

CEPRAGA LUCIA
doctor, conferențiar universitar

ETICĂ
ȘI
COMUNICARE

Suport de curs
la unitatea de curs *Etică și comunicare*,
programul de master: *Leadership și instruire*

UPSC

Motto:

*„Valoarea unui om nu este dată de cunoștințele lui,
fie acestea oricât de vaste,
ci de morala care-l călăuzește în viață,
de idealul ce-l însuflă, și
de caracterul ce-l propulsează către
autoperfecționarea neîncetată și progresivă”.*

(V. Goldiș)¹

¹apud MARȚIAN, Iovan. *Valorile etice, sensul vieții omului și comunităților umane, în concepția lui Vasile Goldiș* // https://www.ccja.ro/ccja/analele-aradului/pdf/034_Martian_Iovan_Valorile_etice_sensul_vietii_omului_si_comunitatilor_umane_in_conceptia_lui_Vasile_Goldis.pdf ,

INCURSIUNI ÎN ȘTIINȚA ETICII

Introducere

***„Din punctul de vedere al legii,
un om este vinovat atunci când încalcă drepturile celorlalți.***

***Din punctul de vedere al eticii,
este vinovat când doar se gândește să facă așa.”***

(Immanuel Kant)

Provocările și realitatea în continuă schimbare ne obligă să depunem permanent eforturi pentru a obține rezultate mai bune. De facto, fiecare dintre noi, conștient sau mai puțin conștient, tinde să fie un model pentru cineva. Prin activitățile întreprinse încercăm să fim un exemplu pentru cei din jur. Valorile noastre, ceea ce considerăm dezirabil și acceptabil, ceea ce prezintă importanță pentru noi, se reflectă în propria noastră activitate, atitudine și conștiință. Altfel spus, valorile fundamentale reprezintă busola ce ne ghidează în conturarea normelor de comportament etic. Or, etica este fundamentată pe principiile și standardele care ar trebui să guverneze relațiile sociale dintre indivizi și organizații. Ea constituie o permanență a vieții noastre spiritual-umane, un domeniu de reflecție care privește valorile și finalitățile acțiunilor umane.

Etica ne ajută să reflectăm asupra normelor, regulilor practice, să respectăm anumite principii morale în raporturile noastre cu toți ceilalți. Respectiv, acest domeniu de reflecție este deosebit de variat și schimbabil deoarece acțiunile omului se bazează pe diferite tipuri de norme și valori, care, pe alocuri, se opun sau se contrazic.

O etică sănătoasă reprezintă însăși esența unei societăți civilizate. Etica reprezintă temelia pe care se fundamentează toate relațiile noastre interpersonale. Etica se prezintă drept un ansamblul de relații etalate față de patroni, față de angajați, de colegi, de clienți, de subordonați, de furnizori, față de comunitatea în care ne aflăm și chiar unii în raport cu alții. Etica nu se referă la legăturile pe care le avem cu alte persoane, noi toți stabilim niște raporturi unii față de alții, ci la calitatea acestor legături. Rolul eticii este să ajute oamenii și instituțiile să decidă ce este mai bine să facă, ce criterii să aleagă și care le sunt obligațiile morale în acțiunile lor.

„Dacă vrei să comunici cu oamenii, definește termenii”

(Goethe)

Termenul **ETICĂ** provine din grecescul „*ethos*”, care însemna, a priori, *casă comună, reședință*, a posteriori, „*fel de a gândi*”, „*caracter*”, „*morav*”, „*cutumă*”, „*obicei*”. Etica, în îndelungata sa istorie, a fost definită foarte divers. În literatura de specialitate, este prezentată drept „disciplină filozofică care studiază problemele teoretice și practice ale moralei; în vorbirea curentă, termenul de *etică* se utilizează adesea și în sens de *morală*”. Astfel, pe de o parte, „etica este știința care studiază principiile morale, originea, natura, esența, dezvoltarea și conținutul lor”, iar, pe de altă parte, „etica reprezintă ansamblul de reguli, valori și norme morale care reglementează comportamentul persoanelor în societate sau/și determină obligațiile acestora, în general, sau într-un anumit domeniu de activitate, în particular”. Etica semnifică „*știința binelui și a răului*”.²

În viziunea autorului Dan Crăciun, etica promovează anumite valori (cinste, dreptate, corectitudine, echitate, imparțialitate, bunătate, mărinimie etc.) și încearcă să facă respectate anumite norme. În context, autorul prezintă o definiție mai puțin formală, din care rezultă că *etica* reprezintă „ansamblul de valori și norme care definesc, într-o anumită societate, omul de caracter și regulile de comportare justă, demnă și vrednică de respect, a căror încălcare este blamabilă și vrednică de dispreț.”³.

Sintetizând, reiterăm că etica este o știință filosofică ce studiază morala ca una din cele mai importante laturi ale existenței umane și sociale ce examinează esența, natura și structura moralei, este o sferă a cunoașterii, o tradiție intelectuală. **Etica** se prezintă drept:

- **știință a comportamentului, moravurilor;**
- **studiu teoretic al principiilor morale care guvernează problemele din viața socială;**
- **ansamblu de reguli de conduită morală urmate de o persoană sau un grup, fundamentate de distincția între bine și rău;**
- **disciplină de studiu etc.**

² apud IAMANDI, Irina-Eugenia. *etică și responsabilitate socială corporativă în afacerile internaționale*. Suport de curs. – București, 2012

³ CRĂCIUN, Dan. *Curs de Etică în Afacerile Economice Internaționale*, REI, 2004

Termenul de *MORALĂ* (< latinescul *mos, moris – obicei, caracter...*), în viziunea lui Filip Iamandi, desemnează un ansamblu de reguli cărora indivizii trebuie să se conformeze în calitate de membri ai societății.

Morala ca totalitate de convingeri, atitudini, deprinderi, sentimente, norme, reguli, determinate istoric și social, reglementează comportamentul și raportul indivizilor între ei, precum și între ei și colectivitate, familie, societate, națiune etc. în tendința de a stabili un comportament dezirabil, morala reclamă un șir de categorii precum: bine, rău, datorie, dreptate, nedreptate etc., dar și un ansamblu de principii imuabile, standarde, reguli a căror respectare depinde de conștiința indivizilor și de opinia publică. Având în vedere că, în mare parte, comportamentele umane conțin probleme morale, axate pe judecăți de valoare precum *bunătate, răutate, corectitudine, incorectitudine, dreptate, nedreptate* etc., putem susține că morala ca și teorie etică integrează valori și prescripții admise într-un cadru social-istoric determinat.

N.B.! *Morala este obiectul principal al eticii.*

Morala depinde de condițiile existențiale ale unei anumite comunități umane și nu poate avea un caracter abstract, general valabil, fiind mai degrabă caracterizată de relativitate; cu toate acestea, de-a lungul istoriei, de la un tip de societate la altul, rămân valabile numeroase imperative morale, precum: „*Să nu ucizi!*”, „*Să nu furi!*”, „*Să nu minți!*”, „*Să-ți respecti cuvântul dat!*”, care nu țin de o anumită epocă, ci de caracterul omului, de ființa posesoare de rațiune și de conștiința de sine, fiind considerate *norme generale sau universale*.

Deși există cercetători care plasează pe poziții de sinonimie termenii *etică* și *morală*, totuși majoritatea disting etica de morală, în acest fel: *morala* se referă la comportamentul uman văzut prin prisma valorilor (de bine și rău, drept-nedrept etc.), iar *etica* se referă la studiul a tot ceea ce intră în această arie a valorilor și normelor morale în acțiune. *Morala*, spre deosebire de etică, are o semnificativă componentă emoțională. *Etica*, la rândul ei, implică mai multă detașare, explorarea și acceptarea modurilor de viață alternative. A se reține că acceptarea eticii nu cere abandonarea moralei private, ci considerarea celorlalte principii și norme morale ca alternative posibile în diferite contexte. Altfel spus, etica este o abordare rațională a moralei.

În temeiul celor prezentate supra etalăm cele două teorii cu privire la înțelegerea conceptelor de etică și morală:

1. *Teoria similarității* – cei doi termeni au înțeles similar

2. **Teoria complementarității** – cei doi termeni cu toate că se referă la același domeniu al vieții sociale au semnificație diferită, dar completându-se reciproc.

În filosofia contemporană, însă, interpretarea *eticii* ca *știință despre morală* a devenit predominantă. Totodată s-a conturat perspectiva că termenul *morală* este legat de viața privată. Respectăm morală în viața privată și etică în viața publică (politică, civică, profesională).

În globo, etica, morală și deontologia se referă la ceea ce este „*drept*”, „*corect*”, „*just*”. Din acest considerent, *etica* și *morală* sunt adesea asociate cu *deontologia*.

Termenul **DEONTOLOGIE** (< grecescul „*deon*” – ceea ce trebuie, ce se cade, ce se cuvine, pe scurt, *datorie*, *obligație*, iar „*logos*” – studiu, teorie, disciplină de studiu) desemnează normele de conduită și obligațiile etice din cadrul unei profesii și aplică anumite norme morale particulare. Într-o altă formulare, deontologia desemnează teoria datoriei, mai exact, teoria îndatoririlor, deci a obligațiilor conștientizate, interiorizate, asumate, în baza cărora omul are a se manifesta.

Deontologia, ca știință particulară, desprinsă din etică, reprezintă „teoria datoriei morale; morală profesională; teoria datoriei și drepturilor în exercitarea unei profesii, fiind axată pe morală și moralitate, antrenează și elemente de legalitate”

În contextul preocupărilor teoretico-filosofice de cristalizare a unei linii de luptă împotriva tradiționalismului și conservatorismului cultural și moral, s-a născut în gândirea etică a timpului „*deontologia*”, o știință nouă a moralei, pusă să sintetizeze o nouă viziune asupra eticii, ancorată cât mai deplin în cercetările de tip utilitarist. Inclusă în literatura de specialitate de J. Bentham, concepția „*deontologiei*” a fost ulterior amendată substanțial de contemporani sau succesori, până când, odată cu consolidarea marilor linii de cercetare ale filosofiei contemporane, tema a fost trecută pe linia unor tematizări de mare finețe de natură logică, epistemologică, interdisciplinară.

Deontologia a rămas, în practica socială, ca o „instanță romantică” a personalității elitelor culturale, ca un „prag de jos” al moralității, asumat conștient de comunități culturale și profesionale de elită, ca o „minimă rigoare morală”, percepută ca absolut necesară în condițiile exploziei libertății de mișcare și acțiune provocate de cultura liberalistă a secolului nostru.

Cu toate că deontologia a fost fundamentată, conceptual, în utilitarism, filosofia morală contemporană marchează o cotitură radicală în utilizarea conceptului, prin reevaluarea etimologiei

acestui și punerea lui în opoziție ireductibilă cu același curent care i-a dat naștere. O asemenea reevaluare a fost preluată, deja, așa cum am văzut, de către autorii de enciclopedii sau dicționare de specialitate, astfel încât asumarea lui de către filosofi se face, de cele mai multe ori, de pe noua poziție în care s-a consolidat: etica bazată pe norme, pe ideea de datorie, anterioară oricăror scopuri determinate utilitarist, deci în opoziție cu etica teleologică.

Opoziția *deontologic-teleologic* reprezintă în prezent un model teoretic aproape unanim acceptat de utilizare a conceptului de deontologie. Filosofii numesc aceste perspective „deontologice” (*deon* în limba greacă însemnând *datorie*) și le opun celor „teleologice” (de la cuvântul *telos*, care în limba greacă înseamnă *scop*). Revizuirea, restructurarea orientării filosofice utilitariste o datorăm prioritar filozofului american, William Frankena, dar și multor altor filosofi ai moralei. În ce-l privește pe William Frankena, acesta dezvoltă o amplă cercetare asupra teoriilor etice normative, punând accentul pe analiza conținutului real al opoziției *deontologic-teleologic*, în analogie cu opoziția *poetic-nonpoetic* de factură aristotelică. În concepția sa, poeticul este asimilabil, în plan moral, cu deontologicul, în sensul că pune binele ca premisă a acțiunii, în timp ce nonpoeticul este asimilat teleologicului, care judecă acțiunea umană în raport cu capacitatea de a fi orientată spre bine, ca finalitate. Cu alte cuvinte, în primul caz avem de-a face cu binele ca temei al acțiunii, iar în al doilea caz avem de-a face cu binele ca finalitate și scop.⁴

Misiunea eticii este aceea de a expune aspectele teoretice ale moralei precum și aceea de a constitui un ghid practic, real, care să canalizeze și să amelioreze viața morală a societății. **Rolul eticii** este deci, acela de a veni în ajutorul instituțiilor și persoanelor să decidă ce este mai bine să facă, pe ce criterii să aleagă și care le sunt motivațiile morale în desfășurarea acțiunilor lor.

În general, etica urmărește a găsi adevărul, a stabili izvoarele moralei, a expune faptele morale, a analiza simțul etic și conștiința morală, a contura idealul moral, a separa binele de rău, etc.

Cunoscutul filozof pesimist *Schopenhauer*, considera ca nu poți deveni un om moral prin simpla cunoaștere a moralei, după cum nu poți fi un artist doar prin cunoașterea esteticii, sau poet prin însușirea poeziilor. Pentru a arata că determinarea voinței nu depinde numai de cunoaștere, el ne spune: „Velle non discitur” (a voi nu se învață).

Scopul eticii rezidă în studierea moralei ca pe una din cele mai importante laturi ale existenței umane și sociale, întru trezirea la/ întru conștientizarea că omul trebuie să muncească, efectiv, în direcția de a deveni *homo ethicus*. Astfel, ne oferim șansa de a ne dezvolta permanent și

⁴ <https://dreptmd.wordpress.com/cursuri-universitare/etica-si-deontologia-juridica/deontologia-si-etica-autoritatii/>

de a ne manifesta, cu succes, ca Oameni și ca profesioniști veritabili, de la care ceilalți așteaptă exemple de moralitate.

A aborda problema „valorilor etice”, astăzi, pare a fi pentru cei neaveniți un lucru desuet; dacă nu cumva, ceva inoportun, ridicol. Totuși, în oferta eticii și deontologiei de profil putem afla un suport temeinic întru reușita pe tărâm profesional, prin cunoașterea, însușirea și activarea valorilor etice fundamentale, prin restaurarea fondului moralei, despre care, în sec. al XX-lea, Jean-Paul Sartre observa că este o necesitate absolută, deși (aparent) o imposibilitate.

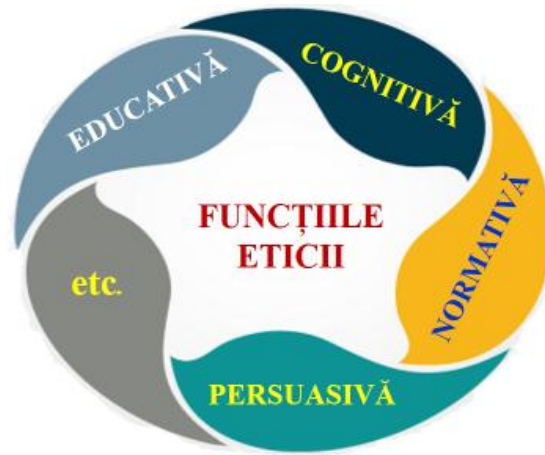
Scopul eticii ca disciplină de studiu constă în creșterea nivelului moral al pregătirii profesionale, atât prin acumularea unui bagaj de cunoștințe, cât, mai cu seamă, prin orientarea discipolului spre VALORI și VIRTUȚI, spre fapte bune.

Obiectul eticii îl constituie morala sau, altfel spus, scopul demersurilor etice îl reprezintă moralitatea. După cum am amintit supra, etica diferă considerabil de religie și de jurisprudență (lege), anume prin morală. În context, amintim că moralitatea (sau lipsa ei), indiferent de circumstanță, nu poate fi impusă individului din exterior, după cum nu poate fi sancționată din punct de vedere legal. Individul acționează moral în virtutea propriei conștiințe și cerințelor firești ale conviețuirii sociale, și nu pentru că este forțat de lege (sau de vreo forță superioară), nici pentru că ar fi amenințat de nerespectarea unei obligații de ordin moral.

Unii specialiști consideră că etica nu are, ca știință, un caracter utilitar deoarece impune niște norme facultative vizând conduita oamenilor în societate. Realitatea însă contrazice aceste păreri întrucât etica are pe lângă funcția sa de informare asupra unor norme de conduită morală și aceea de relevare a realității reflectate de activitatea umană în general. Prin valorile pe care le promovează, această știință aduce o importantă contribuție la promovarea judecăților de valoare referitoare la conduita umană, și ne ajută să dobândim deprinderi utile în a deosebi binele de rău.

Funcțiile eticii.

Printre funcțiile cele mai importante ale eticii atestăm:



1. **Funcția cognitivă**, ea se manifestă sub trei aspecte:
 - aspectul explicativ care relevă factorii cauzali, generatori ai moralei, factori legați de geneză, structura, progres moral.
 - aspectul descriptiv ocupat cu problemele explicite ale vieții morale (calități, defecte, vicii, virtuți, etc.)
 - aspectul analitico-sintetic cel care elaborează modele teoretice ale moralei pe baza analizei fenomenelor legate de moralitate.
2. **Funcția educativă** este legată de transpunerea în practică a unor modele morale prin implementarea „de facto” a unor valori în conștiința colectivă sau individuală.
3. **Funcția normativă** este cea axiologică, cu referire la constituirea de norme morale. Ea vine să suplinească lipsa unor norme legale prin constituirea unei „instanțe morale”.
4. **Funcția persuasivă**, fiind receptată ca o rezultată a funcțiilor normativă și cognitivă, urmărește aspectele concrete ale vieții morale, ducând spre actul convingerii.

Problematika tradițională a eticii.

Ideea de *bine* este prezentă ca *obiect al reflexiilor etice* încă de la Platon și Aristotel, acestea adăugându-i-se, de-a lungul istoriei filosofiei, o *problematikă* devenită **tradițională**:

- cercetarea originii și esenței moralei;
- definirea și determinarea noțiunilor de datorie, virtute, sensul vieții și fericirea etc.;
- elaborarea și fundamentarea teoretică a unor sisteme de norme morale (coduri);
- cercetarea valorilor și normelor morale specifice unor profesii (deontologia);
- cercetarea comportamentelor și atitudinilor morale individuale și colective (sociologia moralei);

- cercetarea istoriei moralei și inventarierea doctrinelor etice;
- studiul raporturilor dintre etică și celelalte științe;
- fundamentarea gnoseologică și analiza logică a judecăților și normelor etice (metaetica).

Diferitele curente filosofice adaugă acestei problematice preocupări mai specializate, specifice acestor curente, cum sunt:

problemele subiectivității morale (autocunoașterea și responsabilitatea individului) la Socrate, ierarhia valorilor morale la Platon, „rațiunea practică”, „libertatea și demnitatea umană” la Kant, raportul dintre „morală subiectivă și morală colectivității” la Hegel, „criza moralei” la Nietzsche, morală și „comunicarea” la M. Buber și E. Levinas etc.

Clasificarea eticii

Cu timpul, în cadrul eticii s-au conturat două direcții, tipuri:

1. **Etica teoretică** – vizează cercetarea problemelor teoretice propriu-zise ale originii și esenței moralei.
2. **Etica normativă** – vizează elaborarea și fundamentarea teoretică a unui sistem determinat de norme și standarde morale, a unui anumit cod moral.

Cercetătorul Richard T. DeGeorge, în lucrarea *Business Ethics* consideră că studiul eticii cuprinde trei faze distincte, numite și subdomenii ale eticii:

- 1) etica descriptivă;
- 2) etica normativă și
- 3) metaetica.

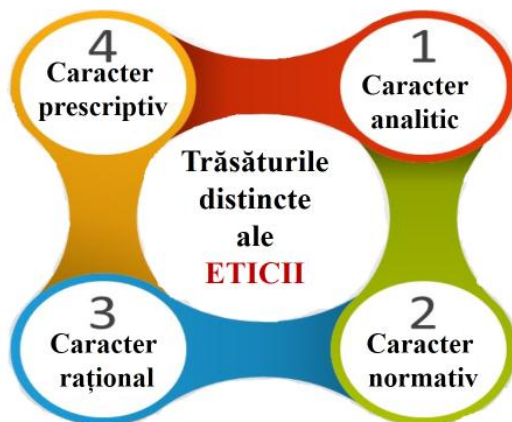
1. **Etica descriptivă**, în viziunea cercetătorului, constă în studierea și descrierea moralității indivizilor, culturilor sau societății, în ansamblu; etica descriptivă compară diferite sisteme morale, coduri de conduită, practici, credințe, principii și valori și furnizează materialul de bază pentru etica normativă.

2. **Etica normativă**, după Richard T. DeGeorge, încearcă, în mod sistematic, să ofere și să justifice un sistem moral coerent. Sistemul eticii normative este alcătuit atât din principiile și valorile morale de bază, cât și din regulile morale specifice care guvernează comportamentul oamenilor, recomandând acele acțiuni corecte și morale și blamându-le sau interzicându-le pe cele incorecte sau imorale. Aceste reguli și valori reprezintă normele morale ale societății.

3. **Metaetica**, în opinia lui Richard T. DeGeorge, este strâns legată de etica normativă. Metaetica reprezintă studiul eticii normative și, până la un anumit punct, atât etica descriptivă cât

și cea normativă implică o activitate metaetică. Metaetica se mai numește și etică analitică, deoarece studiază semnificația termenilor morali și logica gândirii morale.

Trăsăturile distinctive ale eticii rezultă din caracterul acesteia: *analitic, normativ, rațional, prescriptiv*.



Prin caracterul *analitic* etica se preocupă de cauzele acțiunilor umane, prin cel *normativ* stabilește anumite reguli de conduită. Etica este o știință *practică*, adică orientată spre acțiune, totodată *rațională*, nu o impunere externă sau o obligație. Etica nu este, însă, o știință descriptivă, ea nu indică cum trebuie îndeplinite acțiunile umane pentru a fi considerate morale, ci este *prescriptivă* prin faptul că recomandă anumite norme morale ce ar trebui respectate.

Din perspectiva eticii, standardele sau normele morale sunt enunțuri cu caracter, în general, imperativ, prin care se indică ce trebuie să facă sau să nu facă un individ conștient, pentru ca felul comportamentului său să fie apreciat ca bun de către semenii sau comunitate. Normele morale reprezintă valori culturale, consacrate prin tradiție și educație, respectarea lor fiind impusă de opinia publică.⁵

În extenso, etica se prezintă prin prisma normelor morale, care reprezintă valori culturale, consacrate prin tradiție și educație, a căror respectare este impusă, eventual, de opinia publică. O clasificare, atestată în mai multe surse bibliografice, aparține cercetătorului Ioan Bâțlan, care distinge:

1. **Norme generale sau universale**, care sunt prezente în toate tipurile de comunități umane, au durabilitate mare în timp și influențează întreaga gamă de relații și activități umane (exemple: cinstea, demnitatea, sinceritatea, curajul, loialitatea, generozitatea);

⁵ vide IAMANDI, Irina-Eugenia. *Etică și responsabilitate socială corporativă în afacerile internaționale*. Suport de curs. – București, 2012, p 11-12

2. **Norme particulare**, ce se adresează unor comunități umane determinate, cu o anumită variație în timp și spațiu, și influențează relații sau activități umane particulare (exemple: normele vieții de familie și normele morale specifice unor activități profesionale);
3. **Norme speciale**, care se manifestă în cadrul unor grupuri restrânse și, uneori, la ocazii speciale (exemple: normele de protocol, regulile de etichetă în afaceri, codul manierelor elegante).

Prof. Dan Crăciun, citat de IAMANDI Irina-Eugenia în lucrarea *Etică și responsabilitate socială corporativă în afacerile internaționale*, propune un șir de caracteristici ale normelor morale, astfel diferențându-le de prescripțiile juridice și poruncile religioase. Printre care etalăm:

- „Normele morale se referă la actele individuale libere, conștiente și raționale, cu anumite consecințe asupra celorlalți și/sau asupra propriei persoane;
- Forma cea mai caracteristică a normelor morale sunt expresiile normative categorice și universalizabile, care formulează anumite obligații sau datorii de a săvârși fapte de natură să potențeze valoarea intrinsecă a umanității;
- Normele morale se bazează pe autonomia voinței, fiind impuse de către o autoritate imanentă subiectului (conștiința morală);
- Normele morale sunt însoțite de sancțiuni spirituale (cele mai specifice provin din interiorul fiecărui individ);
- Normele morale au drept funcție socială promovarea unui maximum de sociabilitate.⁶

Pentru o mai bună înțelegere propunem tabelul de mai jos:

Normele morale	Poruncile religioase	Prescripțiile juridice
<i>Autoritatea</i> normelor morale este însuși individul, convins de propria conștiință, rațiune și voință, de valabilitatea universală a respectivelor norme;	<i>Autoritatea</i> poruncilor religioase este transcendentă, exterioară individului (heteronomă) și nu oferă explicații raționale pentru normele pe care le impune.	<i>Autoritatea</i> prescripțiilor juridice este heteronomă, dar aparține lumii pământești, iar prescripțiile sunt apărate și impuse, la nevoie, prin forță;

⁶ Vide Idem, ibidem, p. 13

<i>Subiectul normelor morale</i> este ființa rațională, omul (individul) în general, care își asumă normele morale în mod liber și conștient.	<i>Subiectul poruncilor religioase</i> este credinciosul.	<i>Subiectul prescripțiilor juridice</i> este circumscris în limitele grupurilor de „supuși” ai anumitor autorități instituționale.
<i>Sanctiunile normelor morale</i> aparțin lumii pământești; sunt premiale și punitive.	<i>Sanctiunile poruncilor religioase</i> apar, mai ales, în Lumea de Apoi.	<i>Sanctiunile prescripțiilor juridice</i> sunt numai punitive, de natură fizică sau materială.
<i>Domeniul de aplicabilitate:</i> normele morale au o pretenție de universalitate (sunt valabile în orice circumstanțe).	<i>Domeniul de aplicabilitate:</i> în circumstanțe religioase.	<i>Domeniul de aplicabilitate:</i> prescripțiile juridice se aplică întotdeauna în anumite circumstanțe, iar ceea ce nu este interzis de lege este permis.

N.B.! *Normele juridice* vizează stabilirea unui minimum de sociabilitate, în timp ce *normele morale* aspiră la un maximum de sociabilitate.

Normele de reglementare a eticii aplicate/ profesionale se caracterizează prin faptul că sunt emise de autorități normative, se adresează unor agenți numiți subiecți ai normei, autoritatea poate adăuga o sancțiune sau o pedeapsă.

În concluzie, menționăm că dezideratele educației morale sunt formarea conștiinței morale, precum și a conduitei morale.

*Etica nu este o fantezie mistică, nici o convenție socială,
nici un lux de care ne putem lipsi, subiectiv...
Etica este o necesitate obiectivă a supraviețuirii omului,
nu prin providența supranaturală,
nici a vecinilor dvs., nici a toanelor dvs.,
ci prin „grația” realității și natura vieții.
(Ayn Rand, Virtutea dăruirii de sine)*

Generalizări

Interacțiunea dintre om (ca persoană morală) și societate atestă evoluția omenirii. La început, omul a fost forțat să accepte unele obligații sociale pentru a rămâne într-un grup social sau un clan care asigura securitatea supraviețuirii, deoarece viața în afara clanului nu era viabilă.

Etica și morala sunt permanente ale vieții spiritual-umane. Misiunea eticii este nu numai de a expune aspectele teoretice ale moralei, ci și de a constitui un ghid practic, real, în îndrumarea și ameliorarea vieții morale a societății. Provocările și realitatea în continuă schimbare ne obligă să depunem permanent eforturi pentru a obține rezultate mai bune. De facto, fiecare dintre noi, conștient sau mai puțin conștient, tinde să fie un model pentru cineva. Rolul eticii este să ajute oamenii și instituțiile să decidă ce este mai bine să facă, pe ce criterii să aleagă și care le sunt motivațiile morale în acțiunile lor. Etica în sine nu-l face pe om mai bun, ea doar îl poate ajuta ca, eventual, să nu facă altora sau sieși vreun rău necugetat.

O etică sănătoasă reprezintă însăși esența unei societăți civilizate, chiar dacă acea etica socială a unei oarecare societăți nu poate fi ghidul nostru final. Etica reprezintă temelia pe care se fundamentează toate relațiile noastre interpersonale.. Etica socială nu se referă la legăturile pe care le avem cu alte persoane, noi toți stabilim niște raporturi unii față de alții, ci la calitatea acestor legături.

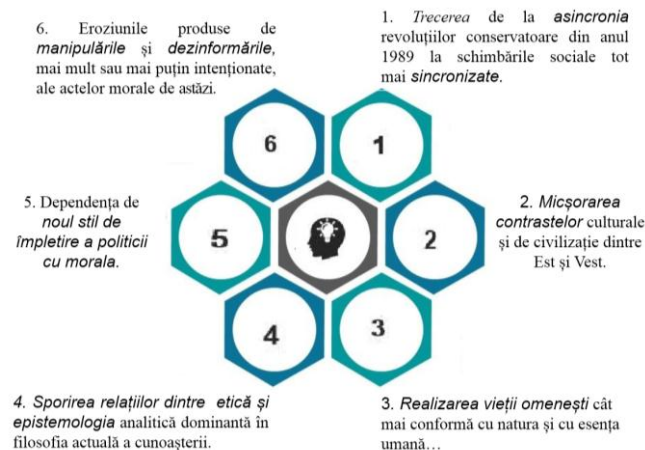
În noile condiții create prin revoluțiile de la sfârșitul anului 1989 din Centrul și Răsăritul Europei, etica și morala, susține conf. univ. Paniș Aliona, sunt tot mai solicitate să contureze profiluri etico-morale potrivite cu noile provocări atestate la început de mileniul trei.⁷

Cercetătorul Tănase Sârbu susține că un răspuns ipotetic la cerința de mai sus poate fi *etica valorilor și virtuților morale*, pe care cercetătorul o pune în relații atât cu noii indicatori valorici ai

⁷ PANIȘ, Aliona. *Etica în contextul valorilor morale și educaționale* //

https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/Etica%20in%20contextul%20valorilor%20morale%20si%20educationale.pdf

sistemului social global, cât și cu facultățile și virtuțile morale ale oamenilor, conturând un posibil profil al acestei etici a valorilor și virtuților morale prin șase coordonate.



