

ETICĂ

ETICA ÎN UNIVERSITATE. STRATEGII ȘI ATITUDINI PROACTIVE

ANDREEA POPESCU

Ethics in Universities. Strategies and Proactive Attitudes. The process of achieving an ethical university involves a series of actions, which can be categorized as follows: reactive actions – where the university reacts when there are violations of ethical codes within it, and proactive actions – where the university makes an effort to promote organizational virtues. The question I want to discuss in this article is, “What does it mean for a university to be proactive in promoting organizational virtues?” I will start with two studies to answer this question: a sociological study measuring the proactivity of managers in Romanian university institutions, conducted by Silvia Puiu and Radu Florin Ogarca, and the classification made by Gedeon J. Rossouw and Leon J. van Vuuren of the modes of ethical management. I will analyze the concept of proactivity starting from the comparison between the reactive mode and the integrity mode proposed by Rossouw and van Vuuren. I will develop this concept and define proactivity as the implementation of an ethical strategy. Additionally, I will outline the main elements of this strategy. The article will be structured as follows: (i) presentation of the results of the sociological investigation conducted by Puiu and Ogarca; (ii) presentation of a conceptual framework that can model the term “proactivity”; (iii) discussion of ethical codes as a limit case testing the reactive/proactive distinction; (iv) finally, outlining an answer to the question “How do we build an ethical university?": virtues and systematic approach through defining a strategy.

Keywords: ethics in universities; organizational virtues; proactive attitude; strategy.

1. INTRODUCERE

Voi discuta în acest articol întrebarea formulată de Valentin Mureșan și Mihaela Constantinescu¹: „Cum putem crea o universitate morală?”. Pentru a răspunde la întrebare, autorii pornesc de la un cadru de gândire generalizat pentru orice tip de organizație. Aceștia enunță o serie de virtuți organizatorice, plecând de la modelul propus de Kaptein². Virtuțile ne pot arăta în ce măsură organizația,

¹ Valentin Mureșan, Mihaela Constantinescu, „De ce avem nevoie de etică și integritate în mediul academic?”, în Emanuel Socaciu *et al.*, *Etică și integritate academică*, București, Editura Universității din București, 2018, p. 47.

² Muel Kaptein, „Developing and Testing a Measure for the Ethical Culture of Organizations: The Corporate Ethical Virtues Model”, în *Journal of Organizational Behavior*, nr. 29, 2008, pp. 923–947.

în cazul acesta universitatea, este o instituție morală. Răspunsul oferit de autori reprezintă un bun ghid pentru efortul de a obține o universitate morală. Ne spune unde trebuie să ajungem și care sunt criteriile prin care evaluăm dacă avem sau nu o universitate morală. Totuși, întrebarea „cum putem crea o universitate morală” mai conține ascunsă o altă întrebare: „care este procesul sau drumul pe care trebuie să îl parcurgem pentru a avea o universitate morală?”. Procesul prin care ajungem la o universitate etică presupune o serie de acțiuni, iar aceste acțiuni pot fi încadrate astfel: acțiuni reactive – universitatea reacționează atunci când în interiorul ei au loc încălcări ale codurilor etice, respectiv, acțiuni proactive – universitatea depune un efort în promovarea virtuților organizaționale. Astfel, am ajuns la întrebarea pe care vreau să o discut în acest articol: „Ce înseamnă că universitatea este proactivă în promovarea virtuților organizaționale?”.

O cercetare sociologică ce măsoară gradul de proactivitate a managerilor unor instituții universitare este realizată de Silvia Puiu și Radu Florin Ogarca³. Aceștia pornesc de la două ipoteze:

- (a) „Profesorii (incluzând managerii) din instituțiile de educație superioară au un rol foarte important în dezvoltarea eticii printre studenți, aceștia fiind ei înșiși un model pentru studenți.”⁴
- (b) „Managerii aplică foarte puțin instrumente de management etic, având mai degrabă o atitudine reactivă decât una proactivă atunci când sunt implicate probleme etice.”⁵

Mă voi opri în special asupra celei de-a doua ipoteze pentru a discuta mai întâi datele rezultate din cercetarea sociologică, apoi pentru a duce discuția într-un cadru mai conceptual care implică definirea termenului de „proactivitate”.

