

Promovarea culturii etice în universități pentru dezvoltarea comportamentului etic

Promoting ethical culture in universities
for the development of ethical behavior

Maria SINACI^{1*}

¹ „Vasile Goldiș” Western University of Arad

* Correspondence: marysinaci@gmail.com

Rezumat: Crearea și promovarea unei culturi etice în instituțiile de învățământ este un demers pe cât de complex, pe atât de necesar în contextul actual. Cultura etică în universități este importantă deoarece influențează comportamentul etic al membrilor comunității academice și poate contribui la dezvoltarea caracterului studenților. Valorile morale, odată asumate, ne ajută să devenim ființe umane mai bune, cu o perspectivă etică asupra deciziilor pe care le luăm, incluzând respectul pentru ceilalți, onestitatea, egalitatea etc. Studiile au demonstrat faptul că standardele morale pot fi îmbunătățite prin educație. Pentru a educa lideri de caracter, universitățile moderne trebuie să asigure atât accesul la educația etică, cât și accesul la un climat etic adecvat. Scopul acestui articol este de a explora cadrul pe care se fundamentează cultura etică în universități și instrumentele care pot contribui la dezvoltarea sa. De asemenea, lucrarea abordează relația dintre cultura etică instituțională și comportamentul etic al studenților după absolvirea studiilor. Articolul susține că o universitate care dezvoltă o cultură etică poate aduce contribuții la dezvoltarea comportamentelor etice și profesionale ale absolvenților.

Cuvinte cheie: educație, valori, cultură etică, cod etic

Abstract: Creating and promoting an ethical culture in educational institutions is as complex as it is necessary in the current context. Ethical culture in the universities is important because it influences the ethical behavior of members of the academic community and can contribute to the development of students' character. Moral values, once assumed, help us to become better human beings, with an ethical perspective on the decisions making, including respect for others, honesty, equality, etc. Studies have shown that moral standards can be improved through education. In order to educate character leaders, modern universities must ensure both access to ethical education and access to an

Citation: Sinaci, M., (2022).

Promovarea culturii etice în universități pentru dezvoltarea comportamentului etic. *Etică și Deontologie*. 2(2), 45-57

<https://doi.org/10.52744/RED.2022.02.03>

Publisher's Note: RED stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright: © 2021 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

appropriate ethical climate. The purpose of this article is to explore the framework on which ethical culture in universities is based and the tools that can contribute to its development. The paper also addresses the relationship between institutional ethical culture and ethical behavior of students after graduation. The article argues that a university that develops an ethical culture can contribute to the development of ethical and professional behaviors of graduates.

Keywords: *education, values, ethical culture, code of ethics*

1. Introducere

Etica și modalitățile de realizare a educației tinerilor a reprezentat o preocupare pentru diferite segmente ale societății (instituții religioase, școală) încă din antichitate, cu anumite fluctuații în unele etape ale istoriei. Ultimele decenii sunt marcate de interesul tot mai crescut pentru domeniul eticii, în mediile educaționale universitare și instituționale, atât din perspectiva metaeticii și eticii normative, cât mai ales a eticii aplicate. Mediul educațional, prin universități și alte instituții sau forme educaționale, joacă un rol important în formarea caracterului tinerilor, al viitorilor lideri care prin activitatea desfășurată pot avea un impact semnificativ asupra societății.

Educația etică și componenta etică în viața mediului academic, ca organizație, au dobândit o atenție tot mai mare, astfel că în prezent interesul multor universități are două direcții: (1) încurajarea studenților de a-și dezvolta capacitățile pentru a duce o viață bună și (2) de a crea și promova o cultură etică la nivel organizațional. Cele două direcții sunt extrem de importante, prima pentru formarea caracterului etic al studenților, cetățenii adulți de mâine, iar a doua pentru că un context instituțional etic, cultura etică, influențează comportamentul/angajamentul etic al membrilor organizației. Valorile etice și principiile pe care se sprijină cultura unei organizații, și implicit a unei universități, pot avea un rol proeminent pentru performanța durabilă a instituției (Solomon, 2004). Studiile au arătat că investițiile instituțiilor în practici etice și încorporarea principiilor etice în cultura organizațională pot reduce costurile și chiar pot crește profitabilitatea prin rezultatele mai puțin negative ale angajaților. Un exemplu în acest sens este oferit de cercetarea care a vizat legătura dintre cultura etică a organizației și absențele din motive de boală. Studiul a relevat faptul că există o percepție ridicată a angajaților referitoare la dreptatea organizațională asociată cu o rată de absență cu până la 48% mai mică (Elovainio et al., 2002). Prin urmare, ar trebui să existe un interes crescut și o orientare către construirea unor organizații capabile să ofere angajaților principii și valori etice comune ca resurse pentru întreaga instituție, importante atât pentru că pot contribui la bunăstarea etică a fiecărui membru, cât și pentru că infuzarea cu aceste valori este avantajoasă pentru organizație, așa cum demonstrează studiile efectuate.

2. Cultură etică vs. climat etic

Definirea culturii organizaționale, care include și cultura etică, cunoaște o gamă largă de conceptualizări, ceea ce dovedește interesul cercetătorilor, manifestat încă din a doua jumătate a secolului trecut, odată cu lucrările lui Pettigrew (1979). Deși paleta definițiilor formulate este bogată, poate fi identificat un element comun, un acord al specialiștilor, și anume cultura organizațională include sensul derivat, ceea ce oamenii înțeleg despre valorile și credințele care se află la baza experiențelor lor de la locul de muncă, din miturile și poveștile pe care le aud (Schein, 2010). Experiențele, cunoștințele și valorile comune ale membrilor sunt conținute în propria istorie a fiecărei comunități. Rolul central al valorilor etice este surprins de Schein (2010) în construcția teoretică a culturii organizaționale, sugerând trei niveluri majore: artefacte observabile, credințe și valori, și ipoteze de bază. Aceste valori, principii și norme constituie repere pentru comportamentele etice ale membrilor organizației, fiind încorporate în ghidurile de conduită. Solomon (2004, p. 1035) subliniază semnificația socială a conceptului de cultură organizațională întrucât membrii organizației participă la dezvoltarea sa, iar „mai presus de toate, valorile împărtășite țin o cultură împreună”.

În cadrul cercetărilor privind etica la nivel organizațional sunt abordate cultura etică și climatul etic. Cele două sintagme sunt utilizate însă adesea la nivelul limbajului comun într-o manieră interschimbabilă, acordându-li-se aceeași semnificație. Pentru a evita orice ambiguitate privind utilizării sensul acestora în lucrarea de față, considerăm necesare câteva precizări pe care le vom face în rândurile următoare.

Deși cultura etică este un concept destul de nou în cercetările din domeniul eticii, constituie o temă de interes în creștere. Cultura etica a fost abordată în cercetările efectuate asupra climatului etic, studiile conducând la ideea că climatul și cultura etică, deși strâns legate, sunt totuși două constructe distincte (Treviño, Butterfield, McCabe, 1998). Începuturile studiilor legate de climatul etic le găsim în anul 1988, când doi cercetători au definit conceptul drept „acele aspecte ale climatului de muncă care determină ceea ce constituie comportamentul etic la locul de muncă” (Victor, Cullen, 1988, p. 101). Cultura etică, pentru Kaptein (2009), înseamnă experiențe și așteptări referitoare la modul în care organizația ar promova etica. Procedurile, instrumentele etice, modul de a rezolva diferite situații, toate acestea sunt încorporate în cultura etică a organizației și ghidează maniera membrilor de a lua decizii etice, previne comportamentele lipsite de etică și încurajează corectarea celor neadecvate. Pe de altă parte, climatul etic definește percepțiile membrilor organizației asupra a ceea ce este un comportament etic, având legătură cu atmosfera și condițiile din organizația în care angajații își desfășoară activitatea (Kaptein, 2009).

În definirea culturii etice există o lipsă de consens în rândul savanților. Într-un sens destul de larg cultura etică organizațională a fost definită drept calitatea etică a unui mediu de lucru care constă din valorile, normele și credințele comune care pot stimula comportamentul etic (Treviño, Weaver, 2003). Unii cercetători o interpretează ca fiind o construcție mai profundă care încorporează și factorii care ghidează îmbunătățirea comportamentului etic în instituție (Heugens et al., 2006). O constatare interesantă îi aparține lui Kaptein, care susține că cultura etică are o relevanță mai mare în explicarea comportamentului neetic. Alți savanți, precum Denison (1996), susțin că cele două concepte nu sunt fundamental diferite. Au fost formulate și opinii, de exemplu Schein (2010), conform cărora climatul etic este un artefact al culturii. Și în cele din urmă menționăm poziționarea autorilor Treviño, Butterfield și McCabe (1998) pentru care cultura etică este un subset al culturii organizaționale ce reprezintă interacțiunea multidimensională între două sisteme: (1) formal – care include politici, leadership, structuri de autoritate, programe de training; (2) informal – comportamentul oamenilor în raport cu normele etice. În lucrarea de față conceptul de cultură etică este utilizat din perspectiva unei construcții care: (1) poate împiedica comportamentul neetic și poate încuraja comportamentul etic; (2) cuprinde experiențele și așteptările liderilor, ale angajaților cu privire la modul în care organizația poate preveni comportamentele neetice; (3) promovează prin diferite instrumente etica în organizație.

