

1 Inleiding 7

Deel I Ethiek, cultuur en communicatie in organisaties 15

- 1 Organisatie- en beroepsethiek 17
  - 1.1 De morele crisis 19
  - 1.2 Arbeidsmoraal 22
  - 1.3 Aandeelhouderskapitalisme of ethisch ondernemen? 24
  - 1.4 Maatschappelijk verantwoord ondernemen 26
  - 1.5 De mensen achter het product 29
  - 1.6 Bedrijfsethiek 31
  - 1.7 Beroepsethiek 34
  - 1.8 Conclusie 35
  
- 2 Organisaties en cultuur 37
  - 2.1 Bedrijfscultuur 37
  - 2.2 Leiderschap 40
  - 2.3 Interculturaliteit 41
  - 2.4 Globalisering, internationalisering en interculturele communicatie 46
  - 2.5 Vraagstukken in internationale bedrijfsethiek 52
  
- 3 Ethiek en organisationele communicatie 55
  - 3.1 Ethiek en communicatie 55
  - 3.2 Moraliteit in relatiemanagement 56
  - 3.3 De intermediaire positie 58
  - 3.4 De kloof tussen imago en identiteit 59
  - 3.5 Vertrouwen 59
  - 3.6 De morele ontwikkeling van organisationele communicatie 63
  - 3.7 Samenvatting van deel I 65

Vragen en opdrachten deel I 67

Deel II	Ethische uitgangspunten en morele competentie	73
4	Religie, recht, filosofie en ethiek	75
4.1	Religie	75
4.2	Recht	81
4.3	Filosofie	81
4.4	Levenskunst	84
4.5	De oorsprong van moraal	86
5	Ethische uitgangspunten	89
5.1	Waarden	90
5.2	Deugden	94
5.3	Normen en regels	96
5.4	Ethische theorieën	96
5.5	Deugdenethiek	98
5.6	Utilisme	104
5.7	Beginselenethiek	108
5.8	Communitarisme en zorgethiek	110
5.9	Habermas, Buber, Levinas en postmoderne ethiek	112
5.10	Regels, toezicht, zelfregulering, codes en beroepsethiek	122
6	Morele ontwikkeling	129
	Vragen en opdrachten deel II	135
Deel III	Communicatie-ethiek in de praktijk van organisaties	141
7	Ethische theorieën in de praktijk	143
7.1	Utilisme	145
7.2	Beginselenethiek	147
7.3	Deugdenethiek	149
8	Morele communicatiestilte	151

- 9 Ethiek in organisationele communicatie 153
  - 9.1 Morele communicatiewaarden 153
  - 9.2 Morele strategieën en attitudes 154
  - 9.3 Regels, codes, zelfregulering, toezicht en beroepsethiek 155
  - 9.4 Ethiek en voorlichting 160
  - 9.5 Ethiek en reclame 166
  
- 9.6 Ethiek en interculturele organisationele communicatie 168

Vragen en opdrachten deel III 172

Deel IV Communicatie-ethiek toepassen in organisaties 175

- 10 Kansen voor morele organisationele communicatie 177
  - 10.1 De kansen die ethische theorieën bieden 177
  - 10.2 Externe dwang versus innerlijke dwang 178
  - 10.3 Inter- en multiculturele communicatie 179
  
- 11 Morele dilemma's 185
  
- 12 Ontwikkeling van communicatiemoraliteit 189
  - 12.1 Persoonlijke moraal 189
  - 12.2 Communicatiewaarden 190
  
- 13 Wijzen van communiceren 193
  - 13.1 Symmetrisch en proactief communiceren 193
  - 13.2 Dialoog 194
  - 13.3 Conversatie 195
  - 13.4 Het ethisch overleg van Habermas 196
  - 13.5 Redelijke discussies 197
  - 13.6 Het communicatiekruispunt 198
  - 13.7 Communicatiemiddelen 199
  
- 14 Ethische theorieën toepassen bij organisationele communicatie 201
  - 14.1 Deugdenethiek 202
  - 14.2 Beginselenethiek 203
  - 14.3 Utilisme van Bentham en Mill 206
  - 14.4 Discoursethiek 207
  - 14.5 Zorgethiek 208

14.6	Postmoderne ethiek	209
14.7	Trans-of interculturele ethiek	209
15	Een model voor morele communicatiebesluitvorming in organisaties	211
16	Morele organisationele communicatie	217
	Vragen en opdrachten deel IV	220
	Begrippenlijst	229
	Literatuur	243
	Over de auteur	251