1. Prima coordonată redă trecerea de la *asincronia* revoluțiilor conservatoare din anul 1989 la schimbările sociale tot mai *sincronizate* odată cu lărgirea contactelor interumane, reforme ale sistemelor interne de norme și a instituțiilor pan-europene și nord-atlantice.
2. A doua coordonată constă în programele și acțiunile pentru *micșorarea contrastelor* culturale și de civilizație dintre Est și Vest.
3. A treia punctează *realizarea vieții omenești* cât mai conformă cu natura și cu esența umană: de la apărarea mamei și creșterea cât mai armonioasă a copiilor, la lupta hotărâtă cu hedonismul gratuit, cu egoismul și anomia socio-morală, demascarea sofismelor și paralogismelor.
4. A patra direcție rezultă din *relațiile eticii cu epistemologia* analitică dominantă în filosofia actuală a cunoașterii.
5. A cincea coordonată este dependentă de *noul stil de împletirea politicii cu morala*.
6. Ultima rezultă din eroziunile produse de *manipulările și dezinformările* mai mult sau mai puțin intenționate ale actelor morale de astăzi.⁸

Etica socială este ansamblul de valori și comportamente ale unei culturi date sau a unui grup de oameni. Etica socială variază foarte mult de la cultură la cultură, dar cel mai adesea etica socială a societăților civilizate reflectă standardele morale date în cele *Zece porunci*. De exemplu, majoritatea culturilor civilizate recunosc că uciderea, furtul etc. sunt condamnabile moral, în timp ce curajul, generozitatea și bunătatea sunt laudabile.

⁸ SÂRBU, Tănase. *Etica: valori și virtuți morale*, Iași, 2005, p. 3 // <https://www.slideshare.net/AsidXolanida/etic-valori-i-virtui-morale-tnase-srbu>

Ideea eticii sociale a fost propusă pentru a dezvolta temele de guvernanță globală, societatea civilă, dezvoltarea umană durabilă pentru a indica necesitatea unui parteneriat și a unei viziuni pe termen lung privind nevoile noastre colective, o condiție „sine qua non” pentru un proces echitabil, deci, de dezvoltare durabilă (Levy 1997).

Unii specialiști consideră că etica nu are, ca știință, un caracter utilitar deoarece impune niște norme facultative vizând conduita oamenilor în societate. Realitatea însă contrazice aceste păreri întrucât etica are pe lângă funcția sa de informare asupra unor norme de conduită morală și aceea de relevare a realității reflectate de activitatea umană în general. Prin valorile pe care le promovează, această știință își aduce o importanță contribuție la promovarea judecăților de valoare referitoare la conduita umană, și ne ajută să dobândim deprinderi utile în a deosebi binele de rău.

În contextul actual când asistăm la manifestarea unei mari varietăți profesionale și culturale, la accelerarea tendințelor de globalizare, la reafirmarea valențelor concurențiale ale pieței libere, valorile morale ca simboluri și obiective, vin să se afirme sub forma unor necesități imediate, menite să ducă la crearea unui climat de colaborare, încredere și solidaritate. Etica ne spune ce trebuie să facem, iar cunoașterea binelui poate fi învățată. Trecând în revista cercetările psihologice de data recentă, specialistul James Rest rezumă principalele rezultate astfel⁹:

- Între 20 și 30 de ani tinerii adulți trec prin modificări spectaculoase ale strategiilor lor de soluționare a problemelor etice.
- Aceste modificări sunt legate de anumite schimbări de percepție socială și de rolurile sociale pe care și le asumă indivizii.
- Anvergura acestor modificări este dependentă de durată și nivelul școlarizării fiecăruia.
- Experimentele educaționale de a spori acuitatea sesizării problemelor morale au avut rezultate pozitiv-măsurabile.
- Din studiile efectuate rezultă ca o persoană este influențată comportamental de către judecata și percepția sa morală.

Toate aceste rezultate vin să confirme și studiile lui Lawrence Kohlberg, unul dintre cercetătorii care au demonstrat că abilitatea unei persoane de a rezolva probleme etice se poate dezvolta de-a lungul vieții, iar educația are un rol în cadrul acestui proces (Kohlberg 1981,p37-75).

⁹ <https://administrare.info/domenii/management/286-func%C5%A3iile-eticii-%C5%9Fi-rolul-ei-%C3%AEn-societate>

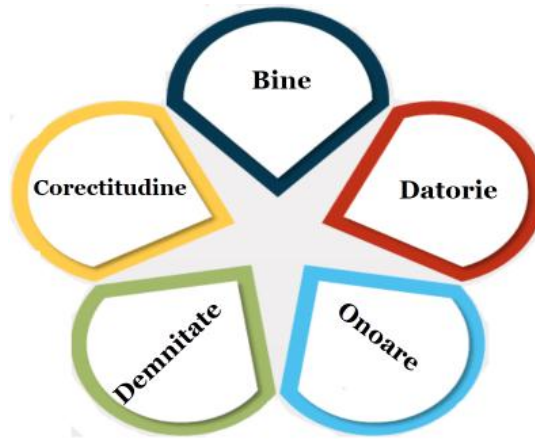
Revine totuși întrebarea (ca un lait-motiv) referitoare la necesitatea de a fi morali: “De ce sunt eu obligat să respect normele morale, mai ales atunci când comportarea mea nu intră în contradicție cu legislația? „Răspunsul nu poate fi cuprins într-o singură frază, el reprezentând o sumă de raționamente:

- pentru a te armoniza cu membrii colectivității din care faci parte
- pentru a te adapta cerințelor societății și a te încadra din punct de vedere social
- pentru armonizarea necesităților individuale (bio-psihe) cu exigențele unui comportament elevat
- pentru rezolvarea unor contradicții intime ale individului în legătură cu ceea ce este el la un moment dat și ceea ce se dorește a fi
- pentru a echilibra tendințele bipolare din individ cum ar fi: realism-visare, egoism-altruism, superficialitate-seriozitate, etc.
- realizarea unui progres individual și colectiv în direcția perfecționării și desăvârșirii
- pentru a te bucura de aprecieri pozitive din partea societății
- pentru construirea unei atitudini demne, superioare, dominate de un comportament civilizat

Se observă din cele relatate mai sus ca respectarea unui cod de norme de conviețuire este imperios necesară pentru că oferă un cadru civilizată de relaționare care vine să satisfacă atât exigențele individuale cât și cele colective. Numai în astfel de condiții se pot reliefa adevăratele sensuri ale existenței noastre.

Categorii fundamentale ale eticii sociale

Categoriile etice sunt conceptele de bază ale aparatului științific al eticii, reflectând cele mai esențiale aspecte și elemente ale moralei. Lunga istorie a dezvoltării eticii, varietatea fenomenelor pe care le studiază, precum și profunzimea dezvoltărilor teoretice - toate acestea au contribuit la apariția și dezvoltarea unui aparat categoric bogat. O caracteristică a categoriilor de etică este că multe dintre ele sunt cuvinte ale limbajului de zi cu zi, de exemplu, „bine”, „fericire”, „libertate” etc.



Acest lucru se datorează faptului că subiectul eticii este direct legat de viața oamenilor, cu acele semnificații și orientări. sunt ghidați în viața de zi cu zi. Să reflectăm asupra câtorva dintre principalele categorii de etică.

Binele

Cu ajutorul său, se exprimă o caracteristică morală pozitivă a unui oarecare fenomen. Opus acestuia, exprimând o apreciere morală negativă, este conceptul de „rău”. În etica modernă, *binele* și *răul* sunt aprecieri morale ale unui anumit fenomen. Acestea depind de practica socială a unei persoane. Cu toate acestea, mai devreme, binele și răul erau percepute de oameni ca entități reale, luând forma fie a unei substanțe, fie a unei persoane (de exemplu, Dumnezeu, diavolul). Binele este un fel de bine spiritual. În sens etic, conceptul de bine este adesea folosit ca sinonim pentru bine, deoarece binele este un fel de bine spiritual.

Corectitudinea

Corectitudinea în societate este înțeleasă sub diferite aspecte. Aceasta este o categorie moral-politică și juridică. În etică, *justiția* este o categorie care înseamnă o stare de lucruri care este considerată ca fiind garantată, îndeplinește ideile esenței omului, drepturile sale inalienabile, care decurg din recunoașterea egalității între toți oamenii și din necesitatea corespondenței dintre acțiune și retribuție pentru bine și rău, rolul practic al diferitelor persoane și statutul lor social, drepturile și obligațiile, meritul și recunoașterea lor.

Datoria

Datoria este o formă morală de conștientizare a nevoii de acțiune. O persoană comite o faptă corespunzătoare în mod voluntar, din respect pentru ideal, legea morală și pentru sine. O caracteristică importantă a datoriei este legătura sa cu caracteristicile volitive ale unei persoane, deoarece, pentru a-

și îndeplini datoria, trebuie să depășească adesea numeroase dificultăți (atât externe, cât și interne). Conștientizarea datoriei joacă un rol important în viața personală și socială.

Onoarea

Onoarea ca fenomen moral este recunoașterea publică externă a acțiunilor unei persoane, a meritelor acesteia, manifestate prin respect, autoritate și glorie. Prin urmare, simțul onoarei, inerent personalității, este asociat cu dorința de a obține o înaltă apreciere de la alții, laudă, faimă.

Demnitatea

Demnitatea este, în primul rând, o încredere interioară în propria valoare, un sentiment de stimă de sine, manifestat prin rezistență la orice încercări de invadare a individualității și independenței cuiva. Și, în al doilea rând, demnitatea umană trebuie recunoscută public. Conceptul de demnitate este mai universal, subliniază importanța individului ca reprezentant al rasei umane. Simțul onoarei te face să vrei să crești în astfel de grup social din care cauți cinste. Stima de sine se bazează pe recunoașterea egalității morale fundamentale cu alte persoane.

Trebuie remarcat faptul că fiecare categorie de etică reflectă o anumită latură a moralității și, în general, aparatul categoric este adevărata ființă morală a unei persoane, complexitatea, ierarhia ei. Prin urmare, fiecare categorie nu există de la sine, ci interacționează cu altele.

Factorii care generează un comportament etic în societate

Filozoful german, Georg Wilhelm Friedrich Hegel afirma că „Educația este arta de a face omul etic”. Învățământul la toate treptele sale de realizare poartă o mare responsabilitate pentru viitorul omenirii, deoarece influențează în mod considerabil gândirea generațiilor de lideri și a oamenilor de mâine. Fără niciun dubiu, învățământul trebuie să joace un rol foarte important în educarea copiilor în valorile morale (integritate, responsabilitate etc.) și în etică. Pentru a promova în mod eficient și a construi standarde etice și valori morale comune în sistemul de învățământ, avem nevoie de clase comune (multietnice, multireligioase și multiculturale) și obligatorii de EDUCATIE CIVICĂ, EFECTIVĂ, în care să se învețe despre valorile comune ale omenirii.

Conduita etică, în învățământ, nu este opțională, nu se face „după ureche”, nu ține de un capriciu ocazional. Deontologia didactică transcende pe cea personală, estompând unele porniri interioare (bunătatea, dragostea față de copil, de pildă), instaurând conduite noi, trans-personale, obiective, chiar distante, dar care, la un alt nivel, apără individualitatea copilului.

Deontologia educațională are un caracter mai larg, sistemic, ea emerge dinspre mai mulți factori și se manifestă corelat între mai mulți parteneri sau actanți implicați în procesul educativ.

Virtuțile cardinale

Cunoscute deja filozofilor antici, în special lui Platon, în creștinism și francomasonerie, virtuțile cardinale, numite și virtuți umane principale, țin de om și constituie pilaștrii unei vieți dedicate binelui.

Meditând asupra concepțiilor etice moderne și contemporane cu privire la virtute observăm că acestea se regăsesc în abordarea mai largă, „funcționalistă” a virtuții, potrivit căreia o viață decentă este imposibilă în afara practicării virtuții. Promovând ideea „abilităților excepționale” a „standardelor de excelență”, etica virtuții, înscriindu-se în marile tradiții ale eticii, propagă o viziune morală optimistă, acordând oricărui individ șansa de a se dezvolta și autoperfecționa din punct de vedere moral. Cuvântul englez cardinal derivă din cuvântul latin *cardo*, care înseamnă „balamale”. Toate celelalte virtuți depind de aceste patru: prudență, dreptate, putere a minții și cumpătare.



Virtuțile cardinale sunt cele patru virtuți morale principale¹¹:

Prudența

Sfântul Toma Aquinos a clasat prudența drept prima virtute cardinală, deoarece se ocupă de intelect. Aristotel a definit prudența drept *recta ratio agibilium*, „motivul corect aplicat practicii”. Este virtutea care ne permite să judecăm corect ceea ce este corect și ceea ce este rău într-o situație dată. Când confundăm răul cu binele, nu exercităm prudență - de fapt, demonstrăm lipsa noastră. Prudența constă în discernământ, adică în capacitatea de a deosebi adevărul de fals și binele de rău, demascând, prin această virtute, adevărurile false (adesea greu de identificat) aprofundând ceea ce se vede. Întrucât este atât de ușor să cădem în eroare, prudența ne cere să căutăm sfaturile altora, în special a celor pe care știm că suntem judecători sănătoși ai moralității. Ignorarea sfaturilor sau avertismentelor altora a căror judecată nu se potrivește cu ale noastre este un semn de imprudență.

Justiția (Dreptatea)

¹⁰ <https://paolotescione.altervista.org/ro/care-sunt-cele-4-virtu%C8%9Bi-cardinale/amp/>

¹¹ Idem, ibidem

Dreptatea, potrivit Sf. Toma, este a doua virtute cardinală, pentru că privește voința. După cum p. În dicționarul său modern catolic, John A. Hardon observă, „este o determinare constantă și permanentă care oferă tuturor drepturilor cuvenite”. Spunem că „justiția este oarbă” pentru că nu ar trebui să conteze ce credem despre o anumită persoană. Dacă îi datorăm o datorie, trebuie să rambursăm exact ceea ce datorăm.

Justiția este conectată la ideea de drepturi. Deși folosim adesea dreptatea în sens negativ („El a obținut ceea ce merita”), dreptatea în sensul propriu este pozitivă. Injusticia apare atunci când, ca indivizi sau prin lege, privăm pe cineva de ceea ce i se cuvine. Drepturile legale nu pot depăși niciodată drepturile naturale. Justiția constă în voința constantă și fermă de a da lui Dumnezeu și semenilor ceea ce li se cuvine și deci, prin ea înțelegem și executăm ceea ce e bine în fața lui Dumnezeu, a noastră și a semenilor noștri

Forța (Tăria)

Cea de-a treia virtute cardinală, potrivit Sfântului Toma Aquinos, este cetatea. Deși această virtute este de obicei numită curaj, este diferită de ceea ce considerăm curajul de astăzi. Cetatea ne permite să depășim frica și să rămânem fermi în voința noastră în fața obstacolelor, dar este întotdeauna motivată și rezonabilă; persoana care exercită cetatea nu caută pericol din cauza pericolului. Prudența și dreptatea sunt virtuțile prin care decidem ce să facem; cetatea ne dă tăria să o facem.

Cetatea este singura virtute cardinală care este și un dar al Duhului Sfânt, care ne permite să ne ridicăm deasupra temerilor noastre naturale în apărarea credinței creștine. *Forța* presupune capacitatea de a rezista în condiții de adversitate, de a nu te descuraja în fața greutăților, de a persevera în drumul perfecționării, de a merge înainte, fără a te lăsa învins de lene, de lașitate, de frică.

Cumpătarza (Temperanța)

Temperanța, declarat Sfântul Toma, este a patra și ultima virtute cardinală. În timp ce forța se ocupă de moderarea fricii, astfel încât să putem acționa, cumpătarea este moderarea dorințelor sau pasiunilor noastre. Mâncarea, băutura și sexul sunt toate necesare pentru supraviețuirea noastră, individual și ca specie; cu toate acestea, o dorință dezordonată pentru una dintre aceste bunuri poate avea consecințe dezastruoase, fizice și morale.

Temperarea este virtutea care încearcă să ne împiedice să depășim și, ca atare, necesită echilibrul bunurilor legitime împotriva dorinței noastre excesive pentru acestea. Utilizarea noastră legitimă a acestor bunuri poate fi diferită în diferite momente; cumpătarea este „mediul de aur” care ne ajută să determinăm cât de mult putem acționa asupra dorințelor noastre.

Alte virtuți morale:

1. Înțelepciunea
2. Smerenia
3. Sinceritatea
4. Răbdarea
5. Perseverența
6. Blândețea
7. Pacea
8. Prietenia
9. Iertarea
10. Mila
11. Hărnicia
12. Educația

Principiile fundamentale ale eticii

Etica din perspectivă socială ne ajută să reflectăm asupra normelor, regulilor practice, să respectăm anumite principii morale în raporturile noastre cu toți ceilalți. Respectiv, acest domeniu de reflecție este deosebit de variat și schimbabil deoarece acțiunile omului se bazează pe diferite tipuri de norme și valori, care, pe alocuri, se opun sau se contrazic.

Prin activitățile întreprinse încercăm să fim un exemplu pentru cei din jur. Valorile noastre, ceea ce considerăm dezirabil și acceptabil, ceea ce prezintă importanță pentru noi, se reflecta în propria noastră activitate, atitudine și conștiință. Altfel spus, valorile fundamentale reprezintă busola ce ne ghidează în conturarea normelor de comportament etic. Or, etica este fundamentată pe principiile și standardele care ar trebui să guverneze relațiile sociale dintre indivizi și organizații. Ea constituie o permanență a vieții noastre spiritual-umane, un domeniu de reflecție care privește valorile și finalitățile acțiunilor umane.

Principiile sunt baza pe care regulile morale pot fi formulate, criticate și interpretate, acestea constituind și un ghid de bază în identificarea unei probleme de natură etică în faptele diferitelor comunități, profesii.

Un rol important în societate îl au principiile morale. Principiile morale sunt acele norme de maximă generalitate care își propun să integreze și să coordoneze într-un sistem coerent diferitele reguli morale, oferind totodată un criteriu universal de decizie morală justă într-o cât mai mare varietate de situații posibile. Metaforic vorbind, principiul moral (căci într-un sistem etic nu poate exista decât unul

singur) joacă rolul busolei sau al Stelei Polare, care arată invariabil Nordul, în speță acel comportament care satisface în cea mai mare măsură exigențele moralității.

În etică se disting principiile *universale, fundamentale și particulare*.

Cele mai importante principii sunt:

- **Principiul respectării autonomiei.** „Acest principiu își are originea în teoria etică a lui Kant, filosoful german considerând „*autonomia*” ca fiind „esența moralității” ființei umane. *Autonomia*”. Mai mult, noi avem chiar datoria de a crea condițiile necesare „autonomiei” persoanelor, atâta timp cât exercitarea acestei „autonomii” nu dăunează celorlalți („autonomia» nu înseamnă că putem face orice), aceasta însemnând că societatea nu trebuie să constrângă nejustificat acțiunile membrilor săi, că nu trebuie să împiedice libertatea acestora de a decide în legătură cu viața privată, că societatea trebuie să respecte dorința oamenilor de a nu fi mințiți, minciuna fiind o piedică în calea luării unor decizii autonome etc.¹²
- **Principiul binefacerii.** Unii specialiști în etică aplicată consideră că acest principiu „institue obligația de a-i ajuta pe alții, în sensul că noi trebuie să promovăm în mod imparțial acele interese care sunt „importante și legitime” pentru toate persoanele (tratate în mod imparțial)”. Acești autori enumeră câteva reguli ce pot fi subordonate acestui principiu: „protejarea și apărarea drepturilor altora, prevenirea vătămarilor care pot fi aduse altei persoane, salvarea persoanelor aflate în pericol, ajutorarea persoanelor cu dizabilități, etc”.¹³
- **Principiul nefacerii răului.** Acest principiu poate fi subordonat principiului binefacerii („fă binele și evită să faci vreun rău”). Ambele principii (al binefacerii și al nefacerii răului) pot fi subordonate principiului „respectului demnității umane” (omul este valoarea supremă și de aceea trebuie să urmărim să facem binele și să evităm prejudiciile pe care le-am putea aduce semenilor noștri). În opinia lui T. Beauchamp și J. Childress, „regulile subordonate acestui principiu (al nefacerii răului) pot fi numite reguli morale dacă satisfac următoarele condiții: a) nu dăunează celorlalți (interzicerea „acțiunii negative”), adică nimeni nu poate întreprinde acele acțiuni care să facă „efectiv” rău altor oameni; b) respectă principiul imparțialității (nu trebuie să facem rău nimănui); c) trebuie să furnizeze justificări morale în ceea ce privește interdicțiile legale privind anumite forme de comportament”¹⁴

¹² LUCIAN, Andrei. *Codul etic bazat pe principii morale universale*, p. 577 //

http://www.institutuldefilosofie.ro/e107_files/downloads/Revista%20de%20filosofie/2019/Rev.%20filos.,%20LXVI,%204,%202019/ANDREI%20LUCIAN,%20Codul%20etic%20bazat%20pe%20principii%20morale%20universale.pdf

¹³ Idem, ibidem, p. 579

¹⁴ Idem, ibidem, p. 579-580

- **Principiul dreptății/echității.**¹⁵ principiile ale dreptății propus de filosoful american *John Rawls* (1921-2002). Primul principiu: toată lumea ar trebui să aibă drepturi egale în ceea ce privește libertățile fundamentale. Al doilea principiu: inegalitățile sociale și economice trebuie concepute astfel încât: beneficiile pentru toți ar putea fi în mod rezonabil așteptate de la ei; accesul la posturi și poziții ar fi deschis tuturor. Cu alte cuvinte, toată lumea ar trebui să aibă drepturi egale în raport cu libertățile (libertatea de exprimare, libertatea de conștiință etc.) și accesul egal la școli și universități, la funcții oficiale, locuri de muncă etc. În cazul în care egalitatea este imposibilă (de exemplu, într-o economie în care nu există suficientă bogăție pentru toată lumea), această inegalitate ar trebui amenajată în beneficiul săracilor. Un posibil exemplu de astfel de redistribuire a beneficiilor ar putea fi un impozit progresiv pe venit, atunci când bogații plătesc mai multe impozite, iar veniturile se duc la nevoile sociale ale săracilor .
- **Principiul respectării demnității.** Referindu-se la acest principiu, autorul nostru spune că „trebuie să respectăm ființa umană ca pe o „valoare supremă» în lumea naturală, să nu o tratăm niciodată „doar ca mijloc”, ci întotdeauna ca pe o ființă ce are o „valoare intrinsecă supremă” (variantă kantiană).
- **Principiul integrității.** „Membrii Comisiei Europene (CE) sunt de părere că „acest principiu se referă la inviolabilitatea ființei umane și că, deși „integritatea” exprimă în mod original o virtute (corectitudine, onestitate), aceasta, împreună cu „demnitatea”, a fost „universalizată” ca o „calitate” a persoanei ca atare. Respectul pentru „integritate” este respectul pentru viața privată și, în special, pentru înțelegerea de către pacient a vieții și a bolii de care acesta suferă”. În opinia autorilor europeni, „ideea de “integritate”, în bioetică și etica medicală, exprimă “nucleul de neatin» al credințelor și valorilor fundamentale ale unui individ, “nucleu» care nu trebuie atins de intervenții exterioare, și, de asemenea, „integritatea” este cel mai important principiu pentru crearea încrederii între medic și pacient, deoarece acesta cere ca medicul să se aplece cu înțelegere asupra pacientului”¹⁶.
- **Principiul vulnerabilităților.** „Un alt principiu etic pentru domeniul biomedical, propus de europeni, este principiul „vulnerabilității”. Acesta se referă la „protecția ființelor umane (copii, bolnavi mintal etc.) și non-umane (animale și mediul natural), care nu se pot apăra singure (nu au autonomie) și

¹⁵ HUMUZ, Eugen. *Dreptatea socială* // https://www.researchgate.net/publication/286927761_Dreptatea_sociala

¹⁶ LUCIAN, Andrei. *Codul etic bazat pe principii morale universale*, p. 577 // http://www.institutuldefilosofie.ro/e107_files/downloads/Revista%20de%20filosofie/2019/Rev.%20filos.,%20LXVI,%204,%202019/ANDREI%20LUCIAN,%20Codul%20etic%20bazat%20pe%20principii%20morale%20universale.pdf

nici nu pot lua decizii raționale în ceea ce le privește; în acest sens – „ideea de protecție a vulnerabilității” – este o idee esențială care stă la baza elaborării diferitelor politici publice ale Uniunii în scopul promovării bunăstării generale pentru toți cei care se află sub protecția acestui principiu (ființe umane, animale și mediul natural)”¹⁷

- **Principiul subsidiarității.** Semnificația și finalitatea generală a principiului subsidiarității constau în atribuirea unui anumit grad de independență unei autorități subordonate față de o autoritate superioară, în special independența unei autorități locale față de puterea centrală. În consecință, se pornește de la distribuirea competențelor între diferitele niveluri de putere, principiu care constituie fundamentul instituțional al statelor cu structură federală. ¹⁸ *Subsidiaritatea* presupune ca accentul, greutatea, în luarea deciziilor de interes public, să coboare cât mai spre nivelul de bază, să nu mai constituie un monopol sau o regulă pentru administrația de stat. Principiul subsidiarității se impune a fi un principiu permanent de acțiune, care permite ca deciziile luate să fie cât mai aproape de cetățeni.
- **Principiul publicității. Principiul solidarității. Principiul egalității. Principiul fericirii. Principiul precauției. Principiul dublului efect etc.**

În categoria *principii fundamentale* regăsim:

- **principiul renunțării** este propriu mai multor tipuri istorice de morală: budistă, creștină, stoică. Acest principiu vizează renunțarea la ordinea reală și la cea normativ-valorică a colectivității;
- **principiul individualismului** este unul al rațiunii de afirmare a individului împotriva celorlalți și împotriva colectivității;
- **principiul colectivismului** cuprinde orice morală și moralitate, deoarece omul este o ființă socială, el trăiește în colectiv și în diverse forme de colectivitate și de comunitate umană. Coerența și stabilitatea într-o colectivitate nu sunt posibile fără respectarea de către toți a unui minimum de cerințe morale ale vieții în comun și fără funcționarea opiniei de grup, ce asigură integrarea indivizilor în viața colectivă și echilibrarea comportamentelor inadecvate. Acest principiu este fundamental în unirea oamenilor pentru atingerea obiectivelor comune și punerea în aplicare a activităților comune, are o istorie lungă și o importanță fundamentală pentru existența omenirii. Colectivul pare a fi singurul mod de organizare socială a oamenilor de la triburi primitive la state moderne. Esența sa constă în dorința conștientă a oamenilor de a contribui la binele comun. Principiul opus este principiul individualismului...

¹⁷ Idem, ibidem, p. 578

¹⁸ <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/ro/sheet/7/principiul-subsidiaritatii>

- **Principiul umanismului.** Esența principiului umanismului este recunoașterea omului ca cea mai înaltă valoare. În sens obișnuit, acest principiu înseamnă dragoste pentru oameni, protecția demnității umane, dreptul la fericire al oamenilor și posibilitatea realizării de sine. Este posibil să se identifice trei semnificații de bază ale umanismului: garanțiile drepturilor fundamentale ale omului ca condiție pentru păstrarea fundamentelor umane ale ființei sale; sprijin pentru slăbiciune, depășind presupunerile obișnuite ale acestei comunități despre justiție; formarea calităților sociale și morale care să permită indivizilor să se autosesizeze pe baza valorilor publice.
- **Principiul altruismului.** Este un principiu moral care prescrie acțiuni dezinteresate care vizează beneficiul (satisfacția intereselor) celorlalți. Termenul a fost introdus în circulație de filosoful francez O. Comte (1798 - 1857), pentru a stabili conceptul opus conceptului egoism... Altruismul ca principiu, potrivit Comte, spune: „Trăiește pentru alții”.¹⁹

Principiile morale reprezintă niște forme de exprimare a cerințelor morale care dezvăluie în linii generale conținutul moralității ce există într-o societate sau alta. Ele exprimă cerințele fundamentale ce se referă la esența morală a omului, la caracterul corelației dintre oameni și determină direcțiile magistrale ale activității oamenilor, ele devenind astfel o bază a normelor concrete de conduită.

Vom putea afirma în încheiere ca **rolul și importanța** eticii în contextul actual sunt niște imperative ce trebuie să se impună cu rapiditate, deoarece evoluția relațiilor de producție în strânsă legătură cu progresul tehnic și forțele de producție necesită o armonizare continuă atât din punct de vedere al legislației cât și din cel al normelor morale care pot fi implementate mai repede.

¹⁹ <https://nt-csm.ru/ro/chto-takoe-nravstvennye-principy-primery-harakteristika-osnovnyh.html>

Motto:

„Etica profesiilor, legată de păstrarea, diseminarea și progresul cunoașterii, este poate câmpul celor mai înalte, mai profunde și mai altruiste responsabilități”.

Ion Stoica

Repere conceptuale

Societatea modernă este alcătuită dintr-o multitudine de societăți profesionale. Orice persoană care îmbrățișează o carieră își dorește să fie recunoscută ca profesionistă a domeniului.

O **profesie** este o „ocupație pe care o au mai multe persoane organizate voluntar să îți câștige existența prin slujirea directă a unui anumit ideal, într-un mod moral permisibil, dincolo de ceea ce le cere nemijlocit legea, piața și morala comună.”²⁰ Din această definiție rezultă că hoția sau prostituția, spre exemplu, sunt ocupații, dar nu profesii. Se pot câștiga bani dintr-o ocupație, dar aceasta nu înseamnă că orice ocupație din care câștigăm bani este o profesie.

Orice **profesie** este o relație între profesionist și client. Profioniștilor li se cere să facă ceea ce este normal și plătit ca atare de către client (direct sau indirect), adică să-și facă datoria. Realizarea profesională este cotate ca o componentă importantă a împlinirii și dezvoltării personale. Realizarea profesională trece drept una din condițiile prin care o persoană poate să devină fericită sau cel puțin utilă, să simtă că are o viață cu sens și să-i crească stima de sine. Profioniștii își urmăresc deopotrivă *succesul financiar* propriu și *competența*. Uneori aceste două valori devin conflictuale. În fond, succesul se poate măsura în bani, uneori însă o practicare corectă a profesiei poate să fie în detrimentul succesului. În cadrul fiecărei profesii există probleme specifice de morală, etica profesională, în acest sens, are importanță, a priori, pentru profesiile al căror obiect este omul.

Profesionalismul este considerat o ideologie relevantă pentru cei care lucrează în același domeniu. **Profesionalismul** exercită rolul de a coagula cerințele comune ale unei profesii, întărește identitatea și crește stima de sine a membrilor unui grup profesional.