De ce ar fi importantă cultura etică într-o organizație și de asemenea necesară promovarea ei? Studiile efectuate de cercetători au adus în atenție câteva aspecte care evidențiază rolul culturii etice pentru soliditatea și stabilitatea organizației. Astfel, cultura etică influențează pozitiv imaginația morală, sensibilitatea etică și are legătură cu judecata etică (Valentine, Barnett, 2007). Totodată este asociată cu justiția organizațională, responsabilitatea socială, eficiența organizațională, angajament și satisfacție, bunăstarea angajaților și încrederea organizațională. Cultura etică contribuie la întărirea sentimentului de încredere și protejează membrii organizației în situațiile în care o persoană își hărțuiește sau discriminează un coleg.

3. Măsurarea culturii etice în organizații

Fiecare organizație educațională își fundamentează activitatea pe un set de valori și principii etice, „acele fire roșii instituționale” din care sunt derivate normele, regulile care ghidează dezvoltarea unei culturi etice. Cum poate fi însă măsurat nivelul culturii etice într-o instituție? O problemă semnalată de specialiști se referă la faptul că există puține instrumente pentru cercetarea aspectului etic al organizațiilor. În principal, au fost folosite trei scale pentru a măsura cultura etică, nu doar separat, ci uneori împreună sau chiar mixate, la care ne referim esențializat în rândurile

următoare. Acest tip de abordare oarecum amestecat și cu o coerență scăzută a făcut destul de dificilă determinarea nivelului culturii etice, astfel încât interpretarea rezultatelor evaluării s-ar putea afla sub semnul întrebării.

Mayer (2014) prezintă rezumativ trei tipuri de conceptualizări ale culturii etice pe care le menționăm esențializat în rândurile următoare: (1) Corporate Ethical Value (CEV); (2) Ethical Culture Index (ECI); (3) Corporate Ethical Virtues model (CEV). Prima scală pentru cercetarea culturii etice organizaționale a fost dezvoltată de Hunt, Wood și Chomko (1989), cu cinci itemi, care măsoară valorile etice corporative (CEV – Corporate Ethics Value), evidențiind că aspectul important al culturii etice a instituției este dat de valorile sale etice. Corporate Ethics Value sunt definite de Hunt et al. (1989, p. 90) drept „valori care ajută la stabilirea și menținerea standardelor care delimitează lucrurile «corecte» de făcut de lucrurile care «merită făcute»”. Măsurarea prin cei cinci itemi se focusează pe comportamentul etic al managerilor și este o scală utilizată cu precădere în studiul culturii etice, nu a climatului etic. Întrucât are doar cinci itemi, evaluările cu ajutorul acestei scale au fost considerate destul de limitate din perspectiva aspectelor evidențiate la nivelul culturii etice instituționale.

O altă scală a fost dezvoltată de Treviño et al. (1998), indicele culturii etice (ECI – Ethical Culture Index), care conține 21 de itemi utilizați pentru a evalua mediul etic, obediența față de autoritate și implementarea codului. Acestea au fost gândite ca trei dimensiuni ale culturii etice. Mai apoi cei 21 de itemi ai culturii etice au fost mixați cu 26 itemi din chestionarul climatului etic elaborat de Victor și Cullen (1988). Aceasta a reprezentat prima încercare de a cerceta variabilele climatului etic și culturii etice într-un singur studiu.

Al treilea chestionar a fost elaborat de Kaptein (2008), pornind de la teoria eticii în afaceri a lui Solomon, bazată pe virtuți, conform căreia indivizii și organizațiile posedă virtuți care stimulează comportamentul etic și previn comportamentul lipsit de etică. Modelul virtuților etice corporative (CEV- Corporate Ethical Virtues model) conține 58 de itemi și vizează șapte virtuți cheie organizaționale, distincte în cultura etică: claritatea, congruența, fezabilitatea, suportabilitatea, transparența, discutabilitatea și sancționabilitate (clarity, congruency, feasibility, supportability, transparency, discussability, and sanctionability). Aceste virtuți sunt definite de autor drept „condiții organizaționale pentru conduita etică; ele reflectă capacitatea organizației de a stimula conduita etică a angajaților” (p. 924). Scala propusă de Kaptein are avantajul că este gândită ca o măsurare multidimensională a culturii etice, fiind și validată. De asemenea, cercetarea efectuată cu ajutorul acesteia permite studiul virtuților separat, ceea ce poate oferi indicii legate de punctele tari/punctele slabe și cultura etică a organizației în ansamblu. În funcție de rezultatele obținute, ulterior, organizația poate avea în atenție doar unele aspecte ale virtuților, preocupările fiind îndreptate asupra celor care este necesar a fi dezvoltate.

4. Cultura etică și organizațiile educaționale

Deși cultura etică a unei organizații este considerată a fi o componentă importantă, dacă nu cumva cea mai importantă (Kaptein, 2011), iată că studiile specifice îndreptate spre sistemele educaționale sunt destul de puține. Cercetările efectuate s-au concentrat îndeosebi pe climatul educațional și mult mai puțin pe cultura etică. Dacă ne referim la mediul educațional, într-un sens larg, cultura etică are legătură cu modul în care membrii organizației gândesc sau acționează în situații care implică componenta etică, care sunt sau nu conforme cu comportamente etice sau neetice. Tot Kaptein (2011) afirma că o cultură etică în organizațiile educaționale ar putea fi înțeleasă ca un rezultat al interacțiunii dintre sistemele formale, reprezentate de politici educaționale, coduri de etică, și informale, precum norme etice, comportamente ale angajaților, contribuind astfel atât la promovarea eticii în instituție, cât și a comportamentului etic în rândul membrilor organizației.

Cultura etică a unei universități este importantă deoarece influențează atât comportamentul etic al membrilor din instituția academică, cât și dezvoltarea caracterului acestora, în mod deosebit al studenților. O consecință importantă a nivelului ridicat de cultură etică într-o instituție ar putea viza prevenirea fraudei științifice/academice în rândul studenților. Comportamentele tinerilor din anii studenției, care au un rol formativ pentru ei, pot fi considerate ulterior standarde demne de a fi perpetuate. Este esențial pentru ei și pentru societate ce comportamente vor repeta ulterior, dacă ținem cont de afirmația conform căreia standardele etice personale reprezintă una din cauzele care promovează corupția (Rose-Ackerman, Palifka, 2016). De aceea, educația etică este un element cheie pentru promovarea unei culturi etice în organizațiile educaționale și pentru dezvoltarea unor comportamente etice în rândul studenților.

Universitățile ar trebui să asigure, pe lângă formarea profesională a tinerilor, și un cadru de dezvoltare morală a acestora, deoarece educația profesională nu poate fi separată de formarea morală. Dezvoltarea comportamentului profesional etic, onestitatea și integritatea personală dau sens întregului demers academic de formare al studenților. Introducerea disciplinei *Etică și integritate academică* în învățământul superior din România este un pas înainte, un demers necesar care poate contribui la diminuarea practicilor necinstite în rândul studenților, precum copierea la examene, plagierea, tendința spre corupție. Demersul acesta considerăm că ar trebui dublat de preocuparea universităților pentru a oferi un context educațional orientat spre formarea caracterului moral al tinerilor prin livrarea unor valori și standarde personale care să reprezinte pentru ei o „busolă etică”, suplimentar față de ceea ce se oferă prin cursul menționat.

Relevanța educației etice a tinerilor în perioada studiilor universitare, pentru societate și activitatea ulterioară a acestora, este evidențiată de studiile efectuate în ultimii ani în această direcție, studii prin care cercetătorii au încercat să determine în ce măsură necinstea din facultate ar putea fi transferată în activitatea profesională. Astfel, Orosz et al. (2018) a realizat un studiu folosind date din 40 de țări și a găsit că există o relație puternică între înșelăciunea auto-raportată la examene și nivelul indicelui de percepție a corupției al unei țări. Alte studii (Laduke, 2013; Harding et al., 2004; Nonis, Swift, 2001; Ballantine et al., 2014) au evidențiat faptul că studenții care sunt implicați în comportamente lipsite de etică și activități necinstite în mediul academic au mai multe șanse de a dezvolta ulterior comportamente incorecte, inclusiv în viața profesională. Studiul lui Randi L. Sims (1993) a condus la constatarea că „subiecții care au recunoscut că s-au implicat într-o gamă largă de activități academice necinstite au recunoscut și o gamă largă de activități necinstite legate de muncă. În plus, acei subiecți care s-au implicat în comportamente necinstite considerate grave la facultate, s-au implicat și în comportamente necinstite considerate grave la locul de muncă” (p. 207). Necinstea studenților în facultate poate indica diferite comportamente incorecte la locul de muncă, așa cum rezultă din diferite studii. Astfel, un student care a copiat sau a folosit modalități incorecte pentru a obține note mai bune la facultate are mai multe șanse de dezvoltare comportamente lipsite de etică asemănătoare la locul de muncă (Hsia, Yang, 2011). Înșelăciunea este considerat un indicator mai relevant al comportamentelor deviante și totodată are legătură cu utilizarea abuzivă a proprietății la locul de muncă (Graves, Austin, 2008). Prin urmare, rezultatele obținute de studiile menționate ne pot conduce la constatarea că aceste convingeri și practici legate de necinste, înșelăciune tind să fie transferate din facultate la locul de muncă. Cercetarea efectuată de Harding et al. (2004) confirmă acest lucru în sensul că majoritatea studenților care în perioada studiilor universitare au avut comportamente lipsite de etică, prin necinste, înșelăciune, au luat decizii similare când au ajuns la locul de muncă.

