

خبير دولي في الأميركية: شركات التبغ تستخدم برامج المسؤولية الاجتماعية لتبرئ نفسها من أضرار منتجاتها

أقامت كلية العلوم الصحية وكلية سليمان العليان لإدارة الأعمال، في الجامعة الأميركية في بيروت ندوة بعنوان: "المسؤولية الاجتماعية للشركات والشركات المثيرة للجدل: أين نرسم الخط الفاصل؟". أقيمت الندوة في قاعة محاضرات مبنى فان دايك، في كلية العلوم الصحية، وقدمها الطبيب الدكتور نوربرت هيرشهورن، مستشار مجموعة أبحاث التدخين في كلية العلوم الصحية، والبروفسورة ديما جمالي، الأستاذة المساعدة في كلية العليان.

افتتحت البروفسورة جمالي الندوة بالتعريف بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، وقد عرّف بها مجلس الأعمال العالمي للتنمية المستدامة على أنها "الالتزام المستمر من قبل شركات الأعمال بالتصرف أخلاقياً والمساهمة في تحقيق التنمية الاقتصادية والعمل على تحسين نوعية الظروف المعيشية للقوى العاملة وعائلاتهم، والمجتمع المحلي والمجتمع ككل". والمسؤولية الاجتماعية للشركات هي نموذج مهني يتضمن السياسات والممارسات التي تسمح للشركات بإحداث تأثير إيجابي عام على المجتمع.

وقد ميّزت الدكتورة جمالي بين "المسؤولية الاجتماعية للشركات من أجل الغير"، عندما لا تتوقع الشركة شيئاً أو تتوقع القليل مقابل نشاطاتها المرتبطة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات، "والمسؤولية الاجتماعية الاستراتيجية للشركات"، التي توفق بين مصالح المساهمين والقيم الاجتماعية والأخلاقية. وتكلمت الدكتورة جمالي أيضاً عن تاريخ المسؤولية الاجتماعية للشركات، والعوامل الرئيسية التي تدفع الشركات لتتبنى المسؤولية الاجتماعية، وهي العولمة وزيادة الطلب على الشفافية، والحاجة إلى المزيد من الممارسات المستدامة، واهتزاز ثقة الناس بقطاع الأعمال إثر فضائح الشركات على مدى العقدين الماضيين.

أما الدكتور هيرشهورن، وهو أستاذ متقاعد من جامعة ياييل وباحث في الصحة العامة يقيم في الولايات المتحدة، فتساءل عما إذا كان يمكن لشركات التبغ أن تُعتبر مذعنة حقاً لبرامج المسؤولية الاجتماعية بينما تقوم بإنتاج سلع ينتج عنها المرض والموت، وقد أقدمت، في رأيه، على تضليل الناس عمداً ولعقود في ما يتعلق بالمخاطر المترتبة على منتجاتها. وقال هيرشهورن: "ليس هناك من منتجات استهلاكية أخرى غير التبغ تقتل نصف مستخدميها عندما تُستخدم على النحو المتوخى: خمسة ملايين وفاة سنوياً في جميع أنحاء العالم، والكثير من الأمراض بالإضافة إلى ذلك". وأضاف هيرشهورن: "وبغض النظر عن مدى نجاح شركات التبغ في أداء مسؤوليتها الاجتماعية ظاهرياً، فهذه الحقائق وحدها تجعل تحليها بالمسؤولية الاجتماعية الحقيقية أمراً مستحيلًا".

بدلاً من ذلك، ينصح هيرشهورن شركات التبغ أن تتخلى عما دعاه المسؤولية الاجتماعية المزيفة وأن تعتمد المسؤولية الاجتماعية الحقيقية من خلال سلسلة من التدابير تشمل وضع حد لجميع أشكال الإعلان عن التبغ، واستخدام تغليف بسيط للسجائر مع تحذيرات تصويرية تغطي نصف الجهة الأمامية

والخلفية للعبة، ورفع أسعار التبغ بشكل كبير وقبول ضرائب عالية على المنتج، وتمويل منظمة غير حكومية مستقلة لمنع الشباب من التدخين. ويذهب هيرشهورن إلى أبعد من ذلك ويقترح على شركات التبغ أنتسحب من هذا المجال كلياً. ويروي أنه في العام 1992 تناقش المدراء التنفيذيون في شركة فيليب موريس بشكل جدي في فكرة تخلي الشركة عن العمل في مجال السجائر، وتمنى لو أنها فعلت. ويقول هيرشهورن أنه على الرغم من أن العديد من الشركات المتعددة الجنسيات بدأت تطبق المسؤولية الاجتماعية للشركات منذ السبعينيات، غير أن شركات التبغ بدأت تنادي بالمسؤولية الاجتماعية للشركات فقط في العام 1999 بعد أن تعرضت لسيل من الدعاوى التي كلفتها المليارات من الدولارات من الخسائر، وشوّهت صورتها العامة بشكل ملحوظ.

وقرأ هيرشهورن مقطعاً عن بيان قدمه مايكل بريدو، مدير الشؤون المؤسسية والتنظيمية لشركة التبغ البريطاني الأميركي، في العام 2001، جاء فيه أن المسؤولية الاجتماعية للشركات لن تساعد فقط شركة التبغ البريطاني الأميركي على بلوغ مكانة يُعترف فيها بشعورها بالمسؤولية، ولكنها ستوفر أيضاً حماية من الانتقاد فيما يجري إدخال تحسينات على المنتج. وتوفر بشكل رئيسي درجة من العفو عن الشركة لدى الرأي العام".

وأشار هيرشهورن إلى أن "الحماية من الانتقاد" جاءت في أشكال عدة تشمل تعزيز التبغ الذي لا دخان فيه، ورعاية جهود الإغاثة، وإطلاق وقاية الشباب من التدخين، وبرامج الإقلاع عن التدخين، وإطلاق مبادرات في مجال حقوق الإنسان والعناية بالبيئة.

وقال هيرشهورن: "مهما كان الدافع الذي نعزوه إلى المسؤولية الاجتماعية للشركات في صناعة التبغ، فقد أحدثت تغييراً كبيراً في كيفية النظر الآن إلى شركات التبغ، ولا سيما في قاعة المحكمة". وأضاف: "أسعار الأسهم ارتفعت، والدعاوى القضائية انخفضت، وقلت انتصارات المدّعين، وارتفعت أرباح المستثمرين". وختم: "شركات التبغ تستخدم برامج المسؤولية الاجتماعية لتبرئ نفسها من أضرار منتجاتها".

تأسست الجامعة الأميركية في بيروت في العام 1866 وتعتمد النظام التعليمي الأميركي الليبرالي للتعليم العالي كنموذج لفلسفتها التعليمية ومعاييرها وممارساتها. والجامعة هي جامعة بحثية تدريسية، تضم هيئة تعليمية من أكثر من 600 أعضاء وجسماً طلابياً من أكثر من 7000 طالب وطالبة. تقدم الجامعة حالياً ما يناهز مائة برنامج للحصول على البكالوريوس، والماجستير، والدكتوراه، والدكتوراه في الطب. كما توفر تعليماً طبياً وتدريباً في مركزها الطبي الذي يضم مستشفى فيه 420 سريراً.

For more information please contact:

Maha Al-Azar, Media Relations Officer, ma110@aub.edu.lb, 01-353 228

Website: www.aub.edu.lb

Facebook: <http://www.facebook.com/aub.edu.lb>

Twitter: http://twitter.com/AUB_Lebanon