

RELAȚIA MENTALITATE COLECTIVĂ – RESPONSABILITATE SOCIALĂ ÎN CONDIȚIILE NOILOR PROVOCĂRI SOCIETALE

Cristina LAZARIUC

Universitatea Tehnică din Moldova
Chișinău, Republica Moldova

Autorul corespondent: Cristina Lazariuc, e-mail: cristina.lazariuc@gmail.md

THE RELATIONSHIP BETWEEN THE COLLECTIVE MENTALITY AND SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE CONDITIONS OF THE NEW SOCIETAL CHALLENGES

Abstract: *This article analyzes the relevance of researching collective mentalities as an essential step in the awareness and understanding of the contemporary world, whose profound transformations depend on changes in the existing value system, in the attitude of contemporary man towards the social role he plays in the new societal challenges, by referring to the concept of social responsibility as ethical behavior applicable in any type of activity, individual and collective, in order to contribute to the development of a sustainable society. The author also reiterates the role of the educational process as the most important pillar of the change of mentality and the impact of education in cultivating responsible prosocial behaviors.*

Keywords: *crisis, value, organization, performance, accountability, education, transformation, sustainable society.*

Adnotare: *Acest articol analizează relevanța cercetării mentalităților colective ca demers esențial în conștientizarea și înțelegerea lumii contemporane, a cărei transformări profunde depind de schimbările care se produc în sistemul de valori existente, în atitudinea omului contemporan vizavi de rolul social pe care îl îndeplinește în condițiile noilor provocări societale, prin raportare la conceptul de responsabilitate socială ca comportament etic aplicabil în orice tip de activitate, individuală și colectivă, cu scopul de a contribui la dezvoltarea unei societăți durabile. De asemenea autorul reiterează rolul procesului educațional ca cel mai important pilon al schimbării de mentalitate și impactul educației în cultivarea comportamentelor responsabile prosociale.*

Cuvinte-cheie: *criză, valoare, organizație, performanță, responsabilizare, educație, transformare, societate durabilă.*

Introducere

Lumea se află perpetuu într-un proces de schimbare și transformare, proces determinat de acțiunile și conduitele oamenilor. La rândul lor acțiunile și conduitele oamenilor sânt determinate de *mentalitatea* personalității, colectivului, societății sau sociumului în ansamblu, adică de acele reprezentări - rezultante ale percepției și conceperii lumii în mod individual sau colectiv și ale modului de raportare a individului și societății față de realitățile trecute, prezente și posibile în viitor. După cum afirma renumita scriitoare în domeniul mediului: „Deoarece mentalitățile și paradigmele ghidează comportamentele, schimbarea lor poate avea un impact profund ... Oamenii

care reușesc să intervină în sisteme la nivelul paradigmei au atins un punct de pârghie care transformă total sistemele.”

Astfel, în cele ce urmează ne propunem să evidențiem importanța cercetării mentalităților colective ca demers esențial în conștientizarea și înțelegerea lumii contemporane, a cărei transformări profunde depind de schimbările care se produc în sistemul de valori existente, în atitudinea omului contemporan vizavi de aceste valori, față de rolul social pe care îl îndeplinește, responsabilitatea socială pe care o poartă, precum și necesitatea centrării atenției asupra următoarelor întrebări, în condițiile noilor provocări societale:

- ce avem astăzi: o *criză a valorilor* sau o situație de criză care poate fi depășită prin apel la valori; o *criză a moralității, a datoriei* sau o situație de criză care poate fi depășită prin cultivarea principiilor și normelor morale; o *criză a umanității* sau o situație de criză care poate fi depășită prin apel la umanism și solidaritate socială?

- care este impactul educației în cultivarea unui sistem de principii, norme și valori stabile, favorabile formării comportamentelor responsabile prosociale?

Criza umanității, criza moralității, criza valorilor – o lume în criză.

Cu toate oscilațiile, ritmurile și organizările politice proprii pe care le-au îmbrăcat, în dependență de specificul mentalităților și diferențelor culturale, societățile moderne și contemporane au traversat în mare parte drumuri marcate de înclinații abrupte similare: *antropologice*: evidențierea/exagerarea priorității individului, ce a rezultat în manifestarea pregnantă a egoismului, egocentrismului și narcisismului, decăderea familiei ca instituție socială, remodelarea solidarităților colective, amplificarea conflictelor dintre individ și societate, dintre indivizi, dintre grupurile sociale, dintre generații); *religioase* (confesionalizarea, secularizarea, laicizarea, dar și implicarea religiei în politică, diminuarea rolului educativ al bisericii, scăderea gradului de religiozitate a societății, proliferarea sectelor); *axiologice* (plasarea binelui, virtuții, valorii, datoriei, responsabilității, în ipostaza de a-și câștiga titlurile înaintea experienței; proliferarea lipsei de sinceritate și măsură; manifestarea în public a sexualității, lipsa reperelor morale, ignoranța tot mai manifestă, care impune limite înțelepciunii și promovarea falsului și erorii, care se confundă până la identitate cu adevărul, din comoditate sau interes); *economice*: (industrializarea, progresul tehnologic, digitalizarea, dar și obsesia oarbă pentru bani, înavușirea peste noapte, superficialitatea standardelor de calitate, gloria facilă, câștigul fără muncă, spălarea banilor, corupția etc.); *politice* (ascensiunea statului modern, promovarea valorilor și principiilor democratice, ale statului de drept, dar și declinul autorității instituționale, apatia socială, cultura politică săracă, legi nefuncționale, discriminare și lipsa toleranței); și *culturale* (formarea elitelor intelectuale și profesionale, dar și decăderea prestigiului unor profesii, din cauza lipsei integrității și responsabilității sociale, laicizarea și ulterior, comercializarea educației; asumarea de către individ a statutului de stăpân al naturii și motor al progresului, care încearcă să impună universului „legile plămădite de propria sa rațiune limitată și supusă greșelii” [1, p.121]) etc.

Astfel, perioada contemporană reprezintă rezultatul manifestării a două procese ce se desfășoară în paralel într-o lume fascinantă, ce se dezvoltă într-un ritm galopant, dar în același timp fărâmițată și neliniștită. Pe de o parte, în sfera *politicii* și a *economiei*, istoria tinde să aibă un curs bine direcționat, care spre sfârșitul secolului al XX-lea a culminat prin promovarea și consolidarea democrației liberale ca unică alternativă viabilă pentru societățile avansate din punct de vedere economic, și mai nou, tehnologic, curs ascendent care actualmente este marcat de criza relațiilor interstatale marcate de război (incompatibilitate mentală a popoarelor), și, ca efect

inevitabil, de criza economică. În viziunea profesorului român, Dumitru Borțun, în ultimele trei decenii se manifestă un curent pe care l-am putea numi *critica etică a capitalismului*, care propune o nouă viziune asupra capitalismului contemporan, acuzat că sufocă democrația, că i-a transformat pe cetățeni în consumatori și că este incapabil să stăvilească valul de lăcomie și egoism în favoarea compasiunii și solidarității [2]. Este vorba de abordarea capitalismului corporatist de pe poziții etice și punerea în discuție a responsabilității sale față de societate – atât față de cea prezentă (impactul pozitiv/negativ produs, prin activitatea desfășurată, asupra societății și mediului), cât și față de cea viitoare (punctul în care problematica responsabilității sociale se intersectează cu problematica dezvoltării durabile (sustenibile)).

Pe de altă parte, în sfera *socială și morală*, istoria comportă un caracter ciclic, ordinea socială și autoritatea moralității cunoscând fluxuri și refluxuri de-a lungul numeroaselor generații. Mulți dintre noi avem impresia că trăim într-un timp de criză, mai ales, în perioada contemporană, când actualitatea și relevanța principiilor și valorilor care compun obiectul eticii sunt supuse îndoielii. Ceea ce susținea cu mulți ani urmă C. Leonardescu, este poate și mai actual astăzi, când „binele și răul, virtutea și viciul, dreptul și datoria, în fine toate ideile ce se credeau necesare, neschimbătoare, sunt chemate a-și arăta titlurile înaintea experienței [...]”. Se pare că omenirea nu se conduce numai de o idee, de o lumină; ea stinge în fiecare epocă, în fiecare seară, lumina de care s-a servit [3, p.123]. Astfel, criza contemporană evidențiază o *criză a modelului moral* [4, p.46], iar industrializarea a dus la adâncirea continuă a crizei, nu numai în domeniul valorilor morale, culturale, spirituale, ci și în alte domenii: al mediului, al resurselor, al sănătății, al alimentației, al educației etc. Cercetările în domeniu vin să evidențieze caracterul sistemic și continuu al crizei valorilor culturale ale secolului XXI, ale cărei manifestări principale, care reies una din cealaltă, sunt: dominarea unui stil de viață numit consumarism, care se referă la acumularea egoistă și superficială de produse, cunoscută și sub numele de *materialism economic*, ce distruge individualitatea și afectează societatea; deprecierea valorilor general-umane în raport cu cele economice; degradarea relațiilor interumane ca rezultat al instaurării unei competiții acerbe de înavuțire, lipsite de orice principiu și normă de reglementare, dominate doar de cultul lăcomiei și îmbogățirii materiale ilicite, și având ca principală regulă de joc: cine posedă mai mult, acela deține controlul; maximizarea impactului culturii de masă de calitate joasă asupra formării și educării societății; descreșterea nivelului formării generale a societății și a intelectului personal; viziunea egocentrică a omului în relația sa cu natura, distrugerea biosferei și creșterea riscului declanșării catastrofei ecologice globale; incapacitatea de gestionare eficientă a arhisuficienței informaționale, care inundă utilizatorii cu produse reziduale, făcându-i mai vulnerabili, mai puțin liberi în gândire și mai lipsiți de individualitate în comportament, precum și deprecierea conceptelor ”onoare”, ”rușine”, ”demnitate”, ”politețe”, ”generozitate”, ”recunoștință”. Drept rezultat atenția cercetătorilor se reorientează spre perspectiva înțelegerii, explicării și chiar previziunii procesului istoric, ce depășește dimensiunea pur evenimentială spre una de profunzime, ce implică studierea caracteristicilor mentale ale comunităților umane și abordarea rolului *mentalităților* în reconstituirea ordinii sociale și revenirea istoriei pe curba ascendentă. Totodată, noile provocări societale, precum și creșterea impactului companiilor asupra mediului înconjurător au adus în prim plan necesitatea redimensionării conceptului de *responsabilitate (socială)*.

Relația dintre mentalitatea colectivă și gradul de responsabilizare socială.

Mentalitatea colectivă, spre deosebire de conștiința socială care nu poate exista înafara colectivului social ca purtător fizic al acesteia, poate exista în societate sub formă de substanță

spirituală, care se constituie, se modifică și consolidează în rezultatul interacțiunii sociale a multiplelor generații de oameni, ce transmit acel statut dinamic de receptori-emisători de vechi și noi reprezentări sociale, conservate în memoria socială de lungă durată. *Mentalul colectiv* are la suprafață emoții trecătoare, spre profunzimi structuri mentale mai stabile, iar în profunzime cadrele cele mai rezistente la schimbare. *Mentalitatea* este un sistem de „imagini și reprezentări, aranjate diferit după diverse grupuri sau straturi ce compun formațiunea socială” [5, p.234], care guvernează conduita oamenilor. Reieșind de aici, mentalitatea este atât o categorie socială, de care depinde starea și posibilitățile de dezvoltare ale unei societăți, cât și una etică, dat fiind faptul că anume în sfera socială se formează și consolidează criteriile valorice, la care se raportează omul, în deciziile luate, faptele realizate, conduita adoptată și atitudinea formată față de diverse aspecte ale vieții, iar valorile reprezintă „nucleul dur al mentalităților”. Mentalitățile ne încadrează gândirea și, prin urmare, ne determină comportamentul și experiențele de viață. Ele influențează modul în care oamenii iau decizii, votează, ce oportunități personale, educaționale și profesionale urmăresc, cum reacționează în situații de crize și cum fac față provocărilor. Chiar și politicile naționale și obiectivele globale de dezvoltare izvorăsc din mentalitățile naționale și globale. Iată de ce mentalitățile sunt punctul de pârghie invizibil care trebuie inclus într-o nouă paradigmă de dezvoltare umană din secolul XXI [6].

Accentul puternic al asistenței pentru dezvoltare asupra factorilor externi și progresului măsurabil, precum nivelurile de venit, speranța de viață și anii de educație, a lăsat în umbră identificarea și înțelegerea factorilor interni și a cauzelor potențiale ascunse. Dintre factorii interni remarcăm mentalitățile, care pot juca un rol transformator în procesul de dezvoltare a oamenilor, națiunilor și umanității. Acest lucru subliniază necesitatea unei noi abordări holistice care să ia în considerare interacțiunea dintre factorii interni și externi, pentru ca dezvoltarea să fie transformativă și să promoveze o bunăstare durabilă pentru oameni și planetă. Aceeași idee este sugerată de profesorul Muhammad Yunus, câștigător al premiului Nobel pentru pace, care susține că: „Dacă nu ne răzgândim, nu putem schimba lumea”. Cu același îndemn vine istoricul francez, G. Duby, menționând că „o societate nu se explică numai prin fundamentele sale economice, ci și prin reprezentările pe care și le face despre sine”. În această ordine de idei, istoricul propune realizarea unui studiu a modelelor culturale, a sistemului de valori dintr-o colectivitate sau societate, pentru a înțelege cum evoluează viziunea oamenilor despre realitate, despre social. Putem spune mai multe lucruri despre un popor, susține G. Duby, dacă facem analiza riguroasă a atitudinilor oamenilor și grupurilor față de căsătorie, familie, față de menținerea și desfacerea ei, față de copil și copilărie, față de muncă și instrucție, față de datorie și responsabilitate etc. În ceea ce privește, *responsabilitatea*, ea e necesară omului, ea se implică în orice activitate, constituind o dimensiune complexă a personalității [7]. În sensul cel mai general, responsabilitatea depinde de caracterul integral al personalității, de normalitatea intelectuală și psihică, de consistența morală [8]. Din perspectivă psihologică, responsabilitatea este rezultatul integrării tuturor funcțiilor psihice: percepția subiectivă a mediului și contextului în care crește și se dezvoltă individul, care are un impact major asupra gradului de responsabilitate a acestuia, precum și atitudinea emotivă față de îndatoriri în raport cu drepturile și oportunitățile la care pretinde și, nu în ultimul rând, voința de a-și asuma, de a schimba, de a contribui, de a realiza, ce depinde de nivelul de încredere în sine și în ceilalți. Din punct de vedere subiectiv, responsabilitatea este un indicator al libertății, independenței, ce îi permite personalității să-și manifeste individualitatea în procesul de interacțiune socială. Cu alte cuvinte, responsabilitatea implică onorarea cuvântului dat,

îndeplinirea angajamentelor, apel la criteriile valorice, la simțul datoriei, în procesul luării deciziilor, respectarea consecventă a principiilor și normelor morale și legilor.

În viziunea psihologilor români, cele trei subsisteme ale responsabilității sunt subsistemul cognitiv (informațional operațional), subsistemul afectiv (stimulativ-energizant) și cel volitiv (conotativ de reglaj și autoreglaj) între care există relații complexe de interdependență și interacțiune [9]. Paul Popescu-Neveanu afirmă că responsabilitatea este o caracteristică a celui ce este responsabil în sensul că se angajează retroactiv să-și dea seama de actele și atitudinile sale, întrucât acestea sunt în acord cu normele, legile, uzanțele unanim acceptate. Este facultatea de a da răspunsuri valorice și efective, de a garanta ducerea la bun sfârșit a sarcinilor încredințate sau asumate. Întrucât responsabilitatea este asigurată prin deliberare anticipativă, prevedere a consecințelor unei acțiuni și prevenire a efectelor negative, condițiile esențiale, sub raport psihologic, pentru responsabilitate sunt plenitudinea facultăților mintale și libertatea de decizie [10]. E. Fromm introduce noțiunea de „responsabilitate psihologică” și examinează responsabilitatea ca pe o componentă structurală a maturității personalității.

Astfel, în literatura psihologică există mai multe tipologii ale responsabilității: responsabilitatea individuală și colectivă; internă (psihologică) și externă; retrospectivă (responsabilitatea pentru trecut, sentimentul vinei) și perspectivă (responsabilitatea pentru viitor, simțul datoriei) [11]. Psihologul rus D.A. Leontiev conceptualizează responsabilitatea ca fiind conștientizarea abilității de a fi cauza schimbărilor (sau rezistența la schimbare) ce se produc în mediu și în viața personală, precum și gestionarea conștientă a acestei abilități [12, p. 68]. În procesul dezvoltării responsabilității apare un mecanism al controlului intern. Persoana răspunde în primul rând față de sine și doar mai apoi față de instanțele externe, deși prezența unor instanțe reprezintă un factor important, ce reglează atât viața socială, cât și pe cea individuală.

Responsabilitatea presupune conștientizarea acțiunilor proprii și a urmărilor acestora. Gradul de conștientizare a deciziilor luate și gradul de control al consecințelor în momentul punerii în aplicare a acestor decizii pot fi diferite [13]. În dependență de acești factori, conturăm 4 niveluri ale responsabilității:

- *Nivelul înalt de responsabilitate* este atunci când responsabilitatea devine o trăsătură de personalitate, iar toate deciziile luate și acțiunile realizate sunt fundamentate pe valorile și principiile personale, care coincid cu cele general umane, individul conștientizând consecințele faptelor sale pe termen lung;

- *Nivelul mediu de responsabilitate* nu diferă esențial, individul conștientizând doar consecințele imediate ale acțiunilor efectuate;

- *Nivelul redus de responsabilitate* se caracterizează prin asumarea și înțelegerea consecințelor doar în unele momente ale vieții, individul dând dovadă de atitudine responsabilă doar situațional, temporar, în funcție de starea de spirit, interesele puse în joc și de circumstanțele în care se produc faptele.

- *Iresponsabilitatea* – se poate manifesta fie în lipsa unui sistem intern de valori format, unor criterii de conduită, ce ar reglementa activitatea individului; fie acesta se confruntă cu un sistem de reguli interne excesive sau cu normele și exigențe externe foarte înalte, în fața cărora individul se consideră incapabil de a lua decizii, având frica de asumare a responsabilității.

De asemenea, responsabilitatea reprezintă capacitatea de a impulsiona o acțiune ce servește social și a o termina, conferindu-i o identitate și întreaga modalitate de a se folosi, dar și evaluarea (valoarea) ce trebuie să i se acorde [14]. D. Borțun abordează responsabilitatea din dubla ei ipostază: ca valoare etică și ca valoare socială. În ipostaza de *valoare etică, responsabilitatea*

funcționează ca o marcă a umanului, ca o bornă ce delimitează umanul de inuman, cultura de natură, civilizația de barbarie. El mai adaugă că, în cazul responsabilității, valoarea etică se transformă în *valoare socială* aproape la scara 1/1. Altfel spus, a fi responsabil aproape că echivalează cu a fi legitim, iar a fi legitim înseamnă a servi interesului public. De aici, imensa valoare socială a responsabilității. Această viziune este una relevantă în contextul lumii de astăzi când nevoia de legitimare se manifestă ca afirmare a *responsabilității sociale*, atât la nivel individual, cât și la nivel de organizație. Sub acest aspect, responsabilitatea socială se referă la acțiunile, prin care atât individul, cât și organizația demonstrează că poartă răspundere pentru consecințele produse atât asupra comunității, societății, aici și acum, cât și asupra realităților din viitor.

