De afdanking van het olieplatform Brent Spar (omslagfoto) leidde in 1995 tot fel internationaal protest, waarbij de milieuorganisatie Greenpeace de stuwende motor was. De ondeskundig hardnekkige protesthouding van de milieubeschermers en de oncommunicatieve houding van oliemaatschappij Shell leidden toen tot een onoplosbaar conflict. Het gevolg was dat niet de beste oplossing werd gekozen. In plaats van afzinken in zee ging het platform naar de sloper.

In terugblik markeert de Brent Spar-affaire de zoektocht naar een nieuwe onderlinge relatie tussen maatschappelijke speler die meer en meer publieke verantwoording willen afleggen voor hun handelen. Concreet en bondig samengevat gaat het om de transformatie van verkopen naar afstemmen, van regentesk naar interactief bestuur, van koppig verzet naar professioneel onderhandelen en van PR naar dialoog of gesprek. De auteurs zien hierin een zinvolle ontwikkeling, maar dit ideaal heeft ook praktische haken en ogen.

Centraal staan maatschappelijke organisaties zoals bedrijven, overheid, de media, politieke partijen, en actiegroepen die in sommige gevallen opkomen voor de natuur, of voor dieren die zelf onmondig zijn. Als ‘morele actoren’ zoeken ze naar overeenstemming tussen belangen, verlangens en idealen die ze in het publieke domein uitdragen en ter discussie stellen. Zo dragen ze zorg voor de kwaliteit van de maatschappij waarin ze opereren.

Omdat de nadruk op consensus ligt, krijgt het ‘proceskarakter’ van de ethiek veel accent: moreel debat en morele dialoog staan voorop. Debat en dialoog spelen zich onder andere af tussen organisaties onderling, tussen overheid en burgers, tussen bedrijven en consumenten.

De boektitel kan op twee manieren worden begrepen. Aan een kant verwijst die naar de ethiek van het communiceren, bijvoorbeeld de verantwoorde wijze van informatie-uitwisseling, en aan de andere kant naar het communiceren van ethiek, bijvoorbeeld de legitimering van beleidskeuzes in de politiek of in het bedrijfsleven ten overstaan van kiezers en consumenten.

Communicatie en ethiek heeft een heldere opzet. De ethische en communicatietheorie komt aan bod in deel 1. In deel 2 staan enkele bekende casussen centraal, onder andere de schermutselingen rond de Brent Spar en de oorlogsjournalistiek in Irak. Daar wordt de ethische theorie zichtbaar en consequent toegepast. Deel 3 werpt een blik op de morele actoren. Ook hier is de samenhang met deel 1 groot, echter, zonder dat de auteurs hun morele actoren in een theoretisch keurslijf dwingen.

De ethische theorie (dl. 1, hst. 1-4) blijkt prima uitgewerkt en kan probleemloos als een zelfstandige inleiding in de ethiek dienen. Ook deel 2 en 3 zijn helder en didactisch. Schema’s, figuren, talrijke voorbeelden en samenvattingen dragen bij tot de kwaliteit van dit boek. Het is heel geschikt voor het onderwijs, maar ook buiten die context erg de moeite waard.

Communicatie en ethiek. Organisaties en hun publieke verantwoordelijkheid, R. van Es (red.)