

Etică și integritate în comunicare și relații publice

Prof. univ.dr., Dr. habil. Sandu Frunză

Lector univ. dr. Iulia Grad

Drd. Iulia Medveschi

Etică și integritate în comunicare și relații publice

Titular curs: Prof. univ.dr. Sandu Frunză

Lector univ. dr. Iulia Grad

Drd. Iulia Medveschi

Blog personal: <https://frunzasandu.wordpress.com/>

Adresa contact: grad@fspac.ro

medveschiulua@yahoo.com

Cursul și seminarul de *Etică și Integritate în CRP* propun familiarizarea studenților cu dezbaterile etice, cele privind integritatea și a problemelor deontologice în domeniul comunicării și relațiilor publice. Urmărind formarea de deprinderi teoretice și de aplicare a cunoștințelor dobândite pentru situații concrete din viața personală și profesională, temele au deopotrivă un caracter teoretic și o parte aplicată, cu studii de caz pe probleme etice și juridice în domeniul relațiilor publice. Cursul și seminarul dau studenților posibilitatea de a dobândi un cadru teoretic general pe care îl pot aplica în activitatea lor de cercetare pe teme etice, în activități de consiliere etică și în înțelegerea și gestionarea unor situații concrete din viața profesională a comunicatorilor.

Cursul și seminarul de *Etică și Integritate în CRP* au în vedere formarea de specialiști în comunicare, care să aibă competențe în domeniul cercetării, al consilierii și expertizei etice, al practicilor etice, al fundamentării etice a diferitor componente ale legislației, al elaborării și aplicării codurilor deontologice în comunicare și relații publice.

Tematică:

Etica și integritatea ca preocupări ale profesioniștilor în Comunicare și Relații Publice

Etica minimală și Codurile deontologice. Codul deontologic al profesioniștilor din PR

Respectul ca fundament al unei etici relaționale și dialogice

Responsabilitatea Socială Corporatistă ca instrument etic al Relațiilor publice

Relațiile publice și perspectiva etică a comunicării cu caracter social

Etică, Relații publice și Mass media

Comunicarea etică în comunicarea comercială destinată copiilor

Comunicarea publică, Etica și PR-ul politic

Etica cercetării, redactării și publicării în domeniul Relațiilor publice

Etică și profesionalizare; competența ca virtute profesională, dezvoltarea personală ca o datorie etică a comunicatorilor

Consilierea etică în PR. Studii de caz

Prezentare de carte: o dată pe lună în cadrul cursului, alături de celelalte activități, va fi prezentată o carte de etică sau de legislație în domeniul comunicării, dacă e posibil în prezența autorului.

Bibliografie:

Alison Theaker, *The Public Relations Handbook*, (London and New York: Routledge, 2001).

Anne M. Cronin, *Advertising and consumer citizenship: gender, images, and rights*, (London: Routledge, 2000).

Antonio Sandu, *Etică și deontologie profesională*, (Iași: Editura Lumen, 2012)

Antonio Sandu, *Relații publice și comunicare pentru administrația publică*, (București: Tritonic, 2016).

Barrie Gunter, Caroline Oates, and Mark Blades, *Advertising to children on tv : content, impact, and regulation*, (Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers, 2005).

Conrad C. Fink, *Media Ethics. In the Newsroom and Beyond*, (New York: McGraw-Hill Book Company, 1988).

F. Brunne, *Fericirea ca obligație*, (București: Editura Trei, 1996).

H. Frazier Moore, Frank B. Kalupa, *Public Relations. Principles, Cases, and Problems*, (University of Georgia, 1985).

Heonsoo Jung, "Assessing the Influence of Cultural Values on Consumer Susceptibility to Social Pressure for Conformity: Self-Image Enhancing Motivations vs. Information Searching Motivation", in Lynn R. Kahle, Chung-Hyun Kim (eds.), *Creating Images and the Psychology of Marketing Communication* (Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers, 2006).

Jeremy Bentham, *Deontology*, (Oxford: Clarendon Press, 1992).

Kornberg, Martin, *Brand Society. How Brands Transform Lifestyle*, (Cambridge University Press, 2010).

Lipovetsky, Gilles, *Amurgul datoriei. Etica nedureroasă a noilor timpuri democratice*, (București: Babel, 1996).

- Marin Khan, "Ethical and Social Issues in Advertising" in *Consumer Behavior and Advertising Management*, (New Delhi: New Age International (P) Ltd., Publishers, 2006).
- Mark S. Schwartz and Archie B. Carroll, "Corporate Social Responsibility: A Three-Domain Approach", *Business Ethics Quarterly*, Vol. 13, No. 4 (Oct., 2003): 503-530
- Martin P. Golding and William A. Edmundson (eds.) *The Blackwell Guide to the Philosophy of Law and Legal Theory*, (Malden, MA: Blackwell Publishing, 2005).
- Mihaela Frunză, *Expertiză etică și acțiune socială*, (București: Tritonic, 2013).
- N. Allen, "Ethics and visual rhetorics: Seeing's not believing anymore", *Technical Communication Quarterly*, 5, 1996, Winter): 87–105.
- Patricia J. Parsons, *Ethics in Public Relations. A Guide to the Best Practice*, (London and Philadelphia: Kogan Page, 2008).
- Peter Singer (ed.), *Tratat de etică*, (Iași: Polirom, 2006).
- Pleșu, Andrei, *Minima moralia*, (București: Humanitas, 1994).
- Pratt, C. B, E. L. James, „Advertising Ethics: a Contextual response Based on Classical Ethical Theory”, *Journal of Business Ethics*, 13, (1994): 455-468.
- Stuart Hampshire (ed.), *Public and Private Morality*, (Cambridge: Cambridge University Press, 1978).
- Terry L. Cooper (ed.), *Handbook of Administrative Ethics*, (New York: Marcel Dekker, Inc., 1994).
- Virginia Held, "Justification: Legal and Political", *Ethics*, Vol. 86, No. 1 (Oct., 1975): 1-16.
- Weiser, Sarah Banet, *Authentic. The politics of ambivalence in a brand culture*, (New York: University Press, 2012).
- Sandu Frunză, *Comunicare etică și responsabilitate socială*, (București: Tritonic, 2011).
- Sandu Frunză, *Publicitatea și administrația publică sub presiunea eticii*, (Iași: Lumen, 2015).

Evaluare:

Participarea activă la discuțiile din cadrul întâlnirilor. - **1 punct.**

Realizarea temelor primite de studenți pe parcursul semestrului. - **3 puncte.**

Studentii trebuie să predea o analiză în perspectivă etică a unui material reprezentativ pe care îl aleg din sfera comunicării. Analiza nu va depăși 4 pagini și va fi predată în sesiune, în datele prevăzute pentru examen. - **6 puncte**

Detalii organizatorice, gestionarea situațiilor excepționale:

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

Adrese contact: grad@fspac.ro , medveschiulua@yahoo.com

1. Competență morală și integritate

Bibliografie obligatorie:

- Andrei Pleșu – Minima moralia, București, Humanitas, 1994, pp. 3-10
- Denise M. Dudzinski - Integrity: Principled Coherence, Virtue, or Both?, în The Journal of Value Inquiry (2004) 38: 299–313

Bibliografie opțională:

- Andrei Pleșu – Minima moralia, București, Humanitas, 1994, pp. 11-23

2. Etica lui Kant

Bibliografie obligatorie:

- Immanuel Kant – Critica rațiunii practice. Întemeierea metafizicii moravurilor, București IRI, 1999, pp. 205-217

Bibliografie opțională:

- Peter Singer – Tratat de etică, Iași, Polirom, 2006, cap. Etica lui Kant, pp. 205-214
- Thom Braun – The Philosophy of Branding. Great Philosophers Think Brands, Kogan Page, 2004, cap. Kant – and a Balanced Approach, pp. 109-119

3. Etica utilitaristă

Bibliografie obligatorie:

- J.S. Mill – Utilitarismul, București, Alternative, 1994, pp. 17-44

Bibliografie opțională:

- J.J.C. Smart, Bernard Williams – Utilitarianism. For and Against, Cambridge University Press, 1998, cap. Integrity, pp. 108-118
- Peter Singer – Tratat de etică, Iași, Polirom, 2006, cap. 20 Utilitatea și binele, pp. 267-276
- C. B Pratt, E. L. James – Advertising Ethics: a Contextual response Based on Classical Ethical Theory, în Journal of Business Ethics, 13, 1994, pp. 455-468

4. Teoria dreptății a lui John Rawls

Bibliografie obligatorie:

- Ovidiu Caraiani - Dreptate sau moralitate? : o introducere în filosofia politică a lui John Rawls, București, Comunicare.ro, 2008, cap. III Poziția originară, pp. 49-65

Bibliografie opțională:

- Catherine Audard – John Rawls, Queen’s University Press, 2007, pp. 1-25

5. Etica virtuții

Bibliografie obligatorie:

- Aristotel – Etica Nichomatică, București, IRI, 1998, pp. 29-41

Bibliografie opțională:

- O. Williams, P. Murphy - The Ethics of Virtue: a Moral Theory for Marketing, în Journal of Macromarketing, Spring, 1990, pp. 19-29
- Alasdair MacIntyre - Tratat de morală. După virtute, Humanitas, București, 1998, cap. Natura virtuților, pp. 192- 211

6. Etica postmodernă

Bibliografie obligatorie:

- Gilles Lipovetsky - Amurgul datoriei. Etica nedureroasă a noilor timpuri democratice, ed. Babel, București, 1996, Presentare, pp. 17-29

Bibliografie opțională:

- Zygmunt Bauman- Etica postmodernă, Amarcord, Timișoara, 2000, pp. 5-42

7. Etică, brand și comodificarea problemelor sociale

Bibliografie obligatorie:

- Serra Tinic - United Colors and Untied Meanings: Benetton and the Commodification of Social Issues, în Journal of Communication 47(3). Summer, 1997, pp. 3-25

Bibliografie opțională:

- Sarah Banet Weiser – Authentic. The politics of ambivalence in a brand culture, New York University Press, 2012, cap. Branding politics. Shopping for change?, pp. 125-165

8. Etica în relațiile publice

Bibliografie obligatorie:

- Patricia Parsons – Ethics in Public Relations. A Guide to best practice, London, Kogan Page, 2008, Part III, cap. 11 PR Ethics and the media: the old and the new și cap. 12: Persuasion... or propaganda? (pp. 89- 112)
- Genevieve McBride - Ethical Thought in Public Relations, History: Seeking a Relevant Perspective, Journal of Mass Media Ethics, 1989, Vol. 4, No. 1, pp. 5-20

Bibliografie opțională:

- D. R. Holtzhausen - Postmodern Values in Public Relations, Journal of Public Relations Research 12(1), 93–114, 2000, pp. 93-114
- Ian Somerville - Business ethics, public relations and corporate social responsibility în A. Theaker – The Public Relations Handbook , Routledge, 2004, pp. 131- 144

9. Comunicare publică și responsabilitate socială

Bibliografie obligatorie:

- Gilles Lipovetsky- Amurgul datoriei. Etica nedureroasă a noilor timpuri democratice, ed. Babel, București, 1996, cap. Etica, stadiul suprem al comunicării pp. 291-301

Bibliografie opțională:

- David Vogel – The Market for Virtue. The Potential and Limits of CSR, Brookings Institution Press, 2005, cap. The Revival of Corporate Social Responsibility și Is There a Business Case for Virtue? pp. 1-46

10. Branding și etică

Bibliografie obligatorie:

- Martin Kornberg - Brand Society. How Brands Transform Lifestyle, Cambridge University Press, 2010, cap. Ethics. pp. 205-235

Bibliografie opțională:

- Chris Arnold – Ethical Marketing and the New Consumer, Wiley, 2009, cap. 2 The Power of Brand Ethos, și cap. 3 Ethical – Reality or a Brand Image pp. 7-23

11. Aspecte deontologice și normative

Bibliografie obligatorie:

- Codul deontologic al ziaristului adoptat de Clubul Român de Presă
- Codul de practică în publicitate
- Codul de practica profesională în relații publice al ARRPP

Bibliografie opțională:

- Dan Crăciun, Vasile Morar, Vasile Macoviciuc – Etica afacerilor, ed. Paidea, București, 2005, cap. 4 Codificarea eticii în afaceri sau de la informal la formal în nevoia de reglementare morală, pp. 525-547

12. Aspecte deontologice și juridice

Bibliografie obligatorie:

- Legea nr.148 din 26 iulie 2000 privind publicitatea
- Legea nr. 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public

Bibliografie opțională:

- Deni Elliott-Boyle , A Conceptual Analysis of Ethics Codes, Journal of Mass Media Ethics Copyright, 1985, Volume 1, Number 1, pp. 22-26.