Profesionalismul este caracterizat prin:

- *Expertiza în exercitarea unei profesii.*
- *Credință în autonomia deciziilor profesionale și a exercitării profesiei.*

²⁰ MIROIU, Mihaela. BLEBEA NICOLAE, Gabriela. *Etica profesională*. 2020

- *Identificarea cu profesia și cu cei din același domeniu.*
- *Dedicația pentru o lungă parte a vieții față de profesia aleasă.*
- *Obligația morală de a lucra în serviciul clientului, evitând implicarea emoțională excesivă, arbitrarul și tratamentul preferențial nejustificat prin politicile domeniului.*
- *Încrederea în capacitatea de autoreglare și menținerea colegială a standardelor profesionale.*

Unul din domeniile de studiu al eticii este etica profesională. Societatea poate să funcționeze și să se dezvolte continuu drept rezultat al procesului de formare a valorilor materiale și spirituale, de care depinde prosperarea societății. La baza continuității acestui proces se află relațiile dintre oameni, caz în care etica profesională vine să reglementeze relațiile ce țin de exercitarea profesiilor: economice, juridice, medicină etc.

Etica profesională reprezintă o totalitate de norme morale ce leagă individul de profesia sa și reglementează legătura dintre acestea și oameni cu care individul dat intră în contact, ca rezultat al activității sale profesionale. Reprezintă o disciplină care include normele de conduită și obligațiile etice ale unei profesii bine definite; un studiu al moralelor profesionale; un ansamblul de reguli care reglementează o profesiune, conduita celor care o exercită, rapoartele dintre aceștia și clienții lor, dintre ei și public.

Etica profesională constituie totalitatea regulilor de conduită a unui grup social anumit care asigură caracterul moral al interacțiunilor determinate sau însoțite de activitatea profesională și, concomitent, o ramură a științei care examinează specificul manifestării moralei în diverse tipuri de activitate, care se răspândește asupra acelor grupuri sociale față de care sunt înaintate, de obicei, cele mai înalte cerințe morale. „Sarcina principală a eticii profesionale, susține prof. român T. Sârbu, este de a stabili principii, reguli și norme de conduită profesională în cadrul diferitelor relații implicate de exercitarea unei profesiuni: relațiile interne, specifice fiecărui gen de activitate profesionalizată, precum și relațiile externe, cu beneficiarii direcți/indirecți și serviciile/bunurile realizate.

Deontologia a fost creată de utilitaristul englez *Jeremy Bentham* ca studiu empiric al datoriiilor morale concrete, raportate la diferite situații sociale, care urmărea ca noțiunile imprecise de moralitate, bunătate, justiție, legitimitate etc. să fie „măsurate, operaționalizate”. În principal, deontologia ca parte a eticii are un domeniu bine definit, dar mult mai restrâns decât acesta.

Deontologia profesională desemnează atât ramura teoriei, cât și codul moral al unor oameni ce aparțin unei profesii anumite. Filosoful român Vasile Popescu definește **deontologia** „ca un sistem al

moralei profesionale, cod moral specific unui anumit scop profesional”.²¹ El consideră că deontologia are realitate numai în concretitudinea sa, organizată în structuri normative distincte „ce reglementează comportamentul moral individual și colectiv în zone ocupaționale particulare”.²²

Deontologia profesională este determinată de particularitățile specifice ale unor profesii, de interesele corporative, de cultura profesională etc. Specialiștii ce îndeplinesc funcții profesionale similare sau identice își elaborează tradiții specifice și se unesc în baza unor principii de solidaritate profesională în stare să păstreze reputația comunității profesionale din care face parte.

„Prin urmare deontologia profesională reprezintă totalitatea regulilor de conduită a unui grup social anumit ce asigură caracterul moral al interacțiunilor determinate sau însoțite de activitatea profesională și, concomitent, o ramură a științei ce studiază specificul manifestării moralei în diverse tipuri de activitate. Ea se extinde asupra acelor grupuri sociale față de care sunt formulate, de obicei, cele mai înalte cerințe morale.”²³

Sintagma *deontologia profesională* vizează:

- reflecția etică aplicată unui câmp particular al activității umane. Este vorba despre o determinare care permite examenul mai aprofundat al problemelor concrete legate de exercițiul unei profesii, exprimabilă în termeni de reguli, fără a elimina însă analiza fundamentelor și justificărilor unor astfel de reguli;
- un ansamblu de reguli etice produse de un grup de profesioniști și concepute special pentru a dirija practica lor profesională.

Geneza eticii profesionale

Din perspectiva apariției și evoluției, etica profesională poate fi reflectată prin „analiza corelatului normelor și cerințelor morale cu diviziunea muncii, cu diversificarea activității social-utile a omului. Etica profesională ca sistem axiologic, determinat de apartenența omului la o anumită formă de activitate, apare în lumea antică, când cunoștințele, aptitudinile și capacitățile, funcțiile și drepturile șamanilor, conducătorilor aveau un caracter divin și se transmiteau celor aleși, celor mai demni, pe care

²¹ MOVILEANU, Pavel, CAPCELEA, Valeriu, COJOCARU, Igor. *Etica profesională și deontologia agricultorului*. CH., 2012 // <https://www.uasm.md/movileanu/etica%20profesionala.pdf>

²² MOVILEANU, Pavel, CAPCELEA, Valeriu, COJOCARU, Igor. *Etica profesională și deontologia agricultorului*. CH., 2012 / <https://www.uasm.md/movileanu/etica%20profesionala.pdf>

²³ MOVILEANU, Pavel, CAPCELEA, Valeriu, COJOCARU, Igor. *Etica profesională și deontologia agricultorului*. CH., 2012 / <https://www.uasm.md/movileanu/etica%20profesionala.pdf>

îi selectau, îi învățau, cărora le încredințau ceea ce oamenilor neinițiați nu li se permitea. În timpurile, când formele culturii și civilizației erau în stare embrionară, erau răspândite opinii, conform cărora un ajutor real oamenilor îl poate acorda nu un om oarecare, dar un om special pregătit, inițiat în anumite secrete, sânguincios, răbdător, ager, care nu este indiferent față de alții, gata de autojertfire.”²⁴

Pentru a stabili originea eticii profesionale trebuie de urmărit legătura reciprocă a trebuințelor morale cu delimitare a lucrurilor sociale și apariția profesiei. (despre aceasta problema s-a ocupat și Aristotel.). În lumea antică au fost puse bazele atitudinii față de profesie. Tot pe atunci profesionalismul a fost corelat cu studiile și cultura generală. În „Politica” lui Aristotel se acordă atenție faptului că printre oamenii care practică medicina întâlnim trei categorii: medicul practician, cercetătorul creator, care pune la dispoziția practicianului concluziile propriilor investigații și omul care a absolvit o instituție medicală. Aristotel sublinia că această situație este caracteristică și altor specialități. Deja în lumea antică se vorbește despre diferite niveluri ale eticii profesionale, despre diversitatea acestora.

Chiar din momentul constituirii sale etica profesională nu adoptă doar normele relațiilor interumane, atestate într-un colectiv de muncă, în care este atestată o structură ierarhică și o competiție, o confruntare de interese personale. Ea răspunde necesităților societății și cerințelor pe care comunitatea umană le înaintează unui grup de profesioniști. Este vorba despre securitatea membrilor comunității în raport cu specialistul, care posedă cunoștințe necunoscute de oameni.

Măiestria profesională în *epoca medievală*, aprecierea maturității profesionale și spirituale a omului, era întemeiată pe prioritatea calităților morale. Meșterul nu era doar cel mai bun profesionist, dar și învățătorul, educatorul, cel ce păstra Taina, autoritatea acestuia era indiscutabilă, lui îi erau încredințate cinstea și soarta atelierului. Această atitudine față de activitatea profesională va constitui temelia culturii modern.

Protestantismul contribuie la redimensionarea termenului „profesia”, care desemnează o activitate specifică îndeplinită calitativ și responsabil. Ideea activismului lumesc/cotidian propusă de Calvin J. îi oferă vieții umane un caracter de realizare a datoriei individuale.

În această perioadă în etică se afirmă principiul hedonismului. Hedonismul (satisfacție)- principiu al eticii care recunoaște tendința omului de a-și multiplica satisfacțiile și de a evita suferințele. Satisfacția este apreciată ca morală, deoarece este naturală pentru om, corespunde umanismului, esenței moralei. O manifestare a voinței libere conștientizate de mulți în această perioadă devine procesul autonomizării gospodărești sau a eliberării relațiilor economice de normele culturale, sociale în favoarea

²⁴ ROȘCA, Ludmila. Etica profesională: semnificații, actualitate, impactul asupra activității profesionale a funcționarilor publici, p. 13 // <http://irim.md/wp-content/uploads/2018/02/1-Rosca-2.pdf>

supunerii economiei legilor proprii. Este vorba despre societatea industrială, despre formarea moralei corespunzătoare noilor condiții economice, în care se cere o mai mare încredere față de competențele profesionale.²⁵

Etica profesională se dezvoltă intens în secolul XX, când omenirea se confruntă cu consecințele negative ale progresului tehnico-științific; când contradicțiile practicii sociale intensifică crizele: economică, ecologică, agroalimentară, energetică etc.

Etica profesională studiază relațiile morale atestate în colectivele de muncă, normele morale ale comportamentului. În etica profesională sunt evidențiate cerințe morale specifice, determinate de formele responsabilității sociale, de necesitatea înaintată față de personalitatea umană de a se implica autonom, conștient într-un proces decizional. Etica profesională reflectă cerințele morale față de specialiști, care se pot deosebi de normele și tradițiile unanim adoptate de societate. Cu aprofundarea diviziunii muncii, cu apariția unui număr mare de profesii noi responsabilitatea/datoria profesională deseori îl obligă să acționeze în așa fel încât ar fi contrar amabilității normelor patriarhale, tradiției religioase, simpatiilor proprii.

În societatea contemporană, caracterizată de o democrație participativă, toți oamenii sunt egali în fața legii, respectiv au aceleași drepturi sociale, politice. Dacă în societatea tradițională era promovată „dragostea față de aproapele tău”, apoi astăzi aceasta este completată „dragostea față de semenii”. Mai mult ca atât, începând cu anii 60 ai secolului XX o răspândire tot mai largă cunoaște bioetica, întemeiată pe principiul: „dragostea nemărginită față de viață. Etica profesională constată existența unor cerințe morale deosebite de cele caracteristice relațiilor inter-umane cotidiene. Etica profesională reflectă necorespunderea dintre morală și alte forme ale culturii. Profesionistul, care se pregătește să desfășoare o activitate politică, este conștient de motivația sa interioară și își asumă datoria de a o curăți de trăsăturile negative; angajatul în economie își propune s-o umanizeze etc. Etica profesională este instituționalizată în rezultatul conștientizării normelor și cerințelor moralei de către comunitatea profesională. Ea reflectă tendința de a susține atât la nivelul relațiilor inter-umane (de grup, de corporații), cât și la nivelul social, încrederea și respectul față de activitatea specialiștilor.²⁶

Etica profesională este un fenomen multidimensional: ea se prezintă ca o totalitate de norme și principii ale activității profesionale în lucrul cu oamenii și pentru oameni; este înțeleasă ca măiestrie și stăpânire perfectă a profesiei; ca rezultat al aprecierii juste de către societate a activității specialistului; ca autodeterminare morală și cultură generală; ca orizont etic, cunoștințe, experiență și poziție de viață

²⁵ <http://irim.md/wp-content/uploads/2018/02/1-Rosca-2.pdf>

²⁶ <http://irim.md/wp-content/uploads/2018/02/1-Rosca-2.pdf>

etc. Sub toate aspectele de definire, etica profesională stabilește standardele conduitei specialiștilor, înglobate în calitatea înaltă a lucrului efectuat, în siguranța și eficiența serviciilor oferite; determină atitudinea omului față de datoria profesională; concretizează cerințele societății față de aspectele morale ale activității specialiștilor, cele mai importante dintre care țin de asigurarea securității vieții și sănătății, drepturilor și libertăților cetățenești, egalității tuturor în fața legii. Misiunea principală a eticii profesionale este de a asigura realizarea principiilor general umane în activitatea profesională a oamenilor, de a contribui la îndeplinirea cu succes a responsabilităților profesionale. Etica profesională ajută specialistul să evite greșelile, să aleagă direcția de conduită corectă, având ca repere valorile, principiile și normele elaborate de codurile etice ale fiecărei profesii, care și creează posibilități favorabile pentru luarea deciziilor privind cea mai adecvată acțiune.²⁷

Tipuri de etică profesională

Analiza tipologică a activității persoanei ne permite atât să găsim o fundamentare obiectivă pentru analiza eticii profesionale cât și să evidențiem tipurile de bază. În mare parte, activităților umane le corespunde un anumit tip de etică profesională.

Etica profesională cuprinde un ansamblu de reguli, care reglează relațiile dintre oameni, apărute în condițiile activității social-utile, fixate în anumite coduri. Regulile eticii profesionale sunt bazate pe idealurile etice-umanistice. Un rol principal în stabilirea normelor etice profesionale o are opinia publică, socială. Or, aceste norme sunt conștientizate și devin unanim acceptate. Regulile sunt adoptate de colectivul de muncă, care are nevoie de încrederea și respectul societății, de aceea în etica profesională se pune accentul pe interpretarea datoriei, responsabilității în orice situație. Principiile eticii profesionale reflectă valorile morale cunoscute și respectate în societate. Etica profesională analizează activitatea profesională sub aspectul eticii tradiționale, a eticii normative și din perspectiva situației existențiale a omului contemporan. Etica profesională argumentează strategia gândirii corporative, devine obiectul discuțiilor și un product specific al reclamei. În demersul eticii profesionale sunt descrise și interpretate idealurile umaniste ale activității corporației specialiștilor²⁸

Tipurile de etică profesională rezultă din acele particularități a activității profesionale ce sunt orientate spre persoană în condițiile lui de viață și activitățile sociale. Referindu-ne la aceste tipuri, avem în vedere în ce fel s-au condiționat problemele sociale a fiecărei profesii în practica relațiilor etice.

²⁷ http://studiamsu.eu/wp-content/uploads/22.p.193-202Sociologie_113.pdf

²⁸ ROȘCA L., LAZARI C. *Etica și integritatea universitară: experiențe, realizări, probleme*. Chișinău, 2014

Principalele tipuri de etică profesională sunt: etica medicală, etica pedagogică, etica învățatului, etica actorului, businessmanului, inginerului etc. Fiecare tip de etică profesională este originală pentru fiecare tip de activitate, are aspectele sale specifice în realizarea anumitor principii morale și reguli care alcătuiesc codul moral-etic.

Etica pedagogică îl obligă pe pedagog să respecte personalitatea elevului și să manifeste față de acesta o exigență respectivă; să mențină propria reputație și reputația colegilor săi; să se îngrijească de credibilitatea morală a societății față de învățator.

Etica psihologului este determinată de specificul profesiei de psiholog, care se referă la confidența informației avută de la client, cât și faptul că să nu-l facă dependent de serviciile psihologului, ci să-l orienteze spre identificarea soluțiilor de sine stătător.

Etica istoricului îl obligă pe istoric să scrie doar adevărul despre cele identificate, să prezinte informația corect și nu în dependență de circumstanțe sau la comanda guvernării statale.

Etica tehnologiilor informaționale indică asupra faptului că inginerii, savanții și tehnicienii prin rezultatele activității sale determină calitatea și condițiile vieții oamenilor în societatea informațională. Totodată, tehnicienii sunt obligați de a nu perturba activitatea altor utilizatori ai rețelei informaționale cât și de a prevedea consecințele sociale ale programelor/sistemelor elaborate.

Etica asistentului social cere să fie acordate servicii sociale la nevoile solicitanților și intervenția asupra tuturor aspectelor problemei de rezolvat, cu responsabilitate, în beneficiul persoanelor deservite.

Etica medicală cere să fie întreprins totul pentru a ocroti și salva viața pacientului indiferent de dificultăți; să fie păstrat principiul confidențialității a tot ceea ce pacientul îi spune medicului în cabinetul de consultații; în nici un caz medicul nu trebuie să contribuie la moartea pacientului etc.

Etica ofițerului îl obligă să slujească necondiționat Patria, să dea dovadă de perseverență și curaj, să aibă grijă de subalternii săi, să păstreze cu sfințenie onoarea de ofițer.

Etica juridică este determinată de specificul activității profesionale a juristului, de particularitățile lui morale și de situația socială. Particularitățile activității profesionale a lucrătorilor din domeniul ocrotirii normelor de drept afectează drepturile și interesele oamenilor, astfel acestea cer caracteristici aparte din punct de vedere al influenței lor asupra conținutului moral al acestei activități. Legată de instanțele de drept există problema cardinală – libertatea individuală, independența de „puterea banului”, de partide și alte organizații, libertatea de opinie. Totodată, libertatea instanțelor de drept nu poate fi în afara responsabilității, în afara codurilor morale specifice exponenților acestei profesii.

Etc.

Categoria de bază a eticii/deontologiei profesionale este „datoria” – o valoare morală imperativă, care exprimă ceea ce ar trebui să facem și ceea ce nu ar trebui să facem, adică cerința de a face ceea ce este cuvenit.

Menirea datoriei poate fi dezvăluită din plin numai subordonând-o „binelui moral”, numai corelând-o cu alte categorii etice: „dreptate”, „respect”, „onoare”, „cinste”, „modestie”, „devotament”, „curaj”, „solidaritate” etc., care conferă demnitate omului în lume. Ea se prezintă ca o trăire interioară a constrângerii de a proceda în corespundere cu cerințele reieșite din valorile morale și de a-ți construi existența proprie în corespundere cu aceste cerințe. Conduita cuvenită cere de la persoană/specialist/profesionist să-și învingă intențiile emoționale, subiective prin eforturi volitive și presupune că motivul de bază al acțiunii/faptei sale trebuie să fie necesitatea obiectivă înțeleasă ca îndeplinirea datoriei. Caracterul imperativ al datoriei nu înseamnă însă reprimarea totală a individului. Aceasta înseamnă doar constrângerea dorinței sale situaționale actuale care nu coincide cu interesele obștești. În îndeplinirea datoriei este reflectată prioritatea intereselor obștești față de cele personale, maturitatea socială a specialistului, nivelul înalt de dezvoltare a personalității lui. În plan general, datoria poate fi înțeleasă ca cerința de a urma idealurile binelui, dreptății, bunăstării sociale.

Factori, norme ce determină etica profesională

Prin exercitarea rolului de coagulare a cerințelor comune ale unei profesii, se consolidează identitatea și crește stima față de sine a membrilor unui grup profesional. Comportamentul etic în cadrul unei unități economice, pe alocuri chiar dilematic, este dictat, într-o mare măsură, de relațiile dintre profesionist și client. Problema centrală a relației dintre client și profesionist este cea a alocării responsabilității și autorității.

La modul ideal, între cei doi se stabilește un contract. În acest contract, în principiu, alocarea se conduce de următoarele supoziții:

1. clientul are mai multă responsabilitate și autoritate;
2. cei doi contractanți sunt aproximativ egali;
3. responsabilitatea și autoritatea principală revin profesionistului.²⁹

²⁹ P. 27-28 //

<https://elibrary.ceiti.md/files/12/Televca/Servicii%20administrative/Etica%20profesionala%20Viorelia%20Lungu.pdf>

De regulă, *clientul are mai multă responsabilitate și autoritate* în situațiile când profesionistul este angajat de client și acționează pentru acesta. Prin urmare, profesionistul este partizanul scopurilor clientului său (am angajat un avocat, medic, arhitect, profesor, deci acea persoană nu mai poate să fie neutră și detașată, ci atașată scopurilor mele în calitate de client), respectiv comportamentul profesionistului derivă din sarcinile înaintate de client. În cazul în care clientul va urmări niște scopuri nobile, corecte, legale, atunci și profesionistul va fi în capacitatea de a demonstra un comportament etic.

Profioniștii au și așa-numita, obligație a „*celeia de-a treia persoană*”, care limitează normativ acțiunea clienților. O astfel de abordare se potrivește mai mult profesiilor în care clientul trebuie apărat (de exemplu, avocații), dar și în acest caz profioniștii trebuie să acționeze în limite legal permise și moral corecte. Profioniștii nu sunt simpli executanți ai ordinelor clienților, ei au expertiza, au autoritate epistemică, discernământ profesional. Cu anumite excepții (urgente medicale, de exemplu), un profesionist îl poate refuza pe client. Pentru ca profioniștii să fie responsabili, ei trebuie să fie liberi moral (autonomi).

Potrivit supoziției *egalitatea și reciprocitatea contractuală*, contractul va cuprinde obligații și drepturi reciproce, prin urmare, autoritatea și responsabilitatea va fi distribuită în mod egal (acest model este utilizat în abordările liberale ale libertății și egalității de șanse). După aplicarea unui astfel de model, deși dezirabilă, între părți există, cel mai adesea, inegalitate de negociere. Or, sunt situații în care profioniștii au mai mult acces la clienți decât clienții la profioniști (cazurile de monopol profesional sau chiar și cazul funcționarilor publici). Se mai atestă și cazuri în care clientul are mai multă putere decât profesionistul. Iar uneori există presupunerea că între client și profesionist se instalează relații de prietenie și grijă. Relația se bazează pe *cooperare, încredere reciprocă, parteneriat*.

Totuși, relația rămâne asimetrică. Doar una dintre părți ia grijile celeilalte pe umerii săi (*profioniștul*). Această grijă este de fapt un serviciu plătit, nu o gratuitate amicală. Cerința prieteniei este adesea distorsionantă.

Responsabilitatea și autoritatea profesionistului în raport cu a clientului vizează faptul că profesionistul acționează pentru binele clientului, are autoritatea profesională ca să cunoască binele acestuia. Clientul nu are baze pentru un consimțământ deplin, în consecință, poate să fie manipulat din lipsa autodeterminării; clientul nu este suficient de bine informat, nu are experiență și nu poate decide în cunoștință de cauză (analog relației părinte-copil).

Comportamentul etic, atât în societate, cât și în organizații, este reglementat de un șir de factori. Printre factorii ce favorizează comportamentul etic amintim:

- Legislația de stat care orientează, atât la nivel individual, cât și organizațional, spre îndeplinirea unor legi care sunt reglementate de stat. Legislația de stat apără drepturile cetățenilor țării respective, dar stipulează și obligațiile lor, menționând, totodată, că încălcarea legislației de stat este pedepsită în conformitate cu articolul și alineatul respectiv din lege.
- Codul deontologic sau codul de etică, despre care vom vorbi la tema corespunzătoare.
- **Dimensiunea personalității umane:**
 - ▲ *extraversiunea*: gradul în care cineva este sociabil, cordial, sigur de sine. Extraverții se simt bine în situații sociale, căutând senzații și emoții pozitive, în timp ce acei care se situează la nivelul de jos pe această dimensiune (introverții) le evită;
 - ▲ *stabilitatea emoțională*: măsura în care o persoană are un nivel corespunzător de control emoțional, echilibrare, încredere în forțele proprii. Cei cu o stabilitate emoțională redusă tind spre șovăială și deprimare;
 - ▲ *agreabilitatea*: măsura în care o persoană este prietenoasă. Persoanele agreabile se caracterizează prin încredere, loialitate, altruism, colaborare, modestie, atenție față de ceilalți. Iar cei mai puțin agreabili sunt, distanți.
 - ▲ *conștiințiozitatea*: gradul în care o persoană este responsabilă și orientată spre realizări. Oamenii mai conștiințioși sunt de nădejde, motivați pozitiv, competenți, ordonați, autodisciplinați, au dezvoltat simțul datoriei, dorința de reușită și capacitatea de reflecție. Oamenii mai puțin conștiințioși nu sunt cea mai bună achiziție pentru organizație.
 - ▲ *deschiderea la nou*: măsura în care o persoană gândește flexibil și este receptivă la idei noi. Oamenii mai deschiși tind spre activitate și inovare, cei mai puțin deschiși, deseori, se opun schimbărilor.

Aceste dimensiuni, însă, pot fi orientate spre modificare, adică educația etică își poate spune cuvântul. Atunci când persoana știe că are de pierdut, că nu va avea succes atât în plan intern (satisfacție, încredere în sine etc.), cât și extern (carieră, prieteni, material etc.), își modifică comportamentul printr-un șir de acțiuni:

- *controlul comportamentului*, care se referă la un set de convingeri referitoare la controlul comportamentului realizat în principal de către forțele exterioare sau interioare. La un capăt al axei se află interniștii, care cred că șansa de a-și controla comportamentul se află în ei înșiși. La celălalt capăt se află externiștii, care cred că forțele externe le determină comportamentul. În contradicție cu interniștii, externiștii văd lumea ca fiind imprevizibilă, un joc al norocului, în care șansa, soarta și cei

puternici le controlează destinul. Interniștii tind să vadă legături puternice între efortul pe care îl depun în munca lor și nivelul de performanță pe care îl ating, în plus, ei percep într-o măsură mai mare decât externiștii faptul că organizația nu va lăsa neobservată performanța înaltă și o va recompensa. Deoarece interniștii cred că recompensele pe care le vor primi vor fi influențate de comportamentul lor legat de muncă, ei vor fi mult mai probabil atenți la informația care îi va face capabili să lucreze mai bine și o vor fructifica. Localizarea controlului influențează comportamentul etic organizațional într-o mare varietate de ocupații. Interniștii par mai degrabă să acționeze mai bine în munci care necesită inițiativă și inventivitate, în timp ce externiștii se descurcă mai bine în cazul sarcinilor de rutină. Astfel, vom căuta să angajăm un internist pentru o operațiune aflată la început și un externist pentru a ocupa un post existent de mai mult timp, bine stabilit. Externiștii preferă o supraveghere mai directivă, pe când participarea și autoconducerea par să fie mai potrivite pentru un subordonat internist.

▪ *creșterea stimei de sine* - gradul în care o persoană se autoevaluează pozitiv. Oamenii cu un înalt grad de respect de sine au imagini favorabile despre ei înșiși. Oamenii cu o scăzută stimă de sine au o imagine nefavorabilă despre ei înșiși, sunt nesiguri în corectitudinea propriilor opinii, atitudini și comportamente. Oamenii cu un respect de sine scăzut sunt mai susceptibili la influențe externe și sociale decât cei care au o stimă de sine înaltă.

▪ *automonitorizarea* - măsura în care oamenii observă și reglează aparența și comportamentul lor în cadrul social și în relațiile umane. Există un contrast în materie de automonitorizare, adică cunoaștem persoane care fac ceea ce cred și spun ceea ce gândesc fără a ține cont de contextul social. Pe de altă parte, există oameni care sunt mult mai atenți la împrejurările sociale, mult mai preocupați să potrivească ceea ce spun și ceea ce fac cu natura acelor împrejurări, indiferent de ceea ce simțeau sau gândeau în realitate. Ceea ce avem aici este un contrast în materie de automonitorizare. Cei cu automonitorizare înaltă se comportă ca niște actori, iar cei cu un nivel redus de automonitorizare nu sunt așa de preocupați de a se supraveghea și de a se adapta la cei din jur. Anumite roluri, însă, solicită oamenilor să acționeze împotriva curentului, sau să apere ceea ce cred cu adevărat. Astfel, cei cu automonitorizare înaltă tind să fie inovatori slabi și să reziste dificil la presiunea socială.

▪ *autoeducația* ...

În cadrul organizațiilor, nu de puține ori, se adoptă un comportament neetic. Cunoașterea cauzelor comportamentului neetic poate ajuta la prevenirea lui. Dintre cauzele comportamentului neetic amintim:

1. **Câștigul** (dorința de obținere a profitului maxim) duce la numeroase tentații, mai ales atunci când se anticipează un câștig consistent.

2. **Conflictul de roluri** - multe dileme etice care apar în organizații sunt în realitate forme ale conflictului de roluri care ajung să fie rezolvate neetic. De exemplu: „rolul birocratic” al angajatului într-o organizație intră în contradicție cu rolul de „membru al unui corp profesional”.

3. **Competitivitatea acerbă** pentru obținerea de resurse deficitare poate stimula un comportament neetic, atât prin stimularea jocului de afaceri, cât și prin acte ilegale reale în care se constată delikte de comerț, cum ar fi, de exemplu, fixarea prețurilor și încălcarea prevederilor de monopol. Și în cazul în care practic nu există competiție puternică, există totuși o mare tentație spre adoptarea deciziilor neetice, pentru că tentația unor mari câștiguri este foarte mare.

4. **Personalitatea**. Oamenii puternic orientați spre valorile economice sunt mai expuși la un comportament neetic decât ceilalți. În plus, în abordarea chestiunilor morale de către oameni, există puncte de vedere diferite. În condiții normale, este rațional să ne așteptăm ca oamenii ce sunt mai conștienți de problemele morale să fie tentați să evite deciziile neetice, iar cei cu o mare putere personală (machiavelici) vor fi mai dispuși să ia decizii neetice, folosindu-și puterea pentru promovarea interesului personal mai degrabă decât pentru binele întregii organizații.

5. **Cultura organizației și a domeniului de activitate**. În acest sens, s-a constatat o mare disponibilitate de încălcare a normelor în diferite domenii. Avem de-a face aici cu așa-zisele culturi caracterizate de sloganul „Succes cu orice preț!”, ale căror manageri, aflați în ierarhiile superioare, par să fie neștiutori în privința „lapsusurilor etice” ale subordonaților.

Utilizând anumite practici neetice, o organizație sau o persoană poate obține câștiguri, însă doar pe termen scurt. O cultură atât organizațională, cât și individuală care promovează comportamentul etic nu va fi doar compatibilă cu valorile culturale predominante, ci, totodată, va da un sens „bun” (corect) afacerilor și carierei.

Un succes obținut prin înșelăciune, de cele mai multe ori are ca rezultat:

- risipă de energie pentru a nu se afla despre aceasta, a nu fi prins, a nu fi șantajat;
- păstrarea atentă a unor documente secrete, găsirea unor ascunzișuri sigure;
- existența unor conversații telefonice periculoase, înregistrate;
- speranțe că organele fiscale nu vor afla, nu vor sesiza;
- obligarea unor oameni de a le păstra secretele etc.

Consecințele unui comportament neetic pentru o entitate pot fi:

- pierderea încrederii partenerilor și angajaților, comunicare redusă,
- lipsă de implicare, loialitate scăzută;
- pierderea reputației: vestea despre un produs prost se răspândește mai repede decât cea despre un produs bun;
- pierderea renumelui, a imaginii firmei, a clienților și colaboratorilor valoroși;
- pierderea unor sume imense pentru avocați, procese, daune, litigii;
- scăderea vânzărilor și a profiturilor etc.

Consecințele unui comportament neetic, pentru un individ (angajat), pot fi:

- pierderea unor promovări, avantaje, premii, aprecieri;
- pierderea locului de muncă, a unor procente din salariu;
- pierderea încrederii, a respectului și demnității;
- retrogradări;
- pierderea aprecierilor din partea șefului, prietenilor, colegilor, familiei etc.

În consecință, un comportament contrar eticii dăunează grav și societății, în ansamblu, ducând la apariția unor flageluri create de viața modernă (crimă, abuzuri, discriminări, trafic de droguri, trafic de influență, corupție etc.), la agresiuni împotriva persoanei (suferințe, boli etc.), la prejudicierea condiției umane (mizerie materială și sufletească) etc. Pentru înlăturarea comportamentelor neetice, companiile ar trebui să dezvolte programe care să cuprindă proiecte de educație formală în etică, care să producă un impact pozitiv asupra atitudinilor etice în organizații.³⁰

Principiile de bază ale eticii instituționale

Principiile etico-profesionale reprezintă niște îndrumători universali ai activității, care indică strategia generală de conduită profesională, fără a reglementa ordinea acțiunilor concrete. Aceste principii pot fi formulate diferit în diferite coduri, dar prin esența lor ele sunt identice, servind în calitate de bază metodologică a conduitei etico-profesionale. Principiile eticii profesionale reprezintă niște norme cu valoare strategică și operațională, ce vizează atingerea performanțelor profesionale la nivel organizațional. Viorelia Lungu în lucrarea *Etica profesională*, prezintă următoarele principii:

Principiul egalității în fața normelor, care, în viziunea autoarei și în contextul eticii profesionale, nu urmărește egalitatea intelectuală, biologică, estetică, ci egalitatea în fața normelor morale, a legii.

³⁰LUNGU, Viorelia. *Etica profesională. Suport de curs*. Chișinău: CEP USM, 2011 // https://www.academia.edu/20222592/ETICA_PROFESIONALA

*Principiul clarității și clarificării (conceptelor, pozițiilor), care prevede că omul poate să-și enunțe clar poziția în raport cu o problemă morală și să acționeze în consecință. De exemplu, dacă un medic este de părerea că avortul e imoral, atunci el are tot dreptul de a gândi astfel și oportunitatea de a activa într-o clinică unde nu se fac avorturi etc. Alte principii, considerate în mare parte și principii pedagogice, sunt: *principiul relativismului* (nu există standarde absolute, universale) și *absolutismului* (de exemplu, respectul față de părinți), *principiul educației morale, patriotismul și conștiința civică, devotamentul, solidaritatea, optimismul și pozitivismul, toleranța etc.**

Un alt grup de principii care necesită a fi evidențiate, propuse de V. Lungu, sunt principiile practice ale eticii în afaceri. Implementarea acestora în tema respective este condiționată de faptul că instituțiile educaționale, prin funcțiile lor, prestează servicii de educație, iar marketingul său trebuie să aibă la baza câteva principii etice:

- Respectarea confidențialității /informațiilor: de către salariat -față de firmă; de către furnizor - față de clienți; de către negociator - față de parteneri străini etc.
- Sensibilitatea față de conflictele de interese.
- Respect față de regulile de drept.
- Conștiință profesională, profesionalism.
- Loialitate și bună credință.
- Simțul responsabilității.
- Respectarea drepturilor, libertăților celorlalți.
- Respectarea ființei umane etc

Etica profesională adaptează principiile morale general umane la genurile particulare de activitate profesională. Totodată, etica profesională reflectă, de asemenea, și deosebirile dintre cerințele morale înaintate față de specialist și normele de conduită general umane acceptate de societate în întregime.

Drept urmare, profesionistul adesea poate să acționeze nu așa precum o cer normele relațiilor interpersonale, datorită/obligațiunea personală sau familială. Cel mai mic, de exemplu, îl poate dezaproba, condamna pe cel mai mare (dacă el este judecător), femeia poate ruga un bărbat să se dezgolească (dacă ea este medic), tatăl poate refuza să-și apere feciorul (dacă el este avocat) etc. Persoana care deține o profesie acționează numai așa cum îi este permis, pentru a-și face bine/profesionist datorită. Nucleul profesionalismului îl constituie cunoștințele vaste și profunde,

abilitățile, competențele obținute în procesul însușirii unei profesii, iar mai apoi consolidate pe parcursul întregii activități desfășurate în domeniu.

Totodată, după cum s-a menționat supra, adevăratul profesionalism este de neimaginat fără componenta etică, exprimată de un complex de valori morale. Printr-o asemenea abordare/înțelegere, în societatea modernă profesionalismul a obținut statutul de principiu moral, devenind un principiu fundamental al eticii de afaceri, prin care a și început să se înțeleagă: calitatea superioară a articolelor produse, serviciilor oferite, realizărilor profesionale; stăpânirea impecabilă a profesiei; fidelitatea datoriei profesionale; „slujirea” cauzei, oamenilor, țării; conștiinciozitatea, minuțiozitatea, responsabilitatea; stima și încrederea față de alți profesioniști; creativitatea, tendința către nou, perfecționarea profesională permanentă; concurența onestă cu alți profesioniști; colaborarea și ajutorul reciproc în cadrul atelierului profesional etc.

Lipsa reprezentărilor despre datorie, umanism, responsabilitate etc. pentru acțiunile întreprinse nu este compatibilă în societatea contemporană nici cu o profesie.

Professionalismul se formează ca un principiu ce se referă/raportează în măsură egală atât la nivelul cunoștințelor, competențelor speciale, cât și la nivelul culturii, moralității specialistului, care asigură soluționarea calificată a problemelor oamenilor, calitatea înaltă a activității/muncii și a rezultatelor obținute. Din această perspectivă, am putea spune, de exemplu, că pericolul generat de clădirile care se prăbușesc la cel mai mic cutremur nu poate fi explicat prin alți factori, decât prin lipsa de profesionalism al celor care le-au construit.

Professionalismul este un principiu etic fundamental al oricărei profesii, care unește specialiștii din diferite domenii din întreaga lume. Profesionalismul presupune, în primul rând, conștientizarea și îndeplinirea responsabilă a datoriei, înțelegerea sensului slujirii oamenilor, societății; înseamnă centrare maximă pe activitatea pe care o îndeplinești și evitarea situațiilor ce ar putea aduce daune, prejudicii beneficiarilor.

În toate profesiile beneficiarul trebuie să se bucure de atenție prioritară. Respectarea demnității și drepturilor beneficiarilor sunt în corespundere cu litera legii și cu spiritul eticii profesionale. Alături de profesionalism, printre cele mai importante principii etice generale/comune pentru toate profesiile, se înscriu:

Autonomia personală care semnifică posibilitatea de a alege cursul pe care dorim să-l ia acțiunile noastre, în baza faptului că avem discernământ, ne cunoaștem interesele și știm care ne este binele propriu. Termenul „autonomie” este folosit și ca autodeterminare, autoguvernare, însemnând capacitatea de a-ți fi propriu legiuitor. Acceptarea autonomiei trebuie să aibă caracter universal. Or,

autonomia presupune recunoașterea faptului că orice persoană are libertatea de a alege, că orice persoană este moral valoroasă.

Consimțământul informat este parte integrantă a autonomiei, înțeleasă ca cerință generală de raportare la beneficiar ca la subiectul (dar nu obiectul) activității profesionale, neadmiterea manipulării cu oamenii, dezinformării lor, ceea ce se întâmplă foarte des în viața politică a societății noastre. *Consimțământul informat* reprezintă cerința de a respecta dreptul beneficiarului la informația ce se referă la el personal – drept garantat de Declarația Universală a Drepturilor Omului. Respectarea principiului consimțământului informat este foarte importantă în medicină, psihiatrie, asistența socială, viața politică etc. Desigur, și în toate celelalte cazuri omul dorește să cunoască care vor fi consecințele adresării lui la specialiștii de care are nevoie.

Confidențialitatea reprezintă păstrarea tainei/secretului profesional este un principiu comun/general pentru toate profesiile. Se consideră că taina profesională a venit în etica specialităților din jurământul lui Hipocrat. Dacă în relațiile personale de la individ se cere totdeauna sinceritate și deschidere, apoi morala profesională spune că specialistul nu trebuie să uite niciodată de păstrarea confidențialității informației ce ține de activitatea sa.

Taina profesională reprezintă o informație specială, devenită cunoscută specialistului în procesul activității sale și care nu poate fi supusă divulgării. În bănci, de exemplu, este considerată confidențială informația referitoare la plasarea semnalizării, la depozitele bancare ale clienților etc. Secretul profesional poate avea statut de stat, militar, medical etc. și prevede diferite grade de responsabilitate, sancționare – de la pedeapsa de serviciu până la pedeapsa penală.

Colegialitatea este un alt principiu important al eticii profesionale. Concomitent cu creșterea responsabilității individuale a fiecărui lucrător, crește și complexitatea adoptării deciziilor. Acestea nu mai pot fi opera unei singure persoane. Ele devin rezultatul eforturilor comune ale specialiștilor. De aceea, se consideră că ar fi cu totul etic chiar să sustragi colegul de la lucru sau să-l trezești la mijlocul nopții, pentru a-i cere un sfat sau ajutor când este vorba de viața sau sănătatea pacientului, reținerea unui criminal periculos, prevenirea unui accident etc. Nu este, însă, etic să respingi sau să invoci un oarecare motiv atunci când colegul te roagă să-l ascuți, pentru a se convinge dacă a ales corect strategia de ajutorare a unui beneficiar, de demonstrare a nevinovăției inculpatului etc. Adevărații profesioniști cunosc măsura comunicării profesionale, care le permite să deosebească colegialitatea de eschivarea de la responsabilitate.

Dreptul la critică este un principiu important al activității profesionale în condițiile democrației. Profesionistul trebuie să fie capabil să critice lucrul necalitativ al colegilor, fără a trece însă la persoană,

fără a atinge demnitatea tovarășilor de muncă. Critica poate fi adresată, de asemenea, și conducerii, organelor puterii, activiștilor politici, inclusiv capului statului, dar păstrând limitele moralității și formele admise legal. Climatul moral și atmosfera de lucru pot să se îmbunătățească doar dacă se va ține cont de multiplele opinii privind o problemă sau alta, dacă colaboratorii instituției se vor simți nu ca niște executori orbi ai voinței conducerii, dar vor fi în stare să influențeze situația creată. Totodată, este necesar ca permanent să ne îngrijim de etica discuțiilor, care să nu admită critica persoanei, reglări de conturi, confruntări psihologice, conflicte. Evitarea conflictelor este înțelepciunea longevivilor și a profesioniștilor.

Cultura vorbirii este considerată tot mai insistent în literatura de specialitate drept principiu și criteriu al reușitei eticii profesionale. Limba profesională reduce timpul pentru înțelegere în situațiile critice de primire a deciziilor, de păstrare a liniștii sau confidențialității. *Cultura vorbirii orale și scrise*, stăpânirea liberă a limbii materne, precum și cunoașterea limbilor străine, reprezintă condiția profesionalismului în multe specialități, constituind adesea pivotul/miezul eticii profesionale. Un indicator important al culturii vorbirii este stilul comunicării. Dacă omul citește puțin, el are un bagaj redus de cuvinte, ceea ce nu-i permite să înțeleagă deplin anturajul, iar reacțiile la evenimente sunt rectilinii.

În condițiile contemporane de intensificare a proceselor de globalizare, comunicarea profesională presupune o multitudine de contacte nu doar cu compatrioții, dar și cu partenerii străini. De aceea, este bine ca specialistul din orice domeniu să cunoască limba partenerilor și a beneficiarilor săi, precum și să înțeleagă într-o anumită măsură mijloacele non-verbale de comunicare: mimica, gesturile. În lucrările de specialitate se acordă atenție deosebită culturii vorbirii specialistului, capacității lui de a explica, preciza gândurile interlocutorului, menționându-se în același timp și faptul că abilitatea de a-l asculta pe acesta aduce mult mai multe foloase decât surplusul de vorbire (vorbirea cu prisosință), limbuția

*„Din punct de vedere al legii, un om este vinovat atunci când încalcă drepturile celorlalți.
Din punct de vedere al eticii este vinovat când doar se gândește să facă așa.”
(Immanuel Kant)*

Răspundere și responsabilitate în comunicarea organizațională

Misiunea eticii este nu numai de a expune aspectele teoretice ale moralei, dar și de a constitui un ghid practic, real, în îndrumarea și ameliorarea vieții morale a societății.

Rolul eticii este să ajute oamenii și instituțiile să decidă ce este mai bine să facă, pe ce criterii să aleagă și care le sunt motivațiile morale în acțiunile lor.

Etica în organizațiile moderne urmărește găsirea adevărului, stabilirea izvoarelor moralei, expunerea faptelor morale, o analiză a simțului etic și a conștiinței morale, conturarea idealului moral, separarea binelui de rău.

A realiza echilibrul între etică și profitabilitate într-o societate în care cursa spre acumularea de capital și bogăție pune în mișcare forme aflate în evidentă contradicție cu morala, se dovedește adesea o problema spinoasă. Dacă sănătatea morală a unei societăți depinde de sănătatea morală a indivizilor care o compun, regulile milenare despre „adevăr”, „bine”, „frumos” se pot regăsi și în companiile autohtone.

A ignora dezvoltarea pe coordonate etice a organizațiilor, respectiv a afacerilor realizate de acestea, sub pretextul că este suficientă aplicarea legilor (și ele în mare parte contradictorii), este același lucru cu a ignora faptul că managerii au propriile lor valori și că ei se află în fața unor decizii cu profunde implicații etice, fiind adesea obligați să opteze între aspirațiile personale și responsabilitățile organizaționale, între a avea *răspundere* și a avea *responsabilitate*.

Precizăm, în context, că din punct de vedere semantic, termenul *răspundere* este folosit ca o categorie generală, or, termenul derivând din verbul latin *respondere*, înseamnă *a răspunde, a plăti*. Deci, orice subiect de drept, indiferent că e vorba de o persoană fizică în fața semenilor săi, sau de o persoană juridică în fața statului, ori e vorba de stat în fața supușilor săi sau în fața altor state, trebuie să răspundă de actele sale, asumându-și consecințele angajamentelor pe care și le ia. Astfel, în sens comun, prin noțiunea de *răspundere* se înțelege obligația unei persoane de a da socoteală pentru faptele sale, ca urmare a reacției de reprimare venită din partea societății.

Noțiunea de **responsabilitate**, după sociologul D Gusti, reprezintă o atitudine sufletească și morală a omului față de acțiunile lui. Deosebit de semnificativă pentru existența *responsabilității* se consideră a fi *două condiții: libertatea personalității și capacitatea ei de a lua decizii*.

Aplicativ, omul liber, cunoscând valorile din normele sociale, le interiorizează și, astfel, aderă la ele, se angajează față de sine să le transpună; deci el devine un individ responsabil. Astfel, responsabilitatea este un fenomen pe care omul și-l asumă; ea se instituie în raport cu o colectivitate sau cu întreaga societate și constă în „aderarea individului în mod conștient și liber la interesele și idealurile colectivității”³¹

În literatura de specialitate,³² au fost identificate câteva criterii în baza cărora cele două noțiuni (răspundere și responsabilitate) se disting, și anume:

- răspunderea presupune o anumită supunere a individului, în timp ce responsabilitatea implică cunoaștere și apreciere, atitudine activă, convingere și angajare;
- răspunderea este de ordin normativ, iar responsabilitatea – de ordin valoric;
- răspunderea se manifestă, în principal, ca expresie a unor cerințe pe care societatea le impune individului, în timp ce responsabilitatea se manifestă ca prezență umană liberă, ca expresie a cerințelor pe care individul le formulează la adresa societății;
- răspunderea vizează în mod direct conservarea sistemului social dat, în timp ce responsabilitatea vizează, mai ales, ameliorarea sistemului social și dezvoltarea lui, prin perfecționarea ființei umane

O distincție importantă dintre răspundere și responsabilitate rezidă în natura celei dintâi de a fi exclusiv retrospectivă, adică răspunderea survine în mod obligatoriu ca urmare a comiterii unei fapte. În schimb, responsabilitatea este atât retrospectivă, cât, mai ales prospectivă, ceea ce presupune o atitudine și intenție față de faptele ce vor urma.

Responsabilitatea este acea instituție socială care cuprinde complexul de atitudini ale omului în raport cu sistemul de valori instituționalizat de societatea în care trăiește, în vederea conservării și a promovării acestor valori pe calea menținerii ordinii sociale și a binelui public.

Prin urmare, responsabilitatea implică un raport între individ și colectivitate, răspunderea implică un raport între autoritatea unei colectivități și individ.

³¹ MICU, Victor. *Răspunderea și responsabilitatea ca fenomen social. În Legea și viața*, iunie 2017, p. 36-41 // https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/36_41_Raspunderea%20si%20responsabilitatea%20ca%20fenomen%20social.pdf

³² Idem, ibidem

În cazul responsabilității, este o chestiune de percepție interioară, conștientizată, de voință proprie, iar în cazul răspunderii, voința vine imperativ dinspre autoritatea societății și este necondiționată.

Răspunderea socială a generat diferite forme. Se evidențiază caracterul organic și cel temporar, analizate prin conținutul formelor răspunderii sociale. Remarcăm, în concluzie, că responsabilitatea are o sferă mult mai largă decât răspunderea, aceasta din urmă vizând strict normele legale de îndeplinire a unei fapte sau de restricționare a altora. Responsabilitatea definește activitatea umană desfășurată din proprie inițiativă, pe baza alegerii obiectivelor din mai multe posibile. Activitatea în sine este conștientizată, căci respectarea normelor impuse nu constituie, în cazul acesta, un obiectiv în sine; cetățeanul a depășit respectiva limită, el simțindu-se responsabil pentru faptele sale, nereglementate prin norme ca obligații sau ca restricții.

În concluzie, *responsabilitatea nu exclude răspunderea, uneori o conține sau o presupune, dar nu se reduce la ea*. Noțiunile nu sunt complementare ci conjuncte, necesitatea traiului în comun reprezentând elementul lor de coincidență.

Răspunderea presupune supunerea individului, responsabilitatea presupune cunoaștere și capacitate de apreciere, atitudine activă, convingere și angajare.

Cele două fenomene se deosebesc prin structurile sociale și prin obiectivele la care se raportează.

Răspunderea este de ordin normativ. Responsabilitatea este de ordin valoric.

Ca finalitate: răspunderea vizează direct conservarea sistemului social, responsabilitatea vizează mai ales ameliorarea și dezvoltarea sistemului social prin perfecționarea ființei umane.

În esență, etica managerială este definită drept „studiul modului în care deciziile afectează grupurile sociale, domeniul în care se definesc drepturile, îndatoririle și regulile ce trebuie să le respecte persoanele care decid”³³

În societatea modernă, etica managerială, ca ramură relativ tânără a eticii, studiază principiile și regulile care trebuie să guverneze procesul managerial, respectiv o conduită corectă în afaceri.

„Esența eticii manageriale într-o firmă constă în conflictul permanent de interese care vizează, pe de o parte, performanța economică a firmei (măsurată prin costuri, productivitate, venituri, profit etc.), iar, pe de altă parte, performanța socială a firmei, mai dificil de cuantificat (măsurată prin modul de respectare a obligațiilor față de angajați, clienți, furnizori, creditorii etc)”³⁴

Deciziile etice nu sunt simple alegeri între drept și nedrept, corect și greșit, ci sunt judecăți complexe asupra balanței dintre performanțele economice și sociale. Pentru echilibrarea acestei balanțe se fac analize economice, sociale, juridice și etice.

Răspunsurile la problemele eticii le putem afla din morala comună și standardele comunității în care trăim, fără să ne întrebăm de ce este bine să procedăm într-un anumit fel. Este vorba de un automatism legat de standardele societății: dacă o persoană se apropie de normele etice ale unei comunități, ea se bucură de apreciere și încredere, iar dacă lucrurile sunt contrare, persoana va avea parte de constrângeri, izolare, marginalizare și chiar excludere.

Percepția lipsei principiilor etice în afaceri este un subiect regăsit, deseori, pe agenda publică. În afaceri, managementul resurselor umane este cel mai interesant domeniu care poate genera dileme etice. Un studiu realizat de *Society for Human Resource Management* în SUA a relevat ca 54% dintre experții în managementul personalului au observat încălcări ale legii sau ale standardelor etice fixate de organizațiile profesionale.³⁵

O analiză a practicilor manageriale la nivel autohton relevă faptul că *etica afacerilor* nu constituie încă o *problemă* care să-i preocupe pe manageri, care, de fapt, consideră că *a desfășura afaceri profitabile* și *a avea un comportament etic* sunt lucruri care se exclud reciproc.

Principalii factori care determină nivelul și *acuratețea eticii manageriale* sunt:

- reglementările legale,

³³ <https://www.rasfoiesc.com/business/afaceri/Etica-manageriala-in-afaceri-s37.php>

³⁴ <https://biblioteca.regielive.ro/referate/management/etica-manageriala-370133.html>

³⁵ <https://www.creeaza.com/afaceri/afaceri/Etica-si-deciziile-manageriale494.php>

- normele și regulamentele comunității locale,
- codurile etice sectoriale,
- regulamentele firmei,
- caracteristicile individuale,
- starea firmei și presiunea social.

În prezent se mai poate vorbi și despre etica managementului european ca fiind știința ce activează în cadrul organizației și, mai ales, al managerilor. În managementul european, etica este creată și susținută de cultura organizațională, de politica firmei și valorile individuale ale managerilor.

În anumite situații, un manager este nevoit să ia decizii fără să aibă prea multe variante la îndemână. În acest caz, prima întrebare indiscutabilă trebuie să fie: *soluția posibilă este legală?* Urmează, în mod firesc, *acordul cu valorile companiei și cu ale managerului, liniștea să personală și integritatea.*

Iată un proces structurat³⁶, propus de Dorin Bodea, *Senior Consultant, Result Development*, pentru a analiza motivele pro și contra alegerii unei soluții, astfel ca aceasta să fie mai ușor de luat și asumat:

- profitul pe termen scurt vs câștigul pe termen lung;
- imparțialitate, dreptate vs milă, compasiune;
- adevăr vs loialitate;
- individ vs comunitate, colectivitate;
- mai bine contra binelui;
- consens contra compromis;
- asumarea riscului vs liniștea personală.

În deciziile manageriale, „mai puțin bine” nu înseamnă „rău”, susține D. Bodea, iar „mult mai bine” nu este întotdeauna „bine”, prezentând următorul exemplu: în cazul unei decizii de concediere în masă într-o perioadă de criză sau de evitare a falimentului, analiza poate fi făcută din următoarele perspective:

- câștigurile pe termen scurt pot anihila câștigurile pe termen lung;
- loialitatea față de unii poate fi compensată de loialitatea față de grup;
- beneficiile comunității pot fi depășite de orgoliu sau de egoism.

³⁶ BODEA Dorin. *Atenție, nu uita de etică în deciziile manageriale!*
<https://revistacariere.ro/antreprenor/strategie/atentie-nu-uita-de-etica-in-deciziile-manageriale/>

Soluționarea unei dileme depinde de principiile managerului. Înainte de a lua o decizie, un bun manager verifică dacă situația respectivă este reală sau percepută. Dacă situația este reală, decizia managerială poate fi verificată din punct de vedere etic prin următoarele tehnici:

- *Legalitatea*: Soluția aleasă este legală? Este etică?
- *Utilitatea*: Care sunt beneficiile pe care le va aduce? Care pot fi riscurile și daunele? Cine este responsabil, cine la suportă? Ai consultat specialiști în domeniu? Ai luat în considerare aceste păreri?
- *Bun simț, echitate*: Există persoane care se opun acestei decizii? Sunt rezonabile? Vrei ca această decizie să fie aprobată de familie, prieteni, parteneri?
- *Practica managerială*: Alți manageri ar lua aceeași decizie?
- *Responsabilitate socială*: Crezi că în comunitate vei găsi înțelegere dacă s-ar afla despre această decizie?

Cu alte cuvinte, orice decizie pe care o iei ca manager trebuie să fie în acord cu perspectiva și dorința comunității. Pentru că orice business are un sens mai larg, comunitar și social, responsabil să aducă mai mult bine social, în afară de a face profit, bani.

De asemenea, decizia etică este necesar să respecte următoarele valori:

- dreptatea;
- căutarea adevărului;
- echitatea, imparțialitatea;
- cinstea și respectul față de oameni;
- utilitatea pentru companie (și nu pentru unii);
- înainte de orice să nu faci rău (împotriva cuiva);
- să te implicii când ai responsabilitate, să acționezi.

Managementul moral, amoral și imoral

„E imoral să furi și amoral să îl faci pe celălalt să îți dea cu mâna lui. E imoral să vorbești pe la spate și amoral să critici în față fără să îți pese de celălalt. E imoral să păcălești și amoral să lași omul să se păcălească singur. E imoral să nu ai încredere și amoral să aștepti să ți se câștige încrederea.”³⁷, astfel își începe un articol Iuliana Stan, , leadership consultant, referindu-se la *moralitatea prezentului*.

³⁷ STAN, Iuliana // <https://www.businessmagazin.ro/opinii/opinie-iuliana-stan-human-synergistics-moral-amoral-si-imoral-9718906>

Moralitatea nu mai este doar o valoare, e un fenomen social, iar masa critică de oameni care pun presiune pozitivă în direcția păstrării și promovării unui cadru etic și moral are inerția perfectă.

În general, se poate considera că există trei modele (arhetipuri) de moralitate în management - managementul moral, amoral și imoral - care servesc ca puncte de pornire pentru o analiză etică comparativă.³⁸

Managementul imoral³⁹ este un stil de conducere a afacerilor care nu numai că este lipsit de cele mai elementare principii sau precepte etice, dar care implică și o opoziție hotărâtă și activă împotriva a tot ceea ce este etic. Administrația imorală contravine, în mod deschis, tuturor principiilor etice. Această abordare susține faptul că obiectivele managerului aflat la conducerea unei companii sunt pur egoiste (dacă acesta nu urmărește decât obținerea de profituri proprii) sau se bazează exclusiv pe rentabilitatea și succesul organizațional (dacă individul acționează strict ca un agent sau ca un reprezentant al angajatorului său). Datorită faptului că managerul se opune activ la toate aspectele considerate drept etice, rezultă că el este capabil să distingă între acțiunile bune și cele rele și, cu toate acestea, alege să acționeze în mod incorect sau imoral. Exemplele de management imoral sunt ușor de identificat deoarece implică, adesea, acte ilegale sau fraude.

Managerii imorali sunt acele persoane care vor să manipuleze și încă au agende personale nealiniat cu cele publice. Sunt cei care știu ei ce este cel mai bine pentru oricine, care au soluție la orice, care vor să controleze tot ce mișcă. Sunt de regulă aroganți și agresivi și acționează în forță. În prezența managerilor imorali oamenii se simt asupriți, fără putere.

Managerii amoralii au în plus față de cei descriși mai sus carisma și inteligența și au studiat temeinic tehnici de manipulare, de negociere, de vânzare pe care le folosesc conștient și totdeauna în sens unic, adică în favoarea lor. Adesea dau impresia că fac concesii, dar fac doar concesii mici, niciodată nu vor face concesii când miza este mare. Fac valuri și pun presiuni și apoi îți explică cum singur de fapt ai luat anumite decizii. Au o atitudine aparent democratică și aparent win-win, dar caută ca majoritatea celor cu care interacționează să le rămână îndatorați. În prezența unui manager amoral majoritatea oamenilor se simt neadecvați, nu pentru că ar fi cu adevărat, ci pentru că el are grijă să își arate superioritatea. Prietenia cu amoralii durează atâta vreme cât durează nevoia lor. Amoralii vorbesc cu patimă despre valori și despre principii, dar numai pentru a le insufla celorlalți și doar atâta timp cât au un interes direct de la ceilalți.

³⁸ <https://administrare.info/domenii/management/1881-modele-de-moralitate-%C3%AEn-management>

³⁹ <https://administrare.info/domenii/management/1881-modele-de-moralitate-%C3%AEn-management>

Există două tipuri de manageri amoral⁴⁰:

- amoral⁴⁰ în mod involuntar,
- amoral⁴⁰ în mod deliberat,

Managerii amoral⁴⁰ în mod involuntar nu sunt nici morali, nici imorali, dar nici nu sunt conștienți și nici nu se preocupă de faptul că deciziile lor de afaceri din viața de zi cu zi pot produce efecte negative / nocive asupra persoanelor direct relaționate cu compania pe care ei o conduc. Managerilor amoral⁴⁰ involuntari le lipsește cu desăvârșire percepția sau conștiința etică; ei acționează pe plan organizațional fără să ia în calcul și dimensiunea etică a actelor lor sau, pur și simplu, sunt neglijenți și insensibili cu privire la efectele și implicațiile acțiunilor lor asupra participanților la respectiva companie. Acești manageri pot avea intenții bune, dar nu își dau seama de faptul că deciziile și acțiunile lor de afaceri pot dăuna partenerilor lor de tranzacții comerciale sau celor cu care interacționează. Managerii amoral⁴⁰ în mod involuntar se bazează pe litera legii ca principal instrument etic.

Managerii amoral⁴⁰ în mod deliberat consideră că aspectele de ordin etic vizează numai viața privată a individului, nu și activitățile de afaceri. Acești manageri sunt persoane care resping ideea combinării afacerilor cu etica; ei sunt convinși de faptul că activitățile comerciale se desfășoară într-un cadru diferit de cel în care se aplică principiile, raționamentele și normele etice. Deși, în prezent, majoritatea managerilor sunt amoral⁴⁰ în mod involuntar, încă mai există indivizi (într-adevăr, puțini) care consideră, pur și simplu, că etica nu își găsește locul în activitățile comerciale sau în procesul de luare a deciziilor corporative.

La extrema opusă față de managementul imoral și amoral se află **managementul moral**,⁴¹ care își bazează întreaga activitate pe principii înalte de comportament etic și pe norme profesionale de conduită. Managementul moral se străduiește să dea dovadă de un comportament etic, concretizat în orientarea sa către legalitate, strategia generală de funcționare, interesul, obiectivele, motivațiile și preocuparea sa pentru normele etice și principiile profesionale de conduită. În opoziție cu principiile egoiste ale managementului imoral, administrația morală aspiră la obținerea succesului într-un cadru etic bine determinat (implică respectarea unor principii etice precum imparțialitatea, dreptatea și ordinea legală predeterminată). Managementul moral nu vizează obținerea profitului ilegal sau imoral; în plus, abordarea morală nu urmărește numai litera, ci și spiritul legii (acesta este principiul minim al unui comportament etic, dat fiind faptul că managerul moral încearcă să activeze la un nivel de moralitate mult superior celui cerut de lege).

⁴⁰ <https://administrare.info/domenii/management/1881-modele-de-moralitate-%C3%AEn-management>

⁴¹ <https://administrare.info/domenii/management/1881-modele-de-moralitate-%C3%AEn-management>

Managementul moral va adopta o strategie a integrității - caracterizată de concepția conform căreia etica este forța motrice a organizației de afaceri. Valorile etice determină căutarea, de către conducere, a oportunităților de afaceri, desemnarea sistemelor organizaționale și procesul de luare a deciziilor. În cadrul strategiei integrității, valorile etice oferă un cadru de referință comun și servesc la unificarea diferitelor funcții, linii de negociere și grupuri de angajați. Această perspectivă evidențiază valorile care definesc o organizație și pe care aceasta le apără ca semn al individualității sale.

Managerii morali sunt inteligenți, transparenți și totdeauna agenda lor personală este la fel de evidentă ca și cea publică. Țin cont de oameni, de nevoile și de calitățile lor individuale și unice, respectul și integritatea sunt valorile după care ei se conduc. Felul în care managerii morali conduc este plin de provocări, ce și cum fac ei este greu, dar merită efortul. Ei au conștiința faptului că fiecare om e unic și provocarea lor e să atingă cât mai mult din potențialul celor cu care interacționează. Respectul pentru ei nu este o formă de politețe, ci de înțelegere profundă și empatică a celor cu care intră în contact. Este conștient că devine mai puternic cu cât îi face mai puternici pe cei cu care interacționează. Ei știu că vremurile în care trăim sunt despre valori și autenticitate, nu despre competențe, iar oricine va avea nevoie să capete o deprindere nouă o va face în preajma unui astfel de om, fiind inspirat, nu obligat. Oamenii morali nu vorbesc despre valori, le trăiesc pur și simplu și le insuflă celor din jur prin felul lor de a fi.

În contextul eticii manageriale amintim că I. Mihut a propus patru tipuri ale comportament etic⁴²:

- etica obiectivității,
- etica virtuții și a caracterului,
- etica drepturilor și îndatoririlor
- etica rezultatelor.

1. Etica obiectivității – obiectivitatea este un model ideal, optim, de apreciere și ierarhizare a valorilor, dar este improprie ființei umane. Orice individ este caracterizat de anumite trăsături de personalitate cărora li se asociază interese particulare și moduri diferite de a vedea lucrurile. Depersonalizarea pe care o propune etica obiectivității intra în contradicție cu modelul de personalitate proeminenta pe care trebuie să-l reprezinte un manager în fața subordonaților săi, ceea ce ne face să credem că soluțiile imparțiale nu vor fi automat benefice pentru ansamblul organizației.

2. Etica virtuții și a caracterului își găsește sorgintea în sistemele de valori care pun preț pe cultivarea marilor virtuți, cum ar fi: iubirea, cooperarea, compasiunea, curajul. Integritatea morală a unui

⁴² <https://www.creeaza.com/afaceri/afaceri/Tipurile-de-etica-manageriala711.php>

manager presupune respect, promovarea adevărului, respectarea promisiunilor și a regulii de aur: *ce ție nu-ți place altuia nu-i face*.

3. Etica drepturilor și îndatoririlor pornește de la ideea că întreaga existență umană este guvernată de instituirea unui complex de drepturi și îndatoriri, în conformitate cu care trebuie să se desfășoare comportamentele umane. Exercițarea puterii manageriale nu trebuie să se facă în detrimentul libertăților celorlalți.

4. Etica rezultatelor este similară utilitarismului și presupune obținerea unor rezultate pozitive pentru un număr cât mai mare de persoane și să antreneze consecințe negative pentru un număr cât mai mic. Evident, o decizie este bună, în măsura în care aduce beneficii, și rea, dacă generează lezarea unor interese. Dacă acest lucru este ușor de cuantificat pe plan economic, nu același lucru este valabil în plan social. În consecință, nu trebuie scăpate din vedere aspectele ne-financiare ale profitului și ale costurilor aferente.

Cele patru tipologii comportamentale încearcă să rezolve dilemele etice într-o manieră distinctă, cu impact direct asupra deciziilor luate.

Viziuni asupra responsabilității corporațiilor

Chiar din momentul constituirii sale *etica profesională* răspunde *necesităților* societății și *cerințelor* pe care comunitatea umană le înaintează unui grup de profesioniști.

În epoca medievală, spre exemplu, meșterul nu era doar producătorul unui lucru, dar și garantul calității, deținătorul propriului simbol, el era responsabil *pentru păstrarea tehnologiei în forma neschimbată, pentru transmiterea ei generațiilor viitoare*.

În tradiția engleză **educația** era întemeiată pe tezele: **banii poți să-i pierzi și să-i câștigi din nou, reputația** o dată pierdută n-o mai întorci. Păstrarea reputației este echivalentă cu formula: ***păstrează-ți fața***. **Valorile eticii protestante** – dragostea de muncă, atenția, energia, modestia în necesități și comportament, educate de la vârsta copilăriei.

Și în condițiile actuale o afacere de succes nu se mai raportează doar la ecuația vânzări-profit, acțiunile fiind mai largi și mai variate, una dintre acestea este **Responsabilitatea Corporativă**.

Etica și responsabilitatea socială sunt apropiate și întrepătrunse. **Responsabilitatea socială a firmelor reprezintă preocuparea managerilor de a întreprinde acțiuni care protejează și îmbunătățesc atât bunăstarea societății, cât și interesele organizației**. Această preocupare este

demonstrată de către managerii care consideră atât interesul pe termen lung al firmei lor cât și relațiile firmei cu mediul (societatea) în care operează.

Cu alte cuvinte, pe lângă *responsabilitatea managerilor* de a conduce firma astfel încât să creeze profit, ei au o *responsabilitate socială față de mediul* în care operează, față de angajații lor, față de consumatori, etc., adică față de tot ceea ce se constituie ca stakeholderi (mediu, clienți și consumatori, acționari, angajați, creditorii, organizații guvernamentale și neguvernamentale, furnizori, publicul larg) ai firmei.

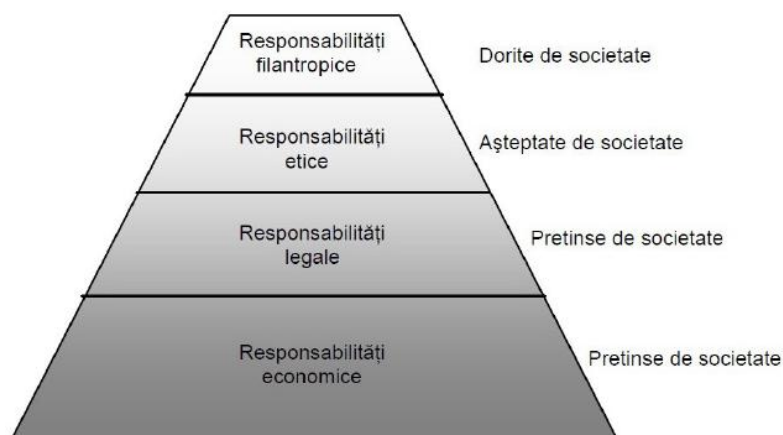
Astăzi o firmă nu mai este suficient să-și îndeplinească obiectivele legate de profit, ea trebuie să dezvolte programe de protecția mediului, să ofere șanse egale de angajare, să creeze locuri de muncă sigure, să producă produse sigure și multe altele.

RSC este un concept recent apărut și în terminologia și practica folosită de întreprinderile din Republica Moldova, ultimii ani fiind marcați de creșterea conștiinței companiilor privind rolul lor în dezvoltarea socială. Constituirea rețelei Pactului Global Moldova (PGM), precum și creșterea numărului de companii ce au aderat la PGM.

RSC se caracterizează prin antreprenoriat responsabil, voluntar, ce aduce beneficii angajaților, grupurilor social vulnerabile, întregii societăți, mediului, etc. *Modelul RSC* constă dintr-o serie de politici de business ce sunt orientate spre crearea unui echilibru dintre bunăstarea societății și obiectivele stabilite de companie. Principiile implicite ale acestui concept au un caracter continuu și un impact social de lungă durată.

Cel mai elaborat și cel mai larg acceptat model al responsabilităților sociale ale corporațiilor este așa-numitul „*Model cvadripartit al responsabilității sociale corporatiste*”, propus inițial de către Archie Carroll în 1979 și perfecționat apoi în colaborare cu A. K. Buchholtz⁴³.

⁴³ <https://www.scrigroup.com/afaceri/Afacerile-in-perspectiva-macro84824.php>



Carroll privește responsabilitatea socială a corporației ca pe un concept multistratificat, în care distinge patru aspecte intercorelate – anume responsabilități *economice*, *legale*, *etice* și *filantropice*, dispuse piramidal, astfel încât „adevărata” ***responsabilitate socială presupune reunirea tuturor celor patru niveluri în comportamentul corporației.***

Ca atare, Carroll și Buchholtz oferă următoarea definiție: „Responsabilitatea socială a corporației cuprinde ceea ce societatea așteaptă din partea unei organizații din punct de vedere economic, legal, etic și filantropic într-un anumit moment”⁴⁴

„Meritul modelului cvadripartit propus de Carroll și Buchholtz este acela că structurează diferitele responsabilități sociale ale companiilor pe dimensiuni distincte, fără a nesocoti faptul primordial că firmele au obligația de a fi, înainte de toate, profitabile în limitele legii, în acest sens fiind o teorie cât se poate de pragmatică. Cu toate acestea, modelul nu ne spune ce se întâmplă atunci când doua sau mai multe tipuri de responsabilități intră în conflict”⁴⁵

Responsabilitatea economică.

Companiile au acționari care pretind un câștig rezonabil pentru investițiile lor, au angajați care doresc slujbe sigure și bine plătite, au clienți care cer produse de bună calitate la prețuri accesibile etc. Aceasta este prin definiție rațiunea de a fi a diferitelor afaceri în societate, astfel încât prima responsabilitate a unei afaceri este aceea de a fi o unitate economică funcțională și de a se menține pe piață. Primul strat al responsabilității sociale a corporației reprezintă baza celorlalte tipuri de responsabilități, pe care le susține și le face posibile.

Responsabilitatea legală.

⁴⁴ <http://eticaeconomic.blogspot.com/2015/03/tipuri-de-responsabilitate-sociala.html>

⁴⁵ <https://www.scripgroup.com/afaceri/Afacerile-in-perspectiva-macro84824.php>

Responsabilitatea legală a corporației solicită ca afacerile să se supună legilor și să respecte „regulile jocului”. În majoritatea cazurilor, legile codifică vederile și convingerile morale ale societății, astfel încât respectarea lor este o condiție necesară a oricărei reflecții ulterioare privind responsabilitățile sociale ale unei firme. De exemplu, în ultimii ani mai multe firme de marcă au avut de suportat penalități în urma dovedirii în justiție a unor practici de concurență neloială, materializate în strategii ilegale, menite să le asigure păstrarea sectorului lor de piață și creșterea nejustificată a profitabilității (ceea ce înseamnă că aceste firme s-au concentrat în mod excesiv asupra responsabilității lor economice). Responsabilitatea legală mai vizează responsabilitățile cetățenilor din societățile democratice sunt uneori rezumate la trei îndatoriri principale, și anume *să voteze, să plătească impozitele și să respecte legea.*

Responsabilitatea etică.

Responsabilitățile etice obligă corporațiile să facă ceea ce este just, corect și echitabil, chiar dacă nu sunt silite să procedeze astfel de cadrul legal existent. De exemplu, atunci când compania Shell a vrut în 1995 să foreze în platforma marină Brent Spar din Marea Nordului, a avut toate aprobările legale ale guvernului britanic și, totuși, a căzut victimă campaniei inițiate de organizația Greenpeace și a boicotului consumatorilor. Drept urmare, decizia legală de instalare a platformei marine a fost, în cele din urmă, nepusă în aplicare, deoarece firma nu a ținut cont de așteptările etice mai pretențioase ale societății (sau, cel puțin, ale grupurilor de protestatari). Așadar că responsabilitățile etice constau în ceea ce societatea așteaptă din partea corporațiilor, dincolo de cerințele economice și legale. În context, mai menționăm că - este foarte important să se cultive capacitatea tinerilor de a gândi din punct de vedere moral. Fără această capacitate, nu poate exista nicio evaluare critică a legilor societății sau structurilor sociale din perspectiva corectitudinii (echității) acestora. Din acest motiv, atunci când elevilor li se predau legi care îi afectează, aceștia ar trebui să fie, de asemenea, încurajați să evalueze critic funcția și scopul lor și dacă acestea ar trebui să fie schimbate în vreun fel. Responsabilitățile etice presupun obligativitatea conducătorului și a celorlalți membrii ai organizației de a se comporta corect respectând normele morale, chiar dacă acestea nu se regăsesc precizate în legi și nu servesc direct interesele economice ale firmei.

Responsabilitatea filantropică.

Cel de-al patrulea nivel al responsabilității sociale a corporației cuprinde acțiunile filantropice. Cuvântul grecesc „filantropie” înseamnă literal „iubirea de oameni” și introducerea acestui termen în contextul mediului de afaceri are în vedere toate acele situații în care corporația are libertatea de a decide, fără nici o constrângere exterioară, să se implice în acțiuni ce vizează îmbunătățirea calității

vieții angajaților, a comunităților locale și, în ultimă instanță, a societății în ansamblu. Acest nivel de responsabilitate socială cuprinde o mare varietate de inițiative, printre care donații caritabile, construcția unor facilități recreative pentru salariați și familiile lor, sprijinul acordat școlilor locale, sponsorizarea unor evenimente artistice sau sportive etc.

Modelul de filantropie include totalitatea activităților ce implică un ajutor material acordat benevol și necondiționat de către companie unor categorii sociale sau organizații nevoiașe. *Voluntariatul*, dacă e făcut la nivel de companie este și el parte componentă a activităților filantropice, întrucât în acest caz compania investește resurse umane și de timp în beneficiul comunității. Această formă de filantropie este una clasică și frecvent întâlnită în Moldova.

*„Acolo unde trebuie să încetez să mai fiu moral,
nu mai am nicio putere”.*

(J.W. Goethe)

Codul deontologic: geneză și actualitate

De multe ori, pentru a evita derapajele de la principiile etice, o companie apelează la implementarea unui cod de conduită, la care să adere toți angajații ei. Profesiilor le sunt necesare coduri etice. Pentru ca aceste coduri să aibă autoritate morală, ele trebuie să aibă consimțământul tacit sau explicit al fiecărui membru. Uneori acest consimțământ este cerut la intrarea într-o profesie și în lipsa lui persoana nu este acceptată sau, dacă îi încalcă principiile cadru, este exclus. Codul de etică poate fi definit prin mai multe moduri:

1. un ansamblu de prescripții de conduită pentru diverse aspecte ale valorii morale socio-profesionale.
2. o declarație formală care constituie un ghid etic pentru modul în care oamenii dintr-o organizație trebuie să acționeze și să ia decizii.
3. un ghid al practicilor de afaceri care direcționează comportamentele individuale și de grup.
4. un document formal care statuează normele și credințele, reflectă valorile obiective și principiile promovate de o firmă, reflectând gradul de cultură al firmei.
5. un sistem de valori ce au rolul de a direcționa comportamentele umane individuale și de grup.

Codul de etică reprezintă unul din elementele definitorii pentru succes. Datorită acestui lucru, firmele încearcă să dezvolte la proprii salariați un comportament etic. Codurile de etică ale firmelor se adresează atât personalului propriu, ele servind în procesul de încadrare pe funcții, promovare și salarizare, cât și partenerilor de afaceri. Promovarea valorilor din codurile de etică se realizează prin comitete de etică. Aceste comitete de etică sunt plasate în structura organizatorică, de regulă, la nivelul managerilor superiori .

Exemple de documente cu rol de reglementare sivesc: *Codul lui Hammurabi*, *Codul lui Manuc*, *Decalogul* sau cele *10 porunci* din Vechiul testament, Jurământul lui Hipocrat etc. Cel mai cunoscut cod de conduită managerială aparține British Institute of Management și este numit **Code of Conduct**.

Codul etic este o declarație formală care constituie un ghid etic pentru modul în care oamenii dintr-o organizație trebuie să acționeze și să ia decizii.

Cine poate beneficia de un Cod etic / deontologic?

Orice organizație, chiar și cea mai sinceră și dezinteresată implicată în comunitate, poate beneficia de un cod de etică care identifică practicile etice și standardele acceptate.

Nouăzeci la sută din cele 500 de companii care alcătuiesc clasamentul Fortune 500 și aproape jumătate din celelalte firme au coduri etice.⁴⁶

De ce este nevoie de un Cod etic / deontologic?

Codurile etice abordează probleme cum ar fi conflictele de interese, concurenții, caracterul privat al informațiilor, oferirea cadourilor precum și oferirea și primirea sponsorizărilor politice .

Un astfel de document ajută organizațiile să identifice și să evite colaborări sau acțiuni de nedorit.

Majoritatea codurilor etice identifică comportamentele așteptate în cadrul relațiilor sociale, recomandă evitarea acțiunilor improprii și ilegale în munca desfășurată și recomandă relații bune cu clienții. Un cod etic formulează idealuri, valori și principii după care este guvernată o organizație. Dincolo de aceste elemente, codurile etice abordează probleme cum ar fi conflictele de interese, concurenții, caracterul privat al informațiilor, oferirea cadourilor etc.

Adoptarea unui astfel de cod *nu furnizează doar o verificare a eticii organizației*, ci și o poziție față de beneficiari, finanțatori și autoritățile publice unde organizațiile țin să îndeplinească standarde înalte.

Codurile activității profesionale sunt elaborate de către *primii profesioniști, angajați în activități social-utile*, printre acestea mai vechi sunt: munca medicilor, a judecătorului, a pedagogului, a funcționarului public. Celor angajați în domeniul serviciilor publice li se impuneau cerințe morale deosebite.

Unul dintre primele coduri profesionale este considerat Jurământul lui Hipocrat, adoptat aproximativ 2500 de ani în urmă. *Jurământul lui Hipocrat* cuprinde responsabilitățile morale pe care absolventul școlii medicale și le asumă în mod public. În baza acestei experiențe societatea recunoaște mai târziu tradițiile: *jurământul președintelui țării, a judecătorului, a apărătorului ...*

Numeroase coduri etico-profesionale sunt elaborate în perioada consolidării atelierelor meșteșugărești din *epoca medievală* (sec. XI-XII). În statutele atelierelor sunt incluse cerințele morale față de profesie, față de muncă, față de colegi.

În epoca medievală profesionalismul dobândește un nou impuls oferit de creștinism. În această perioadă, unde bisericile creștine erau nu numai obiecte de cult, dar și edificii publice, *meșterul nu este*

⁴⁶ <https://administrare.info/domenii/management/10287-accept%C5%A3iuni-ale-no%C5%A3iunii-de-etic%C4%83>

doar producătorul unui lucru, dar și garantul calității, deținătorul propriului simbol, el este responsabil pentru păstrarea tehnologiei în forma neschimbată, pentru transmiterea ei generațiilor viitoare.

O dată cu transmiterea secretelor profesionale meșterul îi învâța pe discipoli să-și iubească și să-și prețuiască munca, să aibă o atitudine responsabilă față de tot ce vor face. Meșterul era un om *cu reputație impecabilă, cinstit, cumsecade, născut legitim, instruit*. Fiecare atelier ținea în mare secret „rețetele”, tehnologiile, textele, care conservau tradițiile tehnologice ale artei meșteșugărești, istoria lor. Acestea erau transmise doar celor demni de a fi inițiați în secretele artei respective.

În Italia acelor timpuri o mare taină o constituia producerea *sticlei venețiene, a ceasului de nisip* a maeștrilor din *Bologna, rețeta pieselor metalice – Numberg etc.*

Dezvăluirea secretului comercial, exportul instrumentelor sau migrarea meșterilor în alte orașe era pedepsită, chiar cu *moartea*. Membrii atelierului erau obligați să dea un *jurământ*, care includea și *păstrarea tainei*.

În perioada Renașterii în etica profesională se afirmă principiul hedonismului. **HEDONISMUL** (*satisfacție*)- principiu al eticii care recunoaște tendința omului de a-și multiplica satisfacțiile și de a evita suferințele. Satisfacția este apreciată ca morală, deoarece este naturală pentru om, corespunde umanismului, esenței moralei.

Generalizând, conchidem că *Codurile etice* au apărut ca o necesitate în mediul de afaceri. *Codurile etice* au fost adoptate la nivel de domenii/ industrii /branșe. Codurile erau menite să protejeze legitimitatea afacerilor de acțiunile neetice ale concurenților. În plus, desfășurarea cu succes a unei afaceri a depins și depinde de încrederea acordată de clienți / opinia publică etc.

Ariile prioritare ale Codului de etică (deontologic)

Managerul unei organizații este persoana care poate formula politica etică a organizației. Această politica etică depinde de filosofia personală a managerului, de cariera și formația sa profesională. Obiectivele organizației sunt stabilite de către conducere. De obicei, elaborarea codurilor se face în echipă.. Tot conducerea, de regulă, numește și colectivul de lucru. Acest colectiv pune în comun valorile împărtășite de membri, informații despre coduri similare cu obiective similare. Dar numai prin conceperea și popularizarea unui cod etic managerii nu își pot considera încheiată misiunea și acest lucru nu reprezintă o condiție suficientă ca membrii organizației să dispună de sfaturile de care au nevoie pentru a stabili ceea ce este etic și a acționa în concordanță. Normele, credințele sunt în general

propușe, discutate și definite de manageri și un colectiv de lucru, iar apoi publicate și distribuite angajaților, ținându-se cont de nevoile și specificul organizației.

Managerul unei organizații este persoana care poate formula politica etică a organizației. Această politica etică depinde de filosofia personală a managerului, de cariera și formația sa profesională. Obiectivele organizației sunt stabilite de către conducere. De obicei, elaborarea codurilor se face în echipă.. Tot conducerea, de regulă, numește și colectivul de lucru. Acest colectiv pune în comun valorile împărtășite de membri, informații despre coduri similare cu obiective similare.

Normele, credințele sunt în general propuse, discutate și definite de manageri și un colectiv de lucru, iar apoi publicate și distribuite angajaților, ținându-se cont de nevoile și specificul organizației.

Codurile includ principalele responsabilități ale companiei față de:

- consumatori: importanța satisfacerii consumatorilor, calitatea, siguranța, protecția consumatorilor, corectitudinea prețurilor, serviciile după vânzare;
- parteneri de afaceri: promptitudine în achitarea facturilor, respectarea tuturor prevederilor contractuale, cooperarea în obținerea calității și eficienței, neacceptarea nici unui fel de mită, comisioane sau a excesului de ospitalitate;
- salariați: modul în care compania valorifică resursele umane, recrutarea și selecția formarea și perfecționarea, condițiile de muncă, egalitatea șanselor, recompensarea pensionarea, protecția împotriva discriminărilor și a hărțuirii;
- acționari: protejarea investițiilor făcute în companie, asigurarea eficienței investițiilor, acuratețea informațiilor privind situația economico-financiară;
- comunitate: obligația companiei de a proteja și a conserva mediul, implicarea în acțiuni în interesul comunității, în activități educative și caritabile.

Unele coduri cuprind și o serie de prevederi privind climatul organizațional discriminările, conflictul de interese, cadourile și gratuitățile .

Printre ariile prioritare ale unu cod de etică atestăm:

- I. Declarația de responsabilitate (*opțional*)
- II. Dispoziții generale
- III. Domeniu de aplicare
- IV. Valorile, principii morale și profesionale
- V. Aplicare și sancțiuni
- VI. Dispoziții finale

Declarația de responsabilitate

Această primă parte a Codului reprezintă o declarație, mai mult sau mai puțin, formală a managementului organizației. Compartimentul dat va reprezenta înțelegerea și importanța dată conceptului de etică în și vârf un îndemn de aliniere a comunității profesionale la acest demers. Prin această declarație managementul de vârf își asumă prezentul Cod și se poziționează drept garant al respectării acestuia. În această primă parte se va rezuma și întregul demers de responsabilizare, de respectare a principiilor și valorilor etice. Tot aici se poate preciza istoricul de la care s-a plecat în formularea Codului. Se vor mai specifica liniile directoare ale acestui Cod.

Prezentarea trebuie să fie realizată într-un limbaj simplu, clar, ca să fie înțeles de toată lumea și să includă asumarea în mod explicit. Se va evita un limbaj greoi și de tip juridic.

De exemplu:

*„Într-o lume tot mai intens conectată, vrem să aducem cele mai bune servicii digitale pentru toți și fiecare. Ambiția noastră este să fim operatorul preferat al tuturor. Prin acest cod de etică **XXX** adoptă un set de principii de ghidare, menite să consolideze încrederea angajaților, clienților, furnizorilor, acționarilor și partenerilor săi precum și a societății în întregime. Aceste principii de acțiune sunt bazate pe respect, integritate, calitate a serviciilor și spirit de echipă. **XXX** va respecta aceste principii zi de zi și va asigura respectarea lor de toți cei cu care lucrează, indiferent de mediul geografic și cultural. Credem, că un comportament exemplar poate doar să fortifice poziția noastră de operator de încredere. Vă îndemn să citiți acest document de referință și să adoptați aceste principii.”⁴⁷*

Prezenta declarație de asumare a responsabilității va spori valoarea și credibilitatea Codului în cadrul organizației și în exteriorul acesteia. Aici se pot regăsi: **angajamentul de respect, angajamentul de integritate, angajamentul de calitate etc.**

*„**Angajamentul de Respect** constituie un veritabil ghid în relațiile noastre cu toate părțile interesate și este parte integrantă a tuturor activităților noastre. Noi ținem cont de diferențele individuale și le respectăm. Respectul stă la baza interacțiunii dintre oameni, nu doar în interiorul Grupului, în raport cu clienții și acționarii noștri, dar și în mediul nostru social. Noi respectăm oamenii și dreptul lor la viață privată. Respectăm diferențele de origine, etnie, gen, cultură, vârstă, situație familială, orientare religioasă, politică sau sindicală.”⁴⁸*

*„**Angajamentul de Integritate** ne determină să respectăm cu strictețe obligația noastră de onestitate în relațiile de afaceri. E o cerință către noi toți și către management în particular, de a*

⁴⁷ https://www.orange.md/files/01_Codul%20de%20etica%20Orange_v1.pdf

⁴⁸ https://www.orange.md/files/01_Codul%20de%20etica%20Orange_v1.pdf

adopta un comportament exemplar în procesul de îndeplinire a obligațiilor noastre față de clienți, colegi și alte părți interesate.”⁴⁹

„Angajamentul de Calitate constă în asigurarea unor servicii de calitate pentru clienții noștri. Calitatea se referă la fiecare domeniu al afacerii și fiecare are un rol, contribuind la realizarea acestui obiectiv. Ambiția noastră este să fim recunoscuți și susținuți de toate părțile interesate.”⁵⁰

Dispoziții generale

În acest compartiment se va specifica că Prezentul *Cod* reglementează conduita membrilor comunității profesionale... . Se cere de precizat căror valori universale acceptate sunt circumscrise normele și principiile Codului. Sistemul de valori se va regăsi în normele de conduită, având o triplă funcționalitate:

- asumarea răspunderii morale individuale și instituționale în baza interesului comunității profesionale,
- promovarea culturii organizaționale și consolidarea statusului profesional,
- asumarea răspunderii individuale și instituționale în baza interesului comunității profesionale.

Domeniu de aplicare

La acest compartiment se va specifica faptul că prezentul *Cod* se pretinde a fi *un contract moral* între membrii comunității profesionale, contribuind drept urmare la coeziunea membrilor la instalarea unui climat profesional bazat pe cooperare și competiție corectă contribuind astfel la creșterea prestigiului organizației.

Se va specifica obligativitatea prevederilor Codului pentru toți membrii comunității profesionale, care de altfel exprimă idealurile, principiile și normele de conduita morală, pe care membrii comunității consimt să le respecte și să le urmeze în activitatea lor profesională. Totodată se va preciza că actualul *Cod* de etică nu exclude și nu înlocuiește drepturile și obligațiile legale care revin membrilor Comunității.

Valorile, principiile morale și profesionale

Aceasta este o arie dedicată prezentării *valorilor morale și profesionale* ale organizației, domeniului profesional, printre care specificăm: *patriotismul, datoria de serviciu, onoarea și demnitatea etc.* Documentul trebuie să fie construit astfel, încât să surprindă esențialul, să fie ușor de înțeles și urmat. Recomandabil la acest capitol ar mai indicarea obligațiilor angajaților in corpore.

Tot aici regăsim principiile ce stau la baza activității profesionale din domeniu, Sub o formă sintetică, acestea trebuie să exprime caracterul de integritate a organizației Recomandabile în acest sens

⁴⁹ https://www.orange.md/files/01_Codul%20de%20etica%20Orange_v1.pdf

⁵⁰ https://www.orange.md/files/01_Codul%20de%20etica%20Orange_v1.pdf

sunt principiile generale/universale, normele cu valoare strategică și operațională, ce trebuie respectate în vederea inaugurării eficienței activităților proiectate la nivel organizațional, precum și principiile eticii profesionale concrete. Specificăm doar câteva: *autonomia personală, legalitatea, umanismul, egalitatea și nediscriminarea, imparțialitatea, profesionalismul, meritul, integritatea, loialitatea (fidelitatea), libertatea de exprimare, transparența, confidențialitatea, respectul și toleranța, integritatea morală, prevenirea și gestionarea conflictelor de interese, onestitatea și corectitudinea etc.* Sarcina de a stabili principiile prioritare, relevante aparține echipei de elaborare, și ele trebuie să fie cunoscute și împărtășite de întreaga echipă. Principiile trebuie să formeze un caracter unitar, să fie asumate față toate părțile interesate.

Aplicare și sancțiuni

În cadrul acestei componente se recomandă a insera *normele de bună conduită* în activitatea profesională, în comunicare, precum și abaterile de la normele stipulate în Codul de etică al organizației. De regulă, monitorizarea aplicării normelor prevăzute în prezentul Cod de etica este urmărită de către Comisia de etică a cărei atribuții se cer a fi stipulate în Codul dat.

Comisia / Comitetul de etică și integritate profesională

Comisia de Etică al Grupului este responsabil de administrarea problemelor ce țin de standardele de etică. Este constituit dintr-un președinte și membri, toți fiind numiți sau aleși.

Comisia verifică periodic în ce măsură Codul este cunoscut și aplicat.

Comisia asigură omogenitatea acestor practici în cadrul organizației.

Comisia urmărește toate modificările reglementare și juridice în acest domeniu. La inițiativă proprie sau la sesizare *Comisia* oferă recomandări în ceea ce privește respectarea valorilor și implementarea principiilor stabilite în Cod.

Acționând în condiții de strictă confidențialitate, *Comisia* poate examina cazuri individuale care i-au fost înaintate de către angajați sau managerii lor.

Comisia vine cu recomandări către factorul decizional ierarhic superior cu scopul de a favoriza înțelegerea și respectarea Codului.

Comisia înaintează, de asemenea, completările sau amendamentele necesare Codului.

Comisia raportează anual asupra activității sale.

Cuvântul cultură vine de la cuvântul latin colere ce se traduce prin a cultiva, a onora și se referă, în general, la activitatea umană. Termenul de cultură a fost preluat, de mai toate limbile moderne, din limba latină, unde cuvântul cultură avea atât înțelesul de cultivare a pământului, cât și pe cel de cultivare a spiritului. Se avea în vedere ideea de transformare a naturii exterioare a omului și a facultăților lui naturale, pe care educația le poate transforma din potențialități în realități. Cuvântul trece astfel în sfera largă a educației, care urmărește formarea spiritului și a sufletului, instruirea și modelarea personalității pe baza cunoștințelor și a experienței personale.

Cultura reprezintă o moștenire ce se transmite cu ajutorul codurilor de comunicație specifice cum ar fi: gesturile ori cuvintele, scrisul și artele, mass-media (presa, radioul, televiziunea), media interactivă (telefonul) etc. În același fel, se transmit ritualurile, cunoștințele teoretice, normele abstracte, religia.

A defini cultura înseamnă a defini însăși condiția umană, în unitatea și varietatea ei, în încercările nesfârșite de a crea, de a lăsa posterității valori inestimabile. Prin cultură, omul își depășește mediul de existență și dă sens vieții sale. Nu există o definiție standard a culturii. Numai printr-o privire de ansamblu în toate ramurile vieții sociale și în toate disciplinele educaționale ne putem face o idee completă în legătură cu ceea ce reprezintă de fapt cultura. Cultura ne apare ca un ansamblu de limbaje, simboluri și semnificații care sunt integrate într-un amplu și complex proces de comunicare. Cel care dă tonus și culoare acestui ansamblu este omul, mereu interesat de tot ceea ce-l înconjoară. Pentru om, cultura reprezintă mediul specific de existență.

Cultura definește sintetic modul uman de existență și este simbolul forței creatoare a omului. Ea reprezintă un adevărat sistem de valori. Componenta materială a culturii, care este exprimată de obicei prin termenul de civilizație, cuprinde mijloacele și valorile care asigură reproducerea materială a vieții sociale, adică procesele existenței sociale. Componenta spirituală a culturii cuprinde sistemele de valori în care se cristalizează eforturile de cunoaștere, atitudinile și reacțiile omului în contact cu ceea ce îl înconjoară. De obicei, acestea îmbracă forma unor sisteme ca filozofia, arta, mitologia, religia, morala, dreptul etc. Conceptul de cultură a început să fie utilizat tot mai frecvent în decursul secolului al XIX-lea, odată cu formarea noilor discipline sociale. El a fost asociat cu cel de civilizație, impus încă din secolul al XVIII-lea, pentru a semnifica progresul cunoașterii și al societății pe baza extinderii gândirii raționale și a mijloacelor tehnice. Pe măsură ce a dobândit o utilizare frecventă în disciplinele sociale, termenul de cultură a căpătat semnificații foarte largi, fiind considerată ca un

factor definitoriu al existenței umane, ca element indispensabil al realității sociale. Cercetările din secolul al XIX-lea au condus la cristalizarea unei prime definiții care poartă amprenta antropologului Eduard Burnett Tylor (1832-1917). Savantul pornește de la studiul culturilor primitive, cu scopul de a ajunge la o generalizare care înglobează în conceptul de cultură toate manifestările de viață ale unui popor: de la mitologie, limbaj, rituri, ceremonii, simboluri, cunoștințe, până la instituții și forme de organizare socială. Așadar, putem afirma că definirea noțiunii de cultură este de origine engleză, Edward B. Tylor fiind cel dintâi care a văzut-o ca un „ansamblu complex ce include cunoașterea, credințele, arta, morala, dreptul, tradițiile și orice alte producții și modalități de viață create de omul ce trăiește în societate”

Limbajul specializat

Limbajul specializat constituie toate elementele lexicale care sunt, într-un mod sau altul, legate de o activitate specifică, de un domeniu științifico-profesional și care sunt folosite de un grup de vorbitori în comunicarea lor scrisă sau orală, în cadrul unui domeniu al existenței sociale, profesionale și culturale. El are o sferă de întrebuințare limitată și, în consecință, este înțeles doar de un grup social strict determinat. Lexicul de specialitate își are originea în istoria procesului de producție, atunci când apar noi idei și se creează obiecte noi, pentru care nu există încă denumiri. În aceste condiții, activitatea profesională este în permanență însoțită, în plan lingvistic, de apariția unor elemente lexicale formate prin intervenția conștientă a omului în dezvoltarea naturală a limbii. Relațiile existente între lexiconul comun și cel specializat fac posibilă deplasarea unităților lexicale dintr-un registru în celălalt. Pe de o parte, vocabularul specializat „atrage” prin specializare și transfer elemente curente ale lexicului comun, iar pe de altă parte, împrumută altor arii lexicale termeni, care pot fi supuși unei alte specializări sau unui nou transfer metaforic. În principal, prin limitarea câmpului obiectual-noțional, cuvintele din lexiconul comun pot trece în componența lexicului specializat. În prezent, este mai frecvent procesul invers: prin popularizarea unor noțiuni speciale, semnificațiile lor își pierd precizia terminologică și intră astfel într-un circuit mai larg.

S-a constatat că peste 60% din neologisme provin din trecerea unităților terminologice, aparținând unei sfere de activitate specializate, într-o sferă nespecializată (lucrări de popularizare a științei, presă, televiziune, radio).

Acest lucru este mai evident astăzi, când știința și tehnica intră tot mai mult în viața cotidiană a fiecăruia prin intermediul consumului de produse tehnice și al vulgarizării cunoștințelor științifice și tehnice. Frontierele între aceste două limbaje sunt neclare, permeabile. Prin urmare, limbajul specializat este legat de limbajul comun printr-o relație de intersectare, adică procesul de transfer al

unităților lingvistice între aceste două limbaje se realizează în ambele sensuri. Unitățile lexicale trec de la un limbaj la altul sau se găsesc în mai multe limbaje specializate în același timp.

Norme și erori de ordin lexical.

Folosirea pluralului incorect în contexte duce la confuzii semantice. Iată un șir de substantive cu două forme de plural la a căror utilizare se comit deseori greșeli:

arc, arcuri	arc, arce
bandă, bande	bandă, benzi
bas, basuri	bas, bași
blană, blănuri	blană, blăni
buton, butoane	buton, butoni
canat, canaturi	canat, canate
cap, capete	cap, capuri
car, care	car, cari
ciocan, ciocane	ciocan, ciocani
complex, complexe	complex, complexuri
corn, coarne	corn, corni; corn, cornuri
creier, creieri	creier, creiere
dulceață, dulcețuri	dulceață, dulceți
ghiveci, ghivece	ghiveci, ghiveciuri
granat, granate	granat, granați
lână, lăni,	lână, lănuri
ocol, ocoale	ocol, ocoluri
raport, rapoarte	raport, raporturi
țelină, țeline	țelină, țelini
umăr, umeri	umăr (umeras), umere
zefir, zefiri	zefir, zefiruri

Greșeli de ordin sintactic.

Una dintre abaterile de la corectitudine o constituie solecismul. Termenul provine din limba greacă σολοικισμος („a vorbi incorect”); este denumirea orașului Soloi, colonie ateniană, unde se vorbea o greacă incorectă. În limba română, termenul a ajuns prin filieră franceză: solécisme (< lat. soloecismus). În sens larg, solecismul este definit drept orice tip de greșeală, abatere de la normă în orice domeniu, inclusiv încălcarea a etichetei, a bunului - simț. Această din urmă accepție este conservată de limba engleză: incongruență, absurditate, greșeală, eroare gramaticală, încălcarea uzului, în timp ce limba franceză specializează sensul: greșeală de sintaxă, viciu de construcție a enunțului. De aceea, indicat ar fi să folosim sintagma solecism lingvistic. Limba română păstrează sensul specializat, de eroare gramaticală (sintactică) sau/și de uzaj într-o anumită perioadă: greșeală de sintaxă în vorbirea literară; abatere neintenționată de la forma normală, folosită mai ales de scriitorii latini. Această greșeală, abatere neintenționată rezultă din nerespectarea regulilor sintactice de către vorbitori drept o consecință a lipsei de cultură sau a necunoașterii limbii de către aceștia. Așadar, solecismul este abaterea care se definește drept greșeală de sintaxă, cauzată îndeosebi de incultura

vorbitorilor sau de cunoașterea defectuoasă a limbii. De aceea, sensul acestui termen este de: eroare în utilizarea limbii. Categoriile de vorbitori cele mai expuse solecismului sunt persoanele ignorante în ceea ce privește domeniul limbii și cei care învață o limbă străină.

Greșeli de ordin stilistic.

Greșelile de ordin stilistic se referă la mijloacele de exprimare a persoanelor din punctul de vedere al al conținutului lor, al expresivității, al calităților și normelor lor. ∞ Redundanța. O greșeală stilistică în limba română constă în abundența (inutilă) de expresii sau de cuvinte în formularea unei idei - o formă specială de risipă a cuvintelor - numită redundanță.

O altă formă de risipă, mai caracteristică, este pleonasmul și tautologia.

N.B. Pentru evitarea confuziei dintre pleonasm și tautologie, este necesară analizarea etimologiei termenului tautologie, în a cărei structură se recunosc cuvintele grecești, folosite ca elemente de compunere savantă, tautos („același”) și logos („cuvânt”), în timp ce folosirea ca echivalent al termenului pleonasm este contrară etimologiei în măsura în care, de cele mai multe ori, această greșeală de exprimare se realizează, după cum am văzut, cu elemente de expresie (inclusiv cuvinte) diferite. Ca și pleonasmul, tautologia îmbracă mai multe forme. Prima presupune tratarea fenomenului drept o greșeală de exprimare produsă atunci când „trădează ignoranța ori lenea în gândire și indolența exprimării”. Cea de-a doua formă este generată de abordarea tautologiei din perspectiva gramaticii, ca un mijloc de exprimare a unor relații de determinare. În fine, cea de-a treia se leagă de domeniul stilisticii, tautologia fiind înțeleasă drept o figură de stil, „gândită cu luciditate și folosită cu talent, când vorbitorul își dă seama de originalitatea exprimării”. Uneori, tautologia este folosită ca modalitate a unei definiții științifice, situație în care poate fi o greșeală, pentru că, dacă se repetă cu absolut aceeași accepție, cuvântul își pierde funcția de determinant și constituie o repetiție lexicală fără sens, o exprimare în cerc vicios.

Pleonasmul este o greșeală care constă în reluarea nejustificată a aceluiași sens într-un enunț, iar tautologia constă în repetarea aceluiași cuvânt sau a unor cuvinte sinonime.

De exemplu: • „Cererea a fost solicitată...”; • „Vom da o mare importanță însemnătății dezvoltării relațiilor noastre...”.

Cauzele producerii pleonasmelor sunt numeroase, variate și dificil de analizat. Ele „încep cu graba sau insuficiența controlare a modului de exprimare și se termină cu lipsa ori insuficiența cultură lingvistică, despre care nu ne îndoiim că formează și ea o parte (sau măcar o părțică) integrantă din ceea ce obișnuim să numim cultura generală”

Calchierea eronată a verbelor

Calcul lingvistic este fenomenul lexical aflat la intersecția dintre împrumut și mijloacele interne de îmbogățire a vocabularului, care constă în transpunerea dintr-un cuvânt străin, analizabil semantic, a structurii, formei, a unor sensuri la cuvinte mai vechi (din aceeași sferă semantică) din limba care împrumută sau în preluarea, ca model, a unor procedee morfologice, sintactice, frazeologice din limba din care se împrumută. De ex.:

Verbul *a se strădui*, preferat de vorbitori pentru analogia sonoră cu a stăruii, nu totdeauna salvează situația, dat fiind faptul că semnificația lui este mai profundă decât cea a rusescului стараться, pe care îl înlocuiește. A se strădui are sensul „a depune multe eforturi ca să realizeze ceva; a se sili, a se căzni”, iar „Dicționarul de sinonime” dă pentru el echivalentele „a se canoni, a se căzni, a se chinui, a se forța, a se frământa, a se munci, a se necăji, a se osteni, a se sforța, a se sili, a se trudi, a se zbate, a se zbugiuma” și încă multe altele.

Echivocul este o inadvertență de stil, când enunțul expus are un caracter ambiguu și poate fi înțeles în mai multe feluri. Ambiguitatea este determinată de structura defectuoasă a frazei, de polisemia unor lexeme sau de particularitățile semantice pe care le capătă anumite îmbinări de cuvinte.

De multe ori, echivocurile apar atunci când se vrea o expunere cât mai scurtă, mai ales în anunțuri, oferte etc. Or, atunci când o întreprindere specializată în producerea obiectelor din piele afișează texte de tipul: „Executăm mănuși din pielea clienților” sau „Reparăm poșete de femei stricate”, s-ar putea ca acestea mai degrabă să-i sperie ori să-i amuze, decât să-i atragă pe clienți.

Contradicția de sens (din limba latină, „*contradictio in adiecto*”). Contradicția de sens sau, tradus ad litteram, este contradicția în ceea ce se adaugă sau contradicție în adaos. Această greșală constă în alăturarea unor cuvinte cu sens contrar, incompatibile între ele. După cum precizează Maria Osiac în lucrarea „Dificultăți ale limbii române”, depistarea și evitarea contradicțiilor în adaos se realizează cu mai multă greutate din cauza necunoașterii exacte a sensului cuvintelor sau din cauza necunoașterii etimologiei acestora; este o greșală de limbă și de gândire. Menționăm că greșala de tip opus acesteia este pleonasmul despre care am vorbit mai sus. Ca și la alte tipuri de greșeli de exprimare, avem de a face, și în acest caz, cu încălcarea proprietății termenilor. Astfel, unele construcții gramaticale pot constitui adevărate consensuri, de domeniul absurdului. Aceste greșeli nu se comit numai la folosirea cuvintelor cu etimonul nedecodabil pentru nespecialiști, ci și a cuvintelor a căror semantică proprie este sprijinită de o formă internă clară pentru vorbitorii români. Nu e nevoie să fii lingvist sau să fi studiat etimologia, pentru a recunoaște în structura substantivului „aragaz” componentul de bază „gaz” (prima parte a compusului, format în limba română, inițial ca nume

propriu – denumire comercială a gazului îmbuteliat – reprezintă abrevierea unei foste firme petroliere Asociația Româno-Americană). În pofida legăturii transparente cu gazul, se vede că există vorbitori care atribuie cuvântului aragaz numai înțelesul „mașină de gătit” sau „plită”, fără precizarea referitoare la utilizarea combustibilului gaz.

A oferi „aragaze electrice” (Puteți cumpăra aragaze electrice de cea mai bună calitate la prețuri modice ...) e ca și cum ai oferi clientului „zaharnițe pentru sare”! Ilustrări ale acestor situații (de felul: Cei patru evangheliști sunt trei: Luca și Matei) se găsesc mai ales în avizuri și reclame, care oferă, fără intenții umoristice, concerte „remarcabile cu cântăreți notorii puțin cunoscuți de către publicul moldovean.

Asemenea exemple demonstrează că autorul nu cunoaște sensul propriu al cuvântului notoriu, care înseamnă „foarte cunoscut de toată lumea”, și că, probabil, prin confuzia cu „notabil”, îi atribuie sensul impropriu „remarcabil”, derivat din sensul calitativ, „celebru, renumit”, fără a menține legătura cu ideea de largă cunoaștere implicată în aceasta din urmă. Chiar și atunci când unele cuvinte capătă un sens figurat, pentru claritatea comunicării e de preferat să se evite folosirea lor în îmbinări cu unele cuvinte antonime, mai ales în stilul oficial, unde șochează construcțiile de felul: teribil de mic, strașnic de gustos.

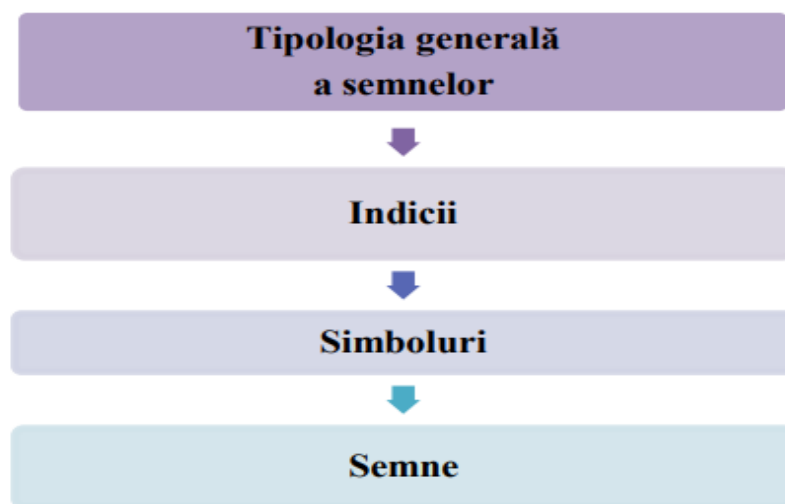
Deseori, greșeala contradicției de sens apare și în conținuturile unor enunțuri mai mari, care, prin expunerea contradictorie a raționamentelor, se exclud unul pe altul. ∞ Clișeele lingvistice sau construcțiile fixe.

Clișeele respective sunt prezente în mod special în limbajul administrativ, ceea ce se explică prin aria mai restrânsă a situațiilor în care se întrebuițează acesta și prin necesitățile de comunicare cât mai clare și mai precise (îmbinările de cuvinte stereotipe fiind utilizate și în stilul științific).

Utilizarea abuzivă a clișeelelor nu se datorează necesităților semantice sau stilistice, ci obișnuinței de a face apel mereu la aceleași formule, adesea la modă, sau intenției de a impresiona prin forma savantă a vorbirii. Această utilizare excesivă face însă ca expresia sau cuvântul respectiv să-și piardă forța expresivă. Vom demonstra, cu ajutorul exemplelor de mai jos, afirmațiile citate.

Prin **sionergologie** înțelegem expresia energiei și a informației prin ținută, mișcări, indici faciali etc. Cunoașterea limbajului corpului face posibilă atât utilizarea corectă a mișcărilor propriului corp, cât și interpretarea comportării interlocutorilor, a clienților și a partenerilor de afaceri, având astfel posibilitatea de a reacționa eficient în relațiile cu aceștia. Procesele sufletești: emoțiile, supărările, frica, bucuria, rușinea sunt atât de strâns legate de expresiile corpului, încât unele fără altele nu pot exista. Dacă nu există concordanță între limbajul corpului și cuvinte, atunci vorbitorul nu este persuasiv, iar interlocutorul/ receptorul este cuprins de îndoială. Dacă are loc o armonizare între limbajul corpului și cel verbal, atunci putem afirma că vorbitorul a „intrat în rol”. Or, persuasiunea va fi realizată numai atunci când vorbitorul va executa mișcări autentice conform situațiilor de comunicare și genului de subiect pus în discuție. Cunoaștem faptul că manifestările emotive apar la toți oamenii. Ele sunt exprimate nu numai prin cuvinte, dar și prin diferite gesturi. Gesturile permit tragerea unor concluzii asupra unor sentimente și motive necunoscute, precum și, eventual, asupra unor mecanisme defensive. Dar ele trebuie privite și descifrate corect. A privi înseamnă a înregistra, în permanență, totul. Semnificația mesajelor transmise de către interlocutor devine cu atât mai importantă, cu cât deținem mai multe informații suplimentare. De exemplu: să deținem în același timp exprimarea sonoră (timbrul, intonația etc.), dar și gesturile, expresia feții, modul în care a reacționat în situații anterioare etc. Nimeni nu a putut ghici „dintr-o singură literă un întreg cuvânt, dintr-un cuvânt o întreagă propoziție și dintr-o propoziție o întreagă istorie”. Cu cât avem mai mulți indici în comunicare, cu atât suntem mai siguri asupra informației unei anumite exprimări.

Analiza structurii comunicării corporale impune luarea în considerare a codurilor, modelelor și scopurilor specifice implicate. În comunicarea nonverbală se folosesc seturi de semne, coduri care, prin combinare, dau o anumită structură. De fapt, aceste semnale sunt stimuli senzoriali care impresionează simțurile omului: văz, auz, pipăit, miros. Pe baza tipului semnelor și a canalelor de transmitere a lor s-au produs multiple clasificări ale comportamentelor nonverbale și ale comunicării nonverbale. Din punct de vedere al tipologiei generale a semnelor, în limbajul corporal ne putem confrunța cu: indici, simboluri, semne.



Indicii (semne neintenționate, adesea nonconștiente):

Poziția sprâncenelor în mirare, încruntarea frunții în nemulțumire; fața este zona privilegiată de exprimare a indicilor emoționali, chiar dacă participă și corpul; dilatarea sau îngustarea pupilelor, ochii și privirea au un rol preponderent ca indice al stării emoționale.

Simboluri (semne cu semnificație socio-culturală, adesea normate sau chiar ritualizate):

Ochii la cer, îngenuncherea și poziția mâinilor în rugăciune - pentru a implora divinitatea; brațele deschise - pentru a primi pe cineva etc.

Semne corporale (în general gesturi făcute cu intenție comunicativă):

Surâsul cu intenție de salut; unele gesturi cu palmele și degetele, bătutul cu palma pe spate pentru a întrerupe îmbrățișarea etc.

Dar tipologia generală a semnelor nu ajunge pentru explorarea limbajului corporal. Au apărut numeroase și diferite clasificări aplicate specificului limbajului corporal. Astfel, printre cele mai vechi clasificări, J. Ruesch și W. Kees au propus, în 1956, o formulă simplă care permite gruparea comunicării corporale în trei categorii: A. Limbajul semnelor corporale, nonverbale, incluzând gesturile. B. Limbajul acțiunilor incluzând mișcările corpului implicate în diferite activități. C. Limbajul gesturilor sau acțiunilor în relație cu obiectele, care încorporează dispunerea intenționată sau neintenționată a obiectelor în spațiu în vederea folosirii lor. [2.1, p. 15] În studiul „Repertoriul comportamentului nonverbal: Categorii, origini, utilizare și codificare” („The repertoire of nonverbal behavior: Categories, origins, usage and coding”), devenit clasic, Paul Ekman și Wallace V. Friesen propun, în 1969, un sistem de categorii pentru clasificarea comportamentelor nonverbale format din: A. Gesturi - embleme: mișcări care substituie cuvintele și pot constitui un limbaj de sine stătător (de exemplu, degetul mare orientat în sus). Ele sunt înțelese adecvat în contextele culturale de referință, dar pot produce confuzie

în contexte diferite. B. Gesturi ilustratoare: mișcări mai puțin arbitrare decât emblemele, care însoțesc comunicarea, o susțin și o împlinesc. De exemplu:

- ♣ Bastoanele: mișcări verticale ale mâinii, accentuează anumite cuvinte pentru a atrage atenția asupra elementelor esențiale ale discursului;
- ♣ Pictogramele: desenează în aer forma obiectelor despre care se vorbește;
- ♣ Kinetogramele: descriu o acțiune sau o mișcare corporală pe care emițătorul consideră insuficient să o redea prin cuvinte;
- ♣ Ideogramele: descriu o mișcare abstractă, a gândirii, raționamentului;
- ♣ Deictice: indică obiecte, locuri, persoane (indicarea persoanelor poate irita și sunt limitate de regulile de politețe);
- ♣ Spațiale: care reproduc cadența unei acțiuni;

♣ Emblematici: embleme utilizate în prezența cuvintelor. C. Gesturi de reglaj: dirijează, controlează și întrețin comunicarea: datul din cap, contactul vizual, schimbarea poziției. Au funcție expresivă și fatică: relevă atitudinea participanților față de interacțiune, dau receptorului asigurări privind continuitatea contactului, iar emițătorului îi permit să-și ajusteze enunțarea în funcție de reacțiile interlocutorului. D. Expresii faciale afective: exprimă stările sufletești prin care trece emițătorul. Sunt preponderent indici, numai secundar semnale: mimici, mișcări ale membrelor, posturi. Fiind puțin controlabile conștient, sunt cei mai buni indicatori asupra stării emoționale adevărate a interlocutorului.

Sinergologie are semnificații multiple și de aceea este necesar să se cunoască și aptitudinile persoane, și mediul înconjurător care acționează asupra ei. Se cunoaște faptul că deosebirile dintre oameni sunt determinate de două elemente primare: predispoziția genetică (aptitudini, talent, înzestrare), care corespunde comportamentului înnăscut (moștenit) și influențele mediului înconjurător. Aptitudinile și talentul facilitează accesul într-un anumit tip de mediu înconjurător, care, la rândul său, solicită manifestarea unui anumit tip de aptitudini. În mare parte, comportamentul este determinat de modelele pe care le recepționează în decursul vieții, de ceea ce învață din mediul înconjurător, de propriile descoperiri, imitații etc. Aceste gesturi sunt definite ca fiind dobândite. În special, în această categorie intră modul de comportament tradițional, dobândit în cadrul unui anumit tip de cultură și de tradiție. Așadar, atunci când învățăm să ne exprimăm sentimentele și emoțiile prin limbajul corpului, înzestrarea ereditară și mediul înconjurător sunt într-o strânsă interdependență. Care dintre acești doi factori este decisiv la manifestarea limbajului corpului? S-au efectuat cercetări cu privire la impactul factorilor asupra limbajului corpului și s-a ajuns la concluzia că „rolul mediului înconjurător este

dominant”. S-a constatat însă că „factorii ereditari nu sunt pierduți, ei putând fi puși în evidență chiar și la maturitate prin stimuli corespunzători.”

Interpretarea limbajului corporal este dificilă din cauza multitudinii de sisteme semnificative care traversează corpul și din cauza gradelor diferite de intenționalitate conștientă: 1. Unele gesturi sunt destinate intenționat comunicării: există un limbaj corporal cu intenții comunicative clare, în care gesturile sunt făcute să fie semne, cum este, prin excelență:

limbajul surdo-mușilor. În cazul gesturilor cu mâinile și în cazul semnelor cu capul, intenționalitatea e, în general, evidentă. Există astfel un limbaj corporal explicit: gesturi clare, expresive, care intenționat au calitatea de simboluri sau semne. De exemplu, simbolismul gestual al salutului oriental, sau semnul gestual pe care îl face cineva care rotește palma pentru a grăbi vorbitorul. Cu cât partea corpului care realizează gestul respectiv este mai voluntar și diferențiat mobilă, cu atât gesturile au un net caracter de limbaj corporal. Așa cum fața este, prin mimică, în primul rând expresivă - putem constitui emblematic diferite expresii numai din gură, ochi și sprâncene. Prin urmare, în intenție comunicativă, conștientă cele mai evidente și importante sunt gesturile făcute cu palmele și degetele. 2. Există apoi expresii ce semnifică direct reacția subiectului într-o situație dată: surpriza, bucuria, supărarea, gesturi care, mai puțin clare, pot fi interpretate ca limbaj corporal chiar în lipsa intenției comunicative conștiente. În cazul expresiilor faciale, mesajele sunt evidente, chiar și animalele exprimă atitudini prin intermediul acestora. Însă oamenii controlează uneori aceste expresii, căci ei au descoperit că pot zâmbi celor pe care îi detestă:

„Mincinoșii machiavelici” pot produce toate semnele de sinceritate în limbajul corporal și totuși să mintă. **3. Interpretabile sunt comportamentele, chiar și lipsa oricărei activități corporale, „tăcerea” limbajului corporal, atitudinea de statuie.**

De exemplu: Clinton, disculpându-se, vorbește egal, cu fața rece, crispată, cu voce egală, fără intonații, cu mâinile strânse. Experții diagnostichează tocmai această „tăcere” în limbajul corporal ca fiind „mincinoasă”. Tăcerea e asociată mereu cu o postură, atitudine și adesea cu anumite gesturi, de aceea poate fi interpretată.

Gesturile trebuie interpretate în context.

„Interacțiunea” (M. Argyle) sau situația comunicațională - diferă perspectiva din care considerăm limbajul corporal, ca acțiune sau drept comunicare; noi privilegiam de îndată ce interpretăm, comunicarea - este alcătuită din:

- Context – situația generală în care are loc o întâlnire, o comunicare: masa, cinematograful, teatrul, concertul; dacă suntem cu un prieten, un coleg, o iubită, cineva cu care ne aflăm la începutul

relațiilor sau suntem cunoștințe vechi. Gesturile trebuie raportate la statutul și rolul social, la vârsta și sexul celor care le fac, chiar la diferențele de stiluri comunicative (introvertit sau extravertit), ca la un context.

- „Text” („discursul” limbajului corporal) – gesturile, atitudinile, posturile din acel context, care pot fi, la nevoie, înregistrate, dar, în sine, rămân insuficiente pentru surprinderea aspectelor subtile ale sensului comunicării sau interacțiunii.
 - Subtextul – sensul ascuns pe care „textul” (gesturile, atitudinile, posturile) ni-l poate propune prin mijloace semiotice (intonație, gesturi etc.). Aici formula procentelor lui Mehrabian poate fi cu îndreptățire citată: intonația și gesturile fac, față de limbajul verbal, mai mult de jumătate din cantitatea de informație pe care o putem obține pentru a înțelege o situație anume, pe dimensiunea ei relaționară, mai ales dacă este contrazisă de formularea verbală.
4. **Gesturile trebuie interpretate**, la fel ca și mesajele verbale, din perspectiva întrebării la care răspund sau a problemei pe care o rezolvă. Este esențial să ținem seama de faptul că ele răspund adesea unor probleme/ întrebări mai degrabă fiziologice decât semnificante, pentru că au și funcții comportamental - adaptative, nu numai de semnificare, ca ale cuvintelor. Poate că îi este frig și gestul de închidere/ apărare semnifică numai o încercare de reducere a pierderii de căldură a corpului; poate că este iritat de o mușcătură de insectă sau de hainele pe care le poartă și gesturile cu mâna la gât nu au altă semnificație etc.

Mișcărilor pe care le facem permanent pot fi efectuate cu mai mult sau mai puțin nerv. Tensiunea mișcărilor poate acționa pozitiv, poate diminua sau mări interesul față de cele spuse. Atunci când tensiunea mișcărilor nu este folosită corect, fiind exagerată într-un fel sau altul, comunicarea poate fi afectată.

La generarea și producerea mișcărilor participă întotdeauna lumea înconjurătoare.

- *Mișcărilor rotunjite* (ample) sunt expresia bucuriei, a dispoziției spre cooperare și conciliere, ele fiind însoțite de cuvinte calde și moi.
- *Mișcărilor nervoase*, confuze, abrupte exprimă un comportament necontrolat, afectiv, neînfrânat. De exemplu: Dacă, la un moment dat, persoana aruncă mâna înainte, împingând aerul cu degetul arătător în direcția unui obiect imaginar, aceasta exprimă faptul că starea lui, care până atunci a fost menținută sub control, devine vizibilă prin exteriorizarea emoției și agresiunii.
- *Mișcărilor îndreptate* spre exterior exprimă voința persoanei de a acționa asupra mediului înconjurător. De exemplu: O mișcare tensionată spre exterior indică îndrăzneala, predispoziția de

comunicare cu cei din jur, curajul sau agresivitatea. Și invers: gestul de întindere lentă a celor patru membre corespunde unei stări de indiferență față de mediul înconjurător.

- *Mișcările îndreptate spre propriul corp* indică o tendință de apărare sau o închidere, o întrerupere pasivă cu lumea înconjurătoare. De exemplu: Lăsarea neputincioasă a mâinilor în poală sau încrucișarea mâinilor. ∞ Mișcările ritmice sunt cele dobândite, cum ar fi: mersul, figa mișcarea mâinilor în timpul mersului.
- *Mișcările ritmice* se dobândesc în decursul vieții fără a fi destinate unui anumit scop. Îngânarea unei melodii, spunerea unei rugăciuni dau senzația de liniște sufletească, de dispoziție bună. De exemplu: Mișcarea nervoasă prin odaie, pendularea picioarelor sau a părții superioare a corpului înseamnă executarea, conștientă sau inconștientă, a mișcărilor periodice pentru a ne calama. Chiar și randamentul muncii crește când este posibilă executarea unei mișcări ritmice. Mișcările ritmice pot trece în tact. Când persoana lovește masa cu degetele sau cu pixul într-un anumit ritm, indică faptul că dorește să-și impună voința, că este plin de emoții necontrolate sau că este nerăbdător pentru a fi îndeplinită o anumită acțiune (de exemplu, arătând că este foarte ocupat și că e timpul ca interlocutorul să plece).

Expresiile feții au de cele mai multe ori semnificații multiple și pot fi identificate corect numai la observarea unui număr mare de detalii. În comportamentul dinamic, musculatura frunții are rolul de funcție ajutătoare pe lângă expresia ochilor.

Expresii de genul: „ochii - oglinda sufletului”, „zălogul credinței”, „craterul urii” etc. sunt, de regulă, legate de stările sufletești pe care le exprimă ochii. Or, ochii sunt importanți sub aspectul mesajelor pe care le transmit. Putem recunoaște imediat dacă omul este la moment blând, înfuriat, rău, absent, prietenos, sociabil, îndrăgostit etc.

Ochii pot privi înșelător, delicat, cu dragoste sau cu ură. Privirile pot excita, pot însufleți, dar și dezamăgi. Și direcționarea privirii depinde de tipul de relație care se stabilește între partenerii de discuție, fiind mai mare dacă partenerii sunt atrași unul de celălalt sau se află în relații de cooperare decât dacă sunt în conflict.

Orientarea privirii este strict legată de motivația nevoii de afiliere și, alături de mișcările corporale, determină un anumit echilibru la nivelul proximității între două persoane. Astfel, cu cât indivizii sunt plasați mai aproape unii de ceilalți, cu atât contactul vizual este mai redus, privirile au o durată mai mică. Efectul apropierii fizice este și mai puternic dacă persoanele sunt de sex opus. Pentru a exista un echilibru al apropierii intime, cele două persoane aflate în contact procedează la o situație

de compromis. Dacă intimitatea crește, individul va genera reducerea ei până la niveluri normale fie prin redirecționarea privirii, fie prin mărirea distanței fizice față de interlocutor. Fuga ochilor, evitarea privirii înseamnă punerea la distanță, evitarea comunicării.

Tipuri de priviri. În general, privirea poate fi: cu axele ochilor paralele, nefocalizată pe obiect (care înseamnă suflet împăcat, adâncit în propriile gânduri); directă, cu ochii deschiși (înseamnă disponibilitate de comunicare directă și deschisă); de sus în jos (aroganță, trufie, orgoliu, dispreț dacă e urmarea diferenței de înălțime poate fi evitată prin mărirea distanței dintre parteneri); de jos în sus (ambivalentă – supunere sau adversitate); spre cer (care înseamnă tendința de a poza în „sfânt”, în om care se sacrifică, sau o nevoie de evadare a visătorului, utopistului, indiferență față de tema discutată).

Mișcarea ochilor în sus însoțește efortul de a ne reaminti ceva; coborârea ochilor poate exprima vinovăție, ascunderea adevăratelor sentimente, o stare de disconfort psihic; când vorbitorul privește în sus - gândește cu voce tare, iar când își privește apoi partenerul îl include în dialog, îi dă voie să vorbească; a privi într-o parte înseamnă ai comunica celuilalt lipsa de interes pentru ce spune; privirea laterală (observare a câmpului vizual fără a fi observat) oferă semnale de la curiozitate până la tristețe; privirea piezișă transmite neîncredere, suspiciune, ostilitate; a-l privi în ochi pe partener exprimă sinceritate, dar și o amenințare.

Privirea fixă înseamnă concentrare, tensiune nervoasă, apreciere critică a interlocutorului:

- privirea fixă, dură, care se sudează parcă de a ta și o susține, este privirea care te străpunge, exprimă agresivitatea, ostilitatea;
- privirea fixă poate fi și a celui care minte și care încearcă în acest fel, să te facă să-i înghiți minciuna cu aerul care spune: „Vezi bine că spun adevărul, doar te privesc în ochi”.
- privirea somnolentă, fixă, atonă, îndreptată spre tine sau în altă parte, cu ochii deschiși și pleoapele imobile exprimă lehamite, oboseală, plictiseală, deprimare, antipatie.

Privirea mobilă, instabilă, cea care hoinărește la dreapta și la stânga, care se oprește ici-colo, revine la tine, pleacă iar, e greu de interceptat, aparține individului inconstant, instabil pentru care există mereu ceva interesant de văzut sau de auzit în altă parte. Este deseori observată la oamenii care doresc să pună distanță între ei și interlocutorul /interlocutorii lor.

Privirea coborâtă este un semn de tensiune, stânjeneală, crispare, rușine; poate fi și o tentativă de a masca adevărul. Semnificația privirii cu coada ochiului depinde de poziția sprâncenelor și de mișcările gurii:

- însoțită de o ridicare a sprâncenelor și de un surâs, înseamnă fie că acea persoană încearcă să te seducă, fie că i-ai trezit curiozitatea, fie că o amuzi;

- dacă însă deasupra acestei priviri, sprâncenele coboară sau se încruntă, dacă gura se subțiază într-un rictus rău, cu colțurile coborâte, semnifică răutate, nervozitate, animozitate.

Privirea laterală poate fi și ea ambivalentă: curtenitoare (zâmbet, sprâncene ușor ridicate) sau ostilă.

Privirea scurtă - tipică pentru cei ce vin din direcții contrare pe un culoar și se privesc doar pentru a evita ciocnirea – poate avea forme diferite: tendință de acaparare sau agresiune: contactul rapid al ochilor produce impresie, îl fixează sau amenință pe adversar („a pune ochii pe cineva”); de la privirea rigidă până la „a te uita prin cineva”; privirea dominatoare este privirea lungă: când privim astfel arătăm siguranță, iar semnificația cuvintelor este amplificată.

Zâmbetul este mimica cea mai des utilizată și e adesea un răspuns reflex la salut. Zâmbetul sincer este larg, rotund, simetric, prinde contur încet și se stinge încet. Zâmbetul artificial, studiat de Duchenne, se mărginește, de regulă, la gură, nu ajunge până la ochi.

Râsul este expresia valabilă exclusiv oamenilor, fiind reacția limită a unui comportament unic, care oglindește trăirile interioare. Analiza sonoră a râsului a indicat faptul că râsul poate să conțină una din vocalele: a, e, i, o, u. Tipul de vocală folosită în timpul râsului dă informații suplimentare asupra conținutului acestuia.

Modalități de exprimare cu ajutorul capului. Le folosim pentru a controla sau sincroniza discuția cu alte persoane. De exemplu:

Capul plecat poate semnifica supunerea, subordonarea, lipsa de voință, lipsa de speranță, de elan, dar și îngândurarea.

Capul plecat cu privirea orientată de jos în sus indică activități nervoase, tensionate, agresivitate, încăpățănare, îndărătnicie. Datul din cap: este o parte integrală a conversației. De multe ori, vedem oameni care preiau rolul ascultătorului și dau încet din cap în timp ce partenerul vorbește. Fac acest lucru atât pentru a arăta că ascultă, cât și pentru a semnaliza că nu doresc să preia rolul vorbitorului. Când acest gest este făcut rapid, ascultătorul arată că înțelege ce spune vorbitorul, dar deoarece conține o nuanță mai degrabă, arată fie că ascultătorul îl susține pe vorbitor din toată inima, fie că ascultătorul vrea să preia rolul vorbitorului. Dacă datul lent din cap transmite mesajul: „Înțeleg ce spui și vreau să continui să te ascult”, atunci datul rapid din cap trimite unul din următoarele două mesaje: fie „Sunt total de acord cu tine”, fie „Te înțeleg, dar grăbește-te. Vreau să spun și eu ceva!”

Distincția între aceste două mesaje depinde de obicei de direcția privirii ascultătorului: dacă acesta privește spre vorbitor, el sau ea îl încurajează, iar dacă se uită în altă parte, vrea să ia cuvântul.

Ridicarea capului mult spre spate exprimă mândrie, orgoliu sau aroganță, sau dorința de a comunica, de a negocia.

Înclinarea laterală a capului poate avea un scop concret.

Aplecarea capului spre dreapta semnifică simpatie, amabilitate.

Aplecarea capului spre stânga - suntem critici, analitici, sceptici, deoarece așa ascultă o persoană care se îndoiește de cele spuse de interlocutor și dorește informații suplimentare.

Brațele și mâinile - uneltele negocierilor.

Mâinile sunt cel mai des folosite în limbajul corpului, îndeplinind nenumărate funcții. Efectuarea corectă a gesturilor cu ajutorul mâinilor face comunicarea mai sugestivă, mai emotivă și mai ușor înțeleasă de către receptor. Înțelegerea semnificațiilor mesajelor suplimentare legate de ținerea și mișcarea mâinilor determină interlocutorul să reacționeze corect în procesul comunicării. Pentru persoanele cu dizabilități în comunicare, mâinile constituie instrumentul principal de realizare a comunicării. Oamenii care reușesc să-și „îmbrace” mesajul și cu mâinile sunt percepuți drept calzi, agreabili și plini de energie; sunt adevărați lideri.

Mâinile în fața corpului, brațele îndoite. Este poziția în cazul unui vorbitor care așteaptă să intervină în discuție, cu scopul de a sublinia, de a afirma sau de a contesta ceva. Cu cât mișcările mâinilor au loc mai aproape de corp, cu atât este mai mică dorința internă de acțiune. Așa își exprimă persoanele modestia, cumpătarea, obiectivitatea. Mișcările efectuate la mare distanță de corp au drept scop să impresioneze interlocutorul. Ele caracterizează interlocutorul ca pe unul expansiv, chiar obraznic, lipsit de cultura comunicării.

Mâinile duse la spate. Această poziție se observă deseori la vorbitorii care așteaptă să le vină rândul la cuvânt, la persoanele care însoțesc personalitățile aflate în activitate și semnifică reținerea. Mâinile ținute la spate pot semnifica și faptul că persoana nu se vrea să fie tulburată de cei din jur. Dacă poziția este de durată, ea caracterizează persoanele pasive, reținute, introspecție.

Mâinile în buzunare. Această poziție poate induce partenerului de discuție senzația de amenințare. În timpul discuțiilor sau negocierilor un astfel de comportament nu se recomandă, deoarece această poziție poate să semnifice și ascunderea nesiguranței de sine sau de dezinteres pentru negocieri, poate genera mesaje false, poate indica faptul că cel în cauză nu vrea sau nu trebuie să se pună de acord cu partenerul.

Palmele orientate în sus. Poziția palmelor orientate în sus este considerat un semn pozitiv. Prima poziție a mâinilor se poate observa la persoanele care au ceva de comunicat sau care pretind ceva auditoriului (cer acordul la cele spuse). Acest mod de a ține palmele poate fi fundamentat și din punct de vedere al dezvoltării istorice. Cine arată palmele în acest mod spune: „Eu vin fără arme, cu intenții prietenești”.

Palmele în plan vertical. Palmele în plan vertical cu degetele strânse comunică exactitate, iar dacă degetele sunt răsfirate – angajamentul. În cazul în care se folosesc ambele mâini, gestul semnifică trăiri interioare, îngrădiri. Dacă palmele în poziție verticală sunt orientate spre propriul corp, aceasta indică orientarea spre propria persoană.

Palma răsucită înainte semnifică refuzul, renunțarea. Totodată, prin acest gest este calmat auditoriul în caz de necesitate.

Palma orientată în jos. Se consideră că gesturile făcute cu palmele orientate în jos exprimă zgârcenie, lăcomie, dar și efortul de a găsi cuvintele potrivite, de a face ordine în idei. Acesta este gestul de „apucare”, care constituie un simbol al voinței de afirmare, al tăriei de sine, dar și al fricii. Dacă mișcarea mâinii este executată cu tensiune redusă, ea are rolul de a liniști, de a calma și de a ține sub control.

Brațele încrucișate simbolizează un grad de subordonare față de interlocutor. La unele popoare, acest gest face parte din categoria gesturilor de supunere sau exprimă venerația față de cineva. Dacă încrucișarea se face tensionat, acesta reflectă dorința de izolare, de refuzul de a comunica. O astfel de ținută nu se admite în timpul negocierilor, deoarece ea nu permite stabilirea contactului între interlocutori.

Brațele și mâinile strânse lângă corp exprimă cuminența, supunerea și chiar frica.

Mâinile și brațele sub masă semnifică faptul că persoana nu este gata să facă față situației date, de exemplu, să ia parte la discuții, pentru că nu cunoaște informația ce trebuie adusă.

Mâinile și brațele pe masă reflectă dorința de a stabili un contact. Dacă o mână se află sub masă și alta pe masă, apare o ezitare, un amestec între ceea ce se dorește și posibilitatea de a realiza ceva.

Gestul involuntar prin care ne acoperim sau ne atingem gura cu mâna poate apărea adeseori ca o reacție involuntară atunci când spunem ceva care este într-o totală neconcordanță cu informația reală existentă în mintea noastră. Expresia curentă care se folosește referitor la cineva care tocmai spune, chiar fără să vrea, un adevăr și anume că: „I-a ieșit un porumbel pe gură” și care apoi, la scurt timp după aceea, tocmai datorită faptului că ceea ce a spus nu este în acord cu intenția de a minți și ajunge astfel să nege ceea ce tocmai a afirmat, este o practică obișnuită în cazul celor care mint.

Elemente de paralimbaj

Când ne gândim la comunicare este cel mai probabil să ne vină în minte ideea unei conversații, a unui dialog. Însă comunicarea nu se limitează doar la actul verbal, ea se regăsește în fiecare acțiune pe care o întreprindem.

Comunicăm prin modul în care ne îmbrăcăm, comunicăm prin accesorii, prin modul în care gesticulăm, prin poziția pe care o adoptăm, prin felul în care ne alegem cuvintele, prin modul în care privim și prin modul în care vorbim.

Importanța comunicării nonverbale a fost demonstrată în 1967 de către Albert Mehrabian. În urma unui studiu, acesta a ajuns la concluzia că numai 5% din mesaj este transmis prin comunicare verbală în timp ce 38% este transmis pe cale vocală și 55% prin limbajul corpului. Mesajele comunicării nonverbale sunt transmise prin mimică, privire, gestică și prin elementele de paralimbaj.

Elemente de paralimbaj

▪ ***Timbrul vocii***

Fiecare persoană comunică prin timbrul vocii sale. S-a constatat că în afaceri femeile cu voce mai joasă sunt considerate mai inteligente, mai autoritate și mai demne de încredere. Timbrele subțiri pot declanșa un comportament de ocrotire din partea celorlalți.

▪ ***Intensitatea vocii***

Persoanele care ridică vocea sunt considerate agresive. În alte cazuri reducerea intensității sonore a vocii este realizată pentru a se atrage atenția. Este clar ca aceia care rostesc mai încet anumite cuvinte doresc în mod conștient să le sublinieze importanța.

▪ ***Ritmul vocii***

Studiile au demonstrat că în funcție de ritmul vorbirii putem identifica cu destulă precizie țara sau zona din care provine o persoană, nivelul ei de școlarizare, chiar și profesia și preferințele culturale. În general, persoanele care vorbesc mai repede (au un număr crescut de silabe pe minut) dau dovadă de inteligență pentru că sunt familiarizați cu cuvintele pe care le folosesc cu rapiditate.

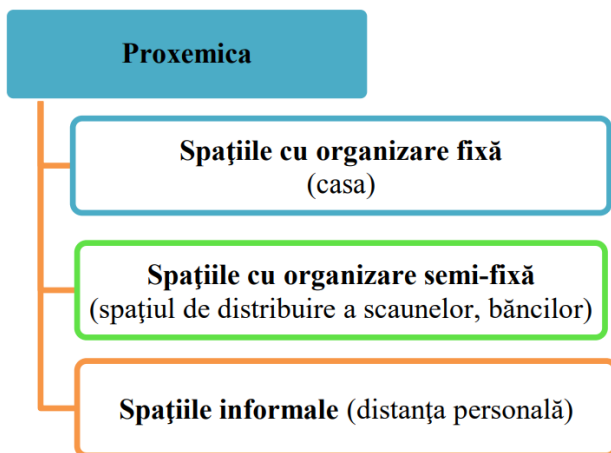
▪ ***Pauzele din actul vorbirii***

Ca semnal paralingvistic, pauzele pot fi inconștient realizate dar și intenționate. Unii oameni doresc să atragă atenția asupra a ceea ce spun ridicând tonul, alții o fac mai subtil prin întreruperea comunicării, făcând pauze înaintea cuvintelor pe care vor să le sublinieze. Totodată pauzele subliniază

diferența de statut social dintre interlocutori sau nevoia persoanelor de a reflecta înaintea formulării răspunsului.

Elemente de proxemică

Constituind domeniul de studiu al unei noi științe numite proxemica, proximitatea implică existența unui cadru care, într-un fel sau altul, este ales sau impus vorbitorului, cadru în care sunt dispuse obiecte, dar care este caracterizat și prin anumite particularități neobiectuale. Caracteristicile locului, includerea protagoniștilor în spațiu, raportul pe care ei îl stabilesc cu acest spațiu sau cu obiectele pe care le conține, cu starea atmosferică sau cu timpul - constituie tot atâtea repere în stabilirea unei strategii comunicaționale eficiente. **Proxemica** se ocupă cu studiul percepției și utilizării spațiului de către om. Ca obiect de studiu, proxemica studiază relațiile spațiale ca mod de comunicare, modul diferit de a percepe spațiul în diferite culturi, efectele simbolice ale organizării spațiale și distanțele fizice.



Antropologul american E.T.Hall prezintă spații sociopete și spații sociofuge. De exemplu, dispunerea izolată a camerelor din bloc reprezintă un spațiu centrifug, membrii familiei fiind obligați să așeze între ei componenta spațială.

Kineticienii vorbesc adesea de legile „nescrise”, care reglează comportamentul nostru în funcție de zone. Studiile de proxemică analizează limbajul spațiului prin raportarea la cinci dimensiuni:

- a) amplitudine,
- b) înălțime,
- c) apropiere-depărtare,
- e) înăuntru-în afară,
- f) grad de intimitate.

Distanțele proxemice apar ca dependente de modelul cultural. Să abordăm aceste distanțe după cum urmează:

1. **Distanța intimă** este împărțită în două subzone:

a) intimă apropiată (0 - 15 cm), de exemplu, lupta, în care verbalizarea are un rol minim, fiind dominante alte coduri precum cele tactil, olfactiv, termic etc.;

b) intimă îndepărtată (15 - 45 cm), distanță a mirosului, a parfumului și a vocii șoptite.

Zona intimă reprezintă distanța dragostei, protecției, mângâierii, îmbrățișării, dansului, dar și a agresiunii, a încleștării violente; permite atingerea interlocutorului, pătrunderea în spațiul său. În această zonă nu sunt admiși decât partenerul de viață, copiii, părinții, prietenii.

Întinderea zonei intime variază în conformitate de cultură, statutul și dispoziția individului. Cu cât cineva se simte mai sigur pe sine, cu atât mai mult îi lasă pe ceilalți să se apropie

Distanța personală (privată):

a) personală apropiată (46 - 75 cm), al parfumului, al vocii normale și al relațiilor familiare;

b) personală îndepărtată (76 – 1,22 cm), distanța salutului, a strângerii de mână a conversației amicale. Această zonă reprezintă limita parfumului și al contactului fizic cu celălalt, specific discuțiilor obișnuite, salutului de sosire și de rămas bun.

Comunicarea olfactivă se diminuează deja, iar cea verbală și privirea câștigă mult în importanță. Trăsăturile sunt ușor de perceput, iar vocea este moderată.

Este zona preferată de persoanele implicate într-o comunicare interpersonală. Este distanța pe care o păstrează colegii de serviciu, amicii, vecinii, prietenii pentru a conversa.

Să nu uităm că distanțele proxemice variază mult în funcție de psihologia și temperamentul persoanei, de factorii demografici și culturali. De exemplu:

- în Japonia, spațiul personal este mai restrâns; japonezii suportă mai bine aglomerația;
- anglo-saxonii, în timpul conversației, se apropie până cel mult acolo unde s-ar putea atinge cu vârful degetelor, dacă atr întinde mâinile;
- românii discută bine la distanța corespunzătoare încheieturii mâinii;
- arabii și negrii africani se apropie până la distanța corespunzătoare cotului. Uneori, societatea impune constrângeri de natură proxemică, necunoașterea lor conducând de foarte multe ori la aculturație proxemică și implicit la eșecuri comunicative, din cauza interpretării egocentrice, deoarece o regulă universală într-o cultură poate reprezenta o interdicție în alta.

Distanța socială:

a) socială apropiată (1,23 - 2,10 m), distanța negocierilor și a relațiilor profesionale, permite comunicarea verbală fără contact fizic;

b) socială îndepărtată (2,10 - 3,5 m) implică un coeficient ierarhic și necesită voce mai puternică.

Zona socială este spațiul rezervat contactelor sociale, întâlnirilor de afaceri, negocierilor, vânzărilor și relațiilor profesionale, aflate în faza de început. Este locul potrivit pentru majoritatea colegilor, șefilor și clienților. Este distanța pe care o impunem între noi și necunoscuți sau față de cunoștințe superficiale, uneori și față de interlocutori ocazionali sau chiar dezagreabili, atunci când discutăm pentru prima dată. Adesea, distanța socială este marcată de masă, ghișeu, tarabă etc. În cazul acesta, ne aflăm în zona informărilor, a rapoartelor, când unul dintre interlocutori este în rol de ascultător. De cele mai multe ori, contactul vizual este principala caracteristică a acestei zone, deoarece aceasta denotă interesul partenerului de conversație și a modului în care cel care comunică se face înțeles și ascultat.

Această distanță poate fi manevrată conform intențiilor de comunicare: în sens sociopet sau sociofug.

Distanța publică:

a) publică apropiată (3,5 - 7,5 m), în care locutorul joacă un rol social; privirea nu mai fixează, iar comunicarea interpersonală se diminuează;

b) publică îndepărtată (peste 7,5 m) este specific relației între actor și spectatori pasivi. Zona publică se situează dincolo de zona socială. Este distanța stabilită pentru o conferință, o lecție publică, un discurs public (cu caracter oficial, formal, ritual), un concert, un spectacol etc.

Comunicarea facială este diminuată, în schimb se amplifică gesturile, iar vocea trebuie supradimensionată. Prin zona publică înțelegem și intervalul care îl desparte pe un profesor de o grupă de studenți, pe un șef - de participanții la o conferință, la fel și distanța dintre orator și publicul său. În ceea ce privește mărimea zonei publice, putem spune că ea se întinde la „infinit”, adică până acolo de unde putem obține imagini, fie chiar și foto.

Apropierea exagerată poate comunica amenințare sau relații de natură strict personală, iar îndepărtarea excesivă poate comunica aroganță, revendicarea importanței și statutul social superior. Desigur, un spațiu redus, neîncăpător face dificilă concentrarea asupra comunicării. Deseori, în timpul conversației, ne surprindem în situația de a face un pas înainte sau înapoi, pentru a ne regăsi acest spațiu la distanța adecvată spațiului personal. O apropiere prea mare între interlocutori blochiază comunicarea cu persoanele necunoscute.

Poziția individului în rețeaua de comunicare orientează comunicarea și favorizează sau nu anumite tipuri de comunicare. Poziția cea mai confortabilă - care oferă participanților unghiuri de refugiu - este cea de 45 de grade, care suscită de șase ori mai multe conversații decât o situație față în față la un metru distanță și de două ori mai multe conversații decât poziția în care interlocutorii sunt așezați unul lângă celălalt. În general, spațiile mici sunt percepute ca fiind mai prietenoase, calde și intime, iar cele ample sunt asociate cu puterea, statutul și importanța. Din acest considerent, spațiile ample, înalte și eventual cu mobilier masiv intimidează. Rezultă că aranjarea inspirată a spațiului poate asigura confortul și dispoziția interlocutorului și poate influența situația de comunicare în ansamblu.

DILEME ETICE ȘI MORALE

DILEMĂ

< fr. *dilemme*, it., lat.,
gr. *dilemma* < gr. *dis* –
doi, *lemma* – argument

O **dilemă** reprezintă necesitatea de a lua niște decizii dificile. Este exclusă posibilitatea unei a treia opțiuni optime, care este determinată de semnificația acestui concept.

Dilema este un exemplu al modului în care, în situații de interacțiune socială publică, motivele egoiste personale pot contrazice ideile și normele societății, punând în avans o persoană în condiții dificile de alegere. De asemenea, această alegere dificilă apare într-un conflict intern acut, unde opiniile personale asupra aspectelor morale au un rol primordial, iar alegerea uneia dintre opțiunile de soluționare a dilemei a priori duce la frustrarea normelor interne.

În studiile de psihologie morală⁵¹, o **dilemă morală** se dorește a fi o expunere scurtă a unei situații care implică un conflict moral între două acțiuni, principii, valori sau comportamente. Dilema morală este o situație în care principiile morale îi spun specialistului că este obligat să realizeze o anumită acțiune și, în același timp, să nu o realizeze. Astfel de situații-problemă se poziționează într-o *zonă gri* a moralei/eticii, unde răspunsurile nu sunt evidente și nu pot fi împărțite în albe sau negre⁵². Nicio lege, regulă, sentință judecătorească sau standard al vreunui Cod Etic nu ne poate spune exact ce să facem în situații dilematice. Așadar, *etica și morală* sunt construcții care reglează comportamentul uman și permite direcționarea lor spre ceea ce este considerat acceptabil și pozitiv atât individual, cât și colectiv. Ce este bine și ce este rău, ce ar trebui să facem și ce nu ar trebui să facem, și chiar ce aspecte care ne interesează și care sunt valoroase sunt elemente derivate într-o mare măsură din sistemul nostru etic. Acestea sunt situații în care va exista un conflict între mai multe valori și credințe, neexistând o soluție total bună și o altă opțiune total rău, care să aibă atât repercusiuni pozitive, cât și negative, în același timp. Existența dilemelor etice existente în viața reală sau posibilă a generat o ramură interesantă de studiu axată pe credințele și valorile noastre și pe modul în care sunt gestionate.

Dilemele ne permit să vedem cum reflectăm și ce elemente luăm în considerare pentru a lua o decizie. De fapt, dilemele etice sunt deseori folosite ca un mecanism de **educare** în ceea ce privește **utilizarea și gestionarea emoțiilor și a valorilor**. Deciziile pe care le luăm și comportamentul nostru reflectă sistemul nostru de valori. Aceste valori sunt dobândite pe parcursul vieții și ne ajută să

⁵¹ Bogdan Olaru, Andrei Holman. Contribuții la psihologia morală: evaluări ale rezultatelor și noi cercetări empirice. București – 2015
// <https://philarchive.org/archive/MIHPMS>

⁵² Samuel J. Knapp, Michael C. Gottlieb, Mitchell M. Handelsman. Dileme etice în psihoterapie. Abordări pozitive ale procesului decizional. București – 2016 // <https://vdocuments.mx/dileme-etice-in-psihoterapie.html>

identificăm ceea ce este corect și ceea ce trebuie făcut într-o anumită situație. Valorile noastre sunt strâns legate de convingerile etice, unii chiar afirmând că sistemul personal de valori reprezintă propriul cod etic.

Etalăm că în centrul activității de *asistență socială* este **OMUL ca valoare supremă**. În acest context, precizăm că în activitatea sa profesională asistentul social trebuie să abordeze „la rece” din punct de vedere psihologic și etic situațiile dilematice, astfel încât să culturalizeze asistatul prin dezvoltarea sistemului de valori umane a acestuia.

Astfel, în activitatea sa asistentul social va percepe fiecare persoană ca fiind o valoare unică în sine, care *trebuie să aibă acces la resursele esențiale* de care are nevoie și să aibă posibilități reale (materiale) pentru a se realiza. Or, oamenii au dreptul la libertate, atâta timp cât acest drept este valabil, atâta timp cât nu încalcă/afectează libertatea altora. Totuși, realizarea valorilor general-umane constituie responsabilitatea comună a membrilor societății atât a fiecărui individ în parte, cât și a societății însăși, ca ansamblu.

Actualmente ne confruntăm zilnic cu nevoia de a lua decizii morale. Or, în ultimul timp, problemele etice iau amploare datorită creșterii publicității cazurilor sociale și a sporirii interesului statului față de problemele sociale.

La capitolul *dileme etice celebre* amintim: *Dilema lui Heinz, Dilema tramvaiului, ...*

1. Dilema lui Heinz⁵³



Una dintre cele mai cunoscute dileme etice este *Dilema lui Heinz*, numită și *Dilema farmacistului*. Dilema lui Heinz, **propusă de Lawrence Kohlberg, reprezintă** o adaptare a unei teorii psihologice inițial concepute de psihologul elvețian Jean Piaget, conform căreia judecata morală reprezintă baza unui comportament etic. **Dilemele promovate de Kohlberg sunt niște** povestiri fictive scurte ce descriu situații în care o persoană trebuie să ia o decizie morală.

Participantului i se adresează un șir sistemic de întrebări deschise, cum ar fi, ce cred ei că ar fi drept să facă în situația prezentată, și i se cere să justifice motivele pentru care anumite acțiuni sunt corecte sau greșite. Este marcată forma și structura acestor răspunsuri și nu conținutul lor; scorul de ansamblu este calculat după evaluarea mai multor dileme morale.

⁵³ <https://ro.thpanorama.com/blog/psicologia/la-teora-de-desarrollo-moral-de-kohlberg-y-sus-3-etapas.html>

O dilemă pe care Kohlberg a utilizat-o în cercetarea sa originală a fost dilema farmacistului/ Dilema lui Heinz.



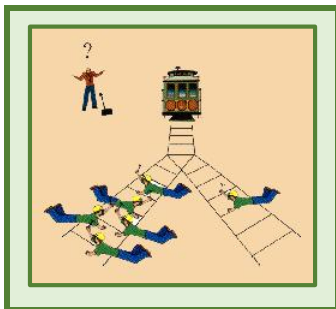
Această dilemă este prezentată după cum urmează:

„Soția lui Heinz este bolnavă de cancer și se așteaptă să moară în curând dacă nu se face nimic ca să o salveze. Cu toate acestea, există un medicament experimental pe care medicii îl consideră că vă poate salva viața: o formă de radio pe care un farmacist tocmai l-a descoperit.

Deși această substanță este costisitoare, farmacistul în cauză plătește de multe ori mai mulți bani decât costă să-l producă (costă 1.000 de dolari și 5.000 de taxe). Heinz colectează toți banii pe care îi poate cumpăra, bazându-se pe ajutorul și împrumutul de bani de la toți cunoscuții săi, dar reușește să colecteze doar 2.500 de dolari din cei 5.000 care costă produsul. Heinz merge la farmacist, care îi spune că soția lui este pe moarte și care îi cere să vândă drogul la un preț mai mic sau să-l lase să plătească jumătate mai târziu. Farmacistul totuși refuză, argumentând că trebuie să facă bani cu el, deoarece el a fost cel care l-a descoperit. Acestea fiind spuse, Heinz devine disperat și intenționează să fure medicamentul. **„Ce ar trebui să facă?”**

2. Dilema tramvaiului⁵⁴

Dilema tramvaiului sau a trenului este un alt exemplu de dilemă etică / morală, creată de Philippa Foot. În această dilemă, se propune următoarele:



„Un tramvai / tren rămâne fără control și cu viteză maximă pe o pistă, cu puțin înainte de schimbarea acelor. Pe acest drum sunt legați cinci oameni, care vor muri dacă trenul / tramvaiul ajunge la ei. Sunteți în fața schimbării ácelor și aveți posibilitatea de a determina deturnarea vehiculului într-un alt mod, dar în care este o persoană legată. Omiterea tramvaiului / trenului va determina o persoană să moară. Nu face asta, să moară cinci. **Ce vei face?**

Evident, *dilemele etice celebre* sunt suficient de educative, dar activitatea asistentului social este plină de situații imprevizibile care îl pun în fața unor dileme psiho-sociale reale și destul de dificile. Precum cele din exemplele de mai jos:

⁵⁴ <https://www.scientia.ro/homo-humanus/51-psihiologie/367-dilema-tramvaiului.html>

- *Un tânăr dintr-un centru pentru minori delincvenți îi spune asistentului social că are încredere în el și că el (tânărul) e mai mult decât sigur că numai asistentul social îl înțelege și îi dezvăluie planul lui de a evada. **Ce va face asistentul social? Ce ai face, personal, în calitate de asistent social?***
- *O femeie îi spune asistentului social că a rămas însărcinată, și că dorește să avorteze și îi solicită ajutorul. **Cum trebuie să procedeze asistentul social?***

Așadar, putem conchide că dilemele etice sunt un element de mare interes, ce ne **pun convingerile și credințele noastre la încercare** și ne obligă să reflectăm asupra a ceea ce ne motivează și asupra modului în care organizăm și participăm în lumea noastră. Dilemele etice nu sunt ceva abstract și străin pentru noi, dar pot fi o parte a zilei noastre, iar deciziile în temeiul deciziilor psihologico-etice ne pot marca viitorul.

ASPECTE PSIHLOGICE ÎN IMPLEMENTAREA STRATEGIILOR DE COMUNICARE

Elemente de analiză tranzacțională

Fundamentele analizei tranzacționale (AT) au fost puse în 1961, de Eric Berne (numele său adevărat, Eric Lennard Bernstein), medic psihiatru din Statele Unite, care a reorganizat cele mai utile noțiuni psihologice, făcându-le accesibile publicului larg, neinițiat în limbajul complex al psihanalizei și care are câteva lucrări de referință: *Analiză Tranzacțională și psihoterapie* (1961), *Jocuri pentru adulți, (Games People Play)*, *Ce spunei după ce ați dat bună ziua?*

Întrucât Eric Berne a fost psihoterapeut, putem spune că AT este o metodă psihoterapeutică originală. Psihoterapia este un cuvânt care provoacă, uneori, temeri. De multe ori, ni se întâmplă și nouă să nu ne simțim împliniți. În acest context, putem spune că psihoterapia este și pentru cei care nu sunt fericiți sau pentru cei care vor să fie mai fericiți.

Analiza tranzacțională (AT) este, o analiză a comunicării și, în același timp, o metodă de îmbunătățire a acesteia, aplicându-se deopotrivă atât introspecției (comunicării cu sine), cât și comunicării interpersonale, devenind astfel un „instrument de evoluție personală cu aplicații în viața grupurilor umane”.

AT, aceasta este metodă eficientă și pe înțelesul tuturor, și poate fi folosită pentru optimizarea comunicării interumane. De asemenea, AT este o metodă de creștere și de dezvoltare personală.

Obiectivele AT constau în:

- a) identificarea și modelarea propriilor stări de spirit modelate de relațiile de comunicare;
- b). Crearea unor mijloace eficiente de acțiune în cadrul diferitelor relații comportamentale.

În cele ce urmează, ne vom opri asupra AT ca metodă de optimizare a comunicării și vom oferi câteva idei cu privire la dezvoltarea personală.

Stările de spirit în tranzacțiile de comunicare

❖ *Definirea stării de spirit.* Fiecare dintre noi are, mai mult sau mai puțin, capacitatea de a gândi logic, de a judeca conform propriilor principii morale, de a proteja și de a avea grijă, de a fi jucăuș, de a ne distra, de a ne bucura, de a avea sau a nu avea chef. Ideal ar fi să avem un echilibru între toate acestea. Și, mai ales, să folosim în mod adecvat aceste comportamente. Adică, să ne distrăm atunci când este cazul, sau să folosim gândirea logică atunci când este nevoie.

Eric Berne a oferit, prin intermediul AT, o grilă de lectură, de o simplitate genială bazată pe trei stări ale Eu-lui: ***Copil, Părinte și Adult.***

Vom explica pe scurt cele mai importante instrumente ale analizei tranzacționale, pentru a putea trece apoi la metodele sale de aplicare în cazuri concrete și în contextele cele mai diverse: muncă, familie, relații sociale.

2. Aplicabilitatea analizei tranzacționale este practic nelimitată, deoarece aceasta a fost creată de Eric Berne cu scopul declarat de a fi perfecționată fără încetare.

3. Analiza tranzacțională abordează cinci probleme: *analiza structurală a personalității, analiza tranzacțională propriu-zisă, analiza necesităților umane, analiza structurării timpului și analiza scenariilor de viață.*

Eric Berne descrie personalitatea umană, la un nivel de *gradul I*, ca un ansamblu format din părți, numite „stări ale Eului” :

- starea *Părinte (P)*, care se manifestă ori de câte ori o persoană acționează și gândește așa cum a văzut că au făcut părinții săi ;

- starea *Adult (A)*, caracterizată prin analiza obiectivă a realității ;

- starea *Copil (C)*, cea în care se regăsește un om de fiecare dată, când simte și acționează cum o făcea în copilărie.

Aceste stări ale Eului au fost scrise de la începuturile analizei tranzacționale cu majusculă, pentru a le deosebi de cuvintele din limbajul obișnuit, ele fiind considerate un fel de *instanțe psihologice*, care ne controlează procesul comunicării.

Analiza structurală a stărilor de spirit: Părinte (P), Adult(A), Copil (C);

› ***Starea de Părinte(P)***

Fiecare dintre noi am înregistrat (și încă mai înregistrăm) norme, opinii, judecăți despre oameni și lucruri fără să fi avut posibilitatea să verificăm corectitudinea acestora. De asemenea, am înregistrat comportamente de dominare, impunere sau protejare. O persoană accesează starea de Părinte atunci, când comportamentul său reproduce un „model” pe care l-a înregistrat de la cei din jur, de regulă, părinți sau alte persoane care au exercitat o influență puternică asupra lor.

› ***Starea de Copil (C)*** se referă la simțuri și include nevoile, senzațiile și emoțiile ce apar în mod natural la o persoană. O persoană se manifestă prin Copilul său atunci când își exprimă deschis și spontan dorințele, trăirile, sentimentele. Spre exemplu: „Mi-e frică..”, „Vreau înghețată” etc. Starea de spirit C dovedește, sub formă de senzații interne și externe, toate nevoile și dorințele manifestate de o persoană și le exprimă ca sisteme de comportamente, reflectate în gânduri și emoții. Comportamentul C explică faptul că, nu arareori, suntem înclinați să acționăm

conform dorințelor și plăcerilor noastre; în alte cazuri, avem tendința de a ne feri de lucruri sau fapte care, în anumite circumstanțe, ne-au creat neplăceri sau chiar suferințe.

› *Adultul (A)* (numit și *Calculatorul*) se manifestă atunci când o persoană gândește, simte și acționează autonom, raportându-se la realitatea obiectivă. El organizează, compară, prevede, evaluează, analizează, decide, solicită, înregistrează și comunică informații. Îi sunt corespondente: privirea directă, gesturile măsurate, siguranța liniștită. Aspectul pozitiv al stării de Adult este că ne permite culegerea obiectivă de informații, luarea de decizii gândite, rezolvarea problemelor, îndeplinirea sarcinilor, dar mai ales „o integrare armonioasă între dorințe (Copil) și valori (Părinte), fapt care oferă personalității un sentiment de mulțumire în viață, în acord cu sine însuși.

Cele trei stări de spirit (**P**, **A** și **C**) constituie o grila de analiză ce poate fi explicată nu numai propriei persoane, ci și unor grupuri sau colectivități (ne referim la compartimente, întreprinderi, firme etc.). Spre exemplu, pentru o instituție (firma) stările de spirit includ:

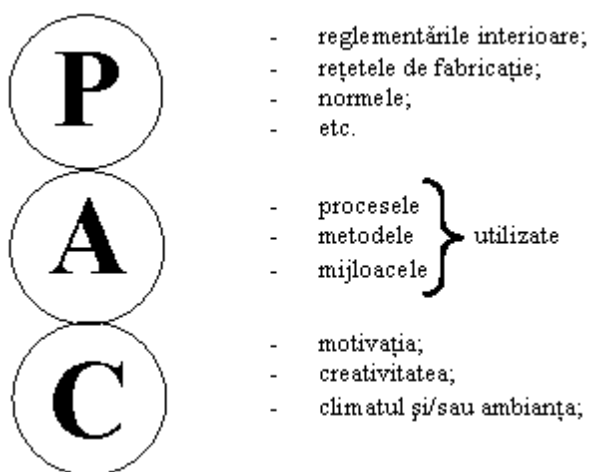


Fig. 4.1. Stările de spirit

P dintr-o instituție (firmă) este definit prin **P** fondatorului acesteia și al salariaților săi, respectiv prin ansamblul tradițiilor, normelor, tipurilor de strategii (“spiritul casei”) utilizate, ca și prin structurile specifice de control, securitate și supraveghere manifestate și/sau prezente la toate nivelurile ierarhice componente ale structurii organizatorice.

A unei întreprinderi (firme) este dat de **A** fondatorului acesteia și al salariaților săi, adică prin ansamblul organelor de: formare; reflecție; producție; informare; comunicare; decizie.

C unei întreprinderi (firme) este constituit și definit prin C fondatorului acesteia și al salariaților săi (practic, prin “climatul” existent), adică prin structurile psihologice și sociologice proprii (obiceiuri, tradiții, modalități specifice de comunicare etc.).

Analiza funcțională a stărilor de spirit.

• *Elementele componente ale stărilor de spirit în raport de funcțiile comportamentale îndeplinite și formele de manifestare ale acestora:*

Analiza funcțională constă în subdivizarea stărilor de spirit în raport de funcțiile comportamentelor îndeplinite. Spre exemplu, putem reda aceasta schematic astfel:

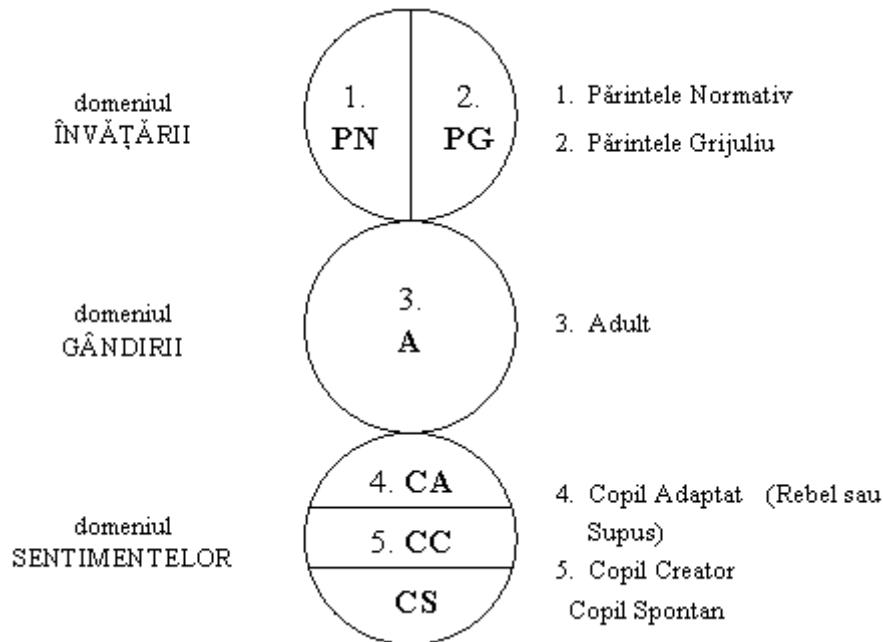


Fig.4.2. Elementele componente ale stărilor de spirit în raport de funcțiile comportamentale îndeplinite și formele de manifestare ale acestora

PN include judecățile de valoare și normele sociale.

PG include soluțiile (“rețetele”) și modalitățile de asumare a responsabilităților.

A include modalitățile de tratare a informațiilor, faptelor, ideilor, probabilităților.

CA (Rebel - **CAR** ; Supus - **CAS** -) include reflexele condiționate.

CC (sau, cum mai este denumit, “Micul Profesor”) include intuițiile, ideile “magice” (“salvatoare”) etc.

CS include senzațiile și emoțiile.

• **Stările de spirit și rezolvarea problemelor**

Fiecare dintre cele trei stări de spirit de bază se poate manifesta astfel, în vederea rezolvării (soluționării) problemelor:

› **Părintele Normativ (PN).** Este persoana protectoare, directivă, autoritară. Denotă stăpânire de sine, este energică și „nervoasă”. Folosește cuvinte și expresii verbale: *Descurcă-te!; Nici nu vreau să aud!; Este așa, nu altfel! Moral, imoral, e rău, e bine, responsabil, iresponsabil, adevărat, fals, niciodată, întotdeauna etc.*

a) *avantaje:* Este supraveghetorul “legii” și al propriilor sisteme de valori, preocupându-se de respectarea acestora, în limite și norme pe care îi place să le impună. Dirijează alegerea soluțiilor către punctele pe care le considera ca fiind cele mai oportune și conforme cu propriile sale criterii valorice. Răspunsurile sunt asigurate, impun limite, protejează de pericole.

b) *dezavantaje:* devalorizează, constrânge, reduce la tăcere, inhibează, conservă.

› **Părintele Grijiu (PG).** Sare în ajutor, se arată preocupat de orice lucru sau fapt. Se caracterizează prin gesturi primitive, atinge pe umeri pentru a da încredere, este surâzător, încurajator, urmărește din spate pe cei ce lucrează. Are o voce liniștitoare, grijulie, caldă, uneori, mieroasă.

Folosește cuvinte și expresii verbale: *Te asigur...; Nu te neliniști...; Mă voi ocupa eu de aceasta; Nu este grav; E spre binele tău; Am încredere în tine; sfat, protecție; foarte bine; așa; sprijin; magnific.*

a) *avantaje:* valorizează persoana și îi da dreptul să greșească. În esență, încurajează individul să acționeze cu bine, creându-i un climat favorabil lucrului în grup.

b). *dezavantaje:* este prea asigurator, poate încuraja slăbiciunea, delăsarea și scuza, ineficacitatea, ceea ce, finalmente, favorizează o atitudine prea indulgentă, permisivă.

În esență, **PG** poate încuraja și/sau descuraja, în funcție de persoană și context.

› **Adultul (A):** Funcția sa permanentă este de a rezolva problemele (atât pe cele “interne”, specifice fiecărui individ, cât și pe cele apărute între individ și mediul ambiant). Este neutru, ascultă, reformulează, caută informații. Are ținută dreaptă, destinsă, își privește des interlocutorul, direct și neutru.

Cuvinte și expresii verbale folosite (clare, concise, logice, având un conținut precis): *Înțeleg ce vreți să spuneți; Dacă înțeleg bine, doriți să...; Există următoarele două soluții...; În acest caz, vom...; unde?; ce? Când?; posibilitate; alternativă; exact; inexact; obiective etc.*

a) *avantaje*: emite ipoteze, evaluează soluțiile propuse (fiind *pro* sau *contra* acestora), fără judecăți de valoare și/ sau emoții exteriorizate; nu suprasolicită importanța nici unei persoane și, când consideră necesar și oportun, decide. Funcționalitatea **A** depinde de calitatea informațiilor de care dispune.

b) *dezavantaje*; adeseori, **A** aflat în stare negativă, ia decizii fără să dispună de informații suficiente sau se pierde în detalii căutând prea multe informații.

Perfecționarea **A** este permanent posibilă, dar ea implică răbdare și o muncă “titanică”, în care capcanele succeselor iluzorii apar destul de des. În general, ritmul alert al vieții impune **A** să facă apel la soluțiile propuse de celelalte stări de spirit: principiile **PN** + “rețetele” **PG** + emoțiile **CS** + automatismele **CA** + intuițiile **CC**. Întrebarea este dacă **A** dispune de suficientă energie pentru a cumula seria precedentă și a păstra controlul situației. Când reușește, înseamnă că este puternic, și asemenea persoane există în afaceri.

› *Starea de spirit Copil Rebel sau Adaptat (CA)* răspunde problemelor apelând la modele prestabilite, a căror eficacitate contează mai puțin în raport cu autoritatea parentală (de unde și tipurile de **CAR** și **CAS**), reacționează împotriva normelor impuse propriei persoane. Ca autoritate parentală, cea mai importantă pentru **CA** este cea a **PN**, întrucât acesta este *Părintele* care îi generează, de regulă, starea de supunere sau de “rebeliune”. Așadar, ca regulă generală, comportamentele **CA** sunt specifice persoanelor care își exteriorizează sentimentele în caz de reușită sau de eșec. Cu totul excepțional, în situații neobișnuite, **CA** va fi, poate, inhibat de constrângeri și ezitant.

Expresii verbale: permanent negativiste: *Nu aveți dreptul!; Mai termină!; Nu puteți să mă obligați!; Nu vreau!; O să vedeți voi!*

a) *avantaje*: se protejează, învață, se apără, reacționează;

b) *dezavantaje*: este violent, negativist, răzbunător, se autodistruge, provoacă.

› *Copilul Creativ (CC)* ocupa un loc important în rezolvarea problemelor, mai ales când lipsește **A**. Calitatea observărilor sale în domeniul relațiilor inter-umane (efectuate în propriul mediu familial) îi permite ca, adeseori, să “inventeze”, cu mult succes, soluția cea mai elegantă și rapidă. În schimb, dispune de un raționament puțin “elaborat” și, drept consecință, există riscul suficient de ridicat ca el să adopte „soluții geniale”, simpliste și irealiste. Prin urmare, este recomandabil ca intuițiile **CC** să fie lămurite (clarificate) de către **A**. În aceste

situații, **CC** devine un fel de cobai sau, cel mult, “creatorul de idei” atât de folositor pentru **A**! Si, în mod sigur, **A** va ști cum sa profite!...

Expresii verbale: se caracterizează prin punerea unor mar întrebări referitoare la subiecte „tabu”: *Și dacă?; Pentru ce să fac?; Arată-mi că este așa!; Intuiția îmi spune că...; poate; mda; cred că.*

a) *avantaje*: se descurcă repede, inventează, găsește rezolvarea cea mai ușoară;

b) *dezavantaje*: percepe realitatea conform dorințelor sale, trăiește într-o lume magică.

Copilul Supus (CS) respectă uzanțele și normele, este rezervat; ignoră prezența problemelor. De fapt, lasă impresia că, pentru el, nu exista nici o problemă. (De cate ori nu afirmam aceasta!?). Aflat in starea **CS**, un individ spune “vrute si nevrute” si, când plăcerea sau suferința sunt prea intense, își exteriorizează puternic emoțiile (uneori, chiar brutal). Iar senzațiile sunt extrem de fine și bogate în informații utile pentru **CC** și **A**.

Cuvinte și expresii prioritar utilizate: *Mi-ar plăcea să..., Aveți dreptate...; Vă rog, ați putea să...?; Aș face-o din suflet, dar...; Vinovat; rușine; timid; ascultător.*

a) *avantaj*: este plin de viață, liber, natural;

b) *dezavantaj*: poate răni, nu ține cont de realitatea social-economică.

Aplicabilitatea tranzacțiilor comunicative în soluționarea problemelor de comunicare

Tranzacția este o formă de schimb social între două sau mai multe persoane (fizice si/sau juridice). Ea se poate efectua oral, în scris, prin gesturi, priviri, obiecte etc. In momentul in care două persoane se află față în față, sunt puse în “joc” șase stări de spirit, câte trei pentru fiecare individ. Pentru a stăpâni comunicarea (și, implicit, tranzacția), este extrem de important să identificăm ce stare de spirit este activă, în momentul schimbului, pentru fiecare persoană. Aceasta, cu atât mai mult, cu cât stările, ca și indivizii, sunt foarte diferite.

Daca o tranzacție este unitatea de schimb bilateral între două stări de spirit, relațiile dintre persoane și grupuri sunt constituite din serii de tranzacții care se succed. In acest context, **AT** permite analiza detaliată și precisă a schimburilor și “canalizării” (orientării) lor, astfel, facilitând buna înțelegere a fenomenelor apărute pe parcursul comunicării.

În orice tranzacție sunt transmise, concomitent, două tipuri de informații:

referitoare la conținutul mesajului (despre ce este vorba);

referitoare la relația existentă între persoane (cine, cui și cum vorbește).

In general, tranzacțiile comunicative sunt clasificate după cum urmează:

A). *Tranzacții simple*, clasificate, la rândul lor, în:

a) *Tranzacții paralele (complementare)* care apar în cazul în care o stare de spirit solicită alteia să răspundă stării aflate la originea tranzacției. Prin urmare, sunt vizate numai două stări, și neprevăzutul este exclus din comunicare.

b) *Tranzacții încrucișate* care apar atunci când un individ, cărui i s-a solicitat o anumită stare de spirit, nu răspunde în funcție de aceasta, ci furnizează interlocutorului său un răspuns neașteptat.

B). *Tranzacții duble (ascunse)*

Tranzacțiile duble se desfășoară, în general, la:

- a) nivel aparent (sau social), explicit, verbal și observabil;
- b) nivel ascuns (psihologic), implicit și nonverbal.

Desfășurându-se la mai multe niveluri, asemenea tranzacții pun în joc mai multe stări de spirit în cazul fiecăruia dintre interlocutori. Și, atât timp cât tranzacția ascunsă poartă conținutul mesajului, există riscul de a nu înțelege sau de a înțelege greșit pe unul dintre cei doi interlocutori.

C) *Tranzacții tangențiale*

Tranzacțiile tangențiale au loc atunci când unul dintre interlocutori ignoră ceea ce spune celălalt și fără să o dovedească (sau, uneori, fără să-și dea seama), schimbă subit subiectul. Astfel, asemenea tranzacții sunt, realmente, devalorizante, unul dintre interlocutori (sau, poate, chiar ambii) nezezitând să apeleze la “loviturile” generate de mesajele ascunse (“lovituri” mai mult sau mai puțin evidente) transmise celui cu care discută.

În căutarea informațiilor, un **A** ascultă și pune întrebări. Suplimentar scopurilor urmărite prin tipurile de întrebări, precizăm faptul că, în cazul **AT** desfășurate la nivelul **A - A**, întrebările au ca obiective:

a) *Obținerea maximului de informații, opinii și sentimente prezente la interlocutor*; în aceste situații se apelează la întrebări deschise ca, spre exemplu:

- Ce părere aveți despre acțiunea mea?*
- Care este reacția dvs. față de încercările concurenței de a ne bloca?*
- Cum putem ieși din încurcătura creată de întârzierea livrărilor?*

b) *Obținerea acordului, a unei poziții clare sau a unei decizii din partea interlocutorului*; pentru aceasta, este recomandabil să se recurgă la întrebări închise, de genul:

-
- Acceptați condițiile incluse în proiectul de contract?*
 - Doriți să stabilim următoarea întâlnire mâine sau poimâine?*
 - Stabilim tarifele la nivelul celor practicate de societățile comerciale de stat sau mai mari cu 3%?*

c) *Obținerea unui punct de vedere cât mai puțin subiectiv.* Întrebările orientate (sau de influențare) sunt, adeseori, originare de la **P** sau **C** și nu este recomandabil a se apela la ele decât în cazuri restrânse, clar definite. De aceea, pentru a nu influența răspunsul dat de interlocutor, în practică se utilizează întrebările neutre. Deci, în loc de: “*Ce părere aveți de ideea mea genială?*”, este mult mai eficient să formulăm întrebarea: “*Ce părere aveți de această idee?*”.

Dar numai întrebările nu se dovedesc suficiente, pentru că interlocutorul poate formula răspunsuri nesatisfăcătoare sau deviante, ce:

- *nu permit înaintarea în conținutul subiectului întâlnirii;*
- *nu exprimă, cu claritate, modul de a gândi al interlocutorului;*
- *ascund incertitudini, preocupări, probleme de naturi diferite;*
- *sunt expresia unor comportamente de eschivare sau neîncredere;*
- *etc.*

Având în vedere aceste considerente, **A** are interesul să relanseze interlocutorul pentru a afla mai mult, fără a-l bloca și/sau influența și determinându-l să înțeleagă că interesul este să rezolve problemele împreună, în modul cel mai eficace posibil. Pentru aceasta, **A** are la dispoziție mijloace esențiale de relansare a dialogului ca:

- frazele neutre;
- reformulările;
- reexprimarea sentimentelor etc.

BIBLIOGRAFIE

Obligatorie:

1. Borcoman Raisa, Mancaș Maria, Arta comunicării și etică profesională– Chișinău, 2016
2. Sandu Antonio, Etică și deontologie profesională. – Iași, 2012
3. Lungu Viorelia. Etica profesională. – Chișinău, 2011
4. Cosima Rughiniș, Perspective și competențe etice. Suport de curs. – București, 2010

Opțională:

1. Leomadescu, C. Etica și conduita civică. – București, 1999.
2. Marinescu, A. Codul bunelor maniere astăzi. – București, 1995
3. Mîndîcanu, V. Etica și arta comportamentului civilizată. Chișinău, 2001.
4. Prutianu Ștefan. Antrenamentul abilitatilor de comunicare – Paperback – 2005
5. Mihai Dinu. Comunicarea. Repere fundamentale. Ediția a IV-a. – București, 2014
6. Robinson, D. Eticheta în afaceri. – București, 1999.
7. Rogoianu, A. Deontologia comunicării. – București, 2005
8. Reiman Tonya. Limbajul trupului. – București, 2010
9. Collett Peter. **Cartea gesturilor**. – București, 2011
10. [Brian Tracy](#). Succesul in viață. – Editura For You, 2017
11. Joseph Messinger, Caroline Messinger. Cartea gesturilor. – București, 2014

Siteografie:

- https://edituralumen.ro/wp-content/uploads/2020/08/02-Etica-si-deontologie_Sandu_Antonio_Extras-din-volum.pdf
- https://www.academia.edu/20222592/ETICA_PROFESIONALA
- <http://www.emmanuelcalvarychapel.com/wp-content/uploads/2011/12/Codul-bunelor-maniere-astazi-de-Aurelia-Marinescu.pdf>
- https://kupdf.net/download/comunicare-si-negociere-in-afaceri_5afc3930e2b6f577591c84ef_pdf
- https://www.academia.edu/29717135/Dinu_Mihai_COMUNICAREA_Repere_Fundamentale
- https://www.academia.edu/10926580/Peter_Collett_Cartea_gesturilor
- <http://online.fliphtml5.com/cepgg/tnaf/#p=2>