

**СОЊА Б. ДРАГОВИЋ\***

Факултет „Правне и пословне академске студије,  
др Лазар Вркатић”  
Нови Сад

УДК 316.7:321.011

Прегледни рад  
Примљен: 29.08.2013  
Одобен: 23.09.2013

## УТИЦАЈ КОРПОРАТИВИЗМА НА НАЦИОНАЛНИ ИДЕНТИТЕТ

*„Они који воде глобалне корпорације, први у историји настоје да управљају светом као јединственом привредном целином помоћу одговарајуће организације, технологије, новца и идеологије.”*  
(Richard Barnett и Ronald Miller, Домети глобализације, 1974.)<sup>1</sup>

**Сажетак:** Корпоративизам је доктрина која се у људској историји јављала више пута, са различитим политичким системима, почевши од средњег века и система еснафа, преко фашизма па све до капитализма и данашњег система неолиберализма. Иако је сваки пут овакав облик организовања превазиђен, он се враћао после неколико година јачи. Тако долазимо до савременог стања у свету које карактерише изражен облик корпоративизма. Данашњи свет је свет корпорација у којем моћ стоји у рукама појединаца или малог броја компанија и превазилази чак и моћ једног броја држава. На крају века којег је обележила кулминација развоја модерне цивилизације, човек је у ситуацији да на будућност гледа са доста зебње и моралних недоумица.

Под утицајем глобализације, као изузетно значајног механизма у корпоративизму, постепено се бришу границе међу државама, шири тржиште, и све више доводи у питање државни суверенитет. Поред тога, у новом моделу друштвеног развоја, не само суверенитет него и национална држава представљају препреке на путу ка његовим циљевима. Реч је о стварању једног глобалног друштва у којем је колективизам препустио место индивидуализму интереса, у коме нема места за хомогенизацију националних интереса, посебно у мул-

---

\* sonja.dragovic@hotmail.com

<sup>1</sup> Наведено према: Т. Кларк, „Механизми владавне корпорација”, Глобализација, (приредили: Џери Мандер и Едвард Голдсмит), Клио, Београд, 2003, стр.289-305

тикултурним друштвима. У таквим процесима национални идентитет постаје својеврсна „безбедносна дилема” у односима између монокултурних и у самим мултикултурним друштвима, а интереси различитих интересних група (културних, политичких, економских) представљају основу да се успостави функционалан систем, који је у последњих пар деценија прошлога века, добио корпоративни карактер.

Разумевање тог карактера и корпоративизма као његове савремене форме, уопште, захтева посебно разумевање фиозофије схватања односа међу интересима интересних група у новој организацији друштва.

**Кључне речи:** корпоративизам, доктрина, национални идентитет, култура, безбедност

## Појам и развој корпоративизма

У изворном смислу корпоративизам означава политичку доктрину<sup>2</sup> која је утемељена у средњовековној, односно феудалној, визији конституције политичке заједнице посредством корпорација, као засебно организованих колективних политичких субјеката. Корпоративизам значи примењивање начела, доктрине или система корпоративног удруживања на неку административну јединицу, град или државу, односно делегирање правног поретка и суверенитета на корпоративне структуре. Корпоративизам представља теорију и праксу организовања целог друштва у пословне ентитете који су подређени држави. (Марковић, Слободан, 2007)

Корпоративни режим значи да свака професија, која је претходно уредно организована, добија уредбодавну власт у економској, социјалној и политичкој области. О правом корпоративном режиму може се говорити само када се над фактичким изградом и једно правно стање, односно када су управљачи корпорација<sup>3</sup> званично овлашћени да у њено

---

<sup>2</sup> **Доктрина** (лат. *Doctrina*) је систем учења, нешто што је колективно учење, одређени принцип, позиција, или политика која се заговара и учи, као што то раде владе или религије. (<http://sr.wikipedia.org/sr-el/doktrina>, 28.04.2013.)

<sup>3</sup> Реч „корпорација” потиче од латинског *corpus* (тело), представљајући „тело сачињено од људи”; то је група људи овлаштена да делује као појединац. **Корпорација** или компанија је правно лице, које често има слична права као и физичко лице: да поседује имовину, задужује се, тужи или буде тужена. Њена сврха је сједињавање, груписање пословних интереса и представља најчешћи облик пословног удруживања. У свакодневном, колоквијалном, говору, корпорација се односи на привредни субјект који послује у складу са владиним правним оквирима. Цркве, интересне групе (непрофитне или добровољне организације или асоцијације), градови и локалне самоуправе (које се могу назвати и „јавне корпорације”), такође имају, историјски утемељен, корпоративни идентитет. (<http://sh.wikipedia.org/wiki/Корпорација>, 28.04.2013.)

име говоре, ако корпорација има право да поставља правила којима ће се сви припадници професије морати потчинити. Он постоји само онда када корпорација образује неку врсту јавноправног удружења, које у својој области прописује закон и намеће га свима. То говори да се корпоративизам може развити само на рачун и на супрот слободи појединца а уједно и власти државе. Главна особина економске еволуције је све већа моћ група и најтежи проблеми економске и социјалне политике представљају последицу овог стремљења група ка улози првог реда. То стремљење се препознаје и у борби корпорација да загосподаре тржиштем уместо да га регулишу, при чему се јављају злоупотребе моћи и уцене потрошача као и експлоатација радне снаге.

Уколико претпоставимо да корпоративизам у погледу производње остварује корисну реформу, намеће се питање колика је вредност једног таквог преображаја уколико га посматрамо из угла потрошача и с обзиром на општи интерес, јер у држави вођеној корпоративним принципом стварна снага прелази на страну произвођача. Произвођачи, боље организовани, снабдевени моћним финансијским средствима, потпомогнути утицајима на надлежним местима, често успевају да на уштрб интереса потрошача наметну јавној власти своје погледе, а када једном остваре уредбодавну власт у социјалном и економском поретку онда сигурно остварују и политичку власт.

У историји, корпорације су имале задатак да служе општем интересу и у првом периоду њиховог настанка, професионална средина у којој су се налазиле, снага појмова о правичној најамници и правичној цени, распрострањена средњовековном теологијом, заиста су обезбеђивале извесну сагласност између корпоративне активности и захтева општег добра. Али у колико се друштво лаицизирано и уколико су у њему интереси постали незајажљиви, корпорације су се све више и више посвећивале егоистичној одбрани интереса својих чланова. (Pigu, Gaetan, 1938)

Тридесетих година XX века корпоративизам је био обележје економске стране фашизма која је базирала на споју јаке централизоване недемократске владе и великих корпорација. Међутим корпоративни систем није творевина фашизма. Још пре њега су социјални католици предлагали установљење корпоративних удружења. Да би спречили надирање синдиката, хтели су да створе место њих заједницу послодавца и радника. Корпорација се афирмисала још у средњем веку, у периоду када су занати били на економском врхунцу. Ове корпорације су сачињавали мајстори истих заната и они су имали монопол прераде и продаје, као и сву управу у корпорацији.

Уколико се узме у обзир разноликост идејних смерова и политичких режима у државама које су спроводиле корпоративну организацију може се закључити да није могуће одредити ни остварити јединствени тип корпоративне организације. Корпоративизам настоји да у свакој земљи оствари систем који ће бити прави одраз стварног стања друштвених сила, културног напретка, материјалних могућности и друштвених односа и који ће удовољавати потребама које из тог стања произилазе.

### **Корпоративизам и нови светски поредак**

Дубоко утемељен у теорији интересног организовања која је шездесетих година суверено владала политичком теоријом, јавља се концепт корпоративизма у либералним демократијама као основна студија о западноевропским системима, па и о америчком друштву. Теорија корпоративизма настала у првој половини седамдесетих година, учинила је снажан, можда најјачи утицај на политичке студије уопште у овом периоду, а њен утицај је остао изразито јак и до дан данас. Зачетак корпоративног концепта као теоријско методолошког оквира изучавања најразвијенијих капиталистичких земаља, јавио се у оквиру теорије интересних група која се развила под окриљем функционализма. Употреба овог термина у оквиру њих била је повезана са оним делом ових теорија који се односио на услове и последице стварања различитих облика односа између власти и друштва при чему су интересне групе имале значајну улогу. Најчешће је био примењиван на начин организовања интересних група уопште и форму њиховог укључивања у процес доношења владиних одлука. (Обрадовић, Даниела, 1992)

