Dobro je torej izmuzljivo in nedoločeno. Če postavimo posameznika pred nalogo, da mora za vsako ceno dosegati dobro, mu postavimo nerazrešljiv problem. Tako vsak posameznik samodejno postane grešnik. Tukaj se **prevzemanje odgovornosti enači s prevzemanjem krivde**, ki jo moraš najprej priznati, da ti je kasneje lahko odpuščeno. Ključno za zveličanje grešnikov je **samonadzorovanje**, s pomočjo katerega se lahko poskusijo izogniti svojim grehom, ki pa so v veliki meri neizbežni. Vzpostavljanje takega mehanizma oblasti med posamezniki je Foucault imenoval **pastoralen tip oblasti**.

Veliko število IRDO prispevkov kliče na odgovornost posameznika (Golob in Podnar 2006; Hrast 2006; Knez-Riedl 2006; Mulej in drugi 2006; Vrana 2006; Hrast 2007; Hrovatič 2007; Heuffel-Berginc 2007; Mulej in Prosenak 2007; Anello 2007; Gabrijelčič

2007; Kutin 2007; Loeckenhoff 2007; Steiner 2007; Dolinšek 2008; Rudel in Lecocq 2008; Ečimović in drugi 2008; Mulej in Hrast 2008; Šopar 2008; Steiner 2008).

DOP in posameznikova DO bi morali biti del te nove etike. Kot je Ečimović povedal v svojih pogovorih s študenti Mangalore State University v Indiji, 2007: "DOP ne bi smela biti odgovornost korporacij, temveč posameznikova DO vsakega državljana Sveta, in ko bo DO del nas vseh, bomo imeli DOP kot posledico nove etike, novega pristopa oziroma znanja vsakega državljana sveta" (Ečimović in drugi 2008).

Odgovornost posameznika se jim kaže kot **edina možna** v obstoječem družbeno-ekonomskem sistemu:

Kolektivna odgovornost je bila v naši preteklosti pravzaprav le drug izraz za nikakršno odgovornost. Če je šlo kaj narobe, posameznik praviloma ni bil odgovoren, odgovornost je prevzemal širši kolektiv. V tem je bilo seveda tudi nekaj pozitivnega, saj je bilo življenje zato gotovo manj stresno. Po drugi strani pa seveda ni bilo treba nikomur pretirano skrbeti, da bo za kaj zares klican na odgovornost. Če je šlo enemu podjetju slabo, tudi če se je to zgodilo zato, ker ga je vodil človek z napačno izobrazbo in brez smisla za kakršno- koli poslovnost, je takoj priskočila na pomoč celotna družba. Če sprejemamo kolektivizacijo odgovornosti, bi morali tudi dobičke in ugodnosti bolj socialno porazdeliti. Če pa pristajamo na ostri kapitalizem z velikanskimi gmotnimi razlikami in razlikami v osebnem in družbenem položaju, potem mora biti tudi odgovornost jasna. Jasno mora biti, kdo je za kaj odgovoren, kakšna je hierarhija odgovornosti (praviloma višji položaj po definiciji nosi večjo odgovornost) in kakšne posledice ima neizpolnjevanje odgovornosti (Heuffel Berginc 2007).

Zapoved dobrega je zaukazana tudi posameznikom, ki bi morali biti »moralni vodje«, Anello (2007) pa trdi, da bi takšni morali biti vsi, ki odločajo o pomembnih stvareh za skupnost, torej bi managerji morali biti hkrati tudi »moralni vodje« z naslednjimi značilnostmi:

Te značilnosti so postale osnovni elementi konceptulanega ogrodja moralnega vodstva. Ti elementi so sledeči:

1) Zavezujoča predanost služenju skupnemu dobremu: ta predanost se izraža v življenjski orientaciji h konsistentnim in nenehnim dejanjem, ki pripomorejo k skupnemu

dobremu, kar pogosto zahteva osebno žrtvovanje. Ta notranja motivacija, ki vzdržuje moralno vodstvo je osnovana v predanosti vrednotam.

2) Temeljni namen prispevka k osebni in družbeni transformaciji: predpostavljen namen moralnega vodstva je prispevek k »izboljšanju sveta« skozi osebno transformacijo, ki temelji na vse življenje dolgem učnem procesu in na družbeni transformaciji, temelječi na izboljšanju družbenih struktur in procesov, ki spodbudijo razvoj potencialov človeške zavesti

3) Izpolnitev moralne odgovornosti za iskanje in apliciranje resnice na vseh področjih posameznikovega življenja: hrbtenica moralnega vodstva je zvestoba resnici. Brez tega je moralna dimenzija vodstva izgubljena. Resnico je treba rigorozno iskati v dveh kategorijah: iskanje naključne (kontingentne) resnice, ki ima opraviti z realnimi dejstvi in iskanje idealne resnice, ki ima opraviti z družbenimi in etičnimi principi, na podlagi katerih se sprejema odločitve in deluje

4) Prepričanje o dobroti človeštva (ang. essential nobility): predpostavljeni koncept človeka, ki ga privzamemo veliko vpliva na našo percepcijo drugih in nas samih. Če sebe dojemamo kot plemenita bitja, potem bodo naša dejanja plemenita. Če druge dojemamo kot potencialno plemenita bitja, potem jih obravnavamo na način, ki jim omogoča plemenito vedenje. Če si zamišljamo človeka kot nizko bitje, bo ta naš koncept spodkopaval naš trud pri izvajanju moralnega vodstva.

5) Sposobnost transcendence skozi vizijo: v boju služiti skupnemu dobremu in družbeni transformaciji lahko odpornost na spremembe izčrpa našo energijo in motivacijo za vztrajanje. V takih trenutkih moramo biti sposobni preseči situacijo in se ponovno povezati s tistimi vrednotami in ideali, ki navdihujejo notranjo motivacijo (Anello 2007)¹⁸.

Predanost skupnemu dobremu, ki jo zahteva Anello od moralnega vodje lahko osvetlimo tudi z druge pozicije. Šumič-Riha v Mutacijah etike (2002) skozi preučevanje Sadove etike užitka pokaže,

da lahko Levinas, Derrida in Lyotard postulirajo odgovornost do Drugega kot temelj etike, edino če je Drugi predpostavljen kot izvorno dober. Sadu gre torej zasluga za to, da pokaže, kako je dolžnost do Drugega veliko bolj dvoumna, kot nam da vedeti »etika Drugega«, brž ko se pokaže, da je ta Drugi, kot zapiše Sade v Nouvelle Justine Zlo, ki hoče zlo in ki zahteva zlo.

¹⁸ Izvirnik je zapisan v angleščini.

Dolžnost je sicer vedno v redu prisile. Dolžnosti se ne razlikujejo med seboj po modusu, pač pa po zastavku. Obe etiki, tradicionalna in Sadova, sta etiki dolžnosti, samo da tradicionalna etika zahteva, da subjekt žrtvuje svoje ugodje, se odpove užitku (Šumič-Riha 2002, 109).

Zahtevana žrtev subjekta (tudi pri DOP), ki greši, ki jo izpostavlja tudi Foucault v opisih pastoralne tehnike oblasti, se vrši zaradi samonadzora, ki ga izvaja subjekt:

Sledi izjava Johna Fletcherja Moultona (v Anello 2007) z refleksijo o naravi samozadanih podložnosti moralnim vrednotam in etičnim principom in izzivu, ki ga predstavlja posameznikovi integriteti in razvoju prave civilizacije:

Prava veličina naroda, njegova prava civiliziranost je merjena v obsegu poslušnosti nečemu, česar ne moremo doseči s silo. Meri obseg, v katerem država zaupa svojim državljanom in njegov obstoj in območje pričata o njihovem vedenju in odzivu na to zaupanje. Ubogljivost zakonov ne meri veličine naroda. Taka podložnost je z lahkoto pridobljena s strani močnega nadzornika. Dokaz veličine ni niti vedenje, ki pogosto spremlja odsotnost zakona, in ki je napačno poimenovano svoboda. Prava preizkušnja je obseg, v katerem je mogoče posameznikom, ki sestavljajo narod, zaupati, da bodo ubogali samopostavljeni zakon (Anello 2007)¹⁹.

Naša civilizacija temelji na individualističnem pristopu; čas, v katerem živimo, pa predstavlja razvojno stopnjo, ki zahteva usklajevanje individualne odgovornosti z družbeno. Da bi bili pri tem uspešni, potrebujemo izobraževanje in komuniciranje. Prav komuniciranje ima velik pomen pri oblikovanju čuta družbene odgovornosti posameznikov, ki sestavljajo družbo. Vsak odrasel posameznik je odgovoren zase, soodgovoren pa tudi za dogajanje v ožji ali širši skupnosti, ki ji pripada. Družbeno odgovornost je možno razumeti kot človekoljubje, skrb za življenjski standard drugih (npr. zaposlenih), a hkrati še širše in bolj poglobljeno ter kompleksno (npr. skrb za naravo, človekove pravice, prihodnje generacije, planet) (Dolinšek 2008).

S pomočjo samonadzora se oblikuje **nov človek** – otrok nove etike, o kateri zgoraj govori Ečimović, ki mora imeti tudi novo stopnjo zavesti.

¹⁹ Izvirnik je zapisan v angleščini.

Stopnja družbene odgovornosti je v soodvisnosti s stopnjo razvoja zavesti. Skratka, če nismo odgovorni do sebe, dela in drugih ne bomo nikdar zares družbeno odgovorni. Takšna večplastna odgovornost vključuje pozitivno naravnost, kar se med drugim odraža v proaktivnem osebnostnem razvoju in pripravljenosti na komuniciranje, usklajevanje ter sodelovanje (Dolinšek 2008).

Sklenemo lahko z mislimi Foucaulta (1991), ko je rekel, da je »problem današnjosti (takratne – op. avtorice) osvoboditev od države in tipa individualizacije, ki je z njo povezan« in cilj »razvijanje nove forme subjektivnosti«. Sodeč po IRDO prispevkih je možno z isto tehniko pastoralne oblasti, če samonadzor pripeljemo do skrajnosti, razviti novo formo subjektivnosti.

5.3 DISKURZIVNI NIZ UPRAVLJANJA

5.3.1 Teorija deležnikov

Skozi fragmente, izpostavljene v etičnem diskurzivnem nizu, je bilo mogoče spoznati DOP kot dolžnost in posledično zapoved. Zraven etičnih prvin pa se v diskurzivnih fragmentih najpogosteje pojavljajo upravljavske, ki DOP kažejo kot upravljavsko in marketinško orodje.

Kot sem že pokazala v prejšnjem poglavju, DOP črpa svojo legitimnost iz usklajevanja različnih interesov in iskanju skupnega dobrega. Zaradi tega se močno naslanja na teorijo deležnikov, ki je splošno priznana v upravljavski in marketinški disciplini.

»Teorija deležnikov, ki je v polju družbene odgovornosti podjetja tudi najbolj razširjena, pa temelji na ideji, da je vir odgovornosti podjetja mreža odnosov, ki jih podjetje splete z različnimi skupinami, »ki imajo 'delež' v podjetju«, na primer z zaposlenimi, potrošniki, okoljevarstveniki idr. (Klonoski v Golob in Podnar 2006c)« (Golob in Podnar 2006c).

V analiziranih prispevkih se na teorijo deležnikov opira kar 38 avtorjev: (Golob in Podnar 2006c; Hrast 2006; Knez-Riedl 2006; Steiner 2006; Dahlin 2007; Rus 2007; Scocchera 2007; Hrast 2007; Kaker 2007; Heuffel Berginc 2007; Knez-Riedl 2007; Štoka Debevec 2007; Postružnik 2007; Strasser 2007; Vrana 2007; Zadnik in Šmuc 2007; Tanno 2007; Loeckenhoff 2007; Steiner 2007; Tominšek 2007; Dolinšek 2008; Golob in Valentinčič

2008; Hrast in Novak 2008; Jenko 2008; Žižek Šarotar in Maučec 2008; Rudel in Lecocq 2008; Štoka Debevec 2008; Ečimovč in drugi 2008; Pek Drapal 2008; Gorenak 2008; Mulej in Hrast 2008; Peters 2008; Rejc 2008; Šopar 2008; Steiner 2008; Strasser 2008; Tominšek 2008; Zupančič 2008). Tisti, ki teorije deležnikov ne omenjajo, je ne nadomestijo s katero od drugih teorij, ampak se s temelji in legitimnostjo DOP pač ne ukvarjajo.

Deležniki si med sabo niso enakovredni, razvršča se jih po več kriterijih. Prevladuje razdelitev na primarne in sekundarne deležnike, pri kateri naj bi se upoštevalo, koliko tesna je povezanost med deležnikom in podjetjem, skratka kateri deležniki so bolj in kateri manj pomembni za podjetje, seveda z vidika podjetja oziroma managerja.

