

محاضرة: الاتصال التنظيمي والمسؤولية الاجتماعية كألية داعمة للتنمية المستدامة

لم يعد الاتصال التنظيمي مجرد أداة لنقل المعلومات أو تنسيق العمليات الداخلية، بل تحول إلى نظام استراتيجي متكامل يوطر علاقة المنظمة بكل أصحاب المصلحة، ويسبغ عليها شرعية اجتماعية تعزز مكانتها في محيطها. وبالمثل، لم تعد المسؤولية الاجتماعية مجرد مبادرات خيرية أو التزامات طوعية هامشية، وإنما أضحت نهجاً إدارياً استراتيجياً يندمج في صميم رسالة المنظمة ورؤيتها وخططها التشغيلية، مرتبطاً ارتباطاً عضوياً بمتطلبات التنمية المستدامة بأبعادها الثلاثة: الاقتصادية والاجتماعية والبيئية.

أولاً: مفهوم المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة:

تعرف المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات وفق إطار الاتحاد الأوروبي لعام 2011 بأنها "مسؤولية المنظمات عن أثرها في المجتمع"، وهو تعريف موجز يُلخص تحولاً عميقاً في فلسفة دور المؤسسة. وقد أسهم هوارد بوين عام 1953 في إرساء التأصيل الفكري الأول لهذا المفهوم حين أكد أن رجال الأعمال ملزمون بتبني السياسات واتخاذ القرارات التي تتوافق مع قيم المجتمع وأهدافه.

تعريف الأكاديمية الدولية للإدارة: "الالتزام الضمني والصریح للمؤسسة بالوفاء بالتزاماتها تجاه المجتمع من خلال الممارسات الأخلاقية والمساهمة في التنمية الاقتصادية مع تحسين جودة حياة العاملين وعائلاتهم والمجتمع المحلي والمجتمع ككل.

وقد تطور المفهوم من مفهوم ضيق يركز على التبرع والعطاء الخيري، إلى مفهوم شامل يدمج الاعتبارات الاجتماعية والبيئية في صميم عمليات الأعمال واستراتيجياتها. ويتجلى هذا التطور بوضوح في الانتقال من تصور المسؤولية الاجتماعية كـ"تكلفة اجتماعية" إلى تصورها كـ"قيمة مشتركة" (Porter & Kramer, 2011)، "تُعظم في آن واحد العائد التجاري والأثر الاجتماعي.

وقد تعددت الأطر الدولية النازمة للمسؤولية الاجتماعية، ومن أبرزها: مبادئ الأمم المتحدة للأعمال التجارية وحقوق الإنسان، والمعيار الدولي ISO 26000 الصادر عام 2010 الذي يحدد سبعة مواضيع جوهرية للمسؤولية الاجتماعية، ومبادرة الإبلاغ العالمي (GRI) التي توفر إطاراً موحدة لقياس الأداء غير المالي والإفصاح عنه، إضافة إلى أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة (SDGs) لعام 2030 التي تشكل مرجعية شاملة وملزمة معنوية للمنظمات الدولية.

ثانياً: أهمية المسؤولية الاجتماعية

على مستوى المؤسسة:

- تحسين السمعة والصورة الذهنية أمام العملاء والمستثمرين
- تعزيز ولاء الموظفين وزيادة إنتاجيتهم
- فتح أسواق جديدة وجذب شركاء استراتيجيين
- تخفيض المخاطر القانونية والتنظيمية

على مستوى المجتمع:

- الإسهام في التنمية الاقتصادية المحلية
- تحسين مستوى المعيشة وتوفير فرص العمل
- دعم التعليم والصحة والبنية التحتية

على مستوى البيئة:

- الحد من التلوث والحفاظ على الموارد الطبيعية
- المساهمة في مواجهة التغير المناخي.

ثالثاً: أبعاد المسؤولية الاجتماعية:

- البعد الاقتصادي: لا يعني فقط تحقيق الأرباح، بل كيفية تحقيقها وتوزيعها. تتضمن مسؤوليات المؤسسة اقتصادياً: دفع ضرائب عادلة، توفير منتجات وخدمات ذات قيمة حقيقية، دعم الموردين والمقاولين المحليين، والتعامل بشفافية مع المساهمين والمستثمرين. المؤسسة التي تحقق أرباحاً على حساب المجتمع أو البيئة لا تعد مسؤولة اقتصادياً حتى لو كانت رابحة.

- البعد الاجتماعي: ينقسم البعد الاجتماعي إلى مستويين: المسؤولية الداخلية نحو الموظفين (السلامة المهنية، الأجور العادلة، التدريب والتطوير، المساواة وعدم التمييز)، والمسؤولية الخارجية نحو المجتمع (دعم التعليم والصحة، الانخراط في المشاريع التنموية، احترام الهوية الثقافية للمجتمعات المحيطة). المؤسسات الرائدة تدرج هذه المسؤوليات في خططها الإستراتيجية وليس كأنشطة هامشية.

- البعد البيئي: أصبح البعد البيئي من أكثر الأبعاد إلحاحاً في العصر الحالي، ويشمل: قياس وتقليل البصمة الكربونية، وضع سياسات لإدارة النفايات الصناعية والتخلص الآمن منها، ترشيد استهلاك الماء والطاقة، والتحول التدريجي نحو مصادر الطاقة المتجددة. كثير من المؤسسات تعتمد اليوم معايير بيئية دولية ك ISO 14001 لإثبات التزامها الفعلي.

- البعد الأخلاقي والقانوني: يميز هذا البعد بين مستويين: الامتثال القانوني وهو الحد الأدنى الإلزامي، والسلوك الأخلاقي الذي يتجاوز ما يفرضه القانون. المؤسسة المسؤولة تتبنى قواعد سلوك داخلية صارمة، تحارب الرشوة والفساد، تحمي بيانات عملائها، وتتعامل بصدق في إعلاناتها ومنتجاتها. هذا البعد هو الركيزة التي تبني عليها المؤسسة مصداقيتها على المدى البعيد.

رابعاً: آليات الاتصال التنظيمي في خدمة المسؤولية الاجتماعية والتنمية المستدامة

❖ تقارير الاستدامة والإفصاح المؤسسي:

تعد تقارير الاستدامة الأداة الاتصالية الأكثر نضجاً وتنظيماً في منظومة الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية. وقد شهد هذا المجال تطوراً متسارعاً من التقارير البيئية التطوعية في الثمانينيات إلى معايير الإبلاغ المتكامل (IIRC) ومتطلبات الإفصاح الإلزامي التي باتت تفرضها هيئات السوق المالية في عدد متنامٍ من الدول.

وتستهدف تقارير الاستدامة وفق إطار GRI خمس فئات من أصحاب المصلحة: المستثمرين الذين يسعون إلى تقييم مخاطر الحوكمة البيئية والاجتماعية، والعملاء الذين يرغبون في الاطمئنان إلى أن خياراتهم الاستهلاكية لا تنطوي على أضرار اجتماعية أو بيئية، والمجتمعات المحلية التي تراقب أثر المنظمة على محيطها الجغرافي والبشري، والحكومات التي تهتم بمدى امتثال المنظمات للسياسات الوطنية للتنمية المستدامة، إضافة إلى الموظفين الذين يبحثون عن مؤسسة تعكس قيماً متسقة مع قيمهم الشخصية.

❖ الاتصال الداخلي ونشر ثقافة الاستدامة:

تشير الأبحاث التنظيمية إلى أن نجاح استراتيجيات المسؤولية الاجتماعية يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمستوى التبني الداخلي من قبل الموظفين. وقدم دراسات نظرية الهوية التنظيمية (Organizational Identity Theory) شواهد دامغة على أن الموظفين الذين يوجدون هويتهم بمنظمة ذات بصمة اجتماعية مسؤولة، يظهرون مستويات أعلى من الالتزام التنظيمي والإبداع والأداء. وتؤدي أدوات الاتصال الداخلي دوراً محورياً في بناء هذا التوحد الهويتي وتعزيزه.

وتشمل آليات الاتصال الداخلي في هذا السياق: البرامج التدريبية القائمة على قيم الاستدامة، وورش العمل التشاركية لصياغة مبادرات المسؤولية الاجتماعية، والمنصات الرقمية الداخلية التي تتيح تبادل الخبرات وقصص النجاح، والتقارير الدورية الداخلية التي تبرز الإنجازات وتستعرض الأهداف القيمة للمنظمة.

❖ الاتصال الرقمي ومواقع التواصل الاجتماعي:

أحدثت التكنولوجيا الرقمية تحولا جذريا في بيئة الاتصال المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية؛ إذ باتت المنظمات تواجه رقابة مجتمعية فورية ومتواصلة عبر منصات التواصل الاجتماعي، وأصبح بإمكان أي فرد توثيق انتهاكات المسؤولية الاجتماعية ونشرها في وقت حقيقي بما يفرض ضغطا اتصاليا غير مسبوق.

غير أن هذا التحول ينطوي أيضا على فرص هائلة؛ فالمنصات الرقمية تتيح للمنظمات بناء حوار مستمر مع جمهورها حول قضايا الاستدامة، وإشراك أصحاب المصلحة في تصميم مبادراتها الاجتماعية، وخلق مجتمعات قيمة حول قضايا مشتركة. أن الشركات التي تدير حوارا رقميا نشطا وصادقا حول استدامتها تكتسب رأس مال اجتماعي أعلى ومقاومة أقوى للأزمات مقارنة بتلك التي تكتفي بالإفصاح الدوري الرسمي.

❖ اتصال أزمات المسؤولية الاجتماعية

تُفرز الأزمات البيئية أو الاجتماعية التي تتورط فيها المنظمات اختبارا حقيقيا لمصداقية التزاماتها بالمسؤولية الاجتماعية ولنضج منظومتها الاتصالية. وقد طور كومبز (Coombs, 2007) نموذج الاتصال الظرفي للأزمات (SCCT) الذي يصف الأزمات وفق مستوى مسؤولية المنظمة عنها، ويقدم توصيات إستراتيجية متباينة لكل تصنيف. وتكشف الدراسات التطبيقية أن المنظمات ذات السجل الراسخ في المسؤولية الاجتماعية وبروتوكولات الاتصال الشفاف تتعافى من الأزمات بوتيرة أسرع وتكلفة سمعية أقل.