

## راهبردهای ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی در دانشگاه‌ها

فاطمه ثقفی<sup>۱</sup> و معصومه پورعلی<sup>۲</sup>

### چکیده

طی دهه اخیر، مفهوم مسئولیت اجتماعی سازمانی به گفتمان غالب و حاکم بر حوزه مدیریت سازمان‌ها تبدیل شده است و سازمان‌های بزرگ و معتبر جهانی، مسئولیت در برابر جامعه و محیط اجتماعی را جزئی از استراتژی سازمانی خود می‌بینند. در این سازمان‌ها مسئولیت اجتماعی با هدف هدایت آن‌ها در راستای کمک به سلامت و رفاه جامعه به طرق اخلاقی و شفاف مورد توجه قرار گرفته است. در سال‌های اخیر برخی دانشگاه‌ها نیز به مسئولیت اجتماعی به‌عنوان رویکردی برای توسعه پایدار روی آورده‌اند و آن را در بیانیه مأموریت خود گنجانده‌اند. اعتقاد بر این است که دانشگاه‌ها می‌توانند با همکاری سازمان‌های داخلی و بین‌المللی و از طریق توسعه سرمایه‌های انسانی به تأثیر سازنده خود بر جامعه بیفزایند و در غیر این صورت، آینده‌ای نخواهند داشت. از این رو پژوهش حاضر با هدف شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه‌ها و ارائه راهبردهایی جهت ارتقای آن‌ها انجام شده است. روش پژوهش حاضر اسنادی و به‌صورت توصیفی-تحلیلی است. داده‌ها در این پژوهش به‌صورت کتابخانه‌ای با مطالعه منابع موجود در این زمینه شامل، مقالات مرتبط با موضوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی گردآوری شده‌اند. بر اساس مطالعات صورت گرفته، مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه دارای پنج بعد شامل مسئولیت بشردوستانه در قبال جامعه، مسئولیت اقتصادی در جامعه، مسئولیت عمومی اخلاق‌گرایی، مسئولیت قانون‌گرایی در جامعه و مسئولیت فناوری در قبال جامعه و همچنین دارای ۱۵ مؤلفه است که از دید صاحب‌نظران، بعد اجتماعی اهمیت بیشتری در میان مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارد، لذا با توجه به این‌که دانشگاه‌ها از جمله تأثیرگذارترین سازمان‌های اجتماعی‌اند که در توسعه و گسترش هنجارهای اجتماعی سهم بسزایی دارند و هنجارهای پذیرفته‌شده در جامعه زمانی درک خواهند شد که از جانب نهادی دانش‌محور مورد توجه قرار گیرد، مسئولان باید به این امر توجه بیشتری مبذول دارند.

**واژگان کلیدی:** مسئولیت اجتماعی سازمانی، استراتژی سازمانی، مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها

<sup>۱</sup> نویسنده مسئول: دانشیار گروه مدیریت صنعتی دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، رایانامه: fsaghafi@ut.ac.ir

<sup>۲</sup> دانشجوی کارشناسی ارشد گرایش مدیریت پروژه، دانشگاه تهران، تهران.

## مقدمه

انسان موجودی اجتماعی است و نیازهای خود را از طریق تعامل با اجتماع و زندگی در آن برطرف می‌سازد، یعنی در یک محیط بسته فعالیت نمی‌کند و در تعامل با زیر سیستم‌های متنوعی است و به عبارت ساده‌تر، یک نظام فرعی از نظام اجتماعی را تشکیل می‌دهد و بنابراین فعالیت در آن نیازمند یادگیری یکسری مهارت‌هایی است که فراگیری درست آن قواعد می‌تواند منجر به شکل‌گیری مسئولیت اجتماعی گردد. مسئولیت اجتماعی به‌طور روزافزون به یک مفهوم مهم جهانی و به بخشی از مباحثه مربوط به رقابتی بودن و تاب-آوری در فضای جهانی شدن تبدیل شده است. یکی از پرکاربردترین تعاریف از مسئولیت اجتماعی، تعریفی است که از سوی شورای جهانی کسب‌وکار برای توسعه پایدار ارائه شده است؛ طبق این تعریف مسئولیت اجتماعی به‌عنوان تعهد مستمر شرکت‌ها به رفتار اخلاقی و کمک به توسعه اقتصادی هم‌زمان با بهبود بخشیدن به کیفیت زندگی نیروی کار خود و خانواده‌های آن‌ها به‌عنوان یک کل تلقی شده است (آلزیود و هانی، ۲۰۱۵). با تغییر پارادایم توسعه از توسعه اقتصادی به توسعه پایدار، نقش و کارکرد آموزش عالی دچار تحولات اساسی شده است. دیدگاه‌های نوین به سیاست‌های آموزش عالی منجر به هدف‌گذاری‌های جدید و انتظارات جدیدتر از نقش دانشگاه‌ها شده است چنان‌که با ورود به نسل سوم دانشگاه‌ها و ارتباط بیش‌ازپیش آن‌ها با صنعت و جامعه، مسؤله عمل کردن در قبال جامعه موضوعی است که با گسترش روزافزون اثرگذاری جامعه دانشگاهی بر محورهای تشکیل-دهنده توسعه پایدار یعنی «اقتصاد»، «جامعه» و «محیط‌زیست» در سال‌های اخیر شدت گرفته است. از آنجاکه آموزش عالی از طرفی در محیط و بازار رقابتی کامل، بالغ و متنوع شده است و از سوی دیگر محیط ملی و جهانی آن در تحول ژرف، پر دامنه و مستمر قرار دارد بنابراین دانشگاه‌ها برای رویارویی با چالش‌ها و فرصت‌ها، باید شکل و ساختار خود را تغییر دهند (بورستا و مارینسکو، ۲۰۱۱). دانشگاه‌ها صرفاً فراهم‌کنندگان خدمات آموزشی و پژوهشی نیستند بلکه شکل‌دهنده هویت افراد مسئولیت‌پذیر نسبت به کشور خود و سایر کشورهای جهان نیز هستند (سالیوان، ۲۰۰۳)؛ بنابراین دانشگاه‌ها نقش مهمی را در ایجاد توانایی نسل آینده به‌منظور دستیابی به موفقیت، رویارویی با پدیده جهانی شدن و رشد اقتصادی و ساخت آینده‌ای پایدار برای مردم در سراسر جهان ایفا می‌کنند (ستو پامیس و همکاران، ۲۰۱۱). در این راستا مسئولیت اجتماعی دانشگاهی به موضوع محوری