Considerăm deosebit de relevante rezultatele obținute în cadrul cercetărilor menționate în rândurile de mai sus. Există o mare probabilitate ca studentul care practică necinstea academică, comportamentele neetice în facultate, să le perpetueze mai apoi în domeniul profesional și în relațiile sociale. Consecințele necinstei academice pot fi foarte grave în raport cu valorile sociale deoarece persoane lipsite de o pregătire temeinică, ocupă locuri de muncă fără a avea cunoștințele și abilitățile necesare, certificate însă de documentele de absolvire a studiilor de specialitate.

Ne putem întreba, în mod firesc, în ce măsură educația etică, cultura organizațională, comunitatea ar putea influența comportamentele necinstite mai sus menționate. Cercetările au evidențiat faptul că nivelul de intensitate al necinstei poate fi moderat de sensibilitatea instituțională și socială față de necinste. Astfel, condițiile

percepute de către tineri în mediul academic și la locul de muncă au un potențial puternic de a induce sau de a reduce comportamentele necinstite. Dacă avem în atenție educația etică în rândul tinerilor, analiza a patru studii efectuată de Weber în anul 1990 conduce la constatarea că trei din cele patru studii au evidențiat o schimbare pozitivă a raționamentului etic ca urmare a educației etice. Alți cercetători, precum Burton et al. (1991), au arătat de asemenea că există o creștere a conștientizării etice în raport cu grupul de control. Prin urmare, cu cât organizațiile acordă mai multă atenție culturii etice bazată pe integritate, și urmăresc dezvoltarea ei, cu atât studenții tind să se comporte într-o manieră mai etică (Guerrero-Dib et al., 2020).

Promovarea și dezvoltarea culturii etice în universități prin educația etică a studenților și încurajarea comportamentelor etice chiar în timpul studiilor universitare considerăm că este deosebit de importantă pentru: bunăstarea etică a întregului context academic; dezvoltarea unei perspective etice pentru luarea deciziilor bazate pe principii aplicabile în contexte mai largi; dezvoltarea caracterului moral și a comportamentelor bazate pe cinste, care, conform rezultatelor studiilor menționate, au șanse să fie transferate de către studenți în viața profesională. Și, în cele din urmă, pentru că absolvenții cu un caracter moral și comportamente corecte pot fi profesioniștii și cetățenii care ar putea contribui la diminuarea indicelui de corupție la nivel de țară.

5. Instrumente de promovare a culturii etice

5.1 Codurile etice

Codurile etice, instrumente a căror origine o găsim în perioada antichității, conțin obligații și avertismente, dar totodată oferă o anumită viziune despre ceea ce membrii unei comunități sau organizații ar trebui să realizeze din perspectiva comportamentului la nivel instituțional. Deoarece aceste coduri sunt scrise pentru a ghida comportamentul, orice analiză finală despre impactul lor asupra instituției trebuie să includă referiri cu privire la modul în care afectează comportamentul angajaților. Importanța codurilor etice pentru dezvoltarea instituțiilor rezidă din faptul că: (1) pot oferi un cadru privind îndeplinirea responsabilităților profesionale de către membrii organizației; (2) pot articula clar comportamente considerate inacceptabile; (3) pot fi utile, fiind recunoscută utilizarea lor pentru prevenirea corupției; (4) exprimă angajamentele instituției față de un set specific de standarde morale. De asemenea, codurile pot furniza mândria apartenenței unei persoane la o organizație sau un grup profesional.

Scopul codurilor etice ține de ghidarea comportamentului membrilor unei organizații. Unii cercetători pun la îndoială necesitatea acestor coduri, argumentul fiind că oricum oamenii „buni” ar trebui să știe cum să se comporte, cum să acționeze la nivel organizațional fără aceste îndrumări. Un aspect care trebuie precizat este însă

că aceste coduri etice nu sunt elaborate pentru oamenii „răi”. Pe de altă parte, în mod obișnuit, angajații nu sunt profund imorali, însă pot exista unele tentații spre comportamente lipsite de etică, de exemplu spre corupție, sau o anumită confuzie în privința alegerii unei căi corecte, virtuozitate de acțiune. Prin urmare, codurile etice nu sunt destinate oamenilor „răi”, nici nu fac din oamenii „răi”, oameni „buni”, dar pot avea o influență importantă, demonstrabilă, asupra comportamentului membrilor unei organizații. J. Lichtenberg a subliniat acest lucru: „Când tentațiile sunt semnificative, când prețul aderării (în termeni, de exemplu, de sacrificiu pentru interesele noastre) este mare, atunci când consecințele sociale ale încălcării (rănirea altora) sunt relativ ușoare, când costurile încălcării sunt scăzute – în astfel de circumstanțe este ușor a fi condus să faci ceea ce ar trebui să faci...” (1996, p. 17).

Codurile de etică au capacitatea de a concentra membrii organizației asupra acțiunilor care au ca rezultat realizarea lucrurilor „potrivite” din motive „potrivite”, astfel încât comportamentul etic devine un obicei. Prin aceasta, dar nu numai, codurile etice contribuie la dezvoltarea culturii etice în instituție. Există și alte căi prin care codurile pot modela cultura etică, pe care le abordăm în rândurile următoare.

Codul de etică a unei organizații oferă un cadru comportamental care inspiră prin misiune și scop și angajează membrii organizației în desfășurarea unei activități bazată pe valori într-un mediu de încredere. Acest instrument este printre primele, dacă nu chiar primul document pe care noii membri îl citesc când intră într-o organizație, și de această dată ne referim explicit la studenți sau cadre didactice care se angajează într-o universitate. Prin codul de etică noilor veniți li se comunică normele etice, principiile și valorile de bază ale organizației, precum și așteptările comunității academice în ceea ce privește comportamentele viitoare.

O altă modalitate de utilizare a codului etic ca instrument de îmbogățire a culturii etice este prin transmiterea unor mesaje clare despre importanța comportamentelor etice și a modului în care fiecare persoană poate contribui la acest demers, pentru construirea unei comunități etice și a unui climat de încredere. Codul etic este, în opinia noastră, fundamental pentru crearea și dezvoltarea culturii etice bazate pe valori, un document care comunică standardele etice ale universității. Comunicarea eficientă a principiilor și standardelor etice ale instituției și explicarea modului în care valorile influențează procesul de luare a deciziilor contribuie într-un mod semnificativ la creșterea performanței instituționale bazate pe valori. De asemenea, codul de etică menține o atmosferă de lucru bazată pe încredere și oferă resurse pentru alegerea unei atitudini adecvate în situațiile în care apar comportamente incorecte. Prin urmare, codurile etice codifică cultura etică, o oficializează și o susțin. Pentru a fi eficiente, codurile etice trebuie să fie clare, relevante și corelate cu activitățile membrilor organizației, oferind siguranță și încredere.

5.2 Trainingul etic

Cultura etică a unei organizații nu poate fi susținută fără codurile de etică și nici menținută fără o consolidare periodică, ceea ce necesită comunicare și instruire. Din această perspectivă activitățile de formare în domeniul eticii sunt deosebit de utile. Considerăm chiar că formarea etică a membrilor ar trebui să fie o componentă esențială pentru o organizație. Dezvoltarea comportamentului etic necesită un antrenament care provoacă gândirea, direcționat atât la nivel individual, cât și organizațional. Valorile individuale trebuie luate în considerare în contextul sistemului organizațional, ceea ce face ca beneficiile activităților de formare să vizeze pe de o parte persoanele, care înțeleg mai bine organizația, și pe de altă parte organizația în sine, care este îmbogățită cu o nouă gândire (Schein, 2010). Ne putem întreba însă la ce ar mai putea servi formarea etică în condițiile în care valorile individuale sunt durabile și au legătură cu comportamentele despre care o persoană crede că sunt acceptabile. Și, evident, dacă aceste valori sunt asumate înainte de a fi membru al unei organizații, mai poate servi vreunui scop formarea etică? Pe lângă acestea, autori precum Cameron și Quinn (2011) susțin că valorile și trăsăturile de personalitate se schimbă rareori semnificativ.

