

## אחריות חברתית של עסקים: ניאו-ליברליזם בתרגום ציוני

תמר ברקאי

החוג לסוציולוגיה ולאנתרופולוגיה, אוניברסיטת תל-אביב

### הקדמה

בעשור האחרון מתפתח בישראל שדה פעילות המאורגן סביב רעיון האחריות החברתית של עסקים. בבסיס הרעיון מונחת התפיסה כי לצד אחריותם של ארגוני שוק לקידום האינטרס של הרווח הפרטי, עליהם להתמודד גם עם השלכותיה החברתיות של פעילותם העסקית. תפיסה זו מניחה ש"רישיונו החברתי" של עסק מחייב את מעורבותו במגוון פעילויות – החל בפילנתרופיה וכלה ברגולציה עצמית בנושאים כגון יחסי עבודה, איכות סביבה וזכויות אדם. התגבשותן של ציפיות ותביעות מעסקים כי יפעלו בתחומים אלה הובילה להתפתחותן של שדה גלובלי שוקק פעילות, שבמסגרתו פועלים, בין השאר, גופי ייעוץ ותקנון ומכוני הערכה וידע מעשי ואקדמי העוסקים בקביעת "סטנדרטים חברתיים", במדידתם ובמעקב אחר יישומם בקרב ארגוני שוק.

חוקרים מסבירים את פריחתם של מודלים ופרקטיקות של אחריות חברתית של עסקים בעשורים האחרונים כאחד מתוצרי הגלובליזציה הכלכלית: התעצמותם של ארגוני שוק ותהליך נסיגתה של מדינת הרווחה עוררו ביקורות חריפות של ארגונים חברתיים על שחקני שוק, כמי שבעטיים נגרמות עוולות חברתיות וסביבתיות ונרמסות זכויות אדם. ביקורות אלה לוו (ועדיין מלוות) בתביעה כי תאגידים יישאו באחריות חברתית לתיקון עוולות אלה. במילים אחרות, יותר ויותר נשמעת הטענה שעוצמתם הכלכלית של תאגידים ויכולתם הגוברת להשפיע על תחומי מדיניות ציבורית באופן ישיר ועקיף, מצריכה חשיבה מחודשת על אודות מחויבותם למגוון של סוגיות חברתיות שזוהו בעבר עם אחריות המדינה. חשיפתם של ארגוני שוק לציפיות ולמחאות מצד ארגונים חברתיים שימשה אפוא מבחינתם גורם מדרבן לגיבוש מודלים של אחריות חברתית שיסייעו במיתון הביקורות עליהם ובה בעת ישתלבו ביעדיהם העסקיים ואף יתרמו להם.

\* המאמר מבוסס על עבודה לקבלת תואר מוסמך באוניברסיטת תל-אביב, שנכתבה בהנחייתם של רונן שמיר ואורי בן-אליעזר. תודה לרונן שמיר ולקוראים האנונימיים מטעם תיאוריה וביקורת על הערותיהם מאירות העיניים ועל תרומתם למאמר זה.

רעיון האחריות החברתית של עסקים, שמקורו בצפון אמריקה ובאירופה, יובא לישראל באמצעות שני ערוצי הפצה עיקריים: ארגונים לא ממשלתיים, המעוניינים להטמיעו במסגרת השוק הישראלי אגב שימוש בידע ובכלים שיובאו מארגונים הדומים להם בעולם; וסניפים מקומיים של תאגידים רב-לאומיים. כלומר, בשונה מתהליך התפתחותו של שדה האחריות החברתית של עסקים ברמה העולמית, שהיה בחלקו תגובה למאבקים שהופנו ישירות כלפי השוק, צמיחתו של השדה בישראל משקפת בראש ובראשונה את השפעת התרבות העסקית העולמית על דפוסי הפעולה של קהילת העסקים המקומית. עם זאת, בה בשעה שרעיון האחריות החברתית שאול מהנוף העולמי, מסע הנדידה שלו לישראל ואופן תרגומו לפרקטיקות "ישראליות" מושפעים במידה ניכרת מתהליכים חברתיים-פוליטיים מקומיים. במובן זה, התגבשות שדה חברתי מקומי סביב רעיון האחריות החברתית של עסקים מעוררת עניין כפול: ראשית, העובדה כי השדה המקומי מושתת על רעיון שנווד בעולם ומקורו באירופה ובצפון אמריקה, מציעה אותו כשדה מחקר פורה לבחינת יחסי הגומלין בין השפעות גלובליות ללוקליות בתהליך התמסדותם של דפוסים ומודלים במרחב המקומי. שנית, מיקומו של השדה על קו התפר (המדומיין) שבין הספרה הכלכלית לחברתית והאופנים שבהם מטופלים במסגרתו קשרי הגומלין שביניהן, מציעים אותו כזירה רלוונטית לבחינת תהליכי השינוי ביחסי שוק, מדינה וחברה בישראל.

במאמר זה אני מתמקדת בתהליך תרגומו של רעיון האחריות החברתית של עסקים לתרבות הפוליטית והארגונית המקומית. תרגום זה מאופיין, בין השאר, בזיהוי המושג "אחריות חברתית" עם תרומה לקולקטיב הלאומי ובהפעלת פרקטיקות המכוונות כלפי מדינת הלאום כערך וכמוסד. זאת בשונה מהמודל העולמי, הממעט לייחס ערך "לאומי" לפרקטיקות של "אחריות" מחד גיסא, ומתבסס במידה רבה על דמיון של קהילתיות על-לאומית (בטפלו למשל בסוגיות של צרכנות ואיכות סביבה) ותת-לאומית (בטפלו בסוגיות של צדק חברתי ביחס למיעוטים אתניים ולקהילות ילידות) מאידך גיסא.<sup>1</sup> לטענתי, המודל המתהווה בישראל משמש בידי קהילת העסקים אמצעי להשתתפות במאבקים חברתיים. בפרט מבטא צביונו הלאומי-מדינתי של המודל את מאמצי קהילת העסקים להשפיע על עיצוב זהותה של החברה הישראלית ולשמר את מעמדה כקבוצה מובילה. כלומר, אפשר לפרש

<sup>1</sup> המושג "מודל עולמי" מתייחס למאפיינים המשותפים למודלים מקובלים בשיח הגלובלי של "אחריות חברתית של עסקים". בהקשר זה בולטים שני מודלים: האחד הוא המודל שפיתח ארצ'י קרול, שמרבים לצטט אותו בספרות הניהולית. לפי מודל זה, אחריות התאגיד מורכבת מאחריות כלכלית לרווחיותו; מאחריות משפטית לציית לחוק; מאחריות מוסרית לפעול על פי סטנדרטים של הוגנות וצדק; ומאחריות פילנתרופית לתרום למטרות חברתיות (Carroll 1999). המודל האחר הוא ה"גלובל קומפקט" – יוזמת האו"ם משנת 1999, שבמסגרתה הוגדרה אחריותם החברתית של תאגידים בנושאי זכויות אדם, יחסי עבודה, איכות סביבה ואתיקה עסקית (www.unglobalcompact.org). חשוב לציין, עם זאת, כי מטרתו במאמר זה אינה השוואתית, וכי בהתמקדותי בזיהוי ובניתוח הטרנספורמציה המקומית שעובר המודל העולמי המופשט בשעה שהוא מאומץ בישראל, אין כדי לטעון שהמודל הישראלי הוא בהכרח תוצר ייחודי.

את פרקטיקות האחריות החברתית של עסקים כפרקטיקות המשמשות בידי שחקנים מקהילת העסקים בישראל אמצעי להמרת עוצמה כלכלית בעוצמה חברתית-סימבולית. במובן זה, מודל האחריות של עסקים המתגבש בישראל הוא תוצר גלוקלי, שניזון הן ממגמות בשדה הגלובלי והן מתהליכים חברתיים, פוליטיים ותרבותיים מקומיים.<sup>2</sup> יתרה מזאת, מסקנה תיאורטית מרכזית הנגזרת מהממצאים על אודות צביונו של המודל "הישראלי" היא, שעל אף השינויים שחלו בעשורים האחרונים ביחסי שוק-מדינה-חברה בישראל, הטשטוש בין מדינה לחברה ומקומו המרכזי של האתוס הציוני, כמאפיינים בולטים של התרבות הפוליטית הישראלית, ממשיכים לשמש הון סימבולי בדיהן של קבוצות החותרות לביסוס מעמדן החברתי. בחלק הראשון של המאמר אדון במופע האחריות החברתית של עסקים במרחב העולמי, המתעצב כמודל נודד וכשדה חברתי. דיון זה ישמש נקודת מוצא להצגת צמיחתו של שדה האחריות החברתית של עסקים בישראל, על המגמות והדפוסים שמקנים לו את צביונו הלאומי-מדינתי, שתעמוד במוקד חלקו השני של המאמר. בחלק השלישי והמסכם של המאמר אציע ניתוח של פרקטיקות ומוטיבציות של חברי הקהילה העסקית המקומית הפועלים בשדה בהקשרם של תהליכי שינוי במבנה היחסים בין קבוצות כוח בחברה בישראל.

## 1. אחריות חברתית של עסקים במרחב העולמי

### אחריות חברתית של עסקים – רקע היסטורי

הכתיבה על אודות ההיסטוריה של יחסי עסקים-חברה מתעדת ביטויים שונים של התמודדות עסקים עם תנאים וצרכים חברתיים מאז ראשית הקפיטליזם המודרני: החל בפילנתרופיה, דרך תוכניות רווחה מפעליות (company towns) וכלה בפרויקטים של "אחריות חברתית" הנפוצים בעולם התאגידי בעשורים האחרונים (Brody 1980; Hall 2006). גילויי מחויבות חברתית מצד עסקים מוסברים בספרות כתוצר של המתח בין שני אינטרסים עסקיים: החתירה לרווח ולשימור היציבות החברתית בעת ובעונה אחת עם ביסוס לגיטימציה לסדר הקפיטליסטי (Heald 1970). במילים אחרות, דילמת האחריות החברתית של עסקים מתוארת בספרות כשזורה בפרקטיקות עסקיות-ניהוליות זה כמאתיים שנה.

עם זאת, שורשי השימוש ב"אחריות חברתית של עסקים" כמטבע לשון דיסקורסיבי נטועים רק באמצע המאה ה-20, עם התפתחות גישה תיאורטית שהתמקדה בהצדקת המושג ובשכלולו (Carroll 1979).<sup>3</sup> בגישת "האחריות החברתית של עסקים", המשתייכת

<sup>2</sup> אפשר לשער כי אילו עלתה בישראל שאלת האחריות החברתית של עסקים בהקשרם של מאבקים חברתיים, אופני קליטתו של "המודל הגלובלי" היו שונים. במאמר הנוכחי אין אני עוסקת בשאלה זו, הראויה להיבחן בכלים התיאורטיים המוצעים במחקר של תנועות חברתיות וארגונים לא ממשלתיים. <sup>3</sup> סוגיית הזיקה בין הנסיבות ההיסטוריות שבהן הפעילו עסקים פרקטיקות של מחויבות חברתית לבין התפתחותו הדיסקורסיבית של המושג "אחריות חברתית של עסקים" חורגת מגבולות המחקר הנוכחי.

מבחינה דיסציפלינרית למינהל עסקים ולהתנהגות ארגונית, יש משום חריגה מהגישה הליברלית הקלאסית. זו האחרונה גורסת שאחריותו הבלעדית של תאגיד היא להבטיח את רווחיותו כלפי בעלי מניותיו והמשקיעים בו (shareholders) וחובותיו מוגבלות לציות לחוק (Friedman 1962).<sup>4</sup> לעומתה גורסת גישת האחריות החברתית שלתאגיד יש אחריות כלפי מעגלים רחבים יותר של בעלי עניין (stakeholders), ובהם קבוצות ויחידים המצויים בטווח ההשפעה שלו אך אינם קשורים ביחסים חוזיים עמו או כאלה שכוח המיקוח שלהם מולו מוגבל (עובדים ומשפחותיהם, צרכנים, קבלני משנה ועובדיהם, תושבים מקומיים, הממסד המדינתי והמוניציפלי, ארגונים חברתיים ועוד) (Freeman 1984).

אם כן, השימוש במושג "אחריות חברתית של עסקים" גם הוא אינו חדש. במשך יותר מחצי מאה מתנהל שיח אקדמי שעוסק בהגדרות המושג, בפיתוח מודלים ניהוליים להטמעת הרעיון ובהצדקות עסקיות למודלים הללו (Carroll 1979). עם זאת, שלא כמו מודלים ניהוליים קודמים, שיח האחריות החברתית העכשווי מקדם מפורשות לוגיקה עסקית שלפיה אחריות חברתית – הן בצורתה הפילנתרופית והן בצורות "משוכללות" יותר – טובה ואולי אף הכרחית לעסקים (Halal 2001). כך, לעומת מסורת הפילנתרופיה הבורגנית, שלפיה נשמרה לרוב ההפרדה בין הפרקטיקות הכלכליות לפרקטיקות הצדקה והרווחה של העסק, בבסיס המודלים העכשוויים עומד דווקא החיבור התועלתני ביניהן. במילים אחרות, הנחת העבודה של מודלים עכשוויים של "אחריות חברתית של עסקים" היא שישום אסטרטגיה חברתית שיטתית המשולבת במערכות העסקיות ובתהליכי קבלת ההחלטות משרת אינטרס כלכלי מובהק (Margolis and Walsh 2001).

ההקשר ההיסטורי שבו פורח שיח האחריות החברתית העכשווי, קרי הסדר הניאו-ליברלי, מהווה, כפי שיובהר בחלק הבא, בסיס נוסף להבחנה בינו ובין ביטויים קודמים של אחריות חברתית מצד השוק. בסדר הניאו-ליברלי, המעודד "משילות" (governance) כתצורת סמכות דומיננטית, עסקים מצופים עוד יותר מבעבר לפעול כשחקנים פוליטיים וכמפעילי סמכות חברתית ברמה המוסדית (Shamir 2008).

פריצתו של שיח "האחריות החברתית של עסקים" את גבולות הספרות והתבססותו כאופנה ניהולית וכשיח ציבורי התרחשה בגלים. ג'יימס רואו (Rowe 2005) מצביע על שתי תקופות שבהן הפך רעיון האחריות החברתית של עסקים לסוגיה מרכזית: בשנים 1960–1976, כאשר השמיעו איגודי עובדים, ארגונים חברתיים ומדינות מתפתחות קריאות לכינון סדר כלכלי חדש שיגביל את הפעילות התאגידית הטרנס-לאומית; ומאמצע שנות

למיטב ידיעתי, לא קיימת תיאורטיזציה סוציולוגית בתחום, למעט התייחסות למשברי לגיטימציה של השוק ולמחאות חברתיות שהופנו כלפי שחקניו. בהקשר זה בולטת פרשת אנרון בארצות הברית (Rowe 2005).

4 התפיסה הליברלית נגזרת מהגדרת תאגיד מבחינה משפטית כמכלול היחסים החוזיים שמרכיבים אותו. הגדרה זו מתבססת על זכות הקניין ולפיה תאגיד הוא רכושם הבלעדי של בעליו, ואלו האחרונים קשורים ביחסים חוזיים עם מנהלי התאגיד, עם עובדיו ועם גורמים נוספים (Parker 2002).

התשעים ואילך, שנים שבהן שוב נשמעות קריאות לכינון רגולציה חברתית, התנועה החברתית הגלובלית המכונה "אנטי-גלובליזציה" מתעצמת, והתנהלותם השערורייתית של תאגידי ענק נחשפת. לטענתו, פריחת רעיון האחריות החברתית של עסקים כשיח ציבורי וכפרקטיקה ארגונית מתרחשת בתקופות שהשוק נתון בהן ללחצים חברתיים והאיום ברגולציה ציבורית נתפס כממשי. במובן זה, רואו מצטרף לטענת שמיר כי אימוץ רעיון האחריות החברתית בידי שחקני שוק והפיכתו לפרקטיקה רווחת מהווים נדבך עיקרי באסטרטגיית התגובה של תאגידים רב-לאומיים ללחצים המופעלים עליהם. אסטרטגיה זו מתאפיינת, כלשונו של שמיר, ב"תנועת מלקחיים": מן הצד האחד ארגוני השוק נלחמים מלחמת חורמה בניסיונות לכוון מנגנון רגולטיבי גלובלי בעל סמכויות פיקוח ואכיפה על הפעילות התאגידית; ומן הצד האחר הופכים רבים מהם לשחקנים פעילים בשדה האחריות החברתית (שמיר 2007).

#### אחריות חברתית של עסקים כסוגיה פוליטית

התגבשות רעיון האחריות החברתית של עסקים כמשאב אסטרטגי בידי ארגוני שוק החלה כאמור להיות מקובלת בארצות הברית מסוף שנות השישים של המאה ה-20. עם זאת, רק מאמצע שנות התשעים החל הרעיון להפוך בהדרגה לתופעה גלובלית ולסוגיה פוליטית מרכזית. תהליך זה כרוך בהתחוללותם של שינויים יסודיים במשולש היחסים בין שוק, מדינה וחברה, ובפרט בהתגבשות רשתות טרנס-לאומיות של פעילי זכויות, המסמנת את היווצרותו של דפוס חדש של פעולה פוליטית המתמקדת בעוולות המיוצרות על ידי שחקני שוק, ולא על ידי משטרים פוליטיים דווקא (DeWinter 2001; Willetts 1998).<sup>5</sup> התגבשות דפוס של פעולה פוליטית המכוונת כלפי השוק מצביעה, לטענת שמיר, על הדיאלקטיקה המאפיינת את תהליך התעצמות הקפיטליזם הגלובלי, דיאלקטיקה שלפיה ככל שהמרחב הציבורי מופרט והולך, כך מתהווה המרחב הפרטי כאתר מרכזי של הפעולה הפוליטית (Shamir 2005). במילים אחרות, הופעתן של תביעות המכוונות ישירות כלפי תאגידים רב-לאומיים שיישאו באחריות לתיקון העוולות שהם מייצרים ויספקו הגנות חברתיות שהמדינה נמנעת מלספק, מסמנת את תהליך נסיגת המדינה מתפקידה כגורם מתווך בין השוק לחברה. כך, כשאין בנמצא גורם מתווך, החברה חשופה יותר לעוולות השוק, והמבט החברתי מופנה עתה ישירות אל השוק.<sup>6</sup> מעורבותם של ארגונים חברתיים בחשיפת תופעות של ניצול עובדים, העסקת ילדים ותנאי בטיחות ירודים אצל קבלני המשנה של נייקי במזרח אסיה, המחאה הציבורית שעוררו החשיפות הללו ותגובתה של החברה, משמשות בספרות מקרה פרדיגמטי לדינמיקה שתוארה לעיל (Locke 2003). במהלך שנות התשעים הפכה נייקי ליעד בולט להתקפותיהם

<sup>5</sup> עם הארגונים הנדונים נמנים גם ארגוני זכויות אדם וסביבה ותיקים יותר, שהעתיקו את יעד ההתקפה שלהם מן המדינה אל השוק (Winston 2002).

<sup>6</sup> תהליכי השינוי ביחסי שוק, מדינה וחברה הם נושא מורכב מדי לדיון במסגרת מאמר זה. לניתוח היסטורי של התהליכים הללו ראו Sassen 2006.

של מתנגדי הגלובליזציה הכלכלית ושל התנועה נגד סדנאות היזע. טענתה הראשונית של הנהלת נייקי היתה שמפעלי הייצור אינם בבעלותה ועל כן אין הם בטווח אחריותה החברתית. ואולם בעקבות התגברות המחאות והלחצים החלה נייקי בגיבוש מודל של אחריות חברתית תאגידיית ובהטמעתו לאורך שרשרת הייצור שהיא מפעילה.<sup>7</sup>

בשנים האחרונות, במקביל לאימוץ גובר של מודלים של אחריות חברתית מצד תאגידים רבים, הציבו גם האו"ם והאיחוד האירופי את סוגיית האחריות החברתית של עסקים במרכז סדר היום. בנאומו לפני הפורום הכלכלי העולמי בינואר 1999 פנה קופי ענאן, מזכ"ל האו"ם דאז, אל ראשי המגזר העסקי וקרא להם להצטרף ליוזמת ה-Green Paper, שעניינה עידוד השתתפות תאגידים בפיתוח חברתי ומיסוד הרעיון שבסדר העכשווי מוטלות על תאגידים חובות חברתיות ומוסריות בתחומים של זכויות אדם, יחסי עבודה, איכות הסביבה ואתיקה עסקית.<sup>8</sup>

ביולי 2001 הפיץ האיחוד האירופי מסמך שכותרתו "Green Paper: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility".<sup>9</sup> מחברי המסמך ניסחו בו את הצורך בקידום מודל אירופי של אחריות חברתית ופנו לארגוני סחר ותעשייה, לרשויות ציבוריות ברמות המקומית, המדינית והבינלאומית, לתאגידים, לארגונים חברתיים, לארגוני צרכנים, לאיגודי עובדים, למכוני מחקר, למומחים מקצועיים ועוד, בבקשה שיתייחסו לסוגיות שמועלות במסמך. בעקבות ההתייחסויות הרבות שהתקבלו, הוקם פורום של נציגי כל המגזרים, במטרה לעודד שיח ציבורי בקרב הקהילה העסקית, איגודי עובדים, ארגוני חברה אזרחית ובעלי עניין אחרים, לפתח יכולות בתחום ולהבטיח סביבה אוהדת לרעיון.<sup>10</sup>

### אחריות חברתית של עסקים כשדה פעולה חברתית

מיצובו של רעיון האחריות החברתית של עסקים כנורמה וכפרקטיקה מקובלות בעולם העסקי, התגבשותו כציפייה מובנת מאליה מצד ארגונים חברתיים ושחקנים מוסדיים והפיכתו לסוגיה פוליטית מרכזית, מייצרים אותו כשדה פעולה חברתית<sup>11</sup> — שדה המורכב משחקנים רבים בעלי עמדות, אידיאולוגיות ואינטרסים שונים, המפתחים דפוסים מגוונים של

7 על התפתחות המודל ראו Locke 2003. לעיון בדוחות האחריות החברתית השנתיים של נייקי: <http://www.nikebiz.com/responsibility>

8 ראו הערה 1.

9 <http://europa.eu.int/rapid/pressReleasesAction.do?reference=DOC/01/9&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>

10 לדוח הסופי של ישיבות הפורום ראו [http://forum.europa.eu.int/irc/empl/csr\\_eu\\_multi\\_stakeholder\\_forum/info/data/en/CSR%20Forum%20final%20report.pdf](http://forum.europa.eu.int/irc/empl/csr_eu_multi_stakeholder_forum/info/data/en/CSR%20Forum%20final%20report.pdf)

11 השימוש במושג "שדה" נשען על תיאוריית השדות של בורדייה, הממשיגה את המציאות החברתית כמורכבת משדות של פעולה חברתית. נגישות השחקנים בשדה למשאבים ולסוגי ההון הכלכלי, הסימבולי, התרבותי והחברתי הספציפיים לכל שדה היא שמכתיבה את יחסי הכוח ביניהם ומגדירה את העמדות בשדה (Jenkins 1992).

אחריות חברתית, מתוך מאבק תדיר על גבולות השדה, על עמדות כוח בו ועל משמעות המושג "אחריות חברתית".

שלושה סוגים עיקריים של ארגונים חברתיים פועלים בשדה (Winston 2002):  
 1. ארגונים המאמצים אסטרטגיה מתעמתת ביחס לשחקני השוק, הכוללת קריאות לחרם צרכנים, תביעות משפטיות נגד תאגידים וניסיונות לכוון מנגנונים רגולטיביים שיאפשרו אכיפה והטלת סנקציות על תאגידים רב-לאומיים; 2. ארגונים ועמותות שמזהים את הפוטנציאל הכלכלי הטמון עבורם ברעיון האחריות החברתית של עסקים כפותח פתח להגדלת התרומות שפעילותם נשענת עליהן; 3. ארגונים שעוסקים בהפצת רעיון האחריות החברתית של עסקים, אגב פיתוח הקשרים בין הקהילה העסקית לארגוני חברה אזרחית, ונתמכים לרוב על ידי שחקני שוק.<sup>12</sup> מקומם של ארגונים מסוג שלישי זה באזור הדמדומים שבין השוק לחברה משקף את ערפול ההבחנה ביניהם, ערפול המאפיין לא רק את שדה האחריות החברתית, כי אם את הסדר הניאו-ליברלי בכללו.

מעורבותם של שחקני שוק רבים בשדה מפורשת כאמור כתגובת נגד לניסיונות למסד את אחריותם החברתית באמצעות רגולציה ציבורית וכאסטרטגיה לשיכוך הביקורת המופנית כלפיהם ול"מינוף" ההזדמנויות הכלכליות שטמונות בשדה. פעילותם בשדה מאופיינת בניסוח קודי התנהגות תאגידיים, בהפעלת פרויקטים חברתיים ובבניית קואליציות עם שחקנים אחרים התומכים בהשתתפות האחריות החברתית על עֶקרון הוולונטריזם. קואליציות אלה מניבות צורות חדשות של רגולציה עצמית, כגון הסכמים הנחתמים בין חברי איגודים מקצועיים, תעשיות וארגונים בינלאומיים. כלומר, באמצעות קידום מודלים של רגולציה עצמית ובניסיון למנוע מיסוד של מערכות בקרה חיצוניות שבסמכותן להפעיל סנקציות, תאגידים חותרים לצמצום רמת המחויבות הנגזרת מהמושג "אחריות חברתית".