<sup>3</sup> Alzyoud & Hani

<sup>4</sup> Burcea & Marinescu

<sup>5</sup> Sullivan

<sup>6</sup> Seto-Pamies et al

بحث‌های تأثیرگذار در سازمان‌های مربوط به آموزش عالی در قرن بیست‌ویک تبدیل شده است (ساواسدیکوسول<sup>۷</sup>، ۲۰۰۹). همان‌گونه که مبانی علمی مسئولیت اجتماعی دانشگاه، مؤید دیدگاه کمیسیون اروپا (۲۰۰۶) تأکید می‌کند هر سازمانی تأثیراتی بر جامعه دارد و به میزان این تأثیر باید مسئولیت‌پذیر و پاسخگو باشد بنابراین، دانشگاه نیز به‌مثابه یک سازمان باید مسئولیت پیمادهای ناشی از استراتژی‌ها، ساختار، سیاست‌ها و عملکردهایش را برعهده بگیرد و به‌منظور درک بهتر الگوی نوین مدیریت دانشگاه، در نظرگرفتن دیدگاه کمیسیون اروپا حائز اهمیت است (آرگاندونا<sup>۸</sup>، ۲۰۱۲). از منظر این دیدگاه، مسئولیت اجتماعی دانشگاهی به‌عنوان «تعهد ضمنی از جانب دانشگاه محسوب می‌شود که علت وجودی آن، گسترش و اجرای اصول و ارزش‌های عمومی و خصوصی از طریق عملکردهای دانشگاه از قبیل مدیریت، آموزش، پژوهش و پروژه‌های خارجی است و به‌این‌ترتیب، دانشگاه سعی در اجرای رضایت‌بخش مسئولیت‌های برگرفته از جامعه دارد.» به‌عبارت‌دیگر، مسئولیت اجتماعی دانشگاهی به معنای ارائه خدمات آموزشی و گسترش دانش از راه اخلاقی است که در واقع همان مدیریت شایسته، احترام و تعهد به جامعه است (وازکز و همکاران<sup>۹</sup>، ۲۰۱۳). حال آنکه دانشگاه در رابطه با مسئولیت اجتماعی تعهدی دوگانه دارد. اول اینکه دانشگاه به‌مثابه یک سازمان در جامعه فعالیت می‌کند و شایسته است نسبت به مسائل اجتماعی چه از نظر روحی و روانی و چه از منظر مسائل زیست‌محیطی حساس باشد و در قبال جامعه درون‌سازمانی (اعضای هیئت-علمی، کارکنان، مدیران و دانشجویان) و برون‌سازمانی خود (جامعه‌ای که به آن تعلق دارد) احساس مسئولیت کند. دومین تعهد و مهم‌تر آن که دانشگاه علاوه بر این که با تدوین استراتژی مسئولیت اجتماعی خود الگویی برای این امر مهم است، عهده‌دار وظیفه آموزش و ترویج فرهنگ مسئولیت اجتماعی به سازمان‌ها، شهروندان و جامعه نیز خواهد بود و شایسته است که دانشگاه هم در نقش سازمانی و نهادی خود، مسئولیت اجتماعی را رعایت کند و به آن پایبند باشد و هم با رفتار، برنامه‌ها و عملکردهایش مروج فرهنگ مسئولیت اجتماعی در سازمان‌ها و جامعه باشد. بنابراین از منظر تمایزی که دانشگاه در رابطه با مسئولیت اجتماعی نسبت به سایر سازمان‌ها و بنگاه‌های کسب‌وکار دارد، نقش مهم‌تری را در جامعه ایفا می‌کند. بر اساس مطالعات اشاره‌شده، پرداختن به مقوله مسئولیت‌پذیری اجتماعی برای دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی ثمربخش است و به ساختن جامعه‌ای متعهد کمک خواهد کرد. لذا هدف از پژوهش حاضر شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی

<sup>7</sup> Sawasdikosol

<sup>8</sup> Argandona

<sup>9</sup> Vazquez et al

دانشگاه‌ها و ارائه‌ی راهبردهایی جهت ارتقای آن‌ها است. این مقاله به شرح زیر ارائه شده است.

## بیان مسئله

یکی از مسائل مشترکی که دانشگاه‌ها در سطح جهانی با آن روبه‌رو هستند، مسئولیت اجتماعی آن‌ها در قبال محیط خود است (بارون<sup>۱۰</sup>، ۲۰۰۷). این موضوع و توجه به آن رو به افزایش است و این نوع نگاه به کارکردهای دانشگاهی اضافه شده است. مدیران امروز باید ابعاد اجتماعی عمومی حرفه خود را بشناسند و برای رویارویی با آثار سازمان خود برای محیط اجتماعی آماده باشند (الوانی<sup>۱۱</sup>، ۲۰۰۹). واحدهای دانشگاهی نشان داده‌اند که نمی‌توانند با به‌کار بردن رویکردها و راهبردهای قدیمی پاسخگوی نیاز ذینفعان و قشرهای مختلف جامعه باشند. به‌عبارت‌دیگر، انگاره و راهبردهایی که در خلال دهه گذشته تا امروز در آموزش عالی به کار می‌رفت، برای برآورده کردن انتظارات اقتصادی، علمی، سیاسی و اجتماعی منحصر به فرد نظام آموزش عالی این عصر مناسب نیست و نیاز است که دانشگاه‌ها به‌سوی به‌کارگیری راهبردهای جدید حرکت کنند و هم‌اکنون دانشگاه‌های بسیاری در سطح جهان به دنبال تجدیدنظر و اصلاح سیاست‌های پیشین خود برای اعمال اصول پایداری در سیاست‌ها و مدیریت خود هستند تا قابلیت‌های ناپایداری را که سال‌ها از طریق آموزش عالی ترویج شده است، بررسی و در نوع رابطه خود با جامعه تجدیدنظر کنند (آراسته و امیری<sup>۱۲</sup>، ۲۰۱۲). در مجموع، این سؤال مطرح می‌شود که ابعاد و مؤلفه‌های ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمانی دانشگاه‌ها چیست؟

