



اهداف ۱۷ گانه توسعه پایدار

یادداشتها

گزارشات

همایش انجمن مدیریت ایران

صفحه ۳۶

همایش مدیریت سبز ایران

صفحه ۶۷

همایش اتاق بازرگانی ایران

صفحه ۵۴

همایش وزارت نفت

صفحه ۴۴

دکتر سالاری: در قرن آینده باید انسان محوری در شهرها نهادینه شود



دکتر مصطفی اقلیما: گرانی ها جامعه را عصبانی کرده است



سیدرضا جمشیدی: رسانه قلب تپنده مسئولیت اجتماعی



دکتر امان الله قرایی مقدم: شهرها دنیای بیگانگی





کتاب اقدامات مسؤلیت اجتماعی شرکت ها

رسانه مسؤلیت اجتماعی:

این کتاب در کنار رسانه تخصصی مسؤلیت اجتماعی به دنبال تحقق مسؤلیت اجتماعی به عنوان یکی از مفاهیم کلیدی در راستای توسعه پایدار و حل مشکلات جامعه است.

حوزه مسؤلیت اجتماعی دارای سابقه، گزارش و عملکرد هستند، ضمن تشویق و ارج نهادن به اینگونه اقدامات زمینه های لازم جهت معرفی نمونه های علمی و عملی و اقدامات صورت گرفته را فراهم نماییم.

این کتاب بصورت مستمر، گزارشات و اقدامات شرکت، سازمان ها، نهادهای حاکمیتی و تشکل های علمی انجمن ها و تشکل های مردم نهاد را جمع آوری، تنظیم و چاپ و عرضه خواهد نمود و امیدوار است در جهت ترویج مسؤلیت اجتماعی موفق باشد.

در این راستا دست پرمهر اندیشمندان، اساتید دانشگاه و مدیران کشور علاقه مند به همکاری در حوزه مسؤلیت اجتماعی که دارای مقاله، محتوا و عملکرد در این زمینه هستند را به گرمی می فشاریم.

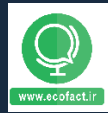
سیدرضا جمشیدی

به همین دلیل نیز با محور قرار دادن مفاهیم کلیدی و تعیین کننده، برای تقویت مسؤلیت اجتماعی در جامعه ایران، گام بلندی در راستای شکوفایی و بالندگی زندگی اجتماعی مردم برداشته است.

حقوق بشر و شهروندی، مسؤلیت اجتماعی شرکت ها، امور خیریه و خدمات عام المنفعه، اخلاق زیستی و محیط زیست از جمله مهم ترین مفاهیمی است که رسانه مسؤلیت اجتماعی آن ها را به عنوان مفاهیم کلیدی جامعه ایران قلمداد می کند.

به همین دلیل معرفی و تحلیل آسیب های اجتماعی جهت ایجاد حساسیت و اقدامات برای رفع آن ها، کنش گری رسانه ای و طرح پرسش از متولیان انتشار گزارش ها، اقدامات و عملکردهای مثبت و تاثیر گذار که در درک بهتر مسؤلیت اجتماعی تاثیر گذار است را در دستور کار خود قرار داده است.

به این منظور تلاش نموده ایم با بررسی و جمع کارکردها و عملکردهای شرکت و موسسات که در



صاحب امتیاز: سیدرضا جمشیدی

سر دبیری: مجید جمشیدی

مدیر آگهی و تبلیغات: میشا جمشیدی

صفحه آرا: مهنوش جوادی

همکاران این شماره: مریم شقاقی، منیژه بازاریار، میلاد تکسیبی، طاهره ابراهیمی،

شیرین جمشیدی، بهرام حسن پور (عکاس)

شورای سیاست گذاری: دکتر سید محمد صفحی، دکتر سیف الله جوان، دکتر

شعبانعلی بهرام پور، مهندس عباس شهبازی، دکتر حسن جلالی پور، دکتر

نادر صفاجو، دکتر کامران صحت، سید مجتبی احمدی، دکتر علی خویه،

احمد بختیاری، دکتر سید ابوالقاسم مرتضوی، مهندس رضا رحیمی، مهندس

سید حسین جمشیدی، مهندس فریدون عیدی، اسدالله علیرضایی شهرکی

چاپخانه: چاپخانه ایران کهن - تهران - خیابان مطهری - نرسیده به سهروردی - کوچه سندج - پلاک ۴

تلفن: ۸۸۳۴۴۳۸۷

نشانی دفتر نشریه: بزرگراه شهید لشگری (جاده مخصوص کرج) کیلومتر ۱۴ ساختمان اداری، چیتگر طبقه اول واحد ۱۲

تلفن: ۴۴۱۹۵۰۰۰

فصلنامه دانشتني اقتصاد / سال چهارم / شماره دوازدهم / زمستان ۹۹

گزارشات

همایش انجمن مدیریت ایران



همایش مدیریت سبز ایران



همایش اتاق بازرگان ایران



همایش وزارت نفت



یادداشت ها

دکتر سالاری: در آستانه ورود به قرن جدید دارای یک رسالت تاریخی هستیم.

دکتر مصطفی اقلیما: گرانی ها جامعه را عصبانی کرده است...

سید رضا جمشیدی: رسانه قلب تپنده مسئولیت اجتماعی

دکترامان قرایی مقدم: شهرها... دنیای بیگانگی





سید رضا جمشیدی: رسانه قلب تپنده مسئولیت اجتماعی

شرایطی هر فردی با توجه به وضعیت اجتماعی خود جایگاهی برای خویشتن قایل است و از پس این ارزش‌ها و جایگاه‌ها در صدد رسیدن به خواسته‌ها و هدف‌های خویش است، این وضعیت در ایران نیز وجود داشته است. با این وجود رسانه‌های گروهی در ایران در برخی مقاطع تاریخی به دلایلی بار احزاب، تشکل‌ها و گروه‌های سیاسی را نیز در تحولات اجتماعی و فرهنگی به دوش کشیده‌اند. در جامعه ایران به دلیل ضعیف بودن حزب در اغلب موارد نمادسازی‌ها توسط رسانه‌های گروهی انجام شده و پس از مدتی در جامعه نهادینه شده و در نهایت سبب حرکت جامعه به سمت جلو شده است. امروز که «امر سیاسی» در کشورهای مختلف جهان در حال فروپاشی است و جوامع به سمت اجتماع و مردم تغییر مسیر داده‌اند یکی از مهم‌ترین رویکردهای تحول و توسعه یک جامعه موضوع «مسئولیت اجتماعی» است. مسئولیت اجتماعی به صورت کلی یک پارادایم مثبت و سازنده است اما در جزئیات و در کارکردهای بخش‌های مختلف جامعه است که نقش حیاتی و کلیدی خود را ایفا می‌کند. جامعه امروز ایران با چالش‌های متعددی مواجه شده و به همین دلیل بیش از هر چیز به مسئولیت اجتماعی در سطوح مختلف خود نیاز دارد. این رویکرد نیز با الگوسازی در جامعه نهادینه خواهد شد. مسئولیت اجتماعی یک

رسانه به عنوان یکی از مهم‌ترین ابزار در تحولات جهان در عصر حاضر نقش آفرینی کرده و همچنان نیز یکی از تأثیرگذارترین ابزارهای بشر امروزی است. رسانه در بسیاری از تحولات اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی در جوامع مختلف نقش داشته و همواره جوامع دستخوش تحول و دگرگونی را به سمت پیشرفت و توسعه همراهی کرده است. قدرت و قابلیت روزافزون رسانه موجب شده دیگر حتی حکومت‌ها نیز مانند گذشته، آن را تنها ابزاری برای اطلاع‌رسانی و سرگرمی‌سازی ندانند و از آن به عنوان یک سلاح کارآمد در عرصه حکمرانی بهره‌گیرند. به همین دلیل نیز جوامع برخوردار از ابزارهای رسانه‌ای پیشرفته‌تر یا محصولات رسانه‌ای جذاب‌تر، پیشروی فرهنگی سریع‌تر و موقعیت فرهنگی برتری پیدا کرده‌اند. با این وجود گستره وسیع انتخاب از میان الگوهای رفتاری متنوع و متکثر که امروزه پیش روی افراد قرار دارد، به مشکلی اساسی تبدیل شده است. به ویژه افراد و گروه‌هایی که به دنبال یک زندگی هدفمند هستند، با این مشکل دست و پنجه نرم می‌کنند که چگونه عمل کنند تا هم ارزش‌های پذیرفته‌اشان حفظ گردد و هم در کنار آن به سلیقه‌های شخصی آنها پاسخ داده شود. در چنین

چارچوب و محدوده اخلاقی است که در آن وظایف مختلفی که تمامی آن‌ها دارای منافع برای جامعه هستند، بر عهده فرد، سازمان و یا نهادی خاص گذاشته می‌شود. این مفهوم به صورت دقیق‌تر به معنای انجام وظایف فردی به وسیله تک تک افراد جامعه است که انجام این وظایف باعث می‌شود تا تعادل مناسبی بین اکوسیستم و اقتصاد جامعه برقرار شود. استفاده از لفظ وظیفه نشان می‌دهد که هر فرد در حالت عادی باید به این وظایف واقف بوده و نقش خود را در حفظ این تعادل به صورت مشخص پذیرفته و ایفا کند. مسئولیت اجتماعی فردی با ایجاد یک موضع فعال نسبت به تاثیرگذاری مثبت بر دیگران و محیط بیرون از دایره خود بسط می‌یابد. مسئولیت اجتماعی فردی اساس مسئولیت اجتماعی گروهی است زیرا یک اجتماع از افراد تشکیل شده است و در نتیجه فرهنگ مسئولیت اجتماعی را مشخص می‌کند. این رابطه آمیخته بین مسئولیت اجتماعی گروهی و مسئولیت اجتماعی فردی است. افراد از نظر اجتماعی مسئولیت‌پذیرتر شده و در واکنش به این اجتماع‌ها باید برای برآوردن نیازهای افراد مسئولیت‌پذیری اجتماعی بیشتری پیدا کنند.

رسانه‌ها امروز تا حدی به تار و پود جامعه مبدل شده و تعاملات دیگر نهادها را

همانگ می‌کنند و بعنوان یک نهاد مسئولیت‌پذیر و تا حدی مسئولیت‌ساز در رشد اجتماعی مؤثر می‌باشند علاوه بر این رسانه‌ها با نظارت‌های غیر مستقیم مدل پاسخگویی را در سازمان‌ها نهادینه نموده و این مدل زمینه مطالبه را فراهم می‌سازد. مسئولیت اجتماعی یک رویکردی متعالی است که تحت تاثیر موقعیت اجتماعی افراد یا سازمان نسبت به محیط پیرامونی خود می‌باشد و هدف اصلی آن ایجاد حرکتی مثبت هر چند کوچک بر جامعه است. امروز سازمان‌ها علاوه بر خدمات اصلی و جانبی بخشی از زمان و منابع خود را نیز به فعالیت‌های عام‌المنفعه اختصاص می‌دهند. مسئولیت اجتماعی از جمله مقولاتی است که سال‌هاست توسط صاحب نظران مسایل ارتباطی و یونسکو در حوزه مطبوعات و رسانه‌ها با تاکید بر اخبار توسعه مطرح شده است. بر این اساس رسانه‌ها حق دارند از سازمان‌های مختلف انتقاد کنند و آنها را به چالش بکشند اما خود نیز در برابر منافع و نیازهای جامعه مسئولیت دارند و باید پاسخگو باشند، چرا که با اشتباه آنها، افکار عمومی نیز مرتکب خطا می‌شود. رسانه به عنوان تاثیرگذارترین نهاد فرهنگی می‌تواند در رواج قانون‌گرایی و مبارزه با قانون‌گریزی به طور موثر و موفق وارد عمل شود. وجود رسانه در دنیای امروز نشانه آزادی بیان و اندیشه و سنگری

محکم برای دفاع از حقوق مردم و شهروندان است و احساس مسئولیت آن موجب بیداری جامعه و



پاسخگویی سازمان‌ها و دولت خواهد شد. با این وجود فشار غیرقانونی به رسانه‌ها و نامساعد کردن فضای فعالیت رسانه‌ای، به نفع جامعه نیست و باعث خود سانسوری و نقصان در اطلاع‌رسانی عمومی می‌شود.

اخلاق و مسئولیت اجتماعی که باید آن را بایدها و نبایدهای ارزشی، فلسفی و مالک و معیار سنجش درستی و نادرستی رفتار شخص نسبت به خود، دیگران و جامعه تعریف کرد مسئولیت اجتماعی، تعهد و مسئولیت در قبال افراد جامعه به هنگام تصمیم‌گیری‌ها و رفتارهای ارتباطی است. به طور مثال، آن‌گونه که دوبرین و آیرلند گفته‌اند افراد باید در تصمیم‌گیری‌های خود در تولید، توزیع و انتشار پیام‌ها نسبت به مسائلی چون آلودگی

محیط‌زیست، تبعیض، فقر، بیکاری و تورم از خود مسئولیت نشان دهند. افراد نباید صرفاً منافع شخصی خود را در نظر بگیرند. هر فرد به عنوان زیر سیستم در قبال جامعه و آثاری که کارکردها و عملکردهای شخصیش بر جامعه و افراد آن باقی می‌گذارد، مسئولیت دارد. به عبارت دیگر، در این رویکرد، افراد علاوه بر آنکه باید منافع و حقوق خود

را تأمین کنند، باید به عنوان یک امر اخلاقی در راه تأمین رفاه، آسایش، نیازها و علائق مردم جامعه نیز مشارکت داشته باشند. از جهت دیگر، نباید تصمیمات و پیام‌های آنها منجر به وارد کردن خسارت، زیان و آسیب به جامعه و افراد شود. عادلانه برخورد کردن، پاداش مناسب دادن، بدون علم سخن نگفتن، نیرنگ نزدن و نظایر آن از ویژگی‌های اخلاقی است. همان‌طور که اخلاق به بعد شخصی و فردی تصمیمات و رفتارهای ارتباطی توجه دارد، در مقابل، مسئولیت اجتماعی به جنبه اجتماعی و مسائل فرا شخصی

مربوط می‌گردد. گرچه این دو مفهوم از نظر معنی و ریشه با یکدیگر متفاوتند، برای درک بهتر لازم است که به صورت تجزیه‌ای به آنها نگریسته شود. اما، در واقع دو مفهوم به هم مربوطند و باید در حالت کلی و مجموعه‌ای مورد بررسی و مطالعه قرار گیرند تا معنی کامل آنها قابل درک باشد. دلیل مهم این امر آن است که بسیاری از اخلاقیات و رفتارها، جنبه فردی دارد و از ویژگی‌های شخصی و تربیتی آنها سرچشمه می‌گیرد، و بر رفتار همه افراد جامعه و در نتیجه کل جامعه اثر می‌گذارد. در این بین سواد رسانه‌ای هم می‌تواند رو به هدف بزرگ اخلاقی داشته باشد و آن آماده و مهیا کردن کودکان، نوجوانان و جوانان برای پذیرش مسئولیت اجتماعی در ارتباطات اجتماعی‌شان

و در مواجهه با انواع رسانه‌ها و پیام‌ها، چگونگی برقراری روابط انسانی با دیگران به گونه‌ای که فردیت افراد و تفاوت‌های فردی آنها مورد احترام باشد و حرمت، کرامت و ارزش انسانی هر کس در نظر گرفته شده و محترم شمرده شود. توسعه سواد رسانه‌ای و گسترش اخلاق و مسئولیت اجتماعی پیش‌نیاز



هرگونه فعالیتی است و تا زمانی که ما نتوانیم سواد رسانه‌ای را نهادینه کنیم، نمیتوان به استفاده از فرصت‌های موجود در پیام پرداخت. سواد رسانه‌ای یک موضوع متضلع است که قدرت درک مخاطبان از نحوه کارکرد رسانه‌ها و شیوه‌های معنی‌سازی در آنها را مورد توجه قرار می‌دهد و می‌کوشد این واکاوی را برای مخاطبان به یک عادت و وظیفه تبدیل کند. ضمن آن که مهمترین مؤلفه ارتباطات اجتماعی، اخلاق است زیرا اخلاقی زیستن شهروندان در دنیای رسانه‌ای، امکان یک زندگی مسالمت‌آمیز، امن و آرام را برای ایشان فراهم

است که فرد از محیط پیرامونش کسب می‌کند. زمانی که صحبت از رسانه می‌شود رسانه و پیام صرفاً به یکسری رسانه‌های خاص مانند مطبوعات، کتاب، رادیو، تلویزیون، ماهواره، فضای مجازی و پیام‌هایشان اطلاق نمی‌گردد، بلکه هر آنچه که در اطراف ما وجود دارد می‌تواند همانند یک رسانه عمل کرده و حاوی پیام‌هایی باشند که نیازمند رمزگشایی از آن است. کما اینکه هر فردی خود می‌تواند یک رسانه باشد.

از آنجا که حوزه اخلاق یکی از حوزه‌های رفتاری انسان‌ها است و هدف رفتار اجتماعی نیز مبتنی بر اهداف جمعی و اجتماعی است، علی‌الاصول باید اخلاق مسئولیت‌مدار راهنمای انسان‌ها باشد، اخلاق مسئولیت‌مدار در بطن خود مسئولیت‌پذیر هم هست، چرا که زندگی اجتماعی سرشار از مسئولیت است.

بودن روابط انسانی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی افراد جامعه بی‌انجامد. رشد اخلاق انسانی به ویژه اخلاق مراقبت، می‌تواند با خصایصی چون مراقبت، دلسوزی، خیرخواهی، پرورش دادن مهرورزی و مسئولیت‌پذیری در قبال هم‌نوع همراه باشد. ابعاد اخلاق مراقبت معطوف به تصمیم‌گیری اخلاقی و پذیرش مسئولیت اجتماعی فرد در قبال جامعه است.

از آنجا که مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای شامل بعد شناختی، احساسی، زیبایی‌شناسی و اخلاقی است، لذا رابطه میان اخلاق مراقبت و مسئولیت اجتماعی در ذیل بعد اخلاقی سواد رسانه‌ای جای می‌گیرد. چرا که اخلاق مراقبت یکی از ابعاد سازنده مسئولیت اجتماعی محسوب می‌شود. اخلاق بدون در نظر گرفتن انسان و کنش‌هایش بی‌معناست و اخلاق مراقبت نوعی کنش انسانی نسبت به پیام‌هایی

می‌کند تا همه استعدادهای انسانی در سایه مشارکت و مسالمت جمعی به فعالیت برسند و جهانی توسعه‌یاب و ارتقاء‌یابنده را محقق کند، جهانی که رابطه برد-برد میان ساکنانش برقرار است و بازنده‌ای در آن وجود ندارد که قربانی زیاده‌خواهی قدرت طلبانه‌ای باشد.

در دنیای امروز که هر فردی می‌تواند یک رسانه باشد و به عنوان یک روزنامه‌نگار و عضوی از جمع انسان‌ها، نمی‌تواند صرفاً یک ناظر یعنی فاعل شناسا یا سوژه باشد که صرفاً شناسایی یا ابژه را مشاهده و سرانجام فقط یک صدا را به جامعه ارائه دهد بلکه او باید پیش از بی‌طرفی، به گونه‌ای فعال در نظارت عینی بودن، خنثی بودن و اخلاقی بودن، بر خیر مشترک، انصاف و مسئولیت اجتماعی درگیر مسائل و ارتباطات اجتماعی شود و دست به تولید و انتشار پیام بزند. دریافت‌های اخلاقی از پیام‌ها، با تأکید بر روابط شخصی و اخلاق مراقبت می‌تواند به ارزشمند



دکترامان قرایی مقدم جامعه شناس و استاد دانشگاه شهرها... دنیای بیگانگی



شهرها به علت: مهاجرت بی رویه، (موقتی و دائمی) و در نتیجه برهم خوردن تعانس فرهنگی، تراکم جمعیت، گسترش زیاد وبه وجود آمدن شهرک های اقماری وحاشیه نشینی، از دیدگاه: مکتب «بوم شناسی شهری» شیکاگو: «رابرت پارک» «برکس»، «ویرث»، «شاو» و «مک کی» دنیای بیگانگی و ربات ها ی انسان نما گردیده و هر چه می گذرد، بیگانگی بین انسانها بیشتر و بیشتر نمایان می شود. افراد از کنار هم می گذرند بدون آنکه یکدیگر را احساس کنند و کمترین احساس، عاطفه، همدلی و همدردی و اعتمادی نسبت بهم داشته باشند.

شده و خواسته های جسمانی و مادی همه چیز را دربر گرفته و روابطی که بین افراد جامعه وجود دارد صرفا؛ به منظور تامین منافع مالی و اقتصادی است. به این جهت هر کس، همان اندازه ارزش دارد که کارش برای فرد سودمند است و سود مادی دارد. همینکه سودی دربرداشت به فراموشی سپرده می شود. مانند: صندوق دار فروشگاه بزرگ که کالایی را تحویل میدهد و پولش را دریافت میدارد. همان لحظه ارزش دارد. بعد از آن کاملا فراموش می شود. از این رو

و پیوندی بین آنها برقرار باشد و مانند ربات های بی جان به سرعت در حرکتند هستند. معنویات بطور کلی رنگ باخته و بقول «پتریم سوروکین» استاد جامعه شناسی دانشگاه هاروارد «مادی گرایی»، «حسی گرایی» و «شی سروی» (یعنی اشیاء ارزش گذارند و افراد ارزش خود را از اشیاء چون: ماشین، النگو، انگشتر، طلا و جواهر، لباس و... می گیرند و اشیاء سرور آنها هستند. و...) حاکم

در ۱۳۹۰/۴/۱۵ در جلو چندین ده نفر کشته شد، بدون آنکه یک نفر جلو برود مانع گردد. همه اینها نمونه های فراوان دیگر که در جامعه وجود دارد حاکی از تنهایی و بی کسی انسانها در جامعه شهری هستند که بسیار خطرناک و آسیب زاست. زیرا بقول جامعه شناسان «مکتب شیکاگو» خلاف کاران در انبوه انسانها گم می شوند و ترس از شناخته شدن که عامل مهمی در جلوگیری از انواع آسیب های اجتماعی است، از بین می رود. به عبارت دیگر اگر امروزه کسی در کنار خیابان مورد تجاوز یا خشونت و پرخاشگری قرار بگیرد و حتی کشته شود، کسی بدادش نمی رسد و مردم فقط نظارگر هستند. چون معنویات به علت ندانم کاری ها و کم توجهی به ارزش ها و هنجارها و دگماتیسم فکری و سیاست زدگی: فرهنگی، دینی و آموزشی و پرورشی و... سرمایه اجتماعی را به شدت ضعیف و مردم جامعه را نه تنها با ارزش ها و هنجارهای فرهنگی و ملی بیگانه، بلکه به عداوت و دشمنی با آنها وا داشته است. در نتیجه پای بندی افراد به یکدیگر از بین رفته و به صورت ربات بی جان درآمده اند. از این رو در دنیای بیگانه ها غوطه وریم، و محبت ها همچون افسانه شده اند.

شهرهای بزرگ، دنیای بیگانه ها دینای خود پرستی و خود گرایی (خودخواهی) (egoism) و خودمحوری (egocentrism) و مطلوبیت گرایی (utilitarianism) مصلحت اندیشی (pragmatism) و نفع پرستی شده و ربات های انسان نماد تنهایی و بی کسی بسرمی برند. همسایه های یک کوچه که در اصطلاح جامعه شناسی «فردیناند تونیس» جامعه شناس آلمانی یک «اجتماع» نامیده می شوند، از حال و روز هم بی خبرند. هم را نمی شناسند. از کنار هم بی تفاوت می گذرند و از یکدیگر بیگانه و از یکدیگر دور شده اند و اگر حادثه ای برای همسایه ها رخ دهد به دادش نمی رسند. در دنیای بیگانه ها افراد بدون آنکه به یکدیگر نگاه و یکدیگر را احساس و درک کنند از کنار هم می گذرند. چنانکه در ایستگاه متروی پانزده خرداد در بازار چند صد نفر از مترو پیاده و سوار می شوند بدون آنکه به هم نگاه کنند. یا در میدان کاج سعادت آباد در ۱۳۸۹/۸/۶ که چند صد نفر شاهد صحنه دلخراش چاقوزدن جوانی بدست جوان دیگری بودند و جوان مجروح مدت ۴۵ دقیقه روی زمین افتاده و التماس می کرد که نجاتش دهند ولی کسی به دادش نرسید. یا کشتن دختر دانشجو بدست پسری در پل مدیریت.

”در دنیای بیگانه
ها افراد بدون
آنکه به یکدیگر
نگاه و یکدیگر
را احساس و درک
کنند از کنار هم
می گذرند.“



دکتر مصطفی اقلیما:

گرانی‌ها جامعه را عصبانی کرده است...

تورم و گرانی در کشور به دلایل مختلف افزایش پیدا کرده و اغلب کالاهای مورد نیاز مردم تا سه برابر گران تر شده است. در شرایط کنونی اغلب کارگران در وضعیت نامناسب اقتصادی زندگی می‌کنند و بسیاری از مغازه داران با رکود مشتری مواجه هستند.



از سوی دیگر بیکاری روز به روز در جامعه در حال افزایش است. وضعیت به شکلی شده که شرکت‌های خصوصی یا به حالت نیمه تعطیل درآمده‌اند و یا اینکه مجبور شده‌اند کارکنان خود را اخراج کنند. در نتیجه گرانی‌های اخیر جامعه را عصبی کرده و جامعه در آستانه در یک انفجار جمعیتی قرار گرفته است. شرایط اقتصادی مردم تأثیر مستقیمی در تحولات اجتماعی یک

جامعه خواهد داشت. این مسأله تنها مختص به ایران نیست و بلکه در همه کشورهای جهان وجود دارد. این در حالی است که هیچ کس حاضر نیست مسئولیت نابه سامانی‌های اجتماعی و مشکلات اقتصادی مردم را برعهده بگیرد. در این شرایط برخی عنوان می‌کنند که مردم باید مقاومت کنند. سوال اینجاست هنگامی که پدر خانواده نمی‌تواند شکم همسر و فرزندان خود را سیر کند چگونه باید مقاومت کند؟ دولت عنوان می‌کند که قصد دارد درآمدها را افزایش بدهد. با این وجود در واقع هنگامی که دولت درآمدها را افزایش می‌دهد در مقابل مالیات‌ها را نیز تا چندین برابر افزایش خواهد داشت. مردم نمی‌توانند با وعده و قول زندگی خود را بچرخانند و شکم آنها با وعده مسئولان سیر نمی‌شود.

نمی‌دهند و فرد دیگری را انتخاب می‌کنند. از منظر جامعه شناختی در شرایط نامناسب اقتصادی فساد، فحشا و بزهکاری اجتماعی افزایش پیدا می‌کند. هرچه بیشتر به مردم وعده بدهیم و حل کردن مشکلات بنیادین را با تأخیر بیاندازیم به همان اندازه شدت انفجار اجتماعی را بالاتر می‌بریم. مقام معظم رهبری همواره به دو نکته مهم یعنی شایسته‌سالاری و پاسخگو بودن مسئولان اشاره کرده‌اند. این در حالی است که هیچ کدام از این دو مورد در کشور اجرا نمی‌شود. در شرایط کنونی هیچ مسئولی برای مشکلات کشور راه حل ارائه نمی‌کند و همواره عنوان می‌کنند انشاءالله مشکلات در آینده حل می‌شود. این در حالی است که با انشاءالله گفتن مشکلات مردم حل نخواهد شد.

فقدان آرامش روانی در خانواده‌ها یکی از دلایل اصلی افزایش آمار اعتیاد و طلاق عاطفی بین زوجین است. هنگامی که مرد مجبور است برای تأمین شرایط اقتصادی خانواده دو شیفت کار کند دیگر فرصتی برای عشق ورزی به همسر و فرزندان برای وی باقی نمی‌ماند.

در کشورهای جهان همه روسای جمهوری تلاش می‌کنند بیکاری را در جامعه کاهش بدهند. به همین دلیل نیز اگر در زمان یک رئیس جمهور بیکاری در جامعه افزایش پیدا کند مردم دیگر به آن رئیس جمهور رأی

ها با پول کم هم می توانند خوشبخت زندگی کنند. این در حالی است که بسیاری از مردم برای به دست آوردن همین پول کم هم دچار مشکلات زیادی هستند. هنگامی که فرد هنوز نمی داند آیا فردا نیز به کار خود ادامه خواهد داد و یا اینکه وی را کنار خواهند گذاشت دچار مشکلات روانی شدید خواهد شد. اغلب دعواها و نزاع هایی که بین کارمندان در محل کار صورت می گیرد ریشه در محیط منزل دارد که زن و شوهر بر سر مسائل مختلف زندگی با همدیگر اختلاف دارند. مغز انسان ظرفیت محدودی برای تحمل مشکلات و فشارهای روانی دارد و از یک میزان معین که عبور کرد به شکل های مختلف واکنش نشان می دهد. مشکلات مردم در کوچه و خیابان با همدیگر نیست و بلکه مشکل

ماند. در نتیجه روز به روز روابط بین زوجین در محیط منزل سردتر می شود. هنگامی که یک فرد شغل و درآمد کافی برای گذراندن زندگی خود ندارد به صورت طبیعی دچار افسردگی و مشکلات روحی و روانی می شود. نکته دیگر اینکه نباید همه مشکلات کشور را سیاسی کرد و یا رنگ و بوی سیاسی به آن داد. هیچ فرزندی وقتی متولد می شود معتاد، دزد و قاتل نیست. ریشه این مشکلات در محیط خانواده و فشارهایی است که به پدر و مادرها در خانواده ها وارد می شود. باید بینیم خانواده و جامعه با یک فرد چه برخوردی کرده که دزد شده است. هنگامی که پدر و مادر فرصت رسیدگی به مشکلات فرزندانشان را به دلیل مشکلات زیاد پیدا نمی کنند چه

انتظاری می توان داشت که فرزند دزد و قاتل نشود. عدم امنیت شغلی و پاسخگو نبودن مسئولان نسبت به مشکلات مردم از دلایل اصلی عصبی شدن جامعه است. فشارهای روانی زیادی



فرد با خود فرد است که در محیط منزل ایجاد شده است. جامعه ای دارای آرامش است که همه چیز در سر جای خود قرار داشته باشد و حساب و کتاب داشته باشد. هنگامی که در یک جامعه هیچ چیز در سر جای خود قرار نداشته باشد و حساب و کتابی وجود نداشته باشد به طور طبیعی مردم آن جامعه عصبی و ناراحت می شوند. در چنین شرایطی افراد جامعه اعتماد خود را نسبت به یکدیگر از دست می دهند. در نتیجه هنگامی که افراد جامعه به هم اعتماد نداشته باشند به حکومت و دولت هم اعتماد نخواهند داشت.

روی شهروندان است که به آنها پاسخ مناسب داده نشده و همچنان لاینحل مانده و فرد آن را با خود حمل می کند. انسان

عضو هیئت ریسه شورای شهر تهران در جلسه با مدیران منطقه بیست و یک مطرح کرد: امضای رضایت معلولان باید پای عملکرد مدیران شهری قرار داشته باشد

زهرا نژاد بهرام عضو هیئت ریسه و معاون کمیسیون شهرسازی و معماری شورای شهر تهران در جلسه هم اندیشی با مدیران منطقه بیست و یک تهران شرکت کرد.



نژاد بهرام در این جلسه عنوان کرد: برنامه جامعه مناسب سازی شهر تهران توسط معاونت شهرسازی آمده شده و روی سایت این معاونت قرار گرفته است. در این طرح ما باید سهم منطقه های مختلف را پیدا کنیم. هنگامی که این اتفاق رخ داد می توانیم برای معابر برنامه ریزی کنیم. این موضوع در اولویت های مهم مدیریت شهری در منطقه بیست و یک تهران است. به همین دلیل نیز در حدود هفت و نیم کیلومتر از معابر مناسب سازی شده است. این در حالی است که در این منطقه در حدود ۳۵ کیلومتر معبر وجود دارد که طرح جامع می تواند مسیر حرکت را مشخص کند.

