



7. IRDO mednarodna konferenca
DRUŽBENA ODGOVORNOST IN IZZIVI ČASA 2012
INOVIRANJE KULTURE ZA VEČ DRUŽBENE ODGOVORNOSTI -
KOT POT IZ SOCIO-KULTURNE KRIZE
Maribor, 8. - 10. marec 2012



Raje biti kot imeti.

Sklepi 7. mednarodne konference IRDO

»Družbena odgovornost in izzivi časa 2012: Inoviranje kulture za več družbene odgovornosti – kot pot iz socio-kulturne krize«

160 udeležencev sedme mednarodne IRDO konference, ki je potekala od 8. do 10. marca v Mariboru je sprejelo več sklepov, skupno sporočilo vseh pa je, da moramo za izhod iz krize preusmeriti svoje misli v nov način razmišljanja – da je bolje biti, živeti kot imeti in umreti.

Konferenco sta organizirala IRDO – Inštitut za razvoj družbene odgovornosti in Javni zavod MARIBOR 2012 – Evropska prestolnica kulture, v sodelovanju z Mednarodno akademijo za sistemske in kibernetične znanosti, Dunaj (IASCYS), Javno agencijo RS za raziskovalno dejavnost (ARRS), Javno agencijo za knjigo RS, Zavodom RS za varstvo narave, Mestno občino Maribor, Štajersko gospodarsko zbornico, Ameriško gospodarsko zbornico v Sloveniji, Narodnim domom Maribor, Slovenskim društvom za odnose z javnostmi in Londonsko šolo za odnose z javnostmi. Častni pokrovitelj konference je bil dr. Danilo Türk, predsednik Republike Slovenije. Na tridnevni konferenci se je zvrstilo kar 52 predavanj 68 avtorjev iz 18 držav (Slovenija, Rusija, Poljska, Avstrija, Nemčija, ZDA, Turčija itd.). Konference so se udeležili znanstveniki, raziskovalci, podjetniki, kulturniki in strokovnjaki, študenti in mnogi drugi. V razpravah so iskali povezave med kulturnimi inovacijami in družbeno odgovornostjo ter sprejeli naslednje sklepe:

1. Kultura vpliva na to, kako rešujemo probleme ter uporabljamo znanje in vire.

Kultura kot prevladujoče vrednote in navade vpliva na to, kako ljudje uporabljamo svoje znanje in druge vire. Kultura podobno kot umetnost bistveno vpliva na to, kako ljudje vidimo probleme in rešitve, le redko je namenjena sama sebi. Vendar ju preredko povezujemo. Zato je prav, da smo ju na tej konferenci povezali med seboj, z razmislekom o pogojih za njuno nastajanje, uveljavljanje in vplivanje, vključno s prispevki za reševanje sedanje družbeno-gospodarske krize. Tudi novi akcijski program na področju družbene odgovornosti Evropske unije to podpira. Rušijo se tradicionalna okolja, da se lahko v svetu pokaže blišč novega. Skrajnosti in razkorak med razvitim in nerazvitim so ogromne. To vodi do katastrofalnih posledic. Planet smo že skoraj izčrpali, zato je nujen preobrat. Moramo biti del razvoja, vendar ohraniti stik s koreninami in tradicijo. Identiteta mest je pozabljena, mesta so fragmentirana, vse za interes dobička. Zavedati se moramo, da je prostor skupna dobrina, ne pa le špekulativna surovina. Začeti moramo nadgrajevati historične strukture, ne pa jih rušiti. Kultura in natura naj se uveljavljata z roko v roki.

2. Potrebujemo kritično vrednotenje politik za pot v sonaravno/trajnostno bodočnost, družbena odgovornost je netehnološki inovacijski proces družbe.

Družbeno-ekonomski smisel družbene odgovornosti je pomoč pri omogočanju, da se neha sedanje uničevanje naravnih in družbenih pogojev za obstoj človeštva. Zato smo podprli deklaracijo Svetovnega foruma mislecev za sonaravno bodočnost. Slovenija bi lahko postala svetovni vzor takega delovanja z oznako integralna nizko ogljična družba in gospodarstvo. Vzor bi lahko nastal tudi iz truda za trajnostno in družbeno odgovorno univerzo in drugo šolstvo. Kritično vrednotenje politik je za ta namen bistven vir spoznanj, kaj bi bilo treba spremeniti. Zato kaže šteti družbeno odgovornost za netehnološki inovacijski proces.

3. Etika soodvisnosti je osnova za celovit pristop k družbeni odgovornosti; pravica in pravičnost sta bistvo posameznikovega in družbenega življenja, pri tem pa potrebujemo pogumne inovacije in odprtost možnosti.

Praksa neustreznega pristopa in komunikacije vodstev podjetij je še naprej zakoreninjena v mnogih organizacijah. Se pa to počasi spreminja, kar spodbuja tudi standard za družbeno odgovornost ISO 26000. Družbena odgovornost pomeni odgovornost ljudi in njihovih organizacij za njihove vplive na družbo. Opredelitev, da presega pravne obveznosti, pomeni, da najprej uresničujemo pravne obveznosti. Pravice in pravičnost so zato v središču etike soodvisnosti kot osnove za celovit pristop, ki je po mnogih mednarodnih dokumentih pogoj za prakso družbene odgovornosti. Delovanje v stilu »wikileaks« lahko k temu prispeva veliko. Enako velja za kulturo dialoga, po potrebi jo mediacija zmore podpirati. Skupaj z drugimi metodami to pomaga tudi preprečevati/reševati spore, ker krepi prehod od enostranskega na bolj celovito obnašanje. Pravica in pravičnost sta bistvo družbenega in posameznikovega življenja. Uravnoteženje tekmovalnih interesov drži družbo skupaj – če se pravico občuti kot pravico. Pravica kot (družbena) norma in načelo potrebuje pogumne inovacije in odprtost možnosti, ki sledijo sodelovanju z naravnimi viri in učenjem.

4. Kultura neposredno vpliva na razmišljanje ljudi, zato jo je treba krepiti v duhu družbene odgovornosti, tudi v podjetjih.

Družbena odgovornost se začne pri vsakem posamezniku. Le dobra osebna družbena odgovornost lahko vodi do širše družbene odgovornosti in družbeno odgovornega podjetja. Številna podjetja se vse bolj zavedajo pomembnosti družbene odgovornosti pri svojem delovanju, zato jo poskušajo implementirati na vseh področjih svojega delovanja. Podjetja lahko vplivajo na kulturo družbene odgovornosti vseh svojih deležnikov, s katerimi prihajajo pri svojem delovanju v stik (zaposleni, partnerji, kupci, lastniki ipd.).

Podjetja, ki izvajajo družbeno odgovornost, lahko izide pokažejo v številkah, ne le z besedami. Analize prakse, ki vodi v javne nagrade, kot sta Zlata nit in nagrada Horus, to potrjujejo. Dosežki se dajo izboljšati z usposabljanjem, ki vpliva tudi na vrednote in te na kulturo. Hvaležno področje za tak vpliv so kompetence za sonaravnost in obvladovanje krize. Primer iz Rusije kaže podobno kot Akcijski dokument Evropske unije, da smo večinoma še na začetku uveljavljanja družbene odgovornosti kot nujnega in koristnega ekonomskega dejavnika.

Neprestane inovacije na področju podjetništva so nujne; brez njih bo veliko negativnih posledic. Interdisciplinarnost in holistični pristop sta pglavitna dejavnika za uspeh družbene odgovornosti, kot je razvidno iz prakse (to ni le teoretična izkušnja). Da bi spremenili svoje ravnanje, ljudje potrebujemo pogum, bistrost misli in vizijo. To lažje dosežemo s korenitimi spremembami v razmišljanju. Strah je glavni razlog, ki preprečuje kreativnost in inovativnost. Kultura neposredno vpliva na razmišljanje ljudi – »kultivira naše obnašanje«. Medkulturne povezave se začnejo z učenjem jezikov, ki olajšujejo komunikacijo. Vprašanje je, kdo bo nadzoroval veje oblasti, da se bo zagotovila implementacija družbene odgovornosti tudi med njimi.

5. Družbeno in socialno krizo, ki je posledica krize vrednot in zaupanja, se da ozdraviti z vzpostavitvijo pozitivne družbene klime.

Socialna in gospodarska kriza je kriza vrednot in zaupanja. Družbeno in socialno krizo se da ozdraviti z vzpostavitvijo pozitivne družbene klime. To je naloga družbene odgovorne družbene skupnosti. Narodno-gospodarske podatke o vplivu družbene odgovornosti je težavno zbrati, kaže primer kazalcev trajnostnega razvoja. Morda se zato redke vlade zavedajo, da morajo ukrepati tako, da ustvarjajo aktivno soodvisnost človeka z drugimi deli narave. Dobra oblika je izkustveno izobraževanje o ohranjanju narave, trajnostnem razvoju/bodočnosti in družbeni odgovornosti. V njem je koristno uporabiti spoznanja, kako droben, a vpliven in zato nevaren del narave je človeštvo. To je vidno tudi v odnosu do javnih dobrin, katere človek spreminja v nedobrine. Zato je bistveno, kakšna organizacijska kultura prevlada. Vsaka koristna novost pa prevlada po inoviranju, zasnovanem na spodbujanju ustvarjalnosti in inovativnosti.