V preglednici, ki jo je v svoj prispevek na IRDO konferenci vključila Anita Hrast, je ta razdelitev jasno razvidna:

Slika 5.2: Vrste deležnikov

	Primarni deležniki	Sekundarni deležniki
DRUŽBENI:	• delničarji in vlagatelji • zaposleni in menedžerji • stranke • dobavitelji in drugi poslovni partnerji • lokalne skupnosti	• vlada in zakonodajalci • civilne organizacije • skupine družbenega pritiska • mediji in univerze • trgovske organizacije • konkurenca
NEDRUŽBENI:	• naravno okolje • prihodnje generacije • nečloveške vrste	• skupine okoljevarstvenih pritiskov • organizacije za varstvo in zaščito živali

Vir: McIntosh v Hrast (2006)

Iz analiziranih prispevkov je razvidno, da so oblikovani iz diskurzivne pozicije managerja, saj gre ali za nasvete pri upravljanju ali za izkušnje in predstavitev dobrih praks. V povezavi z deležniki je managerjem naloženo upoštevanje in sodelovanje z njimi, v prispevkih pa se razvijejo predvsem pogledi, ki managerjem pomagajo upravljati z deležniki.

Medtem ko razprave o deležnikih ponavadi razumejo povezovanje interesov deležnikov brez njihovega dejanskega sodelovanja v procesu reševanja problema (kar še posebej velja za zunanje deležnike) je namen tega prispevka razširiti to perspektivo.

Sodelovanje vpletenih deležnikov morda ne bo vodilo do njihovega maksimalnega zadovoljstva, temveč bo predvsem vodilo do boljših rešitev z vključevanjem dragocenega kreativnega potenciala iz krajev, kjer razvoj najbolj vpliva na ljudi in njihovo okolje. Upravljanje z deležniki lahko veliko prispeva k trajnostim inovacijam še posebej z ozirom na svoje družbene posledice (Steiner 2008)²⁰.

Konkurenčnost in upravljanje kvalitete sta v sodobnih podjetjih imperativ. Dandanes je odgovorno upravljanje vedno bolj pomembno pri zagotavljanju dolgoročnih konkurenčnih prednosti. Zastavljajo se nam vprašanja, zakaj je potrebno odgovornost upravljati, kaj je odgovorno upravljanje, in kar je najpomembnejše, kako upravljati odgovornost. V sodobni literaturi se odgovorno upravljanje imenuje total responsibility management (v nadaljevanju TRM) in v številnih elementih je opaziti analogijo s total quality menedžmentom (v nadaljevanju TQM)¹. Zagotovo TRM predstavlja nadgradnjo TQM-a. Dejansko podjetja upravljajo svojo odgovornost do udeležencev in naravnega okolja z načinom delovanja in strategijami, ki jih vključujejo v svoje poslovne aktivnosti z namenom zagotavljanja dolgoročnih konkurenčnih prednosti. Upravljanje odgovornosti pomeni vzpostavljanje zaupanja s ključnimi delničarji, z zaposlenimi, kupci, dobavitelji in skupnostmi, ter zagotavljanje, da je kljub razlikam, ki morda obstajajo, vpliv bolj pozitiven kot negativen (Gorenak 2008).

Družbena odgovornost pri tem igra **vlogo skupne osnove**, ki omogoča sodelovanje med toliko različnimi deležniki. S tega vidika je še bolj razumljivo, da je družbena odgovornost tudi etična zapoved, kot sem pokazala v prejšnjem poglavju, saj enake vrednote in principi managerjem olajšujejo upravljanje z deležniki.

»Družbena odgovornost lahko znotraj skupnosti deluje kot faktor rasti ali vsaj stabilnosti. Pristop družbene odgovornosti združuje akterje v tem procesu in jim daje skupne principe in vrednote ter s tem utrjuje njihovo vpletenost in zavezanost, izboljšuje odnose in komunikacijske kanale med njimi; skratka, povečuje dodano vrednost sodelovanja« (Scocchera 2007)²¹.

²⁰ Izvirnik je napisan v angleščini.

²¹ Izvirnik je napisan v angleščini.

Skratka, TRM se začne s pobudo in z izgradnjo na splošno sprejetih temeljnih standardov, ki zagotavljajo temeljna pričakovanja delovanja podjetja ter vključevanje vrednot podjetja, vizije, strategije razvoja in implementacije postopkov in odnosov. Naslednji pomemben element TRM je integracija. TRM zajema vključevanje vizije v strategije, odnose do zaposlenih in drugih udeležencev in upravljanje številnih sistemov, ki podpirajo uresničevanje strategije podjetja. TRM kontinuirano izkorišča orodja za izboljšanje in pridobivanje povratnih informacij, ki vzpodbujajo inovativnost in izpopolnjevanje v sistemu upravljanja (Gorenak 2008).

5.3.2 DOP kot orodje upravljanja

Z diskurzom družbene odgovornosti se je v svojem prispevku z naslovom Management telesa brez organov v zborniku Prispevki h kritiki managerske paradigme ukvarjala Julija Magajna. Zbornik je namenjen kritičnemu pregledu Druckerjeve teorije managementa, v tem prispevku pa se dotakne tudi družbene odgovornosti. Avtorica jo prav tako preučuje s pomočjo analize prispevkov na konferenci IRDO, še posebej pa izpostavi referat Loeckenhoffa (2007). Skozi teorijo Deleuza in Guattarija o moči želeče produkcije se avtorica med drugim sprašuje: »Kako izoblikovati matrico, da se bo subjekt, ki nastaja na njej in ki je vedno že del njene produkcije, domnevno avtonomno samo-skonstruiral na prav določen, ustrezen, normaliziran način? Kako upravljati z željo posameznika, da bo s svojo močjo soustvarjal določene odnose, ne glede na to, ali mu prinašajo trpljenje ali užitek?« (Magajna 2008, 229). Družbeno odgovornost sama definira kot »medsebojno prevzemanje oziroma integracija ciljev podsistemov s ciljem višjega sistema« (Magajna 2008, 232).

V središče tega sistema postavi managerja, ki povezuje podsisteme v sistem, tako da sama družbena odgovornost osmišlja njegovo početje in ga hkrati postavlja na pozicijo moči.

»Da ima govor nekoga široko moč vpliva, mora biti pred tem osmišljena pozicija moči, iz katere govori, in šele posledično njegova vsebina. Manager torej ne osmišlja z ideologijo, ampak s tem, ko kanalizira želje subjektov, ki s svojo želečo produkcijo so-ustvarjajo realnost prostora in časa totalizirajočega organizma. »Ta nova organizacijska sposobnost je že ustvarila novo družbeno realnost« (Drucker v Magajna 2008)« (Magajna 2008, 236).

Ustvarjanje nove družbene realnosti je postavljeno kot **pogoj preživetja človeštva** v več IRDO prispevkih, ki jih Magajna ne omenja v svojem članku. Predstavljeno je kot inovacija vrednot in kulture, ki sicer nujno ne izhajajo iz gospodarstva, jih je pa potrebno

prilagoditi njegovim potrebam oziroma potrebam, ki jih ima celotno človeštvo. V tem smislu **človeštvo pomeni obstoječi družbeni sistem.**

»Potrebna je inovacija vrednot/kulture/etike/norm in ekonomske teorije in prakse, da bi človeštvo preživel« (Hrast in Mulej 2008b).

»Prenos invencij, vednosti in znanja z univerz in inštitutov v gospodarske in druge operative organizacije je pomemben vir konkurenčnosti« (Hrast 2007).

Z nujnostjo inovacij se hkrati poraja zahteva po nujnosti nadzora. To si lahko razložimo kot nujnost vzdrževanja inovacij, ki so ugodne za procese v podjetju. Poudarjen je nadzor človeških virov, čeprav so pogosto svarila pred pretesnim nadzorom, ki zmanjšuje fleksibilnost. Nadzor se tako ne tiče dejanskih opravil, ampak sposobnosti in nagnjenosti posameznikov. O nadzoru med prispevki IRDO konference najbolj obširno piše Loeckenhoff, ki si ga za svojo analizo izbere tudi Magajna:

Pod naslovom Integrirani management se poudarja integracija različnih aspektov vodenja podjetja: vodenje in strategija, osebnostno orientirano vodstvo in ekonomsko naravnani nadzor. Koncept nadzora (ang. controllinga), kot je bil predstavljen zgoraj, ne poskuša dodati konceptualizacije integriranega nadzora (ang. Integrated controlling). S točke podjetniške in korporativne odgovornosti poskuša razodeti, da mora nadzor nujno prežeti vse aspekte in ravni integriranega managementa. Še več, nadzor je lahko lepilo, ki povezuje osnovo (institucionalne) naravnosti podjetja. Ta pristop izrecno vsebuje človeško stran podjetja, nadzor človeških virov. Pogosto je nadzor (ang. controlling) prikazan kot ekonomski, poslovni del integrativnega managementa in kot tak ločen od tega, da bi dopolnjeval vodstvo. Takšno razločevanje je pogosta praksa. Ta praksa ne označuje toliko praktičnega ločevanja kot še eno osredotočenje. V kadrovskem oddelku vzpostavlja institucijo, v kateri je pripisana določena odgovornost za kadrovske administracije (večinoma le-to). Podobno je nadzor izvajen v nadzornem oddelku osredotočen na ekonomičnost (ang. economics). Nadzor kot korporativni učni koncept (kot zgoraj) vključuje aspekt človeških virov. Do nadzora zaposlenih (ang. personnel controlling) kot funkcije pripelje nujna. Zraven tega mora biti vzpostavljen nadzor nad človeškim delovanjem (ang. performance) in

nagnjenostjo (propensity) k aktivnosti, kreativnosti, skupnemu razmišljanju (ang. cothink) ali preprosto sposobnosti dokončati nalogo (Loeckenhoff 2007)²².

Zaradi naravnosti nadzora k sami osebnosti nadzorovanega, Magajna zaključí, da tako upravljanje vzpostavlja samonadzor:

Pogoj te nove družbene realnosti je torej predvsem vednost posameznika o samem sebi. Na podlagi te vednosti se posameznik subjektivizira – upravlja sam s sabo (self-management) – in tako razvija v smeri uspešnega zadovoljevanja »avtonomno« skonstruiranih interesov v okviru ciljev širšega organizma. Ker posameznik dela in deluje glede na vednost o samem sebi, nad njim tako ni potrebno več izvajati prisile, saj že ve, kdo je in kaj si želi doseči. Želja pa je že moč (Magajna 2008, 237).

Subjektiviziranega posameznika, ki upravlja sam s sabo, da bi zadovoljeval višje cilje, smo srečali že v prejšnjem poglavju. Tudi tukaj lahko opazimo delovanje pastoralne oblastne tehnike, kot jo je poimenoval Foucault, katere najpomembnejše orodje je **samonadzor**. Managerji torej ne igrajo vloge strogega nadzornika, ki mu nič ne uide, ampak k sebi dopustijo le posameznike, ki natančno ustrezajo njihovim potrebam. Pri tem je analiziran celoten posameznik, njegove sposobnosti, želje, navade in vrednote, vsako odstopanje pa pomeni napako v sistemu.

Posamezniki kot zavestna bitja oblikujemo sebe in kot osnovne celice družbe sooblikujemo svoj svet – družbo s svojimi mislimi, čustvi, odnosi in dejanji. Prav to predstavlja odgovornost posameznikov do družbe. Družba namreč predstavlja celovitost vseh odnosov, ki jih ustvarjamo posamezniki na miselni ravni (odnos do načrtovanja in usmerjanja razvoja), na čustveni ravni (odnos do sebe in drugih) in na fizični ravni (odnos do dela in učinkovitosti, okolja in narave). Na teh odnosih temeljijo in se izgrajujejo vsi drugi odnosi in ravni zavesti (Dolinšek 2008).

Druga značilnost pastoralnega tipa oblasti je **usmerjenost v prihodnost**, v kateri lahko upamo na zveličanje. Managerski diskurz poskuša napovedovati prihodnost, jo izboljšati, preteklost pa služi le temu, da se iz nje učimo, kako bolje živeti naprej. Managerji so tako

²² Izvirnik je napisan v angleščini.

naša vez podjetja in sistema s prihodnostjo, saj so z mislimi zmeraj že tam in so tudi do prihodnosti odgovorni.

A postojmo trenutek. Ljudje smo v svojem bistvu vendar egoistična bitja. Družbena odgovornost pa je naravnana izključno altruistično. Zakaj koncept v zadnjih desetletjih pridobiva na veljavi? Smo postali boljši? Glasniki sedanje apokalipse, zlasti tiste podnebne, bi to zanikali. Na mestu bi bil nekoliko poetični argument, da bo 'ljudi, ki jih ne skrbi za prihodnost, kmalu skrbelo za sedanost'. In ravno v strahu zase oziroma naše zanamce se je rodil tudi koncept družbene odgovornosti. Podobno kot ekologi govorijo o trajnostnem razvoju, je v poslovnem svetu naravnost eksplodiral pojem družbene odgovornosti. Mistiki sprašujejo, kaj bo s prihodnostjo, managerji odgovarjajo: bodimo do nje odgovorni! (Zadnik in Šmuc 2007).