عضو هیئت ریسه شورای شهر تهران افزود: با توجه به تجربه صورت گرفته در منطقه ۲۲ اگر امکان این فراهم شود که جایگزینی سکونت معلولان هم فراهم شود یک فرصت جدیدی در اختیار مدیریت

باید در ستادهای مناسب سازی دغدغه معلولان وجود داشته باشد. شاید از نظر ما مناسب سازی به خوبی صورت گرفته اما زمانی ما می توانیم عنوان کنیم در این زمینه موفق عمل کرده ایم که رضایت معلولان به صورت کامل جلب شده باشد. واقعیت این است که امضای معلولان در این زمینه می تواند برای مسئولان شهری اطمینان خاطر ایجاد کند.

نژاد بهرام خاطر نشان کرد: توصیه ما به مدیران شهرداری منطقه بیست و یک این است که به فکر توسعه و ایجاد پارک های موجود در منطقه نباشند و به جای آن با کارشناسان مناسب سازی و برخی از معلولان به این پارک ها سر بزنند و نواقص آنها را مرتفع کنند. این مسأله نیز به راحتی امکان پذیر است و نیازمند پروسه بروکراتیک نیست. اگر این اتفاق رخ بدهد تا پایان سال می توانیم سی و دو پارک آماده شده را به مردم ارائه کنیم. از سوی دیگر این وضعیت درباره ساختمان های اداری نیز وجود دارد. اگر پارک ها و ساختمان های اداری مناسب سازی شود بهترین اقدام برای خدمت رسانی به مردم صورت گرفته است.

شهرداری قرار می گیرد. در منطقه ۲۲ شهرداران نواحی برای معلولان که به هر دلیل امکان تردد ندارند یک شماره تلفن در نظر گرفته بودند که در صورت تماس معلولان خدمات اجتماعی و اداری در منزل به آنها ارائه می شود. در این زمینه یک سایت نیز طراحی شده بود که معلولان می توانستند با استفاده از این سایت مشکلات اداری خود را حل کنند. این تجربه موفقی است که در منطقه ۲۲ تهران انجام شده و می تواند به عنوان یک الگو برای سایر مناطق تهران نیز مورد استفاده قرار بگیرد. در این زمینه سازمان بهزیستی باید آدرس معلولان را در اختیار شهرداری قرار بدهد تا شهرداری با جی آی اس مشخصات مکانی این افراد را ثبت کند. به همین دلیل شهرداری باید برنامه زمانی خود را مشخص کند که تا چه زمانی می تواند خود را برای ارائه این خدمات به معلولان آماده کند.

معاون کمیسیون معماری و شهرسازی شورای شهر تهران تصریح کرد: ما در مناسب سازی دارای دستور العمل و استاندارد هستیم. به همین دلیل ما معتقدیم





عضو هیئت ریسه شورای شهر تهران
در جلسه با مدیران منطقه بیست و یک
مطرح کرد:

خدمات دهی شهری به معلولان با شهروندان یکسان است...

جلسه بررسی مشکلات شهری منطقه بیست و یک
با حضور مهندس رجب زاده شهردار این منطقه و
دکتر زهرا نژاد بهرام عضو هیئت ریسه شورای
شهر تهران برگزار شد.

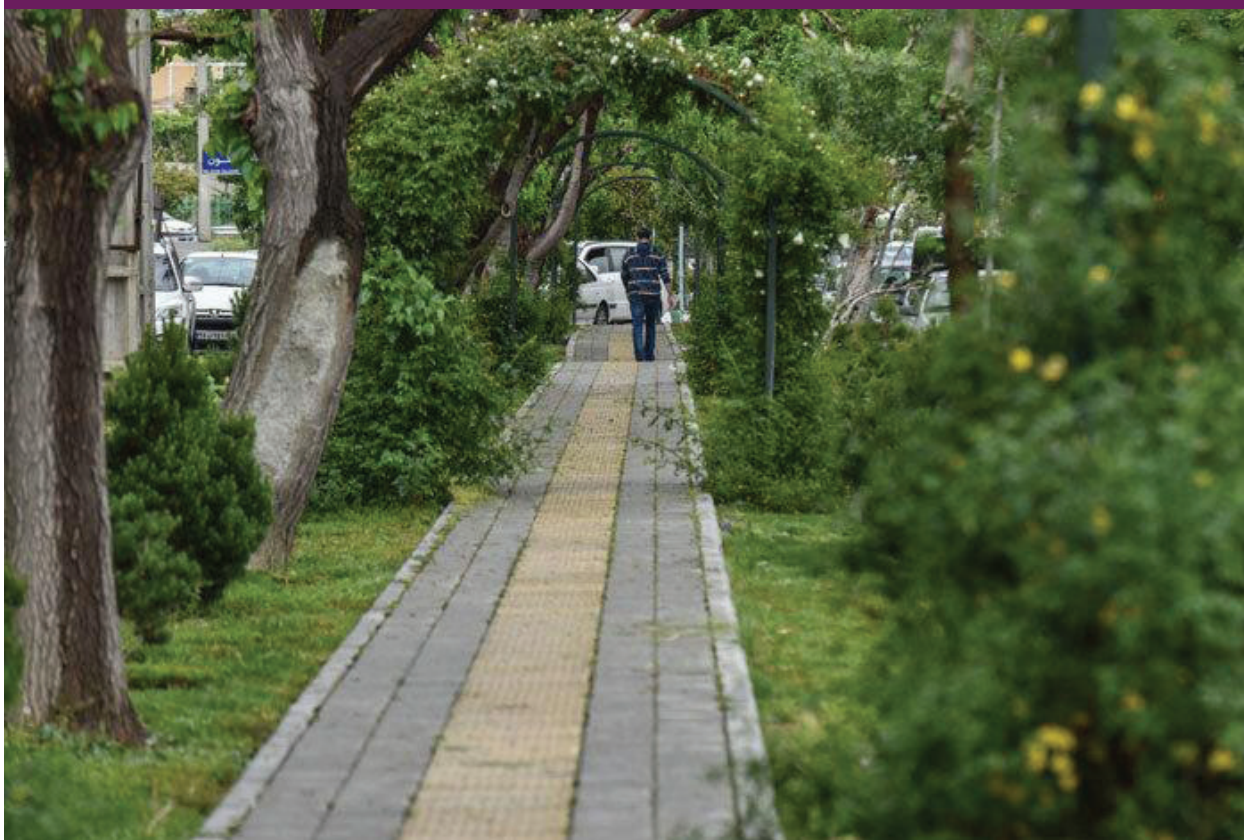
مهندس رجب زاده در این جلسه خاطرنشان کرد: در طول سه ماهی که مسئولیت شهرداری منطقه به بنده واگذار شده ما به همه حوزه های شهری از جمله مسائل مرتبط با معلولان ورود کرده ایم. نکته مهم در این زمینه فعال شدن تشکل ها و ان جی او های معلولان در منطقه است. رویکرد ما این بوده که همه پروژه هایی که تعریف می شود جدا از موضوع مناسب سازی باید مورد تأیید معلولان قرار بگیرد. ممکن است از نظر ما یک محل برای معلولان مناسب سازی شده باشد اما از کار آیی لازم برای معلولان برخوردار نباشد. به همین دلیل دوستان معلول حتما باید در پروژه ها حضور داشته باشند و نظرات خود را بیان کنند.

شهردار منطقه بیست و یک ادامه دارد: شرایط باید به سمتی حرکت کند که کانون معلولان به مدیران شهری پروژه پیشنهاد کنند و ایده های خود را مطرح کنند. یکی از مشکلات مهم در حوزه مدیریت شهری عدم آمارهای صحیح برای برنامه ریزی است. به عنوان مثال هنوز آمار دقیقی از وضعیت معلولان منطقه وجود ندارد و آمارهای مختلفی در این زمینه ارائه می شود. به همین دلیل نیز ما به دنبال این بودیم آمار دقیق معلولان و پراکندگی آنها به صورت دقیق روی نقشه مشخص شود. متأسفانه ما عادت نکرده ایم دیدگاه مردم را در زمینه مدیریت شهری در نظر بگیریم.

مهندس رجب زاده تأکید کرد: ما باید وسائل و خدماتی را برای معلولان آماده کنیم که این عزیزان بتوانند از آنها استفاده کنند. به همین دلیل اطلاعات دقیق در این زمینه حایز اهمیت است. در ماه های گذشته برخی از پروژه هایی که توسط مدیریت شهری مغفول مانده بود را احیا کردیم و در شرایط کنونی در حال انجام آنها هستیم. ما حق جدا سازی معلولان و نابینایان را از دیگر شهروندان نداریم و همه این عزیزان جزء شهروندان محسوب می شوند. همه این عزیزان به شهرداری مالیات پرداخت می کنند و به همین دلیل ما موظف هستیم در همه شئون شهری به آنها خدمات ارائه کنیم. به همین دلیل در دوران مدیریت بنده در منطقه بیست و یک هیچ پروژه ای وجود ندارد که حقوق این عزیزان در آن رعایت نشده باشد. ما حتی به دنبال این هستیم که از کانون معلولان استعلام گرفته شود که معلولان عزیز در چه مناطقی رفت و آمد بیشتری دارند و با کدام اداره ها ارتباط بیشتری دارند. به همین دلیل ما به دنبال اختصاص بودجه جداگانه ای برای این مسأله خواهیم دارد. ما در آستانه تغییر سده قرار داریم و بنده امیدواریم که در سده آینده بتوانیم یک تغییر بزرگ در نگرش مدیریت شهری و خدمت رسانی به شهروندان به وجود بیاوریم.

مهندس رجب زاده در دیدار مدیران منطقه بیست و یک با رییس کمیسیون معماری و شهرسازی شورای شهر تهران مطرح کرد:

همه مشکلات مردم منطقه به شهرداری ارتباط دارد



جلسه مدیران شهرداری، شورایاری و بنگاه های اقتصادی و صنعتی منطقه بیست و یک تهران در راستای نقش مسئولیت اجتماعی در مدیریت شهری با شعار «سکونت و صنعت» با حضور مهندس رجب زاده شهردار منطقه و دکتر محمد سالاری رییس کمیسیون معماری و شهرسازی شورای شهر تهران برگزار شد.

منطقه به بنده محول شد اولین چیزی که مطالبه کردم سند توسعه منطقه بود. این منطقه مهم ترین منطقه صنعتی تهران و حتی در بخش هایی در کشور است. شهردار منطقه بیست و یک ادامه داد: منطقه بیست و یک دروازه ورودی به شهر تهران از سمت غرب است.

در این جلسه مهندس رجب زاده شهردار منطقه بیست و یک تهران خاطر نشان کرد: یکی از مهم ترین ویژگی های منطقه بیست و یک قرابت صنعت و سکونت است. بدون تردید این وضعیت هم می تواند برای این منطقه تهدید باشد و هم فرصت. اولین روزی که مسئولیت

شهردار منطقه بیست و یک خاطر نشان کرد: مردم به صورت طبیعی به فضای سبز علاقه مند هستند. به همین دلیل ما نمی توانیم اجازه بدهیم افرادی اقداماتی در منطقه انجام بدهند که مردم را از درخت و فضای سبز بیزار کند. در طول سه ماهی که بنده در این مسئولیت بوده ام شورایاری ها را به عنوان بازوی مدیریت شهری مشاهده کردم. به همین دلیل نیز جلساتی را با این عزیزان برگزار کردیم. بنده معتقدم ما باید در همه تصمیمات منطقه شورایاری ها را به عنوان نمایندگان مردم در نظر بگیریم و به وعده هایی که به آنها می دهیم پایبند باشیم. ما به دنبال این هستیم که شورای همه اداره های منطقه با محوریت شهرداری منطقه برگزار شود. به همین دلیل با مسئولان مربوطه در این زمینه رایزنی های لازم صورت گرفته است. بنده معتقدم همه مشکلات منطقه در همه شئون آن به شهردار منطقه ارتباط پیدا می کند. به همین دلیل به صورت جزئی به همه مشکلات ورود خواهیم کرد. بدون تردید در این زمینه نیازمند انسجام در رویکردها و تصمیم گیری ها هستیم.

لازم به ذکر است در این جلسه مهندس بیگی معاون اجتماعی شهرداری منطقه، معاون عمرانی، معاون ترافیک، رییس و دبیران شورایاری منطقه به همراه مدیر عامل شرکت بهنوش، نماینده شهر فرش و معاونت مسئولیت اجتماعی شرکت سایا به عنوان نماینده بخش صنعت منطقه حضور داشتند.



بسیاری از افراد از شهرهای اطراف مانند شهریار و رباط کریم به صورت برای کارهای روزمره خود از این منطقه وارد تهران می شوند. در چنین شرایطی مطالبه اصلی ما موضوع سند توسعه منطقه است. در ابتدا چنین سندی وجود نداشت. به همین دلیل ما این سند را تدوین کردیم و از بین مشاوران ذیصلاح یک نفر را انتخاب کردیم و در جلسات متعددی که داشتیم این سند را تدوین کردیم. بنده معتقدم امروز در مکانی که ایستاده ایم به آینده نگاه کنیم می توانیم یک چشم انداز روشن را در منطقه بیست و یک تدوین کنیم.

رجب زاده تصریح کرد: اگر ما بخواهیم باری به هر جهت حرکت کنیم و یا زمان پروژه های خود را طولانی کنیم قطعاً با توسعه ای در منطقه مواجه خواهیم شد که متوازن نخواهد بود. شعار ما در تدوین سند توسعه تبدیل منطقه بیست و یک از معبر به مقصد است. با وجود اینکه منطقه بیست و یک از نظر فضای سبز دومین منطقه شهر تهران است اما هیچ پارک فرامنطقه ای در این منطقه وجود ندارد که یکی از ضعف های مهم این منطقه است. مسئولیت اجتماعی مفهوم وسیعی دارد و به همین دلیل ما نباید آن را به معبر و فضای سبز تقلیل بدهیم. نکته دیگر اینکه منطقه بیست و یک با غم و شادی صنعت عجین شده است. آلودگی هوا، ترافیک، نبود پارکینگ برای صنایع از جمله غم های بزرگ ما در این منطقه است. وضعیت به شکلی است که در طول روز خودروهای زیادی در خیابان های این منطقه پارک شده اما در شب همه منطقه را ترک می کنند که این مسأله برای ما تهدید به شمار می رود.

این مدیر شهری اذعان کرد: صنایع حتماً باید شادی را برای منطقه به ارمغان بیاورند. به همین دلیل نیز ما در سند توسعه جایگاه ویژه ای برای مسئولیت اجتماعی صنایع در نظر گرفته ایم. هر هوایمایی که از آسمان کشور استفاده می کند موظف به پرداخت مالیات است. این مالیات به عنوان اصلی ترین منابع مالی فرودگاه های کشور است که هزینه های جاری خود را تأمین می کنند. سوال اینجاست که چرا در منطقه بیست و یک که هر یک ربع ساعت یک هواپیما از این منطقه عبور می کند و آسایش مردم را مخدوش می کند نباید از این مالیات بهره مند باشد؟ در یک مقطع زمانی منطقه ای که فرودگاه مهرآباد در آن قرار دارد بهترین منطقه تهران بوده است. این در حالی است که در شرایط کنونی بهترین منطقه نیست.

به همین دلیل باید ظرفیت ها و توانایی های این منطقه به صورت جدی مورد توجه قرار بگیرد.

مسئولیت اجتماعی شرکت ها و شهروندان و فعالان اقتصادی در توسعه شهرها

حمیدرضا آزادواری

رسانه مسئولیت اجتماعی: منظور از توسعه شهرها چیست؟

توسعه شهرها شامل مجموعه اقداماتی است که رشد اقتصادی، بهبود زیرساخت های شهری، کاهش فقر، کاهش بیکاری، بهبود مدیریت شهری و ... را به همراه دارد. در کشورهای در حال توسعه، بسیاری از روستایی ها به علت شرایط بد زندگی، به زندگی شهری رو آورده اند که این امر منجر به شلوغ شدن شهرها و افزایش حومه نشینی شده است. از طرف دیگر مشکلات اقتصادی و فرهنگی حل نشده شهری مزید بر علت عدم توسعه شهرها شده است. برای توسعه شهرها باید یک برنامه طولانی مدت و هدفمند با توجه به شرایط اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و زیست محیطی طراحی کرد. هدف از این برنامه نه تنها برطرف کردن نیازهای نسل حاضر بلکه باید دور اندیشی برای نسل های بعدی نیز باشد. با توجه به مطالب ارائه شده می توان توسعه شهرها را دغدغه ای جهانی برای بهبود جوامع انسانی دانست.



به طور کلی اهداف توسعه شهرها را می توان در ۴ حوزه زیر قرار داد:

- حداقل مصرف از فضا در راستای حفظ منابع طبیعی
- بهبود سیستم مدیریت شهری
- دسترسی یکسان به منابع
- حفظ فرهنگی و اجتماعی

با توجه به مطالب ارائه شده لازمه توسعه شهرها تقویت زیر بنای فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی جامعه شهری است. جامعه شهری در واقع به مجموعه افرادی اطلاق می شود که در اشکال متفاوتی همچون فعالان اقتصادی،

شرکت ها و یا شهروندان مشغول به فعالیت هستند. همه ی اقشار ذکر شده تاثیر شگرفی بر میزان توسعه شهرها دارند. در ادامه این مقاله نقش هر یک از این اقشار بر توسعه شهرها بررسی می شود.

* نقش شهروندان بر توسعه شهرها

در جامعه امروز ما، به نیازهای اولیه شهری افراد پاسخی داده نمی شود. به طور مثال در بسیاری از شهرها جاده ها و معابر عبوری نیازمند ترمیم هستند، عملی ساده که سال ها نادیده گرفته شده است.

با توجه به اینکه بسیاری از استراتژی ها و برنامه توسعه شهرها زیر نظر دولت صورت می گیرد بسیاری از شهروندان گمان می کنند که آنها در توسعه شهرها نقشی ندارند. اما باید گفت توسعه شهرها خصوصا در کشورهای جهان سوم به علت زیرساخت های ضعیف نیازمند مشارکت تمام جامعه است. در زیر برخی از نقش های شهروندان در توسعه اقتصادی اشاره می شود:

شهروندان زیر نظر دولت صورت می گیرد بسیاری از شهروندان گمان می کنند که آنها در توسعه شهرها نقشی ندارند. اما باید گفت توسعه شهرها خصوصا در

کشورهای جهان سوم به علت زیرساخت های ضعیف نیازمند مشارکت تمام جامعه است. در زیر برخی از نقش های شهروندان در توسعه اقتصادی اشاره می شود:

* آگاهی از حقوق شهری: هر فردی که در جامعه زندگی

می کند داری یک سری حقوق فرهنگی و اجتماعی است که تا آنها را مطالبه نکنند پاسخی نخواهد گرفت. آگاهی داشتن از حقوق شهروندی و رعایت آن امری است که به توسعه زیر ساخت های فرهنگی - اجتماعی کمک می کند.

* حضور در انجمن های فعال: انجمن های بسیاری جهت بهبود کیفیت زندگی شهری ایجاد شده اند. بسیاری از این انجمن ها مردم نهاد هستند. حضور فعال شهروندان در این قبیل انجمن ها می تواند به روند توسعه شهرها سرعت ببخشد زیرا اهداف تعریف شده در این انجمن ها در راستای اهداف دولت در جهت توسعه شهرها قرار دارد.

* مشارکت در امور عمومی: متاسفانه در بسیاری از شهرها شاهد آسیب دیدن آثار تاریخی، آلودگی پارک ها، زباله های رها شده و ... هستیم. همه ی این موارد پیامدی جز زشت شدن چهره شهر در پی ندارند. از طرف دیگر می

بیکاری می تواند ریشه بسیاری از مشکلات اجتماعی باشد بنابراین به کارگیری نیروهای کار در از بین بردن مشکلات اجتماعی مرتبط با بیکاری موثر است.

***بهبود شرایط فرهنگی:** لازم است شرکت ها و فعالان اقتصادی به زیرساخت های فرهنگی شهرها توجه داشته باشند. بدون شک رشد فرهنگی یک جامعه علاوه بر بهبود توسعه شهرها می تواند اثر مثبتی نیز بر اقتصاد شهرها و روند کاری آنها داشته باشد.

کاهش هزینه: فعالان اقتصادی با پیشبرد سریع پروژه های شهری سبب کاهش هزینه های حاصل از پروژه های نیمه کاره و یا ناتمام می شوند.

***مشارکتهای اقتصادی:** یکی از دستاوردهای شرکت ها و فعالان اقتصادی افزایش در آمد های شهری چه از طریق اجرای پروژه و چه از طریق پرداخت مالیات است. لازمه ی موفقیت یک شرکت تنها در آمد زایی در بازه زمانی محدود نیست بلکه استفاده از منابع اقتصادی به صورت مستمر است. شرکت ها و نهادهای اقتصادی با شرکت در مشارکت های اقتصادی علاوه بر توسعه شهری می توانند سبب رونق اقتصادی در شهر نیز شوند. این امر در بهینه سازی مصرف منابع بسیار اثر گذار است همچنین می تواند سبب ایجاد فرصت برای سرمایه گذاری شهری نیز شود.

***اقتصاد مقاومتی:** منظور از اقتصادی مقاومتی رشد اقتصاد در کنار کاهش آسیب پذیری آن است. در واقع منظور از اقتصاد مقاومتی کشیدن حصار نیست بلکه رشد اقتصادی در کنار تمام تحریم ها است. فعالان اقتصادی و شرکت ها با سرمایه گذاری در زمینه های مختلف و به کارگیری نیروهای متخصص علاوه بر توسعه شهری سبب استقلال کشور از کالاهای وارداتی که تحت تحریم است، نیز می شوند.

سخن پایانی

هدف از توسعه شهرها پیش بردن یک جامعه شهری به سوی عدالت اجتماعی است. رسیدن به این هدف تنها با تکیه بر توان دولت میسر نمی شود. عوامل متعددی می توانند مانع برنامه های توسعه شهرها چه در بلند مدت و چه کوتاه مدت شوند. آنچه سبب مرتفع شدن موانع موجود می شود حضور فعال تمام اقشار جامعه در برنامه های توسعه شهری است. همانطور که گفته شد اگر هر یک از اقشار جامعه به وظایف خود آگاه باشند و آنها را به درستی انجام دهند می توان انتظار داشت که مسیر توسعه شهرها با سرعت بالاتری طی شود. متأسفانه افزایش روزافزون مشکلات اجتماعی و فرهنگی و عدم ارائه راهکارهای مناسب برای آنها سبب شده است برنامه های توسعه شهرها عقب بمانند.

توانند پایه های فرهنگی یک جامعه شهری را برای نسل های بعد، سست کند. باید شهر مانند خانه فرض شود و همه شهروندان در تمیزی و سلامت آن کوشا باشند. امروزه پاک نگه داشتن هوا، تفکیک زباله، اهمیت دادن به بازیافت و ... نیز از مسئولیت هایی است که بر شانه شهروندان قرار داده شده است.

***شهروند منتقد:** انتقاد به معنای قضاوت منصفانه امور مختلف است. یک شهروند باید علاوه بر آگاهی داشتن از اصول توسعه شهرها، ناظری سخت گیر و منتقد باشد. جمع گرایی: شهروندان باید بدانند لازمه زندگی اجتماعی رعایت حقوق فردی و اجتماعی دیگران است. نادیده گرفتن حقوق یکدیگر سبب صرف شدن وقت جامعه برای امور بی ارزش می شود.

***پرداخت مالیات:** شهروندان با پرداخت به موقع مالیات و عوارض های تعریف شده می توانند به برداشتن موانع اقتصادی توسعه شهرها کمک کنند.

نقش شرکت ها و فعالان اقتصادی بر توسعه شهرها:

فعالان اقتصادی و شرکت ها به عنوان بنیادهای موثر بر نظام اقتصادی شهری می توانند در توسعه شهرها نقش داشته باشند. در کشورهایی در حال توسعه همواره کمبود کار و بحران های اقتصادی وجود دارد که این قبیل امور می تواند با مشارکت بنیادهای اقتصادی مرتفع شود.

به طور کلی فعالان اقتصادی و شرکت ها می توانند با کاهش هزینه ها، افزایش درآمدها، مشارکتهای اقتصادی، اجرای اقتصاد مقاومتی، توسعه شهری و ایجاد فرصت برای سرمایه گذاران شهری اثرات مثبتی بر توسعه شهرها داشته باشند. در ادامه به صورت خلاصه نقش شرکت ها و فعالان اقتصادی مورد بررسی قرار می گیرد.

***بهبود شرایط اقتصادی:** شرکت ها و فعالان اقتصادی از یک طرف با پرداخت مالیات و از طرف دیگر با کاهش تراکم افراد بیکار می توانند در بهبود شرایط اقتصادی یک جامعه موثر باشند. در واقع سرمایه گذاری می تواند به خودی خود سبب توسعه اقتصادی شود. پس می توان گفت فعالان اقتصادی و شرکت ها به صورت مداوم به بافت شهری سود نهایی و ارزش افزوده تزریق می کنند و همین امر سبب اهمیت یافتن آنها شده است. همچنین شرکت ها و فعالان اقتصادی با استفاده درست از منابع می توانند موجب کاهش آلودگی های زیست محیطی و ... شوند.

***بهبود شرایط اجتماعی:** یکی از معضلاتی که گریبانگیر بسیاری از شهرها است و مانع از توسعه آنها می شود، بیکاری است. فعالان اقتصادی و شرکت ها می توانند در ایجاد بسترهای کاری متنوع فعال باشند. باید پذیریم

لاله افتخاری در گفت و گو با «رسانه مسئولیت اجتماعی»:

برای تحقق مسئولیت اجتماعی باید از ظرفیت زنان استفاده کرد

دکتر لاله افتخاری از اعضای جبهه پیروان خط امام و رهبری است. او نماینده مردم تهران در دوره‌های هفتم، هشتم و نهم مجلس شورای اسلامی بود. وی دارای دکترای علوم قرآنی با رتبه اول از دانشگاه تهران است. از لاله افتخاری آثاری همچون کتاب‌های قرآنی سوره نور، زنان (سوره نساء)، زنان آزموده (سوره ممتحنه و احزاب)، کتاب نقد و بررسی روایات تفسیری باقرین (ع)، ترجمه کتاب «لینتی کنت اعلم» تألیف بنت الهدی صدر و ۴۰ اثر پژوهشی در زمینه‌های قرآنی، دینی، تاریخی، رجال و حدیث، وحدت مذاهب اسلامی، زنان و خانواده منتشر شده است. مطالعه و تحقیقات وی در موضوعات حقوق زنان، الگوی زن مسلمان و علوم قرآنی در سمینارها و میزگردهای تلویزیونی از شبکه‌های داخلی و برون مرزی مطرح شده است. به همین دلیل رسانه مسئولیت اجتماعی برای بررسی نقش زنان در تحقق مسئولیت اجتماعی با ایشان گفت و گو کرده که در ادامه حاصل این گفت و گو را می‌خوانید.

*زنان چگونه می‌توانند در زمینه تقویت مفهوم مسئولیت اجتماعی در جامعه نقش آفرینی کنند؟

زنان نیز مانند مردان در سرنوشت جامعه خود نقش تعیین کننده ای دارند. به همین دلیل باید در مناسبات اجتماعی احساس مسئولیت کنند و در این زمینه نیز توانایی‌های خود را بروز و ظهور بدهند. در زمان پیامبر اسلام (ص) نیز زنان نقش موثری در مناسبات اجتماعی داشتند و هنگامی که پیامبر مشاهده می‌کردند زن در عین رسالت مادری و همسری تلاش می‌کند در زمینه اجتماعی نیز نقش آفرینی کند با تشویق ایشان مواجه می‌شدند. این وضعیت در شرایط کنونی جامعه نیز وجود دارد و مسئولیت زنان در ابعاد مختلف اجتماعی، فرهنگی و سیاسی نقش تعیین کننده ای دارد. مسئولیت اجتماعی زنان در امور

خیریه، محیط زیست و مسائل فرهنگی تبلور بیشتری در جامعه ما داشته و در این زمینه زنان جامعه نقش پررنگ تری داشته‌اند. زمینه دیگری که زنان مسئولیت اجتماعی خود را نشان می‌دهند در کار آفرینی و اشتغال زایی است که در سال‌های اخیر نقش زنان بیش از گذشته بوده است. واقعیت این است برخی از زنان از



استفاده کرد. از نقطه نظر اسلام زن و مرد در چندین مورد ویژگی‌های مشترکی دارند. اولین مورد آن مبدأ آفرینش است. در برخی از کتب دینی که دچار تحریف شده‌اند، زن را موجود درجه دوم می‌دانند، در حالی که قرآن این‌ها را رد کرده و در آیه ۳۹ سوره زمر می‌فرماید: «خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ: شما را از نفسی واحد آفرید». تساوی در تعیین حق سرنوشت، تساوی در فراگیری دانش، تساوی در دریافت پاداش الهی، تساوی در ولایت اجتماعی زن و مرد، تساوی در بهره‌گیری از تربیت الهی، تساوی در عقل و... را از دیگر موارد بر شمرد که قرآن کریم به اشاره کرده است. این مسائل نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی زنان نیز با مردان برابر است و به همان میزان که مردان باید در عرصه اجتماعی نقش آفرینی کنند زنان نیز دارای چنین وظایفی هستند.

برای پررنگ کردن نقش زنان در مسئولیت اجتماعی چه باید کرد؟

در اسلام به زنان حق دخالت در امور اجتماعی، سیاسی و فرهنگی داده شده است، اما مشروط به حفظ عفاف و پاکدامنی و حریم انسانیت. اسلام از

حقوق واقعی خود بی‌خبرند. متأسفانه ما شاهد هستیم که برخی از بانوان رسیدن به حقوق خود را فقط در مهریه می‌بینند و گاهی از سر ناآگاهی و خشم و در مقابل اشتباهات مرد آن را اهرم فشار می‌کنند، در حالی که زن در جامعه امروز باید بداند که اسلام از او در رابطه با جامعه چه می‌خواهد. به صورت طبیعی نقش آفرینی زنان در زمینه مسئولیت اجتماعی همراه با نقاط قوت و ضعف بوده است.

چه نقاط ضعفی در این زمینه مشاهده می‌کنید؟

مهم‌ترین نقاط ضعف مدیریت ناکارآمد در زمینه نظارت، حمایت و هدایت امور زنان است. عدم نظارت صحیح و کافی ممکن است پیامدهای ناخوشایندی برای نقش آفرینی زنان در زمینه مسئولیت اجتماعی خود باشد. مسأله مهم در این زمینه حمایت زنان برای انجام مسئولیت اجتماعی خود است. هر چه این حمایت‌ها افزایش داشته باشد به همان میزان کارایی زنان برای انجام دادن مسئولیت اجتماعی خود در زمینه‌های مختلف افزایش پیدا می‌کند. زنان ظرفیت‌های بالای بالقوه و بالفعل در زمینه مسئولیت اجتماعی دارند که باید از این ظرفیت‌ها به سود جامعه و زنان



عرصه‌های مختلف به خصوص در عرصه سیاسی به اثبات برسانند. همواره شاهد بودیم که در طول انقلاب اسلامی در برخی موارد حتی زنان جلوتر از مردان حرکت کردند و در هشت سال دفاع مقدس و تداوم این انقلاب تاثیر زنان و حضورشان بسیار چشمگیر بود و هست و دلیل آن چیزی نیست جز ظرفیت و شخصیتی که اسلام برای زنان قائل است. ساختارهای جدیدی که در تقنین و شورای عالی سیاست‌گذاری فرهنگی مجلس شورای اسلامی، دولت و غیره که پس از انقلاب اسلامی ایجاد شد فضایی را ایجاد کرد تا زنان بتوانند به فعالیت‌های مختلف اجتماعی سیاسی، فرهنگی و غیره پردازند در حالی که پیش از آن چنین چیزی وجود نداشت، همچنین پس از انقلاب شاهد حضور زنان در دانشگاه‌ها و مجامع علمی بودیم که این آمار روز به روز در حال افزایش است. پست‌های مدیریتی بدون نگاه ابزاری به زنان بلکه براساس شایستگی و اگذار می‌شود و آنها در سمت‌هایی چون معاونت ریاست جمهوری گرفته تا مجلس، وزارت خانه‌ها و اساتید دانشگاه‌های کشور مشغول فعالیت هستند.

طرفی با حضور بی‌قید و شرط زنان در تمام امور و از بین رفتن حریم‌های اخلاقی مخالفت کرده و از طرف دیگر برای فعالیت‌های ضروری اجتماعی با حفظ عفت مانعی ایجاد نکرده است. با تغییر نگرش نسبت به زن در جریان انقلاب اسلامی، زنان توانستند حضور پررنگی در عرصه اجتماعی و سیاسی پیدا کنند. امام خمینی (ره) به‌عنوان رهبر کبیر انقلاب با عدم پذیرش نگاه سنتی نسبت به زن و ایجاد نگرشی نو، زمینه‌هایی را برای زنان از بند باورهای غلطی که در ساحت دین ریشه دوانده بود را مهیا نمود تا زنان با پی‌بردن به ارزش واقعی خویش توانایی‌های بالقوه خود را در عرصه‌های مختلف به خصوص عرصه مبارزه به منصف ظهور برسانند. این اتفاق باعث شد مسئولیت اجتماعی زنان تبلور بیشتری پیدا کند. با پیروزی انقلاب اسلامی، قانون اساسی جمهوری اسلامی تا حد زیادی فرصت‌های برابری را برای زنان و مردان برای ایفای نقش در مسئولیت‌های بالای مملکتی در نظر گرفت. بنابراین با وجود چنین نظام حقوق سیاسی و همچنین فرهنگ سیاسی مشارکتی، شرایط مهیا گشت که زنان بتوانند حضور خود را در



فریال مستوفی در گفت و گو با رسانه مسئولیت اجتماعی:

مسئولیت اجتماعی باید به استراتژی محوری در

شرکت‌ها تبدیل شود



فریال مستوفی تنها زن ایرانی است که مالکیت بزرگ‌ترین معدن ایران را دارد و پروژه‌ای که بهره‌برداری از آن را آغاز کرده، برای ۱۰ هزار نفر به صورت مستقیم و غیر مستقیم شغل ایجاد می‌کند. فریال مستوفی با تحصیلات فوق لیسانس در رشته آمار و اقتصاد توانسته است با فعالیت در شرکت‌های هلدینگ که در گروه معادن و صنایعی که از معادن بدست می‌آید، به سمت مدیر عاملی این شرکت هلدینگ که در سال ۱۳۷۲ تاسیس شده است، برسد. ایشان همچنین توانسته است عضو هیات مدیره اتاق بازرگانی ایران و چین

باشد و در کمیسیون سرمایه گذاری اتاق بازرگانی ایران و چین بسیار موثر و کارآمد عمل کند. او عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران در دوره هفتم و هشتم نیز بوده است. به همین دلیل و برای تحلیل و بررسی نقش مفهوم مسئولیت اجتماعی در حاکمیت شرکتی و چالش‌های آن در ایران رسانه مسئولیت اجتماعی با این کارآفرین برجسته کشور گفت و گو کرده که در ادامه ماحصل این گفت و گو را می‌خوانید.

*نقش مسئولیت اجتماعی در تقویت کسب و کارها چیست؟

امروزه تأثیر شرکت‌ها بر جامعه یک دغدغه جهانی تلقی می‌شود و انتظارات ذینفعان از نقش کسب و کارها در جامعه در حال افزایش است. رهنمودها، اصول و قوانین و مقررات برای رفتار شرکتها در جامعه نیز به دنبال افزایش تقاضا برای شفافیت و پاسخگویی درباره عملیات شرکت و اثرات این

عملیات بر جامعه در حال توسعه است. مسئولیت اجتماعی شرکت به مشارکت داوطلبانه شرکت برای توسعه پایدار فراسوی الزام‌های قانونی اشاره دارد و روشی برای کاهش شکاف بین شرکت و انتظارات ذینفعان است. رواج مفهوم مسئولیت اجتماعی به هفت دهه قبل یعنی دهه ۱۹۵۰ میلادی برمی‌گردد اما این مفهوم هم‌چنان در حال تکامل و نمو است. به طور کلی مسئولیت اجتماعی بیانگر آن است که کسب و کارها دغدغه‌های اجتماعی، زیست محیطی و اقتصادی را در ارزشها، فرهنگ، راهبردها، تصمیم‌ها و عملیات شرکت به طور شفاف یکپارچه کرده و رویه‌هایی بهتری برای شرکت تدوین کنند که منجر به پاسخگویی شرکت در این حوزه‌ها شده و از طرفی به صورت سامانمند تداوم یافته و با تغییر مدیریت دچار افول نشود.

***مسئولیت اجتماعی شامل چه گستره‌ای می‌شود؟**

اقدامات برای حفاظت و ترمیم محیط زیست مانند کاشت درخت و حفظ مراتع و زمین‌های کشاورزی و جنگل و اکوسیستم، می‌توانند عملکرد زیست محیطی خود را با جلوگیری از نشر آلودگی در هوا، ممانعت از تخلیه ضایعات در آب، مدیریت پسماندها، عدم استفاده یا دفع مواد



شیمیایی خطرناک و سمی و سایرهای آلودگی ناشی از فعالیت خود در طبیعت بهبود بخشند.

۶. مرتبط با جامعه: مسئولیت شرکتها در قبال جامعه و تلاش برای رفع مسائل اجتماعی که در قالب مشارکت در امور خیریه، کمک به افراد و گروه‌های اجتماعی نیازمند، حمایت از سرمایه‌های اجتماعی و فرهنگی نظیر پشتیبانی از فعالیتهای هنری، مدارس، دانشگاه‌ها و تیمهای ورزشی نمود می‌یابد. همچنین در زمان بحران‌های طبیعی و غیرطبیعی نظیر سیل، زلزله، آتش سوزی‌ها و... از شرکتها انتظار می‌رود نقش مسئولانه‌تر و بیشتری عهده‌دار شوند.

پیشرفت مفهوم مسئولیت اجتماعی در کشورهای توسعه یافته به چه صورت بوده است؟

طبق تعریف کمیسیون اروپا مسئولیت اجتماعی شرکت بیانگر تأثیرگذاری آن بر جامعه است، برای اجرای این مهم، شرکت باید ارتباط تنگاتنگی با ذینفعان خود برقرار کرده و فرایندهایی را برای یکپارچه‌سازی ملاحظات و دغدغه‌های اجتماعی، اخلاقی، زیست محیطی، انسانی، حقوق بشری و مسائل مصرف کنندگان با عملیات تجاری و راهبردهای کلیدی خود به کار گیرد. از طرفی حاکمیت شرکتی به معنای سیستمی است که شرکت به عنوان یک سازمان برای تصمیم‌گیری و اجرای تصمیم‌های خود و برای پیگیری اهداف خود از آن استفاده می‌کند. مسئولیت

مسئولیت اجتماعی گستره وسیعی از فعالیت‌ها را شامل می‌شود اما می‌توان آن را در حوزه‌های زیر دسته‌بندی کرد:

۱. مرتبط با سهام‌داران: شامل اهتمام جهت افزایش سود و ارزش هر سهم و همچنین رشد پایدار و سودآوری بلندمدت است.

۲. مرتبط با مشتریان: این حوزه شامل اهتمام به مدیریت کیفیت، تولید محصولات بادوام و دوستدار محیط زیست، نوآورانه و ایمن، مشتری‌مداری و بهبود مستمر است.

۳. مرتبط با کارکنان: شامل مهیا کردن فضای کاری منصفانه و رفتار متعادل با کارمندان برای افزایش رضایت آنها و بهره‌وری که در قالب فراهم کردن محیط کاری ایمن و جو منصفانه، شرایط برانگیزاننده، مشارکت کارمندان در تصمیم‌گیری‌ها و توجه به خانواده نمود می‌یابد.

۴. مرتبط با تأمین کنندگان: شامل رعایت مسئولیت در قبال تأمین کنندگان که منجر به الزام انتخاب آگاهانه و ارزیابی مداوم تأمین کنندگان برای شرکت می‌شود.

۵. مرتبط با محیط زیست: شامل اقدامات در جهت حفاظت از محیط زیست که در قالب مدیریت ضایعات، مدیریت مصرف انرژی و اصلاح فرایندهای تولیدی نمود می‌یابد. شرکت‌ها نمی‌توانند مسائل و مشکلات محیطی که در آن فعالیت می‌کنند را نادیده بگیرند و علاوه بر

* گسترش مفهوم مسئولیت اجتماعی بر حاکمیت شرکتی در ایران با چه چالش‌هایی مواجه است؟

در ایران به دلیل ساختار حاکم بر فضای اقتصادی و نقش پررنگ دولت در ابعاد مختلف اجتماعی - اقتصادی، برخی شرکت‌ها، انجام فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی را خارج از حیطه خود دانسته و آن را از وظایف دولت می‌دانند. علاوه بر این بخشی دیگر از کسب و کارها مسئولیت اجتماعی را هزینه به حساب آورده و فکر می‌کنند موجب مصرف منابع و کاهش توان رقابتی آنها می‌شود.

گسترش مسئولیت اجتماعی در کسب و کارهای ایرانی از چندین وجه می‌تواند مورد توجه قرار گیرد. از یک طرف باید نقش بیشتری در اقتصاد به بخش خصوصی داد و شرکت‌ها وقتی ببینند که نقش پررنگ تری در اقتصاد دارند، احساس مسئولیت بیشتری کرده و نقش‌های مسئولیت اجتماعی را پررنگ‌تر ایفا می‌کنند. از طرف دیگر برخی از شرکت‌ها و سازمان‌های دولتی هنوز در این حوزه‌ها ورود نکرده‌اند و برای نمونه هنوز حقوق مخاطبان و مراجعان در این شرکت‌ها رعایت نمی‌شود. بنابراین خود دولت باید به عنوان کسی که بیشترین سهم را در اقتصاد دارد وارد عمل شده و نقش‌های مسئولیت اجتماعی را در حکمرانی شرکت‌های خود جاری سازد تا به عنوان الگو برای سایر شرکت‌ها نیز عمل کند. از طرفی به شرکت‌های خصوصی نیز باید آموزش و اطلاع‌رسانی شود تا متوجه شوند اهتمام به مسئولیت اجتماعی می‌تواند موجب مزیت‌های رقابتی برای آنها شده و تنها به عنوان هزینه به آن نگاه نکنند. آنان باید آگاه شوند که توسعه پایدار در حال تبدیل به روند و چالشی مهم در کسب و کارها و نقش آنها در جامعه است و شرکت‌ها برای اثرات اعمال و فعالیت‌هایشان بر محیط جامعه باید متعهدتر و مسئولانه‌تر عمل کنند.



اجتماعی شرکت از طریق این سیستم در شرکت توسعه می‌یابد. حاکمیت سازمانی مهم‌ترین عامل در توانمند کردن شرکت برای مسئولیت‌پذیری در قبال تأثیرات و پیامدهای تصمیم‌ها و فعالیت‌های آن و یکپارچه کردن این نوع مسئولیت در سراسر شرکت است که از طریق مکانیزم‌های رسمی و غیر رسمی جریان می‌یابد. در مکانیزم رسمی، ساختار و فرآیندهای رسمی و قانونی سازمان دخیل است و در مکانیزم غیررسمی، فرهنگ و ارزش‌های شرکت و جو سازمان مورد توجه قرار می‌گیرد. بنابراین حاکمیت شرکتی نقش مهمی در جاری سازی مسئولیت اجتماعی در شرکت دارد و شرکت‌ها برای دستیابی به این مهم نیازمند آن هستند رویه‌ها و اقدامات معینی را در دستور کار قرار دهند.

* برای نهادینه کردن مفهوم مسئولیت اجتماعی چه باید کرد؟

در قدم نخست آنها باید تعهد به مسئولیت اجتماعی را در استراتژی‌ها و اهداف کلان شرکت متبلور ساخته و سیستمی از

مشوق‌های اقتصادی و غیر اقتصادی برای عمل بر اساس مسئولیت اجتماعی را در شرکت طراحی کنند و مشوق‌های لازم را برای درگیری تمامی سطوح شرکت در موضوع مهم مسئولیت اجتماعی تدارک ببینند. همزمان با آن محیط و جو سازمان را نیز برای تعهد به مسئولیت اجتماعی هماهنگ ساخته و آن را پذیرای این نقش سازند. هم‌چنین از منابع شرکت استفاده بهینه داشته و بین نیازهای شرکت و ذی‌نفعانش تعادل ایجاد کند. در نهایت باید برای گروه‌هایی که معمولاً مورد اجحاف قرار می‌گیرند همانند زنان و اقلیت‌ها، به منظور احراز مناصب بالاتر فرصت عادلانه فراهم سازد.

سیمین حمزه وند در گفت و گو با «رسانه مسئولیت اجتماعی»:

بزرگ‌ترین چالش‌های مسئولیت اجتماعی انجام آن به شکل سنتی است

بخش جدایی‌ناپذیر خط مشی این موسسه بوده و خواهد بود و در هیچ شرایطی از هرگونه اقدامی که با این ویژگی مطابقت نداشته باشد، استقبال نخواهد کرد. البته همیاران بنیاد کودک می‌توانند از هر قشر، هر ملیت و با هر مرام سیاسی و مذهبی باشند. اما موسسه هیچ‌گونه اقدام و یا جهت‌گیری، علیه گروه خاصی را نخواهد پذیرفت. هرگونه همیاری مادی یا معنوی نیز با احترام به نیت نیک فرد یا سازمان ارائه دهنده که با هدفی غیر از کمک به دانش‌آموزان کم‌برخوردار باشد، پذیرفته نخواهد شد. به همین دلیل و برای بررسی فعالیت‌های بنیاد کودک در راستای تحقق مسئولیت اجتماعی، رسانه مسئولیت اجتماعی با سیمین حمزه وند... بنیاد کوک گفت و گو کرده که در ادامه ماحصل این گفت و گو را می‌خوانید.

بنیاد کودک از سال ۱۳۷۳ در ایران و آمریکا فعالیت خود را آغاز کرده است. این مؤسسه، یک مؤسسه خیریه مردم‌نهاد، غیردولتی، غیرسیاسی، غیرانتفاعی، فرامذهبی و فرامرزی است که رویکردی کاملاً انسان‌دوستانه دارد. هدف این مؤسسه دستیابی به این آرمان است که «هیچ دانش‌آموز با استعدادی به دلیل مشکلات اقتصادی از تحصیل و تلاش باز نماند. این مؤسسه با دریافت مجوز ملی از وزارت کشور توانست دامنه‌ی فعالیت خود را به بسیاری از استان‌ها بگستراند و اینک ۳۶ نمایندگی در شهرهای مختلف کشور دارد. خط مشی موسسه خیریه بنیاد کودک، همواره بر اهمیت به تحصیل و آموزش استوار بوده است. این مؤسسه تلاش می‌کند تا با حفظ کرامت انسانی دانش‌آموزان، از «نیازمند پروری»، پرهیز و آن‌ها را در ساختن آینده‌ای با چشم‌اندازهای روشن یاری کند. بنیاد کودک یک سازمان غیر انتفاعی و غیردولتی است و این ویژگی،



*رابطه مسئولیت اجتماعی با امور خیریه چیست؟ چرا برخی مسئولیت اجتماعی را مترادف با امور خیریه تصور می‌کنند؟ آیا آن تصور صحیح است؟

مسئولیت اجتماعی و امور خیریه رابطه بسیار نزدیکی با هم دارند. به اندازه‌ای که گاهی مترادف با یکدیگر به کار می‌روند. به طور کلی نیکوکاری در ایران امری دیرین است و به طرق مختلف در ادوار گوناگون تاریخ ایران تجلی یافته است. اگرچه واژه مسئولیت اجتماعی نسبت به امور خیریه مفهومی نوین است؛ اما در معنا انجام امور خیر و نیکو برخاسته از مسئولیت اجتماعی فردی و

است به جای ساخت مدرسه در آن مناطق و یا ارائه کمک های فردی و... با حمایت از موسسات مردم نهاد که در این زمینه سال ها فعالیت کرده اند و صاحب تجربه و اندیشه اند، کمک های خود را دو چندان اثربخش کنند.

*بنیاد کودک در راستای تحقق مسئولیت اجتماعی چه فعالیت هایی انجام داده است؟

بنیاد کودک طی ۲۶ سال فعالیت انسان دوستانه ی خود تنها یک مأموریت را در دستور کار خود قرار داده و آن حمایت از دانش آموزان با استعداد کم برخوردار است. تمام فعالیت های این موسسه مستقیم و غیرمستقیم در راستای حمایت تحصیلی دانش آموزان صورت می پذیرد. از حمایت مالی جهت ادامه ی تحصیل آنها گرفته تا تأمین مایحتاج زندگی خانواده هایشان که غیرمستقیم ادامه تحصیل آنها را هموار می سازد. این امر تنها با تحقق مسئولیت اجتماعی هزاران همیار نیک اندیش حقیقی و حقوقی بنیاد کودک امکان پذیر است.

*آیا بنیاد کودک به خوبی از طرف نهادهای دولتی حمایت می شود؟ در این زمینه چه چالش هایی وجود دارد؟

به طور کلی ذات موسسات مردم نهاد، مردمی است و قرار نیست کمک های دولتی دریافت کنند. بلکه NGOها در بخش هایی که به هر دلیلی کمتر به آنها توجه شده وارد می شوند و با حمایت های مردمی به ترمیم آن می پردازند. مثلاً بنیاد کودک به عنوان یک موسسه مردم نهاد به بخشی از جامعه که ممکن است از تحصیل باز بماند کمک می کند. بنابراین کمک های موسسات مردم نهاد همان طور که از نامش بر خاسته است از جانب مردم تأمین می شود. ذاتاً کمک دولت به یک سازمان مردم نهاد دچار تناقض معنایی است و این تناقض ممکن است سبب شود رسالت آن سازمان به درستی انجام نگیرد.



گروهی است. از آنجا که دو واژه ی مسئول و اجتماع این عبارت را تشکیل می دهد، پس می توان وجوه مشترکی بین آن با فعالیت های خیرخواهانه یافت. با این همه تفاوت هایی نیز بین این دو وجود دارد. یعنی الزاماً مسئولیت اجتماعی به معنای امور خیرخواهانه نیست. مثلاً پیروی از قانون، کمک به حفظ محیط زیست و به روزترین آن یعنی حفظ فاصله فیزیکی برای جلوگیری از انتشار ویروس کرونا از مصادیق مسئولیت اجتماعی هستند که خارج از معنا و مفهوم نیکو کاری به کار می روند.

*نقش مسئولیت اجتماعی در کمک رسانی به کودکان برای تحصیل چیست؟

همانطور که اشاره شد امور خیریه نیز برگرفته از مسئولیت اجتماعی است. به عبارت دیگر حمایت از تحصیل دانش آموزان مستلزم بینش، فهم و خردی است که از مسئولیت اجتماعی افراد و شرکت ها ناشی می شود. تمام همیاران بنیاد کودک در حمایت از تحصیل دانش آموزان بورسیه یک نقطه اشتراک دارند و آن دغدغه ادامه تحصیل دانش آموزان با استعداد کم برخوردار است و این دغدغه خود برگرفته از مسئولیت اجتماعی آنهاست.

*در این زمینه چه موانع و چالش هایی وجود دارد؟

یکی از بزرگ ترین چالش های مسئولیت اجتماعی انجام آن به شکل سنتی است. یعنی افراد و شرکت ها به صورت خودجوش در این زمینه ورود و فعالیت می کنند. اگرچه ماهیت این امر قابل تقدیر است؛ اما ممکن است به اندازه های که انرژی صرف و هزینه می شود، نتیجه بخش نباشد. اما می توان برای ایفای بهتر مسئولیت اجتماعی آن را برون سپاری کرد. به عنوان مثال اگر فرد یا سازمانی دغدغه ی تحصیلی دانش آموزان در مناطق کم برخوردار را دارد، پسندیده

سید رضا اکرمی در گفت و گو
با «رسانه مسئولیت اجتماعی»:

جلوگیری از گران شدن کالاهای اساسی مسئولیت اجتماعی است

حجت الاسلام سید رضا اکرمی رئیس شورای فرهنگی نهاد ریاست جمهوری، مشاور عالی وزیر کشور در امور روحانیت و نماینده پنج دوره مجلس شورای اسلامی است. برای بررسی وضعیت مسئولیت اجتماعی در شرایط بحران ها و تشدید مشکلات در کشور «رسانه مسئولیت اجتماعی» با ایشان گفت و گو کرده است. حجت الاسلام اکرمی معتقد است: «جلوگیری از گران شدن کالاهای اساسی یک مسئولیت اجتماعی است. اگر قرار است جلوی گرانی را هم بگیریم باید اراده کافی در بین مسئولان وجود داشته باشد. باید مشخص شود چرا برخی کالاها به یکباره قیمت نجومی پیدا می کند و چه دست هایی در پشت پرده وجود دارد. به عنوان مثال چرا به یک باره قیمت خودرو در کشور به شدت افزایش پیدا می کند و مناسبات اقتصادی جامعه را به هم می ریزد. باید دلیل این مسائل مشخص شود و نتایج آن به مردم ارائه شود». در ادامه ماحصل این گفت و گو را می خوانید.

***مسئولیت اجتماعی باید در زمان بحران ها و تشدید مشکلات خود را نشان دهد. آیا برای بهبود مشکلات کنونی جامعه مسئولیت اجتماعی وجود دارد؟**

باید از وضعیتی که امروز در کشور رخ داده نگران بود و برای آن راه حل پیدا کرد. در شرایط کنونی مهم ترین مشکل مردم جامعه دغدغه های معیشتی مردم است. این در حالی است که وضعیت جامعه به شکلی شده که هر فردی براساس سلیقه ای که دارد برای

دیگران تعین تکلیف می کند و اجناس را گران می کند این رفتار برخلاف مسئولیت اجتماعی است. هنگامی که واقعیت های جامعه را مورد توجه قرار ندادیم حتی اگر بهترین قانون هم نوشته شود وضعیت تغییری نخواهد کرد. امروز ما در وضعیت جنگ اقتصادی قرار داریم و به همین دلیل باید مسئولیت بیشتری نسبت به هم نوعان خود داشته باشیم. ما باید در مرحله نخست به ظرفیت ها و توانایی های داخلی خودمان تکیه کنیم و در مرحله بعد به تغییر سیاست ها در کشورهایی مانند آمریکا توجه کنیم. هنگامی که ما در سال گذشته در حدود هجده میلیون تن مواد



به
بیرون از
کشور نگاه داشته

باشیم. در زمینه مصرف نیز ما در وضعیت مناسبی قرار نداریم و نسبت به کشورهای دیگر جهان مصرف زیادتری داریم. تشدید مصرف گرایی یکی از موضوعات مهمی است که برخلاف مسئولیت اجتماعی است. ما نمی توانیم شعار مرگ بر آمریکا بدهیم اما میزان وارداتمان روز به روز افزایش پیدا کند. ما باید رفتار و سیاست های خود را تغییر بدهیم.

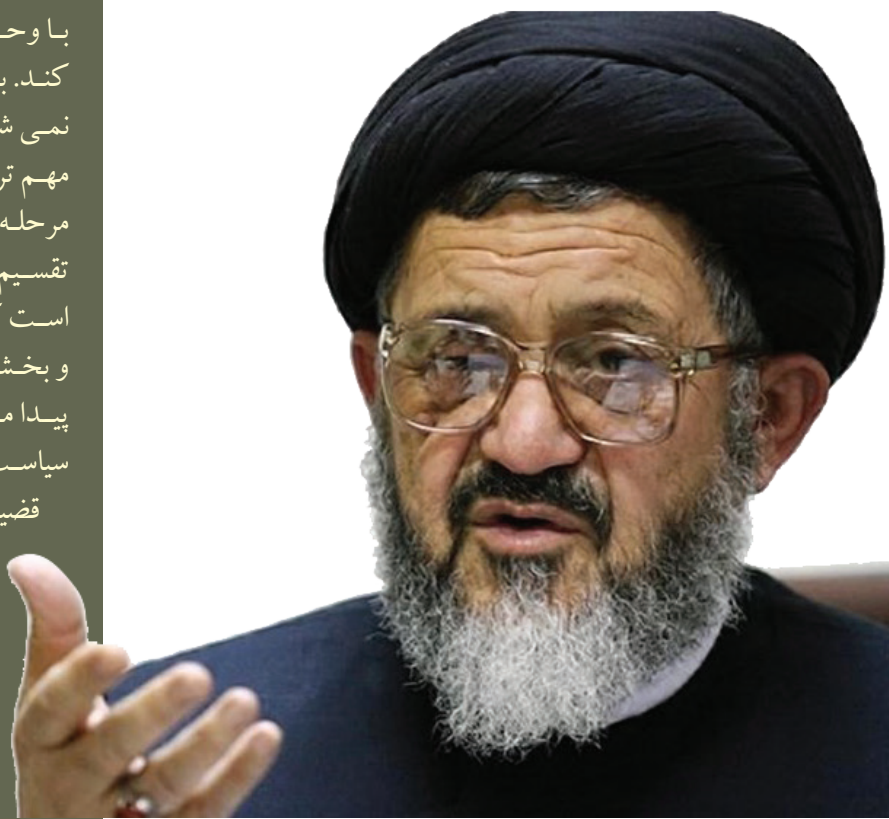
***چگونه می توان در چنین شرایطی مسئولیت اجتماعی را تقویت کرد؟**

ما در کشور دارای ظرفیت های زیادی هستیم و این ظرفیت ها حتی در شرایط کرونا نیز وجود دارد. در شرایط کنونی ما می توانیم کشور را با مالیات و صادرات غیر نفتی به صورت عالمانه اداره کنیم. از سوی دیگر باید جلوی بسیاری از واردات غیر ضروری را بگیریم و اجازه ندهیم قاچاق در سیستم اقتصادی کشور تأثیر گذار باشد. واحد پول کشور ریال است نه دلار. کسی نباید به بهانه افزایش قیمت دلار کالاها را به مردم گران بفروشد. جلوگیری از گران شدن

*به نظر شما مسئولیت اجتماعی چه کمکی می توانست به دغدغه های معیشتی مردم در دوران تحریم کند؟

اگر توانایی های داخلی خود را افزایش بدهیم و به آنها تکیه کنیم هیچ کشوری در جهان نمی تواند ما را تحت فشار قرار دهد. اگر ما زیر پای خود را محکم کنیم می توانیم در مقابل هر کشور و رئیس جمهوری از منافع خود دفاع کنیم در غیر این صورت با مشکلات بیشتری مواجه خواهیم شد. نکته دیگر اینکه ما در کشور با چالش بزرگ فرافکنی مسئولان مواجه هستیم که تاکنون نیز مرتفع نشده است. به عنوان مثال هنگامی که قیمت یک کالا افزایش پیدا می کند مسئولیت اجتماعی ایجاب می کند مسئولان به دنبال دلایل و مرتفع کردن آن باشند. این در حالی است کسی به دنبال دلیل آن نیست که آیا عرضه آن کالا کاهش پیدا کرده و یا اینکه برخی افراد سودجویی می کنند. از سوی دیگر با بلای مصرف زدگی و مصرف گرایی در کشور مواجه هستیم. برخی از افراد و خانواده ها در مصرف کالاها اسراف می کنند. این اسراف در زمینه های مختلف نیز وجود دارد. در چنین شرایطی مسئولان نیز فرافکنی می کنند و به جای اینکه به دنبال راه حل باشند یکدیگر را مقصر معرفی می کنند. قانون باید در این زمینه فصل الخطاب باشد. همه مسئولان باید براساس قانون عمل کنند. در چنین شرایطی است که می توان به حل مشکلات کشور امیدوار بود. امروز کشور با مشکلات مختلف داخلی و خارجی مواجه است. به همین دلیل مسئولان باید بیش از آنکه به دنبال فرافکنی و متهم کردن یکدیگر باشند با وحدت رویه عمل کنند تا این مشکلات کاهش پیدا کند. با گفتار درمانی و شعاردرمانی مشکلات کشور حل نمی شود. مشکلات کشور نیاز به عمل درمانی دارد. امروز مهم ترین مشکلات مردم کشور مسائل اقتصادی است. در مرحله نخست باید مشکلات معیشتی مردم را به دو قسمت تقسیم کرد. بخش نخست مربوط به مشکلات خارجی است که عمدتاً نیز به واردات و صادرات باز می گردد و بخش دوم نیز به سو مدیریت های داخل کشور ارتباط پیدا می کند. نباید همه مشکلات معیشتی را به رویکرد سیاست خارجی کشور گره زد و بلکه باید واقع بینانه به قضیه نگاه کرد. ما باید این نکته را بپذیریم که در درون کشور استعدادها و ظرفیت های زیادی وجود دارد که هنوز نتوانسته ایم به خوبی از آنها استفاده کنیم.

کالاهای اساسی یک مسئولیت اجتماعی است. اگر قرار است جلوی گرانی را هم بگیریم باید اراده کافی در بین مسئولان وجود داشته باشد. باید مشخص شود چرا برخی کالاها به یکباره قیمت نجومی پیدا می کنند و چه دست هایی در پشت پرده وجود دارد. به عنوان مثال چرا به یکباره قیمت خودرو در کشور به شدت افزایش پیدا می کند و مناسبات اقتصادی جامعه را به هم می ریزد. باید دلیل این مسائل مشخص شود و نتایج آن به مردم ارائه شود. بدون شک یکی از دلیل اصلی این اتفاقات انحصار گرایی است. به عنوان مثال چرا تنها ایران خودرو باید در کشور خودرو تولید کند؟ چرا شرایط برای تولید خودرو در بخش های دیگر به وجود نمی آید؟ چرا صدا و سیما باید دولتی باشد تا تنها یک گروه خاص بتواند دغدغه های خود را مطرح کنند؟ چرا زمانی که دانشگاه آزاد شکل گرفت به سمتی حرکت نکردیم که صدا و سیما نیز آزاد شود و همه گروه های فکری و سیاسی بتوانند دغدغه های خود را از طریق صدا و سیما مطرح کنند؟ همه این مسائل به اراده ما بستگی دارد که در چه مسیری قدم برداریم. اگر قرار به فرافکنی باشد در سال های گذشته این اتفاق رخ داده و به شکلی های مختلف فرافکنی صورت گرفته است.



دکتر صادقی دبیر مجمع خیرین سلامت کشور در گفت و گو
با «رسانه مسئولیت اجتماعی»:

مشوق های مسئولیت اجتماعی در کشور قانون مند نشده اند



در هزاره سوم، حضور و ظهور سلامت و شادابی در زندگی مردم از طریق مشارکت و تلاش تک تک شهروندان و در مسیر توسعه پایدار محقق می شود؛ این حرکت اما شکل نمی گیرد مگر در چارچوب تشکیل سازمان های مردم نهاد. البته وظیفه سنگین دولت ها در فراهم سازی بستری مناسب برای تاسیس این سازمان ها و نیز پرورش انسان سالم غیر قابل چشم پوشی است و تحقق جامعه ی سالم تنها با مشارکت ساختارمند مردم امکان پذیر خواهد بود. مجمع خیرین سلامت کشور به عنوان یک سازمان مردم نهاد می باشد و کلیه فعالیت های آن غیرسیاسی، غیرانتفاعی و غیردولتی بوده و در موضوع بهداشت و درمان با رعایت کامل قوانین و مقررات جمهوری اسلامی ایران، فعالیت می نماید و مطابق اساسنامه مربوطه اداره می شود. ستاد اصلی مجمع خیرین سلامت کشور در تهران بوده و در تمامی استان ها و تعدادی از شهرستان ها که دارای دانشگاه و دانشکده علوم پزشکی می باشند، شعبه اصلی داشته و در برخی از شهرستان های فاقد دانشگاه یا دانشکده علوم پزشکی دارای دفتر نمایندگی می باشد. برای بررسی نقش مسئولیت اجتماعی در اهداف و برنامه های مجمع خیرین سلامت کشور «رسانه مسئولیت اجتماعی» با دکتر صادقی دبیر این مجمع گفت و گو کرده که در ادامه ماحصل این گفت و گو را می خوانید.

*مجمع خیرین سلامت کشور چه اهدافی در راستای تحقق مسئولیت اجتماعی را در دستور کار خود قرار داده اند؟

کسانی در مجمع خیرین سلامت کشور فعالیت می کنند که بیشتر به دنبال کارهای عام المنفعه هستند. اغلب این افراد به دنبال شهرت نیستند و هدف اصلی آنها خدمت رسانی به مردم است. گروه دیگر مشاوران و داوطلبانی هستند که که بخش هایی از وقت خود را صرف کارهای عام المنفعه می کنند. با این وجود مسأله ای که در کشور ما مغفول مانده حوزه مشارکت شرکت هاست که ما آن را به عنوان مسئولیت اجتماعی می شناسیم. در حوزه مسائل سلامت محور سال هاست که با خیرین سنتی مواجه هستیم که در طول این سال ها خدمات



کنند از جمله فعالان حوزه اقتصادی هستند. البته این افراد در راستای مشارکت اجتماعی شرکت ها فعالیت نداشته و بیشتر در قالب خیرین با سیستم سلامت کشور همکاری داشته اند. واقعیت این است که مشارکت شرکت ها در حوزه سلامت یک فعالیت «برد-برد» است و کسی که به عنوان فعال اقتصادی در مشارکت های اجتماعی ورود پیدا می کند نه تنها به جامعه هدف خود سود می رساند و فعالیت های سلامت محور را جلو می برد، بلکه به صورت فردی نیز سود می برد. این سود مادی نیست و بلکه معنوی است و علاوه بر اینکه سبب محبوبیت افراد در سطح جامعه می شود این امکان را دارد که از فعالیت های تبلیغاتی نیز بهره مند شود. تفاوت عمده ای که ما در حوزه مشارکت اجتماعی شرکت ها و حوزه سنتی خیرین داریم منفعتی است که شرکت ها از مشارکت اجتماعی در امور خیریه می برند. در چنین شرایطی هم کار خیرخواهانه انجام می شود و هم مقبولیت و محبوبیت شرکت ها در سطح جامعه افزایش پیدا می کند. ما به دنبال این هستیم که میزان مشارکت شرکت ها را در امور خیریه بیشتر کنیم و به این وسیله کمک بیشتری به سیستم سلامت کشور انجام بدهیم.

***در این زمینه چه موانع و چالش هایی پیش**

ارزنده ای به سیستم سلامت کشور ارائه کرده اند. با این وجود ما در بحران کرونا با چالش های جدی و عمیقی مواجه شدیم. در چنین شرایطی ضرورت حضور نهادهای مختلف برای حمایت از مسائل مرتبط با سلامت کشور وجود دارد. به همین دلیل ما دفتر و واحد مشارکت اجتماعی شرکت ها را در مجمع خیرین سلامت کشور تأسیس کردیم. هدف از تأسیس این دفتر نیز جلب مشارکت شرکت ها و بنگاه های اقتصادی است. در ماه های گذشته این رویکرد آغاز شده است و خوشبختانه با نتایج مثبتی نیز همراه بوده است. در این زمینه ما با کارشناسان مختلف در زمینه مشارکت های اجتماعی و اقتصادی مشورت و همفکری کردیم و در نهایت به یک مجموعه ساختارمند و نظام مند دست پیدا کردیم.

***مجمع خیرین سلامت کشور برای جلب مشارکت بنگاه های اقتصادی چه برنامه هایی دارد؟**

این مقوله به شکلی نیست که ما با آن آشنایی نداشته باشیم. مشارکت شرکت ها و بنگاه های اقتصادی به عنوان یک مفهوم در فرهنگ ما جایگاه دارد. برخی از خیرین که به سیستم سلامت کشور خدمت می

مسئولیت اجتماعی در کشور طراحی کند. ما باید تلاش کنیم سیستم های انگیزشی را از طریق دولت برای فعالان اقتصادی فعال کنیم تا از انگیزه کافی برای ورود به عرصه مشارکت اجتماعی برخوردار باشند. باید شرایطی را طراحی کرد که شرکت ها در مشارکت اجتماعی خود تنها به دنبال اهداف تبلیغاتی نباشند و بلکه امتیازاتی به آنها تعلق بگیرد تا مشوق های لازم برای حضور در مشارکت های اجتماعی را به دست بیاورند.



روی خود و سیستم سلامت کشور مشاهده می کنید؟

ما به دنبال این هستیم که طرحی را به نام طرح مشوق به مجلس ارائه دهیم. مهم ترین مشکلی که ما در زمینه مشارکت و مسئولیت اجتماعی داریم این است که مشوق ها در کشور قانون مند و نظام مند نشده اند. چالش مهم دیگری که در این زمینه وجود دارد این است که گزارش ها درباره مسئولیت اجتماعی هنوز در کشور نهادینه نشده و شرکت های مختلف گزارش عملکرد خود در زمینه مسئولیت اجتماعی را به افکار عمومی جامعه گزارش نمی کنند. شرایط به شکلی است که بسیاری از بنگاه های اقتصادی ما هنوز با مفهوم مسئولیت اجتماعی آشنایی کافی ندارند. به همین دلیل ما دو مسیر پیش روی خود می بینیم. مسیر نخست اینکه بنگاه ها و شرکت های اقتصادی با این مفهوم آشنا شوند و مسیر دوم این است که از دولت بخواهیم مسیری را برای تحقق



پایان پنجمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی با اعطای جوایز مسؤلیت اجتماعی مدیریت

پنجمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی با رویکرد مدیریت بحران، با قرائت بیانیه پایانی و اعلام جوایز مسؤلیت اجتماعی مدیریت به کار خود پایان داد.



همچنین در این روز سخنرانی هایی با عنوان فرهنگ سازمان های امیدآفرین توسط جناب آقای دکتر ایرج سلطانی (عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اصفهان)، چالش های کار تیمی در شرایط بحران توسط جناب آقای دکتر رامبد باران دوست (مدرس و مشاور مدیریت) و نابرابری و پریشانی فرهنگی توسط جناب آقای دکتر علیرضا کوشکی جهرمی (عضو هیات علمی دانشگاه عالمه طباطبایی) انجام پذیرفت. دومین روز از پنجمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی با رویکرد مدیریت بحران، با برگزاری نشست تخصصی

در بخش های مختلف سخن گفتند و به نقش فرهنگ در سازمان ها اشاره نمودند. وی با توصیف مدیریت بحران در شرایط حساس به اهمیت نیروی انسانی در سازمان های گوناگون اشاره کرده و به تقویت زیرساخت های لازم برای این مهم در بحران ها تاکید نمودند. دکتر قاسمی در بخش مهمی از سخنرانی خود به موضوع بهره وری در سازمان ها اشاره نموده و به تاثیر فرهنگ سازمانی بر مدیریت بحران و همچنین فرهنگ مقاوم در شرایط بحرانی تاکید کردند.

به گزارش رسانه مسؤلیت اجتماعی، پنجمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی با رویکرد مدیریت بحران در حالی روز گذشته به کار خود پایان داد که در ابتدا دکتر مجید قاسمی، رئیس هیأت مدیره انجمن مدیریت در سخنرانی خود به تشریح فرهنگ سازمانی مقاوم و مدیریت بحران سازمانی پرداختند و ابراز امیدواری کردند که فرهنگ سازمانی در آینده به جایگاه واقعی خود در سطح کشور برسد. ایشان ضمن اشاره به تعریف فرهنگ سازمانی از ابتدای تاسیس بانک پاسارگارد، از اهمیت این مهم

با موضوع واقعیت های فرهنگ سازمانی در نظام اداری ایران به ریاست سرکارخانم دکتر آذر صائمان (دبیر علمی کنفرانس) و با حضور جناب آقای دکتر علاءالدین رفیع زاده (معاون نوسازی اداری سازمان امور اداری و استخدامی کشور) به همراه جناب آقای دکتر محمد هاشمیه انارکی (رئیس امور مدیریت عملکرد و ارتقاء فرهنگ سازمانی سازمان امور اداری و استخدامی کشور) برگزار شد.

در این نشست ابتدا دکتر صائمان مقدمه ای کوتاه درباره دستورالعمل نظام مدیریت توسعه فرهنگ سازمانی ابلاغی از جانب سازمان امور اداری و استخدامی کشور بیان نمودند.

ایشان در ادامه ضمن اشاره به برگزاری کنفرانس های مرتبط با مدیریت در سال های گذشته، در خصوص انقلاب صنعتی چهارم و تاثیر مهم فرهنگ در آن سخن گفتند و ابراز امیدواری کردند فرهنگ در تمامی بخش های کشور مورد بررسی قرار گیرد.

دکتر صائمان ضمن اشاره به برگزاری نشست تخصصی در راستای آزمایشگاه مدیریت در این دوره از کنفرانس و ابراز خرسندی از این مهم، این سوال را مطرح نمودند که آیا فرهنگ مبتنی بر این مساله بررسی شده است یا خیر.

وی افزودند: فرهنگ، آسمان تمام رخ دادهایی است که درون سازمان ها و در محیط ملی و بین المللی در حوزه های مختلف در حال شکل گیری است و اگر این فضا و حریم تنفس کشیدن از ما گرفته شود، کار بسیار سختی را در ادامه خواهیم داشت و لذا تاثیر این مهم در تمام بخش ها باید مورد توجه قرار بگیرد.

سپس دکتر رفیع زاده و دکتر هاشمیه انارکی به بیان دیدگاه های خود در راستای تاثیر فرهنگ سازمانی در نظام اداری کشور سخن گفته و به اهمیت توسعه فرهنگی در تمام مسائل اشاره نمودند.

در دیگر نشست تخصصی دومین روز از پنجمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی با رویکرد مدیریت بحران، حسابرسی فرهنگ (سازمانی) به ریاست سرکارخانم دکتر میترا آفتاب آذری (مدرس و مشاور مدیریت)، جناب آقای دکتر ارباب سلیمانی (رئیس

هیات مدیره جامعه حسابداران رسمی ایران) و جناب آقای دکتر سعید ترک زاده (نایب رئیس هیات مدیره و دبیر کل جامعه حسابداران رسمی ایران) برگزار شد و موضوع تخصصی حسابرسی و نیز تاثیر فرهنگ و چگونگی آن در این مساله مورد بررسی قرار گرفت.

در ادامه نیز سخنرانی استفاده از الگوبرداری در شرایط بحرانی توسط جناب آقای دکتر رایین من **Mann Robin. Dr**، رئیس مرکز تحقیقات عالی سازمانی دانشگاه مسی نیوزلند برای حاضرین صورت پذیرفت و سپس بیانیه کنفرانس توسط دکتر آذر صائمان، دبیر علمی کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی و جایزه مسئولیت اجتماعی مدیریت قرائت گردید و سخنرانی پایانی این کنفرانس با موضوع تحول دیجیتال و فرهنگ سازمانی توسط جناب آقای دکتر محمد صالح اولیاء (معاون محترم وزیر نیرو در امور تحقیقات و منابع انسانی) انجام شد.

پنجمین کنفرانس ملی فرهنگ سازمانی
(با رویکرد مدیریت بحران)

5th Organizational Culture National Conference
(With a Management Approach in Crisis Situations)

اهداف کنفرانس:

- ارتقای توانمندی رهبری و مدیریت بحران
- شناسایی پدیده های بحرانی و مدیریت پیشگیرانه
- ارائه تجارب جهت بحران های مشابه آینده

اهداف کنفرانس:

- Leadership Capacities Improvement and Crisis Management
- Crisis Phenomena Identification and Preventive Management
- Best Practice performance for Future Similar Crises

رئیس کنفرانس: دکتر مجید قاسمی
رئیس انجمن مدیریت بحران و رئیس کنفرانس

دبیر علمی کنفرانس: دکتر آذر صائمان

به همراه پنجمین جایزه مسئولیت اجتماعی مدیریت
5th Management Social Responsibility Award (MSR- Award)

رئیس هیات مدیره انجمن مدیریت بحران و رئیس کنفرانس
رئیس انجمن مدیریت بحران و رئیس کنفرانس

7 و 8 بهمن ماه 1399
26-27 January 2021

رئیس هیات مدیره انجمن مدیریت بحران و رئیس کنفرانس
رئیس انجمن مدیریت بحران و رئیس کنفرانس

رئیس هیات مدیره انجمن مدیریت بحران و رئیس کنفرانس
رئیس انجمن مدیریت بحران و رئیس کنفرانس

دکتر سالاری:

در آستانه ورود به قرن جدید دارای یک رسالت تاریخی هستیم



مغفول مانده است. این مشکل در شهر تهران نیز وجود دارد و هنوز پایتخت کشور یک موزه فاخر معماری ندارد. این در حالی است که ایرانیان در این زمینه دارای یک پیشینه کهن و غنی هستند. در شرایط کنونی ما در حال تغییر قرن هستیم و پس از سال ۱۴۰۰ از یک سده وارد یک سده دیگر می شویم. به همین دلیل یکی از دغدغه های ما در آغاز سده جدید این است که چه پروژه هایی را در سطح شهر تهران و در سطح ملی قرار است اجرا

است. ما باید بپذیریم که سکونت پس از صنعت در این منطقه به وجود آمده است. این در حالی است که باید به این سکونت ده درصدی همراه با تکریم و احترام نگاه کنیم و تلاش کنیم مشکلاتش را حل کنیم. اگر ما صنعت را نپذیریم و صنعت را با نگاهی منفی و سلبی و تهدیدی نگاه کنیم مشکل شهروندانی که در این منطقه سکونت دارند یا به این منطقه سفر می کنند را نمی توانیم حل کنیم. ایده شهر موزه صنعت ایده ای است که در مدیریت کشور

نگاه مسئولیت پذیری و پاسخ گویی در مقطع کنونی در بین مدیران کشور کاهش پیدا کرده است. بنده معتقدم بخش مهمی از چالش های کشور و شهرهای ما به مولفه های مهم بستگی دارد که یکی از مهم ترین آنها فقدان نگاه مسئولیت پذیری و پاسخ گویی در بین مدیران است. ما باید بپذیریم که سی درصد منطقه بیست و یک شهر تهران صنایع است. خوشبختانه نگاه مسئولان شهرداری این منطقه به صنعت به عنوان یک فرصت

باید این پیام را به جامعه بدهیم که نگاه مدیران نسبت به شهرها تغییر خواهد کرد. ریشه مشکلات جامعه امروز در نگاه به مسائل اجتماعی است. ما همواره در طول تاریخ به دنبال قهرمانانی در تاریخ بوده ایم که ظهور کنند و کشور را نجات بدهند. غافل از اینکه تازمانی که نگاه ها و باورهای خودمان تغییر پیدا نکند هیچ قهرمانی نمی تواند مشکلات ما را حل کند. در این بین حتی ما برخی از قهرمانان را نیز به دلیل باورهای غلط خود از بین برده ایم که در سده های گذشته این

اتفاق در جامعه ما رخ داده است.

نگاه مدیریت شهری منطقه به

صنعت به عنوان یک فرصت

و استفاده از ظرفیت های

صنعتی منطقه یک رویکرد

صحیح و آینده نگرانه

است. بنده هنگامی که

مشاهده کردم این برنامه

در دستور کار شهرداری

منطقه بیست و یک قرار

گرفته تلاش کردیم از آن

استقبال کنیم. به همین دلیل

نیز از مدیران شهری می خواهم

که این برنامه را به عنوان یک پروژه

مدون در اختیار مدیریت شهری برای ۱۴۰۰ قرار

بدهند. تلاش ما این است که چرخه سود آوری و شهر

فروشی که از تهران به سایر شهرها نیز منتقل شده را

متوقف کنیم و دیگر اجازه ندهیم این اتفاق در شهرهای

کشور رخ بدهد. به همین دلیل نیز ناچاریم محدودیت

هایی را در این زمینه لحاظ کنیم. ما سندی به نام طرح

تفضیلی داریم که بنده معتقدم دارای ایراداتی است و در

بسیار موارد عدالت اجتماعی رعایت نشده و باید مرتفع

شود. با این وجود معتقدم این طرح به عنوان طرح جامع

باید مورد ملاک عمل شهر قرار بگیرد. به همین دلیل نیز

رویکرد کمیسیون ماده پنج را تصحیح کردیم به شکلی

که این کمیسیون در مرحله جدید هیچ تصمیمی مبنی

بر سود آوری نگرفته است. ما در مجموعه مدیریت شهری

طرح حق توسعه را آغاز کرده ایم و لایحه آن را به

زودی در صحن شورای شهر مطرح خواهیم کرد.

کنیم. نکته مهم این است که ما در آستانه ورود به قرن جدید با چه آموخته و دستاوردهایی قرار است وارد قرن جدید شویم. بنده معتقدم این تغییر رویکرد باید در راستای نهادینه شدن انسان محوری در شهرها صورت بگیرد. این سخن به معنای این است که همه ظرفیت ها و توانایی های شهر و کشور در اختیار شهروندانی قرار بگیرد که شهر و کشور برای آنها ساخته شده است. در سده گذشته مجموعه مدیریت

شهری مبتنی بر چرخه ساخت و سود آوری

و درآمدزایی بوده است. همه

نگاه ها به شهر به صورت

درآمدی بوده و همه ارکان

تصمیم گیری و اقدار

مختلف مردم به دنبال

سهم خود از درآمد

شهری بوده است.

در این رویکرد نیز

پیامدهای مثبت و منفی

این اتفاق مورد نظر

نبوده است. مصیبتی که

امروز گریبان گیر شهرهای

کشور شده و به کلکسیونی

از مشکلات و چالش های

تبدیل شده که مهم ترین آن آلودگی

های زیست محیطی و آلودگی هواست تبدیل شده

است. نکته دیگر ترافیک است که عمر شهروند

به عنوان مهم ترین سرمایه زندگی وی می گیرد.

به همین دلیل نیز ما پس از چندین دهه دور هم

جمع شده ایم تا برای محله هایی که سرانه فضای

سبز، ورزشی و مذهبی ندارند اعتبار کسب کنیم. این در

حالی است که همه این مسائل دارای سرانه بوده اند

اما رویکرد باطل گذشته اجازه نداده به نتیجه برسند.

در گذشته برای حل مشکل ترافیک بزرگراه های

زیادی ساخته شد. این در حالی است که ساخت

چنین بزرگراه هایی به معنای دعوت به سفر بود و

پس از مدتی خود این بزرگراه با گره های ترافیکی و

در نتیجه آلودگی هوا مواجه شدند. به همین دلیل ما

در آستانه ورود به قرن جدید با یک رسالت تاریخی

مواجه هستیم. در راستای مسئولیت پذیری اجتماعی ما



دکتر زرین بخش در جلسه مدیران شهر تهران بامدیران منطقه بیست و یک مطرح کرد:

انجام مسؤلیت اجتماعی از اولویت های مهم شرکت سایپا است

آمدن تراکم خودرو در جامعه می شویم. به همین دلیل یکی از مسؤلیت های اجتماعی مهم صنعت خودرو سازی تولید جاده و راه استاندارد است. از سوی دیگر صنعت خودرو سازی به دلیل آلودگی های محیطی که ایجاد می کند باید حامی محیط زیست باشد و در این زمینه فعالیت کند.

معاون مسؤلیت اجتماعی شرکت سایپا ادامه داد: یکی دیگر از فعالیت های مرتبط با مسؤلیت اجتماعی در حوزه صنعت فعالیت های خیریه و عام المنفعه است. به عنوان مثال ساخت فضای آموزشی و مدارس در مناطق محروم یکی از این فعالیت ها به شمار می رود. در این زمینه شرکت سایپا تاکنون بالغ بر پنجاه و دو مدرسه در مناطق

محروم کشور ساخته است. احترام به

کارکنان، مشتری مداری، اهمیت

به سلامت جامعه و

اطلاع رسانی به

موقع از جمله

مهم

جلسه مدیران شهرداری و نمایندگان صنایع منطقه بیست و یک با محوریت مسؤلیت اجتماعی با حضور دکتر سالاری رییس کمیسیون معماری و شهرسازی شورای شهر تهران برگزار شد. در این جلسه دکتر زرین بخش معاون مسؤلیت اجتماعی شرکت سایپا آخرین اقدامات و برنامه های شرکت سایپا را در زمینه مسؤلیت اجتماعی تشریح کرد.

دکتر زرین بخش در این جلسه تصریح کرد: در حوزه مسؤلیت اجتماعی مرتبط با صنعت در بین کشورهای جهان قانون نانوشته ای وجود دارد که عنوان می کند مسؤلیت اجتماعی صنایع باید در راستای تولید آنها باشد. به صورت طبیعی صنایع تولیدات خود را دارند و در عین حال یک عوارض اجتماعی برای خود ایجاد می کنند. چارچوب مسؤلیت اجتماعی ما نیز در راستای کم کردن آثار منفی این تولیدات است. به عنوان مثال ما هنگامی که خودرو تولید می کنیم باعث به وجود



شده است. و چهارم نیز فعالیت های بهداشتی و زیست محیطی است. صنعت خودرو سازی همراه با آلاینده های است. با این وجود تصفیه خانه شرکت سایپا یکی از مدرن ترین و مجهز ترین تصفیه خانه های خاورمیانه به شمار می رود.

دکتر زرین بخش تأکید کرد: در سال ۱۳۹۸ بالغ بر دوازده هزار نفر از شرکت سایپا بازدید کرده اند. این رقم به جز بازدید مقام ها رسمی کشور و شهر تهران است. ما شرایطی را در این زمینه به وجود آورده ایم که هر کسی که تمایل داشت می تواند از شرکت سایپا بازدید کند و ما از این رویکرد استقبال می کنیم. هدف ما نیز این است که تصور مردم جامعه نسبت به صنعت خودرو سازی واقعی و مثبت باشد. بسیاری از کسانی که تاکنون از خط تولید شرکت سایپا بازدید کرده اند عنوان می کردند ما تصور نمی کردیم گستره تولید خودرو تا به این اندازه پیچیده و بزرگ باشد.

معاون مسئولیت اجتماعی شرکت سایپا با اشاره به ضرورت ساخت موزه در منطقه بیست و یک خاطر نشان کرد: شرکت سایپا دارای متریال و گنجینه عکس بسیار غنی و بزرگی از زمان تأسیس این شرکت و خودرو سازی در ایران تاکنون است. به همین دلیل نیز می تواند کمک زیادی به تأسیس موزه صنعت در منطقه بیست و یک انجام بدهد.

ترین رویکردهای مسئولیت اجتماعی در حوزه صنعت است. اقتصاد و مسئولیت اجتماعی نکته مهم دیگری است که مورد توجه ما قرار دارد. بدون تردید هنگامی که بنگاه های اقتصادی سود آور باشند این امکان برای آنها فراهم می شود که سود خود را در اختیار جامعه قرار بدهند. به همان میزان بنگاه های اقتصادی زیان آور نیز به همان اندازه که برای خود زیان ایجاد می کنند برای جامعه نیز زیان آور هستند.

وی عنوان کرد: فعالیت هایی که در زمینه مسئولیت اجتماعی صنعتی صورت می گیرد فعالیت هایی نیست که بدون برنامه و جهت دهی و از سر صدقه باشد. بدون تردید این فعالیت ها باید برای بنگاه مربوطه نیز آورده داشته باشد. این آورده ها نیز صرفاً مادی نیست و در بسیاری موارد برندی و غیرمادی است. فعالیت های اجتماعی شرکت سایپا به چهار گروه تقسیم بندی می شود. نخست فعالیت های خیریه و عام المنفعه است. دوم فعالیت های فرهنگی و مذهبی بوده که برای کارکنان و همسایگان ما انجام شده است. سوم فعالیت های آموزشی و ورزشی است که نمونه بارز آن باشگاه فرهنگی ورزشی سایپا است که در لیگ برتر نماینده دارد و یکی از بزرگترین مدرسه فوتبال کشور را در اختیار دارد. اغلب کسانی که در این مدرسه عضو هستند از بومی های منطقه هستند که در این زمینه برای نوجوانان و جوانان منطقه نیز فرصت سازی



پیامدهای اجتماعی مشکلات معیشتی مردم چیست؟

دکتر ابراهیم رزاقی



بینی می کردند. هنگامی که دو کشور در حال مبارزه با هم هستند باید به همه جوانب این مبارزه فکر کنند. براساس برخی آمارها در حدود سیصد هزار نفر میلیارد در ایران وجود دارد. این در حالی است که ثروت میلیون ها نفر در کشور به ثروت این سیصد هزار نفر نمی رسد. این اتفاق نتیجه سرمایه داری است که در کشور اجرا شده است. ایران در دوران جنگ نیز با تحریم

های مختلف به دنبال تحت فشار قرار دادن و تحریم ایران بوده است. در نتیجه اگر مسئولان با دوراندیشی با موضوع برخورد کرده بودند در طول ده های گذشته برای وابستگی اقتصاد به نفت چاره مناسبی پیدا می کردند. سوال اینجاست که چرا چنین دور اندیشی صورت نگرفته است؟ حتی اگر سواد اقتصادی هم نداشتند باید از رفتارهای آمریکا در مقابل ایران چنین شرایطی را پیش

مشکلات معیشتی موجود در جامعه چه پیامدهایی دارد؟ در پاسخ به این سوال باید گفت در ایران نوعی سرمایه داری خاص وجود دارد. این سرمایه داری به شکل های مختلف تا به امروز وجود داشته است. با این وجود ما در گذشته نیز تجربه تحریم را داشتیم. به همین دلیل مسئولان کشور با چنین شرایطی را پیش بینی می کردند. از ابتدای انقلاب تاکنون آمریکا به شکل

از کشورها از ایران نفت می‌خرند و حاضر نیستند با تحریم‌های آمریکا بر علیه ایران همکاری کنند. این کشورها به دنبال این هستند که تنها آمریکا در بازار نفت حرف اول و آخر را نزند و بلکه دیگر کشورها نیز در این زمینه نقش آفرینی کنند. ما نباید پول نفت را صرف خرید کالاهای وارداتی کنیم و بلکه باید از تولید داخلی حمایت کنیم. ایران دارای این ظرفیت است که هیچ نفتی خامی صادر نکند و بلکه از پتانسیل صادرات غیر نفتی استفاده کند. متأسفانه در سرمایه‌داری که بر کشور حاکم شده این رویکرد وجود ندارد. در این رویکرد تنها سرمایه‌دار و پول‌دار دارای اهمیت هستند و بقیه اقشار مردم در اولویت‌های بعدی قرار دارند. این رویکردی است که آمریکا در عرصه جهانی انجام می‌دهد. متأسفانه برخی از مسئولان روح قانون اساسی را قبول ندارند رویکردی برخلاف قانون اساسی در پیش گرفته‌اند. کسانی که قانون اساسی را قبول ندارند و یا برخلاف آن عمل می‌کنند به کشور و منافع آن خیانت می‌کنند.

مواجهه بود. آیا در آن مقطع زمانی ایران در موضع انفعالی قرار گرفت؟ خیر. در آن مقطع زمانی ایران از جنبه‌های مختلف و از جمله اقتصادی مقاومت کرد و نتیجه مقاومت خود را نیز دید. با این وجود در شرایط کنونی این مقاومت در اقتصاد وجود ندارد و مدیریت اقتصادی کشور با نوعی انفعال مواجه شده است. در دوران دفاع مقدس هنگامی که کشور با تحریم تسهیلات نظامی مواجه شد تلاش کردیم در کشور سلاح تولید کنیم که در نهایت نیز این اتفاق رخ داد. به دلیل همین مقاومت ایران امروز یکی از کشورهای مقتدر در زمینه نظامی است و دارای موشک‌های دقیق است. این فرمول امروز هم جواب می‌دهد. در شرایط کنونی کشور تحریم است. در چنین شرایطی باید تولید داخلی را تقویت کنیم و قدرت ساختارهای موجود را افزایش بدهیم. تاکنون هیچ کشوری به اندازه ایران تحریم نشده است. به همین دلیل نیز ما باید بتوانیم بر شرایط سخت امروز نیز فائق بیاییم. برخلاف دولت دکتر مصدق که هیچ کشوری حاضر نبود در شرایط تحریم از ایران نفت بخرد امروز برخی

”برخلاف دولت دکتر مصدق که هیچ کشوری حاضر نبود در شرایط تحریم از ایران نفت بخرد امروز برخی کشورها از ایران نفت می‌خرند و حاضر نیستند با تحریم‌های آمریکا بر علیه ایران همکاری کنند.“





و بهداشت مادران، مبارزه با ایدز و مالاریا، ویروس کرونا و سایر بیماری‌ها می‌باشد که تضمین پایداری محیط زیست و ایجاد مشارکت جهانی برای توسعه است که در همه جا بیان شده و دو نکته بسیار مهم که حائز اهمیت است را من بیان می‌نمایم؛ نکته اول این مساله است که دنیای ما در تعادل نیست. یعنی مثلاً ۲۰ درصد از جمعیت کشورهای توسعه یافته ۸۶ درصد از کل کالاها و خدمات دنیا را مصرف می‌کنند و نکته دوم اینکه از سوی دیگر، ۸۰ درصد از فقیرترین جمعیت دنیا تنها ۳/۱ درصد از کل کالا و خدمات در دنیا را مصرف می‌نمایند. بنابراین با در نظر گرفتن دو نکته فوق می‌توانیم بگوییم که سازمان‌ها و شرکت‌های ایرانی در شرایط فعلی چه اقداماتی می‌توانند در راستای عمل به مسئولیت اجتماعی داشته باشند. البته پیشنهادات بسیاری را می‌توان به این سازمان‌ها ارائه کرد و من در این زمینه به بیان یک نکته کلی اکتفا می‌کنم. مثلاً در بخش آموزش که می‌تواند در عرصه کلی دانشگاهی و دبیرستانی و دیگر نیز باشد، بحث آینده پژوهی مطرح است. یعنی ما باید در بخش آموزش آینده پژوهی، آمادگی برای مقابله با هر نوع تهدیدات بیولوژیکی و مضر نسبت به سلامت انسان که کرونا نیز می‌تواند یکی از آن‌ها باشد را داشته باشیم. ما در آینده

مسئولیت اجتماعی

دکتر محمد بلوریان تهرانی

چیزی در حدود یک سال از شیوع و گسترش ویروس کرونا در سراسر جهان می‌گذرد و همچنان بزرگ‌ترین کشورهای جهان مشغول مقابله با این ویروس منحوس هستند. آنچه در این میان مهم است، مدیریت و اقدامات لازم در راستای ایفای مسئولیت اجتماعی به منظور کاهش تلفات و خسارات ناشی از این ویروس است که دکتر محمد بلوریان تهرانی در گفتگو با رسانه مسئولیت اجتماعی به بیان برخی از مهم‌ترین راه‌حل‌های موجود در این زمینه پرداخته است که در زیر آن را می‌خوانیم:

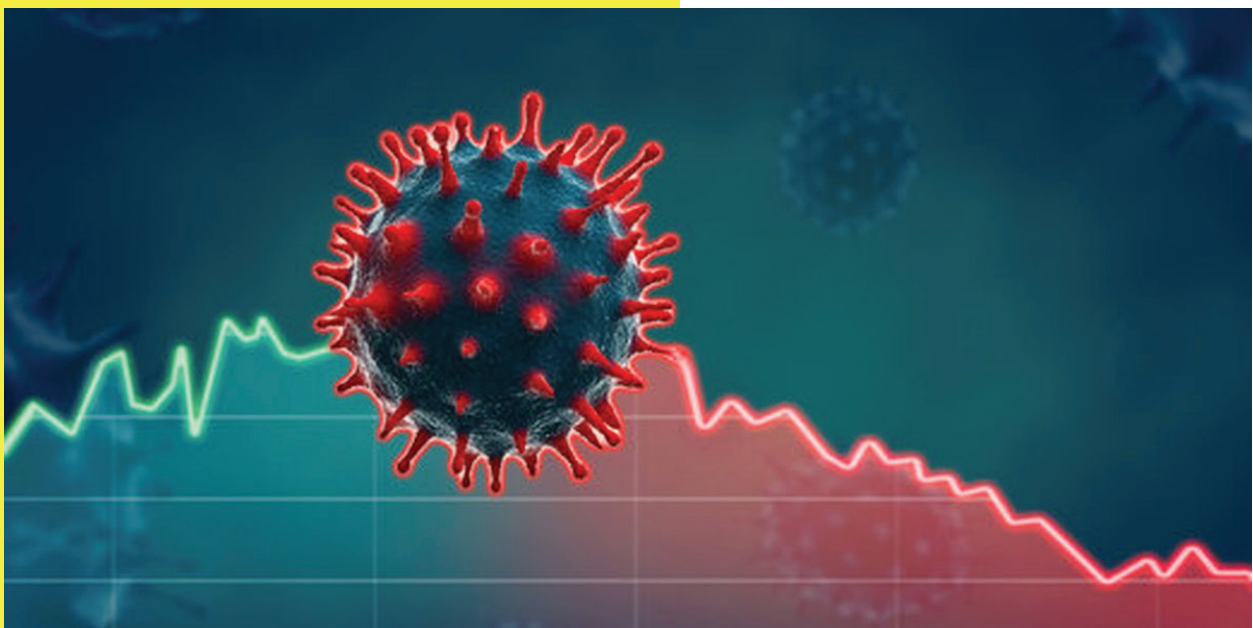
با توجه به آرمانهای توسعه هزاره چندین مورد است که در تمام دنیا گفته شده و همین موارد می‌تواند برای ما راهنما باشد و می‌تواند به دستگاه‌ها و شرکت‌ها در این شرایط کرونایی در جهت اجرای مسئولیت اجتماعی کمک شایانی نماید. این آرمان‌های توسعه هزاره با توجه به شرایطی که همگان می‌دانند، شامل ریشه کن کردن فقر، گرسنگی، دستیابی همه به آموزش ابتدایی، ترویج برابری جنسیتی و توانمندسازی زنان، کاهش مرگ و میر کودکان، بهبود



می باشد و دانشجوها و دانش آموزان حتی دیگران نیز بتوانند راحت تر از پهنای باند استفاده کنند. نیروهای مسلح می توانند توان تولیدی خودشان را در اختیار وزارت بهداشت و درمان قرار دهند و حتی از بیمارستان هایشان برای پذیرش مردم عادی استفاده نمایند. حمل و نقل می تواند ناوگان شهری را افزایش دهد و باعث جلوگیری از ازدحام جمعیت شود و به همین منظور، تعداد اتوبوس ها باید آنقدر افزایش یابد که هیچ انبوه جمعیتی ایجاد نشود. شرکت های بیمه می توانند تعرفه هایشان را در جهت حمایت از بیماران کاهش دهند و هلال احمر می تواند برنامه های آموزشی در حوزه مبارزه با پاندمی کرونا اجرا کند.

سازمان غذا و دارو می تواند مساعدت بیشتری با جامعه در جهت تخفیف مسائل مبتلایان و خانواده هایشان داشته باشد و دستگاه های دولتی به طور کلی می توانند یک فضای اداری وسیع ایجاد کنند. طراحی آن فضا نیز می تواند به گونه ای باشد که افرادی که به دستگاه های دولتی مراجعه می کنند، دچار ازدحام جمعیت نشوند. به هر حال در زمینه های مختلف می توانیم بگوئیم هتل ها، سازمان پسماند، بازیافت، ورزش و جوانان، فروشگاه ها، رسانه ها، سازمان های هواپیمایی، گروه های اجتماعی و نرم افزاری و در کل تمام دستگاه ها می توانند در راستای مسئولیت اجتماعی و در شرایط کرونایی اقدامات لازم را انجام دهند.

پژوهی کار زیادی انجام نداده ایم و اکنون با وجود کرونا، یکی از بحث های مسئولیت اجتماعی می تواند این باشد که دانشگاه ها در جهت منافع عمومی خود موارد فوق را انجام دهند. صدا و سیما نیز می تواند در جهت تاثیرگذاری بر بخش خصوصی و جلب مشارکت آنها در مقوله مسئولیت اجتماعی آموزش و تولید محتوا داشته باشد و حتی می تواند در همین زمینه تولید فیلم و تیزر و برنامه های آموزشی تولید و نشر نماید. دانشگاه ها نیز می توانند در زمینه روانشناسی و بهبود روحیه مبتلایان و سایر افراد خانواده آن ها خدمات مشاوره ای رایگان داشته باشند و پارک های علم و فناوری در راستای پروژه های علمی و برای تولید واکسن به منظور جلوگیری از هرگونه غافلگیری در آینده با حضور شرکت های دانش بنیان، می توانند منابع مالی و فنی و انسانی در این زمینه تخصیص دهند. سازمان آب و فاضلاب باید تعرفه آب مصرفی را کاهش دهند. به این دلیل که مردم بتوانند مرتباً در راستای حفظ و رعایت پروتکل های بهداشتی دستانشان را شستشو دهند. شرکت مخابرات باید پهنای باند را افزایش دهد و همچنین تسهیلات ارتباطی فراهم سازد. چراکه در واقع بحث آموزش ارتباطات آنلاین مطرح



در گفت و گوی رسانه مسئولیت اجتماعی با اقبال شاکری
نماینده مردم تهران تشریح شد؛

برنامه مجلس یازدهم برای تقویت مسئولیت اجتماعی

اقبال شاکری نماینده مردم تهران در مجلس شورای اسلامی و عضو شورای شهر چهارم تهران بوده است. وی دارای دکترای مهندسی عمران است و هم‌اکنون عضو هیئت علمی دانشگاه صنعتی امیرکبیر می‌باشد. وی توانست در یازدهمین انتخابات مجلس شورای اسلامی، به عنوان نفر هشتم از حوزه انتخابیه تهران، ری، شمیرانات و اسلامشهر از استان تهران انتخاب گردد. به همین دلیل و برای تحلیل و بررسی مهم‌ترین رویکردهای مدیریت شهری تهران در زمینه مسئولیت اجتماعی و همچنین برنامه مجلس یازدهم برای تقویت مسئولیت اجتماعی در کشور رسانه مسئولیت اجتماعی با ایشان گفت و گو کرده که در ادامه حاصل این گفت و گو را می‌خوانید.

*اقدامات مدیریت شهری تهران نسبت به مسئولیت اجتماعی در دوره چهارم که شما در شورای شهر حضور داشتید با شورای پنجم چه تفاوت پیدا کرده است؟

یکی از کارکردهای اصلی مدیریت شهری مسائل اجتماعی و حل کردن مشکلات اجتماعی است. شهرداری و شورای شهر تهران نسبت به مسائلی زندگی مردم مسئولیت دارند و باید در این زمینه همه تلاش خود را انجام بدهند. مسائل اجتماعی همواره یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های مدیریت شهر تهران بوده است. این در حالی است که در مدیریت دوره جدید شورای شهر این دغدغه‌ها تا حدودی نسبت به گذشته کمرنگ‌تر شده است. نمونه بارز این مسأله نیز

یعنی مدیریت یکپارچه شهری و درآمدهای پایدار باید مورد توجه قرار گیرد. اگر درآمد پایدار حل نشود شهرداری برای تامین درآمد خود مجبور است به ساخت و سازهای غیرمجاز روی بیاورد. بنابراین باید این دو موضوع هر چه سریع‌تر توسط مجلس و دولت برای اداره بهتر شهر تعیین تکلیف شوند.

*در شرایط کنونی مهم‌ترین مشکلات اجتماعی تهران که به مسئولیت اجتماعی ارتباط دارد چیست؟

حدود یک‌چهارم جمعیت کشورمان در تهران ساکن هستند، تمرکز دستگاه‌های سیاسی و اجرایی در تهران است و بسیاری از مراکز تصمیم‌گیری کلان کشور مانند مجلس شورای اسلامی،

کاهش دغدغه‌ها نسبت به مسئولیت اجتماعی بوده است. بنده معتقدم مدیریت یکپارچه شهری در تهران به خوبی تحقق نیافته است. مدیریت یکپارچه شهری از مهمترین اقدامات برای رفع مشکلات پایتخت است و شهر باید یک مدیریت یکپارچه داشته باشد. سازمان‌ها، ارگان‌ها و دستگاه‌ها نمی‌توانند در داخل شهر فعالیت کنند و ارتباط خود را با سایر فعالیت‌های شهری تعریف نکنند زیرا باعث هرج و مرج می‌شود به عنوان مثال در رابطه با آسفالت معابر عدم هماهنگی لازم میان اداره گاز، آب، برق، مخابرات، مترو و شهرداری همیشه مسأله‌ساز بوده است. لایحه درآمد پایدار شهرداری‌ها در مجلس مطرح و در کمیسیون شوراها در حال بررسی است؛ برای اداره بهتر شهرها به ویژه کلانشهر تهران دو اولویت

فساد در حوزه شهری پیشگیری می کند و در این رابطه طرح جامع مدیریت یکپارچه شهری می تواند تحولات خوبی را در حوزه مدیریت شهری ایجاد کند.

*برنامه مجلس یازدهم برای تقویت مسئولیت اجتماعی در کشور چیست؟

مسئولیت اجتماعی امروز مجلس بیشتر حول محور حل مشکلات اقتصادی کشور می گردد. به همین دلیل نیز در شرایط کنونی مجلس عزم خود را برای حل مشکلات اقتصادی جزم کرده است. مجلس به دنبال تقویت وضعیت معیشت و کسب و کارهای مردم است و این را جزئی از وظایف مرتبط با مسئولیت اجتماعی خود قلمداد می کند. ایجاد امکانات و ظرفیت های جدید برای جوانان که بتوانند در زمینه کسب و کارهای جدید مانن استارتاپ ها و تشکل های دانش بنیان فعال شوند. حمایت از خانواده مسأله مهم دیگری است که مجلس شورای اسلامی برای تحقق مسئولیت اجتماعی در دستور کار خود قرار داده است. رسیدگی به کسب و کارهایی که در دوران کرونا با چالش های جدی مواجه شده اند نیز از جمله مواردی است که مجلس شورای اسلامی در زمینه مسئولیت اجتماعی در دستور کار خود قرار داده است. تقویت زیرساخت های اساسی برای زندگی عمومی مانند راه های روستایی و تقویت راه های بین شهری از دیگر مسائلی است که در اولویت های مجلس شورای اسلامی قرار دارد.

مجمع تشخیص مصلحت نظام، وزارتخانه ها و... در تهران حضور دارند بنابراین مشکلات اجتماعی تهران دارای اهمیت زیادی است. این در حالی است که گسترش و تمیق مسئولیت اجتماعی می تواند در این زمینه کمک زیادی کند. ظرفیت های بالایی در حوزه مدیریت شهری و روستایی از ساخت مسکن گرفته تا معابر، حمل و نقل عمومی، خصوصی، تراکم، پسماند، نوسازی و عوارض های مختلف وجود دارد اما متأسفانه نظارت ها متناسب با این ظرفیت های گسترده نیست. شدت تغییرات مدیریتی در حوزه مدیریت شهری به حدی بالا است که همه سعی می کنند برای حفظ سمت و پست خود به مسئولان رده بالا وصل شوند بنابراین نظارت بر عملکرد مدیران زیردست خود را رها می کنند و ممکن است زمینه بروز فساد فراهم می شود از سویی در برخی موارد دیده شده که فردی که در منطقه ای تخلف می کند او را در حوزه دیگری به کار می گیرند و این اقدام به هیچ وجه درست نیست و زمینه افزایش تخلفات و فسادها را در حوزه مدیریت شهری افزایش می دهد. باید برای ایجاد ساختار نظارتی قدرتمند برای نظارت بر فعالیت شوراهای شهر و شهرداری ها چاره جویی کرد و شورایاری ها به دلیل حضور در کف محلات می توانند یکی از ابزارها و بازوهای نظارتی باشند البته به شرطی که شورای شهر به آنها بها دهند؛ مدیریت یکپارچه شهری از بروز



در دومین روز همایش مسئولیت اجتماعی در صنعت نفت تأکید شد؛

تأکید وزیر نفت بر توجه همه زیرمجموعه های وزارت نفت به مسئولیت اجتماعی

دومین روز از پنجمین همایش مسئولیت اجتماعی صنعت نفت با سخنرانی مهندس بیژن زنگنه وزیر نفت به صورت مجازی برگزار شد. وزیر نفت که در اختتامیه این همایش سخن می گفت با اشاره به اهمیت تدوین نظام نامه مسئولیت اجتماعی صنعت نفت خاطر نشان کرد: پروژه های صنعت نفت در فضایی انجام می شود که در یک محیط خرد با طبیعت و مردم در ارتباط است. به همین دلیل باید با هر دو دوست باشیم و با احترام با آنها برخورد کنیم.

مهندس بیژن زنگنه ادامه داد: در همایش مسئولیت اجتماعی در صنعت نفت جامعه شناسان و صاحب نظران دیدگاه هایی را مطرح کردند که برای بنده به عنوان یک مدیر جنبه کاربردی و عملی دارد و می توان بسیاری از این ایده ها را در عمل اجرا کرد. به صورت طبیعی هرچه این ارتباطات بیشتر شود کیفیت اجرایی پروژه ها نیز بیشتر خواهد شد. در وزارت نفت مسئولیت اجتماعی به عنوان یک نهاد مشاور مدیریتی فعالیت می کند که این وضعیت باید در شرکت ها نیز وجود داشته باشد. نباید موضوعات مهمی چون مسئولیت اجتماعی تنها در حد ستاد کل مورد توجه قرار بگیرد و بلکه باید به صورت موردی در همه شرکت های وابسته به وزارت نفت مورد توجه قرار بگیرد.

وزیر نفت تصریح کرد: تلاش ما در پروژه های صنعتی این است که بدون در نظر گرفتن فشارهای سیاسی اثرات دراز مدت این پروژه ها روی زندگی مردم منطقه مشهود باشد. رضایتمندی مردم برای ما اهمیت زیادی دارد و ما معتقدیم



پروژه های وزارت نفت باید در راستای حل مشکلات مردم و رضایت مندی آنها صورت بگیرد. رویکردی که به مسئولیت اجتماعی ارتباط مستقیم دارد و به همین دلیل وزارت نفت به دنبال این است که به صورت سیستمی و نظام مند مسئولیت اجتماعی را در پروژه های خود به کار بگیرد.

در این همایش همچنین مهندس بهزاد محمدی، معاون وزیر و مدیرعامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی و رئیس شورای سیاستگذاری همایش با موضوع رویکردها و سازوکارهای عمل به مسئولیت اجتماعی در صنعت پتروشیمی

در زمینه

توسعه فرهنگی و اجتماعی زنان در مناطق و حوزه های اولویت دار صنعت نفت سخنرانی کرد. ایشان خاطر نشان کرد: مفهوم مسئولیت اجتماعی در چند دهه اخیر تغییر کرده است. در گذشته برای بنگاه های اقتصادی تنها موضوع سودآوری دارای اهمیت بود؛ این در حالی است که در شرایط کنونی موضوعاتی مانند مردم و محیط زیست نیز برای بنگاه های اقتصادی اهمیت پیدا کرده است. نکته مهمی که در این زمینه وجود دارد این است که در موضوع مردم به تفاوت های جنسیتی توجه نمی شود. این در حالی است که در مناطق بومی که رویکرد صنعتی در آنجا اعمال می شود مفهوم جنسیت دارای اهمیت است. به همین دلیل در نظام نامه مسئولیت اجتماعی صنعت نفت موضوع خانواده و زنان در اولویت های مهم قرار دارد. حتی قرار است بودجه ای نیز به زنانی که به شکل های مختلف با پروژه های صنعتی در ارتباط هستند اختصاص یابد. نکته دیگر به موضوع آموزش جنسیتی مسئولیت اجتماعی پروژه های صنعتی باز می گردد که در این زمینه نیز در نظام نامه تدوین شده موارد مهمی ذکر شده است.

دکتر علی اکبر تاج مزینانی، رئیس دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی نیز در این همایش سخنرانی کردند. موضوع سخنرانی ایشان شناخت اجتماعی در مسئولیت های اجتماعی صنعت نفت بود. رییس دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی خاطر نشان کرد: در علوم اجتماعی سه پارادایم اصلی شناخت داریم که از طریق آنها پدیده های اجتماعی شناخته می شود. این سه پارادایم شامل اثبات گرا یا عقلانی، تفضیلی یا غیرعقلانی و انتقادی است. هر کدام از این پارادایم ها نیز ویژگی های خاص خود را دارند و به شکل متفاوتی از شناخت منجر می شوند. بدون تردید استفاده از همه این پارادایم ها به خصوص در جوامع محلی می تواند در تحقق مسئولیت اجتماعی موثر باشد.

لازم به ذکر است در این مراسم گزارش پایداری شرکت پالایش نفت تهران و گزارش پایداری شرکت پیدبلند خلیج فارس نیز ارائه شد.



سخنرانی کرد.

مهندس محمدی در این زمینه تصریح کرد: شروط تحقق مسئولیت اجتماعی و توسعه پایدار با اقتصاد و محیط زیست در ارتباط است. به همین دلیل اگر شرایط برای بهبود وضعیت اقتصادی و محیط زیست فراهم باشد ما می توانیم شاهد تحقق توسعه پایدار باشیم. در کف و پایین ترین سطوح هر بنگاه اقتصادی به صورت طبیعی مسئولیت های اقتصادی و قراردادی و حقوقی قرار دارد. در سطح توسعه یافته این رویکرد ما با مسئولیت های اخلاقی، بشردوستانه و خیرخواهانه مواجه هستیم. ما زمانی می توانیم از مسئولیت اجتماعی یک بنگاه اقتصادی صحبت کنیم که مسئولیت اجتماعی به عنوان یک استراتژی در بدنه راهبردی آن سازمان قرار داشته باشد. در زمینه ذینفعان داخلی و خارجی مسئولیت اجتماعی همواره جامعه داخلی مهم ترین ذینفع به شمار می رود. شرکت ها از نیروی انسانی و محیط زیست جامعه در راستای تقویت برند خود استفاده می کنند. به همین دلیل هر چه منابع سالم تر و قوی تر باشد به همان اندازه برند مربوطه اعتبار بیشتری کسب می کند. در چنین شرایطی و در یک سیکل دوطرفه هنگامی که برند اعتبار پیدا کرد می تواند با اطمینان سازی اجتماعی در راستای تحقق مسئولیت اجتماعی فعالیت کند و به جامعه خدمت رسانی کند. این یک رابطه دوطرفه بین جامعه و برندهاست که زمینه ساز توسعه پایدار خواهد بود.

دکتر زهرا حسین زاده، مشاور مدیرعامل شرکت ملی گاز در امور بانوان دیگر سخنران این همایش بود که

در پنجمین همایش مسئولیت اجتماعی صنعت نفت بررسی شد؛

مهم ترین چالش ها و فرصت های مسئولیت اجتماعی صنعت نفت



همایش مسئولیت اجتماعی صنعت نفت

Corporate Social Responsibility Conference in Petroleum

عزم جدی برای تحقق مسئولیت اجتماعی به وجود آمده و در آینده شاهد اتفاقات خوبی در زمینه مسئولیت اجتماعی خواهیم بود. سخنران بعدی مراسم دکتر سید مهدی هاشمی مدیرعامل سازمان بهداشت و درمان صنعت نفت با موضوع رویکردها و تجربه مقابله با شیوع ویروس کرونا بود.

ایشان در این همایش تصریح کرد: سازمان بهداشت و درمان صنعت نفت در حوزه مسئولیت اجتماعی خدمات رسانی مناسب و تعهد اجتماعی را سرمشق کار خود قرار داده است. این در حالی است که تاکنون در حوزه بهداشت و درمان موضوع مسئولیت اجتماعی مورد توجه جدی قرار نگرفته است یا در اولویت های اصلی قرار نداشته

مهندس تربتی خاطرنشان کرد: مسئولیت اجتماعی مقوله ای است که چه ما بخواهیم و چه نخواهیم باید به سمت تحقق آن حرکت کنیم. اگر قصد نداشته باشیم در این زمینه برنامه ریزی کنیم ناگزیر هستیم به صورت غریزی عمل کنیم و اگر قرار است برنامه ریزی داشته باشیم باید نظام نامه و هدف برای خود مشخص کنیم که این اتفاق در وزارت نفت رخ داده است. وزارت نفت با تدوین نظام نامه مسئولیت اجتماعی خود را وارد پروسه پاسخگویی کرده است. به همین دلیل ما به دنبال این هستیم که در آینده بخش هایی از هزینه های پروژه های وزارت نفت را به مقوله مسئولیت اجتماعی اختصاص بدهیم. خوشبختانه در وزارت نفت

پنجمین همایش مسئولیت اجتماعی صنعت نفت صبح روز چهارشنبه ۲۴ دی ماه به صورت مجازی با حضور مسئولان و چهره های علمی دانشگاهی برگزار شد. در این همایش مهم ترین چالش ها و فرصت های مسئولیت اجتماعی صنعت نفت مورد بررسی قرار گرفت و سخنرانان همایش درباره جوانب مختلف مسئولیت اجتماعی در حوزه نفت و گاز سخنرانی کردند.

مهندس حسن منتظر تربتی معاون وزیر و مدیرعامل شرکت ملی گاز و رئیس همایش اولین سخنران این همایش بود که با موضوع رویکردها و سازوکارهای عمل به مسئولیت اجتماعی در صنعت گاز سخنرانی کرد.

است. با این وجود از سال ۲۰۱۰ در حوزه بهداشت یک پارادایم جدید شکل گرفت که در مورد عدم آسیب زدن به محیط زیست و در نظر گرفتن منافع همه ذینفعان بود. اگر به تاریخ صنعت نفت توجه کنیم به این نتیجه می‌رسیم که موضوع مسئولیت اجتماعی در این صنعت همواره مورد توجه قرار داشته است. به همین دلیل ما به دنبال این هستیم در این حوزه اتفاقات مهم تری در آینده رخ بدهد. مهندس ناصر بابایی، معاون مدیرعامل شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی سومین سخنران این همایش بود. مهندس بابایی که در موضوع ساختارهای مسئولیت اجتماعی در شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی و زیرمجموعه سخنرانی می‌کرد تصریح کرد:

مسئولیت اجتماعی مانند یک پازل در یک سیستم مدیریتی است. به همین دلیل برای اینکه بتوانیم در این زمینه توفیق‌هایی به دست بیاوریم نیاز به یک توجه مدیریتی قوی نسبت به این موضوع داریم. مسئولیت اجتماعی در نهادهایی به نتیجه می‌رسد که استراتژی محور باشند و در یک ساختار سیستماتیک و نظام مند کار کنند. مفاهیمی مانند مدیریت دانش که در گذشته از اهمیت زیادی برخوردار بوده اما در نهایت نهادینه نشده به دلیل فقدان ساختارهای مناسب تصمیم‌گیری و نظام مند بوده است. به همین دلیل برای تحقق مسئولیت اجتماعی در حوزه صنعت نفت همه شرکت‌های زیرمجموعه این وزارتخانه باید این ساختارهای نظام مند را در درون خود به وجود بیاورند.

دکتر جعفر توفیقی رئیس پژوهشگاه صنعت نفت سخنران بعدی این همایش بود با موضوع رویکردهای مسئولیت اجتماعی پژوهشگاه صنعت نفت بود که عنوان کرد: ما از دو زاویه به موضوع مسئولیت اجتماعی در صنعت نفت نگاه می‌کنیم. نخست شرایط اساسنامه‌ای است که تلاش می‌کنیم براساس وظایف و تکالیفی که برعهده داریم به شکلی عمل کنیم که مخاطب آن به صورت مستقیم یا غیر مستقیم مردم باشند. هنگامی که دست‌آورد‌های پژوهشگاه نفت که از بودجه دولتی استفاده می‌کند

مورد استفاده و توجه مردم قرار بگیرد به معنای این است که در مسیر مسئولیت اجتماعی قرار گرفته است. هنگامی که نتایج علمی پژوهشگاه در زندگی مردم و رفاه آنها احساس شود مردم به این نتیجه می‌رسند که این پژوهشگاه به دنبال حل مشکلات مردم و آینده‌نگری درباره رفاه آنهاست. نگاه دوم مسئولیت‌هایی است که به صورت مستقیم جز مسئولیت‌های اساسنامه‌ای ما نیست. با این وجود به دلیل رویکردی که در وزارت نفت در سال‌های اخیر مورد توجه قرار گرفته ما به گستره وسیع تری از وظایفی فکر می‌کنیم که اگر چه جز وظایف اساسنامه‌ای نیست اما می‌تواند جزئی از مسئولیت‌های اجتماعی ما به شمار رود. به همین دلیل ما در زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی برای خود مسئولیت‌هایی را قائل هستیم که در راستای تحقق مسئولیت اجتماعی تعریف می‌شود.

آخرین سخنران همایش امروز مسئولیت اجتماعی در صنعت نفت مهندس سید امید شهیدی نیا مدیرعامل سازمان منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی بود که با موضوع اقدامات مرتبط با فعالیتهای حوزه مسئولیتهای اجتماعی شرکت‌های مستقر در منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی در این همایش سخنرانی کرد.

مهندس شهیدی نیا خاطر نشان کرد: ما باید وظایف خود را در حوزه مسئولیت اجتماعی صنعت نفت مشخص کنیم و برای آن برنامه ریزی کنیم. تنها در چنین شرایطی است که ما می‌توانیم گام‌های مهمی در زمینه مسئولیت اجتماعی برداریم. بدون تردید در شرایطی که چنین بستری فراهم نباشد ما با موانع و چالش‌هایی مواجه خواهیم بود. یکی از مهم‌ترین مسئولیت‌های اجتماعی که در سال‌های اخیر توسط صنعت نفت صورت گرفته کمک‌رسانی لجستیکی به حوادث و بلایای طبیعی بوده است. به همین دلیل ما امیدواریم در آینده مسئولیت اجتماعی در صنعت نفت با اولویت بندی صحیح و کاربردی به اهداف خود دست پیدا کند.

لازم به ذکر است ارائه گزارش پایداری شرکت بهره برداری نفت و گاز غرب و ارائه گزارش پایداری شرکت پالایش گاز فجر جم از دیگر برنامه‌های این همایش بود و در پایان این همایش نیز سخنرانان به سوالات شرکت کنندگان در همایش پاسخ دادند.

مسئولیت اجتماعی شرکت ها و شهروندان و فعالان اقتصادی در توسعه شهرها

رسانه مسئولیت اجتماعی: منظور از توسعه شهرها چیست؟

با توجه به مطالب ارائه شده لازم است توسعه شهرها تقویت زیر بنای فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی جامعه شهری است. جامعه شهری در واقع به مجموعه افرادی اطلاق می شود که در اشکال متفاوتی همچون فعالان اقتصادی، شرکت ها و یا شهروندان مشغول به فعالیت هستند. همه ی اقشار ذکر شده تاثیر شگرفی بر میزان توسعه شهرها دارند. در ادامه این مقاله نقش هر یک از این اقشار بر توسعه شهرها بررسی می شود.

نقش شهروندان بر توسعه شهرها

در جامعه امروز ما، به نیازهای اولیه شهری افراد پاسخی داده نمی شود. به طور مثال در بسیاری از شهرها جاده ها و معابر عبوری نیازمند ترمیم هستند، عملی ساده که سال ها نادیده گرفته شده است.

با توجه به اینکه بسیاری از استراتژی ها و برنامه توسعه شهرها زیر نظر دولت صورت می گیرد بسیاری از شهروندان گمان می کنند که آنها در توسعه شهرها نقشی ندارند. اما باید گفت توسعه شهرها خصوصا در کشورهای جهان سوم به علت زیرساخت های ضعیف نیازمند مشارکت تمام جامعه است. در زیر برخی از نقش های شهروندان در توسعه اقتصادی اشاره می شود:

شهروند و توسعه شهری

* آگاهی از حقوق شهری: هر فردی که در

جامعه زندگی می کند

داری یک سری حقوق

فرهنگی و اجتماعی

توسعه شهرها شامل مجموعه اقداماتی است که رشد اقتصادی، بهبود زیرساخت های شهری، کاهش فقر، کاهش بیکاری، بهبود مدیریت شهری و ... را به همراه دارد. در کشورهای در حال توسعه، بسیاری از روستایی ها به علت شرایط بد زندگی، به زندگی شهری رو آورده اند که این امر منجر به شلوغ شدن شهرها و افزایش حومه نشینی شده است. از طرف دیگر مشکلات اقتصادی و فرهنگی حل نشده شهری مزید بر علت عدم توسعه شهرها شده است. برای توسعه شهرها باید یک برنامه طولانی مدت و هدفمند با توجه به شرایط اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و زیست محیطی طراحی کرد. هدف از این برنامه نه تنها برطرف کردن نیازهای نسل حاضر بلکه باید دور اندیشی برای نسل های بعدی نیز باشد. با توجه به مطالب ارائه شده می توان توسعه شهرها را دغدغه ای جهانی برای بهبود جوامع انسانی دانست.

توسعه شهرها

به طور کلی اهداف توسعه شهرها را می توان در ۴ حوزه زیر قرار داد:

* حداقل مصرف از فضا در راستای حفظ منابع طبیعی

* بهبود سیستم مدیریت شهری

* دسترسی یکسان به منابع

* حفظ فرهنگی و اجتماعی



زندگی اجتماعی رعایت حقوق فردی و اجتماعی دیگران است. نادیده گرفتن حقوق یکدیگر سبب صرف شدن وقت جامعه برای امور بی ارزش می شود.

* **پرداخت مالیات:** شهروندان با پرداخت به موقع مالیات و عوارض های تعریف شده می توانند به برداشتن موانع اقتصادی توسعه شهرها کمک کنند.

نقش شرکت ها و فعالان اقتصادی بر توسعه شهرها فعالان اقتصادی و شرکت ها به عنوان بنیادهای موثر بر نظام اقتصادی شهری می توانند در توسعه شهرها نقش داشته باشند. در کشورهایی در حال توسعه همواره کمبود کار و بحران های اقتصادی وجود دارد که این قبیل امور می تواند با مشارکت بنیادهای اقتصادی مرتفع شود.

به طور کلی فعالان اقتصادی و شرکت ها می توانند با کاهش هزینه ها، افزایش درآمدها، مشارکتهای اقتصادی، اجرای اقتصاد مقاومتی، توسعه شهری و ایجاد فرصت برای سرمایه گذاران شهری اثرات مثبتی بر توسعه شهرها داشته باشند. در ادامه به صورت خلاصه نقش شرکت ها و فعالان اقتصادی مورد بررسی قرار می گیرد.

* **بهبود شرایط اقتصادی:** شرکت ها و فعالان اقتصادی از یک طرف با پرداخت مالیات و از طرف دیگر با کاهش تراکم افراد بیکار می توانند در بهبود شرایط اقتصادی یک جامعه موثر باشند. در واقع سرمایه گذاری می تواند به خودی خود سبب توسعه اقتصادی شود. پس می توان گفت فعالان اقتصادی و شرکت ها به صورت مداوم به بافت شهری سود نهایی و ارزش افزوده تزریق می کنند و همین امر سبب اهمیت یافتن آنها شده است. همچنین شرکت ها و فعالان اقتصادی با استفاده درست از منابع می توانند موجب کاهش آلودگی های زیست محیطی

است که تا آنها را مطالبه نکند پاسخی نخواهد گرفت. آگاهی داشتن از حقوق شهروندی و رعایت آن امری است که به توسعه زیر ساخت های فرهنگی اجتماعی کمک می کند.

* **حضور در انجمن های فعال:** انجمن های بسیاری جهت بهبود کیفیت زندگی شهری ایجاد شده اند. بسیاری از این انجمن ها مردم نهاد هستند. حضور فعال شهروندان در این قبیل انجمن ها می تواند به روند توسعه شهرها سرعت ببخشد زیرا اهداف تعریف شده در این انجمن ها در راستای اهداف دولت در جهت توسعه شهرها قرار دارد.

* **مشارکت در امور عمومی:** متأسفانه در بسیاری از شهرها شاهد آسیب دیدن آثار تاریخی، آلودگی پارک ها، زباله های رها شده و ... هستیم. همه ی این موارد پیامدی جز زشت شدن چهره شهر در پی ندارند. از طرف دیگر می توانند پایه های فرهنگی یک جامعه شهری را برای نسل های بعد، سست کند. باید شهر مانند خانه فرض شود و همه شهروندان در تمیزی و سلامت آن کوشا باشند. امروزه پاک نگه داشتن هوا، تفکیک زباله، اهمیت دادن به بازیافت و ... نیز از مسئولیت هایی است که بر شانه شهروندان قرار داده شده است.

* **شهروند منتقد:** انتقاد به معنای قضاوت منصفانه امور مختلف است. یک شهروند باید علاوه بر آگاهی داشتن از اصول توسعه شهرها، ناظری سخت گیر و منتقد باشد.

* **جمع گرایی:** شهروندان باید بدانند لازمه



و ... شوند.

* **بهبود شرایط اجتماعی:** یکی از معضلاتی که گریبانگیر بسیاری از شهرها است و مانع از توسعه آنها می شود، بیکاری است. فعالان اقتصادی و شرکت ها می توانند در ایجاد بسترهای کاری متنوع فعال باشند. باید پذیریم بیکاری می تواند ریشه بسیاری از مشکلات اجتماعی باشد بنابراین به کارگیری نیروهای کار در از بین بردن مشکلات اجتماعی مرتبط با بیکاری موثر است.

* **بهبود شرایط فرهنگی:** لازم است شرکت ها و فعالان اقتصادی به زیرساخت های فرهنگی شهرها توجه داشته باشند. بدون شک رشد فرهنگی یک جامعه علاوه بر بهبود توسعه شهرها می تواند اثر مثبتی نیز بر اقتصاد شهرها و روند کاری آنها داشته باشد.

* **کاهش هزینه:** فعالان اقتصادی با پیشبرد سریع پروژه های شهری سبب کاهش هزینه های حاصل از پروژه های نیمه کاره و یا ناتمام می شوند.

* **مشارکتهای اقتصادی:** یکی از دستاوردهای شرکت ها و فعالان اقتصادی افزایش درآمد های شهری چه از طریق اجرای پروژه و چه از طریق پرداخت مالیات است. لازمی موفقیت یک شرکت تنها درآمد زایی در بازه زمانی محدود نیست بلکه استفاده از منابع اقتصادی به صورت مستمر است. شرکت ها و نهادهای اقتصادی با شرکت در مشارکت های اقتصادی علاوه بر توسعه شهری می توانند سبب رونق اقتصادی در شهر نیز شوند. این امر در بهینه سازی مصرف منابع بسیار اثرگذار است همچنین می تواند سبب ایجاد

فرصت برای سرمایه گذاری شهری نیز شود.

* **اقتصاد مقاومتی:** منظور از اقتصادی مقاومتی رشد اقتصاد در کنار کاهش آسیب پذیری آن است. در واقع منظور از اقتصاد مقاومتی کشیدن حصار نیست بلکه رشد اقتصادی در کنار تمام تحریم ها است. فعالان اقتصادی و شرکت ها با سرمایه گذاری در زمینه های مختلف و به کارگیری نیروهای متخصص علاوه بر توسعه شهری سبب استقلال کشور از کالاهای وارداتی که تحت تحریم است، نیز می شوند.

شرکت ها و فعالان اقتصادی موثر بر توسعه شهرها

سخن پایانی

هدف از توسعه شهرها پیش بردن یک جامعه شهری به سوی عدالت اجتماعی است. رسیدن به این هدف تنها با تکیه بر توان دولت میسر نمی شود. عوامل متعددی می توانند مانع برنامه های توسعه شهرها چه در بلند مدت و چه کوتاه مدت شوند. آنچه سبب مرتفع شدن موانع موجود می شود حضور فعال تمام اقشار جامعه در برنامه های توسعه شهری است. همانطور که گفته شد اگر هر یک از اقشار جامعه به وظایف خود آگاه باشند و آنها را به درستی انجام دهند می توان انتظار داشت که مسیر توسعه شهرها با سرعت بالاتری طی شود. متأسفانه افزایش روزافزون مشکلات اجتماعی و فرهنگی و عدم ارائه راهکارهای مناسب برای آنها سبب شده است برنامه های توسعه شهرها عقب بماند.

حمیدرضا آزادواری، کارشناس ارشد مدیریت

شهری و معاون اقتصادی و مالی

شهرداری منطقه ۲۱ تهران



انتشار اخبار اقدامات مسؤلیت اجتماعی اولین گام برای فراگیر کردن مسؤلیت اجتماعی

اقدام کمیسیون آزادی مطبوعات آمریکا می‌داند. این نظریه، مفهومی فراتر از قانون است و به نقشی مربوط می‌شود که سازمانها در بهتر شدن جامعه انجام می‌دهند. رسانه‌ها امروز تا حدی به تار و پود جامعه مبدل شده و تعاملات دیگر نهادها را هماهنگ می‌کنند و بعنوان یک نهاد مسؤلیت پذیر و تا حدی مسؤلیت ساز در رشد اجتماعی مؤثر می‌باشند. علاوه بر این رسانه‌ها با نظارت‌های غیر مستقیم، مدل پاسخگویی را در سازمانها، نهادینه نموده و این مدل زمینه مطالبه را فراهم می‌سازند. به همین دلیل انتشار اقدامات مرتبط با مسؤلیت اجتماعی یکی از مهم‌ترین رویکردها برای نهادینه کردن و فراگیر شدن مفهوم مسؤلیت اجتماعی در جامعه است. در این زمینه نیز سه نظریه وجود دارد. نخست نظریه متقاعدسازی است. در این روش رسانه‌های گروهی با انتشار اخبار مرتبط با اقدامات مرتبط با مسؤلیت اجتماعی به اقناع افکار عمومی درباره پیامدهای مثبت این اقدامات مبادرت می‌کنند. بنیان و حامیان این نظریه بر این باور هستند که تأثیر نهادن بر مخاطبان و مجاب ساختن آنان مستلزم رعایت برخی اصول و قواعدی است که اساساً برگرفته از مطالعات و پژوهشهای صورت گرفته در قلمرو روانشناسی و بویژه روانشناسی اجتماعی است. نظریه دوم به تبیین دامنه اثرات رسانه

مسئولیت اجتماعی، مفهوم تقریباً جدیدی در ادبیات سازمانهای خدماتی، اقتصادی و رسانه‌ها است؛ و از دهه ۸۰ به بعد آثار آن را می‌توان در سازمان‌های دولتی و خصوصی مشاهده کرد. با این وجود تنها سازمانی که بیشترین تأثیر را در حوزه مسؤلیت اجتماعی ایفاء نموده است، رسانه‌ها بوده‌اند. رسانه‌ها حلقه رابط بین جامعه و سازمانها و یا مردم با مردم می‌باشند. امروزه سازمانها برای ارائه خدمات بهتر به مشتریان و سازمانهای رسانه‌ای برای جذب بیشتر مخاطب در حوزه مسؤلیت اجتماعی برنامه‌ریزی می‌کنند. همه سازمان‌ها هم در برابر کارکنان خود و هم در برابر جامعه مسؤلیت دارند. رسانه‌ها با نظارت‌های غیر مستقیم مدل پاسخگویی را در سازمانها نهادینه نموده و این مدل زمینه مطالبه را فراهم می‌سازد. این روش، یعنی تسریع فرآیندها در فعالیتهای آنها را فراهم می‌آورد. نظریه مسؤلیت اجتماعی شکل‌گیری خود را مرهون یک



تعارض های نظریه مطبوعات آزاد در عرصه تجربی، راه حل مناسب پیدا شود. همه این مسائل نیز به شیوه برخورد رسانه با موضوعات کلیدی مانند مسئولیت اجتماعی ارتباط پیدا می کند. در این زمینه مسئولیت اجتماعی، سطوح متعددی دارد؛ که عبارتند از: یک: چارچوب قانونی که دولت برای مسئولیت های مطبوعات مشخص می کند. دو: چارچوب شغلی که مطبوعات به واسطه مسئولیت های خود تعیین می کنند و سوم چارچوبی ذاتی که افراد روزنامه نگار سطح فعالیت شغلی عالی را تعیین می کنند. شرایط جدید جهانی، اوضاع خاصی برای فرهنگ و اجتماع پدید آورده است. می توان گفت به طور کلی تغییرات و تعاملات فرهنگی در فضایی متفاوت از گذشته صورت می پذیرد. رسانه ها بیش از پیش در زندگی ما حضور دارند و در مواردی بدون آنکه متوجه باشیم، ساعتها مخاطب رادیو و تلویزیون... می شویم. رسانه ها در جهان جدید، یک جهان مجازی می سازند که در این جهان مجازی هر فردی برای برقراری ارتباط، از امکان های متعددی برخوردار است و

لذا شخصیت فرد از طریق مجموعه ارتباطات او ساخته میشود و در اینجا است که از رسانه ای شدن فرهنگ و جامعه سخن گفته می شود.

های عمومی می پردازند. به همین سبب این گروه به نظریه های مربوط به اثرات وسایل ارتباط جمعی معروف شده اند. براساس این نظریه دامنه و گستره رسانه های جمعی به اندازه ای است که می تواند در جهت ارتقا و تعمیق مفهوم مسئولیت اجتماعی گفتمان سازی و جریان سازی فکری و اجتماعی انجام بدهد. نظریه سوم اما به دستکاری اذهان معروف است که براساس آن رسانه ها با تغییر پارادایم های فکری جامعه افکار عمومی را به سمت یک موضوع مشخص که در اینجا مسئولیت اجتماعی است سوق می دهند. براساس این سه نظریه مطرح شده هر چه رسانه ها در زمینه اقدامات صورت گرفته در زمینه مسئولیت اجتماعی فعالیت بیشتری انجام بدهند به همان اندازه به فراگیر شدن و نهادینه شدن این مفهوم در جامعه بیشتر کمک کرده اند. نکته مهم در این زمینه اینکه آزادی و مسئولیت، دو روی یک سکه هستند و همانگونه که رسانه ها حق دارند از دولت و سایر نهادها انتقاد کنند، مسئولیتی نیز در قبال مصالح و منافع ملی و پاسخ به نیازهای جامعه

دارند. به همین دلیل باید بین سه اصل به ظاهر ناسازگار آزادی فردی و آزادی رسانه ها از یکسو و تعهد رسانه ها در برابر جامعه از سوی دیگر، سازگاری ایجاد گردد و برای مقابله با



اینفوگراف مسئولیت اجتماعی

افزایش جرائم و مسئولیت اجتماعی

عبدالصمد خرمشاهی



با دقت به جرائم رخ داده در کشور متوجه می شویم جرائم در ایران با دو اتفاق مهم مواجه شده است. نخست اینکه جرائم نسبت به گذشته شنیع تر، خشن تر و بی پرده تر شده و دوم اینکه قبح جرم در جامعه فرو ریخته و بسیاری از مجرمان با علم به عاقبت کار خود دست به ارتکاب جرم می زنند. همه این اتفاقات نشان می دهد که جامعه ایران به سمت خشن تر در حال حرکت است و اگر جامعه شناسان و روانشناسان برای آن راه حل منطقی و علمی پیدا نکنند پیامدهای ناگوار تری در انتظار جامعه خواهد بود. افزایش جرائم در جامعه و وضعیت موجود معلول رویکردهای کوتاه مدت نیست و بلکه برای بررسی این پدیده اجتماعی باید رویکردهای کلی و بلند مدت جامعه را مورد تحلیل و بررسی قرار داد. در جامعه ای که قانون گریزی رواج دارد، عدالت رعایت نمی شود و به نیازهای اولیه افراد کمتر بها داده می شود به صورت طبیعی زمینه تولید جرم به وجود می آید. از سوی دیگر مهم ترین دلیل افزایش جرم و جنایت در جامعه ایران «فقر» است که شامل فقر اقتصادی و فرهنگی می شود. کسی که در زمینه اقتصادی دچار فقر و تنگدستی است فرصتی برای ارتقای فرهنگی خود نیز پیدا نمی کند و در نتیجه دچار فقر فرهنگی نیز می شود. اگر

است. آمارهای رسمی نشان می دهد بیماری های روحی و روانی در بین مردم جامعه افزایش پیدا کرده و از مرز فاجعه گذشته است. هنگامی که فرد با مشکل بیکاری مواجه می شود و حقوق خود را تضییع یافته می بیند دچار مشکلات روحی و روانی می شود. این مشکلات روحی و روانی نیز زمینه را برای جرم و جنایت در سطح جامعه افزایش می دهد. به ندرت اتفاق می افتد که افرادی از نظر اقتصادی و روانی مشکل جدی نداشته باشند و جرائم سنگین در جامعه انجام بدهند. بدون تردید اگر راه حل مناسبی برای مشکلات اقتصادی و اجتماعی مردم پیدا نشود و مسئولان در این زمینه تلاش جدی انجام ندهند جامعه روزه روز عصبی تر و رفتارهای خشونت آمیز اجتناب ناپذیر خواهد شد. نکته دیگر اینکه خشونت با خود خشونت به همراه خواهد داشت. آمارها نشان می دهد که سطح مدارای مردم جامعه ایران نسبت به گذشته کاهش پیدا کرده است. به همین دلیل رسیدگی به این موضوع باید در اولویت های نخست مسئولان قرار بگیرد.

ما حوادث هر روز کشور را بررسی کنیم متوجه می شویم که بیش از نود درصد از ریشه های جرم و جنایت در کشور اقتصادی است. مشکلات اقتصادی ام الفساد جرائم کشور است. دغدغه های اقتصادی با خود بیکاری، اعتیاد و استرس و نگرانی های زیادی به همراه می آورد که هر کدام می تواند زمینه جرم و جنایت را در جامعه افزایش بدهد. فردی که در خانواده ای با مشکلات اقتصادی و روانی ناشی از آن بزرگ شده به صورت طبیعی مستعد ارتکاب جرم و جنایت است. بر اساس آمارهای رسمی که در جامعه منتشر می شود اغلب افرادی که مرتکب جرائم سنگین شده اند در خانواده های پر آسیب و شکننده بزرگ شده اند و از نظر روانی در وضعیت متعادلی قرار نداشته اند. بدون شک اگر مردم جامعه در رفاه زندگی می کردند میزان جرم و جنایت تا حدود زیادی در جامعه کاهش پیدا می کرد. مسائل اجتماعی به صورت زنجیروار به هم متصل هستند. در کشورهای توسعه یافته مانند سوئیس میزان جرم و جنایت بسیار کم و محدود

نشست ماهانه کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی برگزار شد

نشست ماهانه کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی ایران برگزار شد.



نشست ماهانه کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی ایران برگزار شد. به گزارش رسانه مسئولیت اجتماعی، نشست ماهانه کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی ایران به ریاست دکتر محمود اولیایی به منظور بررسی اخبار روز و فعالیت های اخیر این کمیسیون به صورت مجازی برگزار شد. در ابتدای این نشست دکتر سید محمود عبادی، رئیس کمیته حاکمیت شرکتی اتاق ایران در خصوص فعالیت های اخیر این مجموعه و همچنین برگزاری نخستین نشست تخصصی حاکمیت شرکتی با عنوان حاکمیت شرکتی و تاثیر آن بر کسب و کار توضیحاتی را ارائه نمودند و ابراز امیدواری کردند وینار SME با همت و همکاری اعضای کمیسیون در انتهای بهمن ماه برگزار گردد. در ادامه دکتر فراهانی، مشاور و کارشناس کمیته حاکمیت شرکتی اتاق ایران در خصوص فعالیت

اسفند ماه خبر دادند. در طول برگزاری این نشست و با مدیریت جناب آقای دکتر محمود اولیایی، حاضرین در نشست سوالاتی را مطرح نمودند که با پاسخ مناسب ایشان و سایر عزیزان همراه بود. یکی از حاضرین در نشست درخواست رسیدگی بیشتر به امور کشاورزی در استان سیستان و بلوچستان را خواستار شد که دکتر اولیایی در پاسخ، به اقدامات مناسب و لازم در سطح این استان و نیز خراسان جنوبی به منظور رسیدگی به مسائل و مشکلات مرتبط اشاره نمودند.

همچنین بحث توسعه مشاغل خانگی بانوان مطرح شد تا کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی بتواند با همکاری دستگاه های مرتبط همچون وزارت کار اقدامات مناسبی را در این زمینه داشته باشد. لازم به ذکر است دکتر مسعود بنیانیان، رئیس کمیسیون حاکمیت شرکتی و مسئولیت اجتماعی بنگاه ها به دلیل کسالت در این جلسه حضور نداشتند و دکتر محمود اولیایی ضمن عذرخواهی از جانب ایشان مدیریت نشست را بر عهده داشتند.

های اخیر این کمیته توضیحاتی ارائه داده و به دو نکته اساسی در این زمینه اشاره نمودند. نخست اینکه در حوزه فرهنگ سازی و آموزش حاکمیت شرکتی همچنان دچار ضعف هستیم و با توجه به ابزارهای لازم که در اختیار مجموعه است، می توانیم در این زمینه اقدامات مناسب را انجام دهیم.

همچنین مساله حاکمیت شرکتی باید به صورت استانی مورد توجه قرار گیرد و به همین منظور می توانیم وینارهای مختلفی را در این زمینه در استان های مختلف برگزار کنیم تا مساله حاکمیت شرکتی از سطح ملی به استانی برسد.

سپس دکتر خارستانی در خصوص فعالیت های اخیر این کمیسیون توضیحات کلی را ارائه نمودند و از تلاش مجموعه در راستای آموزش و فرهنگ سازی مسئولیت اجتماعی سخن گفتند.

ایشان ضمن اشاره به برگزاری وینارهای مختلف در طی چند ماه اخیر مانند مسئولیت اجتماعی در زمان کرونا و مسئولیت اجتماعی و بیماری ایدز و نیز توانایی، از برگزاری چهارمین نشست فصلی این کمیسیون در



ابوالفضل قناعتی عضو هیئت رییسه شورای شهر چهارم تهران در گفت و گو با «رسانه مسئولیت اجتماعی»:

مسئولیت اجتماعی باید از شکل شعار به عمل مدیریت شهری تبدیل شود



*مسئولیت اجتماعی چه نقشی در مدیریت شهری دارد؟

در مدیریت شهری باید به دو نکته درباره شهر توجه شد. نخست کالبد شهر و سخت افزارهای فیزیکی است و دوم هویت شهری است. یکی از موضوعاتی که در هویت شهری مورد توجه قرار می گیرد موضوعات اجتماعی مانند مسئولیت اجتماعی است. ما در شورای چهارم شهر تهران که حضور داشتیم در حدود دو هزار میلیارد تومان اعتبار برای موضوعات اجتماعی در نظر گرفته بودیم. دلیل این مسأله نیز این است که مردم شهر باید خود را با هنجارهای موجود شهری هماهنگ کنند. در این زمینه تعامل شهروند با مدیریت

ابوالفضل قناعتی عضو هیئت رییسه چهارمین دوره شورای شهر تهران و مدیرعامل سابق مؤسسه سازندگی شهید همت قرارگاه خاتم الانبیاء است. قناعتی کارشناس مدیریت است. در سوابق اجرایی خود مدیرعامل و عضو هیئت مدیره مؤسسه سازندگی شهید همت، رئیس هیئت بدنسازی و پرورش اندام استان تهران و رئیس سازمان بسیج ورزشکاران تهران بزرگ را به همراه دارد. به همین دلیل و برای بررسی نقش مسئولیت اجتماعی در مدیریت شهر تهران و چشم انداز آینده «رسانه مسئولیت اجتماعی» با ایشان گفت و گو کرده که در ادامه ماحصل این گفت و گو را می خوانید.

کمتر استفاده کنند.

*چرا در حالی که در سال های گذشته موضوع مسئولیت اجتماعی به صورت جدی تری در دستور کار مدیریت شهر تهران قرار داشت این مسأله نسبت به گذشته کم رنگ تر شده است؟

این مسأله به نوع مدیریت شهری در دوره جدید شورای شهر باز می گردد. به هر حال شورای شهر تهران به عنوان اتاق فکر مدیریت شهری قلمداد می شود. اگر قرار است در زمینه مسئولیت اجتماعی اتفاقات مثبتی در تهران رخ بدهد باید این موضوعات پیگیری شود و نتایج آن به صورت مرتب رصد شود. مسئولیت اجتماعی و دیگر موضوعات اجتماعی و فرهنگی نباید تنها به صورت برنامه باشد و بلکه باید با حساسیت مورد پیگیری قرار بگیرد و نتایج آن به صورت ملموس در زندگی شهروندان مشاهده شود. اگر مسئولیت اجتماعی تنها در حد شعار باقی بماند به نتیجه مطلوب نمی رسد و بلکه باید در عمل به نتیجه برسد. به عبارت دیگر مسئولیت اجتماعی باید از شکل شعار به عمل مسئولان تبدیل شود. واقعیت این است که توسعه و تکامل شهرهای امروز در گرو شکل گیری الگوهای مدیریت شهری امروزی با رویکردهای عدالت محور ممکن می گردد. در واقع توسعه شهری پایدار و نگاهی منطقی و صحیح نسبت به توزیع بهینه منابع بین نسل های کنونی و نسل های آتی نیازمند بهره گیری از دانش واقع گرا و قابل انعطاف در مدیریت شهری است. این مهم با مسئولیت های اجتماعی و مسدولیت پذیری مدیران شهری پیوند عمیقی دارد. توجه به ارکان مسئولیت پذیری در مدیریت شهر و خاصه مدیران شهری که نقش بسزایی را در توسعه و یا عدم توسعه شهر خواهند داشت و همچنین شاخص های توسعه پایدار و کنشی که میان این ارکان و عناصر و در نهایت اصول مسئولیت پذیری و توسعه پایدار که به نوعی مکمل یکدیگر نیز می باشند، می تواند به رویکردهای جدیدی در حوزه مدیریت شهری همانند حکمروایی خوب شهری و نیز شهر انعطاف پذیر و مانا که همان مفهوم شهر خلاق می باشد، منجر گردد. همه این فرایندها در کنار یکدیگر در نهایت به عدالت اجتماعی در قالب عدالت بین نسلی در شهر و در نهایت شهر پایدار خواهد انجامید.

شهری و همچنین تعامل بین شهروندان موضوعیت دارد و دارای اهمیت است. فرهنگ سراها و سراهای محله که در شهر تهران ساخته شده به همین دلیل بوده است. این نهادهای کمک می کند تا موضوعات اجتماعی بین مدیریت شهری و شهروندان شکل جدی تری به خود بگیرد. یکی از موضوعاتی که در دوره جدید شورای شهر مغفول مانده وضعیت محله های جنوب شهر است.

*چرا محله های جنوب شهر مورد اغفال مدیریت شهری قرار گرفته است؟

بسیاری از محله ها و پارک های جنوب شهر به محلی برای تکدی گری تبدیل شده که به یک ناهنجاری در شهر و جامعه تبدیل شده است. به همین دلیل باید رابطه مردم با مدیریت شهری با هماهنگی بیشتری دنبال شود. رسیدگی به این موضوع به همراه موضوعاتی مانند بهداشت شهری و تعاملات شهری باید در دستور کار مدیریت شهری در زمینه مسئولیت اجتماعی قرار بگیرد. مدیریت شهری نیز باید متوازن و هماهنگ صورت بگیرد. بدون تردید اگر یک بعد شهر تقویت شود و ابعاد دیگر ضعیف باقی بماند با توسعه همه جانبه شهری مواجه نخواهیم بود. به عنوان مثال یکی از موضوعات مهم مدیریت شهری در تهران ترافیک است. بنده معتقدم یکی از راه حل های حل موضوع ترافیک مدیریت یکپارچه شهری است یعنی تمام سازمانها و نهادهای وابسته مربوط که ماموریت شهری در این زمینه داشته و هم خونی دارند در حل این موضوع دخیل شوند. اگر نهادهای مرتبط با بحث ترافیک در قالب مدیریت شهری واحد نباشند مثلاً زیر نظر شورای شهر کار نکنند، نمی توانند به حل این موضوع کمک کنند. به همین دلیل باید فعال کردن و توسعه راههای زیرزمینی و ساخت مترو و توسعه حمل و نقل عمومی در دستور کار شورای شهر قرار بگیرد. حل مشکل ترافیک نیازمند فرهنگ سازی عمومی است. ما مترو کم نداریم اما مردم عادت کرده اند حتی پیاده چند قدمی تا ایستگاه مترو یا خط اتوبوس راه نروند و از پارکینگ خانه شان استارت بزنند و تا پای آسانسور دفتر کار خود با وسیله شخصی بروند. فرهنگ سازی نیازمند همکاری صدا و سیما و معاونت فرهنگی شهرداری است تا مردم به این نقطه برسند که خودشان هم باید کمک و از وسایل نقلیه شخصی

سومین نشست فصلی مسئولیت اجتماعی اتاق ایران برگزار شد

زن با موضوع تعامل بخش خصوصی و سازمان‌های مردم‌نهاد به
همت کمیسیون مسئولیت اجتماعی و حاکمیت شرکتی اتاق ایران
برگزار شد.



گیتی به تشریح فعالیت‌های خیریه و کار آفرینی اجتماعی و ارتباط مستقیم آن با مسئولیت اجتماعی پرداختند. در ادامه وینار به دلیل مشکلات فنی و عدم حضور مهندس ابراهیم جمیلی، رئیس هیئت امنای بنیاد نیکوکاری جمیلی ارتباط با سرکار خانم لیلا محبی فعال اجتماعی و عضو اتاق بازرگانی شیراز برقرار شد و ایشان به تشریح کار آفرینی اجتماعی و مشکلات موجود در سطح جامعه و رفع آن به منظور انجام امور خیریه پرداختند. در پایان وینار نیز حاضرین، به پرسش‌سوالاتی پیرامون بحث پرداختند و اساتید حاضر در وینار پاسخ‌سوالاتشان را بیان نمودند.

به گزارش رسانه مسئولیت اجتماعی، سومین نشست فصلی مسئولیت اجتماعی اتاق ایران با موضوع تعامل بخش خصوصی و سازمان‌های مردم‌نهاد به صورت وینار برگزار شد.

در ابتدای این وینار ایشار خدادادی، مدیرعامل شرکت بهین مشاوران آتیه ساز مدیریت و مشاور و مدرس ظرفیت‌سازی و توانمندسازی سازمان‌های مردم‌نهاد به ایراد سخنان خود پیرامون پایداری روابط برنده-برنده سمن‌ها و سازمان‌های بخش خصوصی پرداختند و به جزئیات مهم و قابل توجهی در این عرصه اشاره نمودند. سپس رضوان افراشته پور، مدیرعامل مؤسسه راهبرد سپهر افرا و عضو هیئت‌امنا و هیئت‌مدیره مؤسسه مهر

چگونه خبرنگاران اصطلاح «فیک نیوز» را در گزارش‌هایشان به کار می‌برند؟

دانستنی آنلاین: در سالیان اخیر، «فیک نیوز» به یکی از مهم‌ترین مباحث رسانه‌ای تبدیل شده است. با این حال، هنوز هم در رسانه‌های گروهی به کرات این اصطلاح را در جاهای غلط به کار می‌برند؛ آنچنان که بعضی از پژوهشگران و دیگر افراد حاضر در صحنه‌های اجتماعی تقاضا دارند که از به کارگیری این اصطلاح در گفت‌وگوهای اجتماعی به‌طور کلی دست کشیده شود.



خبری به‌طور روزافزون این اصطلاح در بافت‌های متفاوت دیگری نیز استفاده می‌شد، بافت‌هایی که به دو کاربردی که اشاره شد (اطلاعات فریبده و حمله به رسانه‌ها) هیچ ربطی نداشت. بنابراین بحث فقط بر کاربرد شدن اصطلاح «فیک نیوز» نیست؛ فرایند عادی‌شدگی این اصطلاح نیز مورد بحث است.

امروزه اصطلاح فیک نیوز (Fake News) بر سر زبان عام و خاص افتاده است. بعضی آن را دائم در گفته‌هایشان تکرار می‌کنند و بعضی استفاده از آن را مذموم می‌دانند (مک‌نایر ۲۰۱۷). در اصل این واژه را پژوهشگران ارتباطات برای اشاره به طنزهای سیاسی استفاده می‌کردند (بایم ۲۰۰۵)، اما از سال ۲۰۱۶ به بعد کاربردهای آن به زمینه‌های دیگر نیز نفوذ کرد، زمینه‌هایی که با صداقت و درستی در روزنامه‌نگاری و روابط سیاسی مرتبط می‌شد.

