

*Deontologia Comunicării*

**Curs Opțional Masterat**

**Universitatea Babeș–Bolyai, Cluj–Napoca**  
**Facultatea de Științe Politice, Administrative și ale Comunicării**  
**Anul universitar 2022-2023**  
**Semestrul I**

## **Deontologia Comunicării**

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

**Titlul disciplinei: Deontologia Comunicării**

**Codul:**

**Numărul de credite:**

**Locul de desfășurare: FSPAC**

**Programarea în orar a activităților: Marți 16-18**

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

**Nume, titlul științific: Prof. Univ. Dr., Dr. Habil. Sandu Frunză**

**Informații de contact (adresă e-mail, eventual nr. de telefon):**

sandu.frunza@ubbcluj.ro

**Ore de consultații: luni ora 14**

### **III. Descrierea disciplinei:**

Cursul de *Deontologia Comunicării* propune familiarizarea masteranzilor cu dezbaterile etice și problemele deontologice din sfera comunicării și a consilierii etice. Urmărind formarea de deprinderi teoretice și de aplicare a cunoștințelor dobândite, temele au deopotrivă un caracter teoretic și o parte aplicată pe studiul deontologiei în domeniul comunicării, al dezvoltării personale și profesionale. Cursul dă masteranzilor posibilitatea de a dobândi un cadru teoretic general pe care îl pot aplica deopotrivă în activitatea lor de cercetare pe teme etice cât și în înțelegerea și gestionarea unor situații concrete de consiliere în comunicarea și dezvoltarea profesională în era digitală.

Cursul de *Deontologia Comunicării* are în vedere formarea de competente în domeniul comunicării etice, al consilierii, al cercetării, al expertizei etice, al fundamentării etice a unor componente ale dezvoltării personale și profesionale, al elaborării și aplicării codurilor deontologice, al analizei etice în domeniul comunicării și mass media.

#### **IV. Materiale folosite în cadrul procesului educațional specific disciplinei:**

Calculator, videoproiector și platformă online puse la dispoziție de Facultate

#### **V. Tematică:**

##### **Etică și integritate**

Deontologia comunicării și importanța integrității în practicile media. Profesioniștii media – creatorii unei noi culturi

Consilierea în comunicarea etică. Managementul eticii și importanța codurilor deontologice

Etica managerială, leadership, dezvoltare personală și construcția de brand personal

*Storytelling* și seducție. Tehnologii ale sinelui și mecanisme de persuasiune în comunicarea media

##### **Valori personale și valori profesionale**

Cultura media și problemele privind discriminarea

Comunicarea construită pe valori existențiale în lumea comunicării generalizate

Organizația etică și bunăstarea personală. Succesul, excelența și fericirea ca reprezentări în practicile comunicării

Etica responsabilității. Responsabilitatea jurnalistului. Responsabilitatea presei. Mass-media și Responsabilitatea socială

##### **Etică și tehnologie**

Etica spațiului virtual și a lumii digitale. Noile tehnologii ale comunicării

Etica rețelelor sociale în era digitală

Marketizarea valorilor personale și dreptul la viață privată

Comunicare digitală, etică personală și etica binelui public din perspectiva GDPR

Consilierea etică în comunicarea, producția și managementul media. Studii de caz

##### **Etica cercetării**

Etica cercetării în științele comunicării

Exigențe etice în elaborarea de materiale și publicarea de lucrări științifice în domeniul studiilor media și management media

