

JOHANNES BRINKMANN

UBEHAGELIG NÆRINGSLIVSETIKK II

EN ESSAYSAMLING



© Gyldendal Norsk Forlag AS 2018
1. utgave, 1. opplag 2018

ISBN 978-82-05-50078-5
Omslagsdesign: Munch Design
Layout: Bøk Oslo AS
Sats: HAVE A BOOK
Brøttekst: Minion Pro 10,5/15
Papir: 90 g Amber Graphic
Trykk: Opolgraf, Polen 2018

Alle henvendelser om boken kan rettes til
Gyldendal Akademisk
Postboks 6730 St. Olavs plass
0130 Oslo

www.gyldendal.no/akademisk
akademisk@gyldendal.no

Det må ikke kopieres fra denne boken i strid med åndsverkloven eller avtaler om kopiering inngått med KOPINOR, interesseorgan for rettighetshavere til åndsverk. Kopiering i strid med lov eller avtale kan medføre erstatningsansvar og inndragning, og kan straffes med bøter eller fengsel.

Alle Gyldendals bøker er produsert i miljøsertifiserte trykkerier.
Se www.gyldendal.no/miljo

Forfatteren har mottatt støtte fra Det Faglitterære Fond.

Copyright for artikler som er tidligere publisert, for det meste på engelsk, men som er mer eller mindre bearbeidet og oppdatert for denne essaysamlingen på norsk:

Forbrukeretikk: Et systematiseringsforsøk, tidligere publisert i Schjelderup & Knudsen, utg., *Forbrukersosiologi*, Cappelen-Damm, Oslo 2007: 407–437.

(medforfatter K. J. Ims), A conflict case approach to business ethics, tidligere publisert i *Journal of Business Ethics*, 2004, 53: 123–136.

Socratic dialogue – designed in the Nelson–Heckmann tradition: A tool for reducing the theory–practice divide in business ethics, tidligere publisert i Ims & Pedersen, utg., *Business and the Greater Good: Rethinking Business Ethics in an Age of Crisis*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing, 2015: 240–261.

(medforfattere B. Lindemann & R. R. Sims), Voicing Moral Concerns: Yes, But How? The Use of Socratic Dialogue Methodology, tidligere publisert i *Journal of Business Ethics*, 2016, 139: 619–631.

The potential use of sociological perspectives for business ethics teaching, tidligere publisert i *Journal of Business Ethics*, online first 2017.

Combining Risk and Responsibility Perspectives: First Steps, tidligere publisert i *Journal of Business Ethics*, 2013, 112: 567–583.

Forfatteren takker forlagene Cappelen-Damm, Springer og Elgar for deres tillatelser til gjenbruk.

for Beate

Innhold

INNLEDENDE TANKER, OM ESSAYSAMLINGEN SOM ET HELE AV DELER	11
ESSAY 1 EN SKEPTISK TILNÆRMING (ELLER: UBEHAGELIG NÆRINGSLIVSETIKK – HVORFOR OG HVORDAN?)	18
Moral og etikk	20
Konflikt og konsensus	23
Ubehagelig = ulønnsom næringslivsetikk	24
Ubehagelig = irriterende næringslivsetikk	27
Ubehagelig = flertydig næringslivsetikk	28
Ubehagelig = skeptisk næringslivsetikk	29
Sluttbemerkning	31
ESSAY 2 EN (FØRSTE) STUDENTSENTRERT TILNÆRMING: START MED Å SE PÅ DEG SELV	32
Verktøy for å kartlegge egne holdninger til moral og etikk	33
Refleksjon og videre lesning i bakkant av slike selvundersøkelser	34
Egen moral og etikk i forhold til andres moral og etikk	36
Umiddelbart versus langsiktig perspektiv: «karrieremoral»?	38
PS om bruk av rolleperspektiver	39
Vedlegg 1: BI-kurset i Business and professional ethics	41

ESSAY 3 EN (ANNEN) STUDENTSENTRERT TILNÆRMING:	
TENK IGJENNOM DIN EGEN FORBRUKERETIKK	42
Kritikkverdig forbrukeratferd, for eksempel uærlighet	43
Moralpsykologi	44
Kognitiv moralsk utvikling (cognitive moral development)	45
Moralske holdninger	47
Moralsk nøytralisering	48
Moralsosiologi	49
Ansvarsbevisst forbrukeratferd	52
Næringslivets medansvar for forbrukeratferd, og omvendt	56
Et forbrukerbeslutnings- og livsstilsperspektiv	59
Vedlegg 1: Consumer ethics scale (Vitell mfl. 1991)	64
Vedleggstabeller	65
ESSAY 4 EN KONFLIKTTILNÆRMING	66
Konfliktanalyse	72
Konflikter som enheter versus konflikt som egenskap ved enheter	73
Indre og ytre konflikter, innenfor eller mellom individer og grupper	73
Konfliktinnhold, konfliktholdninger, konfliktatferd	74
Interessekonflikt og verdikonflikt	75
Ulike syn på konflikthåndtering	76
Utfall av enkeltkonflikter og konfliktmodifisering	77
Moralsk konflikt	79
Tre typer moralsk konflikt: Dilemmaer, fristelser, avmaktssituasjoner ..	80
Noen antagelser om moralsk konflikt i bedriftsorganisasjoner	81
PS om kasuistikk og case-fokusert moralfilosofi	84
ESSAY 5 EN DIALOGