الملتقى الأول للمسؤولية الاجتماعية

١٢ ربيع الأول ١٤٤٠هـ
الرياض ٢٠نوفمبر٢٠١٨م

بصمة الضلع الثالث

نحو بناء نموذج تفاعلي للمسؤولية الاجتماعية

الدكتور
فهد بن عبد الله الطياش
استاذ الاعلام المشارك

١٤٤٠هـ - ٢٠١٨م

الوظيفة الثالثة للجامعات

- يقع على الجامعات مسؤولية كبيرة تجاه مجتمعها ....ومن هنا ظهر مفهوم جديد لدور الجامعة في اكتساب المعارف يتمحور حول المعرفة بوصفها مهمة في تكوين منتجات تخدم المجتمع و الفرد.

تقرير الوظيفة الثالثة للجامعات

١٤٣٥هـ

طبيعة ابداع العطاء

- الجامعات ليست مؤسسات تجارية او خيرية و لكنها تقدم الفرص التعلمية لجيل يخدم المجتمع و يمارس المواطنة الصالحة
- "تمارس الجامعات التعليم و البحث العلمي و خدمة المجتمع في منظومة متكاملة .فتغرس في الطلاب مفاهيم العطاء الإبداعي ليثبت ذلك للمجتمع كجيل جديد " وزير التعليم السنغافوري

المولود التفاعلي للعلاقات العامة

- أبرز منتجات العلاقات العامة التخصصية هي برامج المسؤولية الاجتماعية
- العلاقات العامة هي حلقة الوصل بين السياسي الذي يدير الحكومة و بين التجاري الذي يدير الأموال و مع الإعلامي الذي يدير المعاني
- العلاقات العامة تصنع المعاني التي تنقل رسالة السياسي و تعزز مكانة التجاري و ترضي رغبة الإعلامي

CSR نموذج يتجدد

- لم تعد الجامعات وفقا لمعادلة التعلم و التعليم البقاء ضمن نموذج لا يتجدد . فقدمت نماذج جديدة
- جامعة ليستر البريطانية قدمت برنامج PROUD للمسؤولية المجتمعية يتمثل في 5 نقاط هي :

١. PROMOTING تعزيز الصحة للأفراد و المجتمع
٢. Restoring المحافظة على البيئة
٣. Openeing الانفتاح على الثقافة و التراث الوطني
٤. Upskilling ترقية المهارات لتتوافق مع مهارات القرن21
٥. Developing تنمية الشباب

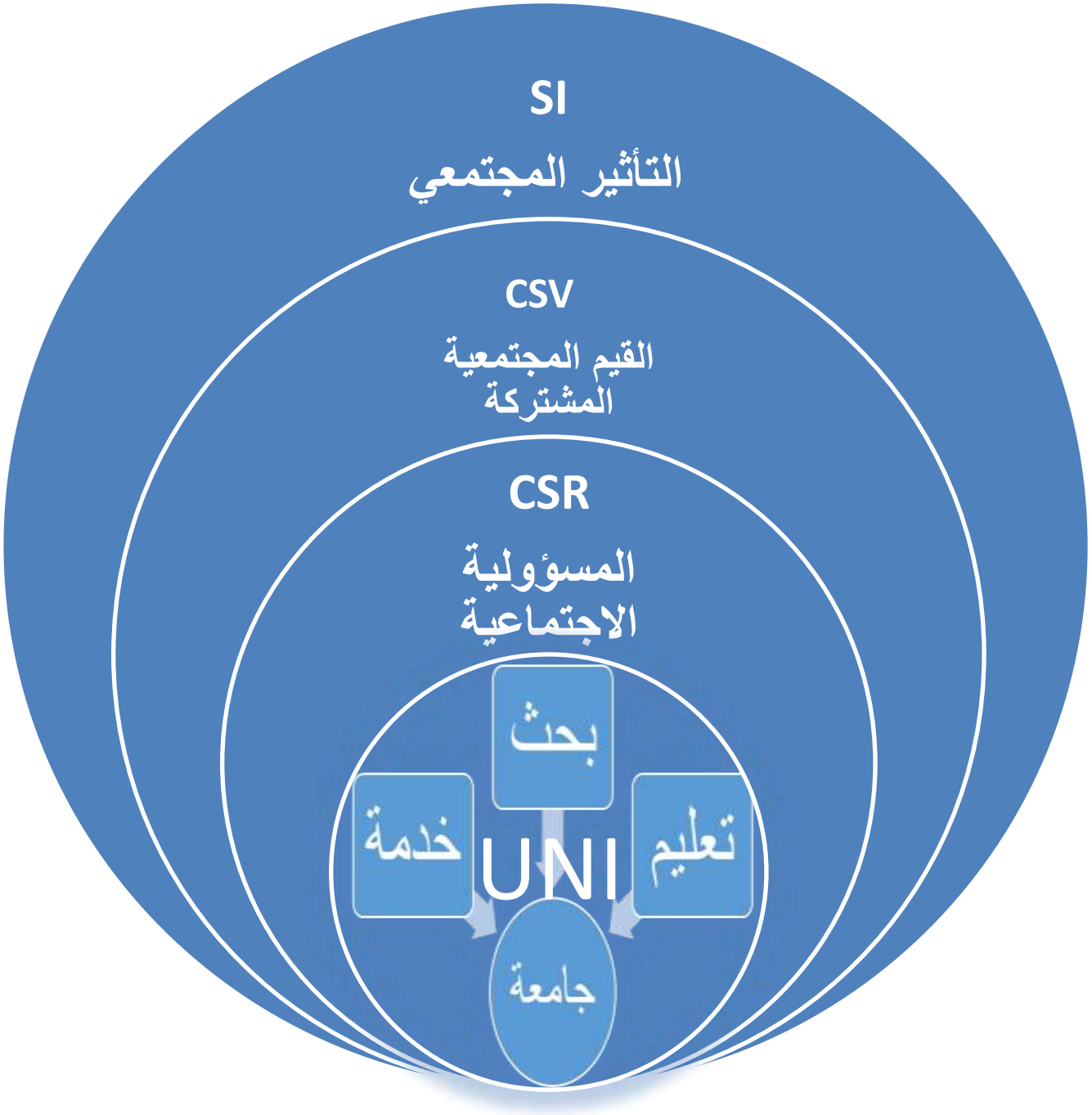
نموذج أخر من

- قدمت جمعية البحث التشاركي الاسيوية PRIAنموذج مستقبلي مبني على استمطار الأفكار من الجامعات فخلصت الى تأسيس مركز حفز افتراضي Virtual catalytic:

١. أهمية عودة الجامعات لخدمة المجتمع بشكل مباشر
٢. أهمية تعليم الطلاب المواطنة الصالحة بالتطبيق العملي
٣. الاتجاه نحو فرض برامج خدمة المجتمع ضمن الخطط
٤. تأسيس مركز حفز و تجريب افتراضي لخدمة المجتمع
٥. العمل على تطوير المعارف و التطبيقات المنهجية بالشراكة مع المجتمع

النموذج التفاعلي للمسؤولية المجتمعية

البصمة المجتمعية تعني


SI
التأثير المجتمعي
CSV
القيم المجتمعية المشتركة
CSR
المسؤولية الاجتماعية
بحث
خدمة
UNI
تعليم
جامعة

التحول نحو التأثير المجتمعي

- تطور النموذج بفعل الانتقال من نموذج العلاقة بين المجتمعي و التجاري في صناعة برامج csr
- تطور النموذج نحو خلق البرامج المبنية على القيم المشتركة للمؤسسات المتشاركة corporate shared values
- النموذج الذي بدأت الجامعات تتجه نحو في ظل التصنيف الاكاديمي و الخصخصة وتنمية الأوقاف هو نموذج البصمة المجتمعية Social Impact Model

المحفزات الاتصالية للمسؤولية الاجتماعية

- البعد المعرفي: تأثير الانترنت و الاعلام و السفر للخارج
- البعد الاقتصادي: المقاطعة للمنتجات ،تدمير السمه او الماركة التجارية و القرارات السياسية و التأثر بما يحدث في دول اخرى
- البعد التفاعلي: وسيلة للتعرف على المستهلك جماعيا و عن قرب
- البعد المستقبلي: الاستثمار المبكر في مشاعر المواطن المستهلك
- البعد الوطني : إدارة تعتبر نفسها جزء من المجتمع

اللاعبون الجدد

- المجال الاتصالي :شبكات التواصل الاجتماعي
- جماعات الضغط : التكتلات الاتصالية الصغيرة
- اللاعبون من داخل القرية الكونية نموذج
- *Is the concept of corporate social responsibility understood the same way in Saudi Arabia as in the international community?*

MASTER THESIS IN RELIGION AND SOCIETY

CSR in Saudi Arabia

The University of Oslo Faculty of Theology

Spring 2010

By: Magnus Gravem

Supervisor: Bjørn Olav Utvik

التنافس مصير الجامعات

- أصبحت الجامعات تجيد لعبة التنافس و التصنيف ،
- تصنيفات خارجية و تصنيفات مشتركة
- المهم هنا التصنيفات التنافسية المستقبلية على أموال الشراكة المجتمعية وبل و ربما بنود جديدة للتميز و خدمة المجتمع
- النموذج الهندي قد يصبح هو السائد فقد وضعت مفوضية المنح الجامعية نظاما تنافسيا تحصل الجامعات على الدعم وفقا لتحقيق برامج التأثير و البصمة المجتمعية وبتقييم مشترك مع مؤسسات المجتمع و الفاعلين فيه

فئات تأثير برامج بصمة المجتمع

- 5 فئات برامجية لتأثير البصمة المجتمعية

١. التأثير على أسلوب الحياة lifestyle السلوك اليومي
٢. التأثير الثقافي cultural الاتجاهات و الجماعات و اللغة
٣. التأثير المجتمعي community البناء –الوظائف الخدمات
٤. جودة الحياة Quality of Life الانتماء و الشعور بالمواطنة و التذوق للفن و التراث و التحفيز و الطموح
٥. التأثير الصحي Health الصحة النفسية و الجسدية و الاجتماعية

شكرا لكم جميعا