

الفصل التاسع

أخلاقيات دوائر الأعمال ، العلاقات العامة

والمسئولية الاجتماعية للشركة

Business Ethics, Public Relations and Corporate Social Responsibility

يمتد الحديث حول العلاقات العامة فيما يتعلق بالمسئولية الاجتماعية للشركة إلى الانتفاع بالأفكار واللغة المستمدة من المعتقدات الأخلاقية مثل نظريات "الحقوق" ومذاهب Kantianism* و "النفعية" وهذا بدوره يدعو إلى المطالبة ببرامج لتنمية المسئولية الاجتماعية للشركة . فقد نجد مثلاً أن المهن المختلفة تؤكد على أن مثل ذلك النشاط يعتبر اعترافاً بالواجبات والمسئوليات التي يجب أن تؤديها الشركات تجاه المجتمع الأكبر أو بأنها تساهم في خدمة الصالح العام عن طريق إفادة كل من الشركة والمجتمع في آن واحد . وسوف يتناول هذا الفصل الكشف عن طبيعة المعتقدات الأخلاقية التي تلتبسها دوائر الأعمال والجدل القائم بشأن المسئولية الاجتماعية للشركات على وجه الخصوص وكيف يمكن تبريرها عملياً .

إن العمل التجاري ظاهرة اجتماعية . وقد طورت المجتمعات أشكال مختلفة من القواعد الاجتماعية مثل القواعد التشريعية أو حتى قواعد (آداب التعامل "الإتيكيت")

*. ترجع إلى فلسفة إيمانويل كانت "Kantianism".

والتي تُشكل معاً القالب أو المرشد للسلوكيات . وأحياناً يُشار إلى القواعد الأخلاقية بأنها مجرد مجموعة أخرى من القواعد الاجتماعية ، لكن المجتمعات تتأسس بناءً على القواعد الأخلاقية بشكل جوهري خاص . إن المفاهيم الأخلاقية تُستخدم عادة بهدف انتقاد أشكال أخرى من القواعد الاجتماعية التي توجه عملية التواصل الإنساني . ويُلاحظ كثيراً وجود تصادمات بين القواعد الأخلاقية والقواعد القانونية . فقد نجد مثلاً أن الشعوب قد اعتبرت قوانين معينة مثل "القوانين المرتبطة بالسلالة" بالولايات المتحدة ، أو "قوانين التمييز العنصري" بجنوب أفريقيا بأنها في النهاية قوانين غير أخلاقية ، لدرجة أن التصرف الأخلاقي الوحيد هو تجاهلها وعدم طاعتها . ويتضح أن المرء قد يتعارض مع قوانين أخلاقية معينة أو حتى التفكير في إمكانية وجود إجابات "قطعية" تجاه المشكلات الأخلاقية . ورغم ذلك فالشيء المتفق عليه هو أنه داخل جميع المجتمعات يتقبل أغلبية الناس أنه عليهم "التمسك" بقواعد أخلاقية جوهريّة معينة . ومخالفة تلك القواعد سوف يقابله فرض عقوبات متعددة الأنواع بدءاً من عدم الاستحسان للوضع ووصولاً إلى النبذ (أو النفي دون محاكمة) والعقوبات الجنائية في بعض الحالات . إن القواعد الأخلاقية تساعد في بناء العلاقات الاجتماعية ويجب أن يضعها الأفراد والمهن المختلفة في اعتبارهم عند اتخاذهم العديد من القرارات .

ورغم ذلك فإنه مع التصرف الأخلاقي على هذا الأساس السلبي لا يعتبر هو ما نقصده بالمسئولية الاجتماعية للشركة . ذلك أن المسئولية الاجتماعية للشركة تتضمن فكرة أن يكون المشروع سباقاً في علاقته بمجموعة من القوى الاجتماعية وفي قيامه بأكثر من مجرد محاولة تجنب مخالفة القواعد الأخلاقية . والمثال الأساسي لمفهوم المسئولية الاجتماعية للشركة عملياً هو "اندماج مشاركة الشركة في المجتمع" (انظر الفصل الثاني عشر) . إن مصطلح "المسئولية الاجتماعية" يتضمن أن الدافع وراء العمل التجاري في دوائر الأعمال يتعدى أكثر من مجرد المصلحة الذاتية ، بل هو في الواقع محاولة الارتقاء بالمصلحة الذاتية للجميع للوصول إلى مستوى المصلحة العامة للمجتمع ككل . وهنا يمكن التفرقة . على سبيل المثال ، عن الرعاية

التمويلية للشركة "والتي يتوقع من خلالها مديرو الشركة حصولهم على عائد ملموس نظير ما يستثمرون من أموال" .
(Vary 1997 : 118)

منذ بداية النقاش وحتى اللحظة لازلنا نستخدم المصطلح "أدبي" أو "أخلاقي" كما لو أنه فكرة غير مثيرة للجدل وتلقي اتفاقاً كبيراً لدى الكثيرين . لكن تلك ليست هي الحقيقة . فمن المهم توضيح بعض من الأفكار واللغة المرتبطة "بالمجادلة الأخلاقية" لأنه وكما سترى فإن اختصاصي العلاقات العامة يميلون إلى مناقشة موضوع المسؤولية الاجتماعية للشركة باستخدام لغة مستمدة مباشرة من النظريات الأخلاقية . سوف يتناول القسم الأول من هذا الفصل مناقشة العديد من المعتقدات الأخلاقية الأساسية والتي ظهرت عبر التاريخ ؛ أما القسم الثاني فسوف يقوم بربط تلك النظريات الأخلاقية بالمجادلات القائمة حول إذا ما كانت المسؤولية الاجتماعية شيئاً مرغوباً فيه أم لا . ثم سيقوم القسم الأخير بمناقشة كيف أن النظريات الأخلاقية تشكل اللغة المتداولة بمجال العلاقات العامة كما يناقش كيف أن تلك النظريات تؤثر على ممارسة المسؤولية الاجتماعية للشركة .

النظريات الأخلاقية

إن التقسيم الأول والأكثر عمقاً في النظرية الأخلاقية يتضمن الفصل بين "الافتراض بأنه يمكن معرفة ما هو صحيح ، وما هو خطأ أخلاقياً" من جهة و "رفض ذلك الافتراض" من الجهة الأخرى . إن مصطلح "مذهب المعرفة" متداول بين الفلاسفة ، والمقصود به الاعتقاد بوجود حقائق أخلاقية "موضوعية" يمكن معرفتها وبالتالي معرفة إذا ما كان معتقد أخلاقي صحيحاً أم خاطئاً . أما "مذهب عدم المعرفة" فهو مصطلح يشير إلى الاعتقاد بأن الأخلاق شيء شخصي أو "غير موضوعي" بمعنى أنها شيء نسبي ثقافياً ، أي أنه وفق المبدأ الخاص بالصواب والخطأ الأخلاقي . فهناك مجرد آراء واتجاهات ومعتقدات فقط لا غير . ولقد كان للمنظورات المعرفية مثل نظريات "الحقوق" ومذاهب "كانت" و "مذهب النفعية" ، أثر واضح على أخلاقيات دوائر الأعمال وفكرة المسؤولية الاجتماعية للشركة على وجه الخصوص . لكن قد كان هناك أيضاً محاولات للجدل بأنه يمكن رؤية أخلاقيات الأعمال بشكل أفضل

من خلال وجهة نظر أنصار "النسبية الثقافية" .

