

A TANTÁRGY ADATLAPJA

1. A képzési program adatai

1.1 Felsőoktatási intézmény	Babeş–Bolyai Tudományegyetem
1.2 Kar	Politika-, Közigazgatás- és Kommunikációtudományi Kar
1.3 Intézet	Kommunikáció, Közkapcsolatok és Reklám Intézet
1.4 Szakterület	Kommunikációtudományok
1.5 Képzési szint	Alapképzés
1.6 Szak / Képesítés	Kommunikáció és közkapcsolatok

2. A tantárgy adatai

2.1 A tantárgy neve	Szakmai etika és deontológia						
2.2 Az előadásért felelős tanár neve	Dr. Ungvári-Zrínyi Imre egyetemi docens						
2.3 A szemináriumért felelős tanár neve	Dr. Györgyjakab Izabella egyetemi adjunktus						
2.4 Tanulmányi év	III.	2.5 Félév	II.	2.6. Értékelés módja	vizsga	2.7 Tantárgy típusa	Kötelező

3. Teljes becsült idő (az oktatási tevékenység féléves óraszámja)

3.1 Heti óraszám	4	melyből: 3.2 előadás	2	3.3 szeminárium/labor	2
3.4 Tantervben szereplő össz-óraszám	56	melyből: 3.5 előadás	28	3.6 szeminárium/labor	28
A tanulmányi idő elosztása:					óra
A tankönyv, a jegyzet, a szakirodalom vagy saját jegyzetek tanulmányozása					1
Könyvtárban, elektronikus adatbázisokban vagy terepen való további tájékozódás					1
Szemináriumok / laborok, házi feladatok, portofóliók, referátumok, esszék kidolgozása					1
Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)					
Vizsgák					
Más tevékenységek:					
3.7 Egyéni munka össz-óraszámja	42				
3.8 A félév össz-óraszámja	98				
3.9 Kreditszám	6				

4. Előfeltételek (ha vannak)

4.1 Tantervi	•
4.2 Kompetenciabeli	•

5. Feltételek (ha vannak)

5.1 Az előadás lebonyolításának feltételei	• Projektor
5.2 A szeminárium / labor lebonyolításának feltételei	• Projektor

6. Elsajátítandó jellemző kompetenciák

Szakmai kompetenciák	<p>C1.3. A szakterület tevékenységeinek szervezéséhez és működéséhez kapcsolódó deontológiai alapelvek és etikai normák alkalmazása, a szakma szervezési módjának és értékeinek leírása.</p> <p>C1.4. A nemzeti és európai jogszabályok alkalmazása a tájékoztatáshoz való szabad hozzáférés, szellemi tulajdon, szerzői jog, copyright tekintetében a szakmai kommunikációs és a dokumentációs tevékenység során.</p> <p>C4.3. A szakmai viselkedés irányítása a nyilvános térben tevékenykedő felelős kommunikátori pozíció kontextusában, betartva az elismert szakmai normákat</p>
Transzverzális kompetenciák	<p>CT1. Reális megvitatása – elméleti és gyakorlati indoklás mellett – egyes szokványos szakmai problémáknak, ezek hatékony és deontológiai megoldása érdekében</p>

7. A tantárgy célkitűzései (az elsajátítandó jellemző kompetenciák alapján)

7.1 A tantárgy általános célkitűzése	Az etika és a deontológia alapfogalmainak és sajátos problémáinak ismerete
7.2 A tantárgy sajátos célkitűzései	<p>A médiakommunikáció gyakorlati helyzeteiben igényelt sajátos eljárások morális szempontjai iránti érzékenység kialakítása</p> <p>A közkapcsolati és tömegtájékoztatási tevékenység etikai és deontológiai szabályait megsértő konkrét esetek elemzésének képessége</p> <p>A tudományterületre vonatkozó jogi terminológia, jogszabályi háttér alapismereteinek elsajátítása.</p>

8. A tantárgy tartalma

8.1 Előadás	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. A nyilvánosság és a média szerepe az ember mindennapi életében: együttműködés, vélemény-megosztás, információ, képzelet, meggyőzés, szórakoztatás.	Bemutatás, problematizálás, megvitatás	
2. Etika – értelmezés, gyakorlati bölcsesség és hivatás. A közkapcsolati és a média- kommunikáció szabályozásának formái. Szerkesztői elvek, etikai kódexek és szakmai standardok. Etikai vétségek elemzése.	Bemutatás, problematizálás, megvitatás	
3. Közérdekű tájékoztatás, közzététel és társadalmi kommunikáció. Az újságírói és a szerkesztői munka etikája.	Bemutatás, problematizálás, megvitatás	
4. „Puha hírek” (életmód- és bulvárújságírás) és a szórakoztató kommunikáció etikai problémái	Bemutatás, problematizálás, megvitatás	
5. Hivatásos média (mainstream media), civil média (citizen media), és a közösségi média etikai kérdései	Bemutatás, problematizálás, megvitatás	

6. A meggyőző kommunikáció (hírdetés, reklám, közkapcsolatok) etikai kérdései	Bemutató, problematizálás, megvitatás	
7. Közkapcsolati szakmai etika kódexek (Az Athéni Kódex, a Helsiki nyilatkozat, PRSA Code of Ethics, Magyar Public Relations Szövetség Etikai Kódexe, ...)	Bemutató, problematizálás, megvitatás	
8. Szervezeti kultúra és etika	Bemutató, problematizálás, megvitatás	
9. A kríziskommunikáció etikai dimenziói. Hozzárendelt esettanulmány: Foxconn öngyilkosságok, 2010-2011 alárendelt eset: Apple reakciók; Apple etikai kódex	Bemutató, problematizálás, megvitatás	
10. Társadalmi felelősségvállalás etikai megközelítésben. Esettanulmány: Verespatak, RMGC	Bemutató, problematizálás, megvitatás	
11. Reklámetika (a Magyar Reklámszövetség és a Román Reklámszövetség etikai kódexeinek bemutatásával)	Bemutató, problematizálás, megvitatás	
12. Internet és etika (a Magyarországi Tartalomszolgáltatók Egyesülete etikai kódexének, és a nemzetközi etikai kódexek bemutatásával)	Bemutató, problematizálás, megvitatás	

Könyvészet:

Amazeen, Michelle A. – O’Sullivan-Gavin, Susan A.: “Rogue” Advertising in the Digital Age: Creative Reputation Building or Industry Irresponsibility? In Davison, Amber – Booth, Paul (eds): *Controversies in Digital Ethics*. Bloomsbury, New York, 2016, 123–137.

Bajomi-Lázár Péter: Média és társadalom, Antenna könyvek, 2006., 6. Médiaszabályozás, 145–156.;

Bernhard Peters: A nyilvánosság jelentése. In: Angelusz Róbert-Tardos Róbert-Terestyéni Tamás: Média – Nyilvánosság – Közvélemény. Szöveggyűjtemény. Gondolat Kiadó – PTE BTK Kommunikáció- és Médiatudományi Tanszék, 2011

Bertrand, Claude-Jean: *Deontologia mijloacelor de comunicare*, Iași, Institutul European, 2000.;

Burja, Vasile – Mihalache, Silvia Stefania: *Corporate Social Responsibility. Example Rosia Montana Gold Corporation*

Christensen, Lars Thøger – Morsing, Mette – Thyssen, Ole: *The Polyphony of Corporate Social Responsibility Deconstructing Accountability and Transparency in the Context of Identity and Hypocrisy*. In *The Handbook of Communication Ethics*. Routledge, New York, 2011, 457–474

Coman, Cristina: *Relațiile publice și mass-media*, Iași, Polirom, 2000;

Dagenais, Bernard: *Profesia de relaționist*, Iași, Polirom, 2002;

Deaver, Frank: 6. Definierea adevărului. 7. Credibilitatea. In: Deaver, Frank: *Etica în mass media*, București, Silex, 2004., 78–104.;

Ess, Charles: *Ethical Dimensions of New Technology/Media*. In Cheney, George – May, Steve – Munshi, Debashish (eds): *The Handbook of Communication Ethics*. Routledge, New York, 2011, 204–220.

Frunza, Sandu: *Advertising and Administration under the Pressure of Ethics*. Éditions de la SUERS, 2014. Ch. 1. Minimal Ethics and the New Configuration of the Public Space, 7–34.; Ch. 8. Advertising – Between the Suspension of Desire and the Ethics of Seduction, 133–148.; Ch. 9. Ethics in the Code of Advertising Practice, 149–163.

Habermas, Jürgen: *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása. Vizsgálódások a polgári társadalom egy kategóriájával kapcsolatban*, Budapest, Századvég-Gondolat, 1993;

L’Etang, Jacquie: *Public Relations and Marketing Ethical Issues and Professional Practice in Society*. In Cheney, George – May, Steve – Munshi, Debashish (eds): *The Handbook of Communication Ethics*. Routledge, New York, 2011, 221–240.

Loneax, Catherine: *Communication institutionnelle : codes de déontologie et usage spécifique de la notion de crise*. *Communication et organization*, 16/1999, Édition électronique. DOI

:10.4000/communicationorganisation.2261.

Macovei, Monica–Dăgăliță, Adriana–Mihai, Dan: Ghid Juridic pentru ziariști ediția a III-a, ActiveWatch - Agenția de Monitorizare a Presei, București, 2009.

Matten, Dirk – Moon, Jeremy: Pan-European Approach. A Conceptual Framework for Understanding CSR. In: Zimmerli, Walther Ch. – Richter, Klaus – Holzinger, Markus: Corporate Ethics and Corporate Governance. Springer, Berlin–Heidelberg–New York, 2007, 179–200.

Merchant, Brian: The One Device. The Secret History of the Iphone. Little, Brown and Company, New York–Boston–London, 2017. Designed in California, Made in China, 246–274.

Parsons, Patricia J.: Ethics in Public Relations. A Guide to Best Practice. Second Edition. Kogan Page Limited, London – Philadelphia, 2008.

Rivers, William L. - Mathews, Cleve: 5. Eloszlatni a homályt a tárgyilagosság körül. 6. A hírgyűjtés etikája. 7. A tényfeltáró újságírás normái. In: Rivers, William L. - Mathews, Cleve: Médiatika. [Etica mass-media], Bagolyvár, Budapest, 1999., 90–158. ;

Rivers, William L. - Mathews, Cleve: 8. A hírcsomagolás eikája; 9. Vizuális kommunikáció. In: Rivers, William L. - Mathews, Cleve: Médiatika. [Etica mass-media], Bagolyvár, Budapest, 1999., 160–194.

Rivers, William L. - Mathews, Cleve: 10. A meggyőzés etikája. In: Rivers, William L. - Mathews, Cleve: Médiatika. [Etica mass-media], Bagolyvár, Budapest, 1999., 196–216;

Seeger, Matthew W. – Kuhn, Timothy: Communication Ethics and Organizational Contexts. Divergent Values and Moral Puzzles. In Cheney, George – May, Steve – Munshi, Debashish (eds): The Handbook of Communication Ethics. Routledge, New York, 2011, 166–189.

Silverstone, Roger: A médiapolisz és a mindennapi élet [Mediapolisul și viața cotidiană]. In: Roger Silverstone: Médiakerölcs. A médiapolisz felemelkedése [Etica mediilor. Ascensiunea meadiapolisului], 121–152.