Tretja značilnost pastoralne oblastne tehnike je **stremljenje k višjim ciljem**. Medtem ko je v etičnem diskurzivnem nizu poudarjeno »delanje dobrega«, ki posledično pripelje do ohranjanja sistema, lahko pri upravljavskem diskurzivnem nizu takoj opazimo težnjo po ohranjanju sistema, dovoljeno je le izboljševati njegovo učinkovitost, spet v imenu višjih ciljev. To prizadevanje spremlja žrtvovanje lastnih interesov za višji cilj. Takšen je tudi zaključek Magajne, ki dramatično povzame:

Organizem sveta v splošnem tako dobrotniško in odrešeniško razširja svoje rakaste celice po vsem svetu, da bi ga lahko odrešil trpečih muk ne-svobode, ne-civiliziranosti, ne-napredka in ne-uspeha in s tem ustvaril »Svoboden Svet«. Svoboden svet »mazohističnih konjarjev«, ki jim smrt prevladujočih odnosov pomeni smrt celotnega človeštva. Trepetajoči od strahu si želijo, da se jim vezi imperatorjev zarežejo še globlje v kožo, saj vedo, da bi svet brez določenega načina organiziranosti zapadel v kaos. V združenju pod občo vizijo smrt totalizirajočega organizma izgublja še zadnji pomen odpiranja k novim organiziranim povezavam (Magajna 2008, 242).

6 SKLEP

Interpretativna analiza, opravljena na prispevkih konference IRDO, me ni vodila do neizpodbitnih resnic. Z njo sem skušala družbeno odgovornost iztrgati iz samoumevnosti njenih opredelitev in razlag.

Uporabljeni metodologiji je mogoče očitati nekaj pomanjkljivosti. Predvsem to, da temelji na osebni interpretativni presoji avtorice, kar zmanjšuje veljavnost analize. Celo Jägrovo merilo za veljavnost analize diskurza, ki pravi, da je analiza veljavna, ko o diskurzu povemo vse, kar je mogoče povedati, ni doseženo. Svojo analizo sem omejila po kriteriju v uvodu zastavljenih raziskovalnih vprašanj, pri čemer sem področje raziskovanja sicer obširno opredelila.

Diskurzivno polje diskurza družbene odgovornosti je organizirano okrog središča, v katerem se vzpostavlja družbena odgovornost kot prazni označevalec. Ne gre za čisti prazni označevalec, temveč se proti njemu pomika od plavajočega označevalca. Prazni označevalec ima funkcijo zbiranja antagonističnih zahtev. Med dvema antagonističnima stranema poteka hegemonični boj, ki se pokaže z izključitvijo ene strani. V tem primeru se meja zariše kot sistem kapitalizma, saj so vse zahteve, ki ga onemogočajo (antikapitalizem), izključene iz diskurza in tako onkraj predstavljivega. Propad kapitalističnega sistema v diskurzu družbene odgovornosti pomeni tudi propad človeštva. Hegemonija neoliberalnih zahtev je transformistična hegemonija, saj se ne razrešuje skozi konflikt, temveč je nastala skozi logiko razlike, s katero je vsrkala zahteve nasprotne strani.

Hegemonični boji še zmeraj potekajo pri tem, kateri pomeni se vpišejo v verigo ekvivalenc, ki jo označuje družbena odgovornost. Kot prazni označevalec označuje vsako zahtevo posebej in hkrati skupno nasprotovanje izključenemu. Ta skupni element nasprotovanja antikapitalističnemu dobi zato prestižen status in ustoliči ohranjanje sistema kot »višji cilj«.

Uresničevanje višjih ciljev je ena izmed značilnosti pastoralnega tipa oblasti, kot ga poimenuje Foucault. Za doseganje teh ciljev se je potrebno žrtvovati, in sicer predvsem lastne interese, da se uresničijo skupni. Pogled je zmeraj uperjen naprej, v prihodnost. Rečemo lahko, da je prihodnost celo edini realni čas, saj smo v sedanjosti kot grešniki že pogubljeni, v prihodnosti pa lahko s svojimi dejanji preprečimo pogubo. Da bi se to zgodilo, moramo nadzorovati svoje vedenje, želje, dejanja in jih prilagajati skupnemu, »višjemu« interesu.

Težnja k družbeni odgovornosti kot takšnemu skupnemu višjemu interesu je prisotna v velikem številu prispevkov z IRDO konference. Najbolj očitne so zahteve po novi

»globalni etiki«, temelječi na družbeni odgovornosti. Vprašljiva ni toliko sama etična vsebina, temveč zahtevana totalnost, ki ne dovoljuje nobenega rivalskega sistema in strogost zapovedi, ki jo postavlja.

Že prej omenjene značilnosti pastoralne oblasti lahko najdemo v obeh diskurzivnih nizih družbene odgovornosti, ki smo jih izluščili iz analize: etičnem in upravljavskem. Označevalec družbene odgovornosti je na križiču teh dveh diskurzivnih nizov. Trdimo lahko, da je dominantni diskurzivni niz družbene odgovornosti upravljavski. Kljub temu da je etična dimenzija družbene odgovornosti nepogrešljiva, je zmeraj podana z diskurzivne pozicije upravljanja. Kaj bi morali storiti? Kaj lahko storimo? Kakšni moramo biti?

Če z razdalje prisluhnemo zahtevam DOP, se nam porodijo asociacije: nova globalna etika- novi svetovni red (New world order). Ti pojmi pogosto zvenijo s podtonom teorije zarote, ki vidijo v vsem zaroto svetovnih gospodarjev, ki onemogočajo svobodno izbiro in onesrečujejo človeštvo za lastno korist v obliki popolnega nadzora nad Stvarstvom. Paranoični beg pred tem nadzorom lahko beremo tudi kot zrcalno stran družbene odgovornosti. Teorije zarote predpostavljajo center, ki ureja vse povezave. Konkretiziramo ga lahko s Benthamovim Panoptikonom, v katerega bi umestili konkretne organizacije. Gre za fantazmo o nemogočem objektu, ki bi dopolnjeval celost in smiselnost družbe.

Tudi v diskurzu družbene odgovornosti zaznavamo željo po celi, enotni družbi. Odnos pri teoriji zarote o Novem svetovnem redu je odklonilen, vendar gre do paranoične skrajnosti, kjer so znaki zarote vidni v vseh delih družbene ureditve. Družbena odgovornost pa se nasprotno, prostodušno preda nemogočemu objektu – celi družbi.

7 LITERATURA

Anello, Eloy. 2007. Moral Leadership in Promoting Corporate Social Responsibility. V *Vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih dejavnostih: zbornik prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Bašić Hrvatin, Sandra. 2007. Moč brez odgovornosti ali odgovornost brez moči. V *Vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih dejavnostih: zbornik prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Bole, Tomaž. 2007. Lokalne razvojne fundacije - priložnost za udejanjanje družbene odgovornosti v Sloveniji. V *Vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih dejavnostih: zbornik prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Černigoj, Mojca. 1999. Prvi globalni standard za "družbeno odgovornost podjetij". *Industrijska demokracija* 3 (2): 14–15.

Dahlin, Elisabeth. 2007. Corporate Social Responsibility from a Government Perspective. V *Vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih dejavnostih: zbornik prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Daianu, Daniel. 2005. Ethical Lapses of Capitalism: How serious are they? V *Ethical Boundries of Capitalism*, ur. Daniel Daianu in Radu Vranceanu, 65–84. Aldershot, Burlington: Ashgate Publishing.

