

## Επιστήμη και Κοινωνία: Επιθεώρηση Πολιτικής και Ηθικής Θεωρίας

Τόμ. 24 (2010)

Διαβούλευση



Μεταξύ συμμετρικότητας και γενναιοδωρίας: Η ηθική των δημοσίων σχέσεων στα όρια της συναλλακτικότητας

Νικόλας Στασινόπουλος

doi: [10.12681/sas.908](https://doi.org/10.12681/sas.908)

Copyright © 2015



Άδεια χρήσης [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

### Βιβλιογραφική αναφορά:

Στασινόπουλος Ν. (2015). Μεταξύ συμμετρικότητας και γενναιοδωρίας: Η ηθική των δημοσίων σχέσεων στα όρια της συναλλακτικότητας. *Επιστήμη και Κοινωνία: Επιθεώρηση Πολιτικής και Ηθικής Θεωρίας*, 24, 131–158. <https://doi.org/10.12681/sas.908>

## Μεταξύ συμμετρικότητας και γενναιοδωρίας: η ηθική των δημοσίων σχέσεων στα όρια της συναλλακτικότητας

---

Νικόλας Στασινόπουλος\*

*Η έλλειψη ανθρώπινης εγγύτητας και αξιοπρέπειας στην επαφή μας με τον 'κόσμο' παγώνει την καρδιά και υφέρπει σε κάθε συναίσθημα που έχουμε ότι τα πράγματα δεν πάνε 'καλά'. Πρέπει να αναγνωρίσουμε το γεγονός αυτό και να παραδεχθούμε ότι ακόμη και οι πιο ταπεινές και κοινότοπες δημόσιες σχέσεις δεν αποτελούν απλά ζήτημα ιδιωτεύουσας ηθικής, αλλά αιματώνουν ζωτικά κάθε δημόσια πολιτική [policy] και ότι απ' αυτές εξαρτάται η υγεία ή ο μαρasmus της πολιτικής και πολιτισμικής μας συνόπαρξης.*

*Romano Guardini*

*Commercio dandi, accipiendi, reddendi*

*Seneca<sup>1</sup>*

Το άρθρο αυτό εστιάζει σε ορισμένες ερμηνευτικά προσανατολισμένες θέσεις προκειμένου να εμπλουτισθεί ευχερώς η αναλυτική σκοπιά της ηθικής των δημοσίων σχέσεων. Αξιοποιούνται συναφώς κατά το δοκούν οι υπαρξιακές στάσεις: υπευθυνότητα, εμπιστοσύνη, γενναιοδωρία, συγχώρεση προκειμένου να ελεγχθεί το μαχητό και τα όρια εφαρμογής του κλασικού μοντέλου περί συμμετρικότητας στην ηθική των δημοσίων σχέσεων.

Έχει συχνά υποστηριχθεί ότι η αγορά και οι επιχειρήσεις της προσδίδουν μικρή σημασία σε άλλα ζητήματα όπως η ηθική, και μάλιστα αυτή των δημοσίων σχέσεων. Ωστόσο, είναι ιδιαίζόντως αποστομωτική η διαπίστωση ότι η μέτρηση της άποψης που έχουν διαφορετικά είδη κοινού για την ηθική μιας επιχείρησης αφορά την πεποίθησή τους για το εάν αυτή η επιχείρηση αξίζει να υπάρξει ή όχι. Ακριβώς επειδή στην οικονομική δημόσια σφαίρα δεν είναι το παν οικονομικό,<sup>2</sup> οι δημόσιες σχέσεις καλύπτουν ένα πεδίο πρακτικής όπου επιχειρείται, με εστιασμένες, συγκεκριμένες μικροστρατηγικές προσεγγίσεις, να επιλυθούν εκείνα που αδυνατούν να επιλύσουν από μόνες τους η οικονομία και η πολιτική.<sup>3</sup> Παρότι, όμως η πολιτική και η ηθική των δημοσίων σχέσεων είναι προφανώς μη αλληλο-

---

\* Δρ. Τμήματος Επικοινωνίας Μέσων και Πολιτισμού Παντείου Πανεπιστημίου <stasin@iek-akmi.gr>

επικαλυπτόμενα πεδία, έχει ενδιαφέρον η ακόλουθη διαπίστωση: πέρα από την παραδοσιακή στάση των εταιρειών δημοσίων σχέσεων που δηλώνουν στους κώδικές τους ότι δεν αναλαμβάνουν την υπόθεση πελάτη που παραβαίνει κάποιους γενικούς κανόνες δεοντολογίας, προτρέποντας τους λοιπούς να κινηθούν ελεύθερα εντός του πλαισίου νομιμότητας (το οποίο προσιδιάζει με το ιδεώδες του πολιτικού φιλελευθερισμού), συμβαίνει πρόσφατα οι εταιρείες αυτές να δηλώνουν ότι εκείνο το οποίο σε τελική ανάλυση υπηρετούν δεν είναι μόνον ο πελάτης αλλά *το δημόσιο καλό των πολιτών*,<sup>4</sup> και ως εκ τούτου να μην παραμένουν απλώς παθητικοί δέκτες εταιρικών εντολών αλλά να παρακινούν, ενεργητικά και παρεμβατικά, τόσο τις εταιρείες όσο και ομάδες της κοινωνίας των πολιτών (πράγμα που προσμοιάζει στο ηθικοπολιτικό νεορεπουμπλικανικό ιδεώδες).

Ωστόσο, η πολιτική θεωρία δεν θα αποτελέσει την οπτική του ανά χείρας άρθρου. Αυτό που θα πραγματευθούμε στη συνέχεια είναι τα τρέχοντα ρεύματα ηθικής από τα οποία αντλεί η ηθική των δημοσίων σχέσεων, δίνοντας σχεδόν αποκλειστική έμφαση στην επικοινωνιακά προσανατολισμένη ηθική. Συγκεκριμένα, θα συζητηθεί η επιφύλαξη μας έναντι της επικοινωνιακής ηθικής του J. Habermas, η οποία αποτελεί μία από τις επαρκέστερες θεωρητικές μήτρες απ' όπου αντλούν οι θεωρητικοί της 'συμμετρικότητας' στην ηθική των δημοσίων σχέσεων και, εν συνεχεία, θα επιχειρήσουμε μια φαινομενολογικά εμπλουτισμένη ηθική που θα εστιάζει στην επικοινωνιακή 'ερμηνευτικότητα', τόσο ως μεθοδολογική όσο και ως ηθική στάση. Στο παρόν κείμενο, δεν αντιλαμβανόμαστε τον σύμβουλο των δημοσίων σχέσεων ως τον λυσιτελή αρωγό στην επίτευξη οριστικής συμφωνίας ενός οργανισμού με τις επιμέρους ομάδες κοινού του στη βάση ορθολογικών επιχειρημάτων εντός μιας ιδεώδους ομιλιακής κατάστασης. Αντί τούτου, προκρίνεται η ερμηνευτική του επιείκεια, προοικονομώντας έναν ηθικό ορίζοντα συνετής εμπιστοσύνης, υπευθυνότητας και γενναιοδωρης φιλοξενίας των κοινών ομάδων-στόχων και πελατών του.

Δύο είναι τα ευρεία ρεύματα ηθικής φιλοσοφίας που έχουν επηρεάσει άμεσα ή έμμεσα την ηθική των δημοσίων σχέσεων. Το *δεοντολογικό* ρεύμα της ηθικής και το *τελολογικό*, κυρίαρχη εκδοχή του οποίου είναι ο ωφελμιστικός συνεισκρατισμός που εξετάζεται ευθύς αμέσως. Σύμφωνα με την απλή διατύπωση ενός έγκριτου μελετητή των δημοσίων σχέσεων, του L. Boynton (Curtin & Boynton 2001: 411-412), τελολογία σημαίνει ότι οι σκοποί δικαιώνουν τα μέσα και ηθικές πράξεις εννοούνται εκείνες που επιφέρουν τη μεγιστοποίηση του αγαθού το οποίο είναι κάτι που μπορεί αυστηρά να μετρηθεί. Σε μια τέτοια λογική μετρησιμότητας<sup>5</sup> δομήθηκε παραδοσιακά η κατάστρωση σχεδίων προβολής του πελάτη από τα γραφεία δημοσίων σχέσεων (μέτρησης γνώμης, θέσε στόχων, μέσα εκπλήρωσης στόχων, ανατροφοδοτική μέτρηση αποτελεσμάτων). Διακρίνουμε την τελολογία,

που αφορά την εξατομικευμένη μέτρηση συνεπειών, από την καθολική τελολογία που αφορά τη μέτρηση και μεγιστοποίηση των συνεπειών για το σύνολο μιας ομάδας ή της κοινωνίας, 'το μέγιστο αγαθό' για τον μεγαλύτερο αριθμό ατόμων'. Στην *ωφελμιστική* προσέγγιση, τα διάφορα αγαθά ανάγονται σε ένα ομοιογενές περιγραφικό μέγεθος, σε ένα απλό αριθμό εάν γίνεται (όπως υποτίθεται ότι είναι η ωφελιμότητα) και, κατά συνέπεια, η ηθική μας αξιολόγηση παίρνει τη μορφή μιας μονοδιάστατης μετατροπής αυτού του μετρήσιμου μεγέθους. Οφείλουμε ωστόσο να υπογραμμίσουμε εδώ ότι η επιμονή στην περιγραφική ομοιογένεια του αντικειμένου αξίας με τη μορφή μιας ποσότητας ωφελιμότητας είναι ένα επιπρόσθετο και, επιπλέον, περιοριστικό προσπατούμενο. Στους ωφελμιστές όχι μόνο υποτίθεται ότι υπάρχει μία ενοποιημένη και ολοκληρωμένη άποψη για την ηθική αγαθότητα που συγκρίνει τα διαφορετικά αντικείμενα αξίας μεταξύ τους, αλλά επιπλέον πρέπει σε αυτή τη 'μονιστική' αντίληψη όλα τα αντικείμενα αξίας να είναι του ίδιου τύπου (μοναδικά και ομοιογενή) (Sen 1999).

Από την άλλη, οι υποστηρικτές της δεοντολογικής ηθικής<sup>7</sup> θεωρούν ότι οι καλές συνέπειες μιας πράξης δεν αποτελούν επαρκή όρο για να θεωρηθεί αυτή ηθική. Μερικές πράξεις πρέπει να επιτελεσθούν ανεξαρτήτως των συνεπειών που θα επιφέρουν. Οι δεοντολόγοι θεωρούν επιλήψιμη την τάση των τελολόγων να προσδίδουν σε όλα τα πράγματα μία αυστηρώς ιεραρχικά μετρήσιμη τιμή/ αξία και υποστηρίζουν ότι είναι δύσκολο να γνωρίζουμε τις συνέπειες κάποιων πράξεων προτού αυτές συμβούν. Από την άλλη, και εκείνοι ελέγχονται ως προς το ό-τι, μερικές φορές, κάποιες (συνειδητά) καλές πράξεις μπορεί να έχουν καταστροφικές συνέπειες.<sup>8</sup> Η επιλογή της μίας ή της άλλης κατεύθυνσης στην πρακτική των επαγγελματιών των δημοσίων σχέσεων έχει σημαντική επίπτωση στο έργο τους.<sup>9</sup>

### Ηθική του επαγγελματισμού-ηθική και επαγγελματισμός

Μία από τις κλασικές 'δεοντολογικά προσανατολισμένες' σχολές σκέψης για την ηθική των δημοσίων σχέσεων είναι αυτή του 'επαγγελματισμού' [professionalism] (Curtin & Boynton 2001: 415). Σχετίζεται προφανώς με την τάση που υπήρχε παλαιότερα να ανάγεται η ηθικότητα στη διατύπωση -και τήρηση- κανόνων δεοντολογίας και standards στην πρακτική άσκηση των δημοσίων σχέσεων. Ωστόσο, η νομόφιλη τάση επίλυσης των πρακτικών προβλημάτων επαφύμενη στη συνεχή διατύπωση κανόνων, κρίθηκε κατά καιρούς ανεπαρκής είτε λόγω ασυνεκτικότητας των κανόνων με την ίδια την πρακτική των επαγγελματιών και των πολιτισμικών αξιών της κοινότητας στην οποία εγκολπώνεται η εταιρεία είτε λόγω της προσχηματικής και κατ' όνομα μόνο επίκλησης των κανόνων προς επίδωξη αφανών και ιδιοτελών σκοπών από μέρος των επιχειρήσεων. Για παράδειγμα, μπορεί ο αμερικανικός κώδικας δεοντολογίας της PRSA [Public Relations So-

ciety of America] να καταδικάζει γενικά τη χρήση του ψεύδους από τα μέλη του, ωστόσο δεν υποδεικνύει με θετικό και συγκεκριμένο τρόπο τι οφείλει να πράξει το μέλος υπό συγκεκριμένες περιστάσεις προκειμένου να χειρισθεί λυσιτελώς την έκβαση μιας κρίσης (Curtin & Boynton 2001: 415). Το ισχύον σημείο τέτοιας περιορισμένης, 'νομικίστικης' αντίληψης περί ηθικής των επαγγελματιών των δημοσίων σχέσεων είναι πως θεωρεί ότι όλα λύνονται 'στα χαρτιά', ότι όλα τα προβλέπει και τα επιλύει μόνος του ο κανονισμός των δημοσίων σχέσεων, επομένως δεν τίθεται ζήτημα διαφοράς μεταξύ διατύπωσης των κανόνων και των πρακτικών προβλημάτων της εφαρμογής τους ή, αλλιώς, οι κανόνες υποτίθεται ότι μας εξηγούν τι να κάνουμε σε κάθε περίπτωση χωρίς να τίθεται ποτέ ζήτημα ερμηνείας τους.

Αξίζει ωστόσο τον κόπο να αντιμετωπίσει ο καλόπιστος αναγνώστης το ζήτημα του επαγγελματισμού με μεγαλύτερη επείκεια και ευρύτητα πνεύματος, χωρίς επ' ουδενί λόγω να απομειώνει την αξία θέσμισης κανόνων δεοντολογίας. Οι κανόνες και κώδικες αυτοί είναι εντελώς απαραίτητοι για να αποκτήσουν ωστόσο ζωή και νόημα χρειάζονται κάποιο συμπλήρωμα. Τι άλλο, όμως, μπορεί να σημαίνει ο όρος 'ηθική του επαγγελματισμού'; Η σχέση μεταξύ επαγγελματισμού και ηθικής έχει μακρά θεματοποίηση στις δυτικές κοινωνίες. Ήδη από τις απαρχές του σύγχρονου κόσμου, η έννοια του επαγγέλματος σχετιζόταν με την κλήση για τη σωστή επιτέλεση ενός έργου βάσει της οποίας οι υπόλοιποι εμπιστευόταν τον μαϊστορα (ep-aggelomai, Be-ruf στα γερμανικά). Μάλιστα, ήδη από την περίοδο του Διαφωτισμού (Mendelsohn 1974: 5), είχε αναπτυχθεί μια ιεράρχηση εννοιών που συσχετιζε την εκμάθηση ενός επαγγέλματος με την κουλτούρα. Είχε προταθεί ότι ο προορισμός του ανθρώπου μπορεί να εναρμονισθεί με επιτυχή κοινωνική αποδεξимость και ο τρόπος που γίνεται αυτό είναι η *μόρφωση* [Bildung]. Η *μόρφωση* συναρπάζεται από την *κουλτούρα* [Kultur] –που σχετίζεται με την επιδεξιότητα της τέχνης του μαϊστορα, τις τέχνες και μια 'ηθική της κοινωνικής συναναστροφής'– και τον *διαφωτισμό* [Aufklaerung] –που σχετίζεται με την παιδείωση στον ορθό λόγο, την προετοιμασία για την ορθόλογη ενατένιση των δημοσίων ζητημάτων σύμφωνα με την επιρροή τους στον προορισμό του ανθρώπου.<sup>10</sup> Η κουλτούρα εδώ δεν σχετιζόταν με την καθολικότητα των κοσμοπολιτικών αξιώσεων.

Η λέξη *επαγγέλλομαι* [to profess] έχει λατινική ρίζα και σημαίνει 'να δηλώνεις κάτι ανοικτά και δημόσια'<sup>11</sup> και η δήλωση κάποιου που επαγγέλλεται αποτελεί μία πράξη ή, ακριβέστερα, μία δήλωση που επιτελεί μία πράξη, εφόσον συνδέεται με τη *δεσμευση και την τήρηση της υπόσχεσης του επ-αγγελματία*.<sup>12</sup> Με αυτή την έννοια, 'επαγγέλλομαι' σημαίνει 'δίνω μία υπόσχεση', καθώς δεσμεύομαι υπεύθυνα και μάλιστα την εκφέρω δημόσια και επιθυμώ ο άλλος να την πάρει στα σοβαρά

και να την πιστέψει κατά γράμμα (Derrida 2001: 35). Το 'επαγγέλλομαι' έχει βέβαια έναν εγγενώς αξιολογικό-κανονιστικό-δεοντολογικό χαρακτήρα, ταυτόχρονα όμως και επιτελεστικό, με την έννοια ότι *εισάγει ένα νέο γεγονός* [event] στον κόσμο και αποτελεί το ίδιο ένα τέτοιο νέο γεγονός. Με αυτή την έννοια, το επαγγελματία δεν είναι απλώς μία διεκπεραιωτική, μηχανική 'δουλειά' κατά γράμμα εφαρμογής κάποιων πάγια διατυπωμένων κανόνων<sup>13</sup> που έχουν προνοητικά τεθεί για κάθε ενδεχόμενο, και τους οποίους ο επαγγελματίας καλείται απλώς να τηρήσει. Αυτή η εκδοχή, σύμφωνα με την οποία κατέχουμε το γενικό (τον καθολικά ισχύοντα κανόνα) και το αποτυπώνουμε με κλειστά μάτια στο μερικό (δηλαδή στη συγκεκριμένη εργασία που καλούμαστε να διευθετήσουμε) αντιβαίνει στην ίδια την πραγματικότητα. Ο επαγγελματίας (των δημοσίων σχέσεων) οφείλει να λειτουργήσει κάτω από συγκεκριμένες –και συχνά πρωτόγνωρες γι' αυτόν– περιστάσεις και, στην πράξη, καλείται να βρει ποιος πρέπει να είναι ο γενικός ηθικοπρακτικός κανόνας που πρέπει να ακολουθήσει σε κάθε περίπτωση. Βρίσκεται μπροστά στη 'μερικότητα' μίας πολιτισμικής ιδιαιτερότητας,<sup>14</sup> και ερμηνεύοντάς την προσπαθεί να φτάσει στο 'γενικό'. Η παραδοσιακή ακαδημαϊκή ηθική περί 'επαγγελματισμού των δημοσίων σχέσεων' υστερεί ως προς αυτό ακριβώς το ζήτημα.

### Συμμετρικό μοντέλο δημοσίων σχέσεων και η επίτευξη συμφωνίας στον Habermas

Σε αντιπαράθεση με την ηθική στάση που θέλει τον σύμβουλο των δημοσίων σχέσεων ως συνήγορο μίας εταιρείας-πελάτη γύρω από τα δημόσια θέματα, αναπτύχθηκε ένα ρεύμα σκέψης που θεωρεί πως η 'ηθική της συνηγορίας' βασίζεται σε μεροληπτικές τεχνικές πειθούς και όχι τήρησης ίσων αποστάσεων ως προς την εταιρεία-πελάτη και το δημόσιο συμφέρον, όπως επίσης ότι δεν βασίζεται σε διαδικασίες διαπραγματεύσεων και ειλικρινούς διαλόγου με τις εμπλεκόμενες ομάδες κοινού προκειμένου να πάρει τις αποφάσεις της. Πρόκειται για το λεγόμενο αμφίδρομο συμμετρικό μοντέλο δημοσίων σχέσεων του J. Grunig, το οποίο απαιτεί οι επαγγελματίες των δημοσίων σχέσεων να υιοθετούν μεθόδους στρατηγικής επίλυσης συγκρούσεων και διαπραγματεύσεων (Grunig & Hunt 1984).<sup>15</sup> Τόσο ο ίδιος ο Grunig (1992: 285-326) όσο και η L. Grunig (Grunig, Toth & Hon 2000) συσχέτισαν την αμφίδρομικότητα της σχέσης μεταξύ οργανισμού και των ομάδων κοινού του με τις λεγόμενες 'γυναικείες αξίες' των φεμινιστικών ηθικών σπουδών, όπως η συνεργατικότητα, ο σεβασμός και η μέριμνα.<sup>16</sup> Πρέπει βεβαίως να διευκρινισθεί ότι για τον πρωτεργάτη της αμφίδρομικότητας, η συμμετρική αμοιβαιότητα δεν αφορά μία φυσική ισότητα δύναμης μεταξύ των κοινωνικών εταίρων. Συγκεκριμένα, ο Grunig, σε ένα πιο πρόσφατο κείμενό του, υποστηρίζει ευ-

θέως ότι υπάρχει αναπόφευκτη ανισορροπία δυνάμεων και γι' αυτό κρίνει ως ηθική την ύπαρξη ενός *αμοιβαίου ελέγχου* μεταξύ των συναλλασσόμενων οργανισμών που αναγνωρίζουν αυτή την ασυμμετρία. Ο αμοιβαίος έλεγχος, κατ' αυτόν, είναι ο βαθμός συμφωνίας μεταξύ ενός οργανισμού και των ομάδων κοινού του γύρω από το ποιος έχει την εξουσία να ασκήσει επιρροή στον άλλο (Grunig & Huang 2000: 23-54). Μίας τέτοιας θέσης πρόκειται η άποψη πως ένας οργανισμός χρησιμοποιεί τις δημόσιες σχέσεις όταν ευελπιστεί πως, αυξάνοντας την *κατανοησιμότητα* των αρνητικά διακειμένων ομάδων κοινού ως προς τα ζητήματα που τον αφορούν, αυτές θα *αποδεχθούν* τις αποφάσεις του ακόμη και εάν τις δεν τις βρίσκουν αρεστές. Σε αυτό το σημείο, η σκέψη του θεωρητικού της επικοινωνίας J. Habermas αποτελεί μία εκ των ων ουκ άνευ προϋπόθεση για την κατανόηση του διακυβεύματος μεταξύ κατανοησιμότητας και επίτευξης συμφωνίας.

Η χαμπερμασιανή ηθική του διαλόγου ενέχεται σε μία σχέση εαυτού (δηλαδή, της εταιρείας) με τους άλλους (δηλαδή, τις ομάδες κοινού), ιδωμένους ως γενικευμένους άλλους (Newson, VanSlyke Turke & Kruckenberg 2003). Αυτό συνεπάγεται ότι τόσο ο οργανισμός όσο και οι ομάδες στις οποίες απευθύνεται πρέπει να διακρίνουν τις μεροληπτικές αξίες υπό τις οποίες εθίζονται να λειτουργούν από τις ορθολογικές αξιώσεις κανονιστικότητας που πρέπει να ισχύουν καθολικά και ισότιμα προς όλους. Σύμφωνα με μία τέτοια προσέγγιση, κάθε επιμέρους κοινό ή άτομο έχει εγγενώς την ευκαιρία να αποτελέσει μία αξιοπρεπή ηθική προσωπικότητα, και αυτό το στοιχείο είναι που δικαιούνται να έχουν όλοι ως κοινό γνώρισμα. Υπ' αυτή την έποψη, όλοι είναι δυνητικά ίσοι –εφόσον ισόνομοι– και αμοιβαία ισότιμοι.<sup>17</sup> Δηλαδή, ο καθένας έχει τύπος το δικαίωμα να προσδοκά –και να αναμένει– από εμάς ότι θα σεβαστούμε τυποκανονικά την κοινωνική του θέση και θα τηρήσουμε τις δημόσια θεσπισμένες και ανακοινώσιμες υποσχέσεις μας.

Ο γερμανός φιλόσοφος διατείνεται ότι ένα επιπλέον στοιχείο προς ανάλυση, κρίσιμο για την ύπαρξη κοινοτήτων επίτευξης συμφωνίας, είναι η ανάλυση των αξιώσεων εγκυρότητας των λεγόμενων τους. Μείζον συστατικό στοιχείο κάθε τύπου κοινωνικής διάδρασης είναι, κατ' αυτόν, η γλωσσικότητα και η συνεπαγόμενη αυτής κατανόηση [Verstaendnis]: όλη η θεωρία του βασίζεται στο ότι κάθε κατανόηση ενέχει εγγενώς την επίτευξη συμφωνίας [Einverstaendnis]. Η κατανόηση, κατά τον Habermas, είναι καταρχάς συμφωνία και η επίτευξη συμφωνίας είναι η ίδια η ουσία της γλώσσας.<sup>18</sup> Προς επίρρωση του επιχειρήματος, αναφέρουμε ότι ο γερμανός φιλόσοφος υποστηρίζει πως οι αξιώσεις εγκυρότητας δηλώνουν σχέσεις μεταξύ προσώπων και όχι σχέσεις μεταξύ προτάσεων ή καταστάσεων πραγμάτων και η έγκυρη επικοινωνία είναι κάτι παραπάνω από ένα αντικείμενο της λογικής ή της σημασιολογικής ανάλυσης των συνθηκών αλήθειας: είναι ανά-

λυση των συστατικών καθολικών όρων χρήσης του επικοινωνιακού λόγου (φορμαλιστική πραγματολογία).

Ορισμένοι θεωρητικοί προβάλλουν την επίτευξη συναίνεσης ως το επιθυμητό αγαθό των δημοσίων σχέσεων, υιοθετώντας μία χαμπερμασιανού τύπου ηθική. Ο Gruning, για παράδειγμα, κάνοντας λόγο για αμφίδρομη και συμμετρική επικοινωνία (Leeper 1996: 133-150) φαίνεται να υποστηρίζει πως ο συναινετικός διάλογος αφορά την επίτευξη συμφωνίας και την παροχή ίσων ευκαιριών σε όλους, την ανακάλυψη πολλαπλών προοπτικών επί των ζητημάτων παρά την κατ' αντιπαράθεση στρατηγική επίτευξη μίας νίκης έστω και χωρίς συμφωνία. Σε περίπτωση υιοθέτησης του μοντέλου του, όλοι βγαίνουν κερδισμένοι, έστω και λίγο, σε αντίθεση με μία ευθεία σύρραξη αντιπάλων.

Για τον Habermas, το καθήκον της επικοινωνιακής ηθικής είναι να θεματοποιήσει την ιδέα μιας επικοινωνιακής κοινότητας με τρόπο ώστε να επιτρέπει την κριτική των όρων εφαρμοσιμότητας της ηθικής, όχι μόνο με την έννοια 'δράσε ως εάν να ήσουν μέλος μιας επικοινωνιακής κοινότητας' αλλά και συνεκτατής με μια ηθική της υπευθυνότητας. Ο στόχος του επαγγελματία των δημοσίων σχέσεων εδώ είναι, σε περίπτωση κρίσης, να επανεγκαθιδρύσει μία υπεύθυνη σχέση μεταξύ (των ορθολογικών, τεχνοκρατικών πρακτικών) του οργανισμού που εκπροσωπεί και του κοινωνικού του περιβάλλοντος (του 'κόσμου της ζωής', κατά τον Habermas) (Holmstrom 1997: 24-39). Πρόκειται για τη διυποκειμενική κοινότητα ορθολογικά επιχειρηματολογούντων υποκειμένων. Συνοπτικά, η *αμφίδρομη, συμμετρική επικοινωνία*, κατά τον Habermas, απαιτεί την πλήρωση των ακόλουθων συνθηκών:

- α. οι συμμετέχοντες στον διάλογο πρέπει να έχουν τις ίδιες ευκαιρίες να εκινήσουν και να διατηρήσουν μία επικοινωνία·
- β. οι συμμετέχοντες πρέπει να έχουν ίσες ευκαιρίες να προβούν σε εξηγήσεις και ερμηνείες·
- γ. η διάδραση μεταξύ των συμμετεχόντων πρέπει να είναι αδέσμευτη από χειραγώγηση και έλεγχο· και
- δ. οι συμμετέχοντες πρέπει να είναι ισοίτιμοι από πλευράς εξουσίας (Day, Quingwen & Robins 2001: 408-409).

Ωστόσο, ο Habermas μιλά με ιδιαίτερα αφαιρετικό τρόπο για 'ορθολογικές αξιώσεις κανονιστικότητας', ενώ στην πραγματική ζωή η πράξη μας εδράζεται σε ετερόκλητες αξιώσεις που ερείδονται σε ιδιαίτερα διαφοροποιημένα και ανομοιογενή υποσυστήματα των νεωτερικών κοινωνιών. Σε αυτό το σημείο ασκήθηκε στον Habermas κριτική ή, στην καλύτερη των περιπτώσεων, υποβλήθηκε το πρόταγμα του σε επιφυλακτικές διορθωτικές κινήσεις προς την κατεύθυνση της μερικής άρσης των αφαιρετικών ορθόλογων γενικεύσεων, υπέρ μίας στάσης περισσό-



τερο ανεκτικής σε μια ηθική που δίνει ιδιαίτερη σημασία στα ιστορικοκοινωνικά συμφραζόμενα, στο ήθος του ευρύτερου πλαισίου στο οποίο εντάσσεται το πράττειν του δρώντα-οργανισμού (Benhabib 1986, Haas 2001: 424, 426).<sup>19</sup> Ένας ενδεχόμενος κίνδυνος για το στέλεχος των δημοσίων σχέσεων που τελεί υπό τη χαμπερμασιανή ηθική μεθοδολογική στοχοθεσία, είναι ότι αποδεχόμενος τον υποτιθέμενο πλήρη διαχωρισμό μεταξύ των επικαλούμενων έλλογων αξιώσεων από τις μύχιες και πραγματικά δρώσες αξίες, δύνανται να εμφανισθεί μία εταιρεία που να αποκρύπτει τις βαθύτερες υπέρπουσες αξίες υπό τις οποίες τελεί και να προβάλλει ανεπιφύλακτα μία υποτιθέμενη ‘αξιολογική ουδετερότητα’ των αξιώσεων της.

Σύμφωνα με τις διορθωτικές ως προς τον Habermas προσεγγίσεις, ο οργανωσιακός εταίρος αντιμετωπίζει τα ακροατήρια με τα οποία συναλλάσσεται ταυτόχρονα ως αφαιρετικά γενικευμένους άλλους και ως συγκεκριμένους, διαφοροποιημένους, εξατομικευμένους άλλους. Από την προοπτική του οργανισμού, τα ακροατήριά του αντιμετωπίζονται *τόσο* ως ενομούμενα πρόσωπα δικαίου, έχοντα ίσα δικαιώματα ως προς τη διατύπωση και συμπερίληψη των ενδιαφερόντων τους στη διαδικασία λήψης αποφάσεων του εν λόγω οργανισμού *όσο* και ως έχοντα μη αναγώγιμες διαφορές μεταξύ τους ως προς τις θεμελιώδεις αξίες τις οποίες προκρίνουν και επιδιώκουν ικανώς να εκπροσωπήσουν.<sup>20</sup> Σε αυτή τη δεύτερη περίπτωση, οι ομάδες κοινού και τα άτομα αντιμετωπίζονται ως ‘συγκεκριμένοι άλλοι’ και ο εταίρος των δημοσίων σχέσεων λαμβάνει κατά περίπτωση υπόψη του και το πέραν των έλλογων αξιώσεων, δηλαδή επιδιώκει ν’ αναγνωρίσει την ιστορικά προσδιορισμένη ιδιαίτερη ταυτότητά τους καθώς και το συγκινησιακό-θυμικό δυναμικό τους, δηλαδή τα ταλέντα, τις ανάγκες και τις ικανότητές τους. Αυτή η διττή προσέγγιση των ομάδων κοινού, ενδέχεται –όχι κατ’ ανάγκην– να αντιτοχιχηθεί με την παραδοσιακή ηθικοπολιτική διάκριση μεταξύ αρχών *καθολικότητας* των αξιώσεων δικαιοσύνης και δικαιωμάτων, από τη μία πλευρά, και *μερ(οληπ)τικών* (δηλαδή ‘παρτικουλαριστικών’) αντιλήψεων περί του αγαθού βίου μίας επιμέρους κοινότητας, από την άλλη. Πάντως, σε κάθε περίπτωση, η επίτευξη μιας έλλογης συναίνεσης στη βάση του ιδεώδους της καθολικής αποδοχής του ‘βέλτιστου επιχειρήματος’ από αφαιρετικά εκλαμβανόμενους, γενικευμένους άλλους, καθίσταται προβληματική εφόσον προσκρούει στα όρια του ρεαλιστικώς ανέφικτου. Αυτό επειδή, πρωτίτως, δεν υπάρχει μεταξύ όλων των συσχετιζόμενων ακροατηρίων ενιαία ιεράρχηση και νομομοποίηση αξιακών προτεραιοτήτων, πολλά δε μάλλον όταν πρόκειται για επιχειρησιακές συναλλαγές που έχουν καταστεί πλέον παγκόσμιες και πολυπολιτισμικές. Ωστόσο, το παρόν μας διακύβευμα είναι να επιμεινουμε στις αξιώσεις καθολικότητας στην πρακτική άσκηση των δημοσίων σχέσεων, ενώ παράλληλα να διατηρήσουμε τον πολυπληθή εσμό εστι-

ασμένων μικρών διαντιδράσεων με τις ομάδες κοινού που συμβαίνουν στην ημερήσια διάταξη ως τακτές συνδιαλλαγές και όχι ως μεγαλεπήβολα γεγονότα-χάπενιγκ. Το υπέρ της ηθικής στάσης πλεονέκτημα μιας τέτοιας μικροστρατηγικής είναι ότι επιτρέπει ευχερέστερα την ανατροφοδοτική απόκριση των επιμέρους ομάδων κοινού και την ευέλικτη, καθόσον ειλικρινή και τίμια, συμπερίληψη των αιτημάτων τους στη χάραξη πολιτικής και στοχοθεσίας του οργανισμού που εκπροσωπεί ο εταίρος των δημοσίων σχέσεων.

Ένα άλλο βασικό μειονέκτημα της θεωρίας του Habermas και αντιληπτό στην καθημερινή πρακτική του επαγγελματία των δημοσίων σχέσεων, είναι ότι η κατανόηση δεν συνδέεται εγγενώς και αυτονόητα με την επίτευξη συναίνεσης και συμφωνίας του κοινωνικού εταίρου με τις συνδιαλλασσόμενες ομάδες κοινού του. Η αναγόρευση της συμφωνίας σε ιδεώδη στόχο της κατανόησης είναι μία προϋπόθεση που παρέλκει, εφόσον αναφέρεται κυρίως στην ιδιαίτερα σπάνια περίπτωση όπου οι συναλλασσόμενοι κοινωνικοί εταίροι λειτουργούν ως ορθολογικά επιχειρηματολογούντες μόνο στη βάση του 'βέλτιστου επιχειρήματος'. Βέβαια, για να είμαστε δίκαιοι έναντι της επιχειρηματολογίας του Habermas, επισημαίνουμε ότι με την παραπάνω θέση του εννοεί πως υπάρχει εσωτερική συνάφεια ανάμεσα σε ζητήματα σημασίας και ζητήματα ισχύος μιας άποψης, και όταν λέμε 'κατανώ μία γλωσσική έκφραση' σημαίνει ότι γνωρίζω υπό ποιους όρους θα μπορούσε να γίνει αποδεκτή η αξίωση ισχύος της (Habermas 1981: 195).<sup>21</sup> Σε αυτό το σημείο, ως καλόπιστοι συνομιλητές, δεν μπορούμε παρά να παραδεχθούμε ότι κανείς δεν μπορεί ποτέ να υιοθετήσει τη στάση ενός εντελώς αμερόληπτου παρατηρητή, ο οποίος αφήνει πίσω όλες τις προτιμήσεις του, όταν προσπαθεί να κατανοήσει τις δραστηριότητες μιας οργάνωσης και μπορεί να ερμηνεύσει τη σημασία μιας δημόσιας έκφρασης της μόνο μετέχοντας δυνητικά στη διαδικασία συνεννόησης των άμεσα συνδιαλλασσόμενων μαζί της ομάδων συμφερόντων. Όπως θα υποστήριζε ο οπαδός της ερμηνευτικής προσέγγισης, είναι αναπόφευκτο να υιοθετήσουμε τη στάση που μας επανασυνδέει με την προκατανόηση της αρχικής κατάστασης (του 'σκεπτικού' της εταιρείας στην περίπτωση μας), χωρίς αυτό να ζημιώνει την ορθότητα της ερμηνείας μας. Ωστόσο, ο Habermas εμφανίζεται εδώ πιο απαιτητικός, υποστηρίζοντας ότι η περιγραφή των γλωσσικών ενεργημάτων προαπαιτεί την κατανόηση των *τόπων αξίωσης εγκυρότητας* που αυτά εγείρουν (Ξηροπαίδης 2003: 161-3). Δηλαδή, προκειμένου να υποστηρίξουμε ότι κατανοήσαμε τις απόψεις κάποιου, πρέπει να μπορούμε ανά πάσα στιγμή να γνωρίζουμε ποια έλλογα επιχειρήματα θα χρησιμοποιούσε αυτός για να καταδείξει την εγκυρότητα (και την αντικειμενικότητα) της άποψής του. Ωστόσο, εκείνο που συμβαίνει κυρίως στην πράξη –και δεν είναι κατ' ανάγκην επιλήψιμο– είναι ότι ο ερμηνευτής μπορεί να είναι πεισμένος ότι η κατανόησή του είναι αιτιολογημένη και

ορθή, χωρίς συγχρόνως να πιστεύει ότι ο άλλος οφείλει να συμφωνήσει μαζί του.<sup>22</sup>

### Προς έναν ερμηνευτικό προσανατολισμό της ηθικής των δημοσίων σχέσεων

Ένα βασικό ηθικό ζήτημα που προκύπτει κατά την εξάσκηση των δημοσίων σχέσεων είναι το ζήτημα της αλήθειας: μπορεί κάποιος να επικαλείται αληθινά τεκμήρια και παρόλα αυτά να εξαπατά. Επίσης, προκειμένου ένα πρόβλημα ή μία κρίση να αποτελέσουν ‘γεγονός’, οφείλουν στις σύγχρονες κοινωνίες να διαμεσολαβηθούν από τα κανάλια επικοινωνίας. Αυτό σημαίνει ότι, προκειμένου κάτι να θεωρηθεί ‘γεγονός’, πρέπει, ως αναγκαία συνθήκη, οι άνθρωποι να κατανοούν την ύπαρξή του και, ως ικανή συνθήκη, να συμφωνούν γύρω από την αντιμέτωπσή του. Συχνά, δηλαδή, οι άνθρωποι προβαίνουν σε ενέργειες όταν εκλαμβάνουν ένα γεγονός ως ‘αληθινό’ και επίσης, η έννοια της ‘αλήθειας’ θεωρείται εγγενώς συναπτόμενη με τον τρόπο που οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται και ερμηνεύουν την πραγματικότητα. Υπάρχει μία εγγενής σχέση μεταξύ της κατανόησης και της ερμηνείας ενός θέματος. Σύμφωνα με την ερμηνευτική σκοπιά που συζητείται εδώ, δεν υπάρχει κάποιου είδους ‘αντικειμενική κατανόηση’ απελευθερωμένη από κάθε προεννόηση, προ-κατάληψη και ερμηνεία (Bernstein 1983: 138-139). Μπορεί να ανακαλύψουμε την ύπαρξη κάποιας λανθασμένης κατανόησης, μίας παρανόησης, αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι διατεινόμαστε κάτι τέτοιο από μια σκοπιά ελεύθερη από διερμηνευση.

Κρίσιμη, σε αυτό το επαπειλούμενο διακόμβημα του σχετικισμού, είναι η διάκριση μεταξύ αλήθειας και γνώμης (δόξας) (Arendt 1982). Σύμφωνα με αυτή τη διάκριση, οι αξιώσεις του επιστήμονα της ηθικής να μιλήσει για όρους εγκυρότητας της ηθικοπολιτικής ‘γνώμης’ είναι διαφορετικές από εκείνες που χρησιμοποιεί για να μιλήσει για την επιστημονική αλήθεια ως ορθότητα και ως αποτέλεσμα συλλογής εμπειρικών δεδομένων. Σε αντίθεση με την αντικειμενικευτική λογική της επιστημονικής αλήθειας, ένας πολίτης δεν αποκτά ‘γνώμη’ σαν να επρόκειτο για μία ορθή απάντηση ενός τεχνικού υπολογισμού που θα μπορούσε να του την παράσχει και κάποιος ‘ειδήμων’ τεχνοκράτης, αλλά *σχηματίζει* γνώμη (Bernstein 1983: 215-216). Πώς; Σύμφωνα με τη διάκριση που προσαναφέραμε, ‘σχηματίζω γνώμη’ σημαίνει θεωρώ ένα ζήτημα από όλες τις διαφορετικές οπτικές γωνίες, ακόμη και εκείνες που εκφράζουν πολίτες που είναι απόντες.<sup>23</sup> Ως εκ τούτου, ο σχηματισμός γνώμης δεν αποτελεί ιδιωτική δραστηριότητα ενός στοχαστή που δουλεύει στο γραφείο του. Σχετίζεται άμεσα με την ικανότητα κρίσης των ατόμων, επειδή και οι δύο δραστηριότητες – ο σχηματισμός γνώμης και η κρίση – προαπαιτούν ότι οι κοινωνικοί εταίροι που τις ασκούν αποδέχονται ότι μοιράζονται από κοινού έναν κόσμο, τη δημόσια σφαίρα, με τους άλλους συμπολίτες

τους. Ως εκ τούτου, μία ηθική των δημοσίων σχέσεων προάγει μία δημόσια διάσταση του κρίνουν, είτε μίας κρίσης είτε των σχέσεων μεταξύ κοινωνικών εταίρων εν γένει. Είναι σημαντικό η πράξη του κρίνουν να εμφανίζεται ως μέρος της δημόσιας σφαίρας, και με αυτό εννοούμε ότι πριν από μία απόφαση είναι φρόνιμο να καλούνται τα εμπλεκόμενα, εν-διαφερόμενα μέλη [stakeholders] προς διαβούλευση. Με αυτόν τον τρόπο, μια κοινωνία 'επιλέγει τον διάλογο έναντι της βίας' (Ricoeur 2000: 130) και ο ορίζοντας της πράξης του κρίνουν εγείρει αξιώσεις περισσότερες από εκείνον της απλής ασφάλειας του ενός εκ των κοινωνικών εταίρων, επειδή επιδιώκει να θεμελιωθεί από τη δημόσια ειρήνευση (στο ίδιο: 131). Η πράξη του κρίνουν έχει αξία για τον σύμβουλο δημοσίων σχέσεων, ο οποίος στέκεται μεταξύ του πελάτη του και των κοινωνικών εταίρων που συναλλάσσονται με αυτόν. Η πράξη αυτή ενέχει δύο όψεις: από την μία, αποτελεί μια πράξη, μια από-φαση διαχωρισμού μεταξύ δύο μερών, 'αποφασίζω το πώς θα τοποθετηθώ έναντι των δύο πόλων' και, από την άλλη, είναι το μέσο που διαθέτει ο καθένας μας για να συμμετάσχει στην εταιρική [socius] συνύπαρξη, την κοινωνία. Ακριβώς επειδή το κρίνουν (του συμβούλου δημοσίων σχέσεων, εν προκειμένω) εκλαμβάνεται ως να θέτει μία 'δίκαιη απόσταση' μεταξύ των εμπλεκόμενων μερών, θεωρείται πως τόσο ο κερδισμένος όσο και ο χαμένος (μιλώντας σε απόλυτα μεγέθη) αισθάνονται ότι έλαβαν το μερίδιο που δίκαια τους άξιζε, στη βάση της εταιρικής συνεργατικότητας (στο ίδιο: 132).

Μία άλλη, επιπρόσθετη, συνεισφορά της ερμηνευτικά προσανατολισμένης σκέψης στο ζήτημα της ηθικής των δημοσίων σχέσεων δύναται να αποτελέσει η έννοια της 'πράξης'. Σύμφωνα με την ερμηνευτική θέση, στις σύγχρονες κοινωνίες έχει ανακύψει ένα πρόβλημα από τη σύγχυση μεταξύ της *τεχνοκρατικής εργαλειο-ακής διαχείρισης* των μέσων που διαθέτουμε για την επιδίωξη ενός (μη επερωτήσιμου) σκοπού και της έννοιας της φρόνησης των διευθυνόντων των οργανώσεων και των ομάδων του κοινού γύρω από τον *πρακτικό έλεγχο* του πεπρωμένου τους και της *κριτικής τους ικανότητας* στην αγορά και ευρύτερα στον δημόσιο βίο.<sup>24</sup> Σε αυτή τη σύγχυση οφείλεται η περιορισμένη έγνοια ορισμένων συμβούλων δημοσίων σχέσεων να προωθήσουν εργαλειοακές πρακτικές τελειοποίησης της διαχειριστικής-διεκπαιρωτικής τέχνης και όχι την πρακτική κατανόηση των διακυβευμάτων και συγκρούσεων μεταξύ των κοινωνικών εταίρων. Αυτή η διαχειριστική στάση βασίζεται σε μία ελλιπή έννοια του τι σημαίνει 'κατανοώ' ένα διακύβευμα δημοσίων σχέσεων: σύμφωνα με αυτή, σημαίνει 'αντιλαμβάνομαι τις συνθήκες γένεσης αυτού του διακυβεύματος καθώς και τους όρους δυνατότητας της ανόδου του'. Αυτή η έννοια του 'κατανοώ' θα όφειλε να συμπληρωθεί με την κατανόηση ως αντίληψη του περιεχομένου αλήθειας που ενέχεται σε αυτό το διακύβευμα (Warnke 1987: 9). Το έργο του κοινωνικού εταίρου δημοσίων σχέσεων στην

κρίση ενός οργανισμού με μία από τις ομάδες κοινού του είναι η ερμηνευτική κατανόηση και μεταφορά σε λόγο του περιεχομένου αλήθειας των αξιώσεων αυτού του κοινού, καθώς και η αναζήτηση των όρων υπό τους οποίους το συγκεκριμένο κοινό έπραξε, μίλησε ή εκφράστηκε εγγράφως με τον τρόπο που το έκανε.

Είναι προφανές ότι η *ερμηνευτικότητα* αποτελεί μία αναπόδραστη προϋπόθεση της ύπαρξης των οργανώσεων-κοινωνικών εταιρών.<sup>25</sup> Ερμηνευτικότητα σημαίνει ότι τόσο οι εταιρείες ως θεσμοσμένα υποκείμενα, όσο και οι ομάδες κοινού με τις οποίες εμπλέκονται βρίσκουν το σημείο αναφοράς της αυτοκατανόησής τους στον ορίζοντα ιστορικών-πολιτισμικών αξιακών αντιλήψεων και παραστάσεων. Αυτές οι πολιτισμικές συνάψεις αποτελούν προϋπόθεση της γένεσης της ταυτότητάς τους. Μόνο στο πλαίσιο αυτών των συναφειών μπορούν να ιεραρχηθούν οι στρατηγικές τάσεις και προτιμήσεις τους.<sup>26</sup> Η συνεννόηση είναι πάντοτε 'συνεννόηση για κάτι' (Gadamer 1990/1960: 183), δηλαδή διαδικασία κατανόησης ως προς ένα εστιασμένο αντικείμενο ή περίσταση και όχι απλά μία αφηρημένη ανάγκη για συναίνεση, όπως θα υποστήριζε ο Habermas. Η αυτοκατανόηση μιας οργάνωσης ως κοινωνικού εταιρού, εφόσον δεν τελεί εν κενώ, υπάρχει στα πλαίσια της χρονικότητας μιας ιστορικής συγκυρίας, και αυτό θέτει την 'αφηγηματικότητα' και την ερμηνευτικότητα ως συγκροτησιακές διαστάσεις της ταυτότητάς της. Για παράδειγμα, όταν στην περίπτωση μιας κρίσης, ένας κοινωνικός εταίρος βρίσκεται σε σύγκρουση με το κοινό του τότε, σύμφωνα με τη λογική του Habermas, πρέπει να μπει σε λειτουργία η ορθολογική, αφαιρετική επικοινωνιακή δράση έναντι της μεροληπτικής στρατηγικής δράσης. Στην πράξη, όμως, συμβαίνει το αντίθετο. Τότε είναι που όχι μόνο χρειαζόμαστε την ευφυή στρατηγική για την επίτευξη των στόχων μας, αλλά και πρέπει να επιδιώξουμε διαλογική εναρμόνιση των ενεργειών μας με εκείνες των ομάδων του κοινού συμπεριλαμβανόντας στον στρατηγικό μας σχεδιασμό και τις *εγωιστικές επιδιώξεις αυτών*. Ο ιδεατός συνομιλητής που επιχειρηματολογεί ορθολογικά, αποστασιοποιούμενος από τα ιδιότελή διαφέροντά του, αποτελεί ένα εύθραυστο ιδανικό ανδρείκελο που δεν προσιδιάζει σε περιπτώσεις διαχείρισης μιας κρίσης. Η μεροληπτική στρατηγική δράση και η επικοινωνιακή έλλογη δράση συνυπάρχουν στην πράξη και δεν αλληλοαποκλείονται, ως υποτιθέμενα 'καθαρές' αναλυτικές κατηγορίες, όπου ο κοινωνικός εταίρος επιλέγει να λειτουργήσει σύμφωνα μόνο με τη μία ή μόνο με την άλλη.

Η αφηγηματικότητα και η διποκειμενική συνδιαλλαγή βασίζονται σε έναν προϋποτιθέμενο ορίζοντα συνεννόησης ο οποίος καθορίζει τόσο το αντικείμενο της ερμηνευτικής δραστηριότητας όσο και την εκτέλεση της συνδιαλλαγής, και σε αυτόν τον ορίζοντα εντασσόμαστε όλοι, ακόμη και όταν δεν συνεννοούμαστε. Ο εκάστοτε δικός μας κόμος ζωής και συναλλαγών μπορεί να λειτουργεί ως ιστορικός αλλά και ταυτόχρονα καθολικός ορίζοντας συνεννόησης. Αυτό σημαίνει

ότι το ερμηνευτικό μας εγχείρημα έχει ηθικές αξιώσεις καθολικότητας, παρά τον ιδιοτελή παρτικουλαρισμό που προσάπτει στην ερμηνευτική οπτική ο Habermas. Αυτό που οφείλει εξαρχής, μεθοδολογικά, να λάβει υπόψη του ο σύμβουλος δημοσίων σχέσεων είναι ότι είναι αδύνατον να υπάρξει μία ιδανική ομιλιακή κατάσταση όπου κάθε εμπλεκόμενο άτομο των ομάδων κοινού γνωρίζει όσα γνωρίζει και κάθε άλλος και στην οποία είμαστε όλοι ικανοί να αφομοιώσουμε το κρίσιμο πληροφοριακό υλικό και να το αξιοποιήσουμε έμπρακτα. Η ιδεώδης ομιλιακή κατάσταση, με αυτή την έννοια, αποτελεί ένα βουβό ιδεώδες που δεν αφογκράζεται τον ενδεχόμενα ελικρινή και καλόπιστο μόχθο αυτοκατανόησης των εμπλεκόμενων ομάδων. Κατά συνέπεια, για τον σύμβουλο των δημοσίων σχέσεων δεν είναι κατ' ανάγκην επιλήψιμο, ως σχετικιστικό, το να μην λειτουργήσει με τρόπο αφηρημένο στη βάση μεθόδων επιχειρηματολογίας και να εργασθεί πάνω στις ίδιες τις μορφές αυτοκατανόησης των ετερόκλητων ομάδων κοινού. Με αυτή την έννοια, δεν υποκύπτει στην τοπικότητα της παραδοσιολατρίας αξιών και συνηθειών εάν διαπιστώσει στην πράξη ότι 'δεξιώνομαι μία παράδοση' δεν σημαίνει την αποδέχομαι παθητικά, και ορισμένες παραδόσεις απαιτούν να τις αδράξουμε ενεργητικά μέσω ορθού σχηματισμού ελεύθερης κρίσης και να επωμιστούμε την ευθύνη της μετάδοσής τους, ερμηνεύοντάς τις και υποβάλλοντάς τις στη βάση του κριτικού ελέγχου (Ξηροπαίδης 2001: 225).

### Η ηθική στα όρια της συμμετρικότητας: υπευθυνότητα, εμπιστοσύνη, γενναιοδωρία, συγχώρεση

Προσπαθήσαμε παραπάνω να καταδείξουμε ότι η ερμηνεία, από πλευράς του συμβούλου δημοσίων σχέσεων, ενός γεγονότος ή μίας κρίσης, προσικονομείται πάντοτε από την ηθικοπρακτική δομή της κατανόησης, χωρίς να υπονοείται ότι κατανοούμε μόνο αυτό για το οποίο διαπαντός συμφωνούμε και στο οποίο οριστικά συγκλίνουμε. Η απουσία, από πλευράς όλων των ομάδων κοινού που εμπλέκονται σε μία κρίση, μίας ορθής ερμηνείας που ο καθένας θα όφειλε να αποδεχθεί, δεν σημαίνει ότι οδηγούμαστε ως σύμβουλοι στον σχετικισμό. Αντιθέτως, δεν χρειάζεται να προεικάζουμε ιδεολογική ομοειδεια μεταξύ κατανοούντος και κατανοούμενου, αρκεί να μην οδηγούμαστε στο άλλο άκρο του μεθοδολογικού μηδενισμού, ο οποίος διολισθαίνει στη (μεταφυσικά) γενικευτική θέση ότι η ύπαρξη πολλαπλών δυνατών ερμηνειών υποτυπώνει τον πάγιο εσωτερικό διχασμό του ίδιου του ερμηνεύόμενου αντικειμένου,<sup>27</sup> που στην περίπτωση μας μπορεί να είναι η κρίση την οποία ο σύμβουλος δημοσίων σχέσεων καλείται να αντιμετωπίσει. Κρίνεται, ωστόσο, απαραίτητο να προσδοθεί ένα επιπλέον ηθικό περιεχόμενο στην πρακτική της αφηγηματικής ερμηνευτικότητας του συμβούλου των δημοσίων σχέσεων.

Ας είμαστε, σε αυτό το σημείο, λίγο πιο σαφείς. Η πρόκριση της αφηγηματικής ενότητας της ζωής ενός οργανισμού ή ενός κοινωνικού εταιρίου αποτελεί μία ιδέα σχετικώς ανεπεξέργαστη στον τομέα των δημοσίων σχέσεων.<sup>28</sup> Η ιδέα της συγκέντρωσης των ψυχών της ζωής ενός κοινωνικού εταιρίου υπό τη μορφή μιας αφήγησης προαλείφεται από την ερμηνευτική σκοπιά να αποτελέσει τη βάση για τη σκοποθέτηση της 'καλής' ζωής.<sup>29</sup> Το ερώτημα γι' αυτή τη σκοπιά είναι: πώς μπορεί ένας δρών οργανισμός να προσδώσει ηθικό χαρακτήρα στη ζωή του, αντιληπτή ως ένα όλον, εάν αυτή η πορεία ζωής δεν συγκεντρωθεί σε μία ενότητα, υπό τη μορφή κάποιου αφηγήματος; Μείζονος κρισιμότητας διακόβευμα είναι: δίδουμε προτεραιότητα στην ίση αμοιβαιότητα στις κοινωνικές σχέσεις ή στην ασυμμετρία της σχέσης ενός οργανισμού με τον άλλο, δηλαδή στο ότι η ετερότητά του είναι απροσέλαστη από τον επαγωγικό βηματισμό της διάνοιάς μας [Verstand] και, ως τέτοια, πρέπει να γίνεται απόλυτα αποδεκτή και σεβαστή; Μία από τις πιο πρόσφατες έγκυρες απαντήσεις επί του ζητήματος είναι αυτή του γηραιού θεωρητικού της ερμηνευτικής P. Ricoeur, ο οποίος υποστηρίζει ότι παλαιότερα το πρόβλημα ήταν να ξεπερασθεί η αίσθηση της δυσσομμετρίας [dissymmetry] υπέρ μιας έννοιας της αμοιβαιότητας, ενώ τώρα το ζήτημα είναι ακριβώς το αντίθετο: πώς να εγκολπώσουμε εντός της αμοιβαιότητας αυτή τη δυσσομμετρία, αποκρινόμενοι στην υιοψία ότι αυτή μπορεί να καθυποτάξει εκ των έσω κάθε εμπιστοσύνη στη δύναμη της συμφιλίωσης που ενυπάρχει στην πρόοδο της διαδικασίας αναγνώρισης (ενν: των συνδιαλλασσόμενων εταιρών). Κατ' αυτόν, η ανακάλυψη της λήθης μας γύρω από αυτή τη δυσσομμετρία μπορεί να καταστεί επωφελής για την αμοιβαιότητα της αναγνώρισης (Ricoeur 2005: 262).<sup>30</sup>

Στον βαθμό που οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν μία διαδικασία που δεν ανάγεται σε προωθητικές τεχνικές του μάρκετινγκ και της διαφήμισης, όπου ένας κοινωνικός εταιρός αναλαμβάνει να δημοσιοποιήσει και να προσφέρει κάποιες υπηρεσίες, κάποια δώρα, συγκέντρωση χρημάτων για φιλανθρωπικούς σκοπούς, κάποια χάπενινγκ ή πολιτιστικά δρώμενα χωρίς κάποιο άμεσο ανταποδοτικό όφελος, μπορεί κάλλιστα οι δραστηριότητές του αυτές να γίνουν αντιληπτές υπό το πρίσμα μιας ηθικής της γενναιοδωρίας. Το να αναλάβει ο κοινωνικός εταιρός να προχωρήσει σε μια διαδικασία δωρεάς αποτελεί κατεξοχήν ηθική πράξη που δεν καλεί άμεσα, αναγκαστικά και συγκεκριμένα σε μία ανταπόδοση.<sup>31</sup> Σύμφωνα με τον ανθρωπολόγο M. Mauss,

καθώς κάποιος προσφέρει κάτι, προσφέρει κάτι από τον εαυτό του, και το ότι κάποιος προσφέρει τον εαυτό του σημαίνει πως χρωστά τον εαυτό του και αυτά που νέμεται στους άλλους (Ricoeur 2005: 242).

Πρόκειται προφανώς για μια ηθική στάση μιας μέριμνας που δεν συνάπτεται με την απλή εμπορευματική ανταλλαγή, η οποία εδραιώνεται σε μια ηθική των

δικαιωμάτων βασιζόμενη σε αφαιρετικές αρχές αμοιβαιότητας' (Schrift 1997: 2-3). Πάντως, σε κάθε περίπτωση, εδώ δεν πρόκειται για μία φορμαλιστική υποχρέωση προς ανταπόδοση, αλλά για την απόκριση σε μια κλήση η οποία προέρχεται από μια καλότυχη γενναιοδωρή πράξη που έχει παλαιότερα συμβεί στον γενναιοδωρο. Και σε αυτό το σημείο έγκειται το σημαντικό: η παρούσα γενναιοδωρή πράξη του κοινωνικού εταιρού υποδεικνύει ότι ο ίδιος έχει έναν αγαθό και ηθικό τρόπο να δέχεται (παλαιότερες) γενναιοδωρες πράξεις, ότι 'ξέρει να δέχεται'. Επειδή ακριβώς θεωρεί ότι η έως τώρα πορεία του ως κοινωνικού εταιρού ήταν καλότυχη, κερδοφόρα κ.λπ., στέκεται ευ-γνώμων και μοιράζεται με το εμπλεκόμενο κοινό αυτή του την καλοτυχία, η οποία είναι κάτι που 'δεν έχει τιμή', είναι ανεκτίμητη (και γι' αυτό προσφέρει πράγματα δωρεάν). Είναι προφανές ότι το είδος της δΟΣΟΛΗΨΙΑΣ στην οποία προβαίνει δεν είναι η μετρήσιμη ωφελιμότητα της αγοραπωλησίας, αλλά κάτι που συμβαίνει παράλληλα με αυτή. Η υπο-χρέωση της προσφοράς και της ανταπόδοσης αφορούν σε δύο διαφορετικά πεδία της ηθικότητας των διωποκειμενικών σχέσεων και δεν είναι δύο υποπεριπτώσεις της ίδιας λογικής της υπολογιστικής, συναλλακτικής εμπορευσιμότητας προϊόντων (Goux 2002: 152). Βέβαια, η γενναιοδωρή παροχή στην οποία προβαίνει ένα πρόγραμμα δημοσίων σχέσεων δεν μπορεί να υπάρξει πέρα από την πάλη των επιχειρήσεων για αναγνώριση, αναγνωριστικότητα και οπτικοποίηση των επιτευγμάτων τους και γι' αυτό πάντοτε υπάρχει ένα τελετουργικό, 'στημένο' χαρακτηριστικό στη γενναιοδωρή δΟΣΟΛΗΨΙΑ στην ανάπτυξη σχέσεων με τις ομάδες κοινού. Ωστόσο, η ύπαρξη μιας λογικής της δωρεάς, αποτελεί πρακτική των δημοσίων σχέσεων που αναζωογονεί την ανταλλακτικότητα των σχέσεων της αγοράς με την ανάπτυξη του ορίου που θέτει η οικονομία της γενναιοδωρίας. Το ηθικό στοιχείο του δώρου είναι ότι υπάρχουν ορισμένα αγαθά που δεν είναι ανταλλάξιμα, διαπραγματεύσιμα, διαθέσιμα προς αγοραπωλησία στην εμπορευματοποιημένη μας οικονομία, ότι υπάρχει κάτι έξω από τη σφαίρα των εμπορικών συναλλαγών, ένα καταφύγιο αλληλεγγύης (Godelier 2003: 413, 415, 419).<sup>32</sup> Η γενναιοδωρία ενέχει ένα χαρακτηριστικό φιλο-ξενίας που πλεονάζει της λογικής των συναλλαγών. Σύμφωνα μάλιστα με μία άποψη, αποτελεί δομικό στοιχείο της ύπαρξης κάθε κοινωνικού εταιρού, η έγκλησή του να φιλοξενεί και περιθάλλει τον αδύναμο άλλο (Levinas 1981: 74).<sup>33</sup> Υπάρχει λοιπόν κάτι που ανταλλάσσεται με τη γενναιοδωρή στάση αλλά αυτό το κάτι είναι πέραν της ιδιοτελούς αγοραίας υπολογιστικότητας.

Ας πάρουμε το εξής παράδειγμα: σε περίπτωση που ένας κοινωνικός εταιρός δημοσίων σχέσεων επιφέρει κάποια βλάβη σε άτομο ή σε κοινό, τότε η υπεύθυνη στάση σχετίζεται, παράλληλα με την ποινικοδικαϊκή αποπληρωμή, και με την έμπρακτη ζήτηση δημόσιας συγγνώμης/ συγχώρησης.<sup>34</sup> Τι σημαίνει αυτό; Για παρά-



δειγμα, στην περίπτωση διαχείρισης κρίσης μιας εταιρείας που έχει επιφέρει βλάβη σε πολίτη ή ομάδες πολιτών από παράλειψή της, η ηθικώς προσηκουσα στάση του εταιρίου των δημοσίων σχέσεων δεν είναι η συγκάλυψη του γεγονότος από τα φώτα της δημοσιότητας –εξάλλου, τίποτε δεν παραμένει επ’ άπειρον εν κρυπτώ– ούτε μια στρατηγική που προτρέπει ‘να ξεχάσουμε ό,τι έγινε’ αλλά η έμπρακτη ζήτηση συγγνώμης. Μόνο διά της *επιδίωξης της μη λήθης* μπορεί να ζητηθεί και να γίνει αποδεκτή μία έμπρακτη *δημόσια συγγνώμη*. Επίσης, δεν πρέπει επ’ ουδενί λόγω να διαφαίνεται στην επικοινωνιακή στρατηγική το ότι θεωρούμε δεδομένο πως τελικά θα γίνει αποδεκτή η συγγνώμη. Αυτό επειδή, ακόμη κι όταν αποδίδουμε στον παθόντα κάποιου τύπου αποζημίωση, η ηθικοεπικοινωνιακή λογική της συγγνώμης δεν είναι λογική της ανταλλαγής ή της απόδοσης των ίσων. Η ζημιά που έχει προκληθεί δεν ‘επισκευάζεται’, ο χρόνος δεν γυρίζει πίσω. Πουθενά σε μία ηθικοεπικοινωνιακή στρατηγική δεν πρέπει να διαφαίνεται ότι είναι ‘υποχρεωτικό’, ‘λογικό’ ή ‘αναγκαίο’ να δοθεί η συγγνώμη και να αποδεχτεί ο φέρων τη βλάβη την αποζημίωσή μας. Η συγγνώμη του παθόντα έναντι της εταιρείας την οποία εκπροσωπούμε πρέπει να εμφανίζεται ως ένα πλεόνασμα καλοπιστίας και συγχώρεσης από τη μεριά του παθόντα και άρα ως ‘δώρο εξ ουρανού’ για εμάς.<sup>35</sup> Με αυτόν τον τρόπο, ο παθών κοινωνικός εταίρος αποκτά κάποια αίγλη, εφόσον εξυψώνεται στη θέση εκείνου που, εάν το επιθυμεί, έχει τη δύναμη να συγχωρέσει. Εξάλλου, η ίδια η λογική της υπευθυνότητας σημαίνει ότι ένας κοινωνικός εταίρος έχει τη δυνατότητα να αναλάβει τις ευθύνες του και την πιθανότητα καταλογισμού, όπως και ο παθών κοινωνικός εταίρος έχει την ευκαιρία να εξυψωθεί σε πολιτισμένο μέλος της κοινωνίας των πολιτών –η οποία, παρότι διέπεται από νόμους, αντικείται στη πρακτική του ‘οφθαλμού αντί οφθαλμόν’.

Εν κατακλείδι, ο επ-αγγελματίας των δημοσίων σχέσεων κατέχει την κρίσιμη διακριτική ευχέρεια να καταστεί λειτουργός, διανοίγοντας και προσφέροντας ‘έναν δημόσιο χώρο εκδήλωσης και διαχείρισης παραπόνων και συγχώρεση [...] απεργαζόμενος τη δημόσια άσκηση μνήμης’ (Ricoeur 2004: 483-484) και την ευκαιρία στους κοινωνικούς εταίρους, θύτη και θύμα μιας κρίσης, να ‘ανακτήσουν το μέλλον’.<sup>36</sup> Μπορεί δηλαδή να προβεί σε μία οιονεί θεομοποίηση αυτής της χαρακτηριστικά εξωπολιτικής ανθρώπινης δραστηριότητας, της συγχώρεσης. Με αυτή την έννοια, η συγχώρεση μπορεί να καταστεί κάτι παραπάνω από θεομοποιημένη λήθη, ένα απλό ‘ας το ξεχάσουμε’ από επίσημα χείλη.

Η γενναϊώδωρη ηθική της συγχώρεσης δρα συμμετρικά με μία άλλη ανθρώπινη δεξιότητα (και ηθικό εφελτήριο): την ικανότητά μας ως κοινωνικών εταίρων να δίδουμε και να τηρούμε υποσχέσεις. Η συμμετρικότητά τους έγκειται ότι και οι δύο δρουν θεραπευτικά ως προς το ενδεχομένως ρισκοκίνδυνο, απρόβλεπτο αποτέλεσμα των ανθρώπινων συνδιαλλαγών (Ricoeur 2004: 487). Αδελφή θεραπευίδα

της υπόσχεσης, ενόψει της αβεβαιότητας των συναλλαγών των κοινωνικών εταίρων, είναι η ηθική έννοια της *εμπιστοσύνης*.<sup>37</sup> Αυτή εμπλουτίζει την ιστορικοεμπνευστική μας φαρέτρα, εφόσον σχετίζεται με την υπαρξιακή και επικοινωνιακή μας τοποθέτηση έναντι του *μέλλοντος*, εφόσον εμπιστοσύνη σημαίνει πρωτίτως μία *καλόπιστη πίστωση χρόνου*<sup>38</sup> και καλόπιστη κατανόηση και παραχώρηση έναντι των αποφάσεων και πράξεων ενός εκάστου κοινωνικού εταίρου.

Σκιαγραφώντας επί τροχάδην τις οριζουσες της έννοιας 'εμπιστοσύνη',<sup>39</sup> διαπιστώνουμε ότι όπου υπάρχει 'εμπιστοσύνη' συμβαίνουν τα ακόλουθα:

- α. κοινωνική θέσμιση και σχεσιακότητα ως η βάση της·
- β. αναστολή της δυσπιστίας-κακοπιστίας (όχι κατάργηση, απαγόρευση, απώθησή τους)·
- γ. ο Άλλος με τον οποίο τα υποκείμενα συνδιαλλάσσονται είναι καταρχήν (όχι καταρχάς) καλοπροαίρετος, επαρκής/ ικανός, ειλικρινής στις προθέσεις του και λέγων κατά το δυνατόν την αλήθεια, αξιόπιστος·<sup>40</sup>
- δ. η εμπιστοσύνη σχετίζεται με την προβλεψιμότητα (καθιστά τη ζωή σε κάποιον βαθμό αναμενόμενη, σύμφωνη με τις προσδοκίες μας)·
- ε. η εμπιστοσύνη δημιουργεί αίσθηση κοινότητας·
- στ. η εμπιστοσύνη διευκολύνει τη συνεργατικότητα·
- ζ. η εμπιστοσύνη συμφωνεί με μια αίσθηση εξουσίας και αυθεντίας που αντιπαράθεται στην κυριαρχία·
- η. η εμπιστοσύνη διευκολύνει την επικοινωνιακή ανάπτυξη της διαπροσωπικής και κοινωνικής επιρροής.

Διαπιστώνουμε, εν πρώτοις, ότι υπάρχει η εμπιστοσύνη [confidence] που αφορά σε αφαιρετικά συστήματα (σε ανώνυμους άλλους) και μας δίνει απλά την αίσθηση ότι μπορούμε να βασιζόμαστε σε κάτι κατά τις καθημερινές μας ενασχολήσεις, αλλά δεν εμπεριέχει την αμοιβαιότητα και την οικειότητα, εγγύτητα της διαπροσωπικής εμπιστοσύνης [trust].<sup>41</sup> Διαπιστώνουμε *ότι δεν μπορούμε να απαιτήσουμε εμπιστοσύνη* (με την ισχυρή σημασία του όρου) όπως την τήρηση ενός ρόλου, *παρά μόνο να την προσφέρουμε ή να την αποδεχθούμε*.

Υπάρχει, βέβαια, μία περαιτέρω διάκριση, γύρω από την αποπροσωποποιημένη αφαιρετική εμπιστοσύνη και μία *θεσμιομένη, προσωπική* ωστόσο, εμπιστοσύνη που διαφέρει από την παλαιότερη οργανική σχέση-δεσμό της κοινότητας (Seligman 1997: 18). Σε αυτού του είδους την εμπιστοσύνη βασίζεται η σύγχρονη λογική του direct marketing και οι πρακτικές των δημοσίων σχέσεων. Διακρίνουμε λοιπόν, ότι η εμπιστοσύνη –υπό την ισχυρή έννοια που επικαλούμαστε εδώ– λειτουργεί βασικά χωρίς κάποιες προϋποθέσεις για συναλλακτική ανταπόδοση στη βάση κάποιας συμβολιακού τύπου ηθικής. Αποτελεί ένα είδος ερμηνευτικής

στάσης που αναγνωρίζει<sup>42</sup> και δεν αντιβαίνει προς την τυπική δέσμευση κατά τις εταιρικές συνδιαλλαγές, αλλά τις υπερβαίνει περιεχομενικά, αποτελώντας το πρόπλασμα των σύγχρονων μορφών αλληλεγγύης.