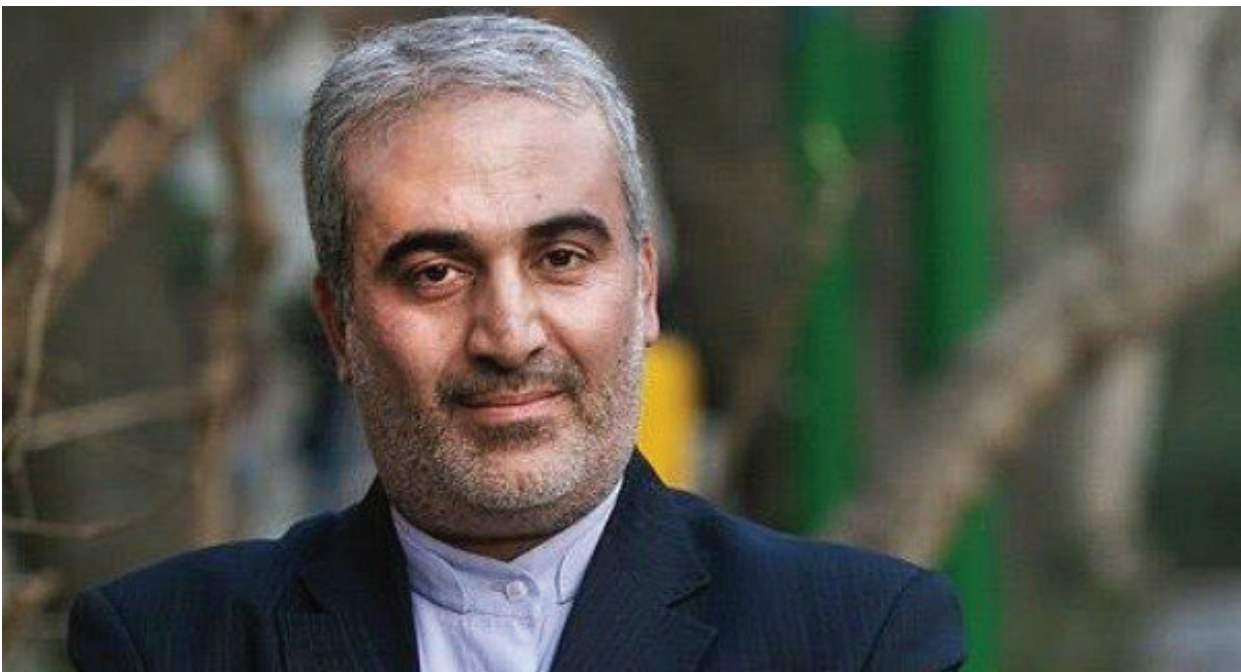
وقتی که دامنه کاربرد اصطلاح فیک نیوز به چنین جاهایی کشید، پژوهشگران در صدد آن برآمدند که برایش تعریف مفهومی و عملی دریابند (تاندو، ک، لیم، و لینگ ۲۰۱۸). اساساً این تعریف‌ها، ترکیب فیک نیوز را دارای دو کاربرد چالشی برای جوامع مدرن و دموکرات می‌دانستند.

یک نیوز تبدیل به اصطلاحی پرتکرار و تأثیرگذار در پوشش‌های خبری شده است؛ با این حال، بسیار عجیب است که هنوز در این مورد تحقیقات محدودی انجام شده است. هنوز به درستی نمی‌دانیم این اصطلاح را خبرنگاران چگونه به کار می‌برند. در پژوهش پیش‌رو، با روش تحلیل محتوای کمی، در دنیای واقعی، برای پاسخگویی به این سوال شواهدی جمع‌آوری کرده‌ایم. برای انجام این پژوهش به سراغ روزنامه‌های اصلی کشور اتریش رفتیم. گزارش‌های خبری آن‌ها را از سال ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۸ مطالعه کردیم. و در مجموع ۲۹۶۷ گزارش را جداسازی کردیم. در متن این گزارش‌ها از اصطلاح فیک نیوز استفاده شده بود.

خبر جعلی یا همان «فیک نیوز» اصطلاحی است که طی چند سال گذشته در رسانه‌های اتریشی بسیار پر کاربرد شده است. متوجه شدیم که آن اوایل این اصطلاح را به‌طور خاص برای اشاره به اطلاعات فریبده به کار می‌بردند اما با گذشت زمان، کاربرد عادی‌تری پیدا کرد و به دایره معنایی بزرگتری گسترش یافت. این دایره معنایی گسترده، گاهی زمینه را برای حمله به بنیاد خبرگزاری‌ها را فراهم می‌کرد. و حتی علاوه بر این، در پوشش‌های

ابراهیم نکو در گفت و گو با «رسانه مسئولیت اجتماعی»:

نادیده گرفتن مسئولیت اجتماعی به منزله نابودی بنگاه‌های اقتصادی است



بین کشورهای جهان و به خصوص کشورهای توسعه یافته است. در شرایط کنونی نیز مسئولیت اجتماعی در ابعاد اقتصادی و سیاسی می‌تواند روابط حاکمیت و مردم و همچنین بین عرضه و تقاضا نقش تعیین کننده‌ای داشته باشد. هر چه طرفین احساس مسئولیت اجتماعی بیشتری کنند به همان اندازه شرایط برای بهبود وضعیت فراهم می‌شود. به عنوان مثال اگر شرکت‌های تولیدی در ارائه کالا و خدمات باید به شکلی رفتار کنند که رضایت مندی مشتریان خود را بیشتر کنند. به عبارت دیگر مسئولیت اجتماعی به معنای شناخت دقیق جامعه هدف است. امروز هر چه ارائه خدمات با کیفیت و بهتر و دوام بیشتری ارائه شود می‌تواند مشتریان و افراد جامعه را به سمت خود بکشاند. بدون تردید اگر شرکت‌ها و

دکتر ابراهیم نکو نماینده مجلس و دبیر دوره نهم کمیسیون اقتصادی مجلس از حوزه‌های بهارستان و رباط کریم بود و اکنون به عنوان سرپرست حوزه ریاست و روابط عمومی سازمان دهیاری‌ها و شهرداری‌های کل کشور مشغول به کار است. او دبیر مدارس شهرستان‌های رباط کریم و بهارستان بوده در دوره اول انتخابات شوراهای شهر نسیم‌شهر از توابع شهرستان بهارستان توانست رتبه اول شورای شهر را کسب کند. به همین دلیل و برای تحلیل و بررسی نقش مسئولیت اجتماعی در حل مشکلات اقتصادی رسانه مسئولیت اجتماعی با ایشان گفت و گو کرده که در ادامه ما حاصل این گفت و گو را می‌خوانید.

مفهوم مسئولیت اجتماعی یک مقوله پذیرفته شده در

میزان این تاثیر گذاری‌ها باید معقول باشد. وقتی اقتصاد کشوری به طور طبیعی نسبت به اتفاقات پیرامون خود واکنش نشان می‌دهد یعنی از زیرساخت‌های قوی برخوردار بوده و جزئیات را بر اساس برنامه‌ریزی‌های دقیقی مدیریت می‌کنند در حالی که اقتصاد ما واکنش‌های متعارف و قابل قبولی در قبال تحولات خارجی از خود نشان می‌دهد. ما پتانسیل بالای نیروی کار و منابع انسانی داریم و باید از تمامی امکانات و نهادهای تولید و نیز سرمایه‌های موجود برای ایجاد فرصت‌های شغلی لازم و استفاده از نیروی انسانی بهره ببریم.

راهکار شما برای تقویت مسئولیت اجتماعی در بخش اقتصاد چیست؟

مسئولیت اجتماعی تعهدات شرکتی یا سازمانی را در قبال محیط طبیعی و اجتماعی در برمی‌گیرد و این تعهدات را در کنار فعالیت اقتصادی بنگاه قرار می‌دهد. روح این نوع مسئولیت مبتنی بر اخلاق بوده و در کنار نفع اقتصادی، به منافع ذینفعان شرکت یا سازمان نیز توجه دارد. به انجام رسیدن این اهداف از دیدگاه مرکز جهانی توسعه پایدار کسب و کار آن قدر مهم است که بر اساس اسناد این مرکز اگر مسئولیت اجتماعی بخش خصوصی به نحو احسن صورت پذیرد کیفیت زندگی شهروندان به نحو چشمگیری بهبود پیدا می‌کند و عدم انجام آن مسلماً شرایط زندگی شهروندان را بی کیفیت خواهد ساخت. در شرایط اقتصاد امروز ایران با تمام آنکه دولت آن گونه که مورد انتظار است سهم خود را به طور شایسته و ملموس در فراهم آوری شرایط مناسب جهت عمل مجموعه‌های خصوصی برای انجام مسئولیت اجتماعی انجام نمی‌دهد اما در دیگر سو آنچه از مسئولیت اجتماعی از سوی بازیگران اقتصادی و بخش خصوصی هم با داشته‌های موجود انتظار است از سوی آنان عمدتاً بی‌پاسخ مانده است. در حالی که مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها، به‌طور سنتی به‌عنوان فعالیتی به شمار می‌رود که شرکت‌ها به‌صورت داوطلبانه درگیر آن هستند، رشد و تأثیر گسترش مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی منجر به افزایش درخواست از دولت‌ها برای منظم کردن رفتار اجتماعی شرکت‌ها در کشورهای متعددی شده است.

بنگاه‌های اقتصادی مسئولیت اجتماعی را نادیده بگیرند چه بسا این اتفاق به نابودی این بنگاه‌ها منجر شود. واقعیت غیر قابل کتمان این است که در بین بنگاه‌های اقتصادی در ایران نسبت به بنگاه‌های اقتصادی مشابه در کشورهای دیگر شاهد مسئولیت پذیری اجتماعی کمتری هستیم.

چرا چنین اتفاقی رخ داده است؟

مسئولیت اجتماعی ایجاب می‌کند ما به جای چشم دوختن به تحولات خارجی به بنگاه‌های خرد اقتصادی توجه کنیم. ما باید بر اساس داشته‌ها و پتانسیل‌های خودمان تصمیم‌گیری کنیم. بخش بزرگی از مشکلات اقتصادی ما حاصل نگاه و سوءمدیریت داخلی طی سال‌هایی طولانی است. وقتی چشم ما به تحولات خارجی باشد از ظرفیت‌های داخلی غافل خواهیم شد. این در حالی است که کشور ما دارای ظرفیت‌های بالا اعم از منابع طبیعی و انسانی است که باید بر آن تمرکز شود. در شرایط کنونی مشکلات اقتصادی مهم‌ترین مشکل مردم است. به همین دلیل نیز مسئولیت اجتماعی ایجاب می‌کند در این زمینه اقدامات موثری انجام بدهیم. برای حل مشکلات اقتصادی بهتر است سرزمین‌شناسی کنیم. به این منظور باید ظرفیت‌های مرتبط با بهره‌وری هر منطقه را شناخته و در آن جهت حرکت کنیم و فقط روی یک نقطه متمرکز نباشیم. کشور ما دارای پتانسیل بالایی در عرصه‌های منابع طبیعی است که ارزش چشمگیری از بُعد زیست محیطی و اقتصادی دارند. بنابراین بهتر است بر سرمایه‌های ملی خود متمرکز شویم و بفهمیم چه چیزی در پس متغیرهای نهادی و ساختاری است و چه چیز در سطح خرد رشد بهره‌وری را تعیین می‌کند. در همین راستا باید رفع موانع کسب و کار، اشتغالزایی، و اصلاح نظام‌های مالی را در دستور کار بگذاریم.

در شرایط کنونی مسئولیت اجتماعی چگونه می‌تواند در زمینه حل مشکلات مردم نقش موثری ایفا کند؟ مسئولان باید با چه رویکردی رفتار کنند؟

مردم دغدغه تأمین معیشت و رفع مشکلات اقتصادی را دارند و نمی‌توانند بپذیرند که تحت تحریم‌ها، برخی ناهماهنگی و سوءمدیریت‌ها این مشکلات را مضاعف سازد. اقتصاد ایران متأثر از اقتصادی جهانی است اما

اینترنتی شدن مزایده های ایران خودرو در راستای عمل به مسؤلیت اجتماعی

سامانه اینترنتی برگزاری مزایده های گروه صنعتی ایران خودرو با هدف عمل به **مسئولیت های اجتماعی** در قبال جامعه از طریق ارائه خدمات غیر حضوری به مشتریان در زمان شیوع و همه گیری بیماری کرونا، آغاز به کار کرد.



رسانه مسؤلیت اجتماعی

نام، در اختیار بودن اطلاعات موضوع مزایده از طریق اطلاع رسانی مناسب وضعیت خودروها در سامانه و بازخوردهای مثبتی از سوی شرکت کنندگان دریافت شده است.

اتحاد رویکرد برگزاری الکترونیکی مزایده ها، هم چنین تاثیر بسزایی در رعایت شیوه نامه های بهداشتی ابلاغی ستاد مبارزه با کرونا داشته است، به نحوی که هیچ گونه ازدحام یا اجتماع غیر قابل قبولی در محوطه مزایده ایجاد نشده است.

در مرحله دوم اجرای این سامانه، برگزاری تمامی مزایده های ضایعات صنعتی و عمومی، اقلام مازاد شرکت ایران خودرو و سایت های تولیدی به صورت اینترنتی در دستور کار قرار دارد. با توجه به آماده سازی زیرساخت های سیستمی در سامانه اینترنتی و سیستم SAP ایران خودرو، پیش بینی می شود در کوتاه ترین زمان ممکن، مرحله دوم نیز آماده بهره برداری شود.

به گزارش رسانه مسؤلیت اجتماعی، ارائه خدمات غیر حضوری و تسریع در انجام تشریفات مزایده خودرو، توسعه جغرافیای برگزاری مزایده به تمام نقاط کشور، افزایش میزان مشارکت متقاضیان و افزایش فضای رقابتی در فروش اقلام مزایده ای از جمله خودروهای کارشناسی، از اهداف مورد نظر در این اقدام است.

به این ترتیب، تمامی مزایده های ایران خودرو، در قالب این سامانه به نشانی <https://auction.ikco.ir> تعریف و برگزار خواهد شد.

در مرحله نخست عملیاتی این سامانه، برای مزایده خودروهای کارشناسی گروه صنعتی ایران خودرو اقدام شده است. تاکنون دو مزایده عمومی خودرو برگزار شده و از نظر حذف زمان ثبت نام حضوری شرکت در مزایده، افزایش زمان ثبت قیمت پیشنهادی در مزایده ها در ساعات غیر اداری، تسهیل در فرآیند ثبت

یادداشت دکتر سعید معیدفر برای «رسانه مسئولیت اجتماعی»؛

مسئولِ جامعه‌ای که نیستیم



مسئولیت اجتماعی در واقع یک اصطلاح تخصصی به حساب می‌آید. این عبارت در مفهوم اصلی به معنای مسئولیتی است که بنگاه‌های اقتصادی چه خصوصی و چه دولتی، در قبال بهره‌برداری‌شان از جامعه به عهده می‌گیرند. معمولاً هر یک از بنگاه‌های اقتصادی در یک زمینه‌ای به فعالیت مشغول شده و بهره‌برداری از منبع ثروتی در اجتماع را به عهده می‌گیرند؛ از منابع ثروتی همچون محیط زیست و تمام انرژی‌های موجود که میراث جامعه است بهره‌برداری کرده و در آن جامعه در اثر این فعالیت‌ها در زندگی مردم مداخلاتی کرده و ضرر و زیان‌هایی به زندگی اجتماعی وارد کرده‌اند. مسئولیت اجتماعی به معنای جبران این خسارت‌ها، اثرگذاری‌ها و ترمیم دردها و آلام و آسیبهایی است که به جامعه و محیط زیست وارد شده است. این معنای تخصصی از مفهوم مسئولیت اجتماعی است که البته کمتر مورد توجه واقع می‌شود.

مسئولیت اجتماعی معنای دیگری در بُعد عام و عمومی دارد که در این یادداشت مورد توجه واقع شده است. هر یک از ساکنان سرزمین، اجتماع، کشور یا جامعه به سبب عضویت در گروه‌های مختلف خانوادگی، اقتصادی، نهادها و ... صاحب نقش‌ها و مسئولیت‌هایی هستند. این معنا از مسئولیت اجتماعی غالباً در محیط‌های اجتماعی استفاده شده و می‌شود. افراد صرفاً نباید از

و تجربه همواره مصداق مدیریت قرار گرفته‌اند. رابطه این حکومت یا دولت با مردم، یک رابطه محدود و بی‌ارزش است، رابطه‌ای که وجوه مهمی از آن نیز در اوضاع اجتماع امروز ما به روشنی تجربه شده است. شاید تصور ما این باشد که دولت در این جوامع نه تنها از مردم احساس مسئولیت نمی‌طلبد، بلکه خودش نیز در برابر آن‌ها احساس مسئولیت ندارد! دولت‌های تمامیت‌خواه نه تنها مسئولیتی را متوجه مردم نمی‌دانند، بلکه بر این باورند مردم جایی در



عرصه مسئولیت و کنشگری اجتماعی نداشته و یا ندارند، دولت باید به جای آن‌ها تصمیم گرفته و عمل کند. این واقعیت مسئولیت اجتماعی در جوامع توسعه‌نیافته است، واقعیتی که به طور کامل با جریان مدیریت و نمایندگی در کشورهای پیشرفته یا توسعه‌یافته تفاوت دارد. دولت‌های کشورهای توسعه یافته از مردم می‌خواهند که در همه عرصه‌ها تلاش کنند، لحظه‌ای از مسئولیت اجتماعی شان غافل نشده و به همین منظور زمینه حضور مردم در عرصه عمومی و اجتماع را به وسیله ابزارهایی همچون احزاب، صنوف، نهادهای مردمی یا مدنی و ... فراهم می‌آورند. دولت در این سرزمین‌ها کارنامه عملکردش را در معرض رأی و نقد عمومی قرار داده و از رهگذر همین مشارکت‌ها، سوپاپ اطمینانی برای استمرار حکومت

مواهب حضور یا عضویت در یک گروه اجتماعی بهره‌مند شده و مسئولیتی در قبال آن نداشته باشند. آن‌ها در مقابل حقوق و مزایای عضویت در گروه، نهاد و جامعه مسئولیت‌هایی را عهده‌دار می‌شوند که این تا حدودی معنای مسئولیت اجتماعی را برای ما روشن می‌کند. از سوی دیگر نیز با ورود مفهوم دولت به این عرصه می‌توان تعریف جامع‌تری درباره مسئولیت اجتماعی ارائه کرد. فرض کنید که نهادی به‌عنوان دولت زعیم امور یک اجتماع

شده و در صدد است که مدیریت زندگی مردم در عرصه‌های عمومی را نمایندگی کند؛ پس مردم در برابر او مسئولیت‌هایی دارند و همین مسئولیت‌ها بخشی از مفهوم مسئولیت اجتماعی به حساب می‌آید. در همین فراز از بحث، نظر من قابل بررسی شده و با فضای غالب این مباحث در تقابل قرار می‌گیرد! نهاد دولت در کشورهایی که حاکمیت استبدادی

یا توتالیتر دارند، به یک چیز نمی‌اندیشد و آن هم مسئولیت اجتماعی است. شاید این رفتار دوسویه دولت در برابر مسئولیت اجتماعی منجر به سردرگمی مخاطبان شود، اما ادراک وضعیت مسئولیت اجتماعی در چنین جوامعی نیازمند فهم این سرگیجه است! دولت‌های توتالیتر از مردم می‌خواهند که وظایفشان در عرصه مسئولیت اجتماعی را به‌خوبی انجام دهند، اما خودشان تلاشی در قبال عمل به وظایف نمی‌کنند. دولت رابطه‌ای یک‌طرفه با مردم دارد، پس تصویری از جایگاه مردم در عرصه مسئولیت اجتماعی نداشته یا ندارد! او این‌گونه می‌اندیشد که مردم جمعی از افراد ضعیف، ناتوان در تصمیم‌گیری یا تصمیم‌سازی و بی‌اراده هستند که باید مدیریت شوند؛ جمعی که به خاطر فقدان عناصری همچون قدرت تشخیص، عقل

برقرار می‌کند. رشد و توسعه کشور از رهگذر همین اقدام بیمه شده و در نتیجه سیر توسعه اجتماعی استمرار می‌یابد.

وضعیت توجه دولت به مسئولیت اجتماعی در کشور ما به وضعیت نخست شباهت بیشتری دارد! دولت راه‌های اصلی مشارکت مردم در فعالیت‌های انتقادی، اعتراضی یا ایفای مسئولیت اجتماعی را مسدود کرده است. احزاب، سازمان‌های مدنی، نهادهای مردمی و ... به صورت دستوری و تنها در بازه زمانی انتخابات در دسترس هستند؛ پس مردم زمینه لازمی برای احساس مسئولیت اجتماعی و ایفای آن نداشته و ندارند. در این فضا چگونه می‌توان از مسئولیت اجتماعی سخن گفت؟!

از سوی دیگر در کشور ما، عدم توجه به مسئولیت اجتماعی در قانون اساسی نیز خود را نشان داده است. در بند بند و هر جای این قانون سخن از نقش پررنگ دولت‌ها گفته شده است، در حالی که پیش‌بینی دقیقی از نقش آفرینی مردم در عرصه اجتماعی نشده و جایگاه اجتماعی مردم مغفول مانده است. همه مسئولیت‌ها به گردن دولت افتاده و دولت نیز در عرصه عمل توان اجرای این مسئولیت‌ها و انتظارات را نداشته و یا ندارد. مردم از مسئولیت‌های اجتماعی شان خلع ید شده و راهی برای کنشگری در عرصه اجتماعی، سیاسی پیش رویشان باز نمانده است. این رویکرد در ادامه با برخوردهای سیاسی تکمیل شده و امکان حضور در عرصه‌های نقش آفرینی را برای مردم تنگ‌تر از پیش کرده است.

مفهوم مسئولیت اجتماعی در جامعه ما به درستی ادراک نشده و برای بررسی دقیق‌تر این مفهوم باید یک گام به عقب بازگشت! باید از دولت خواست که اگر مردم را مسئول در عرصه عمومی می‌داند و حقی برای نقش آفرینی آن‌ها قائل است، در کدام بستر باید به این مسئولیت جامعه عمل پوشاند؟ تمایل دولت‌ها به منفعل نگه داشتن مردم، با معنای مسئولیت اجتماعی سازگار نیست. اگر مردم تمایل به نقش آفرینی داشته باشند، کدام نهاد، حزب، صنف، انجمن یا تشکل مردمی در این مسیر وجود دارد که توان سازماندهی و ایفای کنشهای جمعی و اجتماعی مردم را داشته باشد؟ این یک امر جمعی و غیرمنفرد

به حساب می‌آید، امری که برای احراز آن، حیات و فعالیت جامعه مدنی لازم و ضروری است.

مرور تاریخچه کنشگری اجتماعی و سیاسی در جامعه ایرانی نشان از آن دارد که مردم در برخی برهه‌های زمانی نقش آفرینی در عرصه عمومی را به اوج رسانده و زمینه ایفای مسئولیت اجتماعی را به جامعه بازگردانده‌اند. مهم‌ترین مصادیق این ادعا نیز حضور مردم در جریان‌های انقلاب مشروطه، جنبش ملی شدن صنعت نفت و به ویژه انقلاب اسلامی است که منجر به تغییر نظام سیاسی کشور شد. اما نکته‌ای که در این راستا باید به آن اشاره کرد، استثنا بودن انقلاب‌ها است. ما در جامعه‌ای به ظاهر مدرن و با باطنی غیرمدرن زندگی می‌کنیم. اسباب‌های زندگی مدرن در این جامعه تکمیل نشده است؛ وضعیتی که نه مختص به دوران بعد از پیروزی انقلاب که پیش از آن نیز ادامه داشته است. بروز و ظهور انقلاب‌ها یا جنبش‌ها ناشی از خلأهای جدی در عرصه مسئولیت اجتماعی جامعه به حساب می‌آید. حیات اجتماعی در این دوره‌ها به قدری تهی شده که مردم در پی احیای آن، دست‌به‌دامان جنبش‌ها می‌شوند. ما هرچه جلوتر می‌رویم، جامعه‌مان نقش و کارکرد خود را برای حل مشکلات و معضلات بیش از پیش از دست می‌دهد.

سابقاً مردم برای حل مشکلات و معضلات خود مشارکت می‌کردند؛ به بیان دیگر، برای حل هر مشکلی، اجتماع محلی، قومی و طایفه‌ای رافع مشکل بودند و اساساً مداخله کرده و افراد به مسئولیت‌های اجتماعی خود عمل می‌کردند ولی ما به تدریج وارد یک عرصه اَبَر جامعه شدیم که این عرصه عملاً فاقد آن کارکردها و نقش‌های مورد نیاز از منظر امر اجتماعی است. از آن طرف نیز حاکمیت متمرکز و دولت، مردم را منفعل‌تر و بی‌مسئولیت‌تر کرده‌اند؛ بنابراین، همین‌طور مشکلات به صورت مداوم به وجود می‌آیند و کسی نسبت به آن‌ها احساس مسئولیت نمی‌کند. جامعه امروز ما، آن اَبَر جامعه، مشتمل بر نقش‌ها، کارکردها، نهادها و تشکل‌هایی که بتوانند از درون خود جامعه بجوشد و به حل مسائل و معضلات خود کمک کند، نیست. این نقش‌ها و کارکردها یا از سوی حاکمیت منعزل شده

یا فرصتی برای شکل‌گیری پیدا نکرده است و در نتیجه، ما امروز تنها با نام یک کشور و نه یک جامعه مواجه هستیم.

اما مسئولیت اجتماعی به معنای انقلاب نیست. جامعه در حالت نرمال دارای تقسیم‌بندی‌های اصلی است که آن را به مفهوم جامعه نزدیک می‌کند. اما به‌زعم من، از آغاز شکل‌گیری دولت مدرن تا امروز ما پدیده‌ای به نام جامعه ایرانی نداشته و نداریم! جامعه جایی است که نهادها و ساختارهای مشخصی در آن وجود دارند، هر یک از این نهادها و ساختارها به کارکردهای ویژه‌ای دارند و مقوم جامعه هستند. دولت‌ها از سال‌های پیش تا امروز اجازه رشد و تکامل این معنا از جامعه ایرانی را نداده‌اند، تفاوت چندانی هم در وضعیت این جامعه در دوره پیش و پس از انقلاب وجود ندارد. تنها نهادی که در این جامعه وجود داشته و دارد و به رسمیت شناخته شده است، نهاد خانواده است؛ هشتاد و چند میلیون نفر ایرانی که تنها در نهاد خانواده سامان یافته‌اند و همین امر منجر

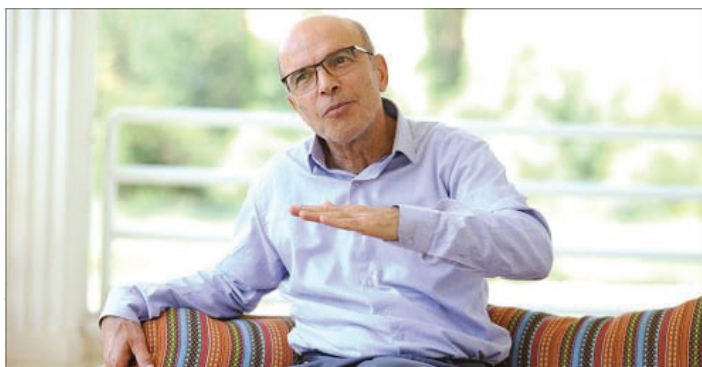
به آشفتگی و سوءکارکرد آن نیز شده است. خانواده ایرانی امروز متحمل بار کارکرد نهادها و ساختارهای دیگری است و همین امر

منجر به بروز فساد و بی‌نظمی در بخش‌هایی از عملکرد نهاد خانواده شده است. نهاد خانواده تنها واحد کوچکی از جامعه است، مسئولیت اجتماعی در حیطه وظایف و کارکردهای این نهاد نبوده است. اگر جامعه به سمت احراز شرایطی پیش می‌رفت که مسئولیت اجتماعی در آن پررنگ می‌شد، انحصار نهادی از دست دولت خارج و زمینه نقش‌آفرینی مردم در عرصه اجتماعی فراهم می‌شد، مفهوم تازه‌ای از جامعه به حیات سیاسی

و اجتماعی ایرانیان راه پیدا می‌کرد، مفهومی که روحی تازه در کالبد اجتماع و جامعه ایرانی می‌دمید.

دولت‌ها نباید تمام تمرکزشان را بر منافع دولتی و یک‌سویه بگذارند. اگر مفهوم دولت، مسئولیت اجتماعی و جامعه در ایران اجرایی شده بود، ابعاد فساد در جامعه ما کمتر، ناکارآمدی‌های دولتها در حوزه اقتصادی، اجتماعی و سیاسی محدودتر و نقش مردم در عرصه عمومی پررنگ‌تر از امروز می‌شد. برای مرور و تبیین چارچوب واقعی مسئولیت اجتماعی باید یک گام به عقب بازگشت! ما اول به چارچوب هویتی این جامعه نگاه می‌کنیم و وقتی متوجه فقدان عناصر مهمی در آن می‌شویم، قادر به سخن گفتن درباره مسئولیت اجتماعی نیستیم. این جامعه در شرایطی دست به یک اقدام مشترک، جنبش یا انقلاب می‌زند که جان‌به‌سر شده باشد! آن‌ها هر روز شاهد تضعیف توانشان در ابعاد اقتصادی، اجتماعی هستند. وقتی کارد به استخوان رسیده یا اتفاقی رخ می‌دهد که تاب‌وتوان

این جامعه درهم شکسته می‌شود، به یک‌باره آن‌ها به خیابان آمده و چیزی شبیه به وقایع دیمه سال ۱۳۹۶ و آبان ۱۳۹۸ را رقم می‌زنند. روشن است که



این واکنش‌ها از نوع دفعی بوده، همراه با خشونت، چندپارگی و عدم مدیریت است، واکنش‌هایی که غالباً نتیجه مدنی و اجتماعی رشدیافته‌ای به دنبال خود نداشته و کشور و مردم ایران را چند گام به عقب تر بر می‌گرداند و ادامه چنین روندی نه تنها جامعه را در مسیر تعالی و رشد و توسعه قرار نمی‌دهد بلکه روند فروپاشی آنرا تحکیم می‌بخشد.

پانزدهمین همایش بین المللی مدیریت سبز برگزار شد

رسانه مسئولیت اجتماعی: پانزدهمین همایش بین المللی مدیریت سبز با محوریت زنان و توسعه پایدار از سوی انجمن مدیریت سبز ایران برگزار گردید.



به گزارش رسانه مسئولیت اجتماعی، پانزدهمین همایش بین المللی مدیریت سبز با محتوای زنان و توسعه پایدار با حضور مهمانان و سخنرانان داخلی و خارجی و به دلیل شیوع ویروس کرونا به صورت مجازی برگزار شد.

در این همایش که به صورت همزمان از شبکه آپارات پخش گردید و مهمانان یکی پس از دیگری به ایراد سخنرانی در زمینه زنان و توسعه پایدار پرداختند، دکتر محمد امامی دبیر انجمن مدیریت سبز ایران گفت: در ابتدای این همایش از اعضای حقیقی و حقوقی انجمن مدیریت سبز و نیز از مهمانان ویژه و مدیران و کارشناسانی که دعوت ما را پذیرفتند و همچنین از کلیه حاضرین در این همایش تشکر می نمایم.

دکتر امامی گفت: امسال برخلاف سال های گذشته که همایش با حضور مهمانان بین المللی در مکان

همکاران دبیرخانه انجمن مدیریت سبز ایران و بویژه همکاران در دفتر یزد و همچنین همکاران رسانه ای همچون گروه رسانه ای دانستی تشکر می نمایم. وی با تبریک روز مهندس در همین راستا ادامه داد: ما از پیش تلاش کردیم این مراسم در روز مهندس برگزار شود که بتواند در راستای تحول، تغییر و اندیشه های نو کارساز باشد. ضمن اینکه شرکت های بسیاری نیز در فرآیند ارزیابی پانزدهمین دوره جایزه مدیریت سبز ایران، هشتمین دوره نشان محصول سبز، دهمین دوره دفتر کار سبز، شانزدهمین دوره

هایی همچون برج میلاد و سالن همایش های بین المللی صدا و سیما برگزار می گردید و به دلیل شیوع کرونا ناچار به برگزاری مجازی همایش شدیم. همین شرایط نیز با حمایت اتاق بازرگانی ایران، بنیاد جهانی انرژی، جامعه مدیریت سبز اروپا، شورای عالی ساختمان سبز اتریش و آلمان، انجمن ساختمان سبز ایران، جامعه شهرهای پایدار و هوشمند سازمان ملل، جامعه جهانی زنان حرفه ای و برخی شرکت ها و موسسات مهیا شده است و من ضمن تشکر از تمامی این تشکل ها و سازمان هایی که به حمایت از ما پرداخته اند، از

واکنش نشان می دهد. از سوی دیگر، رشد اقتصادی با تسلط بر طبیعت و برهم زدن نظم طبیعت و آرامش حاکم بر آن در تعارض است و لذا باید به دنبال برطرف کردن این تعارض ها باشیم.

وی ادامه داد: دقیقا در چنین زمانی است که نقش تشکل هایی همچون انجمن مدیریت سبز ایران جهت بازتولید مدل های فکری و مدیریتی جدی به نظر می رسد. پایداری در جهان معاصر یعنی گذر از مفروضات قبلی که با کیفیت و رضایت مشتری را اصل فرض می کند و حالا باید رابطه بین انسان و طبیعت در این دوره پایداری مورد بررسی قرار گیرد. بحران زیست محیطی حاکم بر جهان امروز باید توسط رویکرد سبز توسط بنگاه های اقتصادی بررسی و حل شود و مصرف بهینه در دستور کار بشریت قرار گیرد.

دکتر امامی در بخش مهمی از سخنان خود به رویکرد و مزیت مدیریت سبز اشاره نموده و گفت: مدیریت سبز هزینه های تولید را جهت مصرف بهینه منابع کاهش می دهد و آلودگی های زیست محیطی را نیز کاهش داده و منجر به سودآوری بنگاه های اقتصادی می گردد. در همین راستا تضمین پایداری در تولید ایجاد گردیده و لذا از محیط زیست پیرامون انسان محافظت می شود.

از نکات مهم و تحسین برانگیز این دوره از همایش، پخش همزمان از شبکه آپارات به صورت زبان اصلی و ترجمه سخنرانان حاضر در آن بود که به ایراد سخنرانی در زمینه های مختلف پرداختند. ضمن اینکه برگزیدگان در طی برگزاری همایش و در بخش های مختلف مراسم به حاضرین معرفی گردیدند.

پروژه های سبز، پنجمین دوره محاسبه رده پای کرین و دیگر جوایز بیست و دو گانه ما را یاری نمودند تشکر می نمایم. در ابتدای همایش از شرکت پالایش نفت ستاره خلیج فارس که با مسئولیت پذیری زیست محیطی گام های بزرگی را برای الگو شدن در سطح ملی و بین المللی برداشته است، تشکر نموده و حضور مدیرعامل این مجموعه به صورت افتخاری در هیات رئیسه بنیاد انرژی جهان باعث پیشرفت کشورمان خواهد بود.

دکتر محمد امامی افزود: انجمن مدیریت سبز ایران در طی پانزده سال گذشته همواره به عنوان یک تشکل غیر دولتی حافظ منافع بنگاه های اقتصادی بوده و این صیانت را بواسطه مسئولیت پذیری با رویکرد سبز انجام داده است. یعنی آنچه برای این انجمن اهمیت داشته است، حفظ و نگهداری اقتصاد پایدار در کشورمان می باشد و در گذر از کیفیت گرایی است که رویکرد سبز خودش را نشان می دهد. مشخصات کیفیت گرایی شامل: انسان محور جهان است و رشد فناوری به سرعت در حال وقوع است می باشد و از سوی دیگر، یکی از مشخصه های مهم جهان کیفیت گرا جهانی است که مصرف در آن ارزش محسوب می شود و طبیعت بخشی از این جهان است که انسان می تواند با تسلط و بهره برداری از آن به رشد اقتصادی دست یابد.

رئیس انجمن مدیریت سبز ایران در بخش دیگری از سخنرانی خود گفت: رابطه مهم و تفکر برانگیزی میان انسان و طبیعت وجود دارد که بررسی های اخیر و نیز پیشرفت علم و تکنولوژی نشان می دهد انسان دیگر محور هستی نمی باشد و به دنبال همین امر طبیعت با پدیده هایی همچون گرد و غبار، تغییرات اقلیمی و خشکسالی بر علیه انسان و عملکردهایش طغیان کرده و





جامعه، نسبت به بحران زیست محیطی موجود و آثار اجتماعی-اقتصادی و بهداشتی آن، ضرورت تمرکز بر استدلال وجود چنین بحرانی را کمرنگتر از سابق نموده است.

بشر معاصر عادت به اتخاذ رویکرد فناوری محور(از قبیل فن آوری سبز، هوش مصنوعی و...) برای خروج از بحرانهایش دارد. تجربه سه دهه اخیر حکایت از این امر دارد که خود فن آوری یکی از مشخصه های ایجاد این بحرانها محسوب می گردد.

بدین جهت زمان آن فرا رسیده است که علاوه بر توجه به علم و فناوری، مسئله توسعه پایدار و راهکارهای خروج از بحران زیست محیطی با توجه به ظرفیت خود انسان باز تعریف گردد. بدین معنا که علاوه بر رویکرد تکنولوژی محور، رویکردی انسانی نیز برای خروج از بحران ذکر شده مطرح است که در این رویکرد، ظرفیت وجودی خود انسان مورد جستجو است. شاید بنظر این رویکرد سنتی آید، اما با کمی تأمل، نوین بودن آن مشخص می گردد.

در همین راستا پانزدهمین دوره همایش مدیریت سبز در کنار درک اهمیت دانش و فناوری برای خروج از بحران زیست محیطی معاصر که به مسائل اجتماعی و بهداشتی و سیاسی نیز تبدیل شده است، در نظر دارد تا این دوره از کنفرانس بر ظرفیت وجودی خود انسان تمرکز جدی تری نماید و نوین بودن این نوع از کشف ظرفیت بشری را شفاف تر کند.

انسان امروزی با مسائل بنیادینی مواجه است که برخی از آنان مشخصه دوران معاصر و از ویژگی های منحصر بفرد روزگار ما محسوب می گردد. در این میان، می توان به بحران زیست محیطی اشاره داشت که پیامد آن در گرمایش زمین، آلودگی و تخریب طبیعت قابل ردیابی است، و همچنین بحران اجتماعی را ذکر نمود که مشخصه آن در خشونت های خانوادگی، اجتماعی، سیاسی و همچنین فقر قابل مشاهده است. جالب توجه این است که این دو در نسبتی با هم در حال حرکت هستند.

این نسبت، انسان معاصر را در یک فرایند حلقوی زندانی کرده است و این زندان حاصل عملکرد خود اوست. بنای دیوارهای این زندان بر اساس سبک زندگی مصرفی او و تغییرات اقلیمی بنا شده است و تحریک هریک از این بناها، دیگری را مستحکمتر می کند. این زندان حلقوی، همانگونه که تاکید گردید در ابعاد بحران زیست محیطی، همچون آلودگی هوا، آب، خاک و انهدام گونه های گیاهی و حیوانی، و ابعاد اجتماعی همانند خشونت و فقر بر مردم پدیدار می شود. از آنجا که این بحران، کلیه دستاوردهای بشر در دوره های متعدد تاریخی را تحت الشعاع خود دارد، به یک مسئله فلسفی نیز بدل شده است.

بدین دلیل، بحران زیست محیطی معاصر، صرفاً بعنوان یک موضوع زیست محیطی یا تکنولوژیکی و یا اجتماعی تحلیل نمی شود، بلکه در چارچوب یک مسئله فلسفی ظهور می یابد. به جهت آگاهی نسبی حاکم بر

مترو را به یک موزه زیرزمینی تبدیل می‌کنیم



به گزارش رسانه مسئولیت اجتماعی، سید مجتبی تقوی نژاد مدت زیادی نیست که معاونت فرهنگی متروی تهران را برعهده گرفته اما ایده‌های قابل توجهی برای بهره‌برداری فرهنگی و هنری از ایستگاه‌ها و ناوگان‌های متروی تهران دارد.

او در آغاز راهی است که تصویری ایده‌آل از مترو ارائه می‌کند و اگر بتواند حتی نیمی از این ایده‌ها را به عمل برساند، حتماً متروی تهران یکی از متفاوت‌ترین متروهای جهان خواهد بود و مکانی قابل اعتنا برای علاقه‌مندان به فرهنگ و هنر.

تقوی نژاد با پیشنهاد همکاری و انجام یک پروژه مشترک مهمان روزنامه جام‌جم شد و در حاشیه این دیدار درباره برنامه‌ها و ایده‌های معاونت فرهنگی متروی تهران صحبت کرد.

بخشی از این اظهارات به اقدامات و برنامه‌های متروی تهران برای پیشگیری از گسترش شیوع کرونا، اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی در این باره ارتباط داشت و برنامه‌هایی که پیش از این در متروی تهران انجام شده اما مهم‌ترین بخش گفت‌وگو با معاون فرهنگی اجتماعی متروی

تهران دعوت از هنرمندان بود که شرحش را در ادامه می‌خوانید.

چهار ماه‌نیم است که معاون فرهنگی مترو هستید. فکر می‌کنید این فضا چقدر برای اجرای برنامه‌های فرهنگی و هنری ظرفیت داشته‌باشد؟

متروی تهران، یک مجموعه منحصربه‌فرد است. ما گاهی درباره نوع خدماتی که ارائه می‌کنیم و واقعی بودن این خدمات دچار تعارض هستیم و نمی‌دانیم چقدر واقعی است اما مترو دارد خدمات واقعی، تاثیرگذار و مهم به مردم ارائه می‌کند و این جای تردید ندارد. متروی تهران روزانه چندصد هزار نفر مسافر را جابه‌جا می‌کند، پیش از کرونا این عدد حتی خیلی بیشتر بود. همچنین متروی تهران به طور کامل دستاورد انقلاب اسلامی است و در تمام متروی تهران شاید یک تونل ۲۰۰ یا ۳۰۰ متری، پیش از انقلاب ساخته شد. متروی تهران به لحاظ معماری و ویژگی‌های خاص خودش را دارد، به لحاظ کیفیت خدمات، قابل قبول است. به لحاظ پاکیزگی و بهداشت با بهترین متروهای دنیا قابل مقایسه است.

درباره کیفیت حمل مسافر و شلوغی خطوط شاید در حد ایده‌آل نباشد و با کمبود ناوگان مواجه باشیم که به ناتوانی مالی مترو برای تامین واگن‌های جدید برمی‌گردد. دولت قرار بود کمک‌هایی به ما داشته‌باشد اما محقق نشد و نتوانستیم ناوگان را گسترش بدهیم.

با همه اینها مجموعه متروی تهران با ۱۳۰ ایستگاه که تا پایان سال جاری و در آستانه سال ۱۴۰۰ به ۱۴۰ ایستگاه خواهد رسید، مجموعه‌ای است با مخاطبان بسیار زیاد و ظرفیت‌های عظیم که برای اجرای برنامه‌های فرهنگی اجتماعی منحصربه‌فرد به نظر می‌رسد.

معتقدید این ظرفیت به دلیل انبوه کسانی است که از مترو برای جابه‌جایی بهره می‌برند؟

بله و این مخاطب هم به لحاظ تعداد و هم تنوع منحصربه‌فرد است چون از شمای روزنامه‌نگار تا یک شهروند معمولی از یک استاد دانشگاه تا یک کارگر ساده در مترو رفت و آمد می‌کنند. مخاطب مترو افرادی هستند از اقشار مختلف با سطح سواد مختلف و با سبک و کیفیت زندگی متفاوت.

بعد از شیوع کرونا، همچنان این ظرفیت عظیم در مترو وجود دارد؟

من زمانی معاونت فرهنگی اجتماعی مترو را پذیرفتم که کرونا باعث شده بود بالای ۹۰ درصد برنامه‌های معمول فرهنگی تعطیل شود. دو امکان در اختیار داشتیم یا این که تعطیلی را ادامه بدهیم یا راهکارهای جدید پیدا کنیم. می‌دانستیم در این دوره نمی‌شود جشن و تجمع و دوره‌می برگزار کرد؛ برنامه‌هایی مانند برگزاری تئاتر، اجرای موسیقی یا ارائه مشاوره رایگان مذهبی، حقوقی و □ که قبلاً در مترو برقرار بود. بنابراین سعی کردیم برنامه‌های مترو را به سمت فعالیت‌هایی در بستر آی‌تی سوق بدهیم و مبتنی بر فضای مجازی وارد عمل شویم.

مترو چقدر مسافر به صورت میانگین جابه‌جا می‌کند و در دوره شیوع کرونا چه تغییری حاصل شده است؟ سال گذشته ۵۰۰ میلیون نفر مسافر از مترو استفاده کرده‌اند. روزانه حدود ۲ تا ۵ میلیون مسافر جابه‌جا کرده‌ایم و روز شهادت حاج قاسم سلیمانی رکورد جابه‌جایی مسافر را داشتیم که گمان می‌کنم حدود سه میلیون نفر بود. تعداد مسافران مترو در سال جاری به دلیل شیوع ویروس کرونا تقریباً به نصف رسیده است. باین حال همچنان توصیه می‌کنیم مردم در خانه بمانند یا در ساعت اوج جابه‌جایی، سوار مترو نشوند. اما این اواخر محدودیت زمانی برای استفاده از مترو اعمال شد و به همین دلیل تراکم مسافران را به خصوص در ساعات پایانی روز شاهد بودیم. گاهی تصمیم‌هایی که در مترو گرفته می‌شود، مربوط است به ستاد ملی کرونا. ما ناگزیر از اجرای دستورات و تابع ستاد هستیم.

فعالیت‌های جدید روی بستر آی تی و فضای مجازی موفق بوده و چه مواردی را شامل می‌شود؟ برخی از امکانات و ظرفیت‌ها از قبل در مترو موجود بود مثل نمایشگرهای داخل واگن، فضاهای بنر، تابلوهای اعلانات و فضای‌سازی‌های ایستگاهی. در فضای مجازی هم فعال شدیم و از مردم دعوت کردیم مشارکت داشته باشند و به ما بگویند چه می‌خواهند. چند برنامه مشترک با مردم انجام دادیم از جمله مسابقه مترو میشن که در این مسابقه انیمیشن‌سازان کشور شرکت کردند و برای مردم پویانمایی‌هایی ساختند که از نمایشگرهای مترو پخش می‌شود. در آستانه بیست و دومین سالگرد خدمت متروی تهران به شهروندان قرار داریم و حالا کسانی هستند که سال‌ها مخاطب مترو بوده‌اند و از آنها خواستیم خاطرات‌شان را با ما به اشتراک بگذارند. مسابقه عکاسی برگزار کرده‌ایم. همان‌طور که می‌دانید تهران شهری است که در آن افرادی از گرایش‌ها و فرهنگ‌های مختلف زندگی می‌کنند، این است که مسابقه عکس اقوام را در نظر داریم و قرار است مردم در آن مشارکت داشته باشند و عکس‌های آماتور و حرفه‌ای از اقوام مختلف را برای ما بفرستند.

با جشنواره تئاتر فجر همکاری داشتیم، چون این جشنواره نمی‌توانست از تمام ظرفیت سالن‌هایش بهره بگیرد، بنابراین بخش خیابانی این جشنواره را مترو به عهده گرفت و در ایستگاه میدان ولیعصر فضای روباز مترو را در اختیار جشنواره گذاشتیم که ۱۰ روز برای مردم تئاتر اجرا کردند.

برای آینده چه برنامه‌هایی دارید؟

تقریباً یک ماه پیش یک تابلوی ارزشمند از استاد خلیل فر که استاد دانشگاه هنر سوره هستند در رشته نقاشی در ایستگاه شادمان رونمایی کردیم و پیش‌از این هم اقداماتی از این دست را شاهد بوده‌ایم و مجموعه مترو آثاری از هنرمندان رشته‌های مختلف هنرهای تجسمی را به نمایش می‌گذاشت که این نمایشگاه‌ها به صورت مقطعی و موقت بود.

اما حالا جدی‌تر از همیشه از همه هنرمندان رشته‌های مختلف دعوت می‌کنیم بیایند و هنرشان را در مترو با مردم به اشتراک بگذارند. از هنرمندان دعوت می‌کنیم به جای این که آثارشان در موزه‌ها بماند یا جزو دارایی کلکسیونرها باشد، آنها را در مترو به نمایش بگذارند که تعداد زیادی مخاطب دارد. این درخواست را از طریق روزنامه شما که مخاطب فرهنگی و اجتماعی دارد به صورت رسمی اعلام می‌کنیم و تأکید داریم تلاشمان این است که متروی تهران را به یک موزه زیرزمینی تبدیل کنیم. یکی از کارهایی که اکنون انجام می‌دهیم، تبدیل ایستگاه خیام به موزه فرش است. در این ایستگاه فرش‌های دستباف در معرض تماشای مردم خواهد بود. عملیات اجرایی کلید خورده و با همکاری شهرداری منطقه ۱۲ در آغاز سال نو فاز اول این موزه افتتاح خواهد شد.

سال‌هاست مترو آمادگی همکاری با هنرمندان را دارد اما شما چقدر امیدوارید که این همکاری‌ها به ثمر برسد و آیا برای هنرمندان جذاب هست که با مترو همکاری کنند؟

شرکت متروی تهران یک سازمان شبه‌دولتی و نهاد عمومی محسوب می‌شود. ما درگیر امور اداری هستیم و این امور شاید وقت بکشد یا برای اجرای به موقع و دقیق ایده‌های خوب و جذاب موانعی ایجاد کند. منابع مالی ما هم محدود است. ما برای هنرمندان دو نکته مطرح است؛ یکی توجه به مسائل اجتماعی و دیگری توجه به ماندگاری اثر خودشان. بعید می‌دانم اثر استاد خلیل فر کمتر از ۵۰۰ میلیون تومان قیمت‌گذاری شود شاید حتی بیشتر، اما ایشان با عشق و علاقه آن را به مردم تقدیم کرده؛ این تابلو متعلق به متروی تهران نیست و ما به دنبال منفعت مالی نیستیم. این کار ایشان در راستای مسؤلیت اجتماعی استاد صورت گرفته و تا همیشه در مترو در معرض تماشا خواهد بود و هر روز به طور متوسط ۳۰ تا ۴۰ هزار نفر در حال تردد از ایستگاه خیام آن را می‌بینند و بهره می‌برند.

یکی دیگر از اقدامات ما هماهنگی با نرم‌افزار کتابخوانی طاقدیس است که به محض ورود به مترو، ۱۳ هزار کتاب رایگان در دسترس کاربران قرار می‌گیرد که می‌توانند آن را مطالعه کنند. این امکان متروی تهران را به بزرگ‌ترین کتابخانه عمومی کشور تبدیل کرده که بیشترین تعداد عضو را دارد.

من معتقدم که برخی کارها به دلایلی به نتیجه نرسیده باشد اما خب ما هم معضلاتی داریم و ممکن است برخی ایده‌ها به ثمر نرسد اما هرگز مترو با فعالیت‌های فرهنگی بیگانه نبوده است.

بخش زیادی از ظرفیت‌های موجود برای فرهنگ‌سازی به اطلاع‌رسانی درباره نحوه استفاده از قطارها و ایستگاه‌ها اختصاص پیدا کرده است. فکر نمی‌کنید اگر ناوگان مترو تکمیل شود، نیاز به این میزان فرهنگ‌سازی نباشد؟

تا زمانی که ناوگان توسعه پیدا کند به این تبلیغات نیازمندیم و تمام محتوای آموزشی و اطلاع‌رسانی در این باره به‌طور کامل در معاونت فرهنگی مترو تولید شده است. شاید با حجم عظیمی از داده‌ها در طول سفر با مترو مواجه‌شوید و گمان کنید اگر ناوگان توسعه پیدا کند، ضرورتی ندارد در حالی که برعکس، همیشه این فرهنگ‌سازی ضرورت دارد چون ما در مقابل مسافران و جان آنها تعهد داریم و نیز در قبال امکانات مترو و تجهیزات آن که متعلق به مردم است. وقتی مسافر جلوی بسته شدن درها را می‌گیرد یا روی پله‌های برقی می‌دود فرسودگی آنها را سرعت می‌دهد و اینها باید با پول خود مردم تعمیر و خریداری شود.

شرکت مترو یا شهرداری تهران امکان تکمیل ناوگان مترو را ندارد و باید دولت وارد عمل شود. یک رام قطار هشت میلیون دلار هزینه برمی‌دارد که در شرایط فعلی خرید آن ممکن نیست. البته قدم‌های موفقی برای تولید واگن ملی برداشته شده ولی واگن ملی هم هزینه برمی‌دارد و رایگان نیست. این رقم‌ها در توان متروی تهران نیست و تعهد دولت است که نمی‌دانیم در این دوره تحریم برای دولت مقدور هست یا نه!

چه اقدامات تازه‌ای دارید که این روزها به ثمر برسد؟
نوروز را پیش‌رو داریم و می‌کوشیم فضای شاداب و پرنشاط را در ایستگاه‌ها ایجاد کنیم. جلسه‌ای داشتیم با مدیران سازمان فرهنگی هنری شهرداری تهران که موسیقی را در مترو ساماندهی کند و فرصتی فراهم شود گروه‌های موسیقی خیابانی بتوانند برای مردم اجرا کنند. همچنین از هنرمندان حرفه‌ای موسیقی کشورمان هم دعوت می‌کنیم ظرفیت بزرگ مترو را مدنظر قرار دهند و از این فرصت بهره بگیرند. همچنین ظرفیت ارائه مطبوعات را در مترو داریم و دعوت می‌کنیم از اهالی رسانه که بیایند و با ما همکاری کنند.

شاید اثر یک هنرمند با ارزش‌تر از چیزی باشد که نرخ‌گذاری شود اما درخواست می‌کنم هنرمندان آثارشان را به مردم هدیه کنند. هنرمندان اثر تولید می‌کنند، تعدادی را می‌فروشند و تعدادی از آنها را نگه می‌دارند. چرا یک اثر را به مترو یا به عبارت درست‌تر به مردم هدیه ندهند! قرار نیست موزه منفعتی داشته باشد. موزه عمومی است و قرار نیست کسی بلیت بخرد برای تماشای آن و قطعا از تمام موزه‌های رسمی کشور بازدید بیشتری خواهد داشت.

ضمن این‌که اگر سطح فکری و فرهنگی مردم ارتقا پیدا کند، جامعه به سمت توسعه بیشتر خواهد رفت چون همه ما پیش برنده توسعه خواهیم بود. اگر یک شهروند وقتی وارد مترو می‌شود به جای ازدحام و حرکت چرخ‌های صنعت و فضای خشک و بی‌روح، با اثر هنری روبه‌رو شود، نقاشی مجسمه و تابلوهای هنری ببیند یا موسیقی بشنود، در نهایت ارتقای دانش و فرهنگ عمومی جامعه را شاهد خواهیم بود. مترو تعهد می‌شود این فرصت را فراهم کند و امانتدار خوبی برای آثار هنرمندان باشد. فضای ایستگاه‌ها برای این برنامه‌ها مناسب هست؟ چون ایستگاه‌های قدیمی‌تر سقف‌های کوتاه‌تری دارند و بعدها به ظرفیت‌های فضایی ایستگاه‌ها و راهروهای مترو توجه شد.

معماری ایستگاه‌های مترو، هر کدام مربوط به دوره خودشان هستند و هر چه جلوتر آمدیم، پیشرفت در ساختن تونل و حفاری ایجاد شد. در نتیجه ایستگاه‌های جدیدتر وضعیت فضایی بهتر و معماری کاربردی‌تری دارند اما همه ایستگاه‌ها ظرفیت دارند که برای کارهای فرهنگی مورد استفاده قرار بگیرند. به عنوان نمونه ایستگاه خیام یکی از قدیمی‌ترین ایستگاه‌های مترو است با سقف کوتاه و راهروهای کم‌عرض اما پاسخگوی ایده برگزاری موزه فرش بود. هر ایستگاه می‌تواند برای یکی از برنامه‌ها و ایده‌ها مناسب باشد.

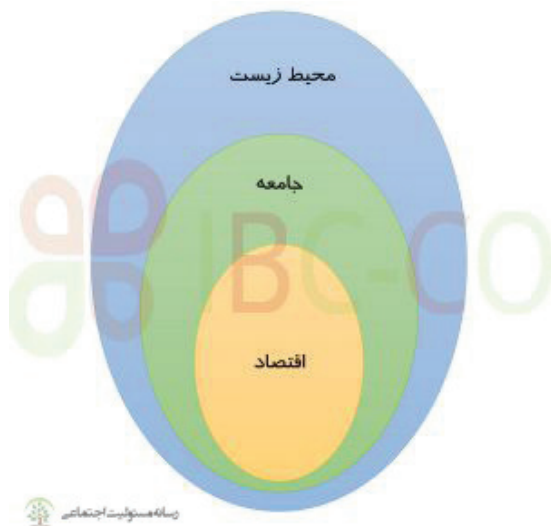
طی این سال‌ها ایده‌ها و برنامه‌هایی در مترو اجرا شدند که در آغاز قابل اعتنا بود اما بعد از مدتی از ریل خارج شدند؛ مثل ایده عرضه کتاب در ایستگاه‌ها که حالا محملی شده برای عرضه کتاب‌های قاجاق و افستی.

برای رسیدگی به این امور چه برنامه‌هایی دارید؟
کتابفروشی‌ها تجاری هستند، به این معنا که کسی آمده غرفه‌های تجاری مترو را اجاره کرده و محصولی برای فروش در نظر گرفته که می‌توانست هر چیزی باشد از جمله کتاب. کاری که معاونت فرهنگی مترو برای کتاب انجام داده، تاسیس کتابخانه‌های عمومی در برخی ایستگاه‌ها از جمله ایستگاه ولیعصر است که از چندی پیش شروع شده و اگر این روزها تعطیل شده به دستور نهاد کتابخانه‌های عمومی و برای مقابله با شیوع ویروس کروناست. براساس توافق با نهاد کتابخانه‌های عمومی قرار است در شش ایستگاه دیگر هم کتابخانه عمومی راه‌اندازی شود.

نقش و جایگاه گزارشات پایداری در توسعه مسئولیت

پذیری اجتماعی
محمدحسن امامی دبیر کل انجمن مدیریت سبز ایران

رسانه مسئولیت اجتماعی: با افزایش حساسیتها نسبت به مسائل زیست محیطی و اجتماعی و نگرانی های سهامداران، شرکتهای در تلاش هستند که به طور فزاینده ای به مقوله پایداری و مسئولیت پذیری پردازند. مدیران دریافته اند که رشد اقتصادی بلندمدت، در گرو رشدی است که از لحاظ زیست محیطی و اجتماعی نیز پایدار باشد. تعادل میان پیشرفت اقتصادی، مسئولیت پذیری اجتماعی و حفاظت از محیط زیست، می تواند منجر به مزیت رقابتی شود. ارزیابی تأثیرات اجتماعی، زیست محیطی و اقتصادی فعالیتهای سازمان، اقدامی بسیار مهم در اتخاذ تصمیمات اثربخش عملیاتی و سرمایه گذاری، جهت دستیابی به اهداف سازمانی و اهداف ذینفعان مختلف، محسوب می شود.



اقدامهای داوطلبانه ای که کسب و کارها، علاوه بر انطباق با الزامات قانونی کمینه، به منظور پاسخگویی به منافع رقابتی خود و منافع جامعه انجام می دهند. (دولت انگلستان)

مفهومی که طبق آن سازمانها مسائل اجتماعی و زیست محیطی ناشی از عملیات کسب و کاری خود و تعامل خویش را با ذینفعانشان به صورت داوطلبانه یکپارچه می سازند. (کمیسیون اروپا)

پذیرش این که سازمانها باید نه تنها در قبال عملکرد مالی خود بلکه در قبال تاثیر فعالیت هایشان در جامعه و یا بر محیط زیست پاسخگو باشند. (کنفدراسیون صنایع اروپا)

در نگاه به مقوله پایداری، مدلی تحت عنوان "تخم مرغ سرخ کرده" که بسیار معنادار است، توسعه یافته است. در این جا پایداری به صورت شرایطی تعریف شده که در آن اقتصاد در محدوده تعیین شده توسط ارزش های اجتماعی مثل برابری، عدالت و آزادی عمل می کند و اجتماع در چارچوب محدودیت های بوم شناختی سخت گیرانه ای شکوفا می شود که جهان طبیعی برای آن تعیین کرده است. این مدل چارچوبی بسیار محکم برای مدیریت و اندازه گیری پیشرفت به سوی پایداری به دست می دهد. البته که دایره ساده ای که محیط زیست خوانده می شود، مسائل زیست محیطی را به خوبی نشان نمی دهد و حتی تعریف یک جامعه عادلانه و برابر، از آن هم پیچیده تر است.

با مروری بر ادبیات موضوع این حوزه در بستر مدیریت و فعالیت شرکتهای درمی یابیم که توجه به این رویکرد تحت عناوین و اصطلاحات گوناگونی مانند مسئولیت اجتماعی شرکتی، مسئولیت پذیری سازمانی، شهروندی شرکتی و مدیریت مسئولانه شرکت مطرح شده است. در این مدل از عنوان مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت، برای کلیه برنامه ها و اقداماتی که به منظور ایجاد تعادل میان جنبه های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی توسط شرکتهای به اجرا درمی آیند، استفاده می شود. در سطح بین المللی تعاریف متعددی برای موضوع مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ارائه شده است که برخی از آن ها عبارتند از:

- تعهد مداوم صاحبان کسب و کار به رفتار اخلاقی و کمک به رشد اقتصادی همزمان با بهسازی کیفیت زندگی نیروی کار و اعضای خانواده‌هایشان و نیز مردم کشور و جامعه در مقیاس وسیع. (شورای جهانی کسب و کار برای توسعه پایدار)



بازگشت مالی: شرکت از طریق نرخ رقابتی بازگشت سرمایه و حفاظت از دارایی‌ها، به جبران خدمات تأمین کنندگان سرمایه می‌پردازد.

مشارکت با جوامع محلی: شرکت روابط دوجانبه‌ای را با جامعه محلی در محل فعالیت خود توسعه می‌دهد و در آن به فرهنگ، بستر اجتماعی، و نیازهای آن جامعه توجه می‌کند.

ارزش محصولات و خدمات: شرکت به نیازها، آمال و حقوق مشتریان خود احترام گذاشته و تلاش میکند که بیشترین ارزش محصولات و خدمات را ارائه نماید.

اقدامات کاری و استخدای: شرکت در برنامه‌های مدیریت منابع انسانی مشارکت داشته و توسعه حرفه‌ای کارکنان، تنوع، و توانمندسازی را ترویج می‌کند.

حفاظت از محیط زیست: شرکت برای حفاظت و احیای محیط زیست تلاش میکند، و از طریق محصولات، خدمات، فرایندها و سایر فعالیت‌هایش به ترویج توسعه پایدار می‌پردازد.

در راستای کمک به شرکتها برای اتخاذ رویکردی مسئولانه در مدیریت کسب و کارشان، اصول، دستورالعملها و مدل‌های مختلفی تدوین شده است. به عنوان نمونه می‌توان نه اصل زیر را در حوزه مسئولیت پذیری شرکتی نام برد:

- **اخلاقیات:** شرکت استانداردها و اقدامات اخلاقی را در رابطه با تمام ذینفعان، ایجاد، ترویج، کنترل و حفظ می‌نماید.

- **نظام راهبری:** شرکت تمام منابع خود را به طور اثربخش و با وجدان مدیریت میکند. وظیفه امانتداری هیئت مدیره و مدیران نسبت به منافع تمام ذینفعان به رسمیت شناخته می‌شود.

- **شفافیت:** شرکت از طریق ارائه به موقع اطلاعات در مورد محصولات، خدمات، و فعالیت‌هایش، اتخاذ تصمیماتی آگاهانه را برای ذینفعان امکانپذیر می‌کند.

- **روابط کسب و کار:** شرکت تجارتهای منصفانه را با تأمینکنندگان، توزیعکنندگان و شرکایش در پیش می‌گیرد.



رسانه مسؤلیت اجتماعے

<https://www.csrrasaneh.ir>





هر جا که تو باشی

با شعبه مجازی سپهر، بانک کنار شماست

زنتوس
شعبه مجازی سپهر

۹
بانک صادرات ایران