6. Kodeksi etičnih načel pomagajo k več družbene odgovornosti tako v profitnih, kot v neprofitnih organizacijah in vplivajo na kulturo organizacij in njihovo delovanje.

Veliko poti vodi k prevladi družbene odgovornosti v neki družbi. Skupni imenovalec je inovacija kulture v upravljanju, v poslovnih in drugih praksi. Na to imajo velik vpliv in morajo zato biti družbeno odgovorni mediji. Dobrodelni del družbene odgovornosti podpira kultura darovanja. Ljudje s kulturo empatije prispevajo veliko. Vzor lahko nudi Univerza v Gradcu kot trajnostna šola. Opozorilo, da je družbena odgovornost nujna pot iz sedanje krize, je zelo jasno iz gibanja ‚Zasedimo borzo v New Yorku‘. Dobro podlago za krepitev družbene

odgovornosti lahko nudijo kodeksi poslovne prakse. Moralo pedagoškega in ravnateljskega kadra pa tudi sošolk in sošolcev v osnovnih in v srednjih šolah, morda celo že na višjih in visokih šolah ter na fakultetah bo treba dvigniti z omejevanjem pohodov odvetnikov, ki jih najemajo premožni in vplivni starši, da bi izsilili boljši uspeh svojih otrok kot pogoj za vpis na uglednejše šole ali za boljša izhodišča za kariero. Mediacija je sicer zaželen postopek, vendar jo bo treba nadgrajevati z upoštevanjem pedagoške stroke.

7. Fevdalni kapitalizem moramo nadomestiti z nečim sodobnejšim. Nastalo je že več možnih modelov, pobud, kar kaže, da se družba prebuja v smeri spreminjanja svojih stališč in navad.

Pojavlja se vse več novih zamisli, kako nadomestiti dani ‚fevdalni‘ kapitalizem z nečim sodobnejšim. Med njimi so model ‚Kapitalizem 2.0 glede na soustvarjanje 1.0‘, model ‚Trdno‘, model ‚Univerzalni temeljni dohodek‘, socialno podjetništvo. Ovire se kažejo tudi v šibkih medkulturnih kompetencah, v nejasnosti, kdo je odgovoren kot sila v družbi za družbeno odgovornost, saj smo ljudje ujeti v dosedanje kulture/navade. Med odzivi za reševanje takih težav se pojavljajo evropske, svetovne in lokalne pobude, ki jih je tudi ta konferenca zajela. Evropska unija je oktobra 2011 objavila Akcijski program za krepitev družbene odgovornosti. Spodbuja države članice in velika podjetja. IRDO je pripravil novo knjigo s 44 avtorji. Sodeloval je tudi kot del 76 avtorjev iz vsega sveta pri knjigi ‚ABC harmonije‘. Zanimivi so tudi zdravstveno-socialni projekti za pomoč neplodnim parom, za sodelovanje nevladnih organizacij za zdravje, knjige za razumevanje duševnih motenj ipd. Projekti velikodušnosti, knjižnice, širjenja branje elektronskih knjig, kiparskih in podobnih del, izobraževanja, prostorskega načrtovanja, geomantije ipd. tudi pomagajo razvijati kulturo družbene odgovornosti.

8. Negovanje in spodbujanje empatije je lahko eden od najboljših možnih načinov, da začnemo živeti družbeno odgovornost in trajnostni razvoj ter da dosežemo blaginjo za celotno človeštvo.

Empatija je skupni imenovalec in istočasno gonilna sila dveh največjih sprememb, ki so nujne za prehod v trajnostno naravnano družbo. Prva naj bi bila zavračanje mehanicističnega pogleda in sprejemanje systemskega pogleda, ki upošteva principe soodvisnosti in holizma. Druga je sprememba moralnega vedenja v smereh k sodelovanju, odgovornosti in altruizmu. Negovanje in spodbujanje empatije je lahko eden od najboljših možnih načinov, da začnemo živeti družbeno odgovornost in trajnostni razvoj ter da dosežemo blaginjo za celotno človeštvo. Za učinkovite kodekse etike sta nujna empatija in zaupanje, predvsem vodstev in zaposlenih v organizacijah. Družbeno odgovornost je treba „udomačiti“, sprejeti za svojo (tako pri posameznikih kot v družinah, organizacijah, podjetjih in s tem v družbi). Družbena odgovornost bi morala postati del učnega načrta v vzgojnih programih, tudi širše družbe. Gre za temelj družbene odgovornosti – če se razvija empatija, se lahko razvija tudi družbena odgovornost. Če se torej koncept empatije vključi v koncept družbene odgovornosti, je to nekaj najboljšega, kar lahko naredimo v želji po kreiranju blaginje za celotno družbo.

9. Mediji naj ne bodo toliko pod vplivom politike in kapitala, naj si drznejšo poročati še več o družbeni odgovornosti.

Tudi mediji morajo biti družbeno odgovorni, hkrati pa je njihova naloga spodbujanje družbene odgovornosti. To lahko dosežajo s predstavljanjem primerov dobre prakse in promoviranjem družbene odgovornosti. Povezava med mediji in družbeno odgovornimi podjetniškimi praksami nagraduje družbeno odgovorno delovanje podjetij, saj nagrade in priznanja s področja družbene odgovornosti krepijo ugled podjetij na trgu. Pomemben je koncept sektorske pogojenosti družbene odgovornosti, da bi se osredotočili na svoje aktivnosti ter poiskali svoje vplive na družbo (mediji, finančne institucije, energetika itd.). Mediji vedo, kakšno je družbeno odgovorno delovanje, vendar se tega ne držijo. Ugotavljamo namreč, da so slovenski mediji v rokah kapitala, politike, komercializacije, gospodarstva, zato je tudi premalo vsebin o družbeni odgovornosti, ker se ne prodaja ali pa se teh vsebin bojijo. Percepcija medijev je, da ljudi kot javnost ta tematika ne zanima. Gre za konflikt interesa. Mediji bi morali posvečati večjo pozornost pisanju, ki spodbuja zavest o družbeni odgovornosti. Z različnimi aktivnostmi bomo udeleženci konference in mnogi drugi še naprej spodbujali družbeno odgovorno poročanje. Mediji so pomembni, vendar so zaradi kapitala očitno v svojem poročanju o družbeno odgovornih temah žal omejeni. Družbena odgovornost naj postane dodana vrednost medijev. To je bistveno za preživetje civilizacije danes.

10. Bolje je biti in ohraniti zdravo naravo, kot imeti preveč in umreti.

Soodvisnost med ljudmi in z naravo je pogoj za obstoj, etika soodvisnosti ohranja družine, dobre poslovne odnose med organizacijami, kot so npr. prijateljstva, saj se z razlikami dopolnjujemo. Pretirana enostranskost je temeljni skupni imenovalec težav in sedanje krize.

Kultura darovanja je pri nas še zelo nerazvita. Darovalci so večinoma bolj naklonjeni podpori dobrodelnosti kot naložbam v splošno koristno (javno dobro), ki so bistveno bolj pomembne kot eden temeljev razvoja sodobne družbe in prispevajo k zmanjšanju potreb na področju dobrodelnosti, saj marsikatero težavo preprečijo ali odpravijo že vnaprej. Kultura darovanja v gospodarstvu temelji predvsem na odnosu lastnikov podjetij do družbene odgovornosti, soočamo pa se s težavo, da veliko podjetij nima jasnih in znanih lastnikov. Zaupanje in empatija sta temeljni vrednoti kulture darovanja. Daritev je udejanjanje odnosa med darovalcem in obdarjencem pod okriljem enakovrednega medsebojnega zaupanja. Darovalec se mora zavedati odgovornosti svojega darovanja, obdarjenec pa odgovorno sprejeti darilo. Prihaja čas, ko bo ljudi osrečevalo spoznanje, da lahko svoje imetje delijo še s kom in da je to dejanje družbeno odgovorno, navsezadnje tudi do samega sebe. To je vprašanje stanja ravni zavesti posameznika. Bolje je deliti in biti, ohranjati zdravo naravo, kot imeti vse zase, ob gledanju na propad drugih, ki slej ko prej tudi nas požene v pogubo. Zato je osnovno sporočilo te konference in inoviranja kulture – spremenimo svoja stališča in na podlagi naših novih navad delujmo drugače – ker je bolje biti kot imeti.

V Mariboru, 8. do 10. 3 2012

V imenu predavateljev in udeležencev
7. mednarodne konference IRDO

zasl. prof. ddr. Matjaž Mulej,
predsednik Programskega odbora konference in
predsednik Strokovnega sveta inštituta IRDO
ter Raziskovalnega sveta ZRC IRDO