## VI. Modul de evaluare:

- A) În perioada sesiunii, la datele programate pentru examen, Masteranzii vor preda o lucrare pe teme cuprinse în Syllabus. Tema și bibliografia este aleasă de fiecare masterand în parte. Lucrarea va avea 5 pagini de text plus note și bibliografie (Times 12; 1,5). Pot să primească până la **8 puncte**.  
Lucrarea se urcă pe platforma pusă la dispoziție de Universitate, în sesiune, în datele indicate prin programarea examenelor.
- B) Participarea activă la dezbaterile din cadrul cursului va fi recompensată cu **1 punct** la nota finală
- C) Masteranzii primesc **1 punct** din oficiu.
- D) Se pot obține puncte pentru activități suplimentare astfel:
  - 1. Studenții care participă activ la activitățile complementare online din cadrul SCIRI și ACDP pot să primească **1 punct** în plus la nota finală
  - 3. Masteranzii care au publicații pe teme de etică în comunicare, publicate în reviste academice sau în reviste de cultură pot să primească până la **2 puncte** la nota finală. Dovada acestora se face în sesiune prin predarea materialului publicat deja, în zilele indicate prin programarea examenelor. Textul deja publicat se urcă pe platformă.
- E) În sesiunea de restanțe sau pentru măririi de notă regulile de evaluare sînt aceleași ca pentru prima sesiune.

## VII. Detalii organizatorice, gestionarea situațiilor excepționale:

- Plagiatul și tentativa de fraudă la examen se sancționează cu nota 1 la acest curs și expunerea cazului în Comisia de etică pentru luarea măsurilor administrative corespunzătoare.

Plagiatul și alte forme de fraudă academică se sancționează conform *Codului Etic al studenților FSPAC* accesibil la adresa

[https://fspac.ubbcluj.ro/application/files/9715/6828/0474/Cod\\_etica\\_studenti.pdf](https://fspac.ubbcluj.ro/application/files/9715/6828/0474/Cod_etica_studenti.pdf)

## VIII. Bibliografie :

Aleksander Peczenik, *Juristic Definition of Law, Ethics*, Vol. 78, No. 4 (1968), pp. 255-268

Alina Bârgăoanu, Paul Dobrescu, *Mass media și societatea*. București: Editura comunicare.ro, 2003.

Andrew Abbott, *Professional Ethics*, The American Journal of Sociology, Vol. 88, No. 5 (1983), pp. 855-885

- Aura Matei-Săvulescu, Cristina Munteanu, *Etică și deontologie în mass-media și relații publice*, Pitești: Independența Economică, 2004.
- Aurel Codoban, *Amurgul iubirii. De la iubirea pasiune la comunicarea corporală*, Cluj: Idea Design & Print, 2004.
- Aviva Geva, *Moral Decision Making in Business: A Phase-Model*, Business Ethics Quarterly, Vol. 10, No. 4 (2000), pp. 773-803
- Bogdan Oprea, *Fake News și dezinformare online: recunoaște și verifică. Manual pentru toți utilizatorii de internet*, (Iași: Polirom, 2021).
- Catherine C. Langlois and Bodo B. Schlegelmilch, *Do Corporate Codes of Ethics Reflect National Character? Evidence from Europe and the United States*, Journal of International Business Studies, Vol. 21, No. 4 (4th Qtr., 1990), pp. 519-539
- Christoph Bartneck, Christoph Lütge, Alan Wagner, Sean Welsh, *An Introduction to Ethics in Robotics and AI*, (Cham, Switzerland: Springer, 2021).
- Conrad C. Fink, *Media Ethics. In the Newsroom and Beyond*, New York, McGraw-Hill Book Company, 1988, pp. 17-38.
- Conrad C. Fink, *Media Ethics. In the Newsroom and Beyond*, New York, McGraw-Hill Book Company, 1988, pp. 17-38.
- Craig L. LaMay (ed.), *Journalism and the Debate Over Privacy*, Mahwah, New Jersey London: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2003.
- Cristina Coman, *Relațiile publice și mass-media*, Iași: Polirom, 2004.
- Daniel Callahan, William Green, Bruce Jennings, Martin Linsky, *Congress and the Media: The Ethical Connection*, The Hastings Center, (1985), pp. 30-47
- David McNaughton and Piers Rawling, *On Defending Deontology* în Ratio (new series) XI 1 April 1998, pp.37-54.
- Debbie Treise, Michael F. Weigold, Jenneane Conna, Heather Garrison, *Ethics in Advertising: Ideological Correlates of Consumer Perceptions*, Journal of Advertising, Vol. 23, No. 3, Ethics in Advertising (1994), pp. 59-69
- Delia Balaban, *Comunicare mediatică*, București: Tritonic, 2009.
- Dennis B. Arnett and Shelby D. Hunt, *Competitive Irrationality: The Influence of Moral Philosophy*, Business Ethics Quarterly, Vol. 12, No. 3 (2002), pp. 279-303.
- Emanuel Socaciu, Constantin Vică, Emilian Mihailov, Toni Gibeau, Valentin Mureșan, Mihaela Constantinescu, *Etică și integritate academică*, București: Editura Universității din București, 2018.
- Erve Chambers, *Fieldwork and the Law: New Contexts for Ethical Decision Making*, Social Problems, Vol. 27, No. 3, Ethical Problems of Fieldwork (1980), pp. 330-341.
- Frank Deaver, *Etica în mass-media*, București: Silex, 2004
- Gilles Lipovetsky, *Amurgul datoriei. Etica nedureroasă a noilor timpuri democratice*, traducere și prefață de Victor-Dinu Vlădulescu, București: Babel, 1996.