Pentru a defini conceptul de proactivitate, voi porni de la clasificarea făcută de Gedeon J. Rossouw și Leon J. van Vuuren⁶ a modurilor de management etic. Aceștia discută cinci moduri ale managementului etic: modul imoral, modul reactiv, modul de conformitate, modul integrității și modul alinierii totale. Analiza conceptului de proactivitate pornește de la comparația dintre modul reactiv și modul integrității propuse de Rossouw și van Vuuren. Voi dezvolta acest concept pornind de la modul integrității, voi defini proactivitatea ca implementare a unei strategii etice și voi contura principalele elemente ale acestei strategii. Articolul va fi structurat astfel: (i) prezentarea rezultatelor investigației sociologice realizată de Puiu și Ogarca⁷; (ii) prezentarea unui cadru conceptual care poate modela termenul

³ Silvia Puiu, Radu Florin Ogarca, „Ethics Management in Higher Education System of Romania”, în *Procedia Economics and Finance*, nr. 23, 2015, pp. 599–603.

⁴ *Ibidem*, p. 601 [tr. n.].

⁵ *Ibidem*, [tr. n.].

⁶ Gedeon J. Rossouw, Leon J. van Vuuren, „Modes of Managing Morality: A descriptive Model of Strategies for Managing Ethics”, în *Journal of Business Ethics*, 46, 2003, pp. 389–402.

⁷ Silvia Puiu, Radu Florin Ogarca, *op. cit.*

de „proactivitate”; (iii) discutarea codurilor de etică drept un caz limită care testează distincția reactiv/proactiv; (vi) în final, conturarea unui răspuns la întrebarea „Cum construim o universitate etică?": virtuți și abordare sistematică prin definirea unei strategii.

2. INSTRUMENTE DE MANAGEMENT ETIC ȘI ATITUDINEA MANAGERILOR

În cercetarea sociologică oferită de Puiu și Ogarca din 2015⁸, autorii măsoară gradul de utilizare a instrumentelor de management etic (coduri de etică, comisiile de etică, trainingurile de etică, procedurile pentru avertizorii de integritate și auditul etic). De asemenea, autorii oferă și o imagine a metodelor de implementare a acestor instrumente de management etic. Din datele oferite de această cercetare, relevante mi se par următoarele⁹. 99% dintre respondenți consideră că existența unor coduri etice este importantă și au adoptat astfel de coduri. 20% dintre respondenți confirmă că au folosit traineri externi în cadrul unor ateliere de etică, pe când 38% afirmă că nu au folosit, iar 42% au exprimat faptul că nu știu dacă în cadrul instituției lor au existat astfel de ateliere de etică cu traineri externi. Doar 46% dintre cei intervievați au confirmat că în cadrul instituției lor comisiile de etică se întrunesc periodic. Procentul este și mai mic în legătură cu procedurile pentru protejarea avertizorilor de integritate, doar 43% afirmând că au astfel de proceduri. Autorii nu oferă date referitoare la realizarea de audituri etice în cadrul instituțiilor. Din aceste date rezultă că mai puțin de 50% dintre respondenți apelează la oricare dintre instrumentele enumerate de autori, fiecare dintre aceste instrumente reprezentând o formă de proactivitate în construirea unui mediu etic în cadrul instituției. În ceea ce privește definirea termenului de „proactivitate”, voi încerca o reconstruire a definiției cu care autorii par să lucreze: o atitudine proactivă pentru construirea unui mediu etic presupune apelarea la instrumentele de management etic precum activitatea comisiilor de etică, trainingurile de etică, protejarea avertizorilor de integritate și auditurile etice. Autorii identifică în mod corect faptul că implementarea instrumentelor de management etic reprezintă o formă de proactivitate, totuși, aceștia nu oferă o definiție generală a termenului de proactivitate¹⁰.

Pornind de la această cercetare, voi încerca să propun o sistematizare a atitudinii proactive în construirea unui mediu etic în cadrul unei instituții.

⁸ *Ibidem*.

⁹ *Ibidem*, p. 602.

¹⁰ *Ibidem*.

3. MODUL REACTIV ȘI MODUL INTEGRITĂȚII ÎN MANAGEMENTUL ETIC

Rossouw și van Vuuren clasifică modelele de management etic în cinci categorii: modul imoral, modul reactiv, modul de conformitate, modul integrității și modul alinierii totale¹¹. Mă voi opri asupra modurilor reactiv și cel al integrității. Voi descrie aceste două moduri ale managementului etic și pe baza lor voi extrage o distincție între atitudinea reactivă și cea proactivă.

Modul reactiv¹² al managementului etic presupune că organizația vrea să evite comportamentul imoral, dar modalitatea de a atinge acest scop se bazează doar pe adoptarea unor coduri morale și de conduită. De asemenea, motivația pentru acest tip de management etic este evitarea unui răspuns negativ din exterior. Răspunsul negativ reprezintă o formă de sancțiune din partea unor actori externi: opinie publică, instituții, legislație. Autorii descriu acest mod de management etic drept o formă fără fond: deși sunt adoptate coduri de etică și organizația se angajează în promovarea unor valori morale, acestea nu au o valoare concretă. De exemplu, să presupunem că într-o organizație, o persoană din echipa de conducere este acuzată de un comportament imoral. În cadrul modului reactiv, organizația sancționează acel comportament, dar nu pentru a promova valorile etice, ci pentru a avea o imagine bună în fața opiniei publice.

Modul integrității¹³ presupune internalizarea valorilor etice de către membrii organizației. Acest model de management este unul proactiv în promovarea valorilor etice în rândul organizației și presupune, de asemenea, un efort colectiv. Strategia de management pe care autorii o descriu presupune următoarele elemente: un audit intern pentru a identifica valorile morale ale membrilor organizației, discutarea oricăror decizii pe care membrii organizației le iau și, dintr-o perspectivă etică, training-ul etic și compensarea comportamentului etic. În continuare, voi dezvolta și analiza atitudinea proactivă în managementul etic prin contrast cu atitudinea reactivă.

4. CE ÎNSEAMNĂ SĂ FII PROACTIV?

Voi încerca o abordare mai sistematică asupra conceptului de „proactivitate”. Unul dintre aspectele esențiale ale unei atitudini proactive este acela de anticipare. În contextul eticii unei instituții, vorbim de anticiparea comportamentelor neetice. Aceste comportamente neetice pot caracteriza organizațiile în general (de exemplu, hărțuirea sexuală), dar pot fi și unele specifice unei instituții de învățământ sau

¹¹ Gedeon J. Rossouw, Leon J. van Vuuren, *op. cit.*

¹² *Ibidem*, pp. 394–396.

¹³ *Ibidem*, pp. 397–399.

de cercetare (de exemplu, plagiatul sau falsificarea datelor). De asemenea, a fi proactiv presupune un șir de acțiuni care să prevină apariția unor astfel de comportamente neetice. Astfel, vorbim despre două componente esențiale ale unei atitudini proactive: anticiparea și prevenția. Totuși, anticiparea și prevenția nu pot avea loc fără o abordare sistematică sau strategică. Pentru a întregi definiția termenului de „proactivitate”, voi spune că pentru a fi proactiv în construirea unei instituții etice este nevoie de anticiparea problemelor ce pot apărea și de elaborarea unei strategii care să prevină apariția acestor probleme. În contrast, orice acțiune reactivă are loc în urma apariției comportamentului neetic, ca răspuns la acesta.

De ce este importantă o definiție generală a termenului de proactivitate? Pentru că, pe baza ei, putem construi o abordare sistematică în vederea obținerii unei instituții etice. Această abordare are rolul de mentenanță etică, adică ne asigură că nu vom asista la degradarea etică a instituției. Astfel, o formă de proactivitate sistematică ar fi elaborarea unei strategii și a unui plan de implementare care să fie aplicate continuu. Spre deosebire de o strategie normală, care vizează obiective finite, o strategie etică trebuie să se asigure că eforturile de a atinge obiectivele sunt constante.