درباره مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از دهه ۱۹۵۰ در ادبیات آکادمیک بحث شده است و این مفهوم امروزه به‌طور گسترده در پژوهش‌های حسابداری و مدیریت مورد توجه قرار گرفته است و با مروری بر روند تکامل مفاهیم آن واضح است که جنبشی از نگرش اخلاقی فلسفی به نگرش مدیریتی ایجاد شده است و به‌طور خاص در یک دهه اخیر مبانی اخلاقی در تصمیمات مدیریتی رشد یافته و پایه‌های هنجاری را برای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها فراهم کرده است. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها با رویکردی جدید و نوظهور در هزاره جدید کلیدی برای ایجاد تغییرات اساسی در اشخاص، سازمان‌ها و جامعه و نیز اطمینان یافتن از توجه به کلید تفاوت‌ها و تغییرات در سطح جامعه است و همچنین به‌عنوان مدلی جامع و جدید در قالب مدل DNA واحدهای کسب‌وکار به دنبال ایجاد ارزش حاکمیت مطلوب، مشارکت اجتماعی مناسب و

<sup>10</sup> Baron

<sup>11</sup> Alvani

<sup>12</sup> Arasteh & Amiri

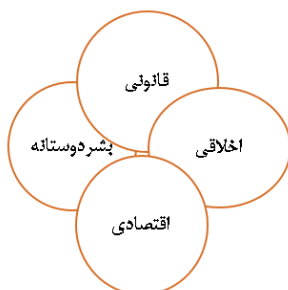
یکپارچگی و امانت‌داری محیطی است. با بررسی ادبیات در زمینه مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها می‌توان مدل‌های زیر را به‌عنوان مدل‌های اصلی توضیح‌دهنده مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها بیان کرد. مدل هرمی کارول: طبق این مدل که در شکل ۱ نشان داده شده است، مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها از چهار قسمت اقتصادی (به دست آوردن سود)، قانونی (هماهنگی با قوانین)، اخلاقی (اخلاق) و بشردوستانه (شهروند خوب) تشکیل شده است (گوا<sup>۱۳</sup>، ۲۰۰۸). مؤلفه‌های مدل مسئولیت اجتماعی از نظر سلسله مراتبی اهمیت کمی دارند. بر این اساس مسئولیت قانونی پایه محسوب می‌شود و همه مسئولیت‌های دیگر دلالت بر مسئولیت اقتصادی دارند و از شرکت‌ها انتظار می‌رود که در چارچوب قانون عمل کنند و مسئولیت قانونی لایه بعدی هرم است. در رأس این هرم مسئولیت بشردوستانه قرار دارد که اختیاری است و کمترین اهمیت را در هرم دارد. هر چه به رأس هرم نزدیک می‌شویم، از اهمیت این مؤلفه‌ها کاسته می‌شود (گوا، ۲۰۰۸). مدل دوایر متقاطع: چارچوب مدل هرمی کارول نمی‌تواند طبیعت قلمروهای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها را به‌طور کامل ارائه کند و ارتباط متقابل بین آن‌ها را به تصویر بکشد. قلمروهای مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در تعامل با هم قرار دارند و یکی از ویژگی‌های جدایی‌ناپذیر مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها همان ارتباط متقابل است. بر این اساس در مدل دوایر متقاطع مسئولیت‌های مختلف با یکدیگر روابط پویا و متقابل دارند و به‌طور خاص مسئولیت اقتصادی اساسی‌ترین مسئولیت نیست. به‌عبارت‌دیگر، مسئولیت‌های قانونی، اخلاقی و بشردوستانه به همان اندازه‌ی مسئولیت اقتصادی برای کسب‌وکار اهمیت دارد. مدل دوایر متحدالمركز: این مدل شبیه مدل هرمی است که در آن نقش اقتصادی کسب‌وکار هسته اصلی مسئولیت اجتماعی است. همچنین شبیه مدل دوایر متقاطع است که در آن به روابط متقابل بین قلمروهای مسئولیت اجتماعی شرکت توجه می‌شود. بدین ترتیب که همانند مدل هرمی کارول مسئولیت‌های اقتصادی در مرکز مدل قرار دارند اما نسبت به سایر قلمروها اهمیت بیشتری ندارند. در مقابل، مسئولیت‌های بشردوستانه بیشترین اهمیت را دارند اما این مسئولیت نیز باید با توجه به قلمرو اقتصادی انجام شود.



شکل ۱. مدل هرمی کارول (کارول<sup>۱۴</sup>، ۱۹۹۱)

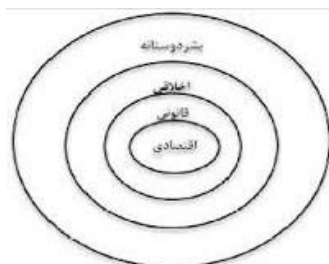
<sup>13</sup> Geva

<sup>14</sup> Carroll



شکل ۲. مدل دواير متقاطع (گوا، ۲۰۰۸)

در این مدل (شکل ۳) هر عضو دایره داخلی در عین حال عضو دایره گسترده‌تر بیرونی است اما این رابطه برعکس نیست (گوا، ۲۰۰۸).



