



# Etikos

ETIKVÆRDIER RELATIONER

## MARKEDSFØRING OG ETISK BEVIDSTHED

- \* *Tillid* - til hinanden
- \* *Tryghed* - i forbindelse med deling af data
- \* *Sikkerhed* - for at vi alle behandler oplysninger fortroligt
- \* *Troværdighed* - at vi kan stole på hinanden
- \* *Omhyggelighed* – fortæl kun sandheden
  
- \* **Det er værdier, der vægtes højt af både behandlere og patienter ved fertilitetsbehandling. Det er et stort dilemma, hvis disse værdier sættes over styr i forbindelse med klinikkernes markedsføring.**

# Det etiske landskab

Hvilke positive konsekvenser vil min handling have?

**KONSEKVENSETIK**  
*efter handlingen*

Hvad er min intention?

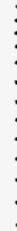
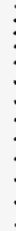
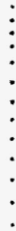
**NÆRHEDETIK**  
*forud for handlingen*

Kan min handling gøres til almen gyldig lov?

**PLIGTETIK**  
*handlingen i sig selv*



# DE FIRE ETISKE PRINCIPPER



**RESPEKT FOR  
SELVBESTEMMELSE**

**HENSYN TIL FYSISK  
OG PSYKISK  
INTEGRITET**

**AGTELSE FOR  
VÆRDIGHED**

**OMSORG FOR DET  
SÅRBARE LIV**



## RESPEKT FOR SELVBESTEMMELSE

En opmærksomhed på forholdet mellem frihed og ansvar

**Friheden til at fortolke og udlægge data**

**Friheden til at sætte en dagsorden**

**Min frihed – andres tryghed**

**Er data tilgængelige? Hvad er sandhedskriteriet?**

**Kan andre træffe valg på et oplyst grundlag?**

## HENSYN TIL INTEGRITET

**En opmærksomhed på grænser og urørlighedszone**

**Fags og menneskers urørlighedszone**

**Det grundlæggende vigtige og værdifulde**

***Det skråsikre over for det undersøgende***

**Hvad er forholdet mellem ord og handlinger?**

**Hvad står der fagligt set på spil i vores markedsføring?**

**Dilemma mellem skjulte værdier og åbenlyse værdier?**

## Markedsføring

## AGTELSE FOR VÆRDIGHED

En opmærksomhed på det ligeværdige budskab

**Dilemmaet mellem det oplysende og det lokkende**

**Hvad er vores dagsorden?**

**Hvad er *mål* og hvad er *middel*?**

**Er vi tydelige på, hvilke værdier vi taler ud fra?**

***Hvis værdier har magten?***

**Er budskabet transparent?**

## OMSORG FOR SÅRBARHED

En skærpet opmærksomhed på vores magt

**AI kommunikations iboende magt**

**Forholdet mellem magt og tillid**

**Dilemmaet mellem økonomi og fag**

**Hvordan værner vi om tilliden i vores markedsføring?**

**Hvad tænker vi om vores fags sårbarhed?**

**Er vi bevidste om, hvad vi fortæller og ikke fortæller?**

# HENSYN TIL INTEGRITET

- \* **En opmærksomhed på grænser – personlige og faglige grænser**
- \* **Noget kan rammes og krænkes <->Den faglige og personlige urørlighedszone**
- \* **Balancen mellem markedsføringsliv og faglig integritet**
- \* **Hvad er grundlæggende vigtigt at få formidlet?**
- \* **Er vores budskab troværdigt og gennemsigtigt?**
- \* **Hvad tænker vi om balancen mellem *tydelighed* og *nuancering* i vores markedsføring?**
- \* **Dilemmaet mellem *klar tale* og *omhyggelighed*?**

# RESPEKT FOR SELVBESTEMMELSE

- \* **Menneskers grundlæggende frihed til at træffe egne valg**
- \* **Frihed vs. fortrolighed**
- \* **Retten til at have forskellige prioriteringer**
- \* **Ansvar for forvaltningen af sin frihed**
- \* **Af hensyn til *hvem* markedsfører vi, som vi gør?**
- \* **Hvis normer sætter dagsordenen? Hvilke stemmer dominerer?**
- \* **Er grundlaget for at andre – patienten - kan træffe *deres* frie valg – i orden?**
- \* **Hvornår begrænser *min* frihed til at ytre mig *andres* frihed?**

# AGTELSE FOR VÆRDIGHED

- \* **Den menneskelige ligestilling**
- \* **Ingen har ret til at tage patent på sandheden**
- \* **Den ligestillende kommunikation (*Jeg-Du* budskabet)**
- \* **Er vi transparente og åbne i vores formidling?**
- \* **Er vi tydelige på, hvilke værdier vi taler ud fra?**
- \* ***Hvis* værdier har magten?**
- \* **Hvad er vores dagsorden?**
- \* **Oplysninger, vi undlader at lægge frem?**
- \* **Hvornår *oplyser* vi? Hvornår *lokker* vi?**



# OMSORG FOR SÅRBARHED

- \* **En skærpet opmærksomhed på magten**
- \* **Ordenens magt og magten i det, der *ikke* bliver sagt**
- \* **Magten til at give data en særlig drejning eller hældning**
- \* **Magten i at have noget, andre gerne vil have del i**
- \* **Hvordan værner vi om tilliden til faget, til branchen, til patienten, til hinanden som kolleger?**
- \* **Hvordan forvalter vi vores magt i vores markedsføring?**
- \* **Dilemmaet mellem forretning, faglighed og tryghed?**
- \* ***Hvis* sårbarhed har vi fokus på i vores markedsføring?**