בשדה פועלים גם שחקנים אחרים שמזהים את הפוטנציאל העסקי והמקצועי הטמון בו ומפתחים בתוך כך התמחויות רלוונטיות. כך, לדוגמה, חברות ייעוץ מציעות את שירותיהן לפיתוח והטמעה של מודלים של אחריות חברתית, לניסוח החזון התאגידי ולבחירת יעדים להשקעה חברתית; פירמות לראיית חשבון עורכות עבור תאגידים דוחות חברתיים (social auditing);<sup>13</sup> חברות פרסום ויחסי ציבור מתמחות עתה בניהול מוניטין ובמיתוג חברתי; יועצי אסטרטגיה מתמחים בבניית מדדים להערכת פעילות חברתית תאגידיה והשפעתה וניהול הקשר עם בעלי העניין; ומכוני תקנים (כגון ISO) מפתחים תקנים לאחריות חברתית-תאגידיה ומדדים לדיווח על ביצועיהם החברתיים של תאגידים.<sup>14</sup> פריחתה של תעשיית "האחריות החברתית"

<sup>12</sup> ארגונים מסוג זה הם ארגון מעלה ו"ציונות 2000", שיורחב עליהם בהמשך.

<sup>13</sup> הצורך (במונחי שוק) בדוחות חברתיים התעורר בעקבות התקבלות הרעיון שעל תאגידים לעבור לשיטת מדידה והערכה המכונה "3D bottom line", הבוחנת את ביצועי התאגיד בשלושה ממדים: הפיננסי, החברתי והסביבתי (Elkington 1997).

<sup>14</sup> בשדה האחריות החברתית של עסקים פועלים עוד שחקנים רבים שלא הוזכרו לעיל. עם זאת, מטרת אינה למפות את השדה, אלא להמחיש את היקפו ואת הפעילות האינטנסיבית שמתרחשת בו.

המבוססת על ידע, מומחיות ושיטות ניהול המשוקעות במערכות העסקיות, מצטרפת למאפייני הגל העכשווי של מופע האחריות החברתית של עסקים המבחינים אותו מביטוייו בעבר. מן התיאור לעיל מצטייר רעיון "האחריות החברתית של עסקים" כמודל עולמי נודד המופץ באמצעות רשת ענפה של ייצור, שיווק ומיתוג של מוצרי "אחריות חברתית". תיאור זה עולה בקנה אחד עם התיאורטיזציה של הגישה המוסדית המסבירה כי הדמיון המבני שמאפיין מדינות אומה מודרניות הוא תוצר הפצתם ונדידתם של מודלים עולמיים, כדוגמת מדינת הרווחה והחינוך המודרני באמצעות מגוון ערוצים (Meyer et al. 1997). עם זאת, נדידתם של מודלים ורעיונות וקליטתם במרחבים מקומיים אינה מעידה על התחוללות תהליך של הומוגניזציה תרבותית (Guillen 2001). לחלופין, תהליכי הנדידה, ההפצה והקליטה של רעיונות כרוכים בהשפעות גלובליות ולוקליות וביחסי הגומלין ביניהן, ולפיכך יהיו תוצריהם לרוב גלוקליים, ולא הומוגניים דווקא (Nederveen Pieterse 1995). תוכנה זאת תשמש בהמשך בסיס לניתוח התהליכים הפוליטיים-חברתיים המקומיים שעיצבו, לטענתי, את אופני קליטתו ותרגומו של מודל האחריות החברתית של עסקים בישראל. לפני כן, בחלק הבא של המאמר, אציג כמה מהדפוסים שמאפיינים את השדה בישראל ומקנים לו את צביונו הלאומי-מדינתי.

## 2. אחריות חברתית של עסקים בישראל

בסוף שנות התשעים הגיחו אותותיו הראשונים של רעיון "האחריות החברתית של עסקים" בישראל. בשונה מהתהליכים שתוארו לעיל, בישראל לא היתה הופעתו של הרעיון תגובה ללחצים חברתיים שהופנו כלפי השוק, אלא היא שיקפה את נתיבי נדידתו בעולם. כך הופיע הרעיון בישראל כשהוא כבר "ארוז" כמודל וכפרקטיקה עסקית. שני סוגים עיקריים של ערוצי הפצה הובילו תהליך זה: סניפים מקומיים של תאגידים רב-לאומיים וארגונים שלא למטרות רווח ששאפו לשמש גורם מתווך בין שחקני שוק לשחקני חברה אזרחית. צמיחתו של השדה הישראלי כרוכה בעיקר בפעילותם של שני ארגונים: ארגון מעלה (מעורבות עסקים למען החברה בישראל) ו"ציונות 2000". ארגון מעלה נוסד בשנת 1998 כארגון חבר ב־BSR (Business for Social Responsibility) האמריקני ומלכתחילה חתר להיות הגורם המקצועי המוביל בשדה, שיסייע לעסקים בישראל לפתח וליישם גישה אסטרטגית של מחויבות חברתית. "ציונות 2000" נוסד ב־1995, וב־1998 הקים פעילות חדשה תחת הכותרת "עסקים למען הקהילה" (על"ה), ובמסגרתה הציע את שירותיו ביעוץ לעסקים בבחירת פרויקטים חברתיים ובליווי מקצועי שלהם.

העובדה שהשדה הישראלי אינו תוצר של מאבקים חברתיים ושערוצי היבוא שלו מאופיינים באוריינטציית שוק עיצבה, לטענתי, במידה רבה את צביונו. במרחב העולמי, וגם בישראל, יש מגוון רחב של מודלים של אחריות חברתית, המבוססים רובם ככולם על שני יסודות: על ציות לחוק המדינה ועמידה בסטנדרטים בינלאומיים מוסכמים בתחומים



של יחסי עבודה, זכויות אדם והגנת הסביבה; ועל פעילות פילנתרופית הכוללת תרומות כספיות ומעורבות עובדים בקהילה (Carasco and Singh 2003).<sup>15</sup> עם זאת, בעוד לחצים חברתיים שהופעלו על תאגידים בצפון אמריקה ובאירופה, בעיקר בתחומי זכויות אדם, יחסי עבודה והגנת הסביבה, חייבו אותם לאמץ ולפתח מודלים שמתייחסים באופן ישיר להשלכות פעילותם העסקית על סוגיות אלה, אימצו תאגידים בישראל מודלים מורכבים פחות של אחריות חברתית. כלומר, באופן דומה, אם כי במהופך, היעדרם של מאבקים ישירים נגד השוק בישראל אפשר לשחקני השוק המקומי להדגיש את המרכיב הפילנתרופי של המודל ולהתעלם כמעט לחלוטין מהמרכיבים שנוגעים לפרקטיקות פנים-ארגוניות ולהשלכות החברתיות והמוסריות של פעילותם העסקית.<sup>16</sup>

בחינת הפעילות שמתרחשת תחת הכותרת "אחריות חברתית של עסקים" בישראל מצביעה לא רק על הטיה פילנתרופית בולטת, כי אם גם על הכוונת חלק ניכר ממנה ליעדים שניתן לזהות אותם כיעדים לאומיים-מדינתיים. יתרה מזאת, פעילויות רווחה שמתמקדות בקבוצות חברתיות ספציפיות ממוסגרות לעתים קרובות כתרומה למדינה וכהשקעה בקולקטיב הלאומי. מגמה זאת מתיישבת עם טענתם של חוקרים בדבר האופן שבו שימשה האידיאולוגיה הציונית משאב רטורי, סימבולי ופרקטי בידיהם של שחקני שוק וחברה אזרחית בניסיון להצדיק את מקומם בפרויקט בניין האומה. כך, מיכל פרנקל, חנה הרצוג ויהודה שנהב (1996) טוענים כי פעולתם של תעשיינים ובעלי הון להרחבת גבולות השיח הציוני כדי שעשייתם תיחשב "ציונית" אפשרה להם ליהנות ממשאבי הלאום ולהפיק מהם רווח פרטי באופן שייתפס כלגיטימי.<sup>17</sup> מחקרים אלה עולים בקנה אחד גם עם הספרות הסוציולוגית שמצביעה על התרבות הפוליטית הקולקטיביסטית ועל הטשטוש השיטתי בין מדינה לחברה בישראל (רם 1993).

הפרקטיקות והתכנים המאפיינים את שדה האחריות החברתית בישראל מתגבשים, לטענתי, לכדי מודל פילנתרופי הנושא גוון לאומי-מדינתי: פעילותם החברתית של עסקים מתבטאת בעיקר בפעילויות צדקה ורווחה, ולרוב אינה עומדת בזיקה לתהליכים פנים-ארגוניים; תוכני הפעילות ואוכלוסיות היעד של הפעילות החברתית מצביעים על זיהויה של אחריות חברתית עם אחריות לאומית-מדינתית. את האופנים שבהם הטייתו הלאומית-מדינתית של השדה המקומי מגולמת בתוכני הפעילות, בדפוסים, ברטוריקה ובשיח שמתגבשים במסגרתו, אנסה להמחיש להלן.

<sup>15</sup> מרכיבים אלה תואמים בחלקם את מרכיבי המודל שניסח קרול. ראו הערה 1 לעיל.

<sup>16</sup> תהליך הבשלת השדה המקומי כרוך הן בהתפתחות של פרקטיקות מגוונות יותר של אחריות חברתית הנוגעות גם לסוגיית יחסי העבודה והן בהתפתחות צורות מדידה של ביצועים חברתיים וצורות הדיווח עליהם.

<sup>17</sup> מסגרת פרשנית דומה משמשת את דוד דה פריס (De Vries 1997) בנתחו פרקטיקות של פקידים בתקופת היישוב.

### אות גלובס – חברה ומדינה

תחרות אות גלובס היא יוזמה משותפת של העיתון גלובס ושל ארגון מעלה שבמסגרתה מוענקים מדי שנה לעסקים אותות על מחויבות לחברה בישראל. על עסקים המעוניינים להשתתף בתחרות למלא טופס ולפרט בו את התכנים של פעילותם החברתית. הבקשות נבחנות על ידי ועדת השיפוט וההיגוי של אות גלובס, שנמנים עמה מנכ"ל גלובס וארגון מעלה, אישי ציבור, ראשי ארגונים חברתיים ואנשי עסקים, וזו מעניקה לזוכים את האותות בטקסי אות גלובס השנתיים.

האופן שבו המושג "אחריות חברתית של עסקים" משורג בישראל בהקשר לאומי ניכר בצורה בולטת בטקסי אות גלובס. כך לדוגמה הציגה המנחה את האות בטקס של שנת 2001:

מדינת ישראל מתפקדת במציאות סבוכה, אך דווקא בזמנים כאלה המשימות החברתיות של ישראל מקבלות משנה תוקף. עם זאת ולמרות המציאות הסבוכה, האווירה במשק הישראלי חיובית ויש תחושה של פוטנציאל שעומד לפרוץ, זאת מתוך הכרה שלאנשי עסקים חלק נכבד בעיצובה של ישראל.

בהמשך הסבירה המנחה שהאות נועד להגביר את מעורבותם החברתית של עסקים, והוא מוענק כהוקרה "על השקעה אסטרטגית לאומית לטווח הארוך".<sup>18</sup> דברי המנחה מרמזים על הטשטוש בין חברה ללאום ועל הזיהוי של המושג "אחריות חברתית של עסקים" עם "אחריות לאומית-מדינתית". רושם זה קיבל חיזוק מדבריו של אסא כשר, פרופסור לפילוסופיה של המוסר, ובהקשר זה חבר בוועדת ההיגוי והשיפוט, שאמר באותו טקס, כי מעבר להתמודדות עם עוני ומוגבלויות שונות, יש להרחיב את האחריות החברתית של עסקים לעבר שינוי מערכת הנורמות של החברה. "העיסוק באתיקה חשוב לא רק כדי שהעסק יהיה יותר מוצלח, אלא גם עבור המדינה".

בהמשך הטקס דיווח עמי אבן, מנכ"ל גלובס, על החלטת העיתון לעזור למשפחות הרוג הפיגוע בדולפינריום, שהתרחש ימים מספר קודם לכן. אבן הזמין לבמה את אבי בנבנישתי, מנהל תיכון שבח דאז, שרבים מהנפגעים בפיגוע נמנו עם תלמידיו. על הבמה אמר בנבנישתי שמערכת החינוך משמשת "גשר שעליו תצעד אוכלוסיית העולים מחבר העמים אל עבר החברה הישראלית. אם נמשיך בניכור, באטימות ובסטיגמות הגשר יהיה רעוע". לאנשי קהילת העסקים הציע בנבנישתי את תיכון שבח כיעד להשקעה חברתית.

