

## A TANTÁRGY ADATLAPJA

### 1. A képzési program adatai

1.1 Felsőoktatási intézmény	Babeş–Bolyai Tudományegyetem
1.2 Kar	Történelem és Filozófia Kar
1.3 Intézet	Magyar Történeti Intézet
1.4 Szakterület	Kommunikációtudományok
1.5 Képzési szint	Alapképzés
1.6 Szak / Képesítés	Könyvtár- és információtudomány

### 2. A tantárgy adatai

2.1 A tantárgy neve	Szakmai etika és deontológia – ULM4626						
2.2 Az előadásért felelős tanár neve	Dr. Ungvári-Zrínyi Imre egyetemi docens						
2.3 A szemináriumért felelős tanár neve	Dr. Györgyjakab Izabella adjunktus						
2.4 Tanulmányi év	II	2.5 Félév	4	2.6. Értékelés módja	V	2.7 Tantárgy típusa	AT

### 3. Teljes becsült idő (az oktatási tevékenység féléves óraszama)

3.1 Heti óraszám	4	melyből: 3.2 előadás	2	3.3 szeminárium/labor	2
3.4 Tantervben szereplő össz-óraszám	154	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					25
Könyvtárban, elektronikus adatbázisokban vagy terepen való további tájékozódás					25
Szemináriumok / laborok, házi feladatok, portofóliók, referátumok, esszék kidolgozása					30
Egyéni készségfejlesztés (tutorálás)					14
Vizsgák					4
Más tevékenységek: .....					
3.7 Egyéni munka össz-óraszama	80				
3.8 A félév össz-óraszama	154				
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

<b>Szakmai kompetenciák</b>	<p><b>C1.3.</b> A szakterület tevékenységeinek szervezéséhez és működéséhez kapcsolódó deontológiai alapelvek és etikai normák alkalmazása, a szakma szervezési módjának és értékeinek leírása.</p> <p><b>C1.4.</b> 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><b>C4.3.</b> A szakmai viselkedés irányítása a nyilvános térben tevékenykedő felelős kommunikátori pozíció kontextusában, betartva az elismert szakmai normákat</p>
<b>Transzverzális kompetenciák</b>	<p><b>CT1.</b> 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	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	Bemutató, problematizálás, megvitatás	
12. Internet és etika	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 Davisson, 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 organisation*, 16/1999, Édition électronique. DOI :10.4000/communicationorganisation.2261.

**Macovei**, Monica–Dăgăliță, Adriana–Mihai, Dan: *Ghid Juridic pentru ziaristi ediția a III-a*, ActiveWatch -

Agencia 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 tárgylagosság 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 hírsomagolás 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: Médiakerkölcs. A médiapolisz felemelkedése [Etica mediilor. Ascensiunea meadiapolisului], 121–152.

**Silverstone**, Roger: Szabályozás és műveltség [Reglementare și cultură]: In: R. S.: Médiakerkölcs. 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].		
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		
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,		
4. Életmód-újságírás, bulvár, szórakoztató kommunikáció/ Antalóczy Tímea: A szappanoperák genezise és analízise [Geneza și analiza formatului reality show ] I.-II,		
5. Hivatásos média (mainstream media), civil média (citizen media), és a közösségi média Justitia și social media - Au început procesele împotriva comentariilor pe Facebook, /www.avocatura.com		
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		
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><b>Antalóczy Tímea:</b> A szappanoperák genezise és analízise I.-II., I.: Médiakutató 2001 nyár, <a href="https://mediakutato.hu/cikk/2001_02_nyar/04_szappanoperak_genezise">https://mediakutato.hu/cikk/2001_02_nyar/04_szappanoperak_genezise</a>; II.: Médiakutató 2001 ősz, <a href="http://epa.oszk.hu/03000/03056/00004/EPA03056_mediakutato_2001_osz_08.html">http://epa.oszk.hu/03000/03056/00004/EPA03056_mediakutato_2001_osz_08.html</a></p> <p><b>Badea, Camelia:</b> Madalina Manole, ultimul interviu - o inventie Agerpres. Joi, 15 Iulie 2010, <a href="http://ziare.com">ziare.com</a></p> <p><b>BBC Editorial Guidelines.</b> The BBC's Values and Standards, <a href="http://www.bbc.co.uk/editorialguidelines">www.bbc.co.uk/editorialguidelines</a> (20.05.2010.)</p> <p><b>Bok, Sissela:</b> 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><b>Chirstians, Clifford-Fackler, Mark-McKee, Kathy:</b> Etica mass-media. Studii de caz, Iasi, Polirom, 2001</p> <p><b>Clubul Român de Presa:</b> Codul deontologic al ziaristului</p> <p><b>Consiliul Român pentru Publicitate (RAC):</b> Codul de Practica in Comunicarea Comerciala</p> <p><b>Convenția Organizațiilor de Media:</b> Codul deontologic al jurnalistului, la Sinaia, 9 - 11 iulie 2004</p> <p><b>Frunza, Sandu:</b> 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><b>Ganea, Liana–Ulmanu, Alexandru Brăduț:</b> 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><b>Obae, Petrisor:</b> Exclusiv! Scandalos. Ultimul interviu cu Madalina Manole a fost inventat de Agerpres! Pagina de media, 15 iulie 2010.</p> <p><b>Palazzo, Guido:</b> Organizational Integrity – Understanding the Dimensions of Ethical and Unethical Behavior in Corporations. In: Zimmerli, Walther Ch. – Richter, Klaus – Holzinger, Markus: Corporate Ethics and Corporate Governance. Springer, Berlin–Heidelberg–New York, 2007, 113–128.</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

04.03.2019.

Előadás felelőse

Dr. Ungvári-Zrínyi Imre



Szeminárium felelőse

Dr. Györgyjakab Izabella

Az intézeti jóváhagyás dátuma

Intézetigazgató