ويمكن تقسيم النظريات الأخلاقية التي تفترض إمكانية معرفة الصواب من الخطأ إلى فئتين . الأولى مثل مذهب "النفعية" والذي يُقدّر الصواب والخطأ أخلاقياً بناءً على عواقب الأفعال - المنظور النتائجي - أما الفئة الثانية مثل نظريات "الحقوق" ومذهب "كانت" فإنها لا توافق على هذا التفكير - المنظور غير النتائجي . ونحن ننظر من خلال "المنظور النتائجي" إلى نتائج الأفعال من أجل إصدار حكم أخلاقي حول تلك الأفعال . أما من خلال "المنظور غير النتائجي" فلا يوجد لدينا ادعاء فوري تجاه العواقب الضارة أو حتى النافعة لكي نحدد إذا ما كانت الأفعال صائبة أو خاطئة أخلاقياً .

مذهب النفعية Utilitarianism*

إن نظرية العواقب الكلاسيكية هي "مذهب النفعية" والذي ينص على أن الأفعال ليست سيئة أو صالحة في حد ذاتها ، ولكنها تتحدد صلاحيتها من عدمها بناءً على الشيء الذي تكون صالحة أو سيئة بالنسبة له . ومذهب "النفعية" يشير إلى فكرة أن فعلاً معيناً يكون صواباً فقط بمقارنة النفع الذي يقدمه في مقابل الضرر الناتج عنه . والصياغة القديمة لهذا الوضع خاصة بالفيلسوف الإنجليزي Jeremy Bentham (1748 - 1832) . فقد عرّف Bentham النفع بأنه الشعور بالسعادة . فالسعادة هي الشيء الوحيد الذي يعتبر غاية في حد ذاته أما الأشياء الأخرى المتبقية فهي مجرد وسيلة لغاية يطلق عليها "السعادة" . لذا فإنه بالنسبة لـ Bentham تكون الأفعال صواباً وفق الحد الأقصى الذي تقدمه من السعادة أو على الحد الأقل من التعاسة . ولم يكن Bentham معنياً على وجه الخصوص بسعادة أو بتعاسة الأفراد . فبالنسبة له يعتبر "الصالح العام" هو الحكم بين الصواب والخطأ . وذلك هو مبدأ السعادة الأكبر بالنسبة لـ Bentham والذي يقترح بأنه "يمكن تصنيف عملية أو فعل بأنه صواب عندما يحقق أكبر قدر من السعادة لأكبر عدد ممكن من الأشخاص" .

* مذهب النفعية : هو مذهب أخلاقي اجتماعي يقول أن مقياس السلوك الصحيح هو مقدار النفع .

« والاعتراض المعياري على مذهب "النفعية" يتلخص في أنه يتطلب الارتقاء بـ "المصالح" أو إعلاء قيمتها مثل النمو الاقتصادي من أجل تحقيق "النفع" والسماح بالتضحية بالمصالح الشخصية أو مصالح الأقليات "من أجل الصالح الأكبر" .

(Donaldson 1992 : 129)

يبدأ مذهب "النفعية" مع مبدأ "الإحسان" المعصوم من الخطأ وينتهي "بالحقد" المرتبط بعدم القدرة على منع معاقبة الأبرياء أو تطبيق قانون الفصل العنصري . بمعنى أن هناك فئات تتمتع بالحصانة الفعلية بينما الفئات المنبوذة هي التي تدفع ثمن ، كما يحدث غالباً في سياسات الدخل وأحياناً في التحكم في الفئات السلبية (العرقية) داخل سوق العمل .

إن هذا المبدأ الأخلاقي الخاص بالرخاء العام قد يسمح أيضاً بسرد الأكاذيب من أجل حماية نُظُم المؤسسة . لذا فإذا تمت حماية شركة مثلاً من الإفلاس لأن صورتها وسمعتها تم تعزيزهما بالأكاذيب التي أخذ يسردها ممثلو الشركة للصحفيين ، فإن هذا قد يبدو عملاً مسموحاً به . فمن وجهة النظر "النفعية" نجد أن رضاء تلك المخلوقات البشرية التي تم إنقاذ وظائفها تعتبر أهم من تحطيم الثقة لدى كائنات بشرية أخرى .

مبدأ الواجب الأخلاقي

يتناقض مذهب "النفعية" مع الموقف الأخلاقي غير النتائجي والذي يفترض بأن "الدافع" وليس "النتائج" هو العامل المحدد للحكم إذا ما كانت الأفعال أخلاقية أم لا . ويُشار عمومًا لهذا المنظور بأنه مبدأ deontological وهي كلمة مستمدة من الكلمة اليونانية "deon" التي تعني الواجب duty وهو معتقد مرتبط أساسًا بالفيلسوف الألماني Emmanuel Kant (1724 - 1804) . ويتجادل Kant بأن الأخلاقيات أساسها أفكار عن الواجب ، ويترتب على ذلك أن بعض الأفعال إلزامية أخلاقيًا بصرف النظر عن عواقبها . ووفقًا لـ Kant فإنه يتم تنفيذ فعل معين بدافع الواجب عندما يؤدي بتوافق مع ما يُسميه "الفئة الملزمة" . ويعرّف Kant هذه "الفئة الملزمة" بصيغتين منفصلتين لكن متساندتين بشكل متبادل :

« ينبغي ألا أتصرف أبداً إلا بالأسلوب الذي أتمكن من خلاله في أن أرغب » بأن مبدأ في الحياة يجب أن يكون "قانوناً عاماً" . تصرف بالطريقة التي تجعلك دائماً تتعامل بإنسانية والتي ببساطة ليست كوسيلة بل كغاية في نفس الوقت .

(Kant 1964)

فبالنسبة لـ Kant فإن "تعميم" القاعدة السلوكية يتضمن بشكل أساسي أن المبدأ الذي نتصرف على أساسه ، يجب أن يكون هو نفسه المبدأ الذي نوصي الآخرين بالتصرف بناءً عليه . أما الصيغة الثانية فهي تُركز الأخلاقيات على العلاقات بين الكائنات البشرية . ففي حالة الكذب بهدف حماية سمعة الشركة من أجل ضمان الوظائف ؛ فإن Kant سوف يقترح أنه يجب ألا تكون مستعداً للتصرف بتلك الطريقة إذا لم تكن راغباً في أن يقوم الجميع بسرد الأكاذيب مثلك . فإن سرد الأكاذيب بهدف جعل شخص ما يقوم بتنفيذ رغبتك سوف يخالف "فئة الإلزام" لـ Kant وذلك من خلال التعامل مع الكائن البشري الآخر على أنه مجرد وسيلة للحصول على ما تريد .

والمشكلة الأساسية هنا والتي يواجهها مذهب "الواجب تجاه الآخرين" أو deontological مبين عندما يكون هناك تصادم بين فئة الإلزام . فالمرء يواجه الواجب الذي يفرض عليه عدم الكذب مطلقاً . ولكن ماذا لو أن ذلك الشخص يؤدي واجبه بالكذب من خلال منع جريمة قتل كائن بشري آخر ؟ لقد أصر Kant في الواقع ، على أنه لو أن القاتل كان على وشك أن يسألك عن مكان وجود ضحيتهم المقصودة فإنه من الواجب عليك إخباره بمكانها دون مخالفة العقيدة الخاصة بالكذب . وبالتالي فحتى إذا كان هذا المبدأ سيؤثر سلبياً على رضاء الكائنات البشرية الأخرى فعلى الشخص إتمام واجبه في كل الأحوال .

أخلاق الحقوق

إن عقيدة "الواجب" الخاصة بـ Kant مرتبطة بشكل وثيق بالنظريات التي تدعى بأن هناك "حقوقاً" لكل كائن بشري . وفي كلا الحالتين فهناك وضع شائع بالنسبة لجميع الكائنات البشرية والذي يوفر لها الحماية من أي إساءة تصدر عن الآخرين .

وانتهاك الحقوق الإنسانية لشخص ما يُعد فشلاً في معاملته أو معاملتها كغاية في حد ذاتها . ووجهة النظر هذه تعتبر "نتائجية" بشكل واسع تماماً مثل وضع Kant ، كما أنها تتعارض مع الأقليات النفعية وتنبذها . ووفقاً لتلك النظريات فإنه لا يمكننا التضحية بمصالح الأقليات والأفراد من أجل تحقيق الصالح العام حيث أن القيام بذلك سيُعد إساءة أو انتهاكا لحقوقهم الإنسانية .

ولقد تم تطوير نظريات "الحقوق" خلال فترة الاضطراب السياسي الذي شهده القرنان السابع عشر والثامن عشر بواسطة المفكرين المتطرفين الذين كانوا يسعون إلى تغيير الهياكل الاجتماعية الهرمية التقليدية والتي كانت تميل إلى التماسك ببعضها البعض بواسطة أفكار الولاء تجاه أصحاب السيطرة غير المنتخبين . وينص الافتراض التأسيسي لنظريات "الحقوق" على أنه في كل الأحوال فإن وجود القانون الإنساني يعني وجود نظام أخلاقي موضوعي يطلق عليه "القانون الطبيعي" والذي يضع قيوداً على السلطة التي يمارسها الحكام . ففي الوقت الذي تتم فيه المطالبة بالعدالة من الحكومات نجد أن القانون الطبيعي هو الذي يمنح المحكومين حقوقهم . والقائمة المتفق عليها عموماً تشمل الحياة والحرية وأحياناً الممتلكات . وقد اعتبرت تلك العناصر "حقوقاً طبيعية" يقرها القانون الطبيعي للناس . وهي حقوق لا تستطيع الحكومات منحها أو حتى منعها فالناس تمتلكها بفضل كونهم بشراً . وتستطيع الحكومات أن تحكم لكنها ملتزمة "تعاقدياً" بالحفاظ على تلك الحقوق الأساسية واحترامها .

وخلال كتابات الفيلسوف الإنجليزي (1632-1704) John Locke كلمة "عقد" أصبحت "اجتماعي" . بمعنى أنها لم تعد علاقة بمثابة "عقد" بين الحكومات والأشخاص لكن بين الأشخاص أنفسهم وبعضهم البعض من أجل تأسيس حكومة ومنحها السلطة لتحكم . ويعتبر هذا مفهوماً تأثيرياً بشكل هائل واعتادت أن تتجمل به العديد من "التصريحات الرسمية" بدءاً من التصريح الأمريكي بالاستقلال وصولاً إلى المادة الأولى من "التصريح العالمي لحقوق الإنسان" والتي تنص على أن : "جميع الكائنات البشرية تولد حرة ومتساوية في الكرامة والحقوق" .

تعاني النظريات التي تدعى وجود حقوق إنسانية غير قابلة للتحويل (للتبديل) من مشكلة مشابهة للنظرية التي تشير إلى أن الكائنات البشرية ملتزمة بواجبات ومسئوليات والتي لا يجب أن تغفل عنها تحت أي ظروف . فماذا يحدث إذا تضارب نوعان مختلفان من "الحقوق" ؟ ففي حالة الكذب لحماية سرقة شركة وبالتالي حماية الوظائف كيف يمكن مثلاً أن يُقدَّر المرء "حق" العمل في مقابل "حق" الناس الذين يجب إخبارهم بالحقيقة ؟

جميع النظريات الأخلاقية الكلاسيكية لديها مشاكل موروثية ومن الملائم الاستنتاج بأنه لا توجد أي نظرية منها مُرضية إلا إذا كانت خاضعة لبعض القيود . ويشير كل من (103 : 1993) Chryssides & Kaler إلى :

« لذلك يجب أن يُخفَّف الهدف الخاص بخدمة الصالح العام بالاعتراف بالحقوق والمسئوليات . فبالمثل سنجد أن الحقوق والواجبات يمكن فحصها عموماً بشكل منفصل كما لا يمكن السعي لتحقيقها بصرف النظر عن أي اعتبار للفراهية الجماعية » .

النسبية الثقافية

قبل توجيه اهتمامنا نحو أهمية تلك المناقشات بالنسبة للمسئولية الاجتماعية للشركة فمن المهم التنويه بأنه توجد تقارير خاصة بأخلاقيات الأعمال ترفض الفكرة التي تؤكد عليها النظريات الأخلاقية الكلاسيكية والتي تشير إلى وجود معايير "موضوعية" حول الصواب والخطأ . ويعرض لنا Pearson 1989 في تبنيه لفكرة "الذاتية المتداخلة" أو (Intersubjectivism) تصوراً والذي يضع العلاقات العامة في بؤرة دائرة الجهود المبدولة من أجل بناء أخلاقيات الأعمال . فبالنسبة لـ Pearson "فإن نظريات ما بعد الحدائة البلاغية تعرض لنا نظرية مُقنعة وقوية والتي يمكن من خلالها تصوّر مفهوم نظريات العلاقات العامة وأخلاقيات الأعمال" . فوفقاً لتلك الرؤية سنجد أن جميع الحقائق بما في ذلك الحقائق الأخلاقية تظهر من خلال عملية التفاوض والحوار . لا توجد معايير موضوعية فيما يخص الصواب والخطأ بل آراء ذاتية (شخصية) فقط حول ما يُشكل الصواب والخطأ . فالقواعد

الأخلاقية "ذاتية متداخلة" في أنها تنتج عن اتفاق بين وجهات نظر شخصية مختلفة . ويفترض Pearson بأن عملية الاتصال هذه هي الأساس وراء تكوّن أخلاقيات الأعمال حيث أنه من خلال هذه العملية "تتأسس الحقائق الأخلاقية التي تقوم بتشكيل الاتصال المشترك" .

ووفقاً لـ Pearson فإن هذا المنهج يُقدم العمالة بمعنى القرار الذي يحدد أي الأفعال تكون أخلاقية بناءً عليه . ينبثق من خلال التفاعل الاتصال لجميع الجوانب . وهذا يعتمد على قبول أن العلاقات العامة بقدر ما تلعب دوراً محورياً في التواصل المشترك "فإنها تلعب أيضاً دوراً رئيسياً في إدارة البعد الأخلاقي للاتصال المشترك" . وهنا يبدو أن Pearson يُنادي بفكرة قائمة على ممارسة العلاقات العامة وتتشابه مع النموذج التماثلي المزدوج لـ Grunig & Hunt (1984) .

ورغم أن نظرية العلاقات العامة التي تؤكد على محورية "الحوار" تبدو جذابة إلا أنه ينبغي توضيح أنه يوجد العديد من المشكلات هنا والتي تحتاج إلى أن تُحل . وأولها ، قضية "السلطة" والتي يبدو أننا نتجاهلها بشكل كبير . وقد يكون من الممكن أن نفكر في موقف تمثل فيه جميع المجموعات المناسبة فيما يتعلق بقضية ما ، ولكن من الصعب تخيل الموقف الذي يكون فيه جميع المشتركين ذوي مكانة اجتماعية متساوية . كما توجد مشكلة إضافية في أن عملية الحوار يجب أن تتوقف في مكان ما ، حيث لا يمكن التوصل إلى حل يتفق عليه الجميع . ربما قد يتم اتخاذ قرار لصالح الاهتمامات الخاصة بالأغلبية ويكون من الصعب تحديد كيف يمنع المرء هذا الموقف من الانزلاق إلى جُعبة "النفعية" حيث يعتمد على الارتقاء بتحقيق السعادة لأكثر عدد ممكن .

ويعاني مذهب "النسبية الثقافية" لـ Pearson من حافز ضخم يتمثل في أنه يجب على جميع الأطراف الاتفاق على أن جميع الأطراف المشاركة في قضية ما متساوية . وبناءً على ذلك الافتراض التأسيسي يصبح بإمكان جميع الأطراف التوصل إلى نتيجة مُرضية بشكل متبادل من خلال إقامة الحوار . بالإصرار على ذلك الافتراض التأسيسي فإن Pearson يبدو مُصرّاً بالفعل على شيء مشابه لفكرة أن جميع

الكائنات البشرية لديها "حقوق" أو أنه يجب معاملة كل شخص بوصفه غاية في حد ذاته ، وليس مجرد وسيلة لتحقيق غاية . ورغم ذلك فمن الواضح أن تلك الافتراضات لا تتضح من خلال عملية الحوار المتماثل بل أنها تعتبر بمثابة شرط أساسي من أجل إتمام تلك العملية . وهنا يعتمد Pearson على المذاهب الأخلاقية الكلاسيكية النشأة ليضمن تحقيق نموذجه . لكن ما الذي ستفعله تلك النظريات الأخلاقية عندما تتعامل مع العلاقات العامة ، وتحديداً ، ما الذي ستفعله تجاه المسئولية الاجتماعية للشركة . فحتى النظرة العابرة على نوعية الأدبيات التي تشغل بتفسير معظم البرامج الخاصة بالمسئولية الاجتماعية للشركة سوف تكشف لنا أن اللغة والأفكار التي قد ناقشناها حالاً مثل "الصالح العام" ، "الحقوق التعاقدية" ، و"الواجبات" و"المسئوليات" جميعها مصطلحات اعتدنا استخدامها في وصف أو تبرير مفهوم المسئولية الاجتماعية للشركة .

هل ينبغي أن تكون دوائر الأعمال مسئولة اجتماعياً ؟

سوف يتم مناقشة اثنين من الآراء المتضاربة حول "المسئولية الاجتماعية للشركة" في هذا القسم . ففي بعض الحالات نجد أنهما سيمثلان آراء على طرفي النقيض من بعضهما البعض حول تلك المسألة . عملياً سنجد أن هذا المنهج الخاص بمعظم الشركات تجاه المسئولية الاجتماعية للشركة سوف يحتل وضعا في مكان ما بين كل المذاهب الأخلاقية التي تلعب دوراً في تفسير المنظورين . فعلى سبيل المثال ، سنجد أن Friedman الذي يرفض أي فكرة مرتبطة بالمسئولية الاجتماعية للشركة يُبرر "منهجه الخاص بالسوق الحرة" من وجهة نظر شخص نفعي (أي متبع لمذهب النفعية) . وعلى الجانب الآخر من النقاش سنرى "المسئولية الاجتماعية للشركة" بأنها جزء مُكْمَل وضروري للاتجاه الخاص بـ"أصحاب المصالح" وهو الاتجاه الذي تم تبريره في النهاية من منظور Kant .

إن الهدف من المسئولية الاجتماعية داخل العمل هو زيادة الأرباح

لقد تجادل Milton Friedman عالم الاقتصاد الحاصل على "جائزة نوبل"

والمُنادي بالمبدأ الرأسمالي ؛ دعمهم يعملون : Laissez-Faire (أو سياسة عدم التدخل الحكومي في النشاط الاقتصادي) - ضد فكرة أن دوائر الأعمال عليها تحمل المسئولية الاجتماعية . وادعى بأنه "يوجد نوع واحد فقط من المسئولية الاجتماعية في دوائر الأعمال - وهي استخدام موارده والاشتراك في الأنشطة المقصود منها زيادة أرباحه (Friedman 1993) . ويُصر Friedman على أنه من الخطأ افتراض أن تلك الشركات يمكن أن يكون لديها مسئوليات اجتماعية حيث - بالنسبة له - الأفراد فقط هم من عليهم مسئوليات . ويدعى بأن المسئوليات الفعلية تقع على عاتق المدير التنفيذي للمؤسسة ويكتب قائلاً أنه :

« في المشروع الحر ، نظام الملكية الخاصة ، يعتبر المدير العام التنفيذي للشركة هو أحد المستخدمين من أصحاب العمل ، وأنه مسئول مباشرة أمام أصحاب العمل . وتلك المسئولية هي إدارة العمل وفق رغباتهم والتي ستكون عموماً لتحقيق أكبر قدر ممكن من المال ، مع الالتزام بالقواعد الأساسية بالمجتمع سواء كانت المتجسدة في القانون أو المتجسدة في الأعراف الأخلاقية » .

(Friedman, 1993)

وبالادعاء أن دوائر الأعمال المختلفة تتحمل مسئولية اجتماعية واحدة فقط وهي زيادة أرباحها نجد أن Friedman يقول واقعياً بأن أصحاب تلك الأعمال ليس عليهم أية مسئوليات اجتماعية تجاه أحد إلا أنفسهم . وهو لا يقول أن القواعد الأخلاقية لا مكان لها بالنسبة لممارسة العمل ، بل في الواقع فإنه أثناء السعي لتحقيق الأرباح يجب على دوائر الأعمال الالتزام بما يطلق عليه "العُرف الأخلاقي" . ويبدو هنا أنه يضع تمييزاً بين القواعد الأخلاقية التي في المرتبة الأولى والقواعد الأخلاقية التي في المرتبة الثانية بمعنى أن القواعد الأخلاقية الأساسية للمجتمع (المرتبة الأولى) وأفكار المسئولية الاجتماعية (بالمرتبة الثانية والاختيارية) . لم يوضح Friedman نوعية القواعد المبنية على العُرف الأخلاقي ، ولكنه يُعطي بعض التوضيح عما قد تتضمنه قواعد المرتبة الثانية . فهو يوبخ رجال الأعمال نظير "التبشير بالاشتراكية الخاصة والصفافية" عندما يتحدثون عن "المسئوليات الخاصة بتوفير فرص العمالة

وإزالة التمييز العنصري وتجنب التلوث وأي عبارات أخرى قد تعتبر بمثابة الكلمات الطنانة للحصيلة المعاصرة من المصلحين . (Friedman, 1993 : 249)

ووفقاً لـ Friedman فإن الاعتقاد في المسئولية الاجتماعية يشير إلى مطلبين . وهما أن دوائر الأعمال يجب أن تسعى بنشاط للقيام بالشيء الجيد (بمعنى ليس فقط تحاشي انتهاك "العرف الأخلاقي") وهذا "الشكل الجيد" - يجب ألا يتم أداءه بهدف تحقيق الربح بمعنى أنه يجب ألا يتحقق الشيء الجيد بدافع المصلحة الشخصية فقط . فلو كان الأمر هكذا فلن يكون لدى Friedman اعتراض عليه . لكن هذا السعي بنشاط لفعل "الخير" يمكن تمييزه بسهولة عن مجرد التجنب المطلق لفعل الشر ؟ يبدو أن Friedman يعتقد ذلك ، لكن من الصعب رؤية كيف يمكن للأمثلة التي يذكرها أن تثبت هذا . فيمكن الجدال بأن بعضاً من الأمثلة التي يعرضها من "إزالة العنصرية" و "تجنب التلوث" جميعها أمثلة تسعى للقيام "بالشيء الجيد" لكن في نفس الوقت فإنها تعتبر أفعالاً مرتبطة بالتخلص من الآثام الاجتماعية أو تحاشيها . إن ما توضحه أمثلة Friedman الخاصة هو أن الاختيار الأخلاقي في العديد من المناسبات يكون ما بين القيام بما هو صواب أو عن طريق الخطأ القيام بالشيء السيئ ويذكر كل من (Chryssides & Kaler (1993 : 232) :

« إن افتراض Friedman حول التقسيم الدقيق بين "العرف الأخلاقي" و "المسئولية الاجتماعية للشركة" يتناول رؤية ضيقة جداً لكليهما . فالمصطلح الأول لا يمكن أن يعتبر ببساطة قاصراً على التجنب السلبي للشر ، أو أن الثاني يرتبط ببساطة فقط بالسعي النشط لتحقيق ما هو جيد ؛ لأنه غالباً ما يُمثل الخير والشر وجهين لنفس العملة الأخلاقية . وبالتالي فإن Friedman مُخطئ في افتراضه بأن قبول "العرف الأخلاقي" ليس مرتبطاً باختيار دوائر الأعمال للسياسات المسئولة اجتماعياً . رغم أنه من الواضح أنها مرتبطة بذلك ؛ حتى لو كان فقط لأن تلك هي السلطة التي تمارسها دوائر الأعمال على حياة الأشخاص وأن فشلها في فعل الخير "المصلحة العامة" سوف ينتج عنه غالباً شروخاً مسموح لها بالازدهار والنمو .

ليس تعريف Friedman الخاص بالمسئولية الاجتماعية للشركة فقط هو الذي به خلل ، بل توجد أيضاً مشكلات أخرى خاصة بالمجاذلات التي يقدمها ضد المسئولية الاجتماعية للشركة . فقد يُطلق أحياناً على أحد مجادلاته الرئيسية اسم "حجة الوكالة" والذي ينص على أن مديري الشركات ما هم إلا مجرد وكلاء لدى "المساهمين" داخل الشركات التي يعملون بها . فأصحاب العمل (أو المساهمون) هم وحدهم الأشخاص الذين يعتبر المديرون مسئولين أمامهم ، والمسئولية الوحيدة التي يتصرف المديرون من خلالها هي العمل الجيد . وهذا يعني زيادة الأرباح لأقصى درجة ممكنة حتى يتمكن المساهمون من تحقيق أكبر قدر ممكن من المال المستثمر في أسهمهم . ويقدم Friedman فرض العمل الخاص بدور المدير حيال المساهمين : على أنه "بيان بحقيقة قانونية" (Chryssides & Kaler (1993 : 232) . وبوضع المصالح الأخرى في الاعتبار فإن Friedman صائب لدرجة كبيرة في ذكر أنه على مديري الشركات في النهاية خدمة مصالح المساهمين . ورغم ذلك تعتبر وفق القانون الأمريكي والبريطاني - كياناً شرعياً منفصلاً ولا يمكن تحديدها وربطها بأي مجموعة خاصة فقط - سواء من المستخدمين أو المساهمين أو حتى المديرين . إن مسألة "التعريف القانوني" الذي يشير إلى "الدمج" هي ما تحتاج إلى حسم . وهذا يعني أنه بينما قد يحدث أن المديرين والمساهمين والمستخدمين يتغيرون فإن الشركة تواصل عملها كمالك محدد للواجبات والحقوق القانونية . ويذكر كل من (Chryssides & Kaler (1993 : 232) أنه :

« بسبب قيام الشركة وليس المساهمون بتعيين العاملين ، فإن إحداث التغييرات في عملية المساهمة لا تؤثر في حد ذاتها على الوضع القانوني للمستخدمين سواء كانوا مديرين أم عمالاً فهم يواصلون عملهم تحت سلطة نفس الشركة . وهناك وضع مهم جداً يشير إلى أن التغييرات في عملية المساهمة لا تؤثر حتى على ملكية المؤسسة . فالشركة بوصفها كياناً مشتركاً هي التي تملك أصول (أسهم) العمل التجاري . فما يملكه المساهمون هو حق المشاركة في أي فائض مالي مُوزع . فهم يملكون الشركة بدلاً من أسهمها . وبناءً عليه فإن حق الشركة - الذي تمارسه من خلال مستخدميها - للانتفاع من تلك الأصول لا يتأثر قانوناً بالتغييرات في عملية المساهمة نفسها . »

وبالتالي فإن المديرين لا يعتبرون الوكلاء المباشرين للمساهمين بالطريقة التي يرغب Friedman في تطبيقها ، رغم أن المساهمين ، وبطريقة غير مباشرة ، هم أصحاب العمل . وتأكيد Friedman على أنه ينبغي تعريف مصالح الشركة وفق مساهميتها فقط يجب أن يدخل في سياق مناداته بقيم المشاريع الحرة . وتلك القيم تتضمن ربط "الأنا الفردية" بـ "النفعية" وهي وجهة نظر تدعى أنه إذا سعى كل شخص لتحقيق مصلحته الشخصية داخل السوق الحرة ستكون النتيجة هي تحقيق السعادة الأكبر أو الكيان الاقتصادي الجيد لأكبر عدد من المشتركين بالسوق الحرة . وهذا الجدل بأن مصالح المساهمين فقط هي المهمة هو جدال غير مقبول بصورة مطلقة . بل يوجد في الواقع جدال بأنه على المديرين التصرف كوكلاء لجميع الفئات المرتبطة بالشركة وليس بالمساهمين فقط . وهؤلاء الذين يدعمون تلك الرؤية يرفضون "نموذج حامل الأسهم" أو "Stockholder" الخاص بـ Friedman ويفضلون ما يُشار إليه غالباً بأنه "نموذج الأطراف صاحبة المصلحة" أو "Stakeholder" .

رأسمالية Kant ومنهج "الأطراف أصحاب المصالح" :

يطلق على "نموذج الأطراف أصحاب المصالح" هذا الاسم لأن من ينتهجونه يفترضون بأن مهمة مدير الشركة هي موازنة مصالح جميع الفئات المختلفة التي تملك "حصة" أو "سهماً" بالشركة . وقد تشمل تلك الفئات على المساهمين والمستخدمين والعملاء والممولين والمجتمع المحلي وحتى المجتمع الأعم . إن اهتمامات المساهمين بزيادة أرباحهم تُعد مجرد اهتمام واحد من بين العديد من الاهتمامات التي يجب أن تفكر فيها الإدارة . إن هذا النموذج يتطلب من الشركة أن تضع في اعتبارها مسؤولياتها الاجتماعية . ويتجادل كل من (Evan & Freeman 1993) من خلال منظور Kant بشأن اختيار "نموذج الأطراف أصحاب المصالح" "Stakeholder model" . فهم ينتفعون من مبدأ "الفئة الملزمة" لـ Kant للمجادلة بأن جميع الكائنات البشرية لديها الحق في ألا تُعامل كأنها مجرد وسيلة ولكن كغاية في حد ذاتها . فيجب أن تأخذ سياسة الشركة في اعتبارها جميع الأطراف صاحبة المصلحة : ويواصل Evan & Freeman جدالهما بأنه ينبغي على جميع الفئات المتأثرة بنشاط الشركة أن يكون لها دور

فعلي في تحديد سياسة الشركة . ويذكر (Evan & Freeman 1993) المذهب الأخلاقي لـ Kant بصراحة :

« يمكننا أن نعيد بحث مفهوم الرأسمالية الإدارية باستبدال الفكرة الخاصة بمسئولية المديرين نحو المساهمين Stockholders بفكرة أنه على المديرين إقامة علاقة مبنية على الثقة مع أصحاب المصالح Stakeholder . وأصحاب المصالح يمثلون الفئات التي تملك مصلحة داخل الشركة أو لها حق على الشركة . ونضم على وجه الخصوص الموردين والعلاء والمستخدمين والمساهمين والمجتمع المحلي وكذلك الإدارة بوصفها العنصر الذي يلعب دور الوكيل لتلك الفئات . كما نفترض بأن التحديات الأخلاقية والسياسية والاقتصادية والقانونية الخاصة بالنظرية التي نتناولها حالياً للشركة تتطلب منا أن نقوم بمراجعة هذا المفهوم عبر الخطوط الفكرية الجوهرية لـ Kant . بمعنى أن تلك الفئات من أصحاب المصالح بالشركة لديها الحق في ألا تُعامل كوسيلة لتحقيق غاية معينة وبالتالي فعليها المشاركة في تحديد الاتجاه المستقبلي للشركة التي يملكون مصلحة في وجودها » .

يفترض Evan & Freeman أيضاً بأن التغييرات الحادثة في النظام القانوني بالولايات المتحدة تحتوي بشكل متزايد مفهوم أن الشركة تُدار فقط لحساب مصالح حاملي الأسهم أو Stockholders . فهما يشيران إلى أن هناك عدداً من القضايا القانونية بالولايات المتحدة والتي تظهر أنه بالرغم من استمرارية وجود مصالح "حاملي الأسهم" في المرتبة العليا إلا أن المصالح الأخرى والخاصة بالعلاء والموردين والمجتمعات المحلية والمستخدمين قد لاقت حماية مؤمنة في ظل القانون (Evan & Freeman 1993) . وقد يتجادلان بأن وجهة نظر Friedman يتم إدراكها بسبب التغييرات التي تحدث جنباً إلى جنب مع "منهج الأطراف أصحاب المصالح" .

وتقوم الشركة وفق "نموذج الأطراف أصحاب المصالح" بتنسيق مصالح تلك الفئات . فمن خلال الشركة فقط تستطيع كل فئة من "أصحاب المصالح" أن تصبح في وضع أفضل عن طريق القيام بتبديلات تطوعية . كما يفترضان بأن "الشركة تخدم في

تحقيق سعادة الأطراف أصحاب المصلحة ولن تستخدم أحدًا منهم كوسيلة لتحقيق غاية شخص آخر ؛ دون أن يملك الحقوق الكاملة للمشاركة في اتخاذ القرار . نجد هنا أن المسئولية الاجتماعية للشركة لا تمثل خياراً إضافياً من المنظور الخاص "بأصحاب المصالح" . فهي عنصر مُكمل لمسئوليات الشركة وعلى الشركة منح الكثير من الاهتمام لواجباتها الاجتماعية كما تفعل لتعظيم مستوى الأرباح .

ممارسة المسئولية الاجتماعية للشركة

سوف يتناول هذا القسم تحليل اللغة التي يستخدمها اختصاصيو العلاقات العامة في تفسير برامج المسئولية الاجتماعية للشركة ، كما سيقترح أنهم يميلون إلى الاعتماد على اللغة الخاصة بالنظريات الأخلاقية الكلاسيكية في قيامهم بذلك . ورغم هذا فمن المهم أولاً تحديد دور العلاقات العامة داخل عملية ممارسة المسئولية الاجتماعية . فعندما تقرر المنظمات التجارية الاندماج داخل مجتمعاتها المحلية فإنها عادة تحاول تفسير السبب وراء ما يفعلونه . ومهمة التفسير تلك عادة ما تُخصص لقسم العلاقات العامة بالشركة . وهذا بالكاد يدهشنا كثيراً نظراً لأن اختصاصي العلاقات العامة يفضلون لعب دور رئيسي في تأسيس برامج خاصة بالمسئولية الاجتماعية للشركة في المقام الأول .

العلاقات العامة والمسئولية الاجتماعية للشركة

"أقبل وشاهد" تعتبر مبادرة فعلية من قبل PR - والسؤال هو هل PR هنا تشير إلى Public Relations (أو العلاقات العامة) أم إلى Propaganda Really ؟ أي (الدعاية الحقيقية) . الرسالة هي أن الطاقة النووية ... نظيفة وخضراء ... وأن الإشعاع كان متواجداً حولنا دائماً وهو طبيعي ... كما أن الطاقة النووية آمنة ... لقد سمعت كلمة "آمنة" كثيراً هنا وقد بدأت تكتسب نوعاً من سحر Orwelly .

(Scotland on Sunday Magazine ... quoted in Tilson 1993)

عادة ما تعتبر عملية ممارسة المسئولية الاجتماعية وظيفة خاصة بالعلاقات العامة لأن ذلك حيث تلتقي الشركة بالعامة من الناس خارج نطاق الأدوار المعتادة للإجراءات والعملاء . ورغم ذلك فهناك سبب رئيسي وراء ميل اختصاصي العلاقات العامة ،

إلى ربطهم بالمسئولية الاجتماعية للشركة وهو الادعاء بأنه يمكن أن تكون العلاقات العامة بمثابة آلية عمل داخل مجتمع تعددي متحرر والذي لديه كسبب في وجوده إدراك "للأهداف الاجتماعية الجديرة بالتقدير".

(Gandy 1992)

وبالنسبة لـ J. A. Pimlot (1991) - المؤرخ بمجال العلاقات العامة بالولايات المتحدة الأمريكية - فإن العلاقات العامة مرتبطة بشكل معقد بما يصفه بالمثاليات الديمقراطية . ويكتب قائلاً : « إنهم (اختصاصيو العلاقات العامة) خبراء في جعل المعلومات شعبية ... لذا فكلما كانت وظيفة (التعميم) أفضل عمل المجتمع بسلاسة أكثر » . ويتجادل Health (1992) بأن "القائمين بالاتصالات المهنيين يتمتعون بصوت رئيسي داخل سوق الأفكار" ولكن تلك الأصوات تتنافس في النهاية لتحقيق التعاون - وتنسيق الأفعال الجماعية للناس داخل المجتمع " . (Cutlip et al. (1995) يتماذى لأبعد من ذلك ويفترض بأنه على ممارسي العلاقات العامة "العمل كوكلاء أخلاقيين داخل المجتمع" . كما يجب إعدادهم لمنح الأولوية للمسئولية الاجتماعية والخدمة العامة فوق المكاسب الشخصية والمصالح الخاصة " .

(نقلًا عن: Pearson 1992)

وكل تلك الادعاءات بأن العلاقات العامة مختصة بالصالح العام تعتبر جزئيًا كرد فعل لأنواع الملاحظات المذكورة أعلاه - بأن PR تشير إلى "الدعاية الفعلية" . ورغم ذلك فمن الواضح أيضًا أن هناك خيطًا مهمًا داخل نظريات العلاقات العامة التي تدعي أن ممارسة تلك العلاقات العامة يمكن أن تُسهم بشكل إيجابي داخل المجتمع رغم أن ذلك غالبًا ما يأتي مصاحبًا للشرط الذي ينص على أن الممارسة تحتاج إلى تغيير (Grunig 1989) . وتقريبًا غني عن الذكر بأن هناك توترًا مؤكدًا بين المفهوم الخاص بأن العلاقات العامة تخدم مصالح المجتمع من جهة والمطلب الذي يفرض عليها خدمة مصالح الشركة . وأحيانًا يتم التعبير عن التوتر الناشئ بين المسئولية تجاه تلبية احتياجات الشركة والمسئولية تجاه تلبية احتياجات المجتمع باللغة المستخدمة في الوثائق العامة والخاصة بالشركات والتي تحاول تفسير ممارسة المسئولية الاجتماعية للشركة .

اللغة المستخدمة للتعبير عن المسؤولية الاجتماعية للشركة

غالبًا ما تبرر الشركات برامج المسؤولية الاجتماعية بالإشارة إلى فكرة "المصلحة الشخصية المستنيرة". فقد يتم تبرير برامج المجتمع - على سبيل المثال - من خلال الحجة النفعية القائمة على أن "الجميع يستفيد". تتحسن الصورة الذهنية للشركة مع تحقيق الاستفادة المادية للمجتمع المحلي . ويفسر لنا Neil Shau - رئيس الشركة العامة المحدودة Tate & Lyle الفوائد المتبادلة لبرامج المجتمع :

« إن أنشطتنا في المجتمع سواء داخل المملكة المتحدة أو خارجها - تركز خصيصاً على المبادرات التي تتم داخل مواقع مصانعنا وعلى الإبداء بالمساعدة المباشرة للأفراد الذين يسعون لتحصيل المزيد من العلم . وإضافةً إلى ذلك فإننا نشجع أيضاً النقل المؤقت للمستخدمين إلى مشاريع خاصة ، مؤمنين بأن ذلك لن يتمكن فقط من تحقيق إسهام قيمٍ للأنشطة الاجتماعية بل إن القيام بذلك سوف يوفر الخبرة التي ستُعين المتطوعين على تنمية قدراتهم الإدارية الخاصة . »

(Newman 1995 : 99)

وتذكر L'Etang (1996) أنه عندما يتم تبرير برامج المسؤولية الاجتماعية للشركة بناءً على أسس نفعية فإنه يبدو أن هناك محاولات قليلة من أجل التقييم وقياس أثر تلك البرامج . وهي توضح أنه إذا كان مثل هذا التقييم ناقصاً فإن الشركات لن تكون عندئذٍ في وضع تدعي من خلاله أنه قد ساهمت في جلب السعادة للآخرين . باختصار إن المسؤولية الاجتماعية للشركة المبررة على أسس نفعية تتطلب القيام بتحليل حول "التكلفة - العائد" من منظورات المانح والمتلقي والمجتمع عموماً « (ص 92) .

وهناك أيضاً مسألة أن المعلومات التي توفرها أقسام العلاقات العامة غالباً ما تشير بلغة Kant إلى مسؤوليات أو واجبات المنظمة تجاه المجتمع المحلي أو المجتمع ككل . ويشير Lord Raynor - رئيس شركة Marks & Spenser إلى أن : « يقع على عاتق جميع الشركات - خاصة المنظمات الضخمة مثل منظماتنا مسؤولية توفير الدعم من خلال المِنح والمساعدات التي تقدمها أو من خلال الجمعيات الخيرية

والوكالات المتواجدة بالمجتمع « L'Etang (1996a) . وتذكر L'Etang (1996a) أن الإدعاءات مرتبطة فقط بالممارسات الخاصة بالشركات . فهي تفترض بأن اتجاه Kant الخاص بالمسئولية الاجتماعية للشركة قد يتركز مستقبلاً على الدافع وراء البرنامج لان السعي لتحقيق الفائدة من خلال القيام بمسئولياته لن يكون عملاً أخلاقياً . ومن خلال هذا المنظور فإن برنامج المسئولية الاجتماعية للشركة يحتاج إلى القيام بإظهار أن الدافع هو الواجب وليس المصلحة الشخصية (المستنيرة أو أي نوع آخر من المصالح) . فإذا حاولت شركة ما تحسين صورتها الذهنية عبر الانخراط في المجتمع فإنها ستكون نظرتها إلى الفئات المنتفعة بصفتهم وسيلة وليست غاية في حد ذاتها وبالتالي فهي تتبنى مذهب "الفئة الملزمة" لـ Kant . وتوضح L'Etang 1996a أنه إذا قبلت الشركات مبادئ Kant وطبقتها فإن برامج المسئولية الاجتماعية للشركة في هذه الحالة تدار بطريقة مختلفة نوعاً ما . فإذا عاملت الشركة أفراد الفئات المنتفعة من المسئولية الاجتماعية على أنهم غاية في حد ذاتهم ؛ إذا عليها منحهم أوضاعاً متساوية في وصفها للعلاقة بين الشركة وبينهم . وبينما يتم اختيار اللغة المتداولة بالنظريات الأخلاقية الكلاسيكية في تفسير وتبرير المسئولية الاجتماعية المشتركة فإن الشركات تميل إلى عدم إكمال المضامين الكاملة لتلك المعتقدات الأخلاقية ويمكن أن تبقى مفتوحة أمام مواجهة "تهمة الاستخفاف" أو "التهمك" .

وهناك مشكلة أخرى وهي أن الشركات لا تتقيد بتبرير المسئولية الاجتماعية للشركة فقط من منظور Kant أو مذهب النفعية . ويذكر Robert Clark - رئيس شركة United Biscuits - أن : « التزامنا تجاه التضامن الاجتماعي نابع من إحساسنا القوي بالمسئولية الاجتماعية المرتبطة بإدراكنا للفوائد التجارية التي تحققها .. إحساس جيد وبعيد المدى بالمسئولية الاجتماعية - والتي تعتبر شيئاً جوهرياً في تحقيق الأداء التجاري الفعال وطويل الأجل » . (Newman, 1995) . وتشير L'Etang أنه : « في العديد من الأحوال تعتبر أدبيات الشركات مربكة لأنه يبدو وكأنها تنيل إلى كل من المبادئ النفعية ومبادئ Kant رغم أنه لا يدعم أحدهما الآخر بشكل مطلق » (93 : 1996a) . ورغم دقة تلك النقطة إلا أنه يمكن تفسيرها بدرجة معينة بالحقيقة

القائمة على أن المذاهب الأخلاقية الكلاسيكية تحتاج لأن تكون مدعومة من بعضها للبعض الآخر من أجل الوصول إلى مجموعة أخلاقية تُوازن بين الحقوق والالتزامات من أجل "الصالح العام" . كما يوجد سبب آخر وراء وجود مذاهب أخلاقية مختلفة وهذا يتضمن الاعتراف بأن الحديث عن موضوع المسئولية الاجتماعية للشركة قد يعني العديد من الجماهير المختلفة . وسوف يتناوله القسم التالي مناقشة حالة الشركة المحدودة "Telewest Communications" والتي تعتبر مثلاً على الشركة المانحة التي تبرر مسئوليتها الاجتماعية بطرق مختلفة ولجماهير مختلفة .

أحاديث المسئولية الاجتماعية للشركة :

الشركة العامة المحدودة Telewest Communications

يذكر "قسم العلاقات العامة" بمؤسسة Telewest Communications من خلال "حزمة المعلومات الخاصة بالمجتمع المحلي" بأن "أهم إسهام قدمته شركة Telewest للمجتمعات المحلية كان من خلال مبادراتها التعليمية ، بوضع كابلات داخل الفصول المدرسية بهدف نقل البرامج التعليمية التليفزيونية" . كما توضح شركة Telewest أنها من خلال حزمة المعلومات المشار إليها تعمل مع السلطات المحلية من أجل توفير خدمات تليفزيونية متعددة القنوات المتاحة عبر الكابلات ، إلى جانب إمكانية الاتصال المتبادل والتفاعلي عبر شبكة الإنترنت بجميع المدارس الموجودة بالمناطق التي تمتعت بالامتيازات التعاقدية التي قدمتها شبكة Telewest . لكن حزمة المعلومات المتاحة لدى شركة Telewest لم تناقش مفهوم المسئولية الاجتماعية بصراحة ولكن ضمناً حيث توجد رسالة في الحزمة مؤداها أن Telewest تقوم بواجبها أو مسئوليتها تجاه المجتمعات المحلية ومن خلال المساعدة بهذه الطريقة (البرامج التعليمية) .

من الواضح أن ذلك النوع من المشروعات يتطلب مستوى مُعيّناً من الإنفاق ، وكان يجب على التقرير السنوي للشركة لعام 1997 تفسير مسألة توصيل الكابلات التليفزيونية داخل الفصول المدرسية للمساهمين بها . وتوجد مناقشة في الحزمة

حول المشروع تحت عنوان "بناء علاقات أقوى مع العملاء" وهنا نجد أن لغة مذهب "النفعية" تستخدم بشكل أكبر في تفسير فوائد المشروع بالنسبة لكل من المجتمع والشركة في نفس الوقت . وينص التقرير السنوي على أن : "نشاطنا بالمجتمعات المحلية يمتد لما هو أبعد من مرحلتي التأسيس والتسويق ويتضح بصورة أفضل من خلال تضامنا مع المدارس والكلية" . وفيما يتعلق بقرار عرض تلك الخدمات على المجتمعات المحلية يشير التقرير إلى أنه : "قد ساعدنا العرض على تنمية دور إيجابي داخل المجتمع والارتقاء بمستوى الإدراك لمنتجاتنا لدى العملاء في المستقبل" . كما أضاف التقرير لاحقاً أن : "قد تلقى القرار تأييداً قوياً داخل الدوائر التنظيمية والسياسية والتعليمية وسوف يزيد من تدعيم وضعنا داخل المجتمعات التي نخدمها" . والنقطة الأساسية هنا هي أنه يمكن تفسير أو تبرير نفس برنامج المسئولية الاجتماعية للشركة بطرق مختلفة ومن خلال استخدام لغة مختلفة بالاعتماد على توقعات الجمهور . فإذا تم استخدام التفسير "النفعي" الذي جاء في التقرير السنوي للشركة في المجموعة الخاصة "بمعلومات المجتمع" ، عندها كان يمكن أن يكون للوسائل الإعلامية تركيز على عبارة "الارتقاء بالإدراك حول منتجاتنا لدى العملاء المرتقبين" وعندئذ فإنه سيتم وصف البرنامج على أنه ممارسة تدعو للشك فيما يخص وضع المنتج . أما إذا اكتفى التقرير بمجرد عرض تفسير للمشروع والفوائد المتوقعة منه للمجتمع قد يتساءل المساهمون ما الفائدة التي ستعود عليهم من كل هذه النفقات وكذلك على الشركة Telewest .

الخاتمة

قد يبدو أن هناك خيارين بالنظر إلى الدور الذي تلعبه العلاقات العامة في المسئولية الاجتماعية للشركة . يمكن لممارس العلاقات العامة استخدام المسئولية الاجتماعية للشركة باعتبارها مجرد عنصر آخر من عناصر خلق أو إعداد العوامل التي تثير الرضا لدى الجمهور ومن ثم تهيئة "مناخ إيجابي ومُفضل لتكوين الآراء حيال .. المؤسسة" (Steinberg 1975, quoted in Gandy, 1992) . أو قد يحاولون إدراك فكرة أنه بإمكان العلاقات العامة من خلال القيام بمحاولات حقيقية للكشف

عن متطلبات أصحاب المصالح بالمجتمع ومساعدة الشركات على أن تكون أكثر استجابة للاحتياجات الاجتماعية . ولتحقيق المطلب الأخير فإن تطبيق نموذج الأطراف أصحاب المصالح (يعتبر شرطاً مسبقاً) . وهذا النموذج يفترض أن الشركة يجب أن تُدار وفق رغبة جميع الفئات التي لديها مصلحة بها . وعلى جميع الفئات من أصحاب المصالح متضمنة المنتفعين المحتملين من المسئولية الاجتماعية للشركة المساهمة في عملية صنع القرار . وهذا قد يوضح أن الشركات تتعامل مع المنتفعين من المسئولية الاجتماعية الممكنة "بُحسن نية" وتعتبرهم غايات في حد ذاتهم .

ويُشير (Portway 1995) نقطة تتعلق بوجود مطلب حول تعقُب مستوى أداء الشركة بطريقة يمكن نقلها لأصحاب المصالح بالمجتمع . قد يأخذ هذا النوع من التقييم والقياس مكانه "في عملية إدارة علاقات الأطراف أصحاب المصالح إلى جانب برامج رضا العملاء وتقارير مسح الآراء الخاصة بالمستخدمين" ويُقر كل من Evan.& Freeman (1993) أن ذلك قد يكون وضعاً مثاليًا خياليًا لكنه قد يبدو إلى أن يقتنع جميع جماهير دوائر الأعمال بأن المسئولية الاجتماعية للشركة هي أكثر من مجرد المصلحة الشخصية ، فإن أقسام العلاقات العامة ستواصل استخدام التفسيرات المختلفة المبنيّة على المذاهب الأخلاقية المختلفة لتبرير المسئولية الاجتماعية للشركة لجميع جماهيرها المختلفة .

ملاحظات

- للحصول على تفسير شامل لجميع المصطلحات ومناقشة حول وجهات النظر والقضايا المرتبطة بأخلاقيات ودوائر الأعمال انظر (Chryssides & Kaler 1993) .
- هذه المناقشة لا تقدّر تأثير الأخلاقيات الدينية والتي لها تأثير واضح وعميق على أخلاقيات دوائر الأعمال داخل العديد من الثقافات . فمثلا نجد أنه أحياناً يُطلق على النظرية التي تنص على أن هناك أفعالاً معينة تعتبر صحيحة لأن "الله يأمرنا بالقيام بها من خلال التوراة أو الإنجيل أو القرآن - اسم "نظرية الأمر الإلهي" .

ويؤكد من حين لآخر داخل المناقشات التي تدور حول القضايا المرتبطة بالمسئولية الاجتماعية للشركة بأن هناك جماعات معينة مثل جماعة Quakers (أو المهتمين) قد أظهرت أنها تسلك منهجاً قائماً على الإيثار (حب الغير) في معاملاتهم التجارية كما تقوم بتقديم المساعدة للمجتمعات المحلية . وتشير L'Etang (1996a) إلى وجود ارتباط هنا بين "حب الإنسانية" و "المسئولية الاجتماعية" قد أتفق مع ذلك لكنني سأضيف أنه يبدو أيضاً وجود سوء فهم جوهري حول ما يحفز تلك الجماعات الدينية التي تتصرف بهذا الأسلوب لأن هناك أيضاً أنواعاً من السلوكيات المذكورة في الكتب الدينية المنزلة تجاه المستخدمين والمجتمع .