5. CODURILE DE ETICĂ. UN CAZ LIMITĂ

O întrebare care poate ridica probleme cu privire la definiția oferită pentru atitudinea proactivă este rolul codurilor etice: este adoptarea unui cod de etică o atitudine proactivă sau una reactivă? Să ne oprim asupra Codului de Etică al Universității din București¹⁴. În *Preambul*, avem următoarea mențiune despre rolul său: „Codul este un instrument de educare a membrilor comunității academice în scopul prevenirii încălcării normelor eticii universitare. Pentru dezvoltarea culturii eticii și a integrității în Universitate el trebuie respectat atât în litera, cât și în spiritul său”¹⁵. Din această formulare a rolului Codului de Etică, reiese că adoptarea unui cod etic se înscrie în definiția de mai sus a atitudinii proactive. Codul de Etică are rolul de a anticipa și a preveni comportamentele neetice. Totuși, fără un cod de etică, nu avem o bază legală de reacție în cazul comportamentelor neetice. Sancțiunile adoptate în cazul comportamentelor neetice se fundamentează pe încălcarea unui articol al Codului de Etică. Astfel, putem spune că acesta ne oferă și o bază pentru atitudinea reactivă. Întrebarea rămâne: este adoptarea unui cod de etică o atitudine reactivă sau una proactivă? Soluția pe care o propun este să tratăm rolul unui cod

¹⁴ *Codul de etică și deontologie al Universității din București*, <https://unibuc.ro/wp-content/uploads/2021/01/CODUL-DE-ETICA-SI-DEONTOLOGIE-AL-UNIVERSITATII-DIN-BUCURESTI-2020-1.pdf>

¹⁵ *Ibidem*, p. 3.

de etică în afara distincției reactiv/proactiv. Așa cum este structurat Codul de Etică al UB, acesta se bazează pe definirea unor valori: autonomia, libertatea, responsabilitatea și corectitudinea. Aceste valori pot fi înscrise în categoria virtuților etice, adică acele criterii în funcție de care evaluăm dacă o instituție este una etică sau nu. În continuare, voi discuta despre virtuțile unei organizații așa cum sunt definite de Kaptein¹⁶.

6. CE SUNT VIRTUȚILE ETICE ÎNTR-O ORGANIZAȚIE?

Acestea au, în primul rând, un rol de fundamentare a comportamentelor etice individuale și de a crea cadrul necesar pentru un comportament etic individual: „Virtuțile etice corporative sunt condițiile organizaționale pentru comportamentul etic”¹⁷. Mureșan și Constantinescu propun însă și un alt rol, anume rolul de criterii de la care putem evalua dacă o instituție este una morală sau nu¹⁸. Voi prezenta mai întâi care sunt aceste virtuți, apoi voi discuta despre rolul lor în cadrul distincției reactiv/proactiv.

Prima dintre acestea este claritatea. Această virtute se referă la transparența normelor etice pentru membrii instituției. Dacă aceste norme sunt transparente și cunoscute, membrii instituției nu se vor baza pe intuiția etică, care uneori poate da greș. Consistența presupune manifestarea unui comportament moral din partea managerilor. Membrii instituției vor avea un comportament moral dacă cei aflați în poziții de putere expun și ei un comportament moral. Realizabilitatea se referă la elaborarea unor cerințe fezabile pentru membrii instituției. Cerințele nerealiste încurajează comportamentul imoral deoarece membrii instituției sunt constrânși să apeleze la scurtături pentru realizarea cerințelor. Susținerea se referă la încurajarea comportamentului etic individual de către organizație. Aceasta presupune că organizația trebuie să aibă un rol activ în promovarea comportamentului etic și a valorilor etice. Transparența se referă la evaluarea constantă de către manageri a comportamentului etic, dar și la evaluarea constantă a consecințelor acțiunilor individuale. Criticabilitatea se referă la frecvența și încurajarea discuțiilor despre comportamente și decizii etice. Sancționabilitatea se referă la răspunsul organizației în fața unor comportamente neetice.

¹⁶ Muel Kaptein, *op. cit.*, pp. 924–927. Aceste virtuți sunt prezentate și discutate și de Valentin Mureșan și Mihaela Constantinescu, *op. cit.*, pp. 48–49.

¹⁷ Muel Kaptein, *op. cit.* [tr. n.], p. 924.

¹⁸ Valentin Mureșan, Mihaela Constantinescu, *op. cit.*, p. 48. O discuție complexă despre implementarea acestor virtuți organizatorice o puteți regăsi și în Toni Gibea, Constantin Vică, Emilian Mihailov, Emanuel Socaciu, Valentin Mureșan, *Etică și integritate academică. Instrumente suplimentare*, București, Editura Universității din București, 2018. În *Studii de caz și exerciții suplimentare*, se pot regăsi o serie de exemple și de provocări în legătură cu implementarea fiecărei virtuți etice.

7. ATITUDINEA PROACTIVĂ: CONSTRUIREA UNEI STRATEGII ETICE

Construirea unei strategii etice intră în modelul de atitudine proactivă. O formă de proactivitate sistematică se poate materializa prin construirea unei strategii și implementarea acesteia. Ce este o strategie și care sunt elementele care definesc o strategie etică? În cele ce urmează, voi discuta despre caracteristicile unei astfel de strategii construite pentru un mediu universitar. Principiile după care voi discuta această strategie sunt cele împrumutate din management. Voi prelua principalele componente ale unei strategii de management și le voi adapta contextului de promovare a eticii în universități¹⁹.

O strategie presupune definirea unor pași prin intermediul cărora putem atinge anumite obiective. Putem defini un scop general care poate fi împărțit apoi în mai multe obiective specifice. În cazul nostru, strategia ar trebui să tindă către construirea unei universități etice. Totuși, acest scop este unul general. Este necesar să definim mai întâi ce înseamnă o universitate etică, prin identificarea unor criterii clare, cum ar fi transparența în management, respectarea diversității și incluziunii și promovarea unei culturi academice integrale. Dacă reușim să operaționalizăm acest scop prin intermediul unor obiective specifice și măsurabile, avem un prim pas în construirea strategiei care ne preocupă. Însă, pentru definirea unei strategii, mai avem nevoie de o cercetare amănunțită pentru a stabili punctul în care se află organizația noastră. Aceasta ar putea include analize, interviuri cu părțile interesate și sondaje de opinie.

Ulterior, este esențial să elaborăm un plan de implementare detaliat, care să includă alocarea resurselor, stabilirea responsabilităților, timelineuri clare și procese de monitorizare continuă. Definirea unor instrumente eficiente pentru măsurarea progresului, cum ar fi KPI-uri (Key Performance Indicators), feedbackul periodic de la studenți și personal, precum și audituri interne, va asigura că implementarea strategiei conduce la obținerea obiectivelor stabilite.

În continuare, voi discuta despre elementele identificate: obiective, cercetare, plan de implementare și măsurare.

7.1. SCOPUL ȘI OBIECTIVELE

Scopul general definit pentru această strategie este acela de a construi o universitate morală. Voi porni de la cercetarea lui Mureșan și Constantinescu²⁰ care susțin că o universitate morală este acea organizație de învățământ caracterizată de virtuțile organizaționale definite de Kaptain: claritatea, consistența, realizabilitatea,

¹⁹ Pentru o expunere de ansamblu a complexității unei strategii de management și a principiilor de elaborare a acesteia, vezi Torben Juul Andersen, *A Short Introduction to Strategic Management*, Cambridge, Cambridge University Press, 2013.

²⁰ Valentin Mureșan, Mihaela Constantinescu, *op. cit.*

susținerea, transparența, criticabilitatea și sancționabilitatea. Aceste virtuți organizaționale pot fi operaționalizate și definite ca obiective astfel:

1. Claritatea. Actorii implicați în bunul mers al organizației cunosc cerințele morale regăsite în codurile de etică.
2. Consistența. Toți actorii implicați în bunul mers al organizației, indiferent de poziția pe care o ocupă, respectă cerințele morale regăsite în codurile de etică, asigurând aplicarea uniformă a standardelor etice.
3. Realizabilitatea. Sarcinile și responsabilitățile sunt împărțite echitabil, asigurând o distribuție corectă a muncii și evitând supraîncărcarea anumitor membri ai organizației.
4. Susținerea. Organizația încurajează și recompensează comportamentul etic, oferind resurse și sprijin.
5. Transparența. Organizația monitorizează constant comportamentul actorilor implicați.
6. Criticabilitatea. Discuțiile despre provocările etice sunt încurajate.
7. Sancționabilitatea. Comportamentul deviant de la normele de etică este sancționat.

Există totuși o diferență semnificativă între formularea obiectivelor unei strategii obișnuite și cele ale unei strategii etice propuse aici. Aceste obiective nu sunt finite. Mai precis, ele trebuie să descrie o stare continuă pentru a avea o universitate etică. Astfel, această strategie nu trebuie să asigure doar obținerea obiectivelor propuse, ci și menținerea lor. Obiectivele propuse trebuie să fie integrate în cultura organizațională și să fie susținute prin procese și mecanisme care asigură respectarea și promovarea continuă a normelor etice. Acest lucru implică o abordare proactivă și dinamică, unde evaluarea și îmbunătățirea constantă a practicilor etice devin parte din rutina zilnică a organizației. Natura obiectivelor propuse determină o caracteristică importantă a strategiei etice. Mai exact, planul de implementare trebuie să descrie pași ce trebuie aplicați continuu, pentru a garanta că universitatea nu deviază etic. De asemenea, măsurarea atingerii obiectivelor trebuie să fie tot un proces continuu.

