

ETICA ÎN INTERNET (Internet Ethics)

Lect. univ. dr. Laurențiu Frățilă

Academia de Studii Economice din București
laurentiu_f@yahoo.com

Rezumat

Internetul este la ora actuală cea mai mare rețea informațională din lume; cuprinde un ansamblu de rețele eterogene din peste 100 de țări și resurse virtuale nelimitate, oferă servicii de poșta electronică (e-mail), transmisii de fișiere (ftp), grupuri de discuții (chat), informare și difuzare a informațiilor (www – world wide web). Internetul și-a pus amprenta asupra tuturor domeniilor de activitate: politic, social, economic, dar și asupra vieții private a utilizatorilor. Afacerile on-line reprezintă un element de bază în dezvoltarea economică a firmelor. Ținând cont de specificitatea accesului la Internet, se simte tot mai evident nevoia de stabilire și respectare a unor principii și reguli de acces în mediul virtual de afaceri, definite de organizații specializate sau chiar dezvoltate în cadrul intern al firmelor. Prin aceste reguli, se definesc activități acceptabile și pe cele inacceptabile pentru un utilizator al Internetului.

În condițiile în care etica definește un concept ce privește comportamentul corect al individului în mediul virtual în care se manifestă, putem vorbi despre etica în afaceri, cu particularizare pentru etica afacerilor electronice (on-line) sau care privesc comerțul electronic (on-line).

Etica se manifestă în relațiile dintre oameni, dar și în relațiile dintre oameni și computere. Etica se manifestă în mediul de afaceri, în acest caz - mediul virtual, dar și la locul de muncă. Ca urmare, managerii au responsabilitatea majoră de a crea, a implementa și de a respecta un sistem etic în cadrul firmei, fiind un exemplu pozitiv în acest sens.

Cuvinte cheie: ● Internet ● etică ● politici de utilizare acceptabilă - IAU ● activități acceptabile ● activități inacceptabile ● afaceri on-line ● ghid pentru afaceri on-line

JEL Classification: M 14, M15.

Introducere

Conform *Wikipedia*, etica se definește ca fiind un concept filozofic major, care se referă la conduita corectă și la bunăstare. Etica presupune analiza a ceea ce este bun și a ceea ce este rău și poate defini norme de conduită sau comportament agreeate de mediul la care se referă.

Conform *Macquarie Dictionary*, etica este un sistem de principii morale, prin care acțiunile și proiectele umane pot fi judecate în bune sau rele, în corecte sau greșite.

Abstract

In our age, Internet is the biggest information network in the world; it consists of a set of heterogeneous networks from over 100 countries displaying huge amounts of virtual resources; it provides facilities such as email, file transmission protocol (ftp), workgroups discussion or chat, information and dissemination of information (www – world wide web). Internet has a major impact over all activity fields: political, social, economic and private life of users, as well. Newly developed, models of on-line business are a basic element in economic growth of a company. Taking into account the specificity of access on the Internet, it is necessary to establish/create/set and respect clear principles and rules to access the virtual business environment. These are created by specialized organizations or even developed in internal frame of the companies. Using these rules, acceptable activities and unacceptable activities (for a potential user of Internet) are defined.

In the time that ethics defines a concept related to the adequate conduct of a person in the social environment, we can speak about business ethics, especially business on-line ethics.

Ethics appears in relation among persons or in relation between persons and computers. Ethics is in business environment, in this case, virtual environment, but to the workplace, too. Managers have major responsibility to set, implement and respect some ethical systems within the company and to be an example in this sense.

Keywords: ● Internet ● Ethics ● Internet Acceptable Use policies - IAU ● acceptable activities ● unacceptable activities ● business on-line ● guidelines for business on-line

Clasificare JEL: M 14, M15.

Dicționarul Explicativ al Limbii Române definește astfel etica: “știința care se ocupă cu studiul principiilor morale, cu legile lor de dezvoltare istorică, cu conținutul lor de clasă și cu rolul lor în viața socială; totalitatea normelor de conduită morală corespunzătoare unei anumite clase sau unei societăți”.

Etica reprezintă esența unei societăți civilizate, fiind baza relațiilor interumane. Etica înseamnă modul de comportament în relaționarea cu patronii, cu angajații, cu subordonații, cu colegii, cu clienții, cu furnizorii, cu comunitatea în care ne aflăm și unii față de alții. Etica nu se referă la legăturile pe care le avem cu alte persoane, ci la calitatea acestor legături [11].