Totodată, actualmente, în noile condiții concurențiale, determinate de avântul societății informaționale și, mai nou, a celei bazate pe cunoaștere, în contextul creșterii presiunii din partea stakeholderilor (ONG-uri, organizații de protecție a consumatorilor, a mediului, a biodiversității, reprezentanți ai societății civile) companiile, indiferent de dimensiune și nivel de dezvoltare, devin din ce în ce mai conștiente de specificul noii pieți, mai exigente, mai complexe și mai instabile ca oricând, și recunosc semnificația crescândă a riscului legat de o reputație afectată asupra afacerilor, fiind convinse că au de câștigat, încurajând derularea transparentă și responsabilă a afacerilor. Aceste companii nu doar răspund așteptărilor consumatorilor, ci și înaintează un stil elaborat de a face afaceri, în baza unor principii bine conturate pornind de la ideea că afacerile nu sunt numai instrumente economice profitabile, dar au și semnificative efecte sociale. Această nouă abordare a devenit cunoscută ca responsabilitate socială corporatistă (RSC), prin promovarea căreia se încearcă „umanizarea” și „flexibilizarea” sistemului din interior, generând un comportament moral al corporațiilor în raporturile cu celelalte părți implicate în desfășurarea activității lor economice (angajații, furnizorii, clienții, comunitățile locale ș.a.) [15]. În virtutea acestor circumstanțe, la nivel internațional, pe data de 1 noiembrie 2010, a fost lansat oficial, la Geneva, unul dintre cele mai așteptate standarde internaționale ISO 26000, *Guidance on social responsibility*, prin respectarea căruia fiecare organizație, atât din sectorul privat, cât și din sectorul public, este invitată să devină mai responsabilă social. Conform standardului SR ISO 26000 (privind conceptele, termenii, definițiile, caracteristicile, principiile și practicile, temele principale și domeniile de acțiune ale responsabilității sociale, integrarea, implementarea și promovarea unui comportament social responsabil în organizații precum și pentru comunicarea angajamentelor, performanțelor și altor informații privind responsabilitatea socială) [16] *responsabilitatea socială* este definită, ca fiind: „responsabilitatea unei organizații față de impactul deciziilor și activităților sale asupra societății și mediului, manifestată printr-un comportament etic și transparent, care contribuie la o dezvoltare durabilă, inclusiv la sănătatea și bunăstarea societății, ia în considerare așteptările părților interesate, respectă legile în vigoare și este în acord cu normele internaționale de comportament, este integrată în ansamblul organizației și aplicată în relațiile sale”.

La nivel european, Comisia Europeană consideră *responsabilitatea socială corporativă (RSC)* a fi responsabilitatea întreprinderilor pentru impactul pe care îl produc asupra societății, prin integrarea preocupărilor sociale, de mediu, etice, ale consumatorilor și ale drepturilor omului în sistemul de valori și cultura organizațională, în strategia și operațiunile de afaceri, pentru a asigura luarea deciziilor strategice și operaționale într-o manieră transparentă și responsabilă, respectând buchia legii, și de a stabili prin urmare practici mai bune în cadrul firmei, pentru a aduce beneficiu societății [17]. Pentru societate, RSC se fundamentează pe un set de valori care constituie fundamentul unei societăți mai încheigate și catalizatorul tranziției către un sistem economic

durabil sau după cum susține G. Lazăr, RSC reprezintă un parteneriat pe termen lung cu comunitatea, având ca scop sprijinirea acesteia în soluționarea problemelor sale sociale.

Totuși, deși companiile afirmă că acțiunile lor responsabile social sunt dictate de rațiuni de ordin deontologic (datoria morală a companiilor față de societate), în realitate motivul rațional (implicarea activă a companiilor în proiecte sociale pentru a-și îmbunătăți imaginea și a-și consolida profitul pe termen lung) sau cel al presiunii sociale (determinate de cerințele sociale tot mai accentuate), sunt cele care „motivează” companiile să-și reconsidere continuu politica de responsabilitate socială corporativă. În acest context, autoritățile publice joacă un rol de sprijin și control, prin măsuri de politică voluntare și, acolo unde este necesar, prin reglementări complementare. Atât instituțiile statului, precum și toate părțile interesate de activitatea acestora, la fel ca și mediul de afaceri, trebuie să fie din ce în ce mai conștiente de necesitatea și beneficiile unui comportament instituțional responsabil social. Numai prin asumarea responsabilității sociale acestea pot contribui simțitor la dezvoltarea durabilă a societății și la responsabilizarea socială a fiecărui cetățean.

În opinia lui N. Niță, în condițiile unei lumi globalizate, când nu mai vorbim de probleme locale cu impact local, performanțele așteptate din partea organizațiilor și durabilitatea acestor performanțe, în relație cu societatea în care funcționează, cu mediul intern și internațional, constituie o componentă critică a măsurii performanțelor lor totale și a capacității lor de a funcționa eficace și eficient, în raport cu performanțele globale ale societății [18]. Dat fiind faptul că termenul mentalitatea se referă la modul în care oamenii văd perspectiva lor asupra lumii – felul în care îi privesc pe ceilalți, cum văd contextul, provocările, oportunitățile și obligațiile lor, comportamentele lor sunt întotdeauna o funcție a felului în care își percep situația și posibilitățile. Prin urmare există două probleme fundamentale ale unei abordări pur comportamentale de îmbunătățire a performanței unei organizații [19, p. 81]: 1. deși comportamentul (responsabil sau nu) determină rezultatele, acesta este modelat și educat de mentalitatea persoanei și 2. eficiența comportamentului unei persoane va depinde, într-o măsură semnificativă, de mentalitatea ei. În acest sens, unul din studiile efectuate de compania americană McKinsey & Company concluzionează că: organizațiile care identifică și, încă de la început, țin cont de mentalitățile larg răspândite, au de patru ori mai multe șanse de succes în eforturile de schimbare a organizației, decât cele care trec cu vederea acest lucru.