Као што је претходно речено, корпоративизам, у изворном значењу, означава политичку доктрину која је утемељена у средњовековној визији конституције политичке заједнице посредством корпорација. Основне поставке доктрине представљају: корпоративни политички субјективитет, корпоративна презентација и претња државном суверенитету. Полазна основа корпоративне (ре)презентације лежи у чињеници да се држава као политичка заједница не успоставља презентацијом индивидуалних воља, него повезивањем корпоративно организованих групних интереса. Интересне групе се у пракси најчешће јављају као реакција на идеје и праксу свемоћи државе и политичке структуре која управља државом. Од краја XX века корпоративизам представља изузетно важну фазу у развоју друштва са великим утицајем на његову

будућу физиономију. Он је покренуо велике процесе у трансформацији друштва, од реформа у јавном и приватном сектору до власничких и политичких реформи са пројектима стандардизације сектора индустрије и услуга, економских интеграција и хармонизације правних система. Сви ови процеси су испраћени појавама криминализованих понашања у свим структурама друштва.

## Неокорпоративизам

Неокорпоративизам се као политичка доктрина јавља седамдесетих година XX века и надовезује се на плуралистичке модификације либерално-демократске политичке теорије али их надопуњује неким елементима које преузима из корпоративистичке традиције – посебну пажњу поклања политичким функцијама самоорганизације социјалних, односно професионалних групних интереса и потпуно одбацује идеју ексклузивног државног суверенитета у корист конструкције политичког система као мреже комплементарних, функционално специјализованих јавних и корпоративно-друштвених организација. Појмови корпоративизам и неокорпоративизам се користе и као аналитички појмови у критичкој политикологији како би се приказао савремени преображај либералног грађанског друштва. (Марковић, Слободан, 2007)

За разлику од државног корпоративизма, који се конституише у случају посредовања интереса подређених држави, где је линија између приватног и јавног разређена, а која се заснива на хипотетичкој хармонији различитих интереса који коегзистирају у њему, неокорпоративизам је створен од друштвене динамике, коју ствара и чува аутономију колективних актера.<sup>4</sup>

Основно што омогућава такав модел, поред демократског и либералног уверења, је држава довољно јака да сачува своју аутономију од приватних интереса, али не толико јака (приликом примене својих схватања о начину повезивања са тим интересима) да ради без учешћа организација које их представљају.

Неокорпоративизам се описује и као кооперативан однос између власти и појединих интересних група. У овом моделу, сарадња служи за одржавање стабилности на поступцима при развоју и спровођењу поли-

---

<sup>4</sup> Политичка доктрина плурализма полази од замене индивидуалног политичко субјективитета, субјективитетом интересних група, као субјектата политике са организованим интересима и ова доктрина се ослања на основе либерализма (Марковић, Слободан, 2007)

тике. Неокорпоративизам се фокусира првенствено на економску политику. Три сектора друштва, бизнис, рад, и влада су укључени у преговоре о питањима политике, а институционализовани процес преговора између представника тих кључних сектора се назива посредовање. Основни елемент корпоративизма је да влада даје монопол у заступању одређенима на врху удружења у замену за њихову сарадњу у развоју политике.

## **Национални идентитет у ери глобализације**

Један од основних механизма ширења и опстанка корпоративизма је глобализација. Глобализација означава динамичан економски, политички и културни процес који је омогућен брзим развојем на пољима транспорта и комуникација, а који је често вођен жељом великих корпорација за освајањем нових тржишта. Стварање глобализоване потрошачке културе је кључни чинилац корпоративизма, јер мултинационалне корпорације теже да продају своје производе у основи истом рекламном било где у свету. Поред тога, ту су још и глобализација финансијских тржишта, глобална индустријска производња, глобална расподела производа, контрола ресурса и др.

Као основне препреке глобализацији се јављају на првом месту национални идентитет и државни суверенитет.

Национални идентитет је једна од традиционалних крунских друштвених вредности. Његова повезаност и делимична подударност са националним менталитетом и културом, значајна је за социјални, политички и економски развој, демократизацију, владавину права, међународне односе и друге факторе безбедности људи и држава. Глобализација и њени токови су већ у другој половини XX века почели да доводе у питање значај националног идентитета и тада је почела да се рађа забринутост народа због могућег губљења сопственог идентитета. Након тога, ово питање је почело да се разматра као озбиљна невојна претња безбедности нације.

Национални идентитет се дефинише као скуп свих обележја националног бића – државе и њеног друштва које живи унутар и ван ње, по којима се недвосмислено препознају и разликују од других држава и њихових друштава. Истовремено, то су и субјективни осећаји блискости и припадности држави и друштву, те осећаји дужности промовисања, унапређења и заштите друштвених и државних вредности и интереса. Реч је о рационалном и емотивном поистовећивању јединке са глобал-

ним националним колективом. Његова јединственост и оригиналност га чини различитим и од националних идентитета сродних друштава али и од националних мањина у истој држави. Функција националног идентитета је, осим националног јединства, и препознатљивост националног бића, односно појединца као припадника одређене нације или држављанина конкретне земље. Истовремено, сматра се и одбрамбеним механизмом домицилног становништва од легалних и илегалних миграција, односно миграната од тихе или масовне асимилације.

Детерминанте националног идентитета су бројне и генерално се могу поделити на субјективне (манифестују се кроз типично понашање, национални менталитет, карактер и темперамент) и објективне (државно и друштвено уређење, економско уређење, развијеност демократије и сл.). Под нарастајућим утицајем економске, медијске и глобализације миграција долази и до глобализације културе и покушаја стварања универзалног идентитета, који би засигурно довео до одумирања појединачних националних идентитета. (Мијалковић, Саша, 2009)

## **Опстанак националног идентитета**

Питање опстанка националног идентитета се може одредити као једно од кључних безбедносних питања савременог доба. Како би се уопште могао покушати предвидети даљи развој националних идентитета у свету неопходно је узети у обзир више чинилаца, као што су култура, глобализација, мултикултурализам, национализам, уређење савремене државе и др. Такође, неопходно је имати у виду и дешавања која су обележила период од 80-их година XX века па све до данас, од којих је најзначајнији за даљи развој друштва био рушење берлинског зида.

За разлику од „идеолошког доба” (из времена Хладног рата), у новом добу се потискује колективизам у односу на индивидуализам. Друштво социјалне правде се секуритизује, вишевековно богатство духовног живота се политизује, омаловажавају се културне традиције и патриотизам, а као начин живота се издиже вредност либералног схватања индивидуализма у форми брзине богаћења нове елите и стварања све већег социјалног расцепа у којем се концентрише неслућена моћ за мањину и немоћ за већину грађана.

У таквим условима и безбедност поприма ново значење. Савремено схватање безбедности је везано за крај XX и почетак XXI века и друштвене промене које се од тада јављају и одвијају у друштву, држави и међународним односима. У новој природи плуралног друштва ауто-

номних организација стање је постало зависно од односа интереса различитих група у политици и економији, друштву и држави, па и у међународној заједници, у којем индивидуализам представља камен темељац интересовања личности. У таквом друштву се истиче значај конвергенције политичких и економских интереса али и нових образаца развоја у којима се заштита људских права поставља идивидуалистички према људској јединци, али не и према народу као колективу. То доводи до стања где се испитују појединачне повреде права човека у унутрашњем поретку државе, али не и у случају масовне повреде које произилазе из наметања санкција, претњи и употребе силе и слично.

Посматрајући безбедност као стање савременог друштва, професор и аутор Слободан И. Марковић сматра да је данас, у најнеповољнијем положају културни и национални идентитет многих друштава, и да су та питања за њихов одрживи развој постала важнија и од самог наталитета. Реч је о таквим врстама претњи које производе друштвена стања у којима друштво и држава, постепено одумиру, губљењем осећаја националне самосвести, идентификације, солидарности и патриотске лојалности.

## **Закључак**

Корпоративизам представља једно схватање друштва више статичко него динамичко, више конзервативно него напредно, он је средство потчињавања потрошача произвођачу, радника послодавцу, социјалног националном. Начин остваривања интереса корпоративизма се огледа у процесу глобализације. Економском, политичком и културном глобализацијом су захваћени највећи и најбитнији аспекти живота човека али и државе. Економска глобализација доводи човека у сваком погледу у завистан и подређен положај корпорацији - када иде на посао, када купује храну, лекове, када гледа телевизију. Путем политичке глобализације корпорације остварују своје интересе на државном нивоу, кроз лобирање политичара. На тај начин се доносе закони који иду у прилог најмоћнијима и кроји судбина сваког народа на планети. Културна глобализација омогућава изједначавање укуса и мишљења целокупног светског становништва, како би се један производ са истом рекламом могао продати било где у свету.

Ефекти глобализације су генерално такви и теже стварању глобалног села, међутим, пошто се још ни један процес и систем у историји није показао као потпуно исправан, није ни глобализација. Као што све



има своје добре и лоше стране и начине, тако је и глобализација у једном периоду делу светског становништва омогућила благодатање а онда је, због различитих чинилаца, дошло до светске економске кризе, која је погодила и развијене и неразвијене делове света. У таквим условима, најчешће због страха за егзистенцију, долази до окретања народа назад својој групи, својим вредностима, цркви, односно до јачања националног идентитета и јачања национализма.

## Литература:

1. Marković, Slobodan (2007): *Korporativna i industrijska bezbednost*, USEE, Novi Sad
2. Piru, Gaetan (1938): *Korporatizam*, Soko, Beograd
3. Obradović, Daniela (1992): *Korporativni politički sistemi*, Institut za međunarodnu politiku i privredu, Beograd
4. Goldin, Alen: *Corporatism, Neo-corporatism and freedom of association*, preuzeto sa:  
<http://www.labourlawresearch.net/Portals/0/GOLDIN,%20CORPORATISM...%20THE%20PAPER.pdf>, 11.06.2013
5. *Interest Groups and Political Systems*, preuzeto sa:  
(<http://xroads.virginia.edu/~ma98/pollklas/thesis/groupth.html>)
6. Klark, T. (2003): *Mehanizmi vladavne korporacija, Globalizacija*, (priredili: Džeri Mander i Edvard Goldsmit), Klio, Beograd
7. Mijalković, Saša (2009): *Nacionalna bezbednost*, KPA, Beograd
8. Marković, Slobodan (2012): *Bezbednost multikulturnog društva*, Civitas, br. 4, USEE, Novi Sad

## The impact of corporatism on national identity

**Summary:** Corporatism is the doctrine that in human history occurred several times with different political systems, ranging from medieval guild system and, over fascism until the present system of capitalism and neoliberalism. Although every time this form of organization obsolete, it came back stronger after a few years. This brings us to the present situation in the world that is characterized by distinct form of corporatism. Today's world is a world in which corporate power is in the hands of individuals or a small number of companies and beyond even the power of a number of countries. At the end of the century, which marked the culmination of the development of modern civilization, one is in a situation to look at the future with a lot of anguish and moral dilemmas.

Under the influence of globalization, an extremely important mechanism of corporatism, gradually break down the boundaries between countries, expanding the

market, and increasingly question the sovereignty of the state. In addition, in the new model of social development, not only the sovereignty and the nation-state are also obstacles on the way to his goals. It is the creation of a global society where collectivism give way to individualism of interest, which leaves no room for the homogenization of national interests, especially in multicultural societies. In such processes of national identity becomes a kind of „security dilemma” in relations between the monoculture and therefore multicultural societies, and the interests of various stakeholders (cultural, political and economic) are the basis to establish a functional system, which has in the last few decades of the last century, received corporate character.

Understanding of the nature and of corporatism as its modern form, in general, requires a special understanding of the relationship philosophy between the interests of stakeholders in the new organization of society.

**Key words:** corporatism, doctrine, national identity, culture, security