7.2. CERCETAREA

Pentru a implementa eficient o strategie etică într-o universitate, o cercetare prealabilă este esențială pentru a înțelege starea actuală a organizației și pentru a identifica domeniile care necesită îmbunătățiri. O astfel de cercetare a fost realizată acum 19 ani, pentru a identifica problemele etice prezente în universitățile din România²¹. Documentul face o radiografie a problemelor etice de la acel moment și vine cu o serie de propuneri în vederea ameliorării.

²¹ Mihaela Miroiu (coord.), Daniela Cutaș, Ana Bulai, Liviu Andreescu, Daniela Ion, *Etica în universități*.

Cum este și cum ar trebui să fie: cercetare și cod, România, Ministerul Educației și Cercetării, 2005.

Voi discuta pe scurt cercetarea sociologică realizată și publicată în capitoul „Cercetare sociologică: etica în universități”²². Aceasta arată ce probleme de natură etică sunt percepute de respondenți drept cele mai frecvente. Auditul etic realizat ilustrează date colectate pe întregul eșantion, dar și pe categorii diferite ale eșantionului. Astfel, respondenții sunt segmentați în următoarele categorii: cadre de conducere, profesori, doctoranzi, cadre administrative și studenți. Rezultatele sunt interesante deoarece ierarhia problemelor de natură etică diferă de la un segment la altul. De exemplu, rezultatele obținute pe întregul eșantion arată faptul că principalele probleme de natură etică sunt: favoritismul, hărțuirea sexuală pe linie ierarhică, relațiile de tip clică, politizarea, utilizarea unui limbaj ofensator, inechitatea în concursurile de angajare și neinformarea la timp a studenților. Ierarhia acestor probleme se schimbă atunci când eșantionul este segmentat. Relevantă este ierarhia problemelor percepute de studenți, în comparație cu cea a problemelor percepute de profesori. Favoritismul este pe primul loc în ambele segmente, însă, în cazul profesorilor, locul doi este ocupat de relațiile erotice dintre profesori și studenți, pe când în cazul studenților locul doi este ocupat de hărțuirea sexuală. Locul trei în ierarhia problemelor pentru profesori este ocupat de problema mitei oferite profesorilor, iar în cazul studenților, locul trei este ocupat de comunicarea deficitară și abia apoi urmează mita oferită profesorilor.

Cercetarea realizată reprezintă un model de audit etic de la care poate pleca o strategie etică într-o universitate. Implementarea unei strategii etice eficiente într-o universitate necesită o cercetare amănunțită, o abordare personalizată pentru diferitele segmente ale universității și o adaptabilitate continuă. Ierarhia problemelor etice poate diferi de la o universitate la alta, de aceea este importantă o cercetare care oferă o imagine a stării actuale. Cercetarea trebuie să identifice problemele majore de natură etică, cum ar fi favoritismul, hărțuirea sexuală, relațiile nepotrivite, corupția și lipsa de transparență. Studiul realizat poate servi ca punct de plecare și model pentru astfel de evaluări.

7.3. PLANUL DE IMPLEMENTARE

Am pornit de la virtuțile organizaționale ale lui Kaptein pentru a răspunde la întrebarea „Ce virtuți caracterizează o organizație morală?” De asemenea, am stabilit că acestea pot fi criteriile de evaluare pentru a determina dacă organizația este una morală sau nu, dar pot fi și operaționalizate în obiective, pentru a construi o strategie etică în cadrul unei universități. Planul de implementare a unei strategii etice trebuie să pornească în primul rând de la aceste obiective. Voi analiza

²² Ana Bulai (coord.), Mihaela Miroiu, Daniela Ion, Daniela Cutaș, Liviu Andreescu, „Cercetare sociologică: etica în universități”, în Mihaela Miroiu (coord.), Daniela Cutaș, Ana Bulai, Liviu Andreescu, Daniela Ion, *Etica în universități. Cum este și cum ar trebui să fie: cercetare și cod*, România, Ministerul Educației și Cercetării, 2005, pp. 11–22. Vezi în special pp. 12–15.

două dintre obiectivele discutate și le voi pune în relație cu câteva aspecte ale implementării strategiei. Voi discuta obiectivul clarității și pe cel al consistenței pentru a scoate în evidență câteva caracteristici importante ale planului de implementare. Mai exact, acesta trebuie elaborat în funcție de fiecare segment al actorilor implicați, iar acțiunile proiectate trebuie aplicate continuu.

Obiectivul clarității presupune că fiecare actor implicat în bunul mers al universității este informat în legătură cu cerințele etice. Primul pas pentru atingerea acestui obiectiv este realizarea codurilor de etică ce cuprind aceste cerințe. De exemplu, Universitatea din București funcționează după un cod de etică care a fost revizuit în anul 2020. Totuși, claritatea presupune faptul că actorii implicați cunosc cerințele morale. De aceea, pentru a atinge acest obiectiv este nevoie de diseminarea acestor cerințe etice. În acest sens, cursurile de etică academică ocupă un rol important în implementarea strategiei dacă în cadrul acestora sunt discutate și codurile de etică după care funcționează acea universitate. Însă nu doar studenții trebuie să fie informați, ci toți actorii implicați: cadre didactice, cadre administrative etc. În acest sens, alte soluții de diseminare ar mai fi workshopurile de formare sau distribuirea de materiale educaționale (ghiduri, broșuri și resurse online).

Obiectivul consistenței presupune faptul că membrii conducerii unei universități nu se abat de la normele etice și reprezintă un model pentru ceilalți actori implicați. Observăm, astfel, că, în funcție de obiectivul propus, planul de implementare trebuie să ia în considerare segmentarea actorilor implicați. Obiectivul consistenței vizează în primul rând cadrele de conducere, de aceea și planul de implementare trebuie să propună acțiuni care să vizeze în primul rând acest segment. De exemplu, o acțiune concretă poate fi colectarea de feedback periodic din rândul celorlalte segmente (cadre didactice, cadre administrative, studenți) pentru a avea o imagine clară a consistenței respectării normelor etice de către membrii universității.

7.4. MĂSURAREA

În limbajul folosit în organizații precum corporațiile, regăsim termenul de KPI's (Key Performance Indicators). Și în cazul implementării unei strategii etice, avem nevoie de indicatori de performanță pentru a evalua gradul în care obiectivele au fost atinse. Acești indicatori pot fi măsurați prin colectarea unui feedback constant atât din rândul studenților, cât și din rândul angajaților. Rolul acestor măsurători este acela de evaluare și ameliorare. Să luăm un exemplu simplu în relație cu obiectivul transparenței. Un KPI potențial ar putea fi numărul de sesiuni de training sau workshopuri pe an despre etică și transparență organizate pentru angajați. Acest indicator poate fi măsurat prin numărul de astfel de sesiuni desfășurate și gradul de participare al angajaților.

8. CONCLUZII

În acest articol am vorbit despre importanța unei abordări proactive în construirea unei universități etice. Întrebarea centrală a cercetării a fost „Cum putem crea o universitate morală?” și am oferit un răspuns care se bazează pe virtuțile organizaționale și atitudinea proactivă. Pornind de la aceste două concepte, am ilustrat rolul lor în construirea unei strategii etice: strategia reprezintă o formă de proactivitate sistematică, iar virtuțile organizaționale pot fi operaționalizate ca obiective ale unei strategii etice. Strategia etică necesită claritate în cerințele morale, consistență în aplicarea acestor cerințe și o îmbunătățire continuă. Am subliniat importanța cercetării prealabile pentru identificarea problemelor etice și adaptarea soluțiilor la nevoile specifice ale universității. Planul de implementare trebuie să fie segmentat și să implice toate părțile interesate, iar măsurarea progresului este esențială pentru asigurarea conformității și îmbunătățirea continuă.

Pașii prin care am construit această cercetare au fost următorii: am pornit de la cercetările realizate de Puiu și Ogarca, respectiv de Rossouw și van Vuuren, și am discutat într-un cadru mai conceptual distincția dintre atitudinile reactive și cele proactive în construirea unei strategii etice. Am discutat, de asemenea, care sunt elementele unei strategii etice, definind obiectivele, rolul cercetării, implementarea și măsurarea realizării obiectivelor.