- Giorgio del Vecchio, *Ethics, Law, and the State*, International Journal of Ethics, Vol. 46, No. 1 (1935), pp. 34-48
- Gita Venkataramani Johar, Morris B. Holbrook, Barbara B. Stern, *The Role of Myth in Creative Advertising Design: Theory, Process and Outcome*, Journal of Advertising, Vol. 30, No. 2 (2001), pp. 1-25.
- Gita Venkataramani Johar, Morris B. Holbrook, Barbara B. Stern, *The Role of Myth in Creative Advertising Design: Theory, Process and Outcome*, Journal of Advertising, Vol. 30, No. 2 (2001), pp. 1-25.
- Ioan Hosu, „Comunitate și comunicare” în Delia Cristina Balaban, Ioan Hosu (coord.), *PR trend. Societate și comunicare*, București: Tritonic, 2009, 27-47
- Jeremy Harris Lipschultz, *Social Media Communication. Concepts, Practices, Data, Law and Ethics*, Second Edition, (New York, NY: Routledge, 2018).
- John Dobson, *Why Ethics Codes Don't Work*, Financial Analysts Journal, Vol. 59, No. 6 (2003), pp. 29-34
- Jonathan A. Hayes and John Dobson, "Why Ethics Codes Don't Work": [Comment and Response], Financial Analysts Journal, Vol. 60, No. 2 (2004), p. 14
- Jurgen Habermas, *Etica discursului și problema adevărului*, București: Art, 2008.
- Karl-Otto Apel, *Discourse Ethics as a Response to the Novel Challenges of Today's Reality to Coresponsibility*, The Journal of Religion, Vol. 73, No. 4 (1993), pp. 496-513
- María Luengo and Susana Herrera-Damas, *News Media Innovation Reconsidered: Ethics and Values in a Creative Reconstruction of Journalism*, John Wiley & Sons, 2021
- Mark Coeckelbergh, *AI Ethics*, (Cambridge, Massachusetts: The MIT Press, 2020).
- Markus D. Dubber, Frank Pasquale, and Sunit Das (eds.), *The Oxford Handbook of Ethics of AI*, (New York, NY: Oxford University Press: 2020).
- Matthew H. Kramer, *Legal and Moral Obligation* în Martin P. Golding and William A. Edmundson (eds.) *The Blackwell Guide to the Philosophy of Law and Legal Theory*, Malden, MA: Blackwell Publishing, 2005, 179-190.
- Michael Milde, *Legal Ethics: Why Aristotle Might Be Helpful* în Journal of Social Philosophy, Vol. 33 No. 1, (2002), pp. 45–66.
- Michael Stohl, Cynthia Stohl, Nikki C. Townsley, “A New Generation of Global Corporate Social Responsibility” în Steve May, George Cheney, and Juliet Roper (eds.), *The Debate Over Corporate Social Responsibility*, Oxford, New York: Oxford University Press, Inc., 2007.
- Mihaela Frunză, *Expertiză etică și acțiune socială*, București: Tritonic, 2013.
- Nancy (Ann) Davis, *Deontologia contemporană*, în Peter Singer (ed.), *Tratat de etică*, Iași: Polirom, 2006, 235-247.
- Paul Weiss, *Social, Legal, and Ethical Responsibility*, Ethics, Vol. 57, No. 4, Part 1 (1947), pp. 259-273