Silverstone, Roger: Szabályozás és műveltség [Reglementare și cultură]: In: R. S.: Médiakerölcs. A médiapolisz felemelkedése [Etica mediilor. Ascensiunea meadiapolisului], 181–207;

Ungvári Zrínyi, Imre: Alkalmazott etikai alapfogalmak. Bioetika. Gazdaságetika. Közszolgálati etika. Médiatika [Concepte fundamentale de etică aplicată. Bioetică. Etica afacerilor. Etica funcționarului public. Etica mass-media]. Cluj-Napoca, Editura Egyetemi Műhely Kiadó, Bolyai Társaság, 2007., 43–72, 167–194.;

Vis, F., & Goriunova, O. (Eds.): The Iconic Image on Social Media: A Rapid Research Response to the Death of Aylan Kurdi. Visual Social Media Lab December, 2015.

Xu, Kaibin– Li, Wenqing: An Ethical Stakeholder Approach to Crisis Communication: A Case Study of Foxconn's 2010 Employee Suicide Crisis. Journal of Business Ethics, 2013, 117; 371–386.

Zylinska, Joanna: The Culture of Blogging. At the Crossroads of Narcissism and Ethics. In: Nick Couldry–Mirca Madianou–Amit Pinchevski: Ethics of Media. Palgrave Macmillan, London and New York, 2013. 91–105.;

<https://www.rac.ro/ro>

<https://www.iqads.ro>

<http://www.legi-internet.ro/legislatie-itc/conventii-internationale/declaratie-privind-libertatea-comunicarii-pe-internet-consiliul-europei.html>

<https://www.apti.ro/bune-practici-comunicarea-pe-internet>

<http://www.legi-internet.ro/legislatie-itc.html>

8.2 Szeminárium / Labor	Didaktikai módszerek	Megjegyzések
1. A nyilvánosság és a média szerepe az ember mindennapi életében Bernhard Peters: A nyilvánosság jelentése [Sensul sferei publice]; Silverstone, Roger: A médiapolisz és a mindennapi élet [Mediapolisul și viața cotidiană].	Előadás, PowerPoint vetítés, párbeszéd, problematizálás, esetek elemzése	
2. A közkapcsolati és a média- kommunikáció szabályozásának formái Bertrand, Claude-Jean: Deontologia mijloacelor de comunicare, BBC Editorial Guidelines. The BBC's Values and Standards; Macovei, Monica–Dăgăliță, Adriana–Mihai, Dan: Ghid Juridic pentru ziariști	Előadás, PowerPoint vetítés, párbeszéd, problematizálás, esetek elemzése	