شکل ۳. مدل دواير متحدالمرکز (گوا، ۲۰۰۸)

بدون تردید نظام آموزش عالی نقش اساسی در توسعه جامعه دارد (پریخ و فتاحی، ۱۳۸۴). امروزه مراکز آموزش عالی سه مأموریت اصلی آموزش، پژوهش و ارائه خدمات را بر عهده دارند؛ بنابراین با توجه به نقش مهم این نهادها در ابعاد گوناگون، اطمینان یافتن از کیفیت مطلوب عملکرد هر یک از کارکردهای آن به منظور جلوگیری از هدر رفت سرمایه‌های مادی و انسانی ضرورتی انکارناپذیر است اما در کنار این عوامل و شاید مهم‌تر از آن‌ها رعایت موضوعات اخلاقی و اجتماعی است که تحت عنوان مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها معروف شده است. پژوهشگران و صاحب‌نظران مختلفی در زمینه مسئولیت‌های اجتماعی دانشگاه بررسی‌هایی انجام داده‌اند. (احمد<sup>۱۵</sup>، ۲۰۱۲) پژوهشی با عنوان «آیا دانشگاه می‌تواند به-عنوان یک راهبر در مسئولیت اجتماعی سازمانی نقش ایفا کند؟» را در مالزی انجام داد. این مقاله در صدد این بود تا ارتباط بین مسئولیت اجتماعی سازمانی و ایجاد ظرفیت برای زندگی پایدار را تعیین کند؛ با این رویکرد که چگونه ذینفعان دانشگاه از قبیل دانشجویان می‌توانند در توسعه مسئولیت اجتماعی سهم بسزایی داشته باشند. در این

پژوهش مسئولیت اجتماعی دانشگاه میان چهارده مؤسسه آموزش عالی دولتی و خصوصی در مالزی بررسی شد. نتایج نشان دادند که در مجموع افراد مورد آزمون از نیاز به حفاظت از محیطزیست و از نقشی که مسئولیت اجتماعی سازمانی در توسعه هرچه بیشتر ایجاد جامعه‌ای پاسخگو و مسئولیت‌پذیر ایفا می‌کند، آگاه‌اند اما در این راستا با فقدان فعالیت‌هایی از جانب جامعه دانشگاهی روشن شد که صرف اطلاع از این موارد جهت پیشبرد و توسعه مسئولیت اجتماعی از سوی دانشگاه کافی نیست و پیرامون این مسئله راهکارهایی جهت بهبود ارائه شد.

(لنوتا روس، کلودیا و همکاران<sup>۱۶</sup>، ۲۰۱۴)، مقاله‌ای را تحت عنوان «سازمان یادگیرنده و مسئولیت اجتماعی در مؤسسات آموزش عالی رومانی» ارائه کردند. این مطالعه رابطه میان سازمان یادگیرنده و مسئولیت اجتماعی دانشگاه را بررسی کرد. بدین منظور رابطه سه گروه ذینفعان داخلی را مطالعه کرد: دانشجویان، کارکنان با نقش‌های رهبری، نظارت، ارزیابی و کنترل و همچنین کارکنان درگیر در توسعه برنامه‌های آموزشی. ابعاد مختلف سازمان یادگیرنده درجات متفاوتی از ارتباط با مسئولیت اجتماعی دانشگاه را ارائه کرد. این روابط بنا بر عضویت در سازمان رسمی متفاوت است. نتایج این پژوهش نقش دانشگاه‌ها را نه تنها به عنوان سازمان‌هایی که در آن یادگیری و آموزش رخ می‌دهد بلکه به مثابه سازمان‌های یادگیرنده‌ای روشن می‌سازد که قادر به داشتن دوره مسئولیت اجتماعی در فرایند شکل‌گیری و توسعه حرفه‌ای خود هستند.

(آتاکان و اکر<sup>۱۷</sup>، ۲۰۱۴) پژوهش خود را با عنوان «هویت سازمانی یک دانشگاه مسئول به لحاظ اجتماعی: یک مطالعه موردی در زمینه‌ی بخش آموزش عالی ترکیه» عرضه کردند. این مطالعه به تشریح طرح‌های مسئولیت اجتماعی در یکی از مؤسسات آموزش عالی ترکیه می‌پردازد. پژوهش مذکور از نوع مطالعات کیفی است که در این راستا شرحی عمیق از نحوه طرح‌ریزی فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی در قالب برنامه‌ی هویت سازمانی دانشگاه بیگلی استانبول ارائه داده است. به منظور گردآوری داده‌های اولیه مصاحبه‌هایی عمیق با افراد دانشگاهی شامل کارکنان، مدیران مسئول در برنامه‌ی هویت‌سازمانی و پروژه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه صورت گرفت. از مصاحبه‌شوندگان در خصوص اطلاعات مربوط به انگیزه‌های مدیریت هویت‌سازمانی و به‌ویژه دلایل مشارکت در فعالیت‌های بشردوستانه به‌عنوان بخشی از مدیریت هویت‌سازمانی سؤالاتی پرسیده شد. مصاحبه‌ها به‌نوعی تمامی فعالیت‌های بشردوستانه، نحوه‌ی اجرا و برآیند آن در زمینه‌ی منافع مربوط به جامعه، دانشگاه، واحدها و نیز دانشجویان درگیر در این پروژه‌ها را پوشش می‌داد. علاوه بر

<sup>16</sup> Lenuta Rus, Claudia *et al*

<sup>17</sup> Atakan & Eker

مصاحبه با عاملان اصلی، از اسناد سازمانی موجود در قالب کتاب راهنمای دانشجویان و نشریات مربوطه نیز به‌منظور منابع گردآوری داده‌های ثانویه درباره گزارش مأموریت دانشگاه و فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی بهره گرفته شد. اصلی‌ترین یافته در این پژوهش این بود که فعالیت‌های بشردوستانه یکی از عناصر اصلی برنامه هویت‌سازمانی دانشگاه استانبول است و این دانشگاه، انگیزه‌های نوع‌دوستانه برای طرح‌های مسئولیت اجتماعی خود دارد. یافته‌های این پژوهش جهت پیاده‌سازی مسئولیت اجتماعی در سایر دانشگاه‌ها حائز اهمیت است.

### روش‌شناسی

روش پژوهش حاضر اسنادی و به‌صورت توصیفی-تحلیلی است. روش اسنادی یعنی آن دسته از اسنادی که شامل اطلاعات درباره پدیده‌هایی است که قصد مطالعه آن‌ها را داریم. در روش اسنادی، علاقه پژوهشگر این است که از فهم مقاصد و انگیزه‌ها یا اسناد و متون یا تحلیل‌های تأویلی یک متن خارج شود و آن را به‌عنوان زبان مکتوب و گفتمان نوشتاری نویسنده پذیرفته و مورد استناد قرار دهد (صادقی‌فسایی و عرفان‌منش، ۱۳۹۴). از این رو داده‌ها در این پژوهش به‌صورت کتابخانه‌ای و با مطالعه منابع موجود در این زمینه شامل مقالات مرتبط با موضوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی گردآوری، مرور و دسته‌بندی شده‌اند و راهبردهای مسئولیت‌پذیری مبتنی بر مقالات موجود استخراج شده است.

### نتایج

به‌منظور تبیین ابعاد و مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی و ارائه راهبردهایی جهت ارتقای آن‌ها، تعدادی از نظریات و مدل‌های معروف و کاربردی مسئولیت‌پذیری اجتماعی مقایسه شد و تأکید بیشتر بر روی مدل نظری کارول بود چراکه نسبت به سایر مدل‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی کاربردی‌تر و بیشترین شباهت را با جو و ساختار دانشگاه دارد. در این مطالعه علاوه بر ابعاد مسئولیت‌پذیری شرکت‌ها (ابعاد عمومی، فرهنگی، قانونی و اقتصادی) بعد فناوری نیز افزوده شده است. تفاوت اصلی مسئولیت‌پذیری دانشگاه با شرکت‌های خصوصی در اهمیت کلیدی مسئولیت اجتماعی در خصوص دانشگاه‌ها است. بدین دلیل که دانشگاه‌ها مراکز ذکاوت، دانش و فعالیت خلاق هستند و در توسعه علمی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی جامعه نقش کلیدی دارند. به‌خصوص اینکه دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی دانش کسب‌شده، علم، پژوهش، فعالیت‌های نوآورانه و هنرمندانه را حفظ می‌کنند و توسعه می‌دهند و در بحث‌های اجتماعی و اخلاقی جامعه نقش مهمی دارند. علاوه بر این، نهادهای آموزشی نقش ویژه‌ای در جامعه دارند و خدمات مربوط به انتقال دانش به افراد، سازمان‌های عمومی و خصوصی و جامعه را به‌طور کلی فراهم می‌کنند.



جدول ۱. مقالات بررسی شده و راهبردهای استخراج شده

سال	راهبرد استخراج شده	عنوان مقالات
۱۳۹۳	شناسایی مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها	شناسایی مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی دانشگاه‌ها با استفاده از تکنیک دلفی فازی (مطالعه موردی دانشگاه شیراز)
۱۳۹۳	تبیین رابطه بین جامعه‌پذیری سازمانی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی	روابط ساده و ترکیبی بین جامعه‌پذیری سازمانی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی (مطالعه موردی کارکنان دانشگاه ارومیه)
۱۳۹۴	شناسایی و اولویت‌بندی عوامل تأثیرگذار در مسئولیت‌پذیری دانشجویان	مسئولیت‌پذیری دانشجویان؛ عوامل تأثیرگذار و اولویت‌ها (مطالعه موردی دانشگاه آزاد واحد قم)
۱۳۹۴	جست‌وجوی راهکارهای ارتقاء مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان با تأکید بر کدهای اخلاقی	تبیین الگوی ارتقاء مسئولیت‌پذیری اجتماعی سازمان
۱۳۹۵	ارزیابی مسئولیت‌پذیری اجتماعی	مؤلفه‌های ارتقای مسئولیت‌پذیری اجتماعی (مطالعه موردی دانشگاه آزاد اسلامی)
۲۰۱۷	مرور ادبیات مسئولیت اجتماعی دانشگاه جهت شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مسئولیت اجتماعی دانشگاه	<b>Analysing the literature on university social responsibility: A review of selected higher education journals</b>
۱۳۹۷	مطالعه وضعیت موجود دانشگاه در رابطه با مسئولیت اجتماعی آن	مسئولیت اجتماعی در دانشگاه‌ها (مطالعه موردی دانشگاه تهران)
۱۳۹۷	شناسایی ابعاد، مؤلفه‌ها و مدل‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها	مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت‌ها: مفاهیم، ابعاد، نظریه‌ها و مروری بر مدل‌های آن
۱۳۹۸	مفهوم‌سازی مسئولیت اجتماعی دانشگاه در کشور ایران	مفهوم‌سازی مسئولیت اجتماعی دانشگاه در ایران
۲۰۲۰	شناسایی مدل‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی	<b>Reexamining Consumers' Cognition and Evaluation of Corporate Social Responsibility via a DANP and IPA Method</b>
۱۳۹۹	بررسی عوامل مؤثر بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشجویان	شناسایی عوامل اثرگذار بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشجویان

بر مبنای مقالات مطالعه شده، مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه دارای پنج بعد شامل مسئولیت بشردوستانه در قبال جامعه، مسئولیت اقتصادی در جامعه، مسئولیت عمومی اخلاق‌گرایی، مسئولیت قانون‌گرایی در جامعه و مسئولیت فناوری در قبال جامعه است و دارای ۱۵ مؤلفه شامل تعامل با جامعه، عدالت اجتماعی، التزام اجتماعی، محیط‌زیست در جهت توسعه پایدار و نقش محلی - ملی - بین‌المللی برای بعد مسئولیت بشردوستانه، مسئولیت مالی، توجه به منافع اقتصادی جامعه و توجه به توسعه اقتصادی جامعه برای بعد مسئولیت اقتصادی، احترام به ارزش‌ها و هنجارها، پاسخگویی و اخلاق حرفه‌ای برای بعد مسئولیت عمومی اخلاق‌گرایی، فراگیر کردن قانون و التزام به قانون برای بعد مسئولیت قانون‌گرایی در جامعه، دانش اقتصادی و گسترش نوآوری برای بعد مسئولیت فناوری است که جهت ارتقای این ابعاد و مؤلفه‌ها می‌توان سازوکارهای گسترش و الزام مأموریت بر سه حوزه‌ی جامعه درونی، جامعه منطقه‌ای - کشوری و جامعه جهانی را برای بعد مسئولیت بشردوستانه و شفافیت مالی، تحول در وابستگی شدید شهریه به دانشجویان به‌سوی گسترش منابع مالی پایدار را برای بعد مسئولیت اقتصادی و تلاش برای گفت‌وگو سازی و ارائه‌ی الگوی فرهنگی برای نظام آموزش عالی را برای بعد مسئولیت عمومی اخلاق‌گرایی و تلاش برای رعایت قوانین آموزشی در دانشگاه جهت الگو قراردادن دانشگاه از منظر قانون‌گرایی در جامعه را برای بعد مسئولیت قانون‌گرایی و توجه هم‌زمان به رویکرد - های مأموریت‌گرایی و مسئولیت در تدوین راهبردها را برای بعد مسئولیت فناوری در پیش گرفت.

مدیران می‌توانند با برقراری چارچوب حاکمیت مؤثر سازمانی، سازوکارهای مدیریت ریسک و برقراری فرآیندهای تصمیم‌گیری مسئولانه تداوم رویکرد مسئولیت اجتماعی را در بنگاه فراهم نمایند و با اجرای برنامه‌های مرتبط و پایش تأثیرات آن، از حرکت در مسیر تبدیل‌شدن به یک بنگاه مسئولیت‌پذیر و شهروند اجتماعی اطمینان حاصل کنند. پایداری مالی و اقتصادی بنگاه، امکان توجه و توسعه اقتصادی در جامعه محلی بنگاه را تسهیل می‌کند و این امر زمینه توسعه زیرساخت‌های اجتماعی را فراهم می‌آورد. جهت ارتقای بعد اقتصادی مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌شود راهکارهای زیر در نظر گرفته شود.

- مسئولیت و عملکرد مالی و اقتصادی
- توجه به منافع و توسعه اقتصادی جامعه
- رویه‌های خرید و تأمین
- به‌کارگیری مسئولانه نوآوری، فناوری و دانش در راستای تقویت اقتصادی و توسعه پایدار

حوزه مسئولیت‌های قانونی در واقع میزان التزام به پاسخ‌گویی و انجام قانون و رعایت مقررات است و به عبارتی این بخش انتظارات جامعه از بنگاه را شامل می‌شود که این قوانین بعضاً می‌توانند فراتر از چارچوب قوانین مکتوب باشند. در این معیار مسئولیت قانونی بر اساس میزان توجه و احترام به ارزش‌ها و هنجارهای جامعه و مجموعه سیاست‌ها، تدابیر، برنامه‌ها و اقداماتی که برای حفظ محیط‌زیست، کاهش آلاینده‌ها و استفاده مسئولانه از منابع طبیعی و نیز التزام به مدیریت مسئولانه محصولات و خدمات در طول چرخه عمر انجام می‌دهد، توصیف می‌شود. جهت ارتقای بعد قانونی مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌شود راهکارهای زیر در نظر گرفته شود.

- پاسخ‌گو بودن و التزام به قوانین مرتبط با فعالیت‌ها و کسب‌وکار
- حفظ محیط‌زیست و استفاده مسئولانه از منابع طبیعی
- مسئولیت‌پذیری و حمایت از کاربران و مراجعین
- ارائه محصولات و خدمات در چارچوب الزامات قانونی
- مسئولیت‌پذیری در قبال کارکنان
- مدیریت شرایط ایمنی و بهداشتی محیط کار

مسئولیت‌های اخلاقی آن دسته از فعالیت‌ها و روش‌هایی را شامل می‌شود که اعضای جامعه از بنگاه‌ها انتظار دارند انجام دهند یا از انجام آن‌ها پرهیز کنند، حتی اگر به صورت قانون، مدون نشده باشد. مسئولیت اخلاقی معیارها، هنجارها یا انتظاراتی را در برمی‌گیرد که توجه به آنچه را که مصرف‌کنندگان، کارکنان، سهامداران و جامعه منصفانه، عادلانه یا منطبق بر رعایت حقوق معنوی ذی‌نفعان و حمایت از آن‌ها می‌نگرند، منعکس می‌کند. به تعبیری تغییر در اخلاقیات یا ارزش‌ها، مقدم بر وضع قوانین است زیرا اخلاقیات نیروی محرکی برای وضع قوانین و مقررات است. جهت ارتقای بعد اخلاقی مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌شود راهکارهای زیر در نظر گرفته شود.

- رعایت اخلاق، انصاف و عدالت در کسب‌وکار
- رعایت اخلاق و صداقت در راستای ایجاد وجهه و شهرت مناسب برای بنگاه
- شفافیت و گزارش دهی اجتماعی (عمومی)

دیدگاه مسئولیت‌های داوطلبانه و انسان دوستانه به واسطه آنکه امری خودجوش بوده و افراد بیشتری در آن سهیم هستند، می‌تواند به کمک‌های مؤثرتری منجر شود. اقدامات توسعه‌ای در ترویج سلامت و آموزش در جامعه و نیز حمایت و همکاری در توسعه زیرساخت‌ها در واقع مسئولیت‌های داوطلبانه و انسان دوستانه‌ای است که بر افزایش رفاه

اجتماعی و کیفیت زندگی در جامعه تأثیر به‌سزایی دارد. جهت ارتقای بعد بشردوستانه مسئولیت‌پذیری اجتماعی می‌شود راهکارهای زیر در نظر گرفته شود.

- توسعه و ترویج فرهنگ سلامت و آموزش در جامعه
- حمایت از توسعه زیرساخت‌ها و رفع یا کاهش مشکلات منطقه‌ای و کمک به ایجاد رفاه اجتماعی و کیفیت زندگی
- مشارکت بنگاه در جامعه به‌عنوان یک شهروند (اجتماعی)

### نتیجه‌گیری

از منظر رویکرد سیستمی، دانشگاه به‌عنوان یک عنصر اساسی از سیستم اجتماعی کلان محسوب می‌شود؛ بنابراین اگر به‌صورت یک واحد ایزوله عمل کند، نتیجه آن انزوای دانشگاه خواهد بود و در سطح کلان نیز نمی‌تواند به‌صورتی منسجم و یکپارچه فعالیت کند. لذا ضرورت دارد که دانشگاه‌ها در نقش دوگانه خود یعنی توجه به نیازهای جامعه و ترویج فرهنگ مسئولیت اجتماعی آن و همچنین تدوین استراتژی مسئولیت اجتماعی در فضای سازمانی خود فعالیت کنند. دانشگاه به‌مثابه سازمان نقش‌کلیدی در جامعه و متمایز از سازمان‌های دیگر فراخور اهداف، وظایف، مسئولیت‌ها و فرآیندهایش ایفا می‌کند. تربیت مدیران، کارآفرینان، نیروی انسانی متخصص، شهروندان اثرگذار و... از اهم این وظایف است؛ بنابراین، مشارکت‌های گروهی در بخش‌های دولتی و خصوصی جامعه و توسعه هرچه بیشتر مفهوم مسئولیت اجتماعی سازمان‌ها از محورهای مسئولیت اجتماعی دانشگاهی است. دانشگاه‌ها باید به شکل‌گیری پایگاه و نظام مسئولیت اجتماعی خود اهتمام ورزند تا این مشارکت به نحو احسن صورت گیرد. این دانشگاه‌ها هستند که می‌توانند ارائه‌دهنده راهکارهایی برای چالش‌های فعلی دنیای امروز باشند. این مسئله نتیجه پدیده‌ی جهانی‌شدن است که لازمه آن تمرکز بیش‌ازپیش دانشگاه‌ها بر گرایش برنامه‌های طراحی-شده آن‌ها به‌منظور حل مشکلات جهانی و منطقه‌ای خواهد بود.

در این مقاله سعی شد تا ابعاد و مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی دانشگاه‌ها شناسایی و راهبردهایی جهت ارتقای آن‌ها ارائه شود. درمجموع می‌توان گفت که از دید صاحب‌نظران، بعد اجتماعی اهمیت بیشتری در میان مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی دارد و با توجه به این‌که دانشگاه‌ها ازجمله تأثیرگذارترین سازمان‌های اجتماعی‌اند که در توسعه و گسترش هنجارهای اجتماعی سهم بسزایی دارند و هنجارهای پذیرفته‌شده در جامعه زمانی درک خواهند شد که از جانب نهادی دانش‌محور موردتوجه قرار گیرند، مسئولان باید به این امر توجه بیشتری مبذول دارند.

## پیشنهادها

- به منظور ایجاد تصویر مطلوب درون و برون سازمانی، دانشگاه باید به ارزیابی مستمر پیامدها و تأثیرات اجتماعی استراتژی‌های خود بپردازد. در این راستا لازم است سند چشم‌انداز و برنامه‌های استراتژیک و بلندمدت خود را بازنگری کرده و با جلب مشارکت تمامی ذینفعان داخلی و خارجی دانشگاه به اصلاح آن‌ها بپردازد.
- با هدف یکپارچگی فعالیت‌ها و اثربخشی بیشتر آن‌ها، ایجاد یک واحد مستقل سیاست-گذاری و پشتیبانی برای پیشبرد امور مسئولیت اجتماعی دانشگاه توصیه می‌شود.
- در راستای هدف جهانی شدن دانشگاه، پیوستن به شبکه‌های بین‌المللی مسئولیت اجتماعی دانشگاهی و ائتلاف با آن‌ها برای اجرای برنامه‌های آموزشی و پژوهشی مرتبط توصیه می‌شود.
- طراحی و اجرای کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی مسئولیت اجتماعی برای ذینفعان دانشگاه و ارتقای فرهنگ و مسئولیت‌پذیری شهروندی آنان با تأکید بر تقویت رویکرد مشارکتی و نگاه تیمی توصیه می‌شود.
- ایجاد مرکز پژوهش‌های مسئولیت اجتماعی در دانشگاه و دانشکده‌های آن به منظور ساماندهی و هدفمند کردن پژوهش‌های مرتبط و تأسیس فصلنامه علمی-پژوهشی در جهت انتشار نتایج پژوهش‌های مسئولیت اجتماعی همراه با برگزاری همایش‌های علمی و تخصصی با هدف به اشتراک گذاشتن یافته‌های پژوهشی و آگاهی بخشی به عموم افراد جامعه قویاً توصیه می‌شود. در وهله اول، انجام پروژه‌های پژوهشی با هدف شناسایی چالش‌ها و موانع پایبندی دانشگاه به مسئولیت اجتماعی و راهکارهای آن توصیه می‌شود.
- ارزیابی واقع‌بینانه و مبتنی بر اهداف آموزشی استادان از عملکرد تحصیلی دانشجویان و ارائه بازخورد مثبت و مستقیم در قبال توفیقات آنان عملاً موجب مسئولیت‌پذیری دانشجویان می‌شود و به آنان می‌بازراند که موفقیت و شکست، محصول عملکرد خود آنان است. پیشنهاد می‌شود دانشگاه‌ها با برنامه‌ریزی و تعیین سیاست‌های اصولی در ارتقای سواد اطلاعاتی استادان در زمینه‌ی مسائل تربیتی در قالب آموزش‌های مداوم بکوشند.
- آموزش اثربخش مسئولیت‌پذیری در نظام آموزش عالی به‌عنوان یک ارزش مهم به دانشجویان به‌عنوان مدیران آینده‌ی جامعه جزء قلمرو برنامه‌ریزی درسی بوده و نیازمند تعلیم و تربیت و رسمیت و اعتباربخشی در قالب برنامه‌های درسی است. پیشنهاد می‌شود برای درونی شدن مسئولیت‌پذیری به‌عنوان یک ارزش فرهنگی به بازکاوی بنیادین برنامه‌ها و به‌ویژه برنامه‌های درسی مدارس و دانشگاه‌ها پرداخته شود.