- Peter A. Carmichael, *The Logical Ground of Deontology*, *The Journal of Philosophy*, Vol. 46, No. 2 (1949), pp. 29-41
- Raluca-Nicoleta Radu (coord.), *Deontologia comunicării publice*, (Iași: Polirom, 2015).
- Ronald C. Arnett and Pat Arneson (eds.), *Philosophy of Communication Ethics. Alterity and the Other*, (Madison: Fairleigh Dickinson University Press, 2014).
- Russell W. Belk, Güliz Ger, Søren Askegaard, *The Fire of Desire: A Multisited Inquiry into Consumer Passion*, *The Journal of Consumer Research*, Vol. 30, No. 3 (2003), pp. 326-351
- Sandu Frunză, *Comunicare etică și responsabilitate socială*, București: Tritonic, 2011.
- Ștefan Vlăduțescu, "Message as Fundamental Discursive Commitment of Communication", *Journal of Studies in Social Sciences*, Volume 5, Number 2, (2013): 276-287.
- Susan J. Harrington, *The Effect of Codes of Ethics and Personal Denial of Responsibility on Computer Abuse Judgments and Intentions*, *MIS Quarterly*, Vol. 20, No. 3 (1996), pp. 257-278
- Thomas M. Jones, *Ethical Decision Making by Individuals in Organizations: An Issue-Contingent Model*, *The Academy of Management Review*, Vol. 16, No. 2 (1991), pp. 366-395
- Tim Stelzig, *Deontology, Governmental Action, and the Distributive Exemption: How the Trolley Problem Shapes the Relationship between Rights and Policy*, *University of Pennsylvania Law Review*, Vol. 146, No. 3 (1998), pp. 901-959
- Tracey Bretag (ed.), *Handbook of Academic Integrity*, Singapore: Springer Reference, 2016.
- Trevor Morris and Simon Goldsworthy, *Public Relations Ethics. The Real-World Guide*, (New York, NY: Routledge, 2021).
- Tudor Cățineanu, *Deontologia Mass-Media*, București: Editura Universității București, 2009.
- Virginia Held, *Justification: Legal and Political*, *Ethics*, Vol. 86, No. 1 (1975), pp. 1-16
- Warren Francke, *The Evolving Watchdog: The Media's Role in Government Ethics*, *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol. 537, *Ethics in American Public Service* (1995), pp. 109-121
- Will Kymlicka, *Rawls on Teleology and Deontology*, *Philosophy and Public Affairs*, Vol. 17, No. 3 (1988), pp. 173-190.
- William E. Mosher, *Public Administration: The Profession of Public Service*, *The American Political Science Review*, Vol. 32, No. 2 (1938), pp. 332-342

**Journal for the Study of Religions and Ideologies**

[www.jsri.ro](http://www.jsri.ro)

**SCIRI**

Seminarul de cercetare interdisciplinară a religiilor și ideologiilor

<https://sciri.wordpress.com/>

**Atelier de Comunicare și Dezvoltare Personală**

<https://atelierdecomunicaresidezvoltarepersonala.wordpress.com/blog/>

**Blog Sandu Frunză:**

<https://frunzasandu.wordpress.com>

**Pagina personală:**

<https://sandufrunza.ro>

**Consiliere filosofică cu Sandu Frunză**

<https://www.facebook.com/Filosofpractician/>