Ο εταίρος των δημοσίων σχέσεων καλείται να απαντήσει στρατηγικά, μεταξύ άλλων, σε ερωτήματα όπως τα παρακάτω: οφείλει η εταιρεία να επικεντρωθεί στα κοινά στοιχεία μεταξύ ομάδων του κοινού της, προκειμένου να τις αντιμετωπίσει ως ισότιμους ηθικά δρώντες; μήπως, οφείλει, εναλλακτικά, να εστιάσει στις διαφορές τους προκειμένου να τις αντιμετωπίσει ως ιδιαίτερους καθ' έκαστον δρώντες; ή μήπως θα πρέπει η εν λόγω επιχείρηση να αναπτύξει έναν πιο αφαιρετικό συνθετικό τύπο διαλόγου, προκειμένου να υποτάξει το κοινό της σε ορθόλογη κριτική διαμεσολάβηση; μήπως, τέλος, θα πρέπει η εταιρεία να εφαρμόσει πολλαπλούς τρόπους διαλόγου προκειμένου να παράσχει στο κοινό της ευκαιρίες άρθρωσης μεταξύ τους μη αναγώγιμων διαφορών; Η επιλογή εδώ εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον τρόπο που διαβαθμίζεται η εμπιστοσύνη κατά τις συναλλαγές μεταξύ κοινωνικών εταίρων ή κοινωνικών εταίρων και συμβούλων δημοσίων σχέσεων. Στη συνέχεια, απαριθμούμε τέσσερις –κλιμακούμενες επί το προσδευτικότερον, κατά την άποψή μας– ερμηνευτικές στρατηγικές που αντιστοιχούν σε διαφορετικές βαθμίδες εμπιστοσύνης:<sup>43</sup>

- A) η στρατηγική της *απολυτότητας*, όπου μόνο η εκδοχή καθενός εμπλεκόμενου μέρους είναι αξιόπιστη και δεν εμπιστεύεται καμία άλλη θέση·
- B) η στρατηγική της *ελαχιστοποίησης*, όπου το αίτημα της εμπιστοσύνης στην αυθεντικότητα κάθε άποψης αποτελεί μη ρεαλιστική αξίωση, και αυτό που έχει μόνο σημασία είναι η εν τοις πράγμασι κοινωνική απήχηση μιας άποψης γύρω από το διακυβευόμενο ζήτημα των δημοσίων σχέσεων·
- Γ) η στρατηγική του *εναγκαλισμού*, όπου οι κοινωνικοί εταίροι ή οι σύμβουλοι δημοσίων σχέσεων επιδεικνύουν εμπιστοσύνη σε κάθε άποψη (ως εμπερικλείουσα ένα ποσοστό αλήθειας, το οποίο καλείται να ολοκληρωθεί στο πλαίσιο μιας καθολικής αλήθειας) περί του συγκεκριμένου διακυβεύματος στο οποίο εμπλέκεται ο εταίρος δημοσίων σχέσεων. Υιοθετείται εδώ μια στάση ανεκτικότητας έναντι των διαφόρων απόψεων, η οποία ωστόσο προσπαθεί να τις εμπερικλείσει· και
- Δ) η *οικουμενική* στρατηγική, σύμφωνα με την οποία εμπιστευόμαστε ότι κάθε άποψη μπορεί να έχει τα δικά της ('έπιστημολογικά') κριτήρια σχετικά με την αλήθεια, αλλά που επιπλέον καλείται να διατυπώσει παράλληλα και κριτήρια ηθικοοικουμενικής τάξης που να επιδεικνύουν έμπρακτα την εμπιστοσύνη –αν και όχι κατ' ανάγκην την αποδοχή– και στις υπόλοιπες θέσεις.

Αυτές οι τέσσερις στάσεις συνδέονται κατά τη γνώμη μας με τέσσερις τύπους επικοινωνησιμότητας:

- α. άκαμπτος διάλογος λόγω απολύτων κριτηρίων περί αληθείας (αποκλείω):
- β. θέση εντός παρενθέσεως του ερωτήματος για την αξιοπιστία (και την αλήθεια) κάθε άποψης περί του γεγονότος που δημιούργησε την κρίση:
- γ. αναζήτηση μίας συγκριτιστικής και αθροιστικά καθολικής αξιοπιστίας περί του γεγονότος που προκάλεσε την κρίση –σε κάθε άποψη περιλαμβάνονται και οι άλλες (εμπερικλείω):
- δ. καλλιέργεια της διεύρυνσης των ιδιαίτερων κριτηρίων περί αξιοπιστίας κάθε άποψης σε κριτήρια ηθικοοικουμενικά στα οποία η κάθε άποψη καλείται να εκφράσει την πιο αυθεντική ουσία της. Για παράδειγμα, άλλο πράγμα είναι η απλή πεποίθηση (διανοητικό επίπεδο) και άλλο πράγμα η πίστη-εμπιστοσύνη σε κάτι (ηθικό επίπεδο). Με αυτή την έννοια, οι διαφορετικές από εκείνη του συμβούλου δημοσίων σχέσεων, απόψεις περί τη διαχείριση μιας κρίσης δεν είναι ψευδείς, αλλά υποθετικά (με επιφυλάξεις) αξιόπιστες. Μπορεί ο κοινωνικός εταίρος να έχει μύχια πεισθεί από μία άποψη για την επίλυση μιας κρίσης, αλλά αποδέχεται ταυτόχρονα τις άλλες απόψεις στον βαθμό που τηρούν τις επιχειρηματολογικές και επιστημονικές προδιαγραφές και κανονιστικότητας που οι ίδιες θέτουν.

Προκειμένου να μην οδηγηθούμε σε μία επιπόλαιη ανάπτυξη της γενναιοδωρίας<sup>44</sup> ως δημόσιας ηθικής, και αφότου αναπτύξαμε στοιχειωδώς την έννοια και την επικοινωνησιμότητα της εμπιστοσύνης, καλούμαστε να ολοκληρώσουμε την πραγμάτευση αυτής της ηθικής βεντάλιας εννοιών με την κρίσιμη –και πολυσυζητημένη πρόσφατα στον χώρο της αγοράς– έννοια κοινωνικής υπευθυνότητας.<sup>45</sup> Η ‘υπευθυνότητα’, αποτελεί την πλέον σημαίνουσα ηθικοεπικοινωνιακή έννοια, ακριβώς επειδή έχει να κάνει με την *ικανότητα απόκρισής μας σε μια υπόχρεση που μας δόθηκε*.<sup>46</sup> Τι εννοούμε ακριβώς με αυτό; Για την περίπτωση της ηθικής των εταιρειών, που μας ενδιαφέρει εδώ, σημαίνει ότι προκειμένου να δίνεται η δυνατότητα σε μία εταιρεία να υπάρχει και να συναλλάσσεται και να υπολαμβάνει κάποιες φήμες, πρέπει να φέρεται αξιόπιστα και να φέρει ως δημόσιο πρόσωπο την ικανότητα να της καταλογισθούν ευθύνες από πράξεις ή παραλείψεις. Η ίδια η ‘εταιρική φήμη δημιουργεί επίσης και υπευθυνότητα’ (Fambrun, 1996:10-11).<sup>47</sup> Προκειμένου να μας γίνει περισσότερο κατανοητό, ας επισημάνουμε ορισμένες κρίσιμες ορίζουσες της έννοιας ‘υπευθυνότητα’.<sup>48</sup> Σύμφωνα με μία υπεύθυνη στάση, οι συναλλασσόμενοι κοινωνικοί εταίροι:

- α. αισθάνονται ότι υποχρεούνται να λογοδοτήσουν για τις πράξεις τους σε κάποια αυθεντία που δεν θα κολακέψει ή θα προστατέψει τα ελαττώματά τους:

- β. αναγνωρίζουν σε κάποιο βαθμό ότι για να επιτευχθούν οι σκοποί τους οφείλουν να πράξουν αυτοί οι ίδιοι (να αναλάβουν πρωτοβουλία)
- γ. αποδέχονται καταλογισμό ευθυνών ανάλογα με το κατά πόσο εκλαμβάνουν ότι επιλέγουν και αποφασίζουν ελεύθερα (καταλογισμός υπάρχει μόνο όταν συσχετίζεται με υψηλό βαθμό ελευθερίας της θέλησης)
- δ. πρέπει να ενέχονται σε κάποια –έναντι άλλων υποκειμένων– (δημόσια) υπόσχεση μη χρήσης δολίων μέσων για την επίτευξη των τεθεμένων σκοπών τους.

Για την περιχομενική νοηματοδότηση των παραπάνω υποδείξεων (και όχι κανόνων) δεν αρκεί η ατελέσφορος δαρμόκλειος σπάθη του κρατικού μηχανισμού. Ο εταίρος των δημοσίων σχέσεων βρίσκεται ενώπιον της μοναδικής ευκαιρίας ν' αναλάβει με ερμηνευτική σύνεση και επείκεια (κατά τον τρόπο που τη σκιαγραφήσαμε παραπάνω) τον τόπο του τριτεγγυητή, ως προς τη θεραπευτική αυθεντία του οποίου προτίθενται να λογοδοτήσουν οι συναλλασσόμενοι κοινωνικοί εταίροι. Ο σύμβουλος των δημοσίων σχέσεων δύναται να αφουγκρασθεί τον τρόπο αυτοκατανόησης των συναλλασσόμενων εταίρων, υπ-ακούοντας στον σεβασμό των διαφορών τους κατά τη σύναψη συμφωνιών και όχι υποτασσόμενος σε απαρégκλιτες επιταγές που υποτίθεται ότι προέρχονται απ' αυτές τις διαφορές. Ο εταίρος των δημοσίων σχέσεων διανοίγει μεταξύ των συναλλασσόμενων τον τόπο όπου αυτοί θα υπόσχονται υπεύθυνα, προσδοκώντας την αειφορία μιας επεικούς γενναιοδωρίας. Συμφωνώντας γύρω από αυτό που διαφωνούμε, αυτοδεσμευόμενοι και τηρώντας τις υποσχέσεις μας, απεργαζόμαστε μία ελπιδοφόρα επαγγελία.

## Σημειώσεις

1. Ρήση του Seneca (1935) για τη συναλλακτική υποχρέωση της προσφοράς, της απολαβής και της ανταπόδοσης.
2. Μπορεί ακόμη να είναι πολιτικό, πολιτισμικό, ηθικό. Σε έναν τέτοιο εμπλουτισμό της οικονομίας με την ηθική οφείλει την ευρεία καταξίωσή του το έργο του νομπελίστα οικονομολόγου Amartya Sen. Ας μην ξεχνάμε, άλλωστε, ότι ο μεγάλος άγγλος 'οικονομολόγος' Adam Smith, στην πραγματικότητα, κατείχε για δεκαετίες την έδρα της Ηθικής Φιλοσοφίας.
3. Υπάρχει ένας ευρύτατος εομός ενδιαφερόντων και τομέων όπου κάνουν οι δημόσιες σχέσεις αισθητή τη χρησιμότητά τους –δύναται να φτάνει μέχρι και το μύχιο οχυρό της θρησκευτικότητας, την εκκλησία. Για τη σχέση δημοσίων σχέσεων και χριστιανικής ηθικής, βλ. Filirovic 2000: κεφ. 5. 3.
4. Οφείλω αυτή την παρατήρηση στον καθηγητή Ν. Δεμερτζή, σε προφορική συνομιλία που είχα μαζί του.
5. Για μία επιφύλαξη αλλά και εμπλουτισμό της έννοιας της μετρησιμότητας ως ηθικού διακυβέματος, βλ. Kleinberg-Levin 2005: κεφ. 10.

6. Το 'αγαθό' εκλαμβάνεται από τους ωφελιμιστές σε τελική ανάλυση στον ενικό αριθμό, εφόσον μόνον ομοειδή πράγματα δύνανται να μετρηθούν ως προς τις συνέπειές τους.

7. Έχει ειδική σημασία εδώ ότι αναπτύχθηκαν εθελοντικά κανόνες και κώδικες δεοντολογίας διακριτοί από το λεγόμενο δίκαιο των εταιρειών. Βλ. Φερούσης 1988.

8. Αυτό οδήγησε ορισμένους θεωρητικούς της ηθικής να ελέγχουν ως άγονες τις μαξιμαλιστικές προσδοκίες τέτοιων ηθικών προταγμάτων, χωρίς να υπαναχωρούν στον άκρατο σχετικισμό, και να κάνουν λόγο για 'δεύτερες καλύτερες ηθικές' [second best moralities] ως τις σωτήριες επιλογές μας εκεί που τα ιδεώδη των 'πρώτων' υψηλών ηθικών παρέκκλινουν ως προς τη ρεαλιστικότητά τους – Margolis 2004: κεφ. 2.

9. Η ακόμη και στο όνομα του έργου τους. Υπάρχει μια διαμάχη γύρω από το εάν πρέπει να κάνουμε λόγο για 'δημόσιες σχέσεις' ή για 'διεύθυνση επικοινωνίας' [communication management] – Tilley 2005.

10. Σύμφωνα με αυτή την αντίληψη 'ο άνθρωπος, ως άνθρωπος δεν χρειάζεται κουλτούρα, αλλά διαφωτισμό'.

11. *To profess* σχετίζεται στα λατινικά με: *profiteor, fessus sum, eri; pro et fateor*.

12. Στην αγγλική γλώσσα, κατά το Λεξικό της Οξφόρδης, το 'to make one's profession' είχε παλαιότερα θρησκευτική σημασία και σήμαινε το 'να αποδεχθώ την υπόσχεση μίας θρησκευτικής τάξης'.

13. Υπάρχει λοιπόν ένα είδος υπόσχεσης που δεν χρειάζεται να θεμελιωθεί από νομικές, φαρμαλιστικές διαδικασίες του δικαίου, αλλά σχετίζεται ως γεγονός με τον ίδιο τον πρακτικό λόγο του επαγγελματία. Γι' αυτή τη λογική της υπόσχεσης ως ίαση της μη προβλεψιμότητας των πράξεων κατά τη δυοπκευμενική συναστροφή, βλ. Κόντος 2005.

14. Η διαφοροποιημένη επίπτωση που έχει η πολιτισμική ιδιαιτερότητα στις δημόσιες σχέσεις φαίνεται ακόμη και από τη μετάθεση νοήματος που υπάρχει στη μετάφραση του όρου από μία γλώσσα σε άλλη. Για παράδειγμα, οι Γερμανοί μετέφεραν τον όρο 'public relations' ως 'oeffentlichkeitsarbeit', κατά λέξη: 'εργασία περί τη δημοσιότητα'.

15. Σε αυτό το κείμενο έγινε λόγος για τέσσερα –διαδοχικά ιστορικά– μοντέλα δημοσίων σχέσεων: α. για το μοντέλο του Γραφείου Τύπου, που κατά το δεύτερο μισό του 19ου αιώνα λειτουργούσε με όρους προπαγάνδας· β. το μοντέλο της δημόσιας πληροφόρησης των αρχών του 20ου αιώνα, το οποίο προωθούσε αληθή πληροφόρηση αλλά όχι τα μέρη αλήθειας που δεν το 'συνέφεραν'· γ. το μοντέλο των μηχανικών της επιστήμης της πειθούς που διήρκεσε έως το 1960 και ήταν αμφίδρομο μοντέλο αλλά ασυμμετρικών δυνατοτήτων επιρροής και επιβολής· και δ. το αμφίδρομο συμμετρικό μοντέλο, το οποίο και αναλύουμε.

16. Γύρω από τις διαβαθμίσεις την έννοιας 'φροντίδα' 'cura'-'μέριμνα'-'έγνοια', από την τρέχουσα καθημερινή χρήση της έως τη μύχια υπαρξιακή, βλ. Reich 1995: 319-331.

17. Σε αυτή την υπόθεση της δονητικής αμοιβαιότητας και συμμετρικότητας στη συμπεριφορά βασίζονται συνήθως τα μοντέλα των σχεδιαστών προγραμμάτων δημοσίων σχέσεων. Βλ., για παράδειγμα, Gregory 2000: 81-85.

18. Υπάρχει βέβαια ισχυρός αντίλογος σε αυτή του την άποψη. Για παράδειγμα, για έναν σύγχρονο αντίπαλο του διαφωτισμού του Habermas, τον MacIntyre, φαίνεται ότι δεν υπάρχει κάποιος ορθολογικός τρόπος να διασφαλισθεί η ηθική συμφωνία στη νεωτερική μας κουλτούρα. Η σύγχρονη ηθική συμφωνία έχει κατ' αυτόν τρία χαρακτηριστικά: την απουσία εξωτερικών κριτηρίων τα οποία μπορούν να επικαλεστούν τα υποκείμενα για να υποστηρίξουν τις ηθικές τους αποφάσεις· δευτε-

ρον, έναν απρόσωπο τρόπο παρουσίασης των ηθικών επιχειρημάτων· και τρίτον, την αποσπασματική χρήση εννοιών που αφαιρέθηκαν από μεγαλύτερες ολότητες στις οποίες και ήταν αρμονικά ενσωματωμένες. Ο συνδυασμός αυτών των χαρακτηριστικών έγκειται στη διάκριση μεταξύ του *νηπιματος* των όρων ηθικού Λόγου και της *χρήσης* τους. Αυτό που εμφανίζεται ως αντικειμενικό επιχείρημα, μας λέει ο νεοαριστοτελικός ηθικός φιλόσοφος, δεν είναι παρά η έκφραση μίας προσωπικής προτίμησης. Οι ατομικές αξίες έγιναν, κατά τον MacIntyre, ζήτημα απόφασης παρά ορθού λόγου και η σφαιρα εφαρμογής της ορθολογικότητας περιορίστηκε στο ταιριασμα μέσω με εκτός επιχειρηματολόγησης σκοπούς. Αυτό το νεωτερικό πρόταγμα της ριζικής απόφασης/ επιλογής εδράζεται στην αξίωση περί μη αναγωγιμότητας της ατομικής ηθικής συνείδησης, δηλαδή μίας νεωτερικής έννοιας του εαυτού. Σε αυτή την έννοια του εαυτού λείπουν εξωτερικά κριτήρια κρίσης και δεν υπάρχει όριο στο πεδίο άσκησης μίας τέτοιας κρίσης. Ο σύγχρονος δρών είναι αφαιρετικά καθολικός και αποσπασμένος από τη συγκεκριμένη μερικότητα που θα του παρείχε τα όρια-πλαίσια εντός των οποίων η ανθρώπινη ταυτότητα είναι αδύνατη. Λείπει η κοινοτική συνεκτικότητα που θα έδινε η αριστοτελική ιδέα περί καλής ζωής και σκοπού των ανθρώπων, λείπει δηλαδή η εγκλωπωμένη στην πρακτική μας καλή ζωή, ένα ήθος και όχι μία ηθική φορμαλιστική θεωρία αποσπασμένη ως προς αυτή την πρακτική –MacIntyre 1981. Είναι βέβαια, προφανώς άστοχη η διεκδίκηση από τον MacIntyre της εγκατάλειψης της σύγχρονης συνθήκης ζωής και της επιστροφής μας σε προνεωτερικές, λιγότερο πλουραλιστικές μορφές ζωής. Ωστόσο, ο νεοαριστοτελισμός έχει αποτελέσει πηγή έμπνευσης για στοχαστές των δημοσίων σχέσεων που επιχειρούν να αποφύγουν τον ηθικό φορμαλισμό. Βλ., λ.χ., Martinson 2000. Επίσης, Harrison & Galoway 2005.

19. Προκειμένου να είμαστε περισσότερο δίκαιοι ως προς τη συγκεκριμένη συζήτηση, αληθεύει πως ο Habermas ανταπάντησε στους επικριτές του εγχειρήματός του υποστηρίζοντας ότι δεν μπορούν κατά τη δημόσια διαβούλευση να δικαιωθούν όλα τα επιμέρους μεμονωμένα ενδιαφέροντα και ιδιωτικές ιδιαιτερότητες. Εισήγαγε περαιτέρω τη διάκριση μεταξύ δικαιολόγησης [Rechtfertigung] των κοινωνικών νομών και της εφαρμογής τους [Anwendung, το οποίο σχετίζεται με το μεσαιωνικό *applicatio* της ερμηνευτικής φιλοσοφίας], όπου η εφαρμογή –η οποία λαμβάνει περισσότερο υπόψη της τα εξετασθέντα χαρακτηριστικά του συγκεκριμένου άλλου– στερείται συχνά νομιμοποίησης ή δικαιολόγησης. Βλ. Habermas 1999: 65-137.

20. Για παράδειγμα, τέτοια αξία μπορεί να είναι η έγνοια, η μέριμνά μας για την μη αναγωγιμότητα του ιδιαίτερότητά του προσώπου του άλλου ανθρώπου. Μία τέτοια διορθωτική κίνηση στον Habermas –προσανατολισμένη προς τη σκέψη του ηθικού φιλοσόφου E. Levinas– προβάλλει ο Hendley 2000: κεφ. 2, 6.

21. Ο Habermas υποστηρίζει ότι παράλληλα με τον *θεωρητικό* λόγο, όπου αναζητούμε να εγείρουμε αξιώσεις εγκυρότητας της θεωρησιακής αλήθειας –και υποτίθεται, απόλυτα διακριτά από αυτόν– υπάρχει και μία μορφή *πρακτικού* λόγου όπου επιδιώκουμε μέσω επιχειρημάτων να εγείρουμε αξιώσεις κανονιστικής εγκυρότητας ή ορθότητας.

22. Ο αγγλόγλωσσος ανανώστης μπορεί να ενημερωθεί επί του ζητήματος της αντιπαράθεσης μεταξύ Habermas και του ερμηνευτικού φιλοσόφου H.G. Gadamer στο Lafont 1999: κεφ. 3, 4.

23. Σε αυτό αναφέρεται όλο το κείμενο της H. Arendt υπό τον τίτλο 'Αλήθεια και Πολιτική' [Truth and Politics], το οποίο μπορεί κανείς να βρει στη συλλογή κειμένων της *Μεταξύ Παρελθόντος και Μέλλοντος* [Between Past and Future].

24. Γύρω από αυτή τη σύγχυση, υπό ευρύτερους φιλοσοφικού όρους, βλ. Habermas (1973: 255). Επίσης, Gadamer 1975: 312.

25. Η ερμηνευτικότητα οδηγεί σε κατανόηση και 'η κατανόηση οδηγεί στην ορθή εκτίμηση μιας κατάστασης' προς επίλυση. Βλ. Jenkins 1994: 53.

26. Υπάρχουν, βέβαια, σύμφωνα με τον υπέρμαχο της ερμηνευτικής προσέγγισης Charles Taylor, 'ασθενείς' και 'ισχυρές' αξιολογήσεις, όπου 'ασθενείς' είναι εκείνες που οφείλονται σε τυχαίους συγκυριακούς λόγους και βασίζονται σε περιστασιακούς πραγματιστικούς συλλογισμούς, ενώ οι 'ισχυρές' στηρίζονται σε βαθύτερους λόγους που επιτρέπουν την ιεράρχηση των προτιμήσεων υπό το φως αξιακών αντιλήψεων. Βλ. επί αυτού Taylor 1992: 9-51.

27. Για τον ενδιαφερόμενο αναγνώστη, προς μία τέτοια στάση διολισθαίνει το πρώτο έργο του αποδομιστή J. Derrida –πριν από το κείμενό του *Force of Law* (1992) το οποίο σηματοδοτεί μία ηθική στροφή στη σκέψη του.

28. Με φαινές εξαιρέσεις, όπως λ.χ. η συλλογή των Schultz, Hatch & Holten Larsen 2000 και συγκεκριμένα τα κείμενα του Cees, B.M.van Riel, 'Corporate Communication Orchestrated by a Sustainable Corporate Story', ειδικά σελ. 162-165, του Larsen Holten, 'Managing the Corporate Story', ειδικά σελ. 204-207, και των Hatch & Schultz, 'Scaling the Tower of Babel: Relational Differences between Identity, Image, and Culture in Organizations', σελ.16-18.

29. Η ηθική διάσταση της αφηγηματικότητας είναι ακριβώς το αντικείμενο του πρόσφατου έργου του θεωρητικού της ερμηνευτικής P. Ricoeur. Βλ., καταρχάς, Ricoeur 1992: 158.

30. Το να παραγνωρίζω δεν σημαίνει κατ' αυτόν ότι παραγνωρίζω κάποιον, αλλά ότι παραγνωρίζω την ασυμετρία στη σχέση μεταξύ εμού και του άλλου (Ricoeur 2005: 260).

31. Ορισμένοι μεταμοντέρνοι συγγραφείς τείνουν μάλιστα να πιστεύουν ότι επειδή δεν υπάρχει μία ωφελμιστική, συμμετρική σχέση ανταπόδοσης μίας δωρεάς, το 'δώρο' είναι 'κάτι που δεν ανήκει σε κανένα, παρά μόνον στον εαυτό του' –Nancy 2002: 193.

32. Ωστόσο, όπως αναφέρει ο ίδιος ο Godelier (2003: 421), παρότι είναι θετικό ότι η λογική του δώρου τείνει να επαναθεωρηθεί στη σύγχρονη κοινωνία, δεν αποτελεί πανάκεια, δεν μπορούμε να περιμένουμε τα πάντα από μία λογική του δώρου.

33. Ωστόσο, δεν υποθέλουμε γενναϊόδωρα τον οποιοδήποτε άλλο εν λευκό, χωρίς προϋποθέσεις, εφόσον και ο φιλοξενούμενος πρέπει να τηρεί τους όρους φιλοξενίας. Επί τούτου, βλ. Derrida 2000.

34. Δεν είναι τυχαίο εδώ ότι το έτυμον της συγχώρεσης συνδέεται στις μείζονες ευρωπαϊκές γλώσσες με τη δωρεά (don-pardon, dono-perdono, Geben-Vergeben, gift-forgiving). Βλ. Derrida 2001: 21.

35. Αυτή την ηθική στάση υπερασπίζεται ο φιλόσοφος Ricoeur (1996: 12). Εξάλλου, ένας άλλος σημαντικός μελετητής του δώρου, ο J. Derrida, υποστηρίζει ότι, το δώρο δεν πρέπει να αναγνωρίζεται από τον λήπτη ως δώρο, γιατί σε αυτή την περίπτωση εκμηδενίζεται ως δώρο και εισέρχεται στο συμβολικό πεδίο των συναλλακτικών υποχρεώσεων ανταπόδοσής του –Derrida 1992: 13-14.

36. 'Ακριβώς όπως η συγχώρεση επαναπροσφέρει στον θύτη να μετακινηθεί από τη στιγμή (της κρίσης) και να ανακτήσει το μέλλον, έτσι και η ανικανότητα του θύματος να συγχωρέσει καθιστά αδύνατο να συνεχίσει (την πορεία της ζωής του) στο μέλλον' –Holloway 2002: 54.

37. 'Οι δημόσιες σχέσεις δεν πρέπει να είναι μόνο πιστευτές, πρέπει να είναι αληθινές, αξιόπιστες [...] να εξαρτώνται από την εμπιστοσύνη' –βλ. Jenkins 1994: 153.

38. Ένας από τους πιο σημαντικούς εκπροσώπους της πρωτοκαθεδρίας της ηθικότητας του πυρήνα της ανθρωπίνης ύπαρξης, ο E. Levinas, υποστηρίζει ότι η μη ταυτοχρονία και η μη συμπαρουσία είναι η πρωταρχική σχέση μου με τον άλλο εντός χρόνου. Ο χρόνος σημαίνει ότι ο άλλος



είναι μη αναγώγιμος στη συγχρονία του δικού μου κοσμοειδώλου. Η ηθική σχέση του ανθρώπου με τον άλλο είναι πρότερη της σχέσης με τον εαυτό του, την ολότητα των πραγμάτων που αποκαλούμε κόσμο. Η σχέση με τον άλλο είναι χρόνος, μία διαχρονία που δεν αποτελεί κλειστή ολότητα και όπου η μία στιγμή διαδέχεται την άλλη χωρίς να την επικαλύπτει –Levinas 2004: 73. Επίσης, Smith 2005: κεφ.1.

39. Όσον αφορά τις καταβολές της έννοιας ‘εμπιστοσύνη’, στη νομικοπολιτική παράδοση περί φυσικού δικαίου γίνεται λόγος για μία κλίση, ενώ στην καντιανή ηθική φιλοσοφία για καθήκον του να ‘τηρούμε υποσχέσεις’, να τιμούμε δηλαδή τη δήλωση της θέλησής μας [decleratio, signum voluntatis]. Η εγγύηση της αμοιβαίας τήρησης υποσχέσεων θεωρήθηκε ως η προσπάθεια κατασκευής μίας νέας κοινότητας πίστης, βασιμμένης όχι σε δεσμούς αίματος αλλά στην ίδια την πίστη [belief]. Η εμπιστοσύνη ξεκινά εκεί που σταματά η προβλεψιμότητα: βλ. Lewis & Weigert 1985: 976.

40. Η, όπως αναφέρει ο Δ. Φερούδης (1988: 84), ‘το να καταξιώνεσαι [...] της εμπιστοσύνης εκείνων με τους οποίους έρχεσαι σε επαφή δεν είναι ζήτημα προφανώς μόνο δικό σου, αλλά και των άλλων’.

41. Υπάρχει στη βιβλιογραφία μία τάση διαχωρισμού της έννοιας της εμπιστοσύνης [trust] από την έννοια εμπιστευτικότητας –το να βασίζεσαι σε κάποιον [confidence]. Σημσιολογικά, διάφορες γλώσσες διατηρούν ένα στοιχείο πίστης [faith] στην έννοια της εμπιστοσύνης (λ.χ. στα ελληνικά και στην εβραϊκή λέξη emunah) (βλ., επί τούτου, Seligman 1997: 31). Αυτό το στοιχείο δεν διατηρείται λεξικογραφικά στο confidence –βλέπε fides– (κάτι που ενδεχομένως οδήγησε τους Γάλλους του 16ου αιώνα να διακρίνουν μεταξύ *confiance* και *confidence* επειδή το λατινικό *fides* σχετίζεται με το σφραγισμένο της περιγραφικής μετρησιμότητας και της απόδοσης των ισών. Επί τούτου, βλ. Benveniste 1973: 94-100. Κάτι ανάλογο υποστηρίζει και ο Max Weber, όταν συνδέει το *fides* με την έννοια της απόδοσης οφειλών μεταξύ προσώπων κάτω από συγκεκριμένες σχέσεις. Weber 1978: 703).

42. Η *αναγνώριση των ισών ευκαιριών των υποκειμένων ενώπιον των διακοβευμάτων-διακινδυνεύσεων που τους διανοίγονται* σχετίζεται, κατά τη γνώμη μας, κυρίως με την *confidence*. Ωστόσο, υπάρχει και η *αναγνώριση ίσης αξίας* που διαφέρει από την *αναγνώριση ισών ευκαιριών*, και σχετίζεται μάλλον με την *trust*. Οι υπερασπιστές της πολιτικής της αναγνώρισης ενισχύουν σχεδόν αποκλειστικά την ύπαρξη θεσμιζόμενων (κυρίως *confident*) σχέσεων παρακάμπτοντας τις άτυπες, και επίσης, προσπαθούν να *συμφιλιάσουν* τα υποκείμενα με ένα περιβάλλον χαμηλών προσδοκιών και ευκαιριών, με το αναπόφευκτο της απογοήτευσης. Κατ’ αυτόν τον τρόπο, τα άτομα ενισχύονται ενδεχομένως στο να υιοθετήσουν μία χαμηλή αίσθηση του εαυτού. Κάτι τέτοιο ενισχύει την ύπαρξη *θεραπευτικών κοινοτήτων*.

43. Γύρω από τις τέσσερις αυτές στρατηγικές αντλούμε από το έργο του Hans Kueng, ενός μείζονος θεωρητικού που ασχολείται με ερμηνευτικά ζητήματα επίλυσης συγκρούσεων και ειρηνευτικής οικογενικότητας σε θεολογικό επίπεδο –βλ. Kueng 1990: 13, 41, 171.

44. Η του μεροληπτικού και ιδιοτελούς υποκατάστατου της που είναι η *δαρδοκία*.

45. Δεν την αποκαλούμε ‘κοινωνική ευθύνη’, γιατί η ευθύνη ενέχει κατ’ ανάγκην καταλογισμό για αρνητική πράξη ή παράλειψη, ενώ η υπευθυνότητα δύναται να αποτελέσει ενδεχομένως θετική ηθική στάση. Μπορεί κάποιος να είναι υπεύθυνο άτομο χωρίς να καταλογίζεται κάτι σε βάρος του.

46. Απεργαζόμενος την ηθική σχέση ενός προσώπου με τους κοινωνικούς του εταίρους, διαφυλάσσοντας μία έννοια της δικαιοσύνης που πλεονάζει της φορμαλιστικής νομιμότητας, ο ηθικός

φιλόσοφος E. Levinas υπέδειξε στην πορεία του έργου του τις ακόλουθες βαθμίδες υπευθυνότητας: (α) το να αποκρινόμαστε στον άλλον· (β) το να έχουμε την ευθύνη του εαυτού μας (και των πράξεών μας) έναντι του άλλου· (γ) το να είμαστε υπεύθυνοι για λογαριασμό του άλλου ενώπιον άλλων προσώπων· (δ) το να είμαστε υπεύθυνοι για τον πάσχοντα και παθόντα (ως μη όφειλε) άλλο, μπαίνοντας στη θέση του· (ε) το να είμαστε υπεύθυνοι για αυτόν που υποπίπτει σε παράπτωμα (ακόμη και εναντίον μας) υιοθετώντας τις υπευθυνότητες που θα όφειλε να έχει και που ο ίδιος δεν αναγνωρίζει· βλ. Waldenfels 2002: 63-81, Davis 1996: 63-92. Hutchens 2004: 99-111. Fryer 2004: 215-238. Chaliel 1998: 25-41. Για μια εύστοχη επιφύλαξη ως προς την ως άνω ηθική οπτική του Levinas, βλ. Wood 2005: 152-168.

47. Προτείνεται εδώ ο όρος *reputation* να μεταφράζεται ως 'υπόληψη' και όχι ως φήμη [*fame*] που έχει αρνητικές συνδηλώσεις μαζικής ψυχολογίας.

48. Η έννοια της υπευθυνότητας συνδέεται γραμματολογικά με το λατινικό *respondere* που συνδηλώνει και την 'αποκρισιμότητα', ενώ ισοδυναμεί με το αγγλικό *to reply*, *to respond* και βρίσκει μία αντιστοιχία στο γερμανικό *ver-antwortung*.

### Βιβλιογραφικές αναφορές

- Arendt, H. (1982). *Lectures on Kant's Political Philosophy*, Chicago: University of Chicago Press.
- Arendt, H. (1993). *Between Past and Future*, Penguin Classics.
- Benveniste, Em. (1973). *Indo-European Language and Society*, London: Faber and Faber.
- Benhabib, S. (1986). *Critique, Norm and Utopia: A Study of the Foundations of the Critical Theory*, New York: Columbia University Press.
- Bernstein, R.J. (1983). *Beyond Objectivism and Relativism. Science, Hermeneutics and Praxis*, Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Chaliel, Ch. (1998). *What Ought I to Do? Morality in Kant and Levinas*, Ithaca: Cornell University Press.
- Curtin, P.A. & Boynton, L.A. (2001). 'Ethics in Public Relations. Theory and Practice', στο Heath, R.L. (επιμ.), *Handbook of Public Relations*, London: Sage.
- Davis, C. (1996). *Levinas*, Cambridge: Polity Press.
- Day, K.D., Quingwen D. & Robins, C. (2001). 'Public Relations Ethics: An Overview and Discussion of Issues for the 21<sup>st</sup> Century', στο Heath, R.L. & Vasquez, G. (επιμ.), *Handbook of Public Relations*, London: Sage.
- Derrida, J. (1992). *Force of Law*, New York: Routledge.
- Derrida, J. (1992). *Given Time: 1. Counterfeit Money*, Chicago: Chicago University Press.
- Derrida, J. (2000). *Of Hospitality*, Stanford: Stanford University Press.
- Derrida, J. (2001). 'The future of the profession', στο Cohen, T. (επιμ.) *Jacques Derrida and the Humanities*, Cambridge: Cambridge University Press.

- Derrida, J. (2001). 'To forgive: The Unforgivable and the Imprescriptible', στο Caputo, J., Dooley, M. & Scanlon, M. (επιμ.), *Questioning God*, Bloomington: Indiana University Press.
- Fambrun, C.J. (1996). *Reputation. Realizing Value from the Corporate Image*, Boston: Harvard Business School Press.
- Φερούσης, Δ. (1988). *Η Δεοντολογία των Δημοσίων Σχέσεων*, Αθήνα: Interbooks.
- Filipovic, A. (2000). *Ethik und Public Relations: Anfragen und Perspektiven einer Christlichen Sozialethik*, Bamberg Universitaet: Lehrstuhl Christliche Soziallehre und Allgemeine Religionssoziologie, Magisterarbeit.
- Fryer, D.R.(2004). *The Intervention of the Other. Ethical Subjectivity in Levinas and Lacan*, N.Y.: Other Press.
- Gadamer, H.G. (1975). 'Hermeneutics and Social Science', *Cultural Hermeneutics* 2.
- Gadamer, H.G. (1990/1960). *Hermeneutik I. Wahrheit und Methode. Grundzuege einer Philosophischen Hermeneutik*, Tuebingen: Mohr Siebek.
- Godelier, M. (2003). *Το αίνιγμα του Δάφου*, Αθήνα: Gutenberg.
- Goux, J.J. (2002). 'Seneca against Derrida: Gift and Alterity', στο Wyschogrod, E., Goux, J.J. & Boynton, E. (επιμ.), *The Enigma of Gift and Sacrifice*, New York: Fordham University Press.
- Gregory, A. (2000). *Planning and Managing Public Relations Campaigns*, London: Kogan Page.
- Grunig, J. & Hunt, T. (1984). *Managing Public Relations*, N.Y.: Holt Rinehart and Winston.
- Grunig, J. (επιμ.) (1992). *Excellence in Public Relations and Communication Management*, N. Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Grunig, J.E. & Huang, Y. (2000). 'From organizational effectiveness to relationship indicators: Antecedents of relationships, public relations strategies and relationship outcomes', στο Ledingham, J.A. & Bruning, S.D. (επιμ.), *Relationship Management: A Relational Approach to Public Relations*, Mahwah, N.J.: Erlbaum.
- Grunig, L., Toth, E. & Hon, L. (επιμ.) (2000). 'Feminist Values in Public Relations', *Journal of Public Relations Research* 12(1).
- Guardini R. (1998). 'Power and Responsibility: A Course of Action for the New Age', στο του ίδιου, *The End of the Modern World*, Wilmington, Delaware, ISI Books.
- Haas, T. (2001). 'Public Relations between Universality and Particularity. Toward a Moral-Philosophical Conception of Public Relations Ethics', στο Heath, R.L (επιμ.) *Handbook of Public Relations*, Sage: London.
- Habermas, J. (1973). 'Dogmatism, Reason and Decision. On Theory and Praxis in our Scientific Civilization', στο του ίδιου, *Theory and Praxis*, Boston: Beacon Press.
- Habermas, J. (1981). *Theorie des Kommunikativen Handelns. Band 1*, Frankfurt: Suhrkamp.

- Habermas, J. (1999). 'Von der Hermeneutik zur Formalen Pragmatik', στο του ίδιου, *Wahrheit und Rechtfertigung. Philosophische Aufsätze*, Frankfurt: Suhrkamp.
- Harrison, K. & Galoway, C. (2005). 'Public Relations Ethics: A simpler (but not simplistic) approach to the complexities', *Prism3*. <http://praxis.massey.ac.nz>, (πρόσβαση: 01.01.2006).
- Hendley, S. (2000). *From Communicative Action to the Face of the Other. Levinas and Habermas on Language, Obligation, and Community*, Lanham: Lexington Books.
- Holloway, R. (2002). *On Forgiveness*, Edinburgh: Canongate.
- Holmstrom, S. (1997). 'The Inter-subjective and the Social Systemic Public Relations Paradigms', *Journal of Communication Management*, 2(1): 24-39.
- Hutchens, B. (2004). *Levinas. A Guide for the Perplexed*, N.Y.: Continuum.
- Jefkins, F. (1994). *Δημιώσεις Σχέσεις*, Αθήνα: Κλειδάριθμος.
- Kleinberg-Levin, D.M. (2005). *Gestures of Ethical Life. Reading Hoelderlin's Question of Measure after Heidegger*, Stanford: Stanford University Press.
- Κόντος, Π. (2005). *Η Καντιανή Ηθική της Υπόσχεσης*, Αθήνα: Εστία.
- Kueng, H. (1990). *Project Weltethos. Was kann die Religion fuer daw Ueberleben der Menschheit tun?*, Muenchen.
- Lafont, Ch. (1999). *The Linguistic Turn in Hermeneutic Philosophy*, Cambridge: MIT Press.
- Leeper, V. (1996). 'Moral Objectivity, Juergen Habermas's discourse ethics and public relations', *Public Relations Review* 22(2): 133-150.
- Levinas, E. (1981). *Otherwise than Being or Beyond Essence*, The Hague: Martinus Nijhoff.
- Levinas, E. (2004). 'Ethics of the Infinite', στο Kearney, R., *Debates in Continental Philosophy*, New York: Fordham University Press.
- Lewis, D. & Weigert, A. (1985). 'Trust as Social Reality', *Social Forces* 63, 4: 976.
- MacIntyre, A. (1981). *After Virtue*, London: Duckworth.
- Mackey, S. (2003). 'Changing vistas in public relations Theory' στο <http://www.praxis.bond.edu.au/prism/papers/refereed/paper3.pdf> (πρόσβαση 03.01.2006).
- Margolis, J. (2004). *Moral Philosophy after 9/11*, Pennsylvania: Pennsylvania Univ. Press.
- Martinson, D.L (2000). 'Ethical decision making in public relations: what would Aristotle say?', *Public Relations Quarterly* 45(3).
- Mendelsohn, M. (1974). 'Ueber die Frage: Was heisst aufklaeren?', στο Bahr, E. (επιμ.), *Was ist Aufklaerung?*, Stuttgart: Reclam.
- Nancy, J.L. (2002). 'Praesens', στο Morianiello, G., Risaliti & S., Somani, A. (επιμ.), *The Gift. Generous Offerings Threatening Hospitality*, Milano: Edizioni Charta.
- Newson, D., VanSlyke Turke, J. & Kruckenberg, D (2003). 'PR Ethics and Responsibilities', στο των ίδιων (επιμ.), *This is PR. The Realities of Public Relations*, London: Wadsworth.

- Reich, T.W. (1995). 'History of the notion of care', στο του ίδιου (επιμ.), *Encyclopedia of Bioethics*, N.Y.: Mc Millan.
- Ricoeur, P. (1992). *Oneself as Another*, Chicago: University of Chicago Press.
- Ricoeur, P. (1996). 'Fragility and Responsibility', στο Kearney, R. (επιμ.), *Paul Ricoeur: The Hermeneutics of Action*, London: Sage.
- Ricoeur, P. (2000). *The Just*, Chicago: University of Chicago Press.
- Ricoeur, P. (2004). 'Gift and Forgiveness', στο του ίδιου, *Memory, History, Forgetting*, Chicago: Chicago University Press.
- Ricoeur, P. (2005). *The Course of Recognition*, Cambridge: Harvard University Press.
- Schultz, M., Hatch, M.J & Holten Larsen, M. (επιμ.) (2000). *The Expressive Organization. Linking Identity, Reputation, and Corporate Brand*, Oxford: Oxford University Press.
- Schrift, A. (επιμ.) (1997). *The Logic of the Gift. Toward an Ethic of Generosity*, London: Routledge.
- Seligman, Ad. (1997). *The Problem of Trust*, New Jersey: Princeton University Press.
- Sen, Am. (1999). *Για την ηθική και την οικονομία*, Αθήνα: Καστανιώτης.
- Seneca (1935). 'De Beneficiis', στο *Seneca: Moral Essays*, vol. 3, Cambridge: Harvard University Press.
- Smith, M.B. (2005). *Toward the Outside. Concepts and Themes in E. Levinas*, Pittsburgh: Duquesne University Press.
- Taylor, Ch. (1992). *Negative Freiheit? Zur Kritik des neuzeitlichen Individualismus*, Frankfurt: Suhrkamp.
- Tilley, E.(2005). 'What's in a name? Everything. The appropriateness of P.R. needs further debate', *Prism* 3. <http://www.praxis.massey.ac.nz>. (πρόσβαση 03.01.2006).
- Ξηροπαίδης, Γ. (2001). 'Κατανόηση, ερμηνεία και εφαρμογή. Ο Χ.Γ. Γκάνταμερ και η ιδέα μιας φιλοσοφικής ερμηνευτικής', *Νέα Εστία*, 149(1731).
- Ξηροπαίδης, Γ. (2003). 'Το πρωτείο της συναίνεσης. Ο Χάμπερμας και η ερμηνευτική της συνενόησης', στο Καβουλάκος, Κ. (επιμ.), *Κριτική Θεωρία: Παράδοση και Προοπτικές*, Αθήνα: Νήσος.
- Waldenfels, B. (2002). 'Levinas and the face of the Other', στο Chritchley, S. & Bernasconi, R. (επιμ.), *The Cambridge Companion to Levinas*, Cambridge University Press.
- Warnke, G. (1987). *Gadamer. Hermeneutics, Tradition and Reason*, Cambridge: Polity Press.
- Weber, M. (1978). *Economy and Society*, μέρος 1ο, Berkeley: California University Press.
- Wood, D. (2005). 'Some Questions to my Levinasian Friends', στο Nelson, E.S., Kapust, A. & Still, K. (επιμ.), *Addressing Levinas*, Evanston, Northwestern University Press.