3. Közérdekű tájékoztatás, közzététel és kommunikáció /Ganea, Liana–Ulmanu, Alexandru Brăduț: 1. Președintele Băsescu și telefonul confiscat, 6. Reporter incognito; Încălcarea gravă a normelor etice și profesionale de către presă, în cazul Marian Cozma,	Előadás, PowerPoint vetítés, párbeszéd, problematizálás, esetek elemzése	
4. Életmód-újságírás, bulvár, szórakoztató kommunikáció/ Antalóczy Tímea: A szappanoperák genezise és analízise [Geneza și analiza formatului reality show] I.-II,	Előadás, PowerPoint vetítés, párbeszéd, problematizálás, esetek elemzése	
5. Hivatásos média (mainstream media), civil média (citizen media), és a közösségi média Justiția și social media - Au început procesele împotriva comentariilor pe Facebook, /www.avocatura.com	Előadás, PowerPoint vetítés, párbeszéd, problematizálás, esetek elemzése	
6. A meggyőző kommunikáció etikai kérdései Ganea, Liana–Ulmanu, Alexandru Brăduț: 8. Publicitatea și interferența cu spațiul editorial; 9. PR și jurnalism. Unde trasăm granite; Dana Oancea: Conflicte morale în raporturile PR-presă	Előadás, PowerPoint vetítés, párbeszéd, problematizálás, esetek elemzése	
7. A MOGYE magyar tagozat létrehozásának etikai implikációi a hazai sajtó felhasználásával		
8. Maros megyei RMDSZ szervezet – marosvásárhelyi RMDSZ szervezet konfliktusa etikai megközelítésben (sajtóanyagok alapján)		
9. A Colectiv-ügy etikai implikációi kommunikációs szempontból		
10. Csoportos projektek bemutatása (1)		
11. Csoportos projektek bemutatása (2)		
12. Csoportos projektek bemutatása (3)		
<p>Könyvészet</p> <p>Antalóczy Tímea: A szappanoperák genezise és analízise I.-II., I.: Médiakutató 2001 nyár, https://mediakutato.hu/cikk/2001_02_nyar/04_szappanoperak_genezise; II.: Médiakutató 2001 ősz, http://epa.oszk.hu/03000/03056/00004/EPA03056_mediakutato_2001_osz_08.html</p> <p>Badea, Camelia: Madalina Manole, ultimul interviu - o inventie Agerpres. Joi, 15 Iulie 2010, ziare.com</p> <p>BBC Editorial Guidelines. The BBC's Values and Standards, www.bbc.co.uk/editorialguidelines (20.05.2010.)</p> <p>Bok, Sissela: Lying. Moral Choice in Public and Private Life. Vintage Books, New York, 1979. Ch. VIII. Lies in a Crisis, 113–129.; Ch. XII. Lies for the Public Good, 174–192.</p> <p>Chirstians, Clifford-Fackler, Mark-McKee, Kathy: Etica mass-media. Studii de caz, Iasi, Polirom, 2001</p> <p>Clubul Român de Presa: Codul deontologic al ziaristului</p> <p>Consiliul Român pentru Publicitate (RAC): Codul de Practica in Comunicarea Comerciala</p> <p>Convenția Organizațiilor de Media: Codul deontologic al jurnalistului, la Sinaia, 9 - 11 iulie 2004</p> <p>Frunza, Sandu: Advertising and Administration under the Pressure of Ethics. Éditions de la SUERS, 2014. Ch. 6. Deontological Codes and Their Importance in Professional Development and the Shaping of Public Space, 95–112.</p> <p>Ganea, Liana–Ulmanu, Alexandru Brăduț: 1. Președintele Băsescu și telefonul confiscat; 6. Reporter incognito; 8. Publicitatea și interferența cu spațiul editorial; 9. PR și jurnalism. Unde trasăm granița. In: Ioana Avădani (coord.): Stimularea gândirii critice a jurnaliștilor - Dileme etice și editoriale – Studii de caz din presa românească I., Centrul pentru Jurnalism Independent. București, 2007.</p> <p>Obae, Petrisor: Exclusiv! Scandalos. Ultimul interviu cu Madalina Manole a fost inventat de Agerpres! Pagina de media, 15 iulie 2010.</p> <p>Palazzo, Guido: Organizational Integrity – Understanding the Dimensions of Ethical and Unethical Behavior in Corporations. In: Zimmerli, Walther Ch. – Richter, Klaus – Holzinger, Markus: Corporate</p>		

9. Az episztemikus közösségek képviselői, a szakmai egyesületek és a szakterület reprezentatív munkáltatói elvárásainak összhangba hozása a tantárgy tartalmával.

•

10. Értékelés

Tevékenység típusa	10.1 Értékelési kritériumok	10.2 Értékelési módszerek	10.3 Aránya a végső jegyben
10.4 Előadás	Szakmai etikai probléma-helyzetek felismerése	Folyamatos értékelés	10%
	Szakmai etikai probléma-helyzetek elemzése	Írásbeli dolgozat	40%
10.5 Szeminárium / Labor	Kommunikációtudomány jogszabályi alapjára vonatkozó ismeretek elsajátítása, törvényelemzési készségek kialakítása, gyakorlati tudnivalók.	Szóbeli vizsga	50%

10.6 A teljesítmény minimumkövetelményei: átmenő jegy mind az előadási, mind a szemináriumi témákból

•

Kitöltés dátuma

Előadás felelőse

Szeminárium felelőse

2024.02.26.

Dr. Ungvári-Zrínyi Imre egy. docens

Dr. Györgyjakab Izabella egy adjunktus

Az intézeti jóváhagyás dátuma

Intézetigazgató

Dr. Benedek István egy. adjunktus