



Quality Assurance Review for Higher Education

Responsabilitatea socială a universităților. Teorie, experiențe, practici

Bogdan Gheorghită, Sabina-Adina Luca, Anamaria Tudorie

Quality Assurance Review for Higher Education, Vol. 11, No. 1 – 2, 2021, pp. 66 – 81

Publicat de: Agenția Română de Asigurare a Calității în Învățământul Superior - ARACIS

Locul publicării: București, România

Tipul publicației: tipărit, online

ISSN: 2066 - 9119, 2069 - 2188 (online)

Adresa: Bd. Mărăști, nr. 59, Sector 1, București, cod poștal 011464

Telefon: +40 21 206 76 00; Fax: +40 21 312 71 35

E-mail: qar@aracis.ro

Pagină electronică: <https://www.aracis.ro/numarul-curent-revista-qar/>

Revista *Quality Assurance Review for Higher Education* este editată din fondurile proprii ale ARACIS și, în această etapă, contribuie și la sustenabilitatea proiectului „Dezvoltarea și consolidarea culturii calității la nivelul sistemului de învățământ superior românesc - QUALITAS”, Contract POSDRU/155/1.2/S/141894.

Toate drepturile rezervate. Pentru a reproduce un text din Revistă este necesar acordul scris al colegiului de redacție al Revistei pentru Asigurarea Calității în Învățământul Superior. Solicitarea poate fi trimisă Editorului, la adresa de poștă electronică: secretariat@aracis.ro
Răspunderea pentru conținutul textelor publicate aparține autorilor.
Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a ARACIS.



Quality Assurance Review for Higher Education

Social Responsibility of Universities. Theory, Experience, Practices

Bogdan Gheorghiuță, Sabina-Adina Luca, Anamaria Tudorie

Quality Assurance Review for Higher Education, Vol. 11, No. 1 – 2, 2021, pp. 66 – 81

Published by: The Romanian Agency for Quality Assurance in Higher Education - ARACIS

Place of publication: Bucharest, Romania

Publication type: printed, online

ISSN: 2066 - 9119, 2069 - 2188 (online)

Address: Bd. Mărăști, no. 59, sector 1, Bucharest, Romania, postal code 011464

Phone: +40 21 206 76 00; Fax: +40 21 312 71 35

E-mail: qar@aracis.ro

Web page: <https://www.aracis.ro/en/qar-magazine-current-issue/>

Quality Assurance Review for Higher Education is edited from ARACIS own funds and, at this stage, also contributes to the sustainability of the project “The development and the consolidation of quality culture at Romanian higher education system – QUALITAS”, POSDRU Agreement 155/1.2/S/141894.

All rights reserved. No part of this Review may be reproduced in any form without written permission from the Editor. The request may be sent to the Editor by e-mail, at: secretariat@aracis.ro

The responsibility for the content of their contributions belongs to the authors.

The content of this material does not necessarily represent the official position of ARACIS.

Responsabilitatea socială a universităților. Teorie, experiențe, practici

Bogdan Gheorghiuță

Lect. univ. dr.

*Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
bogdan.gheorghita@ulbsibiu.ro*

Sabina-Adina Luca

Lect. univ. dr.

*Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
sabina.luca@ulbsibiu.ro*

Anamaria Tudorie

Lect. univ. dr.

*Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu
anamaria.tudorie@ulbsibiu.ro*

Rezumat: Pornind de la dimensiunile conceptului de responsabilitate socială (RS), respectiv a celui de responsabilitate socială corporatistă (CSR) prin studiul de față ne-am propus să ilustrăm modalități concrete prin care astfel de practici au fost derulate în mediul universitar, atât în străinătate cât și în țara noastră. Am realizat aceste lucruri printr-un demers exploratoriu construit pe două componente. Prima componentă a vizat o succintă radiografiere a unor programe sau proiecte derulate deja în cadrul anumitor universități din România și din străinătate. Cea de-a doua a vizat un studiu de caz și anume cel al Facultății de Științe Socio-Umane din cadrul Universității „Lucian Blaga” din Sibiu. Este vorba de proiecte fie organizate direct de către comunitatea academică, fie în colaborare cu partenerii de la nivel local, precum și de modul în care unele dintre acțiuni au evoluat și s-au dezvoltat, în timp.

Cuvinte-cheie: responsabilitate socială (corporatistă), implicare socială, comunitate, voluntariat

Abstract: Starting from the dimensions of the concept of Social Responsibility (SR), respectively of Corporate Social Responsibility (CSR), in the present study, we intend to illustrate concrete ways through which such practices were conducted in universities, both abroad and in Romania. We have accomplished this through an exploratory study built on two components. The first one targeted short radiography of some programmes or projects already carried out in some universities from Romania and abroad. The second one targeted a case study of The Faculty of Social Sciences and Humanities from „Lucian Blaga” University of Sibiu. We refer either to projects organised directly by the academic community or in collaboration with local partners. Some of these actions have evolved and developed, in time.

Keywords: (corporate) social responsibility, social involvement, community, volunteering

Introducere

Conceptul de responsabilitate socială (RS) este astăzi utilizat pe scară largă, atât în sfera economicului, de la care, de altfel, a pornit, cât și în sfera socialului sau politicului. Însușit de către companii (cunoscut sub numele de „responsabilitate socială corporatistă/a companiilor, din lb. eng. Corporate Social Responsibility, CSR) și orientat către cauze sociale sau beneficii comunitare, acest concept se regăsește tot mai mult în strategiile de marketing corporatiste, în programele sociale ale diverselor ONG-uri, în programele organizațiilor politice sau ale grupurilor de presiune și chiar în planurile de activități ale diverselor instituții publice.

Într-un demers exploratoriu, pornind de la exemple de bună practică de responsabilitate socială, prezentând un studiu de caz, ne propunem să înțelegem sfera de cuprindere a conceptului CSR și aplicabilitatea acestuia la mediul universitar românesc. Desigur, limitele unui astfel de demers sunt evidente. Exemplificările nu sunt exhaustive, ci urmăresc concret să ilustreze modalități de implicare și bune practici din domeniu. Ne propunem, așadar, să identificăm dimensiuni de abordare în ceea ce privește CSR în mediul universitar românesc și să prezentăm exemple de bună practică în domeniu, elemente care pot defini, în viitor, abordările sinergice specifice.