- بسترسازی مناسب در دانشگاه‌ها برای انجام فعالیت‌های گروهی دانشجویی و دخالت و مشارکت دادن دانشجویان در امور فرهنگی، اجتماعی، مذهبی و سیاسی مانند حضور دانشجویان انجمن‌ها و تشکل‌های دانشجویی به صورت سازمان‌یافته می‌تواند مسئولیت‌پذیری آنان را افزایش دهد. مشارکت دادن دانشجویان در پروژه‌های تحقیقاتی اساتید نه تنها روحیه و مهارت دانشجویان را در پژوهش و تولید علم افزایش می‌دهد، بلکه زمینه را برای کار و یادگیری گروهی و تیمی داشتن دیدگاه مشترک نسبت به مسائل علمی و مسئولیت‌پذیری و تلاش بیشتر مهیا می‌کند. لذا برنامه‌ریزی دانشگاه‌ها برای تحقق این مهم بسیار مؤثر خواهد بود.

همان‌طور که والایس اذعان می‌کند، نظر به اینکه دانشگاه به‌تنهایی نمی‌تواند چالش‌های جامعه را حل کند، هر اراده‌ای توسط دانشگاه برای مواجهه با چالش‌های مسئولیت اجتماعی، نیازمند مشارکت عمومی تمامی ذینفعان خواهد بود که در تدوین استراتژی‌ها و برنامه‌های مسئولیت اجتماعی باید مدنظر قرار بگیرد (والایس<sup>۱۸</sup>، ۲۰۰۹). با وجود این، دانشگاه باید خود را مسئول نسل‌های آتی و رهبران آن‌ها بداند و بتواند دنیای آن‌ها را با همه‌ی چالش‌ها، معنویات و روحیاتشان درک کند.

## منابع

۱. پریخ، مه‌ری و فتاحی، رحمت‌الله (۱۳۸۴). راهنمای نگارش مرور نوشتارها و پیشینه پژوهش. تهران: انتشارات کتابدار
۲. صادقی فسایی، سهیلا و عرفان‌منش، ایمان (۱۳۹۴). مبانی روش‌شناختی پژوهش اسنادی در علوم اجتماعی؛ مورد مطالعه: تأثیرات مدرن‌شدن بر خانواده ایرانی. فصلنامه علمی پژوهشی راهبرد فرهنگ، ۸ (۲۹)، ۶۱-۹.
3. Ahmed, Jamilah. (2012). Can a university act as (CSR) driver? An analysis. *Social Responsibility Journal Emerald Article*, Vol. 8 Iss: Ipp. 77-86. <http://dx.doi.org/10.1108/17471111211196584>.
4. Alvani, M. (2009). Management administration and public management. *Journal of public Administration, Public Administration Center*, (47) (in Persian).
5. Alzyoud, S. A., & Bani-Hani, K. (2015). Social responsibility in higher education institutions: application case from the Middle East. *European Scientific Journal*, 11(8).
6. Arasteh, H.R., & Amiri, E. (2012). The role of universities in teaching sustainable development. *Science Cultivation*, 2(2) (in Persian).

7. Argandona, A. (2012). Otra definicion de responsabilidad social. Catedra “La Caixa” de Responsabilidad Social de la empresa y gobierno corporativo. IESE Business School. Universidad de Navarra.
8. Atakan, Serap, M. G., & Eker, Tutku. (2014). Corporate Identity of a Socially Responsible University: A case from the Turkish Higher Education Sector. *Journal of Business Ethics*, Vol. 76, No. 1, Corporate Identity, Ethics and Corporate Social Responsibility (Nov., 2007), pp. 55-68. <http://www.jstor.org/stable/25075494>.
9. Baron, D. (2007). Corporate social responsibility and social entrepreneurship. *Journal of Economics & Management Strategy*, 16(3), 683-717.
10. Burcea, M., & Marinescu, P. (2011). Students’ perceptions on corporate social responsibility at the academic level. Case study: The faculty of administration and business, University of Bucharest. *Amfiteatru Economic*, 13(29), 207-220.
11. Carroll, A. B., “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders,” *Business Horizons* (July–August 1991): 39-48.
12. Geva, A. (2008). Three models of corporate social responsibility: Interrelationships between theory, research, and practice. *Business and Society Review*, 113, 1-41.
13. Lenuta Rus, Claudia et al.,(2014). Learning Organization and Social Responsibility in Romanian Higher Education Institutions. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, No 142,pp. 146-153. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>.
14. Sawasdikosol, Saninuj. (2009). University Social Responsibility Alliance: Collaboration Foundation to the New Era of University Social Responsibility for Sufficiency Economy, Green Technology, Sustainable Environment and Sustainable Development. The Royal Golden Jubilee International Seminar Series LXX. <https://www.linkedin.com/in/saninuj>.
15. Seto-Pamies, D., Domingo-Vcmis, M., & Rabassa-Figueras, N. (2011). Corporate social responsibility in management education: current status in Spanish universities. *Journal of Management and Organization*, 17(5), 604-620.
16. Sullivan, W. M. (2003). The university as citizen: institutional identity and social responsibility. A special report. *The Civic Arts Review*, 16(1), 1-14.
17. Vallaeysse, Francois et al. (2009). *Responsabilidad Social Universitaria. Manual de primeros pasos*. McGraw-Hill, Interamericana. ISBN: 978-1-59782-0.

18. Vazquez, J. L et al,. (2013). Corporate Social Responsibility and Higher Education: Uruguay University Students perceptions. *Economics & Sociology*, Vol. 6, No 2, 145-157.