



# چهارمین کنفرانس بین المللی علوم انسانی و آموزش و پرورش با محوریت توسعه پایدار

*The 4<sup>th</sup> International Conference on Humanities and Education With a Focus on Sustainable Development*

## مروری بر تاریخچه مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها و بررسی مولفه‌های آن در نظام آموزشی

اکرم حیدری، سولماز رشیدی

۱- دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی، تهران، دانشگاه الزهرا

۲- دانش آموخته کارشناسی ادبیات داستانی، تهران، دانشگاه خوارزمی

Email: akram.heidari20@gmail.com

### چکیده

مسئولیت اجتماعی؛ بایدها و نبایدها و تعهدات سازمانها به جامعه است؛ سازمانها در برابر عملکردشان مؤظف به پاسخگویی به جامعه هستند، این مفهوم در سالهای اخیر رشد فزاینده‌ای داشته است، به دلیل افزایش سطح انتظارات و حساسیت جامعه، سازمانها نیز درصدد نهادینه کردن مسئولیت اجتماعی در فرهنگ سازمانی خود هستند. باتوجه به اینکه سازمان آموزش و پرورش به عنوان پیش‌قراول تغییرات اساسی و حرکت‌های فرهنگی در جامعه از حساسیت خاصی برخوردار بوده و در مقایسه با سایر سازمانها به دلیل تصمیم‌های حساس ملزم به مسئولیت‌پذیری اجتماعی است. مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی در نظام آموزشی شامل: اقتصادی، اجتماعی، اخلاقی، زیست‌محیطی و برجمله است. این تقسیم‌بندی در نظام آموزش و صنعت باتوجه به ماهیت متفاوت آنها یکسان نیستند. مقاله حاضر ضمن تبیین و بسط مفهوم مسئولیت اجتماعی سازمانها و بررسی مولفه‌های آن در نظام آموزشی می‌پردازد. در پایان نیز پیشنهادهایی برای مطالعات بعدی ارائه گردیده است.

کلمات کلیدی: مسئولیت اجتماعی، مدل‌ها و شاخص‌های مسئولیت اجتماعی، چالش‌های مسئولیت اجتماعی، نظام آموزش و پرورش

### ۱. مقدمه

سازمانها به عنوان حلقه‌های واسط بین فرد و جامعه، یکی از پایه‌های اساسی اجتماع به شمار می‌آیند که به منظور ادامه‌ی فعالیت خود به جامعه نیازمندند. در این ارتباط سازمان‌های پیشرو، توجه به ارائه‌ی خدمات اجتماعی را در رأس فعالیت‌های مربوط به پژوهش و توسعه‌ی خود قرار داده‌اند. سازمانها به حس مسئولیت‌پذیری، پاسخگویی و توجه به حقوق اعضای جامعه را، در قالب برنامه‌های راهبردی خود توجه می‌کنند [۱]. مفهوم مسئولیت اجتماعی ابتدا در مدیریت بازرگانی و صنعتی و در سالهای اخیر در مدیریت آموزشی مطرح شد [۲]. در هزاره جدید مسئولیت اجتماعی یک ضرورت برای سازمانها است. در این میان نظام آموزشی به عنوان هدایتگر جامعه و پیش‌قراول حرکت‌های فرهنگی و اجتماعی مسئولیتی بیش از سایر سازمانها در پاسخگویی نسبت به عملکرد خود دارد. نظام آموزش و پرورش، نهادی که می‌تواند در تربیت نیروی انسانی بیشترین توانایی و کارایی را داشته باشد و جامعه را در مسیر توسعه‌ی همه‌جانبه قرار دهد [۳]. تصمیم‌هایی که برای نظام آموزشی اتخاذ می‌شوند به لحاظ سیطره‌ی نفوذ باید بسیار دقیق و حساب شده باشند. آموزش و پرورش به لحاظ ماهیت مهمی که در جامعه دارد نیازمند توجه ویژه‌ای نسبت به مسئولیت اجتماعی است و انجام پژوهش در این حوزه به لحاظ کاستن از تصمیم‌گیری‌های نادرست از طریق افزایش آگاهی نسبت به تبعات تصمیم‌ها در جامعه، ضروری به نظر می‌رسد. با



# چهارمین کنفرانس بین‌المللی علوم انسانی و آموزش و پرورش با محوریت توسعه پایدار

*The 4<sup>th</sup> International Conference on Humanities and Education With a Focus on Sustainable Development*

توجه به این حساسیت است که در نظام تعلیم و تربیت، هیچ تصمیم و برنامه‌ی فراگیری نباید پیش از تأیید صحت آن به مرحله‌ی اجرا در آید.

باتوجه به کمبود ادبیات نظری در حوزه مسئولیت اجتماعی نظام آموزشی کمک به گسترش ادبیات قلمرو آن ضروری به نظر می‌رسد. لذا پژوهش حاضر کوششی برای فهم مفهوم مسئولیت اجتماعی در نظام آموزشی است، همانطور که پیشتر ذکر شد مسئولیت اجتماعی از نظام‌های صنعتی به نظام‌های آموزشی وارد شده لذا در ابتدا به مبانی مسئولیت اجتماعی در صنعت و سپس در آموزش پرداخته می‌شود. برای روشن‌تر شدن مفهوم مسئولیت اجتماعی نظریه‌های دانشمندان مختلف در این حوزه به تفصیل بررسی، و سپس مدل‌های رایج مسئولیت اجتماعی ارائه می‌گردد.

## ۲. نظریه اقتصاد آزاد

آدام اسمیت نویسنده‌ی کتاب ثروت ملل (۱۷۷۶) بیان می‌کند هدف طبیعی فعالیت‌های اقتصادی در هر جامعه افزایش ثروت ملی است. اسمیت از نظام آزادی طبیعی که در آن هر فرد برای تعقیب و افزایش منافع شخصی خویش آزاد است، طرفداری می‌کند و معتقد بود این نظام به حداکثر ثروت برای افراد جامعه منجر می‌شود؛ زیرا هرگونه تلاش فرد برای حداکثر کردن منافع شخصی خود منافع جامعه را به حداکثر می‌رساند. از این رو نظم اجتماعی خاصی از طریق یک دست نامرئی برقرار خواهد شد. دست نامرئی در جامعه‌ای به کار خود ادامه می‌دهد که از شرایط رقابت کامل برخوردار باشد. از نظر آدام اسمیت اقتصاد باید آزاد باشد تا بتواند رفاه عمومی را فراهم کند. در نتیجه آزادی اقتصادی، جست و جوی منافع شخصی با مصلحت و منافع جامعه مطابقت پیدا می‌کند و رفاه اجتماعی تأمین می‌گردد. فرد در نظام اقتصادی کلاسیک، که هسته‌ی اصلی فعالیت‌های اقتصادی است، با تعقیب منافع فردی خود می‌کوشد حداکثر رضایت خاطر را فراهم سازد. وی در این عمل قصد توسعه و افزایش منافع جامعه را ندارد و فقط به دنبال منافع خویش است. این دست نامرئی است که فرد را به سوی هدفی که خود وی قصد آن را ندارد هدایت می‌کند و وی ناآگاه و ناخواسته به جامعه خدمت می‌کند. شرط لازم برای سیستم اقتصاد آزاد این است که دولت، افراد را به حال خود بگذارد. چون فرض بر این است که هر فردی به عنوان موجود اقتصادی به صورت عقلایی رفتار می‌کند. تعادل در اقتصاد آزاد از طریق «قانون بازارها» به وجود می‌آید. طبق این قانون «عرضه تقاضای خود را به وجود می‌آورد»؛ بنابراین در اقتصاد سرمایه‌داری تولید اضافی غیرممکن بوده و هر تولیدکننده‌ی بازار خود را ایجاد می‌کند و اقتصاد سرمایه‌داری در «تعادل اقتصادی همراه با اشتغال کامل» قرار دارد [۴]. سازمان‌های آن دوره از این تفکرات اقتصادی تأثیر پذیرفته بودند و کارایی و عقلانیت ابزاری و کسب سود جزو اهداف اصلی آن‌ها بود. اما این مفروضات ساده درباره‌ی سازمان و محیط آن نمی‌تواند به تجزیه و تحلیل پیچیدگی‌های سازمان‌های امروزی کمک کند. نظریه‌ی اسمیت کارایی لازم را نداشت و نتوانست اقتصاد را در حالت تعادل حفظ کند. رکود اقتصادی ۱۹۲۹ به وقوع پیوست و نظام سرمایه‌داری به سوی سیستم انحصار و رقابت انحصاری گرایش یافت. گرایش سرمایه‌داری به انحصار، افزایش ساعات کار کارگران، استثمار خردسالان و انباشت ثروت در دست سرمایه‌داران موجب شد که اقتصاد از مسیری که آدام اسمیت پیش‌بینی کرده بود خارج شود. برخلاف نظریه‌ی اسمیت در این دوره منافع فردی با منافع جامعه هماهنگ نبود و دولت‌ها مجبور شدند در اقتصاد دخالت کنند. در نتیجه، اقتصاد کینزی که طرفدار دخالت دولت در اقتصاد بود پذیرفته شد. بحران ۱۹۳۰ شاهده‌ی بر این ادعای کینز می‌باشد. دست نامرئی برای اینکه بتواند اقتصاد متعادل کند نیازمند رهنمودهای مرئی است [۴]

## ۳. مکتب کلاسیک

<sup>1</sup> Law of markets or jean baptiste says law



# چهارمین کنفرانس بین‌المللی علوم انسانی و آموزش و پرورش با محوریت توسعه پایدار

*The 4<sup>th</sup> International Conference on Humanities and Education With a Focus on Sustainable Development*

اصطلاح مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها برای نخستین بار در سال ۱۹۶۰ و در ایالات متحده‌ی آمریکا به کار گرفته شد. این عبارت در سراسر کشور آمریکا در مورد مجموعه‌ی مسئولیت‌ها و وظایف شرکت‌ها در قبال جامعه‌ای که در آن قرار دارند، بحث و مشاجره‌های فراوان به وجود آورد. در این میان میلتون فریدمن، یکی از بزرگ‌ترین منتقدان و برنده‌ی جایزه‌ی نوبل، در باب مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌ها چنین می‌گوید: «مسئولیت اجتماعی یک تجارت، افزایش بازدهی و سود آن است» (۱). این حرف بدان معناست که مسئولیت موجود در تجارت تنها یک چیز است؛ این که به اصطلاح از منابع و داشته‌ها استفاده کنیم و در فعالیت‌های کاری چنان درگیر شویم که سود را به حداکثر میزان ممکن افزایش دهیم [۵].

دیدگاه کلاسیک توسط میلتون فریدمن<sup>۱</sup> مطرح شد، طرفداران این دیدگاه معتقدند که شرکت‌ها و مشاغل صرفاً یک ساختار خالی و تهی هستند که تنها برای تأمین سود برای صاحبان خود به وجود آمده‌اند. در نگاه این اقتصاددانان، یک شرکت نه ظرفیت اتخاذ تصمیمات مرتبط با موارد اجتماعی را دارد و نه مهارت و تخصص کافی برای سر و کار داشتن با آن‌ها. به نظر آن‌ها مسئولیت اجتماعی یک سوسیالیزم است در لباس مبدل، یا صرفاً یک شوخی عمومی است و به عنوان یک مؤسسه و یا تئوری وجود خارجی ندارد.

برای فریدمن تجارت و جامعه جدا از هم هستند و جهت مسئولیت‌پذیری اجتماعی در سطح سهام‌داران متوقف می‌شود؛ «فقط یک مسئولیت اجتماعی برای شرکت‌ها وجود دارد: استفاده از خود و افزایش فعالیت‌ها و منافع طبق قواعد بازی یعنی رقابت آزاد بدون حيله و کلاهبرداری و تقلب.» [۶].

## ۴. مکتب نئوکلاسیک

این مکتب ارتباط بین جامعه و شرکت‌ها و مشاغل را بر اساس همزیستی تعریف می‌کند. پیروان این مکتب معتقدند که یک قرارداد اجتماعی بین شرکت و جامعه وجود دارد و این قرارداد بیش از پول‌سازی، شرکت‌ها را به داشتن انگیزه‌ی غیرمنفعت-طلبی و سرمایه‌گذاری در اجتماعی که شرکت در آن کار می‌کند، فرا می‌خواند. به قانون آهنین مسئولیت‌پذیری اشاره می‌کند که طبق آن قدرت یک نهاد به‌طور مستقیم با میزان مسئولیت‌پذیری آن در برابر آن‌چه که شرکت به آن پاسخگو است، مناسب است. ویلسون نیاز روزافزون به مسئولیت‌پذیری را به عنوان محصول جانبی فرصت‌های روز افزون در یک بازار آزاد جهانی توصیف می‌کند. پیروان نئوکلاسیک معتقدند که ارتباط تجارت با جامعه به مقدار کمتری درباره‌ی منفعت‌رسانی به جامعه و به مقدار زیادی درباره‌ی افزایش حس نیکوکاری اجتماعی است. شرکت‌ها باید بیش از آن‌چه انتظار می‌رود در حال سرمایه‌گذاری در جامعه باشند؛ چرا که منابع، امکانات، دارایی و ماندگاریشان بیشتر می‌شود [۶].

## ۵. مکتب ذینفعان

این دیدگاه به دنبال یافتن مشترکات بین دیدگاه‌های کلاسیک و نئوکلاسیک است. تئوری ذی‌نفعان<sup>۲</sup> تغییرات حقایق محیط فرهنگی و اجتماعی را در کنار یادآوری اهداف شرکت یعنی بقا و پول‌سازی گوشزد می‌کند. این دیدگاه مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را این‌گونه در نظر می‌گیرد که منفعت‌رسانی به جامعه یکی از بهترین خواسته‌های شرکت‌ها است. این دیدگاه در پی یافتن راه‌حلی برای مسئله‌ی مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها است. تئوری ذی‌نفعان، نیازهای شرکت به تفکر و عمل استراتژیک برای کسب منفعت را با فشارهای روزافزون برای داشتن انگیزه‌ی فوق منفعت‌طلبی متوازن می‌سازد. تئوری ذی-نفعان فرض می‌کند که یک شرکت از مجموعه‌ی ذی‌نفعان تشکیل شده است و فقط یک پوسته‌ی خالی که متعلق به سهام‌داران باشد نیست؛ مدلی از مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها است ولی فرض نمی‌کند که مسئولیت‌پذیری اجتماعی ممکن است

<sup>1</sup> Milton Friedman

<sup>2</sup> stakeholder theory



# چهارمین کنفرانس بین‌المللی علوم انسانی و آموزش و پرورش با محوریت توسعه پایدار

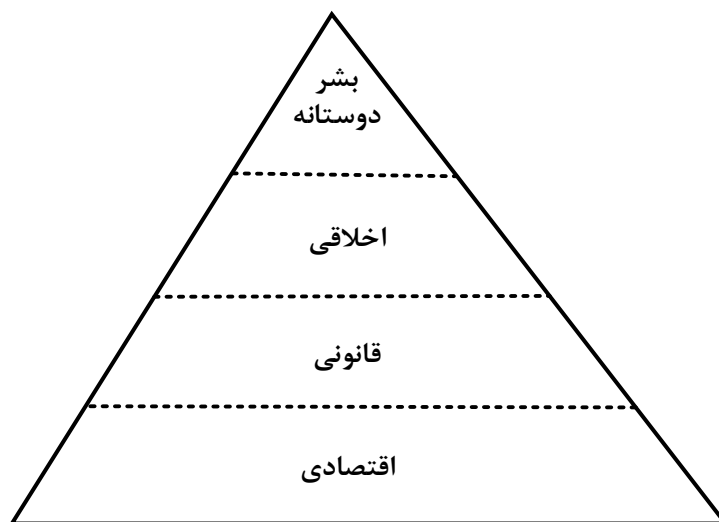
*The 4<sup>th</sup> International Conference on Humanities and Education With a Focus on Sustainable Development*

شرکت‌ها را به عملکردی ضد بهترین خواسته‌های خود فراخواند (همانطور که دیدگاه نئوکلاسیک فراخواند). در مقابل تئوری ذی‌نفعان مهم‌ترین مسئولیت مدیران بقای درازمدت نه فقط حداکثر سودرسانی است که باید از طریق برآوردن خواسته‌های همه‌ی ذی‌نفعان به دست می‌آید. علاوه بر فراخواندن شرکت‌ها به مسئولیت‌پذیر بودن در برابر جامعه این تئوری شرکت‌ها را محدود می‌کند به آن‌هایی که از شرکت تأثیر می‌پذیرند و تأثیر می‌گذارند. [۶]

## ۶. مدل‌ها و شاخص‌های مسئولیت اجتماعی

### ۶-۱ مدل کارول<sup>۱</sup> (۱۹۷۹)

کارول بیشتر بر مفهوم مسئولیت اجتماعی در شرکت‌های تجاری تمرکز داشته است. وی ابعاد مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به چهار دسته مجزا تقسیم کرده است. : عد اقتصادی<sup>۱</sup> (الف) ب مسئولیت اساسی سازمان انجام فعالیت‌های اقتصادی است. ب<sup>۲</sup> (ج) بعد قانونی: سازمانها الزام به رعایت قوانین و مقررات عمومی دارند، که وظایف اجتماعی آنها نیز نامیده میشود. ج<sup>۳</sup> (د) اخلاقی: همان پاسخدهی اجتماعی سازمان است. از سازمانها انتظار می‌رود که مانند سایر اعضای جامعه به ارزشها، هنجارها و اعتقادات سایر افراد احترام گذاشته، شئون اخلاقی را در فعالیت‌های خود مدنظر قرار دهند، بعد بشردوستانه: آنچه سازمانها خود مایل به انجام آن هستند. این بعد شامل انتظارات، خواسته‌ها و سیاست‌های مدیران عالی در سطح کلان است. انتظار می‌رود مدیران و کارگزاران سازمانها ضمن داشتن نگرش همه‌جانبه، مصالح عمومی را سر لوحه‌ی تصمیمات خود قرار دهند [۷]



شکل ۱- هرم مسئولیت اجتماعی [۸]

### ۶-۲ مدل کیث دیویس

کیث دیویس توضیح می‌دهد که کسب و کارها چرا و چگونه باید متعهد باشند تا اقدامات آن‌ها رفاه جامعه و سازمان را بهبود بخشند.

<sup>1</sup> carrol



# چهارمین کنفرانس بین‌المللی علوم انسانی و آموزش و پرورش با محوریت توسعه پایدار

*The 4<sup>th</sup> International Conference on Humanities and Education With a Focus on Sustainable Development*

الف) مسئولیت اجتماعی از قدرت اجتماعی ناشی می‌شود؛ زیرا کسب و کار بر مسائل اجتماعی مهمی نظیر آلودگی محیط تأثیر دارد. لذا اقدام جمعی همه‌ی سازمان‌ها در کشور اساساً شرایط محیطی را که شهروندان در آن زندگی کنند، تعیین می‌کند. دیویس بیان می‌کند به لحاظ این که کسب و کارها قدرت اثرگذاری بر جامعه را دارند، لذا جامعه آن‌ها را به لحاظ عملکردشان باید مسئول بداند. ب) کسب و کارها باید به عنوان سیستم باز دوسویه عمل کنند؛ بدین معنی که برای دریافت داده‌ها از جامعه و افشای آن به جامعه باز باشد. دیویس بیان می‌کند که باید ارتباطات باز و صادقانه بین کسب و کارها و نمایندگان جامعه برای حفظ یا بهبود رفاه عموم وجود داشته باشد. پ) هزینه‌های اجتماعی و مزایای یک فعالیت، محصول یا خدمت که در صورت الزام تداوم یابند، باید در تصمیم‌گیری کاملاً محاسبه شوند. سودآوری اقتصادی تنها عواملی نیستند که باید در تصمیم‌گیری کسب و کار ملحوظ شوند؛ بلکه باید نتایج اجتماعی بلندمدت و کوتاه‌مدت نیز قبل از هر اقدامی مورد توجه قرار گیرد. هزینه‌های اجتماعی مربوط به هر فعالیت، محصول یا خدمت باید به مشتری انتقال یابد. این ویژگی تأکید می‌کند که از سازمان‌ها نباید انتظار عملکردی را داشته باشیم که مزایای اقتصادی محدود داشته باشد اما رفاه اجتماعی به جامعه به ارمغان بیاورد. ث) نهادهای بازرگانی (به مثابه‌ی شهروندان) مسئولیت دارند تا در مسائل اجتماعی که خارج از حوزه‌های عملیاتی معمول آن‌ها هستند درگیر شوند. این قضیه نیز به این نکته اشاره دارد که اگر کسب و کاری تخصص حل مسائل اجتماعی خاصی را دارد، هرچند به‌طور مستقیم به کار آن ارتباط ندارد، مسئولیت مساعدت به جامعه را دارد [۹].

فریدمن نیز شاخص‌های سنجش مسئولیت اجتماعی را عوامل اجتماعی، اقتصادی، اخلاقی، زیست‌محیطی و کل جامعه می‌داند [۱۰]. میرکمالی مسئولیت اجتماعی را دارای سه جنبه‌ی عدالتی، انتقادی و مراقبه‌ای می‌داند که هم مفاهیم دورنی و بیرونی و هم مفاهیم فردی و اجتماعی اخلاق و مسئولیت اجتماعی را در بر می‌گیرد. جنبه‌ی عدالتی به برابر بودن میزان دسترسی به امکانات اشاره دارد و جنبه‌ی انتقادی اینکه تمرکز امکانات در دست عده‌ای خاص موجب شکل‌گیری گروه‌های قدرت می‌شود و زمینه‌ی بروز فساد را در جامعه فراهم می‌کند. بُعد آخر جنبه‌ی مراقبه‌ای به ارزش و کرامت انسان می‌پردازد و بیان می‌دارد که انسان‌ها در هر جایگاهی که هستند باید محترم شمرده شوند.

## ۷. چالش‌های مسئولیت اجتماعی

محمد یونس، برنده جایزه صلح نوبل در سال ۲۰۰۶، معتقد است مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها همیشه کارکردی و مثبت نیست. یکی از مشکلات دخالت سازمان‌ها در امور اجتماعی تأثیرگذاری آن‌ها بر ارزش‌های حاکم بر جوامع است. مسئولیت اجتماعی زمینه‌ی لازم را فراهم می‌سازد تا سازمان‌ها ارزش‌های دلخواه خود را بر جامعه تحمیل و ارزش‌های جدید جوامع را متناسب با ایده‌آل‌های خود تعریف کنند. اگر این مسئله بین سازمان‌ها رخ دهد، سازمان‌ها برای افزایش مشروعیت خود و نیز متناسب‌سازی ارزش‌های جامعه با ارزش‌های خود رقابت می‌کنند و هر کدام به تبلیغ ارزش‌های مورد علاقه‌ی خود مبادرت می‌ورزند. شناخت کاذبی که سازمان‌ها از این جهت به جامعه می‌دهند ممکن است جامعه را از ارزش‌های خود دور کند. بازارهای نامحدود امروز به شکل فعلیشان، برای حل مشکلات اجتماعی طراحی نشده‌اند و برعکس ممکن است حتی مشکلاتی مثل فقر، بیماری، آلودگی، فساد، جرم، نابرابری را افزایش دهد. جهانی شدن به عنوان یک اصل تجاری می‌تواند منافع بسیاری برای فقرا داشته باشد، اما بدون نظارت و خط مشی مناسب می‌تواند بسیار مخرب باشد.

تجارت جهانی یک آزادراه بزرگ است با هزاران خط که از تمام دنیا می‌گذرد اگر هیچ چراغ راهنمایی و محدودیتی برای سرعت وجود نداشته باشد و محدودیتی برای اندازه‌ی ماشین‌ها و نشان‌گر خط‌ها موجود نباشد، تمام آزاد راه‌ها با کامیون‌های بزرگ اقتصادهای بزرگ جهانی پر می‌شود و خودروهای کوچک -مانند وانت باری یک مزرعه‌دار و یا کالسکه‌های کوچک- همگی از آزادراه خارج خواهند شد. برای این که جهانی شدن برد-برد داشته باشیم باید قوانین رفت و آمد عادلانه وضع کنیم و نیز پلیس و علائم راهنمایی عادلانه داشته باشیم. قانونی که می‌گوید: "قوی‌ترین همه چیز را می‌گیرد"، باید با قوانینی



# چهارمین کنفرانس بین المللی علوم انسانی و آموزش و پرورش با محوریت توسعه پایدار

*The 4<sup>th</sup> International Conference on Humanities and Education With a Focus on Sustainable Development*

عدالانه جایگزین شود تا جای برای فقرا در این آزدراه وجود داشته باشد. در غیر این صورت بازار آزاد جهانی در کنترل امپریالیسم مالی خواهد بود.

مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها گرچه با هدف خوبی طراحی شده، اما بسیاری از آن برای افزایش سود خود استفاده‌ی تبلیغاتی می‌کنند. البته این مسئله در نسل جدید کمتر دیده می‌شود. همچنان که نسل جدید به سطوح مدیریتی ارتقا پیدا می‌کند، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نیز پررنگ‌تر می‌شود. اما مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها یک مشکل عمده دارد: افرادی که به عنوان مدیر انتخاب می‌شوند با این هدف انتخاب می‌گردند که ارزش شرکت را افزایش دهند که این به معنی افزایش سود است. بسیاری معتقدند که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با سود در تضاد نیست اما اگر در تضاد باشد چه باید کرد؟ تجربه نشان داده که در چنین حالتی همیشه سود پیروز می‌شود. برای مثال با وجود اینکه تولید اتومبیل‌های اس.یو.وی برای جامعه و محیط زیست بسیار مضر است، به دلیل اینکه بسیار سودآور و محبوب هستند کارخانه‌های ماشین سازی هم چنان آن‌ها را تولید می‌کنند؛ این به معنی این نیست که تولیدکنندگان افراد بدی هستند بلکه سوددهی هدف اصلی تجارت و در مرکز کاپیتالیسم<sup>۱</sup> است [۱۱].

مفهوم مسئولیت اجتماعی بیشتر در چارچوب مدیریت بنگاه موضوعیت دارد تا کل نظام اقتصادی یا اجتماعی. اما صورت قضیه طوری مطرح می‌شود که گویا با مسئله‌ی اخلاق اقتصادی یا اجتماعی سروکار داریم. غنی زاده بیان می‌کند که طرفداران مسئولیت اجتماعی، مسئولیت بنگاه را فراتر از تأمین منافع سهام‌داران می‌دانند. اکنون پرسش این است چرا مدیران بنگاه باید چنین کاری را به عهده گیرند؟ دو پاسخ بر این پرسش متصور است:

الف- منافع درازمدت (استراتژیک) ایجاب می‌کند منافع همه‌ی ذی‌نفعان تأمین شود.

ب- اخلاق حکم می‌کند بنگاه به فکر همگان و نه فقط صاحبان سهام باشد.

در پاسخ "الف" مسئولیت اجتماعی ابزاری برای رسیدن به منافع درازمدت تصور شده است؛ بنابراین در چارچوب اصول اخلاقی کانت هیچ شأن اخلاقی برای آن نمی‌توان قائل شد؛ زیرا رفتار اخلاقی نباید وسیله‌ای برای هدف باشد. پس نمی‌توان بر این کار برچسب اخلاقی بودن زد. زیرا باز هم منافع سهام‌داران در اولویت است و رعایت اصول اخلاقی وسیله‌ای برای تداوم و تضمین هرچه بهتر منافع آن‌ها. در پاسخ "ب"، هدف اصلی از ساخت یک بنگاه کسب سود اقتصادی است در حالی که مسئولیت اجتماعی بنگاه را از مأموریت اصلی خود دور می‌کند و می‌تواند منجر به شکست بنگاه در عرصه‌ی رقابت شود. بدین ترتیب که ملاحظه می‌کنیم مسئولیت اجتماعی گرفتار نوعی تناقض درونی است. برای برطرف کردن این تناقض باید وظیفه‌ی مدیران را تضمین رضایت خاطر ذی‌نفعان در چارچوب اهداف استراتژیک بنگاه تعریف کنیم و نه به عنوان هدف مستقل؛ که در این صورت بهتر است مسئولیت اجتماعی به عنوان مبحثی از آموزه‌های مدیریت استراتژیک مطرح گردد؛ نه به صورت اصول اخلاقی و موعظه‌های انسان‌دوستانه‌ی نامربوط. مطلوبیتی که تولید و عرضه‌ی یک محصول خوب و موفق برای تعداد بی‌شماری از شهروندان ایجاد می‌کند قاعدتاً بسیار بیشتر از رضایت حاصل از سود برای تعداد معدودی از سهام‌داران است. علاوه بر این سهام‌داران نیز بخشی از شهروندان هستند و مضاف بر این در بازار رقابتی منافع تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان همسو است. مشکل زمانی پدید می‌آید که بنگاه از حمایت انحصاری برخوردار گردد و جامعه از مزایای شرایط رقابتی محروم شود، که در این صورت موعظه‌های اخلاقی درباره‌ی مسئولیت اجتماعی، برای سازمان‌های که مسئولیت‌پذیری اقتصادی در آن‌ها ضعیف است، چندان موثر نیست [۱۲]

<sup>۱</sup>.capitalism



# چهارمین کنفرانس بین‌المللی علوم انسانی و آموزش و پرورش با محوریت توسعه پایدار

*The 4<sup>th</sup> International Conference on Humanities and Education With a Focus on Sustainable Development*

اسدی عضو جامعه‌شناسی ایران خاستگاه مسئولیت‌پذیری اجتماعی را کشورهایی می‌داند که از جامعه‌ی مدنی برخوردارند. در جامعه‌ی مدنی برخلاف جامعه‌ی ارباب رعیتی انسان‌ها نسبت به هم و دولت، از حق و حقوقی برخوردارند. یعنی در این‌گونه جوامع انسان از یک موجود منفعل به نام رعیت به یک موجود کنش‌گر فعال به نام شهروند ارتقا یافته است و دولت نیز از یک ارباب به موجودیتی پاسخگو و حاصل‌آرای مردم تبدیل شده است [۱۳]. از منظر مارکس مسئولیت اجتماعی مکانیسمی برای بقای نظام سرمایه‌داری و پرهیز از طغیان توده‌ها است. پیش از آن که کارگران و اقشار فرودست به تسهیم ناعادلانه‌ی سود بین کار و سرمایه‌داری و سرمایه‌داران در پوششی اخلاق‌مدارانه و انسانی، یک در هزار سودهای کلان خود را به فقرا اختصاص دهند تا ضمن کاهش شکاف طبقاتی، وجهه و اعتبار بنگاه‌های اقتصادی نیز ترمیم و ترفیع یابد. پیشینه‌ی تاریخی مسئولیت اجتماعی در ایران در قالب مفهوم «وقف» است. تجار و ثروتمندان برای محفوظ ماندن اموال خود از تصرف و دست‌اندازی حکومت‌های غاصب، آن‌ها را وقف کرده‌اند. نیت اصلی واقفان، محفوظ ماندن اموال در نظامی بوده است که مالکیت خصوصی را محترم نمی‌شمرد و به بهانه‌های مختلف به تصرف ملک و دارایی و حتی ناموس مردم اقدام می‌کرد [۱۳]. رویکرد غالب در سازمان‌ها اغلب اقتصادی است و این رویکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی را به عقب می‌راند و آن را یک هزینه‌ی اضافی و دور شدن از اهداف اقتصادی تلقی می‌کند.

## ۸. مسئولیت اجتماعی در نظام آموزشی

باید توجه داشت که نظام آموزش و پرورش ماهیتی متفاوت از سایر سازمان‌ها دارد و نمی‌توان مفاهیم و تجربیات صنعت را، عیناً در آموزش و پرورش بکار برد. مهم‌ترین افتراق آموزش و پرورش با سایر شرکت‌ها در این است که هدف آن به جای تولید کالا و افزایش سود مالی، انسان‌سازی است. بنابراین قضاوت درباره‌ی اثربخشی و معیارهای مسئولیت اجتماعی متفاوت است [۱۴]. شواهد موجود نشان می‌دهد که جریان غالب ارتقای کیفیت در تاریخ تعلیم و تربیت جهان تکیه به انگاره‌ی علمی و مهندسی دارد و مبنا و منطق آن قیاس ساده‌انگارانه و فروکاست‌گرایانه‌ی است که متولیان نظام تعلیم و تربیت به آن تن داده‌اند. در چارچوب این قیاس دستگاه صنعت مظهر تلاش‌های مؤثر در دستیابی به کارایی و بهره‌وری معرفی شده و چنین نتیجه گرفته می‌شود که انتقال اصولی که در این عرصه پاسخگو بوده است می‌تواند به ارتقای کیفیت تعلیم و تربیت و پاسخگویی این نظام‌ها بیانجامد. این قیاس از آن رو ساده‌انگارانه است که به جرأت می‌توان گفت هیچ نسبت معناداری میان مأموریت صنعت و تعلیم و تربیت وجود ندارد [۱۵]. در راستای مسئولیت اجتماعی در آموزش و پرورش به تعیین ارزش‌های اساسی، در نظر گرفتن منافع جامعه در تصمیمات، اصلاح فرهنگ سازمانی، الگو بودن، اعمال عدالت و غیره تأکید می‌شود [۲]. این نگرش که مسئولیت‌پذیری اجتماعی خاص سازمان‌ها و صنعتی و تولیدی است به عنوان یک نگرش ناقص در مدیریت مطرح خواهد بود. نظام آموزش و پرورش دارای نقش اساسی در ایجاد آسایش خاطر فرد و جامعه و در نتیجه ایجاد حس انسجام اجتماعی است. همچنین دارای نقش ایدئولوژیک در بسط ارزش‌های مناسب در جامعه است، به عبارت دیگر تعلیم و تربیت، نقش اساسی در ایجاد حس شهروندی ایفا می‌کند که به وسیله آن افراد جایگاهشان را در جوامع خود، چه در سطح محلی یا ملی یا حتی جهانی پیدا می‌کنند. خدمات آموزشی نه تنها صورت ظاهری شهروندی است بلکه از منظر ایدئولوژیک، تلقی ما را از خودمان به عنوان شهروند شکل می‌دهند. بنابراین سیاست آموزشی هم با احساس ما از شهروندی، شکل می‌گیرد و هم به آن شکل می‌دهد. [۱۶] نظام آموزشی به عنوان نهادی که در تربیت نیروی انسانی مورد نیاز بیشترین توانایی و کارایی را دارد، می‌تواند جامعه را در مسیر توسعه‌ی همه‌جانبه قرار دهد [۳]. پاسخگویی در آموزش و پرورش را با دیدگاه فلسفی تجزیه و تحلیل کرده و معتقد است که اگر سازمان‌ها و مؤسسات آموزش عالی به جای تأکید بیش از حد بر استقلال، خود را بیشتر پاسخگو می‌دانستند، انتقادات از آن‌ها به حداقل می‌رسید [۱۷].

شافعی و عزیزی [۱۰] شاخص‌های سنجش مسئولیت‌پذیری اجتماعی نظام آموزش عالی را به صورت زیر مطرح کردند.



# چهارمین کنفرانس بین المللی علوم انسانی و آموزش و پرورش با محوریت توسعه پایدار

The 4<sup>th</sup> International Conference on Humanities and Education With a Focus on Sustainable Development

جدول ۱. شاخص های سنجش مسئولیت پذیری اجتماعی [۱۰]

شاخص	زیر شاخص
اقتصادی	افزایش فرصت های شغلی و بهبود اشتغال محلی. ارائه ی سریع خدمات و به موقع ارائه ارباب رجوعان(دانشجویان و غیره). داشتن شفافیت مالی-اقتصادی و فاقد تخلفات مالی در مراجع قانونی. پرداخت به موقع مالیاتها، عوارها، حق بیمه ها، صورت وضعیت پیمان کاری ها. خرید سازمانی از عرضه کنندگان و تامین کنندگان محلی در مناقصه ها، خریدها و واگذاری ها.
اجتماعی	نهادینه سازی یک آرمان و رسالت اجتماعی برای دانشگاه. تقویت و ترویج ارزش ها و هنجارهای جامعه. اطلاع رسانی در جهت بهره مندی بهتر ساکنان محلی از خدمات دانشگاه. حمایت از تشکلات فرهنگی، آموزشی، ورزشی و... محلی به صورت مالی یا غیر مالی. احترام گذاشتن به حقوق اقلیت های دینی، نژادی و جنسیتی در دانشگاه. اجازه ی تشکیل و فعالیت به گروه ها، انجمن ها و تشکلات قابل پذیرش درون دانشگاهی.
زیست محیطی	آگاهی با استانداردهای زیست محیطی و شاخص های آلودگی محیطی. استانداردهای زیست محیطی را رعایت کرده و فاقد تخلفات در مراجع قانونی باشد. صرفه جویی در مصرف انرژی هوشیاری در قبال خسارات زیست محیطی ناشی از فعالیت های تدابیر بازدارنده و پیشگیرانه. حمایت از بکارگیری فناوری ها، ماشین آلات، روش های انجام کار سازگار با محیط زیست. حمایت مالی یا غیر مالی از مسائل و خدمات زیست محیطی محلی.
اخلاقی	خودداری کارکنان و اعضای هیأت علمی دانشگاه از تأخیر در ورود و خروج. انجام دستورات سازمانی توسط کارکنان و اعضای هیأت علمی با میل و بدون نظارت. تدوین منشور اخلاقیات در دانشگاه و رعایت مفاد آن. بکار نرفتن کارکنان توسط دانشگاه برای انجام وظایفی خارج از توانشان. اهتمام به انجام وظایف سازمانی و شغلی توسط کارکنان دانشگاه. -حفظ اسرار و اطاعات کارکنان و اعضای هیأت علمی و احترام به حریم خصوصی.
بر جامعه	وجود تصویری درمورد دانشگاه که سازمان همانند شهروندی مسؤل در قبال مسائل اقتصادی، اجتماعی، زیست محیطی، اخلاقی ناشی از اقداماتش بر جامعه پاسخگویی دارد. پاسخگویی مطلوب دانشگاه در قبال تبعات منفی اقتصادی، اجتماعی، اخلاقی و زیست محیطی. اقداماتش در جامعه، با تدارک دیدن واحدهای درون سازمانی و یا همکاری برون سازمانی.

## ۹. نتیجه گیری

نظام های آموزشی از جمله تأثیرگذارترین سازمان های اجتماعی هستند که در توسعه و گسترش هنجارهای اجتماعی سهم بسزایی دارند. هنجارهای مورد پذیرش در جامعه زمانی درک خواهند شد که از جانب نهادهای آموزشی، مورد





# چهارمین کنفرانس بین‌المللی علوم انسانی و آموزش و پرورش با محوریت توسعه پایدار

*The 4<sup>th</sup> International Conference on Humanities and Education With a Focus on Sustainable Development*

توجه قرار گیرد. با توجه به نقش فرهنگ‌سازی نظام آموزشی انتظار می‌رود نهاد آموزش در افزایش مسئولیت‌پذیری نظام‌های صنعتی نیز اثر بگذارد. اگرچه هدف از تأسیس سازمان‌های صنعتی افزایش سود است اما سازمان‌ها نمی‌توانند بدون توجه به جامعه‌ای که درون آن فعالیت می‌کنند به کسب سود بپردازند. سازمان‌ها اغلب بخاطر کسب سودهای کلان مسئولیت‌های خود را در قبال جامعه فراموش کرده و تنها هدف خود را کسب سود می‌دانند و به تبعات فعالیت‌های خود توجه نمی‌کنند. بر همین اساس از رسالت‌های مهم نظام آموزشی آموزش ارزش‌های انسانی به افراد جامعه است چراکه صاحبان صنایع نیز افرادی از جامعه‌ای هستند که در نظام آموزشی رشد و پرورش یافته‌اند. در ارتباط با مسئولیت اجتماعی در نظام آموزش و پرورش؛ حذف شکاف طبقاتی، کمرنگ کردن باورهای جنسیتی در کتاب‌های درسی و نهادینه کردن ارزش‌های جامعه و اصلاح آن دسته از قواعد و رسومی که منجر به افزایش نابرابری‌های اقتصادی و اجتماعی می‌شود، است. پاسخگویی به جامعه نسبت به اقدامات نادرست‌اش از دیگر عواملی است که جوامع در عصر نوین از همه سازمان‌ها انتظار دارند و نظام آموزشی از این قاعده مستثنی نیست. بنابراین به نظر می‌رسد با داشتن نظام آموزش و پرورش مسئول شهروندان و سازمان‌های مسئول بیشتری خواهیم داشت.

محققان دیگر در ادامه این پژوهش می‌توانند؛ شکاف برنامه‌های راهبردی وزرای آموزش و پرورش با عمل آنان را تحلیل کنند، مسئولیت اجتماعی سازمان‌های صنعتی را با سازمان‌های آموزشی مقایسه کنند و برنامه‌های مصوب آموزش و پرورش را با برنامه‌های وزرا مورد بررسی قرار دهند.

## مراجع

۱. الوانی، مهدی، احمدی، کیومرث (۱۳۹۲) «مفهوم پاسخگویی اجتماعی سازمانی و ضرورت تبیین مؤلفه‌های آن در سازمان‌های دولتی ایران» فصلنامه مدیریت سازمان‌های دولتی؛ سال اول شماره ۳
۲. میرکمالی، محمد (۱۳۸۵). «خلاق و مسئولیت اجتماعی در مدیریت آموزشی». سال ۳۳ شماره ۱، مجله روان‌شناسی و علوم تربیتی ص ۲۰۱-۲۲۱.
۳. حیدری، حسین، پاک سرشت، محمد جعفر، صفایی مقدم، مسعود (۱۳۸۴). «آموزش و پرورش آینده‌نگر: اهداف و راهکارها». مجله علوم تربیتی و روان‌شناسی دانشگاه شهید چمران، دوره سوم، سال دوازدهم، شماره ۲.
۴. قلی‌پور، آرین (۱۳۸۰). *جامعه‌شناسی سازمان‌ها*، تهران: سمت.
۵. Szegedi, krisztina (2010). «The Concept and Development Tendencies of Corporate Social Responsibility», Club of Economics in Miskolc” TMP Vol. 5, pp. 67-74.
۶. قربانی، محمد، زرنندی، مهدی و دیگران (۱۳۸۴). «خلاق و مسئولیت اجتماعی مدیران». فصلنامه مدیریت فردا، سال سوم، شماره ۱۱ و ۱۲.
7. Fallah Tafti, Saeed, Hosseini, Seyed Farhad, Akbari Emami, Shahnaz, (2012) «Assessment the Corporate Social Responsibility according to Islamic values (Case study: Sarmayeh Bank)», 8th International Strategic Management Conference.
8. E Bowie, Norman, (2012) «Corporate Social Responsibility in Business», center for integrative leadership.
9. Davis, keith, bloomstrom, john «Business and society Environment and responsibility» (new York mcgraw-hill book Co 1975). P.39
۱۰. شافعی، رضا، عزیزی، نعمت اله (۱۳۹۲). «مطالعه وضعیت مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی غرب کشور (طراحی یک الگوی ارزیابی) رفتار سازمانی در آموزش و پرورش». سال اول، شماره دوم.



# چهارمین کنفرانس بین المللی علوم انسانی و آموزش و پرورش با محوریت توسعه پایدار

*The 4<sup>th</sup> International Conference on Humanities and Education With a Focus on Sustainable Development*

۱۱. یونس، محمد، (۱۳۸۸). جهانی بدون فقر، ترجمه علی تیماجی، فنائیان، امیلیا، رحمتی، نرگس، میرحسینی، نگین و دیگران، انتشارات پرتو هال.
۱۲. غنی زاده، موسی (۱۳۹۱). «مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها». روزنامه دنیای اقتصاد، ۱۱و۴ بهمن ماه.
۱۳. اسدی، محمدرضا (۱۳۹۱). «نگاهی جامعه شناختی به مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها». روزنامه دنیای اقتصاد، ۱۱و۴ بهمن ماه.
۱۴. نودهی، حسن، تسلیمی، سعید، میرکمالی، محمد، میرسپاسی، ناصر (۱۳۸۸). «طراحی مدل مناسب تعالی سازمانی در آموزش و پرورش: (مدارس مقطع متوسطه نظری)». فصلنامه تعلیم و تربیت، شماره ۱۰۳.
۱۵. مهرمحمدی، محمود (۱۳۸۹). «ببین چرخش زیباشناسانه در تعلیم و تربیت: درس های خرد و کلان برای بهبود کیفیت آموزش با الهام از عالم هنر». فصلنامه تعلیم و تربیت، شماره ۱۰۵.
۱۶. هوارد استونسون، لس بل (۱۳۹۲) سیاست گذاری آموزشی (فرایند، مباحث و تأثیرات): ترجمه محمود ابوالقاسمی و کورش فتحی و اجارگاه، نشر: نورالثقلین.
۱۷. پرداختچی، محمد حسن، بازرگان، عباس، آراسته، حمیدرضا و مظفری، گشتاسب (۱۳۹۱). «شکاف پاسخگویی بیرونی دانشگاه ها از دیدگاه جامعه علمی». فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره ۶۳.