Înainte însă de a detalia conceptul de responsabilitate socială considerăm necesar să explicăm conceptele de responsabilitate, respectiv de responsabilitate publică, deoarece responsabilitatea socială este subsumată responsabilității publice, la fel cum este și responsabilitatea economică, responsabilitatea administrativă, responsabilitatea civică, responsabilitatea juridică ș.a.m.d.

Responsabilitatea este considerată ca fiind obligația unei persoane de a efectua ceva, de a răspunde, de a da socoteală de ceva, suportând consecințele pentru efectele produse. A fi responsabil implică a avea o funcție de răspundere, o atitudine conștientă și simț de răspundere față de obligațiile sociale. În fond, este vorba de o răspundere pe care și-o asumă cineva, ceea ce implică o anumită conștiință a datoriei și o activitate depusă cu conștiinciozitate (Măntăluță, ed. 2007, 10). În legătură cu conceptul de responsabilitate apare frecvent menționată ideea puterii decizionale, însă și cea a obligației îndreptării greșelilor atunci când deciziile nu au fost adecvate sau când acțiunile au produs prejudicii.

„Termenul de „responsabilitate publică” se regăsește frecvent în asociere cu „morală și etică” organizațiilor și instituțiilor. Aspectul etic al responsabilității morale este legat de acțiunile întreprinse și de consecințele lor în plan social. De aceea, discursul despre responsabilitate nu poate fi rupt de discursul privind aspectele formalizate ale culturii organizaționale (coduri etice, coduri de conduită profesională) și de aspectele intrinseci și neformalizate – asumare, inițiativă organizațională, independență decizională și chiar rezistență la presiuni, în numele responsabilității publice, al legalității în integralitatea sa și al unei raționalități izvorâte din asumarea conștientă a misiunii” (Măntăluță, ed. 2007, 12). În sfera de cuprindere a responsabilității publice apare și răspunderea, însemnând evaluarea

acțiunilor și mai ales a consecințelor acestora asupra vieții comunităților și indivizilor, evaluare care se înscrie în linia coordonatelor legislative în vigoare.

Responsabilitatea socială corporatistă

Primele încercări de utilizare a conceptului de responsabilitate socială a companiilor au început în jurul anilor 1950, constatându-se că responsabilitatea față de societate poate constitui un element de diferențiere foarte puternic pentru companii, întrucât consumatorii încep să fie mai receptivi la mesajele companiilor care urmăresc dezvoltarea durabilă a societății, decât cele care sunt pasive la acest lucru și sunt percepute ca având ca unică direcție profitul (Orzan și Stancu 2014). Howard Bower, definea CSR ca fiind: „obligațiile oamenilor de afaceri de a urma acele politici, de a lua acele decizii sau de a urma acele direcții care sunt agreeate în termeni de valori și obiective de către societatea noastră” (Bower 1953). Davis (1973) afirma că conceptul de responsabilitate socială corporatistă se referă la „considerațiile unei firme și reacția acesteia la aspecte ce depășesc cerințele economice, tehnice și juridice în vederea realizării beneficiilor sociale, de mediu și bănești pe care firma le urmărește”, iar pentru Holt și Wigginton, responsabilitatea socială corporatistă reprezintă „obligația unei organizații de a desfășura o activitate în așa fel încât să asigure bunăstarea societății în timp ce își urmărește realizarea propriilor interese economice” (Holt și Wigginton 2002, 119). Așa după cum putem observa, conceptul de CSR este multidimensional și se concentrează pe răspunsul companiilor la problematica socială a comunităților în care acestea activează. Nu e vorba doar despre o „întoarcere” a profitului realizat de companii către comunitate, ci și despre datoria morală pe care o au diferite entități cu potențial financiar sau de altă natură, de a veni în întâmpinarea necesităților comunităților.

Pentru Alan Reder (1994, 121), compania care servește un scop social pozitiv, dincolo de cel al furnizării de locuri de muncă, poate apela la bunăvoința angajaților săi, care ar putea ierta ocazionala încălcare a intereselor lor. Compania care nu are niciun scop productiv în afară de adăugarea dolarilor în economie poate descoperi că, chiar și atunci când încearcă să îndulcească miza pentru angajații săi, caută „o gaură fără fund”.

Corporațiilor de astăzi li se cere să facă o mulțime de lucruri. Acestea trebuie să creeze produse utile, de încredere, la un preț rezonabil și care nu dăunează mediului. În producerea acestor bunuri și servicii, corporațiile trebuie să-și trateze bine angajații, să evite discriminarea, să evite poluarea, să conserve resursele, să plătească taxe și să respecte o varietate de legi care acoperă aceste aspecte cât și altele. Ele trebuie să contribuie la obiectivele societății în domenii în afara sau doar parțial legate de propria afacere, cum ar fi educația, reabilitarea urbană și buna guvernare (Wallich 1982, 362).

Constatăm că, mai nou, nu doar prin profitul obținut este evaluată o companie, ci și prin modalitățile prin care părți din profit se întorc în comunitatea în mijlocul

căreia compania l-a obținut. „Se spune frecvent că puterea implică responsabilitate. Se ajunge la concluzia că, deoarece se presupune că corporațiile au o mare putere, ele trebuie să fie trase la răspundere într-un sens foarte larg” (Wallich 1982, 362).

Așa cum afirmă Steven J. Skinner și John M. Ivancevich (1992, 133), responsabilitatea socială este conștientizarea faptului că activitățile de afaceri au un impact asupra societății și luarea în considerare a acestui impact de către firme în luarea deciziilor. O firmă responsabilă din punct de vedere social depune eforturi deliberate, regulate, pentru a-și spori impactul pozitiv asupra societății, reducându-și, în același timp, impactul negativ. Practicarea responsabilității sociale costă bani, însă lipsa acesteia are costurile ei – fie în amenzi, reglementări sporite, publicitate negativă, defavorizare publică sau pierdere de clienți.

Unii autori sunt foarte fermi, afirmând că „numai companiile care urmăresc CSR-ul dintr-un sentiment de convingere autentică vor reuși pe termen lung – și termenul lung este cel care contează” (Hollender & Fenichell 2003, 245).

Iată că, regăsite în strategiile de marketing ale companiilor, proiectele de responsabilitate socială vin tot mai mult în sprijinul nevoilor comunităților, mergând în direcția unei dezvoltări durabile. O diferențiere tot mai clară între companii a început să se observe și în țara noastră în funcție de rolul asumat de către acestea în gestionarea problemelor comunitare deja existente sau în preîntâmpinarea altora posibile. După integrarea europeană, în România au prins tot mai mult teren domenii economice care implică o responsabilitate socială mai mare, precum managementul deșeurilor, producerea energiei regenerabile, agroturismul, desfacerea de produse organice și altele. Calitatea mediului, protecția socială a categoriilor vulnerabile, educația sau sănătatea sunt principalele domenii spre care s-au orientat proiectele de responsabilitate socială corporatistă în România ultimelor mai bine de două decenii. Însă, potrivit altor autori (Șerban și Kaufmann 2011), majoritatea organizațiilor nu inițiază activități privind CSR. Mai degrabă ele sunt forțate de factori interni și externi să se angajeze în acțiuni privind CSR, în parte datorită așteptărilor continue de schimbare a modului de a face afaceri și de etică în afaceri. Din ce în ce mai multe persoane și grupuri de interes solicită organizațiilor să dezvolte afaceri responsabile și transparente din punct de vedere economic, ecologic și social. Răspunsurile organizațiilor la aceste așteptări ale societății, în particular implementarea unor diverse acțiuni și inițiative de CSR, au ca efect schimbarea culturii organizaționale, dar și o adevărată schimbare socială a comunității. Un alt motiv îl reprezintă puterea crescândă a organizațiilor non-guvernamentale (ONG) de a mobiliza resurse și de a colabora cu diverse organizații private și publice pentru abordarea problemelor sociale, de mediu și CSR. Un alt treilea motiv îl reprezintă presiunea exercitată de consumatori prin definirea unor specificații și standarde ridicate, ca de exemplu, industria alimentară în Europa, unde consumatorii solicită implementarea unor standarde ridicate de calitate și de siguranță pentru produsele alimentare. Astfel, dorința organizațiilor de a se comporta ca „un cetățean responsabil”, atât din punct de vedere caritativ, dar și din punct de vedere economic, este din ce în ce mai

prezentă, cu toate că modul în care se poate transforma această dorință în strategie și implementarea acesteia în organizație este dificil de înțeles și de monitorizat (Șerban și Kaufmann 2011).

Conceptul a cunoscut multiple reconstrucții. De exemplu, la începutul anilor 1990, revistele de specialitate dezbăteau unele dimensiuni ale acestuia. În Revista Business Horizons apărea subliniat faptul că, în afară de conceptul de responsabilitate socială corporatistă (CSR), au fost utilizate, conexe, și alte concepte, precum “corporate citizenship”, CSP - “corporate social performance”, “business ethics theory”, “stakeholder theory” (Carroll 1991). În concepția acestui autor, patru factori compun definiția responsabilității sociale corporatiste: factorul economic, factorul legal, factorul etic și factorul filantropic. Spre deosebire de factorul legal și cel economic, prezente întotdeauna la nivelul companiilor, factorul etic și cel filantropic și-a făcut cunoscută prezența abia în anii '90. Carroll a denumit acești factori „piramida responsabilității sociale corporatiste”. Cei patru factori sau elemente desemnau responsabilități asumate în cadrul companiei. Prin factorul sau elementul economic, Carroll înțelegea responsabilitatea de a avea câștig în urma investițiilor făcute de stakeholderi, factorul sau elementul legal însemna responsabilitatea respectării legii, elementul etic desemna responsabilitatea de a adera la normele sociale acceptate în societate, iar elementul sau factorul filantropic presupunea responsabilitatea deținerii unui rol clar în ajutorul oferit în mod voluntar pentru diverse segmente ale societății (Carroll 1991).

Cum societățile sunt foarte diferite, modelele de responsabilitate socială trebuie și ele să fie diferite, în sensul adaptării lor la specificul problemelor comunitare, pentru că, ceea ce poate avea succes la nivelul unei societăți sau comunități, se poate solda cu eșec la nivelul alteia. Neexistând practici universale valabile de CSR, acestea este ideal să fie gândite aplicat pentru probleme specifice, pentru locuri specifice, pentru categorii specifice de cetățeni și pentru perioade de timp specifice.

Kotler și Lee (2005) au reușit să identifice un număr de șase acțiuni sau practici de responsabilitate socială corporatistă care se pare că, în timp, s-au soldat cu efecte pozitive pentru organizațiile care le-au valorificat. Cei doi autori au numit aceste practici „Inițiative Sociale Corporatiste” (“Corporate Social Initiatives”) și le-au definit ca fiind „majoritatea activităților pe care o corporație le inițiază pentru a sprijini cauzele sociale și pentru a îndeplini angajamentele responsabilității sociale corporatiste” (Kotler și Lee 2005, 23). Aceste șase practici sunt:

1. “Cause Promotions” (compania participă financiar sau cu alte resurse pentru susținerea diverselor cauze sociale, pentru care poate fi inițiator sau partener);
2. “Cause-Related Marketing” (compania donează pentru o anumită cauză, pe termen determinat, o parte din veniturile rezultate în urma vinderii unui anumit produs);
3. “Corporate Social Marketing” (compania poate să inițieze sau să fie partener al unui ONG într-o campanie care vizează anumite schimbări de comportament

la nivelul membrilor unei comunități, scopul fiind realizarea unor progrese privind mediul, securitatea socială, sănătatea cetățenilor etc.);

4. “Corporate Philanthropy” (compania contribuie în mod direct la o cauză, sub formă de donații, subvenții în numerar sau diferite tipuri de servicii, iar esențial aici este orientarea resurselor firmei în direcția valorilor sociale la care firma aderă);
5. “Community Volunteering” (compania stimulează și susține proprii angajați sau parteneri în a se implica voluntar pentru a sprijini comunitatea în care compania se dezvoltă);
6. “Socially Responsible Business Practices” (compania implementează practici discreționare în investițiile pe care le face și care vizează diverse cauze sociale și binele comun (Kotler și Lee 2005, 24)).

International Institute for Sustainable Development a publicat, în 2007, studiul lui Hohnen, care a identificat zece factori ce au influențat dezvoltarea responsabilității sociale corporatiste, atrăgând atenția asupra noului rol al companiilor, acela de a fi responsabile în fața problemelor sociale:

1. Dezvoltarea durabilă (prin identificarea unor probleme ca de exemplu folosirea improprie a resurselor naturale);
2. Globalizarea (prin detectarea impactului pe care afacerile extinse la nivel global influențează forța de muncă și economiile locale);
3. Guvernarea (prin rapoarte, ghiduri și alte instrumente pe care guverne și diverse organizații precum Uniunea Europeană, The Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) și International Labor Organization (ILO) le-au realizat pentru a seta conduita adecvată în mediul de afaceri);
4. Impactul sectorului corporatist (prin influența companiilor asupra mediului, socialului sau politicului);
5. Comunicarea (prin posibilitățile pe care tehnologiile avansate le oferă astăzi pentru dezvoltarea dialogului și a parteneriatelor);
6. Capitalul financiar (prin interesul consumatorilor și investitorilor de a sprijini afacerile responsabile din punct de vedere social);
7. Etica (prin respectarea regulilor de etică și transparență sporită în afaceri);
8. Consecvență și comunitate (prin grija față de mediu și componenta socială, indiferent de stat);
9. Leadership (prin posibilitatea de acțiune în acele domenii în care reglementările par improbabile);
10. Instrumente de afaceri (prin recunoașterea de către companii a faptului că acțiunile de CSR pot duce la dezvoltarea afacerii și a brandului) (Hohnen 2007).

Desigur, de-a lungul timpului au apărut și contestări ai responsabilității sociale corporatiste. În acest sens, Henderson (2004) susține că CSR-ul nu este cheia soluțiilor economice și sociale și că „cea mai eficientă modalitate de a îmbunătăți contribuția afacerilor la societate este de a extinde domeniul de aplicare și de a îmbunătăți funcționalitatea piețelor”.

După inventarierea sferei de cuprindere a acestui concept, considerăm că, prin intermediul unor astfel de acțiuni, întreprinse de diferite entități cu potențial financiar sau de altă natură, pot fi rezolvate multe probleme de pe agenda publică pe care altfel programele de guvernare locală nu au putut să le rezolve. Mai ales în România, astfel de practici pot înlocui, de multe ori, politici publice specifice.

Responsabilitatea socială universitară. Premise de analiză

Marea provocare privind CSR este extinderea practicilor de responsabilitate socială de la nivelul companiilor sau corporațiilor, la nivelul diverselor instituții.

Una din întrebările care ne-au preocupat a fost legată de instituțiile de învățământ superior, mai exact de rolul pe care universitățile îl pot juca în derularea de programe și proiecte de responsabilitate socială. Dispun ele de resursele (umane, financiare, tehnologice etc.) necesare pentru implementarea unor astfel de proiecte? Consideră necesare astfel de proiecte din moment ce își asumă un rol de participant activ în comunitatea în care se dezvoltă? Care sunt limitele proiectelor de responsabilitate socială pe care o universitate le poate realiza, pe lângă preocuparea legată de calitatea actului educațional, preocupare care rămâne primordială pentru universități. Aceasta cu atât mai mult cu cât, prin intermediul unor astfel de activități, calitatea actului educațional poate cunoaște noi valențe.

Se vorbește tot mai mult astăzi de dubla valență a responsabilității universităților, atât pe plan local, cât și pe plan global, în sensul contribuției la dezvoltarea unei societăți mai echitabile și mai sustenabile. Universitățile ar trebui să se preocupe de modul în care angajamentul „glocal” ar putea fi inclus în predare, învățare, cercetare, activitățile instituționale, guvernare și leadership (GUNI 2017, 41). Unele dintre prerogative ar fi schimbarea rolului instituțiilor de învățământ superior în lumina globalizării, a tendințelor și provocărilor actuale, regândirea curriculum-ului adaptat secolului 21, implicarea la nivel global și local prin prisma eticii, creșterea rolului rețelelor și consorțiilor în realizarea angajamentului „glocal” sau finanțarea proceselor de schimbare (GUNI 2017, 52).

Responsabilitatea socială universitară este susținută de către UNESCO tot în ideea angajamentului, nu doar pe plan local, ci și pe plan global. În raportul rezultat în urma studiului realizat de către Global University Network for Innovations în 2017, finanțat preponderent de UNESCO, apare menționată și una din universitățile românești. Este vorba de Universitatea „Lucian Blaga” din Sibiu, despre care este precizat faptul că are statut de membru fondator al inițiativei „Academic Impact”, la care au aderat instituții de învățământ superior care și-au asumat angajamentul de a susține mai multe

principii universal acceptate în arii precum educația, drepturile omului, dezvoltarea de competențe, sustenabilitate și rezolvarea conflictelor (GUNI 2017, 114).

Una din ideile tot mai frecvent vehiculate în ultimii ani pe plan internațional este aceea că universitățile trebuie să fie pe deplin conștiente de abordările atât la nivel local, cât și la nivel global, ale problemelor sociale, că ar trebui să exploreze soluții la problemele locale, pentru ca, ulterior, să contribuie prin experiența proprie, la provocările internaționale.

Ne propunem, așadar, în acest articol, ilustrarea unor exemple de bună practică, atât din străinătate, cât și din România, și prezentarea, ca studiu de caz, a programelor de responsabilitate socială derulate de Facultatea de Științe Socio-Umane a Universității „Lucian Blaga” din Sibiu. Deși în mediul economic CSR este prezent de mai multe zeci de ani, în mediul universitar, la acest moment, preocupările sunt mai timide și par mai degrabă sporadice, de dată mai recentă. La aceste acțiuni participarea este mai degrabă voluntară, cu implicarea studenților și a cadrelor didactice motivate în această direcție.

Exemple de CSR în universități din țară și străinătate

În dorința de a identifica modalitățile de implicare pe linia responsabilității sociale a universităților am încercat prezentarea unor exemple de bună practică din România și din străinătate. Unele dintre ele sunt desfășurate sistematic, au implicat resurse financiare mai însemnate, presupunând chiar colaborări mai ample sau consorții universitare. Iar altele s-au derulat sporadic, punctual și au presupus resurse reduse, bazându-se în principal pe voluntariat.

Un prim exemplu de CSR universitar pe care îl avem în vedere este cel al uneia din universitățile din Iordania, Hashemite University, instituție care beneficiază de finanțare din partea statului (Alzyoud și Bani-Hani 2015, 126). Aceasta a dezvoltat un program coerent de responsabilitate socială printr-un parteneriat între facultăți, studenți, comunitate și mediul industrial din zonă. Universitarii de aici au gândit proiectele vizând responsabilitatea socială în funcție de 5 obiective majore (Alzyoud și Bani-Hani 2015, 126-128): implicarea socială a Hashemite University, prin asigurarea accesului la programe sociale, oferind granturi și diverse certificări; înființarea unor centre pentru învățământ la distanță prin care să poată asigura, în regim online, accesul la educație superioară pentru studenții care au un loc de muncă și nu pot ajunge în locațiile clasice; asigurarea unei colaborări între universitate și mediul industrial prin semnarea unor parteneriate cu fabricile locale, cu scopul de a colabora în proiecte de cercetare, educație și dezvoltare industrială; prin programul de management instituțional care promovează utilizarea energiilor regenerabile în campus, reducerea consumului de hârtie și reciclarea acesteia sau prin plantarea de pomi; prin angajamentul față de comunitate, un exemplu în acest sens fiind asigurarea unor servicii medicale gratuite, cu sprijinul staff-ului și a studenților, pentru persoane fără posibilități materiale.

În Marea Britanie, acțiunile de responsabilitate socială ale mediului universitar par a fi mai clar enunțate și susținute. Amintim, în acest sens, cazul Universității din Londra, care, în luna iunie a anului 2020 a emis o declarație cu privire la acest aspect, sub titlul *University of London - Corporate Social Responsibility Statement* (University of London 2020), incluzând aici șase teme majore pe care le va urmări, printre care se regăesc: beneficiul public și sustenabilitatea mediului.

În schimb, Universitatea din Westminster, la capitolul responsabilitate socială, își propune să atingă trei obiective clare, și anume: leadership, comunitate și sustenabilitate (University of Westminster), în vreme ce Universitatea din Manchester a lansat un *Plan de cinci ani* (University of Manchester) prin care și-a propus obiective precum: incluziune socială, sănătate mai bună, angajament cultural, sau sustenabilitatea mediului. Un alt exemplu, din Marea Britanie, pe care îl propunem spre discuție, este al Universității din Edinburgh. Grație inițiativelor de pionierat în ceea ce privește diminuarea efectelor schimbărilor climatice, această universitate a beneficiat, la 1 iulie 2021, de vizita Majestății Sale Regina Marii Britanii, la nou-numitul Institut pentru Schimbările Climatice din Edinburgh, iar la finalul turului regal a fost anunțat *The Edinburgh Earth Initiative (EEI)* un proiect care va impulsiona leadership-ul global în adoptarea de măsuri pentru a diminua efectele schimbărilor climatice (University of Edinburgh).

Există și inițiative mai ample, derulate prin consorții. Un exemplu în acest sens este reprezentat de *USR Network* (University Social Responsibility Network), care reunește 16 universități din întreaga lume: Al-Farabi Kazakh National University, Kazakhstan; Beijing Normal University, China; Clare Hall, University of Cambridge, Marea Britanie; Kyoto University, Japonia; Peking University, China; Sichuan University, China; Simon Fraser University, Canada; The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong; The University of Manchester, Marea Britanie; Tufts University, S.U.A.; University of Haifa, Israel; University of New South Wales, Australia; University of Pretoria, Africa de Sud; University of Sao Paulo, Brazilia; Washington University in St. Louis, S.U.A.; Yonsei University, Coreea (University Social Responsibility Network 2018). Fondată în anul 2015, *USR Network* a pornit de la ideea că universitățile trebuie să își extindă misiunea lor tradițională și înspre dezvoltarea de soluții economice și sociale, dar și pentru a contribui la problemele de mediu cu care societatea actuală se confruntă. Consorțiul își propune să fie o platformă eficientă pentru toți membrii rețelei în vederea îndeplinirii responsabilității sociale, dar și un promotor global eficient pentru ceea ce înseamnă responsabilitatea socială universitară (University Social Responsibility Network).

Referindu-ne acum la implicarea universităților din țara noastră în proiecte care vizează responsabilitatea socială, putem afirma că există multe astfel de exemple. Unele dintre acestea beneficiază chiar de finanțare europeană, însă, în comparație cu instituțiile de învățământ superior din străinătate, de cele mai multe ori, vorbim despre proiecte punctuale, fără a exista obiective setate pe termen lung.

Primele două exemple de astfel de proiecte s-au desfășurat în zona învățământului superior medical și farmaceutic.

În anul 2016, în cadrul celei de-a VII-a ediție a Conferinței Naționale a Asociației Decanilor Facultăților de Medicină din România (ADFMR), găzduită de către Universitatea de Farmacie și Medicină *Iuliu Hațieganu* Cluj-Napoca a fost susținută și o dezbatere privind *Responsabilitatea socială a Facultăților de Medicină în contextul globalizării*, la acel moment, fiind în derulare un proiect privind creșterea responsabilității sociale în cadrul facultăților de medicină, din inițiativa și sub coordonarea Universității de Medicină și Farmacie „Grigore T. Popa” din Iași, reprezentanții acesteia afirmând că universitatea „și-a asumat ca misiune, pe lângă educație și cercetare și misiunea socială” (Universitatea de Medicină și Farmacie Grigore T. Popa din Iași).

În prezent, Universitatea de Farmacie și Medicină *Iuliu Hațieganu* Cluj-Napoca are în derulare proiectul *MEDPRACT - Competitivitate, performanță și responsabilitate socială prin stagii de practică medicală integrată*, proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capital Uman 2014-2020 (Universitatea de Medicină și Farmacie *Iuliu Hațieganu* Cluj-Napoca), obiectivul general al proiectului fiind: „creșterea gradului de inserție profesională a 350 studenți de la Facultatea de Medicină din cadrul Universității de Medicină și Farmacie „*Iuliu Hațieganu*” Cluj-Napoca (specializările Medicină, Asistență Medicală Generală și Balneofiziokinetoterapie și recuperare) prin dezvoltarea competențelor profesionale și abilităților clinice necesare în viitoarea carieră medicală, ca urmare a participării la activități integrate de pregătire practică, consiliere și orientare profesională axată pe dezvoltarea competențelor transversale, acțiuni de inovare și responsabilitate socială”.

Un alt exemplu este cel al Facultății de Psihologie și Științele Educației din cadrul Universității din București, care a fost implicată într-o serie de proiecte de responsabilitate socială. Informații despre proiectele de responsabilitate socială se găsesc pe pagina de internet a instituției, la butonul dedicat: Responsabilitate Socială (Facultatea de Psihologie și Științele Educației - Universitatea din București). Dintre proiectele respective amintim: *De-a arhitectura în orașul meu – educație pentru arhitectură și mediu construit*, proiect dezvoltat în cadrul programului cultural *De-a arhitectura, deschiderea școlărilor către arhitectură și mediu construit*, al Ordinului arhitecților din România, filiala București, prin care s-a încercat familiarizarea elevilor cu noțiuni de arhitectură și urbanism și explorarea modalităților prin care mediul construit poate fi îmbunătățit și Proiectul *Zburd – Educație prin coaching în licee* derulat în licee cu profil industrial din București, Iași, Brașov, Sibiu, Câmpulung Muscel, care au înregistrat o rată de promovare la examenul de Bacalaureat de sub 20% și ai căror elevi provin, în mare parte, din medii defavorizate, și-a propus să găsească soluții și să implementeze măsuri pentru o școală mai bună, prin implicarea în activitățile proiectului a studenților.

Și Universitatea Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca ne-a atras atenția prin proiectele sale de responsabilitate socială. În acest sens, *Universitatea vârstei a treia (U3A)*

este un proiect prin care cadrele didactice universitare clujene și-au propus să ajute seniorii prin oferirea unor programe de educație informală, iar pe parcursul anului universitar 2019-2020 au reușit să abordeze o serie de teme precum: *Orașe prietenoase și accesibile pentru vârsta a treia*, *Nutriție: Cum să mâncăm sănătos?*, *Social media și Fake news* sau *Un creier tânăr la orice vârstă* (Fundatia Alma Mater Napocensis - Universitatea Babeș-Bolyai).

Un ultim exemplu de activități de responsabilitate socială universitară din țara noastră aparține Universității din Craiova și se încadrează pe linia problemelor de mediu cu care societatea modernă se confruntă. Proiectul *Clear-Air Oltenia*, derulat prin Facultatea de Științe, Departamentul de Fizică, are în vedere extinderea unei rețele de senzori de particule, deja existente în municipiul Craiova și atrage atenția asupra importanței calității aerului respirat de către locuitorii din zona Olteniei (Clear Air Craiova).

După cum se poate observa, spectrul abordărilor de responsabilitate socială este destul de larg. Universitățile se implică în diferite zone de interes, pe diferite componente sociale sau pentru susținerea diferitelor categorii de populație. Prin implicarea universităților în astfel de proiecte, de multe ori, pot fi deschise căi de acțiune de către administrațiile locale, astfel încât acestea să elaboreze chiar strategii coerente care să vină în întâmpinarea diverselor nevoi ale comunităților. Fie că e vorba de resurse materiale implicate, fie că e vorba de alte tipuri de resurse, cum ar fi resursele umane sau informaționale, universitățile se pot transforma în adevărați vectori ai schimbării sociale și a implementării unor soluții viabile la problemele comunitare.

Studiu de caz: Facultatea de Științe Socio-Umane din cadrul Universității „Lucian Blaga” din Sibiu

Începând cu anul 2016, în cadrul Facultății de Științe Socio-Umane din cadrul Universității „Lucian Blaga” din Sibiu, studenții și profesorii au pus bazele conectării sistematice cu actorii comunității sibiene. În fapt, una din direcțiile de acțiune la nivel managerial a fost implicarea în comunitate și dezvoltarea de parteneriate care să contribuie la înmulțirea inițiativelor de dezvoltare a comunității. Această direcție de acțiune a fost una eminate de responsabilitatea socială, așa cum reiese din definirea conceptului. Acțiunile s-au concentrat pe două dimensiuni: pe de o parte, proiecte organizate de comunitatea academică din facultate, iar, pe de altă parte, proiecte organizate de partenerii sau de alți stakeholderi de la nivel local, în care facultatea s-a implicat.

La început, o serie de activități au fost organizate punctual, fără a fi integrate într-un context mai larg, de tip program sau proiect. De asemenea, alte activități s-au conectat cu proiecte mai vechi organizate la nivel local sau național. Din prima categorie putem menționa organizarea unor activități în care studenții și profesorii au participat la Free Hugs, îmbrățișări gratuite pentru cei care treceau, în intervalul orar stabilit prin zona centrală a orașului. Acțiunea a marcat interacțiunea cu oamenii obișnuiți cu care studenții și profesorii facultății au intrat în contact, insistând pe

necesitatea interacțiunii nemediate în comunitate, pe comunicarea directă, pe dezvoltarea unei abordări în care, fiind aproape unii de alții, oamenii pot pune idei în dialog. Din cea de-a doua categorie putem menționa organizarea Shoe Box, cadoul din cutia de pantofi. Studenții și profesorii, alături de participanți din afara facultății, au pregătit cadouri cu obiecte achiziționate din fonduri personale, pentru copiii din familii nevoiașe din județ. Proiectul nu este unul exclusiv al facultății, el fiind unul cu o tradiție mai veche, organizat la nivel național.

După această perioadă în care acțiunile au fost organizate punctual, pentru a eficientiza și a echilibra și mai bine efortul și beneficiile, la nivelul facultății au fost gândite proiecte care să includă anumite activități subsumate unui scop comun, ori activități care să fie organizate recurent. De exemplu, în cadrul *Săptămânii Verzi*, un proiect realizat în colaborare cu Facultatea de Științe Economice a aceleiași universități, au fost derulate activități care au avut drept scop dezvoltarea la nivel comunitar a unei gândiri de tip ecologic. Sloganul acțiunii a fost „Refolosește, reciclează... Trăiește în armonie cu natura”, activitățile desfășurându-se la final de primăvară, moment în care studenții și profesorii au fost încurajați să folosească mai mult mijloace de deplasare ecologice, transportul în comun și să renunțe la folosirea mașinilor personale. La activitățile desfășurate au participat studenți și cadre didactice de la cele două facultăți menționate, dar și parteneri și membri ai comunității care au aflat despre activități din postările dedicate pe platformele de comunicare. Proiectul a beneficiat de vizualuri dedicate și a fost promovat pe paginile de internet și pe paginile rețelelor de socializare deținute de cele două facultăți. O serie de articole de presă din timpul evenimentului sau de după acesta au marcat inițiativa, dar și rezultatele acesteia (la prima ediție au participat peste 120 de persoane la diferitele activități propuse). Proiectul a continuat, iar în următorii ani a inclus și activități noi, cum ar fi: plantarea de puieti, acțiuni de ecologizare sau tură cu bicicletele în natură. Concret, programul a inclus vizionarea de filme documentare, diferite ateliere dedicate reciclării sau dezvoltării urbane sustenabile, realizate cu participarea diferiților parteneri comunitari ai facultăților, realizarea unor obiecte de mobilier instalate în facultăți (etajere, rafturi pentru cărți), care au fost construite de către studenți, profesori și membrii ai comunității folosind materiale reciclate. De asemenea, în cadrul proiectului a existat și un concurs care a constat într-o întrecere în numărul de pași făcut de către echipele participante. Astfel de acțiuni au avut darul de a contribui la conștientizarea problemelor de mediu cu care ne confruntăm, pentru a găsi, împreună, căi și modalități de abordare la nivel de comunitate, pornind de la premisa că doar în acest fel putem cu adevărat aborda probleme complexe cum este poluarea și necesitatea reciclării.

Un alt proiect al facultății a fost *Săptămâna Magică*. Acesta a inclus, cu timpul, activități realizate separate, iar astăzi este un proiect care se desfășoară anual și este organizat de câte o echipă de studenți în colaborare cu profesori. Proiectul se desfășoară la începutul lunii decembrie, înaintea vacanței de iarnă și include câteva activități importante: vizionarea de filme documentare sau artistice cu

tematică specifică, organizarea unor concerte de colinde pentru publicuri de interes (persoane vârstnice, copii din centre de plasament), achiziționarea, pregătirea și oferirea de cadouri pentru copii din familii cu venituri scăzute din județ. Proiectul are o pagină dedicată pe platforma Facebook, pagină care este actualizată în fiecare an de către studenții și profesorii care preiau sarcina organizatorică. Aici sunt postate evenimentele și vizualurile dedicate, informații de interes, modalități de colaborare pentru membrii comunității. La activitățile proiectului, pe lângă studenții și profesorii facultății, participă și partenerii tradiționali ai facultății, dar și membri ai comunității care află de activitățile organizate din postările de pe rețelele de socializare, din comunicatele de presă sau de pe site-ul de internet al facultății. Și acest proiect a fost reliefat în diferitele articole de presă apărute în ziarele locale, inițiativa fiind considerată de interes pentru comunitate.

Facultatea de Științe Socio-Umane s-a implicat și în diferitele proiecte care au venit dinspre comunitatea sibiană, fie ca partener activ, fie ca promotor al unor acțiuni punctuale.

În cazul proiectului „Măinile curate salvează vieți”, inițiat de către Spitalul de Pediatrie din Sibiu, în parteneriat cu Primăria Sibiu, Facultatea de Științe Socio-Umane a contribuit prin atât cu know-how (comunicarea către publicurile țintă, consilierea în privința realizării vizualurilor etc.), precum și cu voluntari care au participat la implementarea proiectului în grădinițe, școli și licee. Proiectul a avut ca obiectiv principal conștientizarea importanței igienei mâinilor și a riscurilor asociate nerespectării regulilor de igienă. Un alt obiectiv a fost formarea deprinderilor de spălare corectă a mâinilor. Voluntari instruiți de către cadre medicale, alături de aceștia din urmă, au prezentat tehnici corecte de igienizare a mâinilor. Acestea s-au realizat în fața copiilor și elevilor din instituții de învățământ din Sibiu.

Facultatea de Științe Socio-Umane a colaborat pentru o perioadă mai îndelungată cu un ONG profilat pe promovarea egalității de gen, prin combaterea, respectiv prevenirea violenței asupra femeii. Este vorba de Asociația pentru Libertate și Egalitate de Gen (A.L.E.G.). În urma parteneriatelor încheiate cu acest ONG, foarte activ la nivelul comunității sibiene, facultatea a participat la mai multe proiecte, printre care *Festivalul Egalității de Gen* și *Jurnaliști care fac diferența*. *Festivalul Egalității de Gen* este o eveniment recurent anual, menit să conștientizeze comunitatea locală cu privire la efectele devastatoare pe care nedreptatea, discriminarea și abuzurile de orice fel le pot produce. În cadrul evenimentului sunt organizate diferite ateliere, dezbateri prin care se atrage atenția asupra alternativelor de viață socială sănătoasă. Proiectul *Jurnaliști care fac diferența* și-a propus crearea unui ghid destinat practicii jurnalistice, realizat în urma dezbaterilor și a atelierelor organizate, ghid care să cuprindă principii de bază pentru relatarea responsabilă și obiectivă a faptelor de violență domestică sau intimă, prin eliminarea „senzaționalului” și a atacului la persoană, protejarea intimității și demnității umane, respectarea confidențialității celor implicați. La aceste proiecte, Facultatea de Științe Socio-Umane a participat prin promovarea acțiunilor în comunitatea academică, prin voluntarii și participanții

activi în cadrul atelierelor, meselor rotunde și dezbaterilor. De asemenea, reprezentanții acestui ONG, ca și ai altor asociații care activează în comunitatea sibiană, au fost invitați pentru a-și prezenta proiectele în fața studenților, posibili voluntari implicați în respectivele proiecte, cu ocazia diverselor manifestări științifice sau culturale din facultate. Una din aceste manifestări este Săptămâna de Orientare, un proiect dedicat studenților din anul I, aflați la începutul ciclului de licență, cu scopul acomodării mai facile a acestora la noul mediu de studiu, cu surmontarea diferențelor dintre mediul preuniversitar și universitar.

În urma implicării în astfel de activități, pe cele două dimensiuni, proiectele pornite de Facultatea de Științe Socio-Umane, respectiv, proiectele pornite de parteneri ai facultății și în care a fost implicată comunitatea academică, putem afirma că interesul în rândul publicurilor țintă a crescut mai ales atunci când activitățile au fost gândite ca proiecte complexe, structurate în jurul unei idei generoase, cum a fost proiectul *Săptămâna Magică*. Considerăm că, în acest fel, gradul de implicare în activități de acest gen ar putea crește în viitor. De asemenea, la acest gen de proiecte au aderat relativ ușor și reprezentanți ai comunității locale care au susținut sau participat concret la activitățile din cadrul proiectelor.

Concluzii

Conceptul de responsabilitate socială este foarte important astăzi. Pornit dinspre domeniul economic, acolo unde diferitele companii se implică pentru rezolvarea unor probleme punctuale ale comunității, investind o parte a profitului în acest sens, poate fi de interes și în zona sistemului universitar din România. Proiectele complexe ar putea coagula implicare și participare mai importantă decât acțiuni punctuale. Implicându-se în astfel de proiecte sau, mai bine, generând astfel de proiecte de CSR, universitățile din România pot deveni adevărați vectori de schimbare socială. De asemenea, prin intermediul acestor proiecte, în parteneriat cu administrațiile locale, de exemplu, universitățile ar putea contribui concret la rezolvarea unor provocări cu care se confruntă comunitățile locale.

Pornind de la exemple de practici de responsabilitate socială și de la studiul de caz propus, considerăm că existența unui buget la nivel național, care să fie distribuit universităților în urma unei competiții, la fel ca în proiectele de cercetare, ar putea reprezenta resursa materială extrem de importantă prin care universitățile din România ar putea propune proiecte competitive, pe termen mediu și lung, cu obiective clare și ușor de urmărit în ceea ce privește implementarea. Unele municipalități, cum este și cazul Sibiului, au bugete dedicate pentru propunerile venite de la comunitate (Agenda Culturală, Agenda Sportivă etc.). Astfel de inițiative, care vizează bugetarea participativă la nivelul comunităților locale, par a se multiplica în ultima vreme, în România. Universitățile pot aplica la astfel de proiecte, dar practica aceasta nu este generalizată. Una dintre constatările noastre este aceea că unele universități din România au derulat diferite proiecte cu fonduri europene, altele prin finanțări provenite de la diverse fundații, existând și cazuri în care, în lipsa vreunei finanțări,

s-a optat totuși pentru derularea unor proiecte cu implicare voluntară. Prin urmare, o competiție națională, cu un buget dedicat, cu reguli clare și cu termene și raportări asemănătoare cu competițiile de cercetare organizate, ar putea ajuta substanțial la implementarea unor soluții pentru rezolvarea provocărilor comunitare. Pe lângă calitatea actului educațional, care rămâne principala preocupare a universităților, implicarea în comunitate și rezultatele concrete ar putea fi un punct extrem de important pe agenda universităților românești.

Bibliografie

Alzyoud, Sukaina, and Kamal Bani-Hani. 2015. "Social Responsibility in Higher Institutions: Application Case from the Middle East." *European Scientific Journal* 11 (8): 122-128.

Bower, Howard. 1953. *Toward Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper&Row.

Carroll, B. Archie. 1991. "The Pyramide of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders." *Business Horizons*.

Davis, K. 1973. "The case for and against business assumption of social responsibilities." *Academy of Management Journal*, 16 (2).

Global University Network for Innovation (GUNI). 2017. *Higher Education in the World 6. Toward a Socially Responsible University: Balancing the Global with the Local*, Girona: Nexa Impressions.

Henderson, David. 2004. "The Case Against Corporate Social Responsibility." In *The Globalization Reader*, by John Boli Frank Lechner. Blackwell Publishing Ltd.

Hohnen, Paul. 2007. *Corporate Social Responsibility. An Implementation Guide for Business*. International Institute for Sustainable Development. Accessed August 2021.

Hollender, Jeffrey, and Stephen Fenichell. 2003. *What Matters Most: How a Small Group of Pioneers is Teaching Social Responsibility to Big Business, and Why Big Business is Listening*, Basic Books.

Holt, D., și K. Wigginton. 2002. *International Management*. Fort Worth: Harcourt College Publishers.

Kotler, Philip, and Nancy Lee. 2005. *Corporate Social Responsibility. Doing the Most Good for your Company and your Cause*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

Măntăluță, Ovidiu (ed.). 2007. *Sisteme de responsabilitate publică în administrarea învățământului preuniversitar*, București: Institutul de Științe ale educației.

- Orzan, Alin, și Mihai Stancu. 2014. „Responsabilitatea socială a companiilor românești – un pas pentru dezvoltarea durabilă.” *Revista de Marketing Online*.
- Reder, Alan. 1994. *In Pursuit of Principle and Profit. Business Success Through Social Responsibility*, New York: G.P. Putnam’s Sons.
- Skinner, Steven J., and John M. Ivancevich. 1992. *Business for the 21st Century*, Boston: IRWIN.
- Șerban, Viorica, and Malte Kaufmann. 2011. "Responsabilitatea socială: o provocare pentru întreprinderile mijlocii din regiunea Bamberg-Forchheim, Germania." *Amfiteatru Economic*.
- Wallich, Henry C . 1982. *Monetary Policy and Practice*, Toronto: Lexington Books.
2020. *University of London*. Accessed August 22, 2021. <https://london.ac.uk/sites/default/files/governance/Corporate-Social-Responsibility-Statement-June-2020.pdf>.
2018. *University Social Responsibility Network*. Accessed August 20, 2021. <http://www.usrnetwork.org/about-usrn/members>.
- n.d. *University of Westminster*. Accessed August 19, 2021. <https://www.westminster.ac.uk/about-us/our-university/vision-mission-and-values/corporate-social-responsibility>.
- n.d. *University of Manchester*. Accessed August 20, 2021. <https://documents.manchester.ac.uk/display.aspx?DocID=51108>.
- n.d. *University of Edinburgh*. Accessed August 19, 2021. <https://www.ed.ac.uk/news/2021/royal-visit-recognises-pioneering-climate-change-i>.
- n.d. *Universitatea de Medicină și Farmacie Iuliu Hațieganu Cluj-Napoca*. Accessed August 19, 2021. <http://www.umfcluj.ro/educatie-ro/facultati-ro/farmacie-ro/8-ro/633-medpract>.
- n.d. *Universitatea de Medicină și Farmacie Grigore T. Popa din Iași*. Accessed August 18, 2021. <https://news.umfiiasi.ro/responsabilitatea-sociala-a-facultatilor-de-medicina-in-contextul-globalizarii/>.
- n.d. *Facultatea de Psihologie și Științele Educației - Universitatea din București*. Accessed August 20, 2021. <https://fpse.unibuc.ro/despre-noi/responsabilitate-sociala>.
- n.d. *Fundația Alma Mater Napocensis - Universitatea Babeș-Bolyai*. Accessed August 21, 2021. <https://fundatia.ubbcluj.ro/universitatea-varstei-a-treia-u3a-2/>.
- n.d. *Clear Air Craiova*. Accessed August 20, 2021. <https://www.clearaircraiova.ro/>.