<sup>18</sup> במהלך המחקר (בשנים 2000–2003) ערכתי תצפיות בשלושה אתרים מרכזיים: טקסי אות גלובס; ועידות "עסקים וחברה" – יוזמה משותפת נוספת של מעלה וגלובס – שמשותפים בהן נציגים מהמסד הפוליטי, בכירים מהקהילה העסקית ומובילים של ארגונים לא ממשלתיים; ופורום מנהלי קשרי קהילה, פורום שהקים ומנהל ארגון מעלה במטרה לתת לחברים בו ידע וכלים מקצועיים לניהול הפעילות החברתית של החברה העסקית שבה הם עובדים. בכל התצפיות השתתפתי כחוקרת ותיעדתי את המתרחש. בחלק זה ובחלק הבא מובאים ציטוטים מתוך התצפיות האלו.

אחריו עלה לבמה רון חולדאי, ראש העיר תל-אביב-יפו, והציג את בנבנישתי כ"זם שעלה על נישה. זיהה את ההזדמנות העסקית שטמונה באוכלוסיית העולים והעניין שלהם בחינוך טכנולוגי". דבריהם של בנבנישתי וחולדאי מיטיבים לבטא את השילוב בין הפן הלאומי ובין הפן התועלתני שמקופל במושג "אחריות חברתית של עסקים" כמשרת אינטרס עסקי. בנבנישתי ניסה לרתום את אנשי העסקים להשקיע בבית ספרו כיעד לאומי, ואילו חולדאי הצביע על האינטרס העסקי הטמון בהשתלבות אוכלוסיית העולים בקהילה העסקית. דוגמה בולטת נוספת לציפייתם של יוזמי אות גלובס שהפעילות החברתית של עסקים תכלול הירתמות ליעדים הלאומיים היא החלטתם להעניק צל"ש על מעורבות קהילתית של עסקים בקו העימות. כך או כך, עזרה לנפגעי פיגועים וסיוע בקליטת עלייה, כיעדים חברתיים ראויים, קיבלו במה מרכזית בערב שנושאו "אחריות חברתית של עסקים". בסיום הטקס ביקשה המנחה מהקהל לקום על רגליו לשירת התקווה.

תוכנו הלאומי של רעיון האחריות החברתית של עסקים בישראל משתקף גם במוסף המיוחד שגלובס מוציא לקראת הטקס השנתי. בשנת 2000, תחת הכותרת "חוסן כלכלי וחברתי", כתב אבן: "חוסנה של מדינת ישראל מותנה בחיזוק השילוב בין עסקים לחברה, בדרך לעתיד כלכלי משגשג" (אבן 2000). גם כאן ההתייחסות לאחריות חברתית בצמוד לאחריות מדינתית, ללא הבחן בין השתיים, מצביעה לטענתו על הטשטוש בין חברה למדינה המאפיין את שיח האחריות החברתית בישראל. באותו מוסף שיווה אריה לובה אליאב, גם הוא חבר בוועדת ההיגוי והשיפוט של האות, פן נוסף למשמעות הלאומית של "אחריות חברתית של עסקים" כמושג וכפרקטיקה:

נוכחנו כי רבים מהעסקים ומהמפעלים הללו הינם ממשיכים של מסורת ישראל לדורותיה, מסורת השמה דגש והנותנת תוקף של מצווה למעורבות ועזרה חברתית. ... קהילות היהודים לאורך כל שנות הגלות במזרח ובמערב היו ידועות ב"מתן בסתר" ובמתן בגלוי של העשירים וה"גבירים" למען הקהילה ונזקקה. בראשית המפעל הציוני היה זה הברון רוטשילד ... שעזר ובעצם הציל את המושבות היהודיות הראשונות...

בהמשך התפתחות הישוב היהודי בארץ-ישראל היו ראשי המפעלים הכלכליים והתעשייתיים של אז מעורבים מאוד בחברה, והעמידו את עצמם ואת מפעליהם לרשות ושירות הכלל. ...

עם קום מדינת ישראל ובואה של העלייה הגדולה של שנות החמישים, נתבקשו יזמים עסקיים להקים מפעלים חדשים באזורים מרוחקים, אליהם נשלחו רבבות עולים (אליאב 2000).

דברי אליאב, הנוטעים את פעילותם החברתית של עסקים בשני הקשרים — היהודי והציוני — מחזקים את הטענות שהוזכרו לעיל בדבר תפועלה של ה"ציונות" כמשאב סימבולי ואמצעי לגיטימציוני בידיהם של תעשיינים ובעלי הון. בהמשך אליאב מדגיש את חשיבות הירתמותם של עסקים למשימות הלאומיות גם בימינו ומוסיף כי הוא שמח שאחת המגמות

שבלטה בבחירת הזוכים היא מגמת המעורבות החברתית של מפעלים הנמצאים בפריפריה, בגליל ובנגב (שם).

לצורך בחינת התכנים של הפעילות החברתית של עסקים ניתחתי את הבקשות (70 במספר) שהוגשו לוועדת ההיגוי והשיפוט בשנים 2000–2001.<sup>19</sup> אתמגוון הפרויקטים שהוצגו לפני הוועדה ניתן לסווג לתחומים מספר: תמיכה באוכלוסייה עם מוגבלויות, חינוך בכלל וחינוך טכנולוגי בפרט, רווחה וסעד והגנת הסביבה. אוכלוסיות היעד הכוללות הן ילדים ובני נוער ממשפחות מצוקה, מעיירות פיתוח וממשפחות עולים, ילדים בעלי מוגבלויות וחיילים. כור תעשיות לדוגמה הפעילה את הפרויקט "כור היתוך לחברה טובה יותר" ותמכה במסגרתו בשתי פעילויות של תנועת הצופים – "שבא" ו"צופים עם העולים" – שמטרתן גיוס בני נוער עולים מעיירות פיתוח לתנועת הצופים. לבקשה שנשלחה לוועדה צירפה כור תעשיות המלצות מיושב ראש תנועת הצופים ומיולי תמיר, השרה לקליטת עלייה דאז. פרויקט משותף לקרן אייסף, לקרן הבינלאומית לחינוך ולמוטורולה סמיקונדקטור ישראל הוא דוגמה נוספת להתמקדות בבני נוער: סטודנטים מלמדים במסגרתו תלמידי תיכון מירוחם מתמטיקה ומחשבים. מטרת הפרויקט היא "לפרוץ את המעגל שבו נמצאות עיירות הפיתוח בנגב, תוך כדי שימת דגש על מקצועות ההיי-טק". חברת מיקרוסופט ישראל, שזכתה באות בשנת 2000, הציגה פרויקטים אחדים בתחום החינוך הטכנולוגי, ובהם פרויקט "מקצועני מחשב צעירים", שבמסגרתו קיבלו תלמידים מאזור הדרום הכשרה מקצועית בתחומי רשתות תקשורת ופיתוח תוכנה. את הפרויקט הפעילה מיקרוסופט בשיתוף משרד החינוך וקרן רש"י. מטרת הפרויקט, כפי שפירטה בבקשה מנהלת תחום חינוך במיקרוסופט, "להעצים את ההון האנושי באזור הדרום ולחסוך בעלויות אחזקת אנשי מקצוע טכנולוגיים בכתי הספר". מיקרוסופט אף היתה מעורבת בפרויקט "מחשב לכל ילד", יוזמה משותפת של הג'וינט ושל משרד הכלכלה והתכנון. עוד דוגמה למגמה זאת היא פרויקט "הזנק", פרויקט של הבנק הבינלאומי שבמסגרתו ניתנים שיעורי הכנה למבחני הבגרות לתלמידים מרקע סוציו-אקונומי נמוך שהישגיהם בלימודים נמוכים. בבקשה שהפנה הבנק לוועדה מתואר הפרויקט כך: "הבנק הבינלאומי קיבל החלטה אסטרטגית להשקיע חלק מרווחיו בחברה הישראלית. זאת מתוך אמונה כי זוהי חובתו החברתית והמוסרית של ארגון כלכלי מבוסס לתרום לרווחתה ולקידומה של החברה בה הוא פועל, חובה זו מקבלת חיזוק מיוחד בחברה הישראלית בימים קשים אלה. הבנק הבינלאומי בחר לפעול בתחום החינוך של בני נוער מתוך תפיסת ההשכלה ככלי מרכזי לקידום וחיזוק דור העתיד של מדינת ישראל".<sup>20</sup>

<sup>19</sup> עותקי הבקשות שהוגשו באותן שנים לוועדת אות גלובס נשמרו במקביל בארכיונים הן של גלובס והן של ארגון מעלה. זה האחרון אפשר לי גישה מלאה לבקשות הללו ועל כך אני מודה לו מעומק לבי. יש לציין שאות גלובס מוענק לעסק על פרויקט חברתי שיוזם ותפעל, ורבים מן העסקים שפנו בשנים הללו הציגו לוועדה יותר מפרויקט אחד. על כן מספר הבקשות מעיד על מספר החברות שפנו בשנים אלה, אך מספר הפרויקטים עומד על כ-200.

<sup>20</sup> לתיאור הפרויקט ראו [http://www.fibi.co.il/fibi/site/he/fibi.asp?pi=1401&doc\\_id=4601](http://www.fibi.co.il/fibi/site/he/fibi.asp?pi=1401&doc_id=4601).

ההתמקדות בנושאי חינוך, בקליטת עלייה ובעיירות פיתוח, מעורבותם של גופים ומשרדים ממשלתיים בפעילות החברתית של עסקים (במקרה של מיקרוסופט לדוגמה) והגדרת הפעילות החברתית כתרומה למדינה – כל אלה מחזקות את הטענה שאחריות חברתית של עסקים מתורגמת בישראל לאחריות לאומית-מדינתית. למותר לציין כי חלק מהפעילויות התרחשו קודם ל"עלייתו ארצה" של רעיון האחריות החברתית, אך כעת הן נארזות ומשווקות תחת הכותרת "אחריות חברתית של עסקים". כמו כן, גם במרחב העולמי ניכרת נטייתם של עסקים להשקיע בחינוך, נטייה שכשלעצמה אינה מעידה על הענקת משמעות לאומית למושג "אחריות חברתית של עסקים". עם זאת, טענתי היא כי בישראל עסקים נוטים למסגר את השקעתם החברתית בתחומי חינוך, וגם בתחומים אחרים, כתרומה למדינה. משמעות טענה זאת היא כי לטשטוש הגבולות ההיסטורי בין חברה למדינה בישראל יש השפעה על בחירת יעדי ההשקעה החברתית של עסקים.

השקעה חברתית של עסקים באוכלוסיית החיילים וביחידות צבאיות משקפת מגמה בולטת נוספת בשדה.<sup>21</sup> כך, לדוגמה, נכתב באתר של חברת "תנובה", תחת הכותרת "תנובה למען הקהילה":

פינה חמה שמורה בתנובה לחיילי צה"ל והיא הצמיחה מסורת ארוכת שנים של אימוץ חיילי יחידות שונות ועשייה למענם. במטרה למסד את הקשר שבין תנובה לחיילים הוצב אוטובוס מיוחד בצומת רכבת צפון בתל-אביב, בו מחולקים מוצרי חלב לחיילים הרבים, העוברים דרך צומת זה בדרכם ליחידותיהם השונות.<sup>22</sup>

באתר של קרן לב"י (הקרן לביטחון ישראל) צוין בזמנו כי לקראת חג העצמאות תשס"ב משתתפות רשתות הריבוע הכחול ורשת מגה במבצע התרמה למען קרן לב"י, לרווחת חיילי צה"ל. בהמשך צוטטה סמנכ"ל סחר ושיווק ברשתות הריבוע הכחול: "מבצע ההתרמה למען קרן לב"י הוא חלק מהתגייסות שנתית של הריבוע הכחול לפעילויות לב"י והוועד למען החייל והוא מסייע לעם בישראל להודות לחיילי צה"ל על תרומתם בשמירה על ביטחון ישראל".<sup>23</sup> עוד צוין באתר כי רשת סטימצקי הוסיפה שקל על כל שקל שתורמו לקוחותיה כתרומה לחיילי צה"ל.

קבוצת שטראוס-עלית, גם היא תחת הכותרת "אחריות חברתית", מעניקה מלגות ללימודים גבוהים לחיילים קרביים, מאמצת יחידת חיילים בצפון הארץ, נותנת חסות לעשרות טרמפיאדות ברחבי הארץ ומייעדת את כספי החסות לאגודה למען החייל, שולחת חבילות מזון בזמני עימות ליחידות שונות ותורמת באופן שוטף ליחידות קרביות. בנק לאומי פרש

<sup>21</sup> נטיית חברות לתרום לצה"ל עולה הן ממחקר שנערך במסגרת המרכז הישראלי לחקר המגזר השלישי (רייכל ואחרים 2000) והן מניתוח מאגר המידע של ארגון שתי"ל בנושא מעורבות חברתית של עסקים מ-2003 (http://shatil.org.il/data/shatil\_busdb\_stat\_nov\_2003.ppt).

<sup>22</sup> www.tnuva.co.il

<sup>23</sup> http://www.bsi.co.il/news.asp?NewsId=117&y=2002

את חסותו על שני פרויקטים, "אחריי!" ו"עתידיים", שעניינם הכשרת בני נוער מן הפריפריה לשירות קרבי ולעתודה האקדמית של צה"ל.