Istoricul francez, J. Le Goff susține că mentalitatea se schimbă cel mai lent în cadrul unei societăți, ritmul transformărilor acestora diferă de ritmul transformărilor care au loc în alte sfere ale societății. Datorită acestui fapt, transformările care au loc în infrastructura societății întâmpină rezistențe, întârzieri și decalaje, însă, în cele din urmă, constată autorul, mentalitățile sunt silite să se adapteze transformărilor din infrastructura socială. În același timp, transformările din infrastructura socială pe de o parte, se conformează cu mentalitatea principalelor atitudini care se manifestă într-o societate, iar pe de altă parte, generează schimbări în mentalitatea colectivă, mai ales fie sub impactul interacțiunii cu alte sociumuri, fie prin oprimare minuțios planificată de regimurile dictatoriale, care produc deformări greu de restabilit. Realități similare au determinat, în cele din urmă, conturarea a două tipuri de mentalități în rândul societăților postsovietice: *flexibilă-autonomă* și *rigidă-colectivistă*. Mentalitatea *flexibilă-autonomă*, caracteristică preponderent indivizilor, care se disting prin opțiuni care sunt uneori diferite de cele ale grupului de origine, dar care se solidarizează voluntar, pe baza unor valori comune, ca corectitudinea, onoarea și demnitatea, onestitatea și munca; sunt receptivi la reforme, ei învață, acumulează experiență și contribuie la materializarea aspirațiilor celor cu care interacționează, muncind

continuu pentru a deveni mai buni. Pentru ei nu există un punct culminant și plafonare, iar când întâmpină dificultăți își asumă greșelile, văzând orice problemă întâlnită ca pe o oportunitate de a se autodepăși și a găsi soluții mai bune. Pe cei cu mentalitate flexibilă-autonomă îi recomandă dragostea pentru semeni, aspirațiile spre schimbarea, dezvoltarea și transformarea societății în care trăiesc, deschiderea spre asimilarea bunelor practici din exterior, atitudinile fundamentate pe principii și valori universale și acțiunile prosociale. La rândul lor, indivizii cu mentalitatea *rigidă-colectivistă* se identifică prea mult cu poziția pe care o au și văd totul în nuanțe de superior și inferior. Sclavi ai consumarismului și al ideii de *a avea* în loc *de a fi*, aceștia ajung să-și piardă identitatea și să se lase dominați de realitățile neetice, ilicite construite pe non-valori doar pentru că nu sunt în stare să conștientizeze diferența dintre ce este bine și ce este rău. Aceștia, de cele mai multe ori, sunt rezistenți la schimbare și nou, manifestă toleranță și susținere față de resursele, moștenirile și discursurile contradictorii ale trecutului raportat la *prezentul unui stat independent, fragil și anemic* și conturându-și opțiunile și comportamentele politice și electorale în funcție de această convingere, care având semnificația de „cine nu este cu noi, este împotriva noastră”, nu poate reprezenta un impuls pe dezvoltarea societății.

Pentru a evidenția relația dintre mentalitate și comportament responsabil/iresponsabil este necesar să abordăm Modelul Arbinger [20], care identifică două tipuri de mentalitate: *deschisă (outward)* și *închisă (inward)*. Pentru cei cu Mentalitate închisă, nevoile, greutățile, provocările sau obiectivele *celorlalți* nu contează la fel ca ale lor personale, *ceilalți* fiind percepuți ca Vehicul dacă îi ajută să-și ating obiectivele, Obstacol dacă se împotrivesc și Nerelevant, dacă nici nu îi ajută, dar nici nu îi încurcă. Când oamenii se concentrează asupra lor înșiși, mai mult decât asupra impactului pe care îl produc în jur prin deciziile luate și activitatea desfășurată în mod izolat, acest fapt are ca rezultat nivele scăzute de colaborare și inovare. De obicei, persoanele cu o mentalitate închisă urmăresc doar propriul beneficiu, iar când nu dau dovadă de un nivel înalt de performanță, sunt tentați să dea vina pe împrejurările grele sau pe oamenii dificili, decât să-și asume responsabilitatea (socială). Pe de altă parte, pentru persoanele cu o mentalitate deschisă, nevoile, provocările și obiectivele *celorlalți* contează la fel de mult ca ale lor personale, ceea ce se reflectă în plan acțional prin efort comun în generarea impactului pentru *noi* și nu doar pentru *mine*, *ceilalți* fiind percepuți „ca scop în sine și niciodată ca mijloc”. Drept rezultat, persoanele cu o mentalitate deschisă dau dovadă de un nivel înalt de performanță, apelând la colaborare și parteneriat în atingerea obiectivelor, asumându-și în grad înalt de responsabilitate socială.

Așadar „promotorii” *responsabilității sociale a organizațiilor, companiilor* (firmelor), datorită mentalității lor flexibile, *deschise*, consideră că RSC se referă nu doar la calitatea serviciilor prestate și/sau a produselor furnizate clienților și consumatorilor, dar de asemenea și la locurile și condițiile de muncă pe care le propun, oportunitățile de creștere și dezvoltare personală și profesională, și, mai ales măsurile de respectare și promovare a drepturilor omului, a sănătății publice, a protecției mediului înconjurător, a inovației și binelui public. Conceptul de responsabilitate socială pentru aceștia se referă la o întreagă strategie durabilă de afaceri [21, p. 17], ce implică comportamentul etic, legal și caritabil la locul de muncă, pe piață sau în comunitate, aprecierea deosebită a angajaților și respectul față de drepturile consumatorilor, stabilirea și menținerea relațiilor transparente cu autoritățile publice și echitatea economică și socială, integritatea morală și investițiile în comunitate sau respectul față de mediul înconjurător prin utilizarea tehnologiilor nepoluante și nu în ultimul rând, contribuția constantă în mod pozitiv față de societate, care în timp vor aduce beneficii directe, asigurând competitivitatea companiei pe termen lung. Or, în „secolul responsabilității”, lumea afacerilor este călăuzită astăzi de trei piloni:

recunoaștere, reputație, recunoștință, iar responsabilitatea socială este ridicată la rang de politică de firmă. În acest context, orice organizație care susține atât filozofiele morale social acceptate, cât și indivizii care acționează etic, cu siguranță, va adopta decizii cu un impact pozitiv asupra societății. Cu alte cuvinte, RSC este reciproc avantajoasă, fiind formulată după principiul „câștig-câștig” sau cum afirma Ralph Waldo Emerson: „Este cea mai frumoasă compensație a vieții faptul că nici o persoană nu poate în mod sincer să ajute o altă persoană fără să se ajute mai întâi pe ea însăși.”

Totuși există și cei care, din cauza unei mentalități rigide, *închise* și unor reprezentări învechite, înrădăcinate în raport cu modul de desfășurare a afacerilor, consideră că organizația poate face față concurenței doar dacă se concentrează pe performanța economică, pe obținerea profitului, se specializează în ceea ce face cel mai bine, respectiv producția eficientă de bunuri și servicii, maximalizarea eficienței, menținerea stabilității în relații, precum și tendința de a se dezvolta, în mod consecvent. Acest tip de mentalitate preconcepută orientată spre câștig imediat, precum și viziunea strategică pe termen lung insuficient fundamentată pe doctrina etică, stau la baza acestei concepții greșite, dar destul de împărțășite, potrivit căreia afacerile nu trebuie neapărat să urmărească obiective sociale, iar orice încercare de manifestare a responsabilității sociale corporative reprezintă practic o pierdere de timp și resurse. În aceeași tabără sunt și liderii unor companii, așa numiții lideri-rechini, care consideră că principiile morale nu au ce căuta în mediul de afaceri, că scopul (profitul) scuză orice mijloc, că natura este un depozit din care trebuie să luăm cât mai mult iar responsabilitatea socială corporativă este doar o strategie de marketizare a moralei, a valorilor, în urma aplicării căreia, se vinde nu doar produsul sau serviciul, ci și, sau poate, mai ales, imaginea unei organizații responsabile. Iată de ce, în viziunea lor, organizațiile astăzi țin să-și construiască, promoveze și consolideze o bună reputație, iar RSC este considerată o bună stratagemă de a-și face reclamă mascată. Uneori măsurile manageriale prin acțiuni specifice responsabilității sociale sunt percepute drept inițiative de tip „*me too*”. Asemenea strategii de comunicare sunt bazate pe copierea politicilor marilor firme de succes sau pe imitarea concurenței, după principiul „suntem preocupați de etică, fiindcă se poartă” [22, p.136].

Astfel, credința că celălalt contează la fel de mult ca mine are implicații profunde nu doar în viața personală, ci și în cea socială. Putem afirma că *responsabilitatea socială* reprezintă comportamentul etic aplicabil în orice tip de activitate, individuală și colectivă, cu scopul de a contribui la dezvoltarea economică durabilă, prin măsuri de îmbunătățire a calității vieții, de diminuare a ratei șomajului, prin crearea condițiilor sigure de muncă, îmbunătățirea standardelor de calitate, precum și prin implementarea proiectelor de dezvoltare a comunității locale și a societății în general. Toate acestea sunt posibile doar atunci când nucleul dur atât al mentalităților colective, capabile să răspundă noilor provocări de reformare socială, cât și a responsabilității sociale rămân a fi valorile: care susțin flexibilitatea și orientarea către nou, care susțin comportamentul etic în orice situație, ca echitatea, solidaritatea, responsabilitatea și integritatea și, nu în ultimul rând, valorile care susțin perspectiva dezvoltării și atingerii performanțelor, învățarea continuă și comportamentul proactiv și prosocial.

Impactul educației în cultivarea comportamentelor responsabile prosociale

Așadar, gradul de responsabilitate socială a individului, grupului social și societății per ansamblu este determinat pe de o parte, de specificul mentalității colective existente la momentul dat, nivelul de cultură, gradul de religiozitate și modelul sistemului de învățământ, dar și de acele „realități obiective ale vieții și stratificări subiective cu caracter spiritual, care electiv actualizează

sau, dimpotrivă, înăbușă predispozițiile social-genetice ale mentalității personalității, colectivului, societății sau sociumului în ansamblu" [23]. În acest sens, pentru a crește nivelul de responsabilitate socială la nivel de societate e nevoie de identificat acele mecanisme care ar asigura transformarea mentalității colective, prin eliminarea acelor reprezentări depășite de timp, rigide, care împiedică perceperea adecvată a realității. În viziunea lui C. Dweck, orice persoană își poate schimba mentalitatea (în una flexibilă-autonomă, deschisă), însă efortul oricărei persoane de a-și schimba mentalitatea trebuie să fie însoțit și coordonat de un nou sistem de credințe, de încredere în toate instituțiile statului și în liderii acestora, la nivel central și local [24]. Aceași idee este înaintată de N. Niță care consideră că, schimbarea mentalității trebuie să pornească din interiorul clasei politice, pentru ca aceasta să-și îmbunătățească capacitatea de a construi „lideri de vocație”, pe baza a trei criterii importante [25, p.9]: - să aibă pasiune pentru ceea ce fac, respectând standarde înalte; - să dea dovadă de înaltă responsabilitate socială; - să aibă simțul cumpătării și măsurii, având ca finalitate garantarea binelui comun, ci nu impulsurile primitive generatoare de egocentrism. Cu alte cuvinte, ambii autori reiterează necesitatea identificării unor lideri politici care să devină model de demnitate publică și integritate profesională pentru generațiile în formare.

De asemenea, procesul educațional poate fi considerat ca cel mai important pilon al schimbării de mentalitate. Dacă generațiile noastre de copii vor crește cu o astfel de mentalitate, în care „îmi pasă de ceilalți”, „sunt receptiv la nevoile celorlalți” și „doresc să lucrăm împreună, să ajut, să sprijin” sunt la loc de cinste, cu siguranță țara noastră va fi depăși mult mai ușor problemele cu care se confruntă. Profesorul universitar moldovean, D. Patrașcu, consideră, pe bună dreptate, că fiecare generație, din punct de vedere al necesităților educaționale, spirituale și culturale, este "produsul" sistemului de învățământ, iar domeniul învățământului își va putea realiza funcția de formare a culturii și a personalității deplin valoroase care va contribui la dezvoltarea societății libere, echitabile, umaniste, perfecte economic și moral, numai atunci când toate eforturile, scopurile și prioritățile sale strategice se vor orienta spre formarea umanistă, orientată a mentalității, atât la nivelul individual, cât și la nivelul sociumului în ansamblu [23]. Selecția, aprecierea și includerea valorilor la toate etapele procesului educațional - începând cu definirea obiectivelor și finalizând cu stabilirea rezultatelor (finalităților), creează condiții favorabile pentru cultivarea criteriilor valorice și (trans)formarea mentalității sociumului. Plus la aceasta, se atestă actualmente necesitatea corecției și transformării valorilor de orientare în viață a unor discipoli, care atât la nivel de personalitate, cât și la nivel de socium în ansamblu au ajuns la contradicere cu practica socială, au devenit un blocaj în calea dezvoltării sale progresive, mai ales în condițiile deprecierei valorilor general-umane în raport cu cele economice.

Procesele integraționiste și globalizarea au determinat necesitatea constituirii spațiului cultural și educațional unic, fundamentat pe aceleași principii și valori, care, vor asigura, în viitor, progresul umanității, procesele convergenței și integrării spirituale ale sociumurilor. Totodată, punctul forte al programelor europene în contextul actual constituie plasarea responsabilității individului în centrul procesului de învățare. Promovarea conceptului de societate care învață (Learning Society) contribuie la dezvoltarea unei societăți bazate pe formarea individului responsabil față de profesie și de evoluția societății. De asemenea, accepțiuni valoroase în contextul învățării pe tot parcursul vieții (IPTPV), stipulate în documentele de politici educaționale, elaborate la nivel național [26] și internațional, constituie: încurajarea responsabilității personale; dezvoltarea capacității de asumare a responsabilității; responsabilitate pentru propriul program de pregătire; responsabilizare pentru propria învățare și dezvoltare; responsabilitatea pentru evoluția societății; independența în opinie și acțiune, responsabilitatea

pentru deciziile asumate; identificarea indicatorilor de restructurare personală; dezvoltarea personală și profesională. În același timp, procesul de învățare pe tot parcursul vieții reprezintă o condiție a consolidării, valorificării și dezvoltării responsabilității personale. Responsabilitatea și independența constituie resurse psihosociale valoroase în ÎPTPV și sunt componente structurale indispensabile dezvoltării personale [27, p.7].

Așadar, învățarea pe tot parcursul vieții reprezintă condiția creșterii calității și eficienței proceselor de educație și învățare, promovarea echității, coeziunii sociale și formarea cetățeanului activ [28], iar în aspect psihosocial contribuie la stimularea creativității și inovării, inclusiv a spiritului antreprenorial, la consolidarea independenței și a responsabilității persoanei, a stării psihologice de bine la toate nivelurile sistemului educațional; în aspect economic, contribuie la depășirea fenomenelor actuale, cum ar fi îmbătrânirea societății, deficitul de calificări pe piața forței de muncă, competiția globală [29]. Un loc de cinste în acest proces le revin profesorilor cu mentalitatea deschisă care pot influența mediul academic oferind experiențe educaționale prin care conferă sens și să cultive măreția din fiecare, să inspire transformarea de mentalitate la toți partenerii procesului educațional: discipoli, părinți, colegi, instituțiile publice, mediul de afaceri, și, drept rezultat, întregii comunități.

Membrii unei comunități trebuie să înțeleagă că își pot atinge scopurile stabilite, dând dovadă, în același timp, de responsabilitate socială, doar dacă își modelează mentalitatea, prin asimilarea valorilor autentice care să îi ghideze în acest sens, prin depășirea vechilor tipare de gândire și prin analiza critică constructivă a tuturor informațiilor pe care societatea cunoașterii le oferă oportunitatea să le acceseze și/sau recepționeze. În acest sens, considerăm important rolul sistemului de învățământ în cultivarea valorilor ca nucleu al mentalității, o mentalitate flexibilă, deschisă spre schimbare și reflectată în adoptarea unui comportament responsabil prosocial, or responsabilitatea ca dimensiune a personalității reprezintă acel comportament intenționat ce contribuie la realizarea obligațiilor sociale, profesionale și este angajat în promovarea valorilor sociale, profesionale, devenind ea însăși o valoare [8, p.7]. Așadar, mentalitățile pot fi schimbate prin creșterea gradului de conștientizare și încurajarea auto-reflecției și a responsabilității de sine. În gândirea și conducerea sistemelor, schimbarea mentalităților este considerată cel mai mare punct de pârghie pentru a schimba un sistem - chiar mai mare decât politicile și obiectivele. Plus la aceasta, apreciem că, pentru a asigura sustenabilitatea și durabilitatea unei societăți, noile mentalități (trans)formate ar trebui să fie în măsură să transforme, la rândul lor, mentalitatea celorlalți membri ai comunității, prin contagiune socială, prin puterea exemplului unor comportamente prosociale.

Concluzii:

O societate deschisă spre schimbare și inovare este societatea care investește în educația noilor generații de cetățeni, în vederea creării unui mediu sănătos de formare și cizelare a personalității acestora, prin cultivarea valorilor comune de libertate, solidaritate, toleranță, compasiune, empatie și responsabilitate socială. Numai într-un mediu caracterizat de aceste valori, tinerii specialiști pot deveni creatori de servicii, bunuri, inovații, soluții și contribuții importante și deschizătoare de drumuri, care în cele din urmă vor oferi resursele necesare pentru garantarea unui trai decent și a stării de bine (determinată de existența speranței zilei de mâine, menținerea unor relații interpersonale de cooperare și sprijin reciproc, asigurarea climatului psihologic prielnic productivității și echilibrului emoțional etc.) a întregii populații.

Prin cultivarea atitudinii responsabile la nivel social, sistemul de învățământ alături de partenerii săi din comunitate (familia, ONG-urile, mediul de afaceri, angajatorii, autoritățile publice etc.) contribuie la transformarea mentalității tinerii generații în una flexibilă, autonomă, productivă și orientată spre succes. Drept rezultat, făcând referire la țara noastră, tinerii RM vor ajunge să-și dorească „o țară ca afară”, ca în occident, în care toți oamenii, indiferent de funcție, stare financiară, adoptă și respectă cu consecvență un sistem de valori autentice care permite fiecărui individ să se dezvolte în funcție de capacitățile și aspirațiile proprii, în centru fiind plasată demnitatea umană; în care oamenii onești condamnă și nu admit la guvernare politicieni cu comportamente imorale, bazate pe minciună și lipsă de transparență, ci pledează pentru promovarea și respectarea principiului meritocrației și integrității profesionale și personale. Transformarea și consolidarea profundă și sustenabilă a mentalității tinerilor va conduce în cele din urmă la manifestarea unui alt tip de comportament, care va deveni contagios la nivel de societate, fiind învățat prin puterea exemplului, când onoarea, ca valoare-imperativ, obligă pe oricine să își asume erorile și greșelile și să-și conștientizeze și respecte rolul social. În acest sens, fiecare contribuție individuală contează în sprijinirea, la nivel social, a unei culturi a încrederii în sine și în ceilalți, a respectului de sine și față de ceilalți, a responsabilității personale prin conștientizarea valorii sinelui în ecuația totalului și a responsabilității sociale prin anularea de sine și coparticiparea activă la reformarea și dezvoltarea comunității în care trăiesc.

Profitul nu este unicul indicator al performanței sociale, dar mai include și gradul de asumare a impactului activității desfășurate asupra comunității și mediului înconjurător și măsurile luate pentru atingerea obiectivelor sociale și satisfacerea interesului public. Cu toate acestea, majoritatea companiilor pornesc procesul de edificare a unei veritabile culturi a RSC de la etapa reactivă, ca răspuns la cerințe legale minime sau sub influența presiunii sociale sau concurențiale. Adevărata performanță socială urmează să fie atinsă prin evoluția de la etapa reactivă, la cea de convingere, când personalul companiei în frunte cu liderul sunt convinși de avantajele reciproce ale asumării RSC, atât pentru companie, cât și pentru societate, și cea de angajament, când personalul companiei în frunte cu liderul se angajează să transforme și promoveze RSC ca strategie și filosofie de afaceri. Drept rezultat, investițiile realizate de fiecare cetățean, fiecare organizație în îmbunătățirea structurii sociale prevăd inevitabil condiții de viață mai bune și un climat de afaceri favorabil. În contextul unei societăți, în cadrul căreia cetățenii, în rezultatul contagiunii sociale, dau dovadă de o mentalitate deschisă, flexibilă și un grad înalt de responsabilitate personală și socială, provocările societale sunt nu doar conștientizate, ci și se depune un efort colectiv pentru a fi depășite, și, pentru a face posibilă constituirea, la nivel global, a unei mentalități de bunăstare (interioară, colectivă și planetară) și durabilitate.

Referințe bibliografice:

1. Guénon, R. *Criza lumii moderne*. București: Humanitas, 2008, 171 p.
2. Bortun, D., Crișan, C., Dehelean, D., Ducu, C., Grigore, G., Horia C., Oprea, L., Stancu, A. *Parteneriate sociale și bune practici în responsabilitatea socială*. Mamaia, 2011, 116 p.
3. Leonardescu, C. *Etica și conduita civică*. București: Lumina Lex, 1999.
4. Borza, A., Osoian, C., Popa, M. „*Criza de model moral*” – o realitate? În: *Management and Marketing Journal*, nr. 1, București: Economică. 2007, pp. 45-58.
5. Duhamel-Amado, C., Lobrichon, G. & Duby, G. *L'écriture de l'Histoire*. Bibliotheque Du Moyen Age. Bruxelles: De Boeck Université, 1996.

6. Devenim ceea ce gândim: rolul cheie al mentalităților în dezvoltarea umană. [Citat 11.05.22] Disponibil: <https://council.science/ro/current/blog/we-become-what-we-think-the-key-role-of-mindsets-in-human-development/>
 7. Șchiopu, U. *Dicționar enciclopedic de psihologie*. București: Humanitas, 1995, 663 p.
 8. Paladi, O., Cuconașu, M., *Încrederea în sine, anxietatea și responsabilitatea la adolescenți*. În: Psihologie. Revistă științifico-practică, 3-4, Chișinău: Asociația Psihologilor practicieni din Moldova, 2016, p.3-12.
 9. Stog, L. *Responsabilitatea ca dimensiune a personalității*. Chișinău: Museum, 1999.
 10. Adams, G. R., Berzonsky, M. D. *Psihologia adolescenței*. Manualul Blackwel. Iași: Polirom, 2009. 701 p.
 11. *Понятие ответственности в психологии*. В: «Военная психология и ее прикладные аспекты». Учебное пособие. Москва: Военный университет, 2008, 93 с.
 12. Леонтьев, Д.А. *Ответственность. Психологический лексикон. Энциклопедический словарь в 6 т.* Москва: ПЕР СЭ, 2006. 176 с.
 13. Тутушкина, М.К., Артемьева, В.А., Волков, С.А. *Ответственность*. В: Практическая психология. Учебник. Санкт -Петербург: Издательство «Дидактика Плюс», 2001.
 14. Vlăduțescu, Ș. *Câteva considerații privind „încrederea” ca valoare instrumental-modelatoare*. În: Revista Psihologie, t. 48, nr. 1-2, București, 2002, pp. 109-120.
 15. Bortun, D., Crișan, C., Dehelean, D., Ducu, C., Grigore, G., Horia, C., Oprea, L., Stancu, A. *Parteneriate sociale și bune practici în responsabilitatea socială*. Mamaia, 2011, 116 p.
 16. SR ISO 26000. Linii directoare privind responsabilitatea socială. [Citat 10.04.22] Disponibil: <https://standardizare.wordpress.com/2011/03/16/sr-iso-26000-linii-directoare-privind-responsabilitatea-sociala/>
 17. Corporate social responsibility & Responsible business conduct. [Citat 14.05.22] Disponibil: https://ec.europa.eu/growth/industry/sustainability/corporate-social-responsibility-responsible-business-conduct_en
 18. Niță, N. *Responsabilitatea socială – noua paradigmă a unor instituții publice moderne*. În: Analele Științifice ale Universității Cooperatist Comerciale din Moldova /MOLDCOOP. Universitatea Cooperatist-Comercială din Moldova, Volumul XII, Chișinău: UCCM, 2013, pp.334-339.
 19. Langa, P., Rotari, V. „*Mentalitatea deschisă*” la nivel de unitate școlară. În: Conferința "Învățământ superior: tradiții, valori, perspective", 1-2 octombrie 2021, vol.1, Chișinău, 2021, pp. 79-85.
 20. Institutul Arbinger. *Mentalitatea deschisă. Privește dincolo de tine*. Institutul Dezvoltării Personale, 2016, 199 p.
 21. Covaș, L., Braguță, A. *Responsabilitatea socială: aspecte practice*. Chișinău: F.E.-P. „Tipogr. Centrală”, 2009, 176 p.
 22. Roman, C., Stanciu, P., Condratov, I., *Factorul uman în turismul durabil, între etică și responsabilitate socială*. În: Revista Amfiteatru Economic, nr.23, București: ASE, februarie 2008, pp. 136-149.
 23. Patrașcu D. *Învățământul și mentalitatea*. În: Revista "Administrarea Publică". nr. 3-4(63-64), 2009, pp.141-151.
 24. Dweck, C. S. *Mentalitatea învingătorului. O nouă psihologia a succesului*, București: Curtea Veche, 2013.
-

25. Niță, N.. *Rolul și influența mentalității în adoptarea atitudinilor și comportamentelor coruptibile vs. incoruptibile în România*. În: Acta Universitatis George Bacovia. Juridica, Volume 9, 2020.
26. Codul Educației al Republicii Moldova. Publicat: 24.10.2014. În: Monitorul Oficial Nr. 319-324 art. Nr. 634. Data intrării în vigoare: 23.11.2014.
27. Batog, M. *Dimensiuni psihologice ale persoalității în învățarea pe tot parcursul vieții: Complex metodologic*. -Chișinău: Lyceum, 2018, 136 p.
28. Bolboceanu, A. *Aspecte psihosociale și psihologice ale învățării pe tot parcursul vieții*. În: Școala modernă – provocări și oportunități. Materialele Conferinței științifice internaționale, 5-7 noiembrie, 2015. Chișinău: Cavaoli, 2015, pp. 397- 402.
29. Batog, M. *Semnificația și impactul procesului de învățare pe parcursul vieții (studiu experimental)*. În: Psihologie. Revistă științifico-practică, 3-4, Chișinău: Asociația Psihologilor practicieni din Moldova, 2016, pp. 29-38.