Participarea membrilor organizației academice la traininguri de formare etică le oferă noi perspective pentru a modifica importanța adesea relativă a valorilor individuale asumate și poate accentua conștientizarea de sine din punct de vedere etic. Pentru ca o anumită schimbare să fie eficientă, programele de formare etică ar trebui să-i ajute pe participanți, studenți și cadre didactice, să-și cunoască vulnerabilitățile etice, ceea ce va avea un impact și asupra procesului de luare a deciziilor. Formarea etică nu trebuie să se concentreze atât de mult pe acte specifice de abatere, cât pe oferirea unor metode prin care cursanții, prin antrenament etic, să transforme procesul zilnic de luare a deciziilor într-un obicei etic. Acesta ar fi un prim pas. Instruirea participanților pentru a fi capabili să-și evalueze propriile procese de luare a deciziilor poate reprezenta pasul următor în programul de formare etică. Eficiența acestei componente rezidă din faptul că prin cuplarea luării deciziei cu feedback-ul aferent, ar crește impactul și aprecierea pentru implicațiile etice ale deciziilor luate de către o persoană (Bazerman, Tenbrunsel, 2011). În acest context este necesar să se clarifice conduita adecvată și conduita greșită, stabilirea cu claritate a ceea ce este comportament corect pentru organizația educațională (Price, 2004). Un alt aspect important este cel care vizează clarificarea prioritizării valorilor, atât organizaționale, cât și personale.

6. Concluzie

Dezvoltarea unei culturi etice în comunitățile academice influențează sensibilitatea etică, responsabilitatea, angajamentul și încrederea organizațională a

membrilor acesteia. Educația pentru formarea competențelor profesionale ale studenților ar trebui dublată de un cadru de dezvoltare morală prin cursuri de etică, training etic și asigurarea unei culturi etice în organizație. Cultura etică dintr-o universitate influențează atât comportamentul etic al membrilor din instituția academică, cât și dezvoltarea caracterului acestora, în mod deosebit al studenților. O consecință importantă a nivelului ridicat de cultură etică într-o instituție ar putea viza prevenirea fraudei științifice/academice în rândul studenților. Comportamentele tinerilor din anii studenției, care au un rol formativ pentru ei, pot fi considerate ulterior standarde demne de a fi perpetuate. Studiile au demonstrat că există o mare probabilitate ca studentul care practică necinstea academică, comportamentele neetice în facultate, să le perpetueze mai apoi în domeniul profesional și în relațiile sociale, consecințele putând fi foarte grave în raport cu valorile sociale.

Un alt instrument prin care poate fi promovată cultura etică sunt este codul etic. Acest document oficializează și poate modela cultura etică a unei universități. Codul etic este fundamental pentru crearea și dezvoltarea culturii etice bazate pe valori. Totodată menține o atmosferă de lucru bazată pe încredere și oferă resurse pentru alegerea unei atitudini adecvate în situațiile în care apar comportamente incorecte. Pentru consolidarea culturii etice în organizațiile educaționale este imperativă organizarea unor traininguri de etică. Un program mai cuprinzător de formare etică trebuie să includă atât studenții, cât și liderii, cadrele didactice, cercetătorii și personalul administrativ al universității. Congruența valorilor individuale și cultura etică sunt factori care prezic succesul unei organizații (Cameron, Quinn, 2011).