Etica în afaceri se referă la conduita corectă în mediul de afaceri a participanților: agenți economici publici sau privați, instituții de stat, atât la nivelul instituției cât și la nivel de individ.

În viziunea lui Diaconu [2], “etica în afaceri este o disciplină situată la granița dintre filosofia moralei și management; aceasta propune un set de instrumente utile de decizie în stabilirea strategiilor companiei, în rezolvarea conflictelor dintre grupurile care interacționează într-o afacere: angajați și angajatori, manageri și actionari, companie și comunitate locală, instituții ale statului etc”.

În domeniul eticii în afaceri, discursul este influențat în mod decisiv de trăsăturile mediului de afaceri: “Nu poți justifica un tip de raționament etic, ori niște practici corporatiste decât dacă acestea sunt produsul pieței și validate de aceasta” [3].

Evidența practicii economiei și a mediului de afaceri din ultimele decenii a adus noi provocări oamenilor preocupați de problematica eticii, fie aceștia teoreticieni sau practicieni. Fenomene precum globalizarea lumii, atomizarea piețelor, “digitalizarea” vieții și a afacerilor sunt numai câteva dintre acestea, toate având un punct comun: sunt condiționate de existența Internetului. Internetul a apărut în anii '90 și s-a dezvoltat ca o rețea de rețele. Manifestându-se, la început, ca un spațiu virtual anarhic, nelimitat, unde totul era posibil și permis; pe măsura scurgerii timpului, a avut loc o maturizare a Internetului, ca spațiu virtual, guvernat de norme scrise sau nescrise.

Odată cu dezvoltarea în ritm exponențial a societății și a economiei de tip informațional, Internetul s-a transformat într-un spațiu virtual care contribuie în mod substanțial la desfă-

surarea/dezvoltarea diferitelor domenii de activitate, pornind de la domeniile sociale și politice, până la domeniile economice. Însă, o dată cu această dezvoltare, au crescut și posibilitățile apariției unui comportament incorect sau inadecvat al utilizatorilor, putându-se ajunge la fapte negative minore, sau, mai grav, la fraude sau la fapte cu caracter penal.

1. În *Ethics and Information Technology* se arată faptul că realizările extraordinare ale tehnologiei informației au schimbat radical viața fiecărei persoane, afectându-i modul de exprimare a capacităților individuale și de exploatare a oportunităților în plan social, dar și modul personal de acțiune. Tehnologia informației a adus schimbări esențiale în caracterul social, politic și economic al instituțiilor publice sau private, dar și schimbări majore în exprimarea unor concepte fundamentale și valori sociale, cum ar fi libertatea, demnitatea, democrația, responsabilitatea, caracterul privat al lucrurilor sau al faptelor. Apar noi concepte, ca *cyber-space* (spațiu virtual, cyber-spațiu, spațiu cibernetic), *cyber-workplace* (spațiu de lucru în spațiu virtual) și *cyber-management* (management al spațiului virtual) [13].

În *Stanford Encyclopedia of Philosophy*, se arată că, datorită dezvoltării societății IT, apare fenomenul de *virtualizare* sau virtualitate (“phenomenon of virtualization or virtuality”), termen care se referă la interacțiunea prin intermediul mediului electronic între oameni sau între oameni și mașini (computere). Prin virtualizarea relațiilor se creează o multitudine de posibilități: rețele/comunități ciberneticе, educație virtuală, prietenii virtuale, organizații virtuale, politici virtuale s.a. [14].

Problemele de etică în relație cu Internetul apar sub diferite aspecte care țin de: conduită, cercetare, afaceri, politică, educație on-line, aspecte legale, aspecte sociale, aspecte de identitate și aspecte privind caracterul privat al lucrurilor.

Datorită dezvoltării explozive, Internetul a devenit și un mediu propice de afaceri. Folosit la început doar ca mediu de informare și de propagare a informațiilor, a fost privit cu scepticism, în special, de mediul financiar-bancar, datorită neîncrederii în elementele de securitate informatică considerate improprii. Însă, odată cu dezvoltarea IT hardware și software, măsurile de securitate au devenit suficiente de performante pentru a se putea crea un mediu de afaceri stabil, sigur, credibil și, mai ales, nelimitat ca volum

informațional. În viziunea lui Andrew S. Grove, președinte și CEO al Intel Corporation, “după anul 2000, o firmă va fi pe Internet sau nu va mai fi (exista)”.

Afacerile on-line impune respectarea și utilizarea unor principii, care se referă la:

- comportamentul uman implicat în tranzație: onestitate, responsabilitate, confidențialitate, respectarea caracterului privat;

- aspectele economice: veridicitate privind sursa și calitatea bunurilor livrate;

- aspectele tehnice: asigurarea calității și a protecției datelor, asigurarea decontărilor electronice aferente cumpărărilor/vânzărilor.

Prezența pe Internet a instituțiilor publice sau private implică o serie de avantaje:

- creșterea și diversificarea posibilităților de comunicare;

- îmbunătățirea serviciilor pe care instituția le poate oferi, prin extinderea virtuală a ofertei, dar și prin permanentizarea timpului de acces la serviciile instituției;

- creșterea și îmbunătățirea imaginii instituției.

Utilizarea mediului *www* (World Wide Web) și a email-urilor pot avea consecințe (atât pozitive sau cât și negative) asupra eticii mediului de afaceri. În viziunea lui Kraemer și Danziger [5], influențele pozitive se manifestă asupra eticii din firmă sub două forme:

- în cazul firmelor care au un mediu etic bine conturat, respectarea eticii pe Internet duce la menținerea unui nivel ridicat al eticii în raport cu comportamentul angajaților;

- în cazul firmelor care nu au dezvoltat un sistem etic intern, respectarea eticii pe Internet poate favoriza apariția și dezvoltarea unui sistem propriu privind etica și comportamentul angajaților la locul de muncă.

Prin promovarea și respectarea elementelor de etică și a celor legale, Internetul devine un mediu democratic, în care acționează principii democratice și în care se promovează performanțele organizaționale.

Influențele negative se manifestă prin faptul că, din cauza frontierelor nelimitate ale cyber-spațiului, există pericolul depersonalizării relațiilor dintre oameni. Utilizatorii se pot implica în relații care să devalorizeze sau să excludă demnitatea sau respectul față de celălalt. Totodată, se poate dezvolta în timp tendința de a evita interacțiunile umane în rezolvarea problemelor firmei. În anumite situații, se manifestă reticența factorilor de conducere în a utiliza într-o măsură mai mare Internetul,

existând falsa impresie că, prin împărtășirea ideilor, se poate ajunge la pierderea statutului în cadrul firmei, a puterii decizionale și a competențelor distinctive.

Comportamentul pe Internet nu este guvernat de un set coerent și unificat de legi și de reguli sau de organizații sau corpuri profesionale, ci este mai degrabă “un amalgam de politici de utilizare acceptabilă a ISP (Internet Service Provider - furnizori de servicii Internet), coduri de conduită și implicări ale anumitor legi” [10]. Cu toate acestea, putem vorbi de politici de utilizare acceptabilă a Internetului (Internet Acceptable Use Policies - IAU) emise de organizații specializate sau dezvoltate în cadrul intern al firmelor. Aceste politici sunt acorduri sau înțelegeri încheiate între utilizatori, firme și ISP, care includ prevederi generale despre fapte acceptabile sau inacceptabile în utilizarea Internetului. De asemenea, fiecare firmă își definește propria politică IAU, care conține reguli și restricții privind accesul la Internet de pe calculatoarele firmei. Acest regulament va ține cont de regulamentele interne (ROF - Regulamentul de Ordine Interioară) și de fișa postului.

Uzual, firmele oferă acces liber la Internet, însă altele oferă o perioadă de grație (de regulă, 3 luni), după care angajatul va achita o taxă, de regula modică, pentru accesul la Internet.

Majoritatea firmelor limitează accesul la Internet numai în interesul firmei. Există și excepții: unele firme permit accesul nelimitat la Internet al angajaților, utilizarea calculatoarelor, rețelelor și a email-ului. În acest caz, se impune respectarea unor reguli:

- se permite acces accidental sau ocazional în interes propriu;

- accesul trebuie să fie făcut în timpul programului de lucru;

- accesul nu trebuie să se suprapună cu activitățile pe care angajatul le desfășoară în firmă și în interesul firmei;

- perioada de accesare a resurselor Internetului trebuie să fie mult mai mică decât accesarea Internetului în interesul firmei;

- accesul nu trebuie să implice și creșterea costurilor cu Internet-ul pentru firmă.

Pentru a implementa politica IAU, managerul IT din cadrul firmei va trebui:

- să definească în mod general și detaliat un regulament privind comportamentul utilizatorilor proprii pe Internet, regulament care va fi aprobat de conducerea firmei și va fi făcut cunoscut salariaților;

- să realizeze informarea inițială și periodică a salariaților despre regulament, angajații semnând în acest sens;

- să seteze accesul utilizatorilor la resursele Internetului în funcție de cerințele de transmitere/recepție a informațiilor specificate de fișa postului;

- să monitorizeze permanent accesul la Internet și să ia măsurile tehnice și administrative care se impun;

- să gestioneze accesul la resursele Internet, inclusiv să instaleze pe echipamentele proprii software de blocare a accesului la site-uri web nepotrivite.

2. Din punct de vedere al modului de acces, Internetul poate fi privit sub trei aspecte (Berman s.a. 1998): abordarea generală, formalizată și reglementată (prin guidelines).

- Abordarea generală privește Internetul ca pe un mijloc de comunicare uzual, alături de celelalte mijloace de comunicație din era societății informaționale (telefon, fax etc.). Conform acestei abordări, utilizatorul trebuie să respecte reguli etice și legale, reguli enumerate pe scurt.

- Abordarea formalizată presupune detalierea cerințelor de comportament al utilizatorului prin specificarea elementelor acceptabile și a celor inacceptabile. Utilizatorul va fi informat despre aceste reguli, va semna că a luat la cunoștință și va respecta politica de utilizare a Internetului stabilită de firmă. Nerespectarea acestor reguli va atrage măsuri disciplinare, pornind de la avertismente verbale sau scrise și continuând cu limitarea/suspendarea/ eliminarea drepturilor de acces la Internet, putându-se ajunge, în cazuri extreme, la concediere.

Conform CHFA (*California Housing Finance Agency*), sunt considerate acceptabile următoarele activități:

- comunicarea cu caracter general cu persoanele din administrația locală și centrală, cu vânzătorii, clienții, consultanții sau alți parteneri de afaceri;

- schimburile de mesaje electronice pe email cu asociații aflați în afara firmei;

- accesul www (World Wide Web) legat de cerințele firmei și de specificațiile postului de lucru.

Sunt considerate activități inacceptabile:

- activitățile private sau personale desfășurate în scopul obținerii profitului, cum ar fi

consultanța plătită sau vânzarea de bunuri specifice distribuției individuale (de exemplu: Avon, Oriflame, etc);

- utilizarea Internetului în scopul câștigului personal, sub orice formă;

- accesarea site-urilor web care nu au legătură cu activitatea firmei (de exemplu: site-uri de ziare, pariuri sportive, jocuri etc);

- accesarea în orice scop ilegal;

- transmiterea de fișiere (text, imagini, filme, multimedia) obscene, de hărțuire sau utilizând un limbaj indecent;

- accesarea și/sau download-area informațiilor de pe site-uri pentru adulți;

- download-are de software sau a unor date fără autorizație;

- utilizarea excesivă a email-ului pentru comunicații personale sau fără legătură cu afacerea;

- căutarea pe site-uri internaționale a informațiilor neautorizate despre recepția datelor și/sau a parolelor care aparțin altor utilizatori, cu excepția celor care presupun o autorizație explicită, în scris;

- interferarea, cu sau fără distrugerea operațiilor sau a documentelor, incluzând distribuirea de materiale promoționale nesolicitate, propagarea virusilor informatici;

- utilizarea calculatorului pentru a accesa neautorizat un alt calculator din rețea;

- divulgarea parolelor, a numerelor de telefon sau a altor elemente de acces în rețea oricărei persoane neautorizate.

- Abordarea reglementată (prin guidelines) presupune stabilirea și detalierea unor reguli generale, însă non-punitive în natură, prin care se specifică faptul că accesarea Internetului trebuie făcută în mod responsabil, eficient, etic și legal. Se creează un ghid (*guideline*) care va descrie utilizatorii acceptabili, utilizatorii inacceptabili și comportamentul (eticheta) on-line. Pe web sunt disponibile mai multe ghiduri despre *net-eticheta* ("netiquette"), unul din cel mai cunoscut și accesat fiind "*The Net User Guidelines and Netiquette*" al Arlene H. Rinaldi. Computer Ethics Institute, Washington D.C. a elaborat zece reguli de conduită pe Internet:

- Nu se va utiliza calculatorul pentru a aduce atingere altei persoane.

- Nu se va utiliza calculatorul pentru a interfera cu munca altor persoane cu calculatoarele.

- Nu se va utiliza calculatorul pentru a accesa neautorizat fișierele altor persoane

- Nu se va utiliza calculatorul pentru a fura.
- Nu se va utiliza calculatorul pentru a răspândi afirmații false.
- Nu se va utiliza calculatorul pentru a utiliza sau a copia software pentru care nu s-au plătit costurile corespunzătoare.
- Nu se vor utiliza resursele sistemelor de calcul ale altor persoane, fără autorizație.
- Nu se va utiliza calculatorul pentru a se însuși proprietatea intelectuală a altor persoane.
- În utilizarea calculatorului, se va ține cont de consecințele sociale a programelor elaborate sau a sistemelor de calcul realizate.
- Se va utiliza calculatorul într-un mod din care denotă considerație și respect pentru semenii.

Pornind de la aceste reguli, multe firme și-au dezvoltat propriile reguli de conduită pe net. *Better Business Bureau* [12] a dezvoltat un ghid concis al comerțului on-line, care prevede elementele minimale pe care trebuie să le includă o comunicație comercială on-line:

- toate intențiile de utilizare a informațiilor;
- responsabilul website pentru politica privată;
- un e-mail de contact pentru întrebări și probleme;
- un angajament de a media disputele care pot apărea;
- aducerea la cunoștință/informarea despre elemente care nu sunt acoperite de politica privată;
- informarea părții despre transferul de informații sau date către o a treia parte;
- angajamentul pentru securitatea datelor și etapele în vederea realizării acesteia.

În plus, o astfel de cale de comunicație electronică comercială on-line trebuie să îndeplinească următoarele condiții:

- să fie ușor de găsit, de înțeles și de accesat;
- legăturile și paginile care colectează informații să fie bine specificate;
- modalitățile de colectare și/sau de prelucrare a informațiilor să fie clare și corecte;
- în situația în care și alte entități sunt rezidente pe site, trebuie ca și politicile private ale acestora să fie explicate și accesibile.

Probleme care pot apărea cu mesajele private, politicile sau practicile comerciale pentru un website comercial [6] sunt exemplificate prin:

- dificultăți în înțelegerea și realizarea unei

- politici private de utilizare a website-ului;
- neaducerea la cunoștința clientului a tuturor informațiilor și ascunderea anumitor scopuri în utilizarea datelor;
- utilizarea unui limbaj vag, fără specificații clare;
- afișarea neclară a tipurilor de informații care vor fi colectate;
- sincope în furnizarea adreselor de contact sau a procedurilor pentru exprimarea nemulțumirilor, a corecțiilor sau a rezolvării situațiilor conflictuale;
- lipsa stabilirii cerințelor de securitate a datelor vehiculate pe site;
- nespecificarea cu claritate a cerințelor de acces sau a procedurilor de verificare a cererilor valide înainte de a se permite accesul pe site.

3. Exemple de situații în care nerespectarea normelor de etică pe Internet pot conduce la situații negative, având uneori repercursiuni legale

În general, politicile adoptate de firme sunt foarte variate, în funcție de anumite criterii: caracterul public sau privat al companiei, mărimea companiei, rezultatele financiare ale companiei și disponibilitatea de a investi în IT, dar și de nivelul de cultură și conducerea acesteia. Politicile pot trata probleme cu care firmele s-au confruntat sau care pot apărea, dar nu pot prevedea toate situațiile posibile. În special, firmele iau în discuție problemele care le pot afecta activitatea și iau în calcul într-o măsură mai mică sau ignoră problemele conexe, care nu le influențează în mod negativ activitatea.

Compania Cyber-Ark Software Ltd. SUA, a realizat în 2007 un studiu pe un eșantion de 200 de angajați IT. Peste 30% dintre cei intervievați au recunoscut că s-au folosit de parolele de administrator pentru a accesa informații confidențiale din cadrul companiei (informații despre salarii, etc) [15].

Ponemon Institute SUA a realizat în 2007 un studiu pe un eșantion de 16000 de specialiști IT, cu o medie de 8.4 ani experiență în domeniu, majoritatea celor intervievați fiind la nivelul de manager, peste 81% lucrând la companii care au peste 5000 de angajați. Studiul a generat concluzii surprinzătoare: 62% au accesat computerul unei alte persoane fără acordul acesteia, 50% au citit informații confidențiale fără un motiv legitim, iar 42% au încălcat

intenționat regulile de securitate interne, confidențialitatea datelor sau politica IT [15].

Stephen Northcutt a supus atenției următorul caz [8]: principalele cerințe pentru angajații IT de la unitatea militară Naval Surface Warfare Center, Virginia, SUA, erau cerințele de performanță profesională, tolerându-se tacit unele manifestări negative comportamentale (descărcarea de pe Internet a fotografiilor indecente). Cu toate acestea, la sesizările făcute de un angajat către conducerea instituției militare privind comportamentul etic negativ al unor angajați din departamentul IT, politica în domeniul respectării normelor etice pe Internet s-a schimbat radical, în mod pozitiv.

Și în România se constată o încălcare a normelor de etică pe Internet, în multe cazuri fiind vorba de o încălcare voită, asociată cu desfășurarea unei activități infracționale.

În anul 2006, Craiova și Pitești s-au dovedit a fi principalele zone în care s-au înregistrat fraude pe Internet, în special prin utilizarea de cărți de credit false, cu pagube de peste 600.000 euro, respectiv 200.000 euro. Alte localități în care s-au înregistrat fraude cu cărți de credit pe Internet sunt Râmnicu-Vâlcea, Constanța, Timișoara, București și Iași. Prin procurarea ilegală de informații confidențiale, infractorii clonau cărți de credit false de care se foloseau pentru a scoate bani din conturile asociate. Pagubele totale produse sunt de milioane de euro [16].

Uneori, infractorii români se asociază cu infractorii străini și acționează pe site-uri de licitații externe (de exemplu eBay). În 2006 a fost descoperită o rețea care își avea sediul la Chicago și care, atribuindu-și identități false (de reprezentanți eBay), solicitau trimiterea unor sume de bani la o adresă din Chicago, unde agentul de vânzări ar fi finalizat tranzacția. Peste 2000 de persoane au fost astfel înșelate între anii 2003 și 2006, banii împărțindu-se între participanții la escrocherie, din SUA și din România. Rețeaua a fost descoperită, iar membrii au fost acuzați de fraudă electronică. De altfel, eBay înregistrează zilnic cel puțin trei sute de cazuri de fraude, având ca rezultat pierderi de milioane de dolari. Centrul pentru Fraude pe Internet (The Internet Fraud Complaint Center) primește sute de plângeri pe zi, de la cetățeni care au fost fraudăți pe Internet. În majoritatea cazurilor de fraudă pe Internet apare numele României [17].

O situație aparte o reprezintă dezvoltarea de produse de tip virus informatic, care oferă

cumpărătorului posibilitatea desfășurării unei activități infracționale, în totală contradicție cu respectarea normelor de etică pe Internet. De exemplu, produsul software MPack este program creat de hackerii ruși, comercializat online la un preț de 1000 USD, cu un an de suport tehnic. Produsul se instalează pe sistemele din domenii cum ar fi fiscalitatea, turismul, resursele umane și auto. Un utilizator care vizitează aceste siteuri va instala pe propriul calculator un software de logare care îi va permite hackerului sustragerea de informații cu caracter privat. Până să se creeze programe antivirus corespunzătoare, sute de mii de utilizatori au avut calculatoarele infectate cu acest tip de virus [18].

Concluzii

Etica acționează în mediul de afaceri și la locul de muncă. Datorită structurilor ierarhice ale firmei, unii angajați au funcții de răspundere, ceea ce le conferă mai multă putere decât altor angajați. "Drept urmare, preocuparea pentru etică în locul în care muncim (și nu numai) reprezintă un mod de protejare și de sprijin pentru cei lipsiți de putere – în special pentru angajații expuși și pentru clienți" [9].

Managerii au puterea, capacitatea și responsabilitatea de a decide politica unei organizații și de a "da tonul" din punct de vedere moral. Ei au și o mare responsabilitate de a folosi judicios această putere, ei pot și trebuie să acționeze într-o manieră pozitivă și informală ca modele de comportament etic bun în aria lor de responsabilitate, dar și la nivel de firmă.

David Murray identifică șapte valori esențiale pe care o companie ar trebui să le aibă în vedere, prin managerii și angajații săi, pentru o desfășurare etică a activității [7]:

- considerație față de semenii noștri;
- control permanent în păstrarea standardelor etice;
- creativitate în economisirea resurselor și în protecția mediului;
- servirea clienților cât mai bine;
- corectitudine față de furnizori, beneficiari, personalul angajat, asociați, comunitate;
- transparență prin eliminarea minciunii în comunicarea cu partenerii, clienții, furnizorii, personalul angajat, organele statului;
- interdependența față de comunitatea în care trăim și ne desfășurăm activitatea.

Totodată, Murray identifică doisprezece provocări morale în viața de afaceri: aprecierea demnității muncii, bunele relații în afaceri, deservirea impecabilă a clienților, moralitate în achiziționare, moralitate în desfășurarea competiției, tratarea personalului cu demnitate și respect, remunerarea corectă a personalului, respectarea legilor, protejarea mediului înconjurător, încheierea de afaceri fără mituire, menținerea onestității în afaceri, supraviețuire în caz de schimbări majore.

Problemele de etică se manifestă atât în mediul privat, cât și în mediul public. J. F. Kennedy afirma că “răspunsul final la

problemele etice dintr-o guvernare este prezența oamenilor onești într-un bun mediu etic”. Acest fapt implică atât comunitatea, cât și pe aceia care își asumă încrederea publică în propria persoană și în activitatea depusă în funcțiile de răspundere guvernamentale pe care le îndeplinesc.

Un mediu etic bun nu se construiește într-o zi, ci se dezvoltă și se menține în timp. Respectarea normelor de etică în mediul privat contribuie la crearea unui mediu de afaceri corect, în timp ce respectarea acestora în mediul public va genera o guvernare eficientă.

Bibliografie

- [1] Berman, E., West, J., Bonczek, S., *The Ethics Edge*, International City/County Management Association, 1998
- [2] Diaconu, B., *Morală și profit*, Revista 22 - ANUL XV (831), 2006
- [3] Diaconu, B., *Tom Peters despre etica in afaceri*, www.evado.ro, 2005
- [4] Kling, R., *Computerization and Controversy*, San Diego Academic Press, 1997
- [5] Kraemer, K., Danziger, J., *Computers and Control in the Work Environment*, Public Administration Review, nr. 44/1984
- [6] Ornatowski, C. M., *Ethics and the Internet*, Rhetoric & Writing Studies, SDSU, Varsovia, Polonia, 2001
- [7] Murray, D., *Cele 7 valori esentiale. IMM-urile si beneficiarii lor*, lucrare prezentată în cadrul Conferinței Internaționale „Calitate și integritate în afaceri”, Târgu Mureș, 1999
- [8] Northcutt, S., *IT Ethics Handbook: Right and Wrong for IT Professionals*, Editura Syngress, 2004
- [9] Peters, T., B., “*The Blackwell Encyclopedia of Management*”, Blackwell Publishing, Second Edition, 2005
- [10] Robson, K., Robson, M., *Your Place or Mine? Ethics, the Researcher, and the Internet*, Proceedings of the conference *Exploring Cyber Society: Social, Political, Economic, and Cultural Issues*. Volume 2. University of Northumbria, Newcastle, UK. July 5-7, 1999
- [11] Trevino, L., Nelson, K., *Managing Business Ethics*, Editura John Wiley & Sons Inc., New York, SUA, 1995
- [12] *** *Better Business Bureau*, 710 Baronne Street, Suite C, New Orleans, LA 70113
- [13] *** *Ethics and Information Technology*, Editor Springer, Netherland, vol. 1, 1999
- [14] *** *Phenomenological Approaches to Ethics and Information Technology*, Stanford Encyclopedia of Philosophy, 2005
- [15] <http://www.pcworld.ro>
- [16] <http://realitatea.net>
- [17] <http://www.wall-street.ro/articol/IT-C-Tehnologie/18440>
- [18] <http://www.wall-street.ro/articol/IT-C-Tehnologie/30315>