

Universitatea Babeș–Bolyai, Cluj–Napoca
Facultatea Istorie și Filosofie
Domeniul: Filosofie
Specializarea: Etica profesională
Anul universitar 2008-2009
Semestrul 2

I. Informații generale despre curs, seminar, lucrare practică sau laborator

Titlul disciplinei: Etica comunicării

Codul: HFM0642

Regimul disciplinei: obligatorie

Numărul de credite: 7

Tipul de evaluare finală: examen

Locul de desfășurare: Catedra de Filozofie/Sala Böhm Károly

Programarea în orar a activităților: Vineri orele 10-13 (2+1)

II. Informații despre titularul de curs, seminar, lucrare practică sau laborator

Nume, titlul științific: Ungvári-Zrínyi Imre, doctor în filozofie

Informații de contact (adresă e-mail, nr. de telefon): iungvari@gmail.com 0265 269 542

Ore de audiență: Vineri orele 14-16, Catedra de Filozofie

III. Descrierea disciplinei:

Obiective: Familiarizarea studenților cu problemele etice legate de fenomenul comunicării. Formarea conștiinței și sensibilității legate de actele de comunicare directă și comunicare media. Analiza provocărilor morale legate de tipurile și mijloacele fundamentale de comunicare. Asimilarea cerințelor cele mai generale ale regulilor de comunicare și a codurilor etice ale mass-mediei

Tematica:

etică și comunicare

1. Morală, identitate, comunicare
2. Dialog, interpretare, interacțiune
3. Comunicarea directă: etica disputei
4. Comunicare organizațională: cultura întreprinderii
5. Valori în comunicare
6. Etica comunicării interculturale

Spațiul public și etica mass-mediei

7. Spațiul public și reglementarea mass-mediei
8. Rolul mass-mediei. Informare, dialog, rit
9. Reguli de etică profesională
10. Etica divertismentului
11. Etica relațiilor publice, a publicității și a reclamei
12. Coduri mediatice: presa scrisă
13. Coduri mediatice: radioul și televiziunea
14. Coduri mediatice: etica imaginilor, etică și comunicare pe internet

Competențe:**a) cognitive:**

- cunoașterea principiilor de bază ale interogațiilor etice referitoare la aspectele morale ale comunicării; formarea aptitudinii de sesizare a conexiunii problemelor etice, precum și a considerentelor filozofiei morale în ghidarea procesului concret al comunicării; trecerea în revistă a diferitelor cerințe privind modalitățile de comunicare provenite din caracteristicile sociale individuale și multitudinea condițiilor de comunicare profesională; relevarea în cazul comunicatorilor profesioniști a legăturilor intime dintre criteriile excelenței profesionale și exigențele morale și juridice față de profesiile lor;

b) aplicative:

- capacitatea depistării caracterului etic sau neetic al diverselor fenomene de comunicare; aptitudinea formării și urmăririi concordanței comunicării cu faptele la sine și la alții și încadrarea unor atitudini și folosirea unor competențe de comunicare în structura comportamentală a actorului, respectiv relevarea legăturilor lor cu caracterul și statutul social al persoanei;

Metode: analiză de text, cercetare individuală, elaborare lucrare, dispută

IV. Bibliografia obligatorie:

1. ANG, Ien: *Living Room Wars. Rethinking media audiences for a postmodern world*, Routledge, London and New York, 1996.
2. BAUDRILLARD, Jean, *Sistemul obiectelor*, Cluj, Editura Echinox, 1996.;
3. BERGER, Peter L.- LUCKMANN, Thomas: *The Social Construction of Reality: A Treatise its the Sociology of Knowledge*, Garden City, New York: Anchor Books, 1966.
4. BERTRAND, Claude-Jean: *Deontologia mijloacelor de comunicare*. Iași, Institutul European, 2000.
5. CHEN, Guo-Ming – STAROSTA, William J., *Foundations of Intercultural Communications*, Allyn and Bacon, Boston, London, 1998.
6. DEEVER, Frank: *Etica în mass media*, Ed. Silex, București, 2004.
7. HABERMAS, Jürgen: *Conștiința Morală și Acțiune Comunicativă*, Editura All, București, 2000.
8. HABERMAS, Jürgen: *Sfera publică și transformarea ei structurală*, Comunicare. Ro, 2005.
9. MEAD, Geoge H.: *Mind, Self, and Society*. Chicago: University of Chicago Press, 1934.
10. RUNCAN, Miruna: *Introducere în etica și legislația presei*, Ed. All, București, 1998;

V. Materiale folosite în cadrul procesului educațional specific disciplinei:

Culegere de texte

VI. Planificarea/Calendarul întâlnirilor și a verificărilor/examinărilor intermediare:

Săpt.1.

Curs: Morală, identitate, comunicare

Concepte de bază/cuvinte cheie: prezența în conștiința celălalt, preluarea rolului celuilalt, preluarea atitudinii persoanelor și grupurilor, comunicare și colaborare, șirul (instituțional) al reacțiilor comune, obiceiuri, convenții, valori, simboluri

Bibliografie: MEAD, George H: *The Social Foundations and Functions of Thought and Communication; The Community and the Institution*, In: George Herbert Mead, *Mind, Self, and Society*. Chicago: University of Chicago Press, 1934.,

http://www.brocku.ca/MeadProject/Mead/pubs2/mindself/Mead_1934_toc.html;

Seminar/Obligațiile studenților: Interpretări de texte și discuții pe tema: Morală, identitate, comunicare

Săpt.2.

Curs: Dialog, interpretare, interacțiune

Concepte de bază/cuvinte cheie: rol, statut, gama rolurilor, norme aferente rolurilor, poziție, prestigiu, dialog, habituale, standardizare a comportamentului, conferire de intenție

Bibliografie: GOFFMAN, Erving: *Front, and Reality and Contrivance*, In: Erving Goffman: *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday, 1956, pp. 22-30, 70-76., <http://www.cardiff.ac.uk/socsi/undergraduate/introsoc/goffself.html>

BERGER, Peter L.- LUCKMANN, Thomas: *Society as a Human Product*, In: Peter L. Berger and Thomas Luckmann. *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge* (Garden City, New York: Anchor Books, 1966), pp. 51-55, 59-61., <http://www.cardiff.ac.uk/socsi/undergraduate/introsoc/reality.html>

Seminar/Obligațiile studenților: Descrierea unor forme sociale de colaborare relativ stabile cu ajutorul terminologiei referitoare la statut și rol

Săpt.3.

Curs: Comunicarea directă: etica disputei

Concepte de bază/cuvinte cheie: dialog, situație de discurs, întâlnire, confruntarea cu o altă existență, dialectică, retorică, situații de dispută, tipuri de dispută,

Bibliografie: HABERMAS, Jürgen: *Etica discursului*- note pentru un program de întemeiere In: Jürgen Habermas: *Conștiința Morală și Acțiune Comunicativă*, Editura All, București, 2000.; FISHER, Roger – URY, William – PATTON, Bruce: *Succesul în negocieri*. Cluj, Dacia, 1995.

Seminar/Obligațiile studenților: Identificarea elementelor constitutive ale diferitelor tipuri de dispută

Săpt.4.

Curs: Comunicare organizațională: cultura întreprinderii

Concepte de bază/cuvinte cheie: relație economică cu caracter moral, sfera celor interesați, colaborare bazată pe reciprocitate și parteneriat durabil, comunicarea intereselor, cultura (morală) a întreprinderii, transcenderea diviziunii ierarhice a puterii,

Bibliografie: PRUZAN, Peter: From Control to Value-Based Management. In: Shitangsu K. Chakraborty–Samir Ranjan Chatterjee (eds.): Applied Ethics in Management. Towards New Perspectives. Berlin, Heidelberg, New York, Springer Verlag, 1999.; DEETZ, Stanley–COHEN, Deborah–EDLEY, Paige P.: Toward a Dialogic Ethic in the Context of International Business Organization. In: Fred L. Casmir (ed.): Ethics in Intercultural and International Communication. Mahwah, New Jersey, London. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 1997.

Seminar/Obligațiile studenților: Elemente constitutive ale unui dialog veritabil, fundament al culturii organizaționale

Săpt.5.

Curs: Valori în comunicare

Concepte de bază/cuvinte cheie: esență valorică, purtătorul valorii, simbol valoric, transmiterea artistică a valorii estetice, omologia funcțiilor lingvistice și a celor valorice, obiectivității valorice, sisteme de atitudini valorice, pluralism valoric, valorile culturii materiale și a celei spirituale, a culturii elaborate și a celei cotidiene, atribuire de valoare practică (pragmatică), atribuire de valoare ludică, atribuire de valoare utopică, atribuire de valoare critică

Bibliografie: DEEVER, Frank: Valori și priorități, In: Frank Deaver: *Etica în mass media*, Ed. Silex, București, 2004.; BAUDRILLARD, Jean, *Sistemul obiectelor*, Cluj, Editura Echinox, 1996.;

Seminar/Obligațiile studenților: Configurații valorice în universul de discurs cotidian

Săpt.6.

Curs: Etica comunicării interculturale

Concepte de bază/cuvinte cheie: comunicare interculturală, cod, dialog, sensul comun, interesul nostru în dreptatea celuilalt, „orizonturi finite, relative din punct de vedere subiectiv și deschise în sensul nederminării”, „contopirea orizonturilor”, orizonturi valorice comune, experiența existenței de a fi în relație cu celălalt

Bibliografie: ROY, Abhik – STAROSTA, William J.: Hans-Georg Gadamer, Language, and Intercultural Communication, *Human Communication Studies*, <http://www.multilingual-matters.net/laic/001/0006/laic0010006.pdf>; CHEN, Guo-Ming – STAROSTA, William J., *Foundations of Intercultural Communications*, Allyn and Bacon, Boston, London, 1998.; LAMPERT, Jay, Gadamer and Cross-cultural Hermeneutics, *The Philosophical Forum*, vol. XXVIII., No 4., Summer 1997, vol. XXIX., No 1., Fall, 1997.

Seminar/Obligațiile studenților: Conturarea în manifestări comportamentale sau creații artistice a unor orizonturi culturale interdependente diferite

Săpt.7.

Curs: Spațiul public și reglementarea mass-mediei

Concepte de bază/cuvinte cheie: spațiul public, publicitate (caracterul public), „poporul considerat drept colectivitate a gândirii”, atenție publică, identitatea formată în și prin dialog, accesibilitatea mijloacelor de comunicare în masă, mass-media ca industrie, serviciu public și instituție politică, controlul puterii, transmitere, reprezentare

Bibliografie: HABERMAS, Jürgen: *Sfera publică și transformarea ei structurală*, Comunicare. Ro, 2005.; PAILLIART, Isabelle (coord.): *Spațiul public și comunicarea*, Ed. Polirom, 2002.

Seminar/Obligațiile studenților: Interpretări de texte și discuții pe tema: importanța afirmării publice a ideilor

Săpt.8.

Curs: Rolul mass-mediei. Informare, dialog, rit

Concepte de bază/cuvinte cheie: informare, jurnalism de investigare, presă de tip monolog și presă de tip dialog, comunicare ritualică prin mass media, ideea de „responsabilitate socială” a mediilor, presa ca „serviciu public”

Bibliografie: Denis McQUAIL, Sven WINDAHL: *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, Editura Facultății de Comunicare și Relații Publice, David Ogilvy, SNSPA, 2001; LOCHARD, Guy- BOYER, Henri: *Comunicarea mediatică*, Ed. Institutul European, Iași, 1998; GERBNER, George: *TV Violence and the Art of Asking the Wrong Question*, Center for Media Literacy,

http://www.medialit.org/reading_room/article459.html

Seminar/Obligațiile studenților: Interpretări de texte și discuții pe tema: Rolul mass-mediei. Informare, dialog, rit

Săpt.9.

Curs: Reguli de etică profesională

Concepte de bază/cuvinte cheie: coduri deontologice, politica de redacție, bunele practici, căutarea onestă a adevărului, independență, colegialitate

Bibliografie: RANDALL, David: 4. Calitățile unui bun reporter; 8. Noua etică profesională; 13. Editarea știrilor; 14. Conducerea redacției, In: David Randall: *Jurnalismul universal. Ghid practic pentru presa scrisă*, Ed. Polirom, Iași, 1998.; BERTRAND, Claude-Jean: *Deontologia mijloacelor de comunicare*. Iași, Institutul European, 2000.

Seminar/Obligațiile studenților: Interpretări de texte și discuții pe tema: etica profesională a jurnalistului

Săpt.10.

Curs: Etica divertismentului

Concepte de bază/cuvinte cheie: goana după senzational, cultura de masă, ingerință în viața privată, dreptul la imaginea propriei persoane, pornografie,

Bibliografie: RUNCAN, Miruna: *Presa în jocul cererii și al ofertei; Legislația ca reacție la violență și pornografie; Responsabilitatea jurnalistului și viața privată*, In: Miruna Runcan: *Introducere în etica și legislația presei*, Ed. All, București, 1998; ANG, Ien: *Melodramatic identifications: television fiction and women's fantasy*, In Ien Ang: *Living Room Wars. Rethinking media audiences for a postmodern world*, Routledge, London and New York, 1996.

Seminar/Obligațiile studenților: Interpretări de texte și discuții pe tema: etica divertismentului

Săpt.11.

Curs: Etica persuasiunii (relații publice și publicitate)

Concepte de bază/cuvinte cheie: rolul social al publicității și al relațiilor publice, responsabilitate pentru conținutul publicității, credibilitate, publicitate mascată, adevăr selectiv, idealizare, atitudine de partizanat

Bibliografie: DEEVER, Frank: Etica persuasiunii, In: Frank Deaver: Etica în mass media, Ed. Silex, București, 2004.

Seminar/Obligațiile studenților: Interpretări de texte și discuții pe tema: etica persuasiunii

Săpt.12.

Curs: Coduri mediatic: presa scrisă

Concepte de bază/cuvinte cheie: controlul asupra mediei, deontologie, informații de interes general, protecția vieții private, hate speech, sensibilitate socială, veridicitate

Bibliografie: BERTRAND, Claude-Jean: *Deontologia mijloacelor de comunicare*. Iași, Institutul European, 2000., AMERICAN SOCIETY OF NEWSPAPER EDITORS (ASNE) Statement of Principles, <http://www.asne.org/kiosk/archive/principi.htm>

Seminar/Obligațiile studenților: Interpretări de texte și discuții pe tema: coduri mediatic

Săpt.13.

Curs: Coduri mediatic: radioul și televiziunea

Concepte de bază/cuvinte cheie: cod mediatic, rating, formatorii de opinie, propagandă, receptare pasivă, medii cu semnificații complexe

Bibliografie: BOURDIEU, Pierre: *Despre televiziune*, Grup Editorial Art, 2007; HARTLEY, John- FISKE, John: *Semnele televiziunii*, Institutul European, Iași, 2002; EDITORIAL GUIDELINES. The BBC's Values and Standards, www.bbc.co.uk/editorialguidelines

Seminar/Obligațiile studenților: Interpretări de texte și discuții pe tema: coduri mediatic

Săpt.14.

Curs: Coduri mediatic: etica imaginilor, etică și comunicare pe internet

Concepte de bază/cuvinte cheie: comunicare vizuală, vizualizare, imagini tehnice, fotografie de presă, retorica imaginii, netiquette, etica jurnalismului online, etica blogurilor

Bibliografie: FLUSSER, Vilém: *Pentru o filosofie a fotografiei: Texte despre fotografiei*, Ed. Idea Design & Print, Cluj-Napoca, 2003.; Code of Ethics: National Press Photographers Association, <http://www.asne.org/ideas/codes/nppa.htm> ; SHEA, Virginia: *The Core Rules of Netiquette*, In: Virginia Shea: *Netiquette*, Albion Books, 1994., <http://www.albion.com/netiquette/corerules.html>; What are the ethics of online journalism? *Online Journalism Review*, Annenberg School of Journalism, University of Southern California, <http://www.ojr.org/ojr/wiki/Ethics> ; A Bloggers' Code of Ethics, *CyberJournalist.net*, <http://www.cyberjournalist.net/news/000215.php> ; BLOOD, Rebecca. "Weblog Ethics", *The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and*

Maintaining Your Blog. Cambridge: Perseus Publishing, 2002. 114-121,
http://rebeccablood.net/handbook/excerpts/weblog_ethics.html

Seminar/Obligațiile studenților: Interpretări de texte și discuții pe tema: coduri mediatice

VII. Modul de evaluare (ponderea în nota finală):

Verificări pe parcurs: Verificare scrisă din textele discutate la seminarii (30 %)

Verificare la sfârșitul semestrului: Elaborarea unei lucrări de etica comunicării bazat pe idei proprii (70 %)

Criterii de evaluare: 1. Cunoașterea și utilizarea corectă a conceptelor fundamentale ale eticii comunicării; 2. Gândire și argumentare coerentă în etica comunicării; 3. Capacitatea interpretării și formulării unor argumente în domeniul eticii comunicării; 4. Capacitatea elaborării unei lucrări de etica comunicării bazat pe idei proprii

VIII. Detalii organizatorice, gestionarea situațiilor excepționale:

Prezența la ore: obligatoriu 70% din seminarii

Condiții de prezentare la examen: prezență (70% din seminarii) + Verificare scrisă

Modalități de recuperare: soluționarea în scris a problemelor discutate la 70% din seminarii

Consecințele plagiatului, cazurilor de fraudă la examen: se va discuta modalitățile de evitare a oricărei forme de plagiat sau fraudă la redactarea lucrării, iar în cazul în care se va ajunge la asemenea practici ele vor avea drept consecință notarea celor în cauză cu calificativ nesatisfăcător (sub nota 5) pe semestrul în curs.