Debeljak, Žiga in Aleksandra Gregorič. 2004. Ekonomski model družbene odgovornosti podjetja. V *Razvojnoraziskovalna dejavnost ter inovacije, konkurenčnost in družbena odgovornost podjetij*, ur. Janez Prašnikar, 483–502. Ljubljana: Časnik Finance.

Dolar, Mladen. 1991. Spremna beseda. *Vednost – oblast – subjekt*. Ljubljana: Krt.

Dolinšek, Rajko in Olivera Barovič Dolinšek. 2008. Sinergija: družbena odgovornost nastaja kot rezultat usklajenih odnosov. V *Prispevki družbene odgovornosti k dolgoročni uspešnosti vseh udeležencev na trgu: zbornik povzetkov prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Drevenšek, Mojca. 2008. Izzivi komuniciranja o družbeni odgovornosti podjetij: stanje, pričakovanja in trendi. V *Družbena odgovornost / Srečanje partnerjev SIQ*, ur. Blanka Kaker, 32–36. Ljubljana: Slovenski institut za meroslovje.

Ečimović, Timi, Mark Esposito, Matjaž Mulej in Roger B. Haw. 2008. The individual and corporate social responsibility. V *Prispevki družbene odgovornosti k dolgoročni*

uspešnosti vseh udeležencev na trgu: zbornik povzetkov prispevkov, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Enajsta akademija. Dostopno prek: <http://www.ena-a.net/zasnova.htm> (5.junij 2009).

Fairclough, Norman. 1995. *Critical discourse analysis: the critical study of language*. London, New York: Longman.

Flis, Vojko. 2006. Pravica do obveščenosti – kako obsežna in v kakšni obliki? *Konferenca Družbena odgovornost in izzivi časa*, ur. Anita Hrast. Maribor : IRDO. Elektronska izdaja.

Foucault, Michel. 1984. *Nadzorovanje in kaznovanje*. Ljubljana: Delavska enotnost.

--- 1991. *Vednost – oblast – subjekt*. Ljubljana: Krt.

--- 2001. *Arheologija vednosti*. Ljubljana: Studia humanitatis.

Gabrijelčič, Janez. 2007. Projekt Rastoča knjiga v Sloveniji. V *Vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih dejavnostih: zbornik prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO.

Gajzer, Drago. 2008. Trdo delaj in pomagaj sosedu. V *Prispevki družbene odgovornosti k dolgoročni uspešnosti vseh udeležencev na trgu: zbornik povzetkov prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO.

Golob, Urša in Klement Podnar. 2006a. »Evropsko« razumevanje družbene odgovornosti podjetja. *Industrijska demokracija* 10 (8): 25–27.

--- 2006b. Evropa kot središče odločnosti za družbeno odgovornost podjetij? *Industrijska demokracija* 10 (6): 20–22.

--- 2006c. Pričakovanja o družbeni odgovornosti podjetij in njihov vpliv na vedenjsko intencijo posameznikov. V *Konferenca Družbena odgovornost in izzivi časa*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

--- 2006d. Stičišča družbene odgovornosti podjetja in participacije zaposlenih pri upravljanju. *Industrijska demokracija* 10 (9): 22–25.

--- 2007. Participacija zaposlenih in komuniciranje o družbeni odgovornosti podjetja. *Industrijska demokracija* 11 (9): 18–20.

Golob, Urša in Nina Valentinčič. 2008. Longitudinalna analiza poročanja o družbeni odgovornosti: primer izbranih slovenskih družb. V *Prispevki družbene odgovornosti k dolgoročni uspešnosti vseh udeležencev na trgu: zbornik povzetkov prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Golob, Urša. 2006. *Posameznik in družbena odgovornost podjetij v času transformacije slovenske družbe: doktorska disertacija*. Ljubljana: FDV.

Gorenak, Štefka. 2008. Popolnoma odgovorno upravljanje kot element dolgoročnih konkurenčnih prednosti. V *Prispevki družbene odgovornosti k dolgoročni uspešnosti vseh udeležencev na trgu: zbornik povzetkov prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Hawlina, Maja. 2008. V pričakovanju novega etosa v oglaševanju. V *Prispevki družbene odgovornosti k dolgoročni uspešnosti vseh udeležencev na trgu: zbornik povzetkov prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Heuffel Berginc, Ingrid. 2007. Praktični primer delovanja podjetja Meblo Jogi d.o.o. Nova Gorica na področju družbene odgovornosti. V *Vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih dejavnostih: zbornik prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Hindess, Barry. 1996. *Discourses of power: from Hobbes to Foucault*. Oxford: Blackwell.

Hrast, Anita in Matjaž Mulej. 2008a. Družbena odgovornost podjetij. V *Skupaj smo močnejši! pametnejši, lepši*, ur. Borut Osonkar, 41–52. Maribor: Zavod PIP

--- 2008b. Razvoj družbene odgovornosti v Sloveniji 2004-2008 in aktivnosti instituta IRDO. V *Prispevki družbene odgovornosti k dolgoročni uspešnosti vseh udeležencev na trgu: zbornik povzetkov prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Hrast, Anita. 2006. Komuniciranje družbene odgovornosti. V *Konferenca Družbena odgovornost in izzivi časa*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

--- 2007. Razvoj projektov za krepitev zavedanja o pomenu družbene odgovornosti. V *Vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih dejavnostih: zbornik prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor : IRDO. Elektronska izdaja.

Hrovatič, Danica. 2007. Družbena odgovornost do znanja. V *Vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih dejavnostih: zbornik prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Institut IRDO. Dostopno prek: <http://www.irdo.si/podatki.html> (25. april 2009).

Jäger, Siegfried. 2001. Discourse and knowledge: theoretical and methodological aspects of critical discourse and dispositive analysis. V *Methods of critical discourse analysis*, ur. Ruth Wodak in Michael Meyer, 32–62. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage.

- Jančič, Zlatko. 1996. *Celostni marketing*. Ljubljana: Fakulteta za družbene vede.
- 2004. Družbena odgovornost podjetij in marketinški koncept. *Teorija in praksa*. 41 (5/6): 890–901.
- Jenko, Boštjan. 2008. Pomen korporativne družbene odgovornosti v zavarovalništvu. V *Prispevki družbene odgovornosti k dolgoročni uspešnosti vseh udeležencev na trgu: zbornik povzetkov prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.
- Kallio, Tomi J. 2007. Taboos in Corporate Social Responsibility discourse. *Journal of Business Ethics* (74): 165–175.
- Kanalec, Slavko in Avguštin Novšak. 2007. Družbena odgovornost industrijskih podjetij. V *9. letna konferenca kakovosti Gorenjske*. Kranj: GZS-Območna zbornica za Gorenjsko.
- Kidrič, Polonca. 2006. Informacije o družbeno odgovornem poslovanju v letnih poročilih velikih slovenskih podjetij. *IKS: revija za računovodstvo in finance* 33 (8): 73–83.
- Knez-Riedl, Jožica. 2002. Družbena odgovornost malih in srednjevelikih podjetij. V *Prenos novosti v podjetniško prakso/ 23. posvetovanje PODIM*, ur. Miroslav Rebernik, 45-59. Maribor: Ekonomsko-poslovna fakulteta, Inštitut za podjetništvo in management malih podjetij.
- 2003. Kakovost, inovativnost in boniteta podjetja - prešibko upoštevanje kakovosti poslovanja in inovativnosti pri presojanju bonitete podjetja. *Organizacija* 36 (9): 620–627.
- 2004. Uvod v družbeno odgovornost malih in srednje velikih podjetij. V *Konferenca Družbena odgovornost podjetij*. Ljubljana: zbornica Slovenije in Gospodarska zbornica Slovenije.
- 2006. Družbena odgovornost in univerza. *Konferenca Družbena odgovornost in izzivi časa*, ur. Anita Hrast. Maribor : IRDO. Elektronska izdaja.
- 2007. Družbeno odgovorno upravljanje družb. V *Vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih dejavnostih: zbornik prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.
- Korade Purg, Štefka. 2006. Načela delovanja javnih uslužbencev. *Konferenca Družbena odgovornost in izzivi časa*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.
- Kozoderč, Danilo. 2009. *Trajnovativnost: novi izzivi družbene odgovornosti podjetij*. Ljubljana: Salve.

Kutin, Breda. 2007. Varstvo potrošnikov in družbena odgovornost podjetij. V *Vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih dejavnostih: zbornik prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor : IRDO. Elektronska izdaja.

Laclau, Ernesto in Mouffe, Chantal. 1987. *Hegemonija in socialistična strategija : k radikalni demokratični politiki*. Ljubljana: Partizanska knjiga.

Laclau, Ernesto. 2008a. *Emancipacija, emancipacije*. Ljubljana: Založba ZRC SAZU.

--- 2008b. *O populističnem umu*. Ljubljana: Sophia.

Lahovnik, Matej. 2008. Družbena odgovornost kot dejavnik korporacijskega upravljanja podjetij v Sloveniji. *Naše gospodarstvo* 54 (5/6): 65–71.

Loeckenhoff, Hellmut. 2007. Controlling: a tool for corporate social responsibility - a systemic approach. V *Vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih dejavnostih: zbornik prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

London School of Public Relations. Dostopno prek: <http://pr-education.net/index.php?id=415> (5. junij 2009).

Lukšič, Igor in Kurnik, Andrej. 2000. *Hegemonija in oblast : Gramsci in Foucault*. Ljubljana : Znanstveno in publicistično središče.

MacIntyre, Alasdair. 1993. *Kratka zgodovina etike*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

Magajna, Julija. 2008. Management telesa brez organov. V *Prispevki h kritiki managerske paradigme: P. F. Drucker in njegov managerski ideologem*, ur. Tonči Kuzmanić, 227–243. Ljubljana: Mirovni inštitut, Inštitut za sodobne družbene in politične študije.

Marzel, Kornelija. 2008. Vzpostavitev partnerskega odnosa med varuhom človekovih pravic in zainteresiranimi javnostmi. V *Prispevki družbene odgovornosti k dolgoročni uspešnosti vseh udeležencev na trgu: zbornik povzetkov prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Miščević, Nenad. 1993. Na prizorišču sodobne etike-spremna beseda. *Kratka zgodovina etike*. Ljubljana: Znanstveno in publicistično središče.

Mulej, Matjaž in Anita Hrast. 2008. Izobilje brez družbene odgovornosti = globalna revščina? V *Prispevki družbene odgovornosti k dolgoročni uspešnosti vseh udeležencev na trgu: zbornik povzetkov prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Mulej, Matjaž in Damijan Prosenak. 2007. Družba in gospodarstvo z etiko družbene odgovornosti - možna peta faza družbenogospodarskega razvoja? V *Vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih dejavnostih: zbornik prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Mulej, Matjaž in Vojko Potočan. 2007. Družbena odgovornost trajnostnega podjetja. *Organizacija* 40 (5): 129–133.

Mulej, Matjaž Jernej Belak, Vojko Potočan, Tjaša Štrukelj, Zdenka Ženko, Simona Šarotar Žižek, Anita Hrast in Damijan Prosenak. 2009. Kriza - povod za inoviranje planiranja in vodenja v smeri k družbeni odgovornosti (podjetij) ter zadostni in potrebni celovitosti obnašanja ljudi. V *Kriza - priložnost za pozitivne spremembe s primeri dobre prakse različnih organizacij / 34. posvetovanje Planiranje in vodenje organizacij v kriznih razmerah s poudarkom na aktualno temo*, 7–31. Maribor: Društvo ekonomistov.

Mulej, Matjaž, Vojko Potočan, Zdenka Ženko in Štefan Kajzer. 2006. Etika soodvisnosti kot ozadje družbene odgovornosti. V *Konferenca Družbena odgovornost in izzivi časa*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Ograjenšek, Irena. 2009. Raziskava Družbena odgovornost podjetij z vidika slovenskih porabnikov: prikaz izpovedne moči preprostih parametrov opisne statistike. *Bilten Statističnega društva Slovenije* 31 (53): 33–37.

Pek Drapal, Darinka. 2008. Vloga in pomen vključevanja deležnikov, komunikacijske podpore in nevladnih organizacij pri uresničevanju družbene odgovornosti podjetij. V *Prispevki družbene odgovornosti k dolgoročni uspešnosti vseh udeležencev na trgu: zbornik povzetkov prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Pellisier-Tanon, Arnaud. 2005. The Spirit of free Enterprise: Ethics and Responsibility. V *Ethical Boundries of Capitalism*, ur. Daniel Daianu in Radu Vranceanu, 145–156. Aldershot, Burlington: Ashgate Publishing.

Petelinšek, Anton. 2006. Sodobne dileme novinarske etike. V *Konferenca Družbena odgovornost in izzivi časa*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Peters, Anna. 2008. Rethinking Responsibility - CSR and its role for business, society and politics. V *Prispevki družbene odgovornosti k dolgoročni uspešnosti vseh udeležencev na trgu: zbornik povzetkov prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Podnar, Klement in Urša Golob. 2002. Socialna ekonomija in družbena odgovornost: alternativni globalni anarhiji neoliberalizma. *Teorija in praksa* 39 (6): 952–969.

Polajnar, Dani. 2004. Odgovorni imajo prednost : koncept družbene odgovornosti podjetij. *Gospodarski vestnik* 53 (43): 48.

Postružnik, Natalija. 2007. Vloga PR svetovalcev za razvoj družbene odgovornosti v podjetjih in ustanovah. V *Vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih dejavnostih: zbornik prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Rant, Melita. 2006. Negativni vplivi upravljalvske strukture na poslovno odločanje in družbeno odgovorno delovanje. V *Družbena odgovornost in etika v organizacijah/ 7. znanstveno posvetovanje o organizaciji*, ur. Rozman, Rudi in Jure Kovač, 45–49. Kranj: Fakulteta za organizacijske vede: Zveza organizatorjev Slovenije.

Rejc, Adriana. 2004. Balanced scorecard: kritična ocena z vidika družbene odgovornost. V *Razvojnoraziskovalna dejavnost ter inovacije, konkurenčnost in družbena odgovornost podjetij*, ur. Janez Prašnikar, 503–517. Ljubljana: Časnik Finance.

Rudel, Drago in Pierre Lecocq. 2008. Dobiček vrednot - družbeno odgovorno upravljanje podjetij za trajno in uspešno poslovanje - pogled krščanskih poslovnežev. V *Prispevki družbene odgovornosti k dolgoročni uspešnosti vseh udeležencev na trgu: zbornik povzetkov prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Scocchera, Francesca. 2007. Italija: Social Accountability and Responsibility for Italian Social Cooperatives: the experience of the Marche region. V *Vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih dejavnostih: zbornik prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Slapničar, Svetlana. 2004. Poročanje o družbeni odgovornosti. V *Razvojnoraziskovalna dejavnost ter inovacije, konkurenčnost in družbena odgovornost podjetij*, ur. Janez Prašnikar, 519–542. Ljubljana: Časnik Finance.

Socialna akademija. Dostopno prek: <http://www.socialna-akademija.si/> (5. junij 2009)

Steiner, Gerald, Filippina Risopoulos. 2007. Dealing with a complex future: the effects of alternative communication patterns as basis for sustainable innovations. V *Vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih dejavnostih: zbornik prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Steiner, Gerald, Filippina Risopoulus in Martin Heissenberger. 2008. Strategies for dealing with poverty in South America's agriculture: The Heissenberger Case as an Austrian CSR Initiative. V *Prispevki družbene odgovornosti k dolgoročni uspešnosti vseh udeležencev na trg: zbornik povzetkov prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Stern, Beno. 2008. Evropska nepovratna sredstva v sferi družbene odgovornosti. V *Prispevki družbene odgovornosti k dolgoročni uspešnosti vseh udeležencev na trgu: zbornik povzetkov prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Straßer, Iris. 2007. Survey of CSR in Austria and the Carintian initiative 'Verantwortung zeigen!'. V *Vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih dejavnostih: zbornik prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

--- 2008. The TrigOS award helps Austrian companies to communicate CSR. V *Prispevki družbene odgovornosti k dolgoročni uspešnosti vseh udeležencev na trgu: zbornik povzetkov prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Šola družbeno odgovornega gospodarjenja. Dostopno prek: http://www.druzbena-odgovornost.si/index.php?option=com_content&task=view&id=23&Itemid=2 (5.junij 2009).

Šopar, Nikola. 2008. Osebnostne vrednote in odgovorno vodenje. V *Prispevki družbene odgovornosti k dolgoročni uspešnosti vseh udeležencev na trgu: zbornik povzetkov prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Štoka Debevec, Metka. 2007. Aktualne novosti na področju družbene odgovornosti v Sloveniji in EU. V *Vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih dejavnostih: zbornik prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

--- 2008. Pregled dogajanj na področju družbene odgovornosti v Evropski uniji. V *Prispevki družbene odgovornosti k dolgoročni uspešnosti vseh udeležencev na trgu: zbornik povzetkov prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Šumič-Riha, Jelica. 2002. *Mutacije etike: od utopije sreče do neozdravljive resnice*. Ljubljana: Založba ZRC.

Tanno, Angela. 2007. Disseminating CSR within the Italian banking industry - the activities of the Italian Banking Association. V *Vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih dejavnostih: zbornik prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Tominšek, Mojca. 2007. CSR - Code to Smart Reality. V *Vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih dejavnostih: zbornik prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Torring, Jacob. 1999. *New theories of discourse: Laclau, Mouffe and Žižek*. Oxford: Blackwell Publishers LTD.

Vezjak, Blanka. 2008. Družbeno odgovorno računovodstvo - utopija, moda ali potreba. V *Zbornik referatov / 40. simpozij o sodobnih metodah v računovodstvu, financah in reviziji*, ur. Ivan Turk, 55–69. Ljubljana: Zveza ekonomistov Slovenije, Zveza računovodij, finančnikov in revizorjev Slovenije.

Vezovnik, Andreja. 2008. Kritična diskurzivna analiza v kontekstu sodobnih diskurzivnih teorij. *Družboslovne razprave* 24 (57): 79–96.

Vodeb, Oliver. 2008. *Družbeno odzivno komuniciranje*. Ljubljana : Založba FDV.

Vrana, Toni. 2006. Dileme in razvoj možnosti družbene odgovornosti v neprofitnem sektorju. *Konferenca Družbena odgovornost in izzivi časa*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

--- 2007. Samomobilna organizacija kot gonilo družbene odgovornosti. V *Vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih dejavnostih: zbornik prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Weiss, Gilbert in Ruth Wodak. 2003. *Critical discourse analysis: theory and interdisciplinarity*. New York: Palgrave Macmillan.

Zadnik, Tonja in Sonja Šmuc. 2007. Zakaj je družbena odgovornost tudi odgovornost menedžerjev? V *Vloga menedžerjev pri razvoju družbene odgovornosti v pridobitnih in nepridobitnih dejavnostih: zbornik prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.

Zavašnik, Alenka in Anita Hrast. 2007. *Uvajanje družbene odgovornosti v poslovno prakso malih in srednje velikih podjetij v Sloveniji: priročnik s primeri dobre prakse*. Maribor: Gospodarska zbornica Slovenije, Območna zbornica.

Zavod Center za informiranje, sodelovanje in razvoj nevladnih organizacij- CNVOS. Dostopno prek: http://www.cnvos.si/index.php?option=com_content&task=view&id=12&Itemid=39 (5. junij 2009).

Zupančič, Danijel. 2008. Trimo in Planet Positive: Inovativnost za trajnostni razvoj. V *Prispevki družbene odgovornosti k dolgoročni uspešnosti vseh udeležencev na trgu: zbornik povzetkov prispevkov*, ur. Anita Hrast. Maribor: IRDO. Elektronska izdaja.