בהתייחס לאופנים שבהם מפורש, מיושם ומתופעל רעיון האחריות החברתית של עסקים בנוף העולמי, שיתוף הפעולה בישראל בין עסקים לארגונים מדינתיים בכלל ולצה"ל בפרט, תחת הכותרת "אחריות חברתית", בולט בחריגותו. זאת, מכיוון שתמיכה בארגון צבאי המעורב ישירות בכיבוש ובשליטה על עם אחר עומדת בסתירה למודלים מקובלים נפוצים בעולם, המבטאים תביעה מתאגידים להימנע מפגיעה ישירה או עקיפה בזכויות אדם. כך, למשל, תאגידים המצטרפים ליוזמת Global Compact של האו"ם מתחייבים בחתימתם לא לשתף פעולה עם משטרים וצבאות הפוגעים בזכויות אדם.<sup>24</sup> כך, לדוגמה, מודל האחריות החברתית שאימץ תאגיד הנפט "של" כולל ביקורת של הפרקטיקות התאגידיות הנוגעות לזכויות אדם ושיתוף פעולה עם אמנסטי ועם Human Rights Watch בנוגע להסדרי הביטחון במפעליו בניגריה (Watts 2005). ככלל, הטיפול בנושא זכויות אדם נפוץ במודלים של אחריות חברתית שמתפעלים תאגידים בעולם, בשל היותם, כאמור, תגובה ללחצים שמפעילים עליהם ארגונים חברתיים בינלאומיים.

מסגורן של פעולות מכוונות קהילה כתרומה לקולקטיב הלאומי מבטא נטייה בולטת נוספת בשדה. כך, לדוגמה, מצהירה חברת "טבע", המפעילה פרויקט שמכוון לאוכלוסיית הגמלאים ופרויקטים אחרים בתחום החינוך למדע ועידודו:

מתוך מחויבותנו למדינת ישראל, לחוסנה ולשגשוגה, ומתוך ההכרה כי מובילות עסקית הנה גם מובילות ערכית חברתית, מיישמת חברת טבע אסטרטגיה חברתית כוללת... אנו רואים עצמנו חלק בלתי נפרד מהקהילה בה אנו פועלים ושואפים להשגת חזוננו החברתי – חברה בריאה ומתקדמת בישראל. ברוח זו אנו מפעילים מגוון רחב של יוזמות חינוכיות וקהילתיות בתחומי המדע, הבריאות והרווחה.<sup>25</sup>

במילים אחרות, זיהוי החברה עם המדינה ואחריות חברתית עם אחריות לאומית, המאפיין את שדה האחריות החברתית של עסקים בישראל, מגולם לא רק בתרומה ובהתגייסות למשימות המזוהות כלאומיות כגון קליטת עלייה ותמיכה בצה"ל, אלא גם בייחוס ערכים לאומיים לפעולות צדקה ורווחה.

#### אחריות חברתית של עסקים וגבולות הקולקטיב

השקת פרויקט "עסקים למען הקהילה" (על"ה) ב-1998 על ידי "ציונות 2000" ומעורבות הארגון בפעילותם החברתית של כ-150 עסקים ממקמות אותו כשחקן מרכזי בשדה האחריות החברתית בישראל. פרויקט על"ה הוא חלק מפעילות רחבה יותר של "ציונות

<http://www.unglobalcompact.org/AboutTheGC/TheTenPrinciples/Principle2.html>

24

<http://hebrew.tevapharm.com/social/>

25

2000" שבבסיסה מונח חזון שעיקרו "... לעודד אזרחים בכל רחבי הארץ, להשקיע זמן, מחשבה, משאבים פיזיים ולב רגיש... להגשמת ערכיהם האישיים וליצירת שינוי חברתי משמעותי וארוך טווח ברוח מגילת העצמאות".<sup>26</sup>

החזון של "ציונות 2000" תואם את מודל ה"אזרחות התאגידי" (corporate citizenship), המניח כי על אנשי עסקים כיחידים ועל ארגוני שוק כישויות לפעול כאזרחים טובים התורמים לקהילת הטוב המשותף. בדומה למודל התועלתני<sup>27</sup> של אחריות חברתית של עסקים, גם מודל האזרחות התאגידי עולה בקנה אחד עם ההיגיון הניאו-ליברלי, בהגדירו את היחסים הרצויים בין שוק, מדינה וחברה כצמצום מרבי של מעורבות ורגולציה מצד המדינה, ובהדגישו בעת ובעונה אחת את ההיבט של כינון חברה אזרחית, המבוססת על תפיסת האזרח הטוב שתורם באופן וולונטרי לקולקטיב, ואת היבט השוק, כמורכב מיזמות עסקית, הכשרה מקצועית, מומחיות ופעולת ארגונים כישויות אזרחיות טובות (Zadek, 2001). עם זאת, בשונה מן המודל התועלתני, מודל האזרחות התאגידי אינו מחייב זיקה ישירה בין המעורבות החברתית של העסק לפעילותו העסקית והשיווקית. גישה זאת עולה מהריאיון שערכתי עם ענת נחמיה, סמנכ"ל "ציונות 2000". לשאלה אם וכיצד מובאות בחשבון סוגיות של זכויות אדם, סביבה ותנאי עובדים בפרויקטים של "על"ה השיבה נחמיה: "כשנחשפנו לעסקים היה לנו הרבה מה להגיד בנוגע לתנאי השכר והיחס לעובדים, אבל היינו צריכים להגדיר את גבולות הפעילות שלנו. היתה לנו החלטה לא להיכנס למערכת העסקית של החברה, אלא רק למערכת החברתית החיצונית לה".

ההתייחסות של "ציונות 2000" ל"שינוי חברתי ברוח מגילת העצמאות" משווה פנים לאומיות למודל האזרחות התאגידי שאימץ הארגון. מודל זה מאפשר לארגון לשרטט את גבולות הקולקטיב הרלוונטי בדמות הקבוצה היהודית החילונית, ובכך לתחזק תפיסה לאומית קיימת. במובן זה, עמדת "ציונות 2000" מצביעה על מהלך של דה-פוליטיזציה שעוברים מושגים כגון "אחריות חברתית" ו"שינוי חברתי", שכן בהגדירו את גבולות הקולקטיב הרלוונטי בדמות הציבור היהודי החילוני, נמנע הארגון מטיפול ביחסי הכוח בחברה הישראלית, בייחוד בין הקבוצה הפלסטינית ליהודית ובין הקבוצה החרדית לחילונית. פרויקט "הושט יד לילד אחד" ממחיש טענה זאת: במסגרת הפרויקט מחולקות לתלמידים מלגות לחינוך בלתי פורמלי. לדברי נחמיה:

הפרויקט הכפיל עצמו כל שנה, ועכשיו אנחנו מקווים להגיע ל-2000 תלמידים... מתוכם רק עשרות הם תלמידים ערבים, כי אנחנו לא פועלים ברשויות ערביות. זה לא עניין מגמתי, אלא זה נגזר מההתפתחות של הפעילות שלנו. עכשיו אנחנו מתחילים לפתח משהו בשפרעם, אבל הבנו שאנחנו צריכים מודל שיתאים להם.

<http://www.zionut2000.org.il/site/front/ShowCategory.aspx?ItemID=8> 26

נציגו הכולט של המודל התועלתני בשדה הישראלי הוא ארגון "מעלה". 27

המודל היהודי-חילוני של "ציונות 2000" עלה באופן מוצהר יותר כשתיארה נחמיה את שלב השידוך בין עסקים לפרויקטים חברתיים: "עשינו תהליך סינון שטחי לפרויקטים, תהליך שכלל, בין היתר, בחינה שהפרויקט לא פוליטי. לא קיבלנו פרויקטים שלא מתחברים ל'ציונות 2000', כמו למשל פרויקטים מהמגזר החרדי". ההימנעות מטיפול בפרויקטים למען פלסטינים וחרדים ומסגורם כפוליטיים וכקונטרוברסליים מסמנים את האוכלוסיות הללו כאוכלוסיות הנמצאות מחוץ לגבולות הקולקטיב הרלוונטי לפעילות שיעדה המוצהר "קידום החברה האזרחית בישראל", ובו בזמן משעתקים את תפיסת החברה הישראלית כתחומה בגבולות הציבור היהודי החילוני.

בחירת השם "ציונות 2000" מעוררת אף היא עניין. מחד גיסא, הסבירה נחמיה, "הרעיון הוא להשתמש במושג קיים. אם עד עכשיו הציונות היתה סביב גאולת אדמה, אז היום זה הפוך על הפוך. אנחנו רוצים לחזק את הרעיון שציונות זאת לא מילה גסה, אבל שצריך לשנות את התכנים שלה ולהתמקד בחברה ובחינוך". מאידך גיסא, הוסיפה, "לערכים ולדרושים יש בעיה לשתף אתנו פעולה בגלל השם, אבל מבחינתנו הציונות לא משמשת בקונטציה לאומית. בזמנו המרכיב הלאומי היה חשוב, אבל זה מושג דינמי ואמור להתאים את עצמו למצב שהחברה נמצאת בו. אנחנו מרימים את הדגל החברתי אל מול הדגל הביטחוני". יציקת תוכן ומשמעות "אזרחיים" למושג "ציונות" מצביעה על תפיסה של הציונות כהון סימבולי ראוי לניכוס. בה בעת השימוש ב"ציונות" וניכוסה משמעם, בהקשר זה, שעתוק הדומיננטיות של הקולקטיב היהודי החילוני.

ככלל, פעילות "ציונות 2000" מאופיינת בטיפול בסוגיות הממוקמות בלב הקונסנזוס ובהימנעות מנושאים בעלי מטען פוליטי. בכך אין "ציונות 2000" שונה ממודלים תועלתניים של אחריות חברתית, הנמנעים גם הם מעיסוק בנושאים שעלולים לפגוע באינטרסים עסקיים. עם זאת, בישראל מגמה זאת עולה בקנה אחד עם הנטייה להבנות את המושג "אחריות חברתית" כתרומה למדינה וללאום.

חיזוק לטענה כי פעילותם החברתית של עסקים בישראל מתמקדת בנושאים קונסנזואליים ונמנעת מעיסוק בסוגיות הנתפסות כשנויות במחלוקת בציבוריות הישראלית, מתקבל מראיונות שנערכו עם מנהלי קשרי קהילה.<sup>28</sup> אצל רבים מהם שימשה ההבחנה בין

28 התפתחות השדה מלווה כאמור בצמיחת התמחויות מקצועיות ונישות ניהוליות חדשות, ובהן "ניהול קשרי קהילה" – נישא ארגונית בתאגידים שבאחריותה הטיפול בקשרי התאגיד עם הקהילה ותפעול הפרויקטים החברתיים שלו. את הראיונות המוצגים בחלק זה של המאמר ערכו רונן שמיר, נטלי גרויסמן ואנוכי במסגרת מחקר רחב היקף בראשותו של שמיר (בשנים 2000–2001). במהלך המחקר רואיינו 21 מנהלים מחברות עסקיות בכל מגזרי המשק הישראלי שבמסגרת תפקידם אחראים על מדיניות קשרי התאגיד עם הקהילה ועל יישומה. מרביתם הוגדרו כמנהלי קשרי קהילה והיו חברים בפורום מנהלי קשרי קהילה שהקים ארגון מעלה. זה האחרון אף מקיים מדי שנה קורס להכשרת מנהלים בתחום. ראוי לציין ששדה האחריות החברתית של עסקים בישראל ובכללו הנישה של ניהול קשרי קהילה מאופיינים בייצוג יתר של נשים. עם זאת, היבט זה לא נחקר במסגרת עבודה זו.



מה שנתפס בעיניהם כפוליטי ללא פוליטי כקריטריון להבחנה בין פעילות חברתית לגיטימית ללא לגיטימית. למשל, פרויקטים שאוכלוסיית היעד שלהם היא פלסטינים – אזרחי ישראל או תושבי השטחים הכבושים – נתפסו כפוליטיים, כטומנים בחובם סכנה לתדמית העסק, ולפיכך כלא לגיטימיים. "אני מאמינה שהחזק צריך לתת לחלש, אבל החלש חייב להיות מחויב לכך גם", אמרה אחת מהמנהלות. "החלש במדינה הם הערבים, אבל הייתי משלבת את זה בפעילות שלא מזוהה עם זה – כי אי-אפשר להתעלם ממה שקרה מאז אוקטובר 2000". במענה לשאלה במה היתה בוחרת להשקיע מבחינה חברתית, השיבה אחרת: "מה שאני באופן אישי הייתי עושה זה פעילות עם רופאים למען עובדים זרים, אבל זה הס מלהזכיר פה. אם מקבלים אחריות ותקציבים, אסור לסכן את התדמית של החברה. כאן אסור לדבר פוליטיקה". מנהלת אחרת אמרה בעניין פעילות עם מהגרי עבודה: "זה בעיה, בגלל שאין לגביהם חוק. אם נסייע להם, אנחנו ניתן יד למשהו שהוא לא חוקי. אני חושבת שדבר כזה לא היה עובר כאן". ההימנעות מפעילות למען מהגרי עבודה מרחיבה את ההגדרה של מה שנתפס פוליטי ובשל כך לא לגיטימי. כלומר, בביטוי "פעילות פוליטית", שמשמעותו בשפת השדה פעילות שיש להימנע ממנה, נכלל גם טיפול בסוגיות הנתפסות כשנויות במחלוקת. הנטייה לדה-פוליטיזציה של המושג "אחריות חברתית" מאפיינת גם את המתרחש בשדה העולמי. עם זאת, ישנם תאגידיים שבחרו למקד את תשומת הלב הציבורית בסוגיות קונסנזואליות פחות. בהקשר זה בולט מסע הפרסום של חברת בנטון נגד עונש המוות. בנטון הציגה במסע הפרסום שלה תצלומים וסיפורים של נדונים למוות במטרה לעורר דיון ציבורי בנושא. דוגמה אחרת היא קרן "בודי שופ", המעניקה מדי שנה כמיליון פאונד לארגוני זכויות אדם ולקבוצות פעילים ותומכת, בין היתר, בפליטים בקוסובו ובאלבניה; במקלטים לנשים בהודו; בקבוצות נגד כרייה בכרייטניה; בארגונים הנאבקים בהעסקת ילדים; בארגונים הנאבקים למען זכויות דיור וקרקע של פליטים; ובקבוצות לאומיות בישראל, בקניה, בהונדורס ובבולגריה.<sup>29</sup> חברות אחרות השתמשו במסעי הפרסום שלהן כדי להדגיש שונות מגדרית, גזעית ומינית: כך הציגה "וירג'ין קולה" חתונה של הומוסקסואלים; ונייקי ציטטה את טענתה של פמיניסטית אמריקנית, "אני מאמינה שעקבים גבוהים הם קונספירציה נגד נשים", ואת טענתו של שחקן גולף אמריקני שחור, "יש עדיין מסלולים בארצות הברית שאני לא מורשה לשחק בהם בגלל צבע עוריי" (קליין 2002).

בישראל עסקים נמנעים בדרך כלל מלקשור את שמם ואת מותגיהם עם מאבקייהן של קבוצות מודרות.<sup>30</sup> "החלטנו לא לתמוך במצעד הגאווה, כי זה פוגע ברגשות של קבוצות אחרות", הסביר בריאיון סמנכ"ל בחברת סלולר. "מארגני המצעד פנו לכל החברות הסלולריות שייטנו חסות. קיבלתי עשרות פניות של חרדים שחשבו שתמכנו במצעד והסברתי להם

<sup>29</sup> [http://www.thebodyshopfoundation.org/about.php?page\\_id=1&section\\_id=1&sub\\_section=About+Us](http://www.thebodyshopfoundation.org/about.php?page_id=1&section_id=1&sub_section=About+Us)

<sup>30</sup> בהקשר זה בולטת בחריגותיה חברת "קום איל פו", שפועלת לזיהוי המותג שלה עם מסרים פמיניסטיים. לביקורת חברתית על הקמפיין של קום איל פו ראו ברייר-גארב 2007.

שהחלטנו לא לתת את תמיכתנו למצעד. השיקול שלנו היה בפירוש הקונוטציה של החשיפה הזאת". בריאיון אחר סיפרה מנהלת קשרי קהילה על ההחלטה להסתיר את תרומת החברה שבה היא עובדת למרכז פרס לשלום: "הקשר עם המרכז התחיל לפני פרוץ המצב הנוכחי [אינתיפאדת אל-אקצה – ת"ב]. עצרנו וחשבנו אם זה נכון, והחלטנו להמשיך. אבל כדי לא לפגוע בתדמית שלנו, כי אין לנו רצון כחברה להיכנס לעימות הישראלי-פלסטיני, החלטנו להסתיר זאת".

בהרצאה שנשאה בפורום מעלה לפני מנהלי קשרי קהילה התייחסה רחל ליאל, מנכ"ל שתי"ל, לנטייתם של עסקים בישראל להימנע מפעילות שנויה במחלוקת, בניסיון לשכנע את הנוכחים לפעול אחרת:

האתגר שלכם הוא לקחת נושא שמצוי בשוליים, שאין עליו הסכמה ולהביא אותו למרכז הדיון. לקדם ארגונים שעוסקים בצמצום פערים, שוויון זכויות, פלורליזם וסובלנות, דו-קיום בין יהודים וערבים, איכות סביבה בדגש על צדק חברתי, קידום מעמד האשה בישראל. אנחנו מדברים על אוכלוסיות מוחלשות – מעובדים זרים דרך ערביי ישראל, בדואים, נכים, נשים, אמהות חד-הוריות, אתיופיות.

עמדה זו, גם כאשר היא תואמת את הנטיות האישיות של כמה ממנהלי קשרי קהילה, נתקלת בקשיי יישום: "הבנק לא רואה את עצמו כנושא בשורה חברתית ולא יהיה מוכן לעלות על בריקדות", טענה בריאיון מנהלת קשרי קהילה של אחד הבנקים. בהמשך, בהתייחסה לנושאים ספציפיים כדוגמת בדואים בנגב, פרויקטים הקשורים באידס או פעילות למען אסירים, אמרה: "הבנק לא יעסוק בפרויקטים כאלה, כי אין בו את התעוזה. הבנקים שמרניים. בפרויקט החינוכי של הבנק משתתפים אנשים בתוך הנורמה. הנושאים האלה רדיקליים מדי בשביל הבנק. אני באופן אישי הייתי שמחה לעשות יותר פרויקטים בקצוות".

מן הממצאים שהוצגו לעיל בולטת הנטייה של עסקים הפועלים בשדה האחריות החברתית בישראל לזהות "אחריות חברתית" עם "אחריות לאומית", תוך מסגור פעילויות צדקה ורווחה כתרומה למדינה. באמצעות הנטייה להימנע מפרויקטים שמכוונים לפלסטינים, למהגרי עבודה ולחרדים – אשר אותם הם תופסים כפוליטיים, לא קונסנזואליים וקונטרוברסליים – ולהתמקד באוכלוסיות העולים והחיילים, משתתפים השחקנים בשדה המקומי בסימון גבולותיה החברתיים של הלאומיות הישראלית ובשעתוק העמדה הציונית ההגמונית.

#### בין הון כלכלי להון חברתי

בניסיון להבין כיצד מתלכדים בשדה האחריות החברתית בישראל הממדים העולמי והמקומי, העסקי והפילנתרופי והחברתי והמדינתי, וכדי לעמוד על הגורמים להטייתו הלאומית של השדה, ראייתי בעלי הון ומנהלים בכירים הממוקמים בעמדות דומיננטיות בשדה כחברים בוועדת השיפוט של אות גלובס וכחברי דירקטוריונים של ארגון מעלה ו"ציונות 2000".

מן הראיונות עלו כמה נושאים עיקריים. ראשית, ברוב המקרים מדובר באנשים הפעילים בספֵרה הציבורית והחברתית שנים רבות, עוד טרם קליטתו של רעיון האחריות החברתית של עסקים בישראל. בשנים האחרונות, במקביל לצמיחת השדה בישראל והיחשפותם לרעיון, הם החלו לעבור מפעילות פילנתרופית ספורדית בתחומים מגוונים, כגון תמיכה במוסדות תרבות ואמנות, לפעילות חברתית שעניינה העיקרי הוא פרויקטים חינוכיים, והתמקמו בעמדות מרכזיות בשדה המקומי.

שנית, רובם ככולם מתמקדים בפעילות בעלת אופי פילנתרופי, ואינם מודעים לאופן שבו פרקטיקות פנים-ארגוניות ועסקיות מהוות מרכיב מרכזי במודלים מקובלים בעולם של אחריות חברתית של עסקים.

שלישית, בולטת במיוחד מעורבותם החברתית של המרואיינים בחינוך ובהכשרה מקצועית. במקרים רבים הסבירו המרואיינים מגמה זאת כתגובת נגד למערכת החינוך של ש"ס.

רביעית, חלק מהמרואיינים תיארו את רצח רבין כזרז עיקרי לפעילותם החברתית. חמישית, כשנשאלו באופן ישיר אם הם רואים בפעילותם החברתית עשייה ציונית, נמנעו רוב המרואיינים מתשובה חיובית חד-משמעית. עם זאת, הטשטוש המושגי בין המונחים חברה, מדינה ולאום ששימשו בערבוביה בדבריהם, מחזק להערכתנו את הטענה בדבר פניו הלאומיות-מדינתיות של השדה.

שישית, מרואיינים אלה, בניגוד למנהלי קשרי קהילה, לא העידו על הימנעות מסוגיות פוליטיות. הקשר בין אחריות חברתית של עסקים בישראל להצלחתה של ש"ס, ההתעוררות לפעילות בעקבות רצח רבין ותחושות של משבר שהחברה והמדינה נתונות בו היו מבחינתם חלק מרכזי בשיח שכותרתו "אחריות חברתית של עסקים".

שלוש הדוגמאות שלהלן ממחישות את סוג המוטיבציות שעומדות בבסיס הפרקטיקות של שחקנים מהקהילה העסקית בשדה. "מה שמוביל אותי זה היחד, האהבה וארץ ישראל... נעשינו חומריים, לא התגייסנו, ואז קרו תופעות שנראות כאילו גנבו לנו את המדינה, פשוט לא היינו שם", אמרה אחת המרואיינות, ולשאלה למי היא מתכוונת, השיבה:

אנחנו, השכבה הבינונית ומעלה שדאגה לעצמה... אנחנו בתור חילונים ויתרנו על ארץ ישראל, לקחנו את המדינה כמובן מאליו והיא הפכה להיות רק של הדתיים והמתנחלים... זה הארץ והעם שלי באותה מידה. כל דור צריך לבחור בארץ ישראל, ורצח רבין הבהיר לי זאת באופן סופי... אם בתקופת ההורים שלי היו ביצות באדמה, היום יש ביצות באנשים וחייבים לייבש אותן... אצלי זה במודע ציונות. אני לא יכולה להישאר במגדל השן שלי, כי לא יהיה לי עם. BSR זה בשבילי ציונות. אני קוראת לזה הציונות החדשה.

מרואיין אחר אמר:

הייתי יכול להיות תומך נלהב של ש"ס, אם בנוסף למה שהם עושים הם היו מעודדים הליכה לעבודה ולצבא... צריך לטפל גם במצוקות תעסוקה, ואני לא מדבר על מובטלים שלא רוצים

לעבוד. אדם מובטל הוא מקור למשפחה הרוסה, לילדים פגועים, לאזרח לא מרוצה, לחייל בלי מוטיבציה. צריך ליצור תחושה של שוויוניות גם באחריות, גם בנשיאה בעול וגם בקבלת טובות הנאה, בחור ישיבה לא צריך לקבל יותר מסטודנט. עסקים לא צריכים לבוא במקום המדינה, אבל יש מגבלות בתקציב של המדינה. למשל, בפרויקט של המועדונים... אני רוצה שהמדינה תהיה מעורבת, כדי שהתקציב שלה לא יעבור לישיבות של ש"ס או לבתי ספר בהתנחלויות.

ועוד מרואיין הסביר:

הקונטקסט הש"סי בנסיבות הגלובליות — קנאות דתית, חשכות — מפחיד קבוצות לא סגנות באוכלוסייה. בלי קשר למוצא, מי שחי בהווה מערבית מיוחד מזה באותה מידה... סקטורים שלמים התנתקו מהזרם המרכזי — החרדים, הערבים, ש"ס — נשארנו פחות מ-50%... הרוב הציוני היהודי המערבי, שאר האוכלוסייה נתמכת על ידו, רוצה להחזיר את השליטה לידי. לכן צריך להרחיב את כמות הנתינה בתחומים של חינוך ואידיאולוגיה.

\* \* \*

ממצאי המחקר מצביעים על השילוב בין השפעות עולמיות למקומיות בשדה האחריות החברתית של עסקים בישראל. הקמת ארגונים שמטרתם לתווך בין הקהילה העסקית לחברה בישראל עולה בקנה אחד, הן מההיבט הכרונולוגי והן מההיבט התוכני, עם צמיחת השדה העולמי של אחריות חברתית. כמו כן, בראיונות רבים צוינה ההיחשפות למגמה העולמית כגורם מדרבן לפעילות בשדה. נוסף על כך, צמיחת השדה והתגייסותה של הקהילה העסקית לפעילות בו משתלבת עם המגמה הגלובלית של התעצמות השוק ושל צמצום מעורבות המדינה בחברה. לבסוף, ההשקעה הבולטת בתחומי חינוך והכשרה מקצועית משקפת עוד מגמה עולמית אופיינית, והיא הניסיון "להעצים" אוכלוסיות מוחלשות כדי שישתלבו בסדר העכשווי (Taylor 1999).

לצד בולטות אותותיהן של ההשפעות הגלובליות על השדה המקומי, מצביעים הממצאים על הבדלים בין המודל המאומץ בישראל ובין מודלים מקובלים של "אחריות חברתית", המאמצים גישה אסטרטגית כוללת לפרקטיקות ארגוניות הן כלפי פנים והן ביחס לקהילה. השדה הישראלי נוטה לאמץ את מודל האזרחות התאגידית, שמרחיב את תפיסת האזרח הטוב אל עבר עסקים ומתמקד בפעילות פילנתרופית. זו מתמקדת כאמור בסוגיות קונסנזואליות, וניכרת הימנעות של עסקים מלקשור את עצמם עם פרויקטים שנתפסים בציבוריות הישראלית כ"פוליטיים" ושנויים במחלוקת. שתי מגמות משלימות בולטות בשדה: האחת, זיהוי "אחריות חברתית של עסקים" עם הירתמות עסקים ליעדים לאומיים ומדינתיים, כגון קליטת עלייה, תמיכה ביישובי קו העימות ואימוץ חיילים ויחידות צבאיות; והאחרת, הבניית פעילויות רווחה ומסגורן כתרומה לקולקטיב הלאומי. מגמות אלה מחזקות את טענתי כי מתקיים בשדה טשטוש מושגי בין "קהילה", "חברה", "מדינה" ו"לאום".

## 3. דיון מסכם

למן אמצע שנות השמונים של המאה ה-20 עובר המשק הישראלי שינויים יסודיים, המאופיינים במגמת ליברליזציה ובצמצום מעורבות המדינה בכלכלה ומלווים ביישום של מדיניות הפרטה, בקיצוץ במסים ובדה-רגולציה. שינויים אלה מתוארים בספרות כמעבר של המשטר הכלכלי-מדיני בישראל ממדיניות קורפורטיסטית למדיניות ניאו-ליברלית והתאמתו לתנאי השוק הגלובלי (Shalev 1999). במקביל, ועל רקע תהליך נסיגת המדינה ממעורבותה בשוק, התחוללו ומתחוללים תהליכים חברתיים, תרבותיים ופוליטיים המתלכדים יחדיו לכדי שינוי מבני ביחסי שוק, מדינה וחברה בישראל.<sup>31</sup>

במישור הפוליטי-מפלגתי התרחשו שני תהליכים מרכזיים: ראשית, שקיעת תנועת העבודה כמפלגה דומיננטית ובעלת הגמוניה תרבותית ופירוק ה"סימביוזה" ההיסטורית בין המדינה למפלגה (שפירא 1984; מאוטנר ואחרים 1998); ושנית, היקלעותן של הפוליטיקה המפלגתית ושיטת הבחירות למשבר לגיטימציוני (בן-אליעזר 1999). נוסף על כך, מלחמת לבנון והאינתיפאדה (הראשונות) חיזקו תהליך מסוים של דה-מיליטריזציה, העמיקו את הבקיעים במגויסות החברה, החריפו את השסע בין הימין הפוליטי לשמאל הפוליטי ושימשו זרז להיווצרות שיח אזרחי בקרב קבוצות שונות בחברה בישראל (בן-אליעזר 1999; פלד ושפיר 2001). כמו כן, עבור הקהילה העסקית, הנהנית העיקרית ממגמת הליברליזציה של המשק הישראלי, הבליטה האינתיפאדה את הנזקים הכלכליים הכרוכים בהמשך הכיבוש (פלד ושפיר 2000).

בהתייחסה לתהליכים אלה, החלה הספרות הסוציולוגית לעסוק בסוגיות כגון החברה האזרחית בישראל, רב-תרבותיות, שסעים ופלורליזציה. טענה מרכזית רווחת בשיח זה היא כי התלכדותם של התהליכים הללו הניחה את התשתית החברתית, הכלכלית, הפוליטית והתרבותית להתרופפות האתוס הקולקטיבי המגייס שאפיין עשרות שנים את התרבות הפוליטית בישראל, והחלישה את עוצמתה של המדינה ושל האליטה האשכנזית הוותיקה כמכוננות זהות לאומית משותפת (מאוטנר ואחרים 1998; קימרלינג 1999). כלומר, התערעורת המצב ההגמוני המפא"יניקי והתעצמות הקולות מצד חלקים בחברה הקוראים תיגר על סדר היום התרבותי, הפוליטי והחברתי בישראל ועל ארגונו סביב הציונות בהגדרתה היהודית החילונית, מגולמות במאבק חברתי-תרבותי-פוליטי שמתחולל בעשורים האחרונים בישראל — מאבק שאחד מביטוייו הטרגיים הוא הרצח הפוליטי של יצחק רבין. במאבק זה חותרות קבוצות חברתיות, ובהן הבורגנות החילונית-ליברלית, לשמש דגם שבדמותו ועל פי ערכיו תעוצב החברה. בתוך כך, הופכים שדות חברתיים שונים — כמו הפוליטי, המשפטי, האקדמי והכלכלי — לזירות שהמאבק מתנהל בהן ודרכן.<sup>32</sup> במאמר

31 הורביץ וליסק 1990; קימרלינג 1999; בן-אליעזר 1999.

32 שמיר 1994; ברזילי 2000; גוטוויץ 2000.

זה אני טוענת, כי השדה המקומי של אחריות חברתית של עסקים, שבמיקומו על התפר שבין הספֵרה הכלכלית לחברתית טמון ממילא פוטנציאל להמרת עוצמה כלכלית בעוצמה חברתית, התפתח כזירה נוספת, שבמסגרתה הקהילה העסקית חותרת לשמר ולקדם את מעמדה כשכבה חברתית בעלת תפקיד מפתח מעשי וסימבולי בעיצוב הפרויקט הציוני.<sup>33</sup> במילים אחרות, טענה מרכזית הנגזרת מהמחקר הנוכחי היא כי שדה האחריות החברתית המקומי מאפשר לשחקני שוק לתפעל פרקטיקות שעניינן טיפוח המושג "עשייה ציונית" ויציקת תוכן לקטגוריה "ציונות", אגב שעתוק הטשטוש המסורתי בין מדינה לחברה בישראל. בעובדה שפרקטיקות מסוג זה מתופעלות דווקא במסגרת זירה המושתתת על היגיון ניאור-ליברלי המזוהה עם כרסום במעמד המדינה אל מול השוק טמונה מעין סתירה פנימית, משום שהשימוש של שחקני שוק ב"ציונות" כמטבע עובר לסוחר מחזק פרקטיקות של איון המדינה (בפרט מאחריותה החברתית), בה בעת שהוא טוען מחדש את מושג המדינה בערך ובהון סימבולי.

מרכזיותה של ה"ציונות" במאבק החברתי בכלל ובפרקטיקות של שחקני שוק בפרט מעוררת עניין, בייחוד לנוכח הטענה המקובלת בשיח האקדמי שלפיה יש לנתח את המאבק התרבותי-פוליטי במונחים של שיח אתנו-לאומי למול שיח ליברלי. כך, בעוד האחד מבקש להחליף את הציונות החלוצית בציונות דתית-פונדמנטליסטית, האחר מייצג עמדה פוסט-ציונית שמעלה לקדמת הבמה את ערכי הדמוקרטיה האזרחית ואת ההיגיון הניאור-ליברלי (רם 2006; פלד ושפיר 2001).<sup>34</sup> בהתאם לניתוח זה, המאבק החברתי ניטש בין שתי תגובות סותרות לסדר הניאור-ליברלי ולהשלכותיו על הקיטוב המעמדי בחברה הישראלית ועל אי-השוויון בחלוקת העושר בה. הקבוצות החברתיות בעלות העוצמה הכלכלית, אלו הנהנות העיקריות ממגמת הליברליזציה, חותרות לקידום סדר יום אזרחי. אלא שסדר יום מסוג זה מאיים על מעמדן החברתי והכלכלי של השכבות הנמוכות, המוחלשות עוד יותר בעטיים של תהליכי הליברליזציה. תגובת הנגד לסדר היום האזרחי הליברלי, טוענים חוקרים, מבוטאת בקידומו של סדר יום פרטיקולריסטי-אתני ניאור-ציוני מצד המעמד הנמוך היהודי וקריאות להכרה בזכויות תרבותיות קבוצתיות ובאוטונומיה תרבותית מצד הציבור הפלסטיני-ישראלי (רם 2005; Shafir and Peled 2002).

הניתוח הבינארי שהוצג לעיל נשען על ההנחה שהתמשכות הקונפליקט הלאומי מקשה על קידום הפרויקט הניאור-ליברלי, שכן האחד מצריך חברה מגויסת, ואילו האחר מבוסס על

<sup>33</sup> אין בכוונתי לטעון שהקהילה העסקית ייבאה את רעיון האחריות החברתית של עסקים על מנת שישמש לה אמצעי במאבק החברתי-תרבותי, אלא לומר כי כשהחל להיווצר בישראל שדה מקומי של אחריות חברתית, מצאו בו חברי הקהילה העסקית, כשחקנים בשדה, ערוץ נוסף לניהול המאבק.

<sup>34</sup> המונח "פוסט-ציונות" בהקשר זה אינו מתייחס לעמדתם האנטי-ציונית של חוגים בשמאל הרדיקלי (או להאשמות המוטחות כלפיהם במסגרת מאבקים פוליטיים) המתנגדים להגדרת המדינה כמדינת העם היהודי והנאבקים למען ההכרה בפלסטינים אזרחי ישראל כמיעוט לאומי בעל זכויות קולקטיביות. בענייננו מונח זה מבטא את עמדת הבורגנות החילונית כמי שנוטשת את הזהות הלאומית המגויסת לטובת תרבות אינדיבידואליסטית, נהנתנית והישגית (רם 2005; פלד ושפיר 2001).

מידה גבוהה של אי־שוויון חברתי. הדגש על ההלימה בין האוריינטציה הניאו־ליברלית של הקהילה העסקית בישראל לנטייה הקוסמופוליטית שלה שימש חוקרים בנסותם להסביר את תמיכת הקהילה העסקית בתהליך אוסלו ואת מקורות הקונפליקט שלה עם נציגים מקבוצות אחרות בחברה הישראלית, כגון ש"ס והמתנחלים (רם 2005; Shafir and Peled 2002). מאמר זה מפנה את המבט אל הזיקה החזקה של שחקנים מהקהילה העסקית לשאלות של לאום ומדינה, ובתוך כך מחזק את הטענה שהקשר בין עמדה ניאו־ליברלית במישור הכלכלי לבין עמדה המקדמת סדר יום אזרחי במישור הפוליטי אינו הכרחי (פילק 2006).

על אף השינויים הכלכליים, התרבותיים, הפוליטיים והחברתיים שתוארו לעיל, כמובנים רבים נותר המאבק התרבותי־פוליטי בישראל מאבק על הגדרת הזהות הקולקטיבית ועל התכנים הייחודיים שקבוצות חברתיות שונות יוצקות לקטגוריה "ציונות". במונחי של בורדייה, זה מאבק על הצורה הבסיסית של כוח פוליטי וחברתי, כלומר על היכולת של קבוצות חברתיות להגדיר עצמן "ציוניות" ובכך להגדיר את הציונות עבור כלל החברה הישראלית.<sup>35</sup> במילים אחרות, המאבק על יציקת התכנים לקטגוריה "ציונות" ועל הגדרת גבולותיה ונשאה האוטנטיים הוא מאבק על ניכוס הציונות כהון סימבולי. משמעות טענה זאת היא כי למרות היחלשות האידיאולוגיה הקולקטיביסטית, ה"ציונות" עודנה זהות מרכזית בתרבות הפוליטית הישראלית. כך, שרידותה של ה"ציונות" כהגדרתה של הזהות הקולקטיבית הישראלית משתקפת היטב במחויבות הכפולה של הבורגנות החילונית לשיח אזרחות ליברלי מחד גיסא, ולשימור תפקידה של היהדות וסמליה בספֶרה הציבורית מאידך גיסא (פלד ושפיר 2001).

התובנה כי הציונות משמשת הון סימבולי במאבק החברתי הניטש בחברה הישראלית שופכת אור, לטענתי, על הגורמים לצבינו הלאומי־מדינתי של שדה האחריות החברתית של עסקים בישראל. מאפייני השדה – ובהם הרטוריקה והשיח; ההתמקדות בפעילויות חברתיות שהולמות את היעדים הלאומיים, כגון קליטת עלייה, עיריות פיתוח ויישובי קן העימות; ההימנעות מטיפול בסוגיות שנויות במחלוקת ומפרויקטים המיועדים לפלסטנים ולמהגרי העבודה; מרכזיותו של צה"ל כיעד להשקעה חברתית – כל המאפיינים האלה יחדיו מצביעים כאמור על הטשטוש בין חברה, מדינה ולאום המתקיים במסגרת השדה. טשטוש זה הוא שמאפשר את הגדרת הקולקטיב הרלוונטי לשדה בגבולותיו של הציבור ה"ציוני".

פעילותה של הקהילה העסקית כשחקן מרכזי בשדה, על הפרקטיקות והדפוסים שהיא מתפעלת, מוסיפה נדבך חשוב להבנת הטייתו הלאומית. מן הצד האחד, באימוץ רעיון האחריות החברתית של עסקים, בהתמקמות בעמדות כוח בשדה וביזום פרויקטים חברתיים, הקהילה העסקית ממצבת את עצמה במסגרת המגמה העולמית של אחריות חברתית של עסקים, מגמה שכאמור עולה בקנה אחד עם הסדר הניאו־ליברלי. מן הצד האחר, באמצעות

<sup>35</sup> במסגרת ניתוח זה ה"ציונות" נתפסת כקטגוריה פתוחה שאינה מכילה משמעות מהותית.

הגדרת פעילותה בשדה כמעשה ציוני, הקהילה העסקית מנסה לקדם סדר יום חילוני-ליברלי ולהציע אותו כהגדרה מחודשת וראויה יותר לציונות. בתוך כך, באמצעות הזיהוי בין "אחריות חברתית" ל"אחריות לאומית-מדינתית", הקהילה העסקית חותרת לשימור עמדתה כקבוצה דומיננטית בחברה.

הניתוח שהוצג לעיל מצביע על האופן שבו צביונו הלאומי-מדינתי של שדה האחריות החברתית של עסקים בישראל משקף את אסטרטגיית ההמרה של הון כלכלי בהון סימבולי שהקהילה העסקית מתפעלת בשדה. ההון הסימבולי, במקרה זה, הוא הגדרת הציונות כזהות קולקטיבית, על פי ערכיה החילוניים-ליברליים של הקהילה העסקית. זיהויה של הקהילה העסקית את הציונות כהון סימבולי הכרחי במאבק החברתי-תרבותי בישראל הוא ביטוי נוסף לשרידותה של הציונות כמטבע קשה ולמרכזיותה של הלאומיות כהון סימבולי בישראל. טענה זאת מצביעה על מידה של אירוניה היסטורית, שכן גם בשעה שההיגיון הניאור-ליברלי מחלחל לכל פינה בחברה הישראלית, הקהילה העסקית, כנציגת הבורגנות הישראלית, עדיין נדרשת לתרגום הלאומי של פועלה כאמצעי לצבירת הון סימבולי.

## ביבליוגרפיה

- אבן, עמי, 2000. "חוסן כלכלי וחברתי", <http://www.globes.co.il/news/docview.aspx?did=214100>, 7.6.2000.
- אליאב, אריה לובה, 2000. "דברים שאין להם שיעור", <http://www.globes.co.il/news/article.aspx?QUID=1055,U1224609268452&did=2140044>, 7.6.2000.
- בן-אליעזר, אורי, 1999. "האם מתהווה חברה אזרחית בישראל? פוליטיקה וזהות בעמותות החדשות", *סוציולוגיה ישראלית* (1): 51–97.
- ברזילי, גד, 2000. "פרלמנטריזם ויריבויו: הפוליטיקה של המשפט הליברלי", חנה הרצוג (עורכת), *חברה כמראה*, תל-אביב: רמות, עמ' 359–377.
- ברייר-גארב, רונה, 2007. "פמיניזם כמוצר צריכה", *ארץ אחרת* 38: 42–47.
- גוטוויין, דני, 2000. "הדיאלקטיקה של כשל השוויון: השמאל הישראלי בין ניאור-ליברליזם לסוציאלי-דמוקרטיה", *מקרוכ* 3: 30–57.
- הורביץ, דן, ומשה ליסק, 1990. *מצוקות באוטופיה: ישראל – חברה בעומס יתר*, תל-אביב: עם עובד.
- מאוטנר, מנחם, אבי שגיא ורון שמיר, 1998. "הרהורים על רב-תרבותיות בישראל", מנחם מאוטנר, אבי שגיא ורון שמיר (עורכים), *רב-תרבותיות במדינה דמוקרטית ויהודית*, תל-אביב: רמות, אוניברסיטת תל-אביב, עמ' 67–76.
- פילק, דני, 2006. *פופוליזם והגמוניה בישראל*, תל-אביב: רסלינג.
- פלד, יואב, וגרשון שפיר, 2000. "משיח של חלוציות לשיח של זכויות: זהות ואזרחות בישראל", חנה הרצוג (עורכת), *חברה כמראה*, תל-אביב: רמות, אוניברסיטת תל-אביב, עמ' 515–537.
- \_\_\_\_\_, 2001. "הסכסוך הישראלי-פלסטיני והחברה האזרחית בישראל", יואב פלד ועדי אופיר (עורכים),



- ישראל: מחברה מגויסת לחברה אזרחית? ירושלים ותל-אביב: מכון ון ליר בירושלים והקיבוץ המאוחד, עמ' 183–205.
- פרנקל, מיכל, חנה הרצוג ויהודה שנהב, 1996. "קפיטליזם לאומי: בין מפעלי ים המלח לעיר הוורדים", *תיאוריה וביקורת* 9 (חורף): 15–40.
- קימרלינג, ברוך, 1999. "מדינה, הגירה והיווצרותה של הגמוניה (1948–1951)", *סוציולוגיה ישראלית* ב(1): 167–208.
- קליין, נעמי, 2002. *כלי לוגו*, בתרגום עידית פז, תל-אביב: כבל.
- רייכל, אריה, בני גדרון ונורית שני-גמליאל, 2000. *אחריות חברתית של עסקים בישראל*, באר שבע: המרכז הישראלי לחקר המגזר השלישי.
- רם, אורי, 1993. "החברה ומדע החברה: סוציולוגיה ממסדית וסוציולוגיה ביקורתית בישראל", אורי רם (עורך), *החברה הישראלית: היבטים ביקורתיים*, תל אביב: ברירות, עמ' 7–39.
- \_\_\_\_\_, 2005. *הגלובליזציה של ישראל: מק'וורלד בתל אביב, ג'יהאד בירושלים*, תל-אביב: רסלינג.
- \_\_\_\_\_, 2006. *הזמן של ה'פוסט': לאומיות והפוליטיקה של הידע בישראל*, תל-אביב: רסלינג.
- שמיר, רונן, 1994. "שיקול דעת ככוח שיפוטי: הפוליטיקה של הסבירות", *תיאוריה וביקורת* 5 (סתיו): 7–23.
- \_\_\_\_\_, 2007. "שוק פרטי ולחץ ציבורי: על עיצוב מושג האחריות החברתית של תאגידים", חנה הרצוג, טל כוכבי ושמשון צלניקר (עורכים), *דורות, מרחבים, זהויות: מבטים עכשוויים על חברה ותרבות בישראל*, ירושלים ותל-אביב: מכון ון ליר בירושלים והקיבוץ המאוחד, עמ' 237–258.
- שפירא, יונתן, 1984. *עילית ללא ממשכים: דורות מנהיגים בחברה הישראלית*, תל-אביב: ספרית פועלים.
- שתי"ל, 2003. *מעורבות חברתית של עסקים בישראל: ניתוח ממצאים*. [http://shatil.org.il/data/shatil\\_busdb\\_stat\\_nov\\_2003.ppt](http://shatil.org.il/data/shatil_busdb_stat_nov_2003.ppt)
- Brody, David, 1980. "The Rise and Decline of Welfare Capitalism," in D. Brody (ed.), *Workers in Industrial America: Essays on the Twentieth Century Struggle*, New York: Oxford University Press, pp. 48–81.
- Carasco, Emily F., and Jang B. Singh, 2003. "The Content and Focus of the Codes of Ethics of the World's Largest Transnational Corporations," *Business and Society Review* 108(1): 71–94.
- Carroll, Archie B., 1979. "A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance," *The Academy of Management Review* 4(4): 497–507.
- \_\_\_\_\_, 1999. "Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct," *Business and Society* 38(3): 268–295.
- Comission of the European Communities, "Green Paper: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility," <http://europa.eu.int/rapid/pressReleasesAction.do?reference=DOC/01/9&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>
- De Vries, David, 1997. "Productive Clerks: White-Collar Productivism and State-Building in

- Palestine's Jewish Community, 1920–1950,” *International Review of Social History* 42: 187–218.
- DeWinter, Rebecca, 2001. “The Anti Sweatshop Movement: Constructing Corporate Moral Agency in the Global Apparel Industry,” *Ethics and International Affairs* 15(2): 99–115.
- Elkington, John, 1997. *Cannibals with Forks: the Triple Bottom Line of 21<sup>st</sup> Century Business*, Oxford: Capstone.
- Freeman, R. Edward, 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston: Pitman Publishing Inc.
- Friedman, Milton, 1962. *Capitalism and Freedom*, Chicago: University of Chicago Press.
- Guillen, Mauro F., 2001. “Is Globalization Civilizing, Destructive and Feeble? A Critique of Five Key Debates in the Social Science Literature,” *Annual Review of Sociology* 27: 235–260.
- Halal, William E., 2001. “The Collaborative Enterprise: A Stakeholder Model Uniting Profitability and Responsibility,” *Journal of Corporate Citizenship* 2: 27–42.
- Hall, Peter Dobkin, 2006. “A Historical Overview of Philanthropy, Voluntary Associations, and Nonprofit Organizations in the United States, 1600–2000,” in Walter W. Powell and Richard Steinberg (eds.), *The Non-Profit Sector: A Research Handbook*, Second Edition, New Haven: Yale University Press, pp. 32–65.
- Heald, Morrell, 1970. *The Social Responsibilities of Business: Company and Community, 1900–1960*, Ohio: The Press of Case Western Reserve University.
- Jenkins, Richard, 1992. *Pierre Bourdieu*, London: Routledge.
- Locke, Richard M., 2003. “The Promise and Perils of Globalization: The Case of Nike,” in Richard Schmalensee and Thomas A. Kochan (eds.), *Management: Inventing and Delivering Its Future*, Cambridge, Mass.: MIT Press, pp. 39–70.
- Margolis, Daniel, and James Walsh, 2001. *People and Profits? The Search for a Link between a Company's Social and Financial Performance*, New Jersey: Erlbaum.
- Meyer, John W., John Boli, George M. Thomas, and Francisco O. Ramirez, 1997. “World Society and the Nation-State,” *American Journal of Sociology* 103(1) (July): 144–181.
- Nederveen Pieterse, Jan, 1995. “Globalization as Hybridization,” in Mike Featherstone, Scott Lash and Roland Robertson (eds.), *Global Modernities*, London: Sage, pp. 45–68.
- Parker, Christine, 2002. *The Open Corporation: Effective Self-Regulation and Democracy*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Rowe, James K., 2005. “Corporate Social Responsibility as Business Strategy,” in Ronnie D. Lipschutz and James K. Rowe, *Globalization, Governmentality and Global Politics: Regulation for the Rest of Us?* Abingdon: Routledge, pp. 130–170.

- Sassen, Saskia, 2006. *Territory, Authority, Rights: From Medieval to Global Assemblages*, Princeton and Oxford: Princeton University Press.
- Shafir, Gershon, and Yoav Peled, 2002. *Being Israeli: The Dynamics of Multiple Citizenship*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Shalev, Michael, 1999. "Have Globalization and Liberalization 'Normalized' Israel's Political Economy?" *Israel Affairs* 5(2-3): 121-155.
- Shamir, Ronen, 2005. "Corporate Social Responsibility: a Case of Hegemony and Counter-Hegemony," in Boaventura de Sousa Santos and César A. Rodríguez (eds.), *Law and Globalization from Below: Towards a Cosmopolitan Legality*, Cambridge: Cambridge University Press, pp. 92-117.
- , 2008. "The Age of Responsibilization: On Market-Embedded Morality," *Economy and Society* 37(1): 1-19.
- Taylor, Lucy, 1999. "Globalization and Civil Society: Continuities, Ambiguities, and Realities in Latin America," *Indiana Journal of Global Legal Issues* 7(1): 269-295.
- Watts, Michael J., 2005. "Righteous Oil? Human Rights, the Oil Complex, and Corporate Social Responsibility," *Annual Review of Environment and Resources* 30: 373-407.
- Willets, Peter, 1998. "Political Globalization and the Impact of NGOs upon Transnational Companies," in John Mitchell (ed.), *Companies in a World of Conflict: NGOs, Sanctions and Corporate Responsibility*, London: Earthscan, pp. 195-226.
- Winston, Morton, 2002. "NGO Strategies for Promoting Corporate Social Responsibility," *Ethics and International Affairs* 16(1): 71-87.
- Zadek, Simon, 2001. *The Civil Corporation: The New Economy of Corporate Citizenship*, London: Earthscan.