Referințe

- Ballantine, J. A., Guo, X., Larres, P. (2018). Can future managers and business executives be influenced to behave more ethically in the workplace? The impact of approaches to learning on business students' cheating behavior. *Journal of Business Ethics*, 149(1), 245–258.
- Ballantine, J. A., McCourt Larres, P., Mulgrew, M. (2014). *Determinants of academic cheating behavior: The future for accountancy in Ireland*. Accounting Forum, 38(1), 55–66.
- Bazerman, M. H., Tenbrunsel, A. E. (2011). *Blind Spots: Why We Fail to Do What's Right and What to Do About it*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Burton, S., Johnston, M. W., Wilson, J. E. (1991). An experimental assessment of alternative teaching approaches for introducing business ethics to undergraduate business students. *Journal of Business Ethics*, 10, 507–517.
- Cameron, K. S., Quinn, R. E. (2011). *Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework* (3rd ed.). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Elovainio, M., Kivimäki, M., Vahtera, J. (2002). Organizational justice: Evidence of a new psychosocial predictor of health. *American Journal of Public Health*, 92, 105–108.
- Graves, S. M., Austin, S. F. (2008). Student cheating habits: A predictor of workplace deviance. *Journal of Diversity Management*, 3(1), 15–22.
- Guerrero-Dib, J. G., Portales, L., Heredia-Escorza, Y. (2020). Impact of academic integrity on workplace ethical behaviour. *International Journal for Educational Integrity*, 16(1), 1.
- Harding T.S., Passow, H.J., Carpenter, D.D., Finell, C.J. (2004). An examination of the relationship between academic dishonesty and professional behavior. *IEEE Antennas and Propagation Magazine*, 46(5), 133–138.
- Harding, T. S., Carpenter, D. D., Finelli, C. J., Passow, H. J. (2004). Does academic dishonesty relate to unethical behavior in professional practice? An exploratory study. *Science and Engineering Ethics*, 10(2), 311–324.
- Heugens, P. P., Kaptein, M., van Oosterhout, J. H. (2006). *The ethics of the node versus the ethics of the dyad? Reconciling virtue ethics and contractualism*. Organization Studies, 27, 391–411.
- Hsiao, C. H., Yang, C. (2011). The impact of professional unethical beliefs on cheating intention. *Ethics & Behavior*, 21(4), 301–316.
- Hunt, S.D., Wood, V.R., Chonko, L.B. (1989). Corporate ethical values and organizational commitment in marketing. *Journal of Marketing*, 53, 79–90.
- Kaptein, M. (2011). Understanding unethical behavior by unraveling ethical culture. *Human relations*, 64(6), 843–869.
- Kaptein, M. (2009). Ethics programs and ethical culture: A next step in unraveling their multi-faceted relationship. *Journal of Business Ethics*, 89, 261–281.
- Kaptein, M. (2008). Developing and testing a measure for the ethical culture of organizations: The corporate ethical virtues model. *Journal of Organizational Behavior*, 29, 923–947.
- Laduke, R.D. (2013). Academic dishonesty today, unethical practices tomorrow? *Journal of Profesional Nursing*, 29 (3), 402–406.
- Lichtenberg, J. (1996). *What Codes of Ethics Are For?* În Margaret Coady, Sidney Bloch (eds.), *Codes of Ethics and the Professions*. Melbourne: Melbourne University Press, 1996.
- Mayer, D. M. (2014). *A review of the literature on ethical climate and culture*. În B. Schneider, K. M. Barbera (Eds.), *The Oxford handbook of organizational climate and culture*. New York: Oxford University Press.
- Orosz G, Tóth-Király I, Bóthe B, Paskuj B, Berkics M, Fülöp M, Roland-Lévy, C. (2018). Linking cheating in school and corruption. *Revue Européenne de Psychologie Appliquée*, 68(2), 89–97.
- Pettigrew, A. M. (1979). On Studying Organizational Cultures. *Administrative Science Quarterly*, 24(4), 570–581.
- Price, T. L. (2004). *Explaining Ethical Failures of Leadership*. În J. B. Ciulla (Ed.), *Ethics, The Heart of Leadership*. Westport, CT: Praeger Publishers.

- Rose-Ackerman S., Palifka, B.J. (2016). *Corruption and government: causes, consequences, and reform*, 2nd edn. New York: Cambridge University Press.
- Nonis, S., Swift, C. O. (2001). An Examination of the Relationship Between Academic Dishonesty and Workplace Dishonesty: A Multicampus Investigation. *Journal of Education for Business*, 77(2), 69-77.
- Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership*. San Francisco: Wiley.
- Sims, R. L. (1993). The Relationship Between Academic Dishonesty and Unethical Business Practices. *Journal of Education for Business*, 68(4), 207-211.
- Treviño, L., Weaver, G. (2003). *Managing ethics in business organizations: Social scientific perspectives*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Treviño, L. K., Butterfield, K. D., McCabe, D. L. (1998). The ethical context in organizations: Influences on employee attitudes and behaviors. *Business Ethics Quarterly*, 8, 447-476.
- Valentine, S., Barnett, T. (2007). Perceived organizational ethics and the ethical decisions of sales and marketing personnel. *Journal of Personal Selling & Sales Management*, 27, 373-388.
- Victor, B., Cullen, J. B. (1988). The organizational bases of ethical work climates. *Administrative Science Quarterly*, 33(1), 101-125.
- Weber, J. (1990). Measuring the impact of teaching ethics to future managers: A review, assessment, and recommendations. *Journal of Business Ethics*, 9, 183-190.