Rezolvarea contestațiilor: Contestațiile se vor rezolva în conformitate cu Carta Universității.

IX. Bibliografia opțională:

1. A BLOGGERS' CODE OF ETHICS, CyberJournalist.net,
<http://www.cyberjournalist.net/news/000215.php>
2. AMERICAN SOCIETY OF NEWSPAPER EDITORS (ASNE) Statement of Principles, <http://www.asne.org/kiosk/archive/princippl.htm>
3. BBC, Editorial Guidelines. The BBC's Values and Standards,
www.bbc.co.uk/editorialguidelines
4. BLOOD, Rebecca. "Weblog Ethics", The Weblog Handbook: Practical Advice on Creating and Maintaining Your Blog. Cambridge: Perseus Publishing, 2002. 114-121, http://rebeccablood.net/handbook/excerpts/weblog_ethics.html
5. BOURDIEU, Pierre: *Despre televiziune*, Grup Editorial Art, 2007.
6. DEETZ, Stanley-COHEN, Deborah-EDLEY, Paige P.: Toward a Dialogic Ethic in the Context of International Business Organization. In: Fred L. Casmir (ed.): *Ethics in Intercultural and International Communication*. Mahwah, New Jersey, London. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 1997.
7. FISHER, Roger – URY, William – PATTON, Bruce: *Succesul în negocieri*. Cluj, Dacia, 1995.

8. FLUSSER, Vilém: *Pentru o filosofie a fotografiei: Texte despre fotografiei*, Ed. Idea Design & Print, Cluj-Napoca, 2003.
9. GERBNER, George: *TV Violence and the Art of Asking the Wrong Question*, Center for Media Literacy, http://www.medialit.org/reading_room/article459.html
10. GOFFMAN, Erving: Front, and Reality and Contrivance, In: Erving Goffman: *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday, 1956, pp. 22-30, 70-76., <http://www.cardiff.ac.uk/socsi/undergraduate/introsoc/goffself.html>
11. HARTLEY, John- FISKE, John: *Semnele televiziunii*, Institutul European, Iași, 2002;
12. LAMPERT, Jay, Gadamer and Cross-cultural Hermeneutics, *The Philosophical Forum*, vol. XXVIII., No 4., Summer 1997, vol. XXIX., No 1., Fall, 1997.
13. LOCHARD, Guy- BOYER, Henri: *Comunicarea mediatica*, Ed. Institutul European, Iași, 1998.
14. McQUAIL, Denis-WINDAHL, Sven: *Modele ale comunicării pentru studiul comunicării de masă*, Editura Facultatii de Comunicare si Relatii Publice, David Ogilvy, SNSPA, 2001.
15. NATIONAL PRESS PHOTOGRAPHERS ASSOCIATION, Code of Ethics, <http://www.asne.org/ideas/codes/nppa.htm>
16. NILES, Robert: What are the ethics of online journalism? *Online Journalism Review*, Annenberg School of Journalism, University of Southern California, <http://www.ojr.org/ojr/wiki/Ethics>
17. PAILLIART, Isabelle (coord.): *Spațiul public și comunicarea*, Ed. Polirom, 2002.
18. PRUZAN, Peter: From Control to Value-Based Management. In: Shitangsu K. Chakraborty–Samir Ranjan Chatterjee (eds.): *Applied Ethics in Management. Towards New Perspectives*. Berlin, Heidelberg, New York, Springer Verlag, 1999.
19. RANDALL, David: *Jurnalistul universal. Ghid practic pentru presa scrisă*, Ed. Polirom, Iași, 1998.
20. ROY, Abhik – STAROSTA, William J.: Hans-Georg Gadamer, Language, and Intercultural Communication, *Human Communication Studies*, <http://www.multilingual-matters.net/laic/001/0006/laic0010006.pdf>
21. SHEA, Virginia: The Core Rules of Netiquette, In: Virginia Shea: *Netiquette*, Albion Books, 1994., <http://www.albion.com/netiquette/corerules.html>
22. VAN DIJK, Teun A.: Discourse and inequality, *Lenguas Modernas* 21 (1994), 19-37, <http://www.discourses.org/OldArticles/Discourse%20and%20inequality.pdf>
23. VAN DIJK, Teun A.: Power and the News Media, In D. Paletz (Ed.), *Political Communication and Action*. (pp. 9-36). Cresskill, NJ: Hampton Press, 1995., <http://www.discourses.org/OldArticles/Power%20and%20the%20news%20media.pdf>

Responsabil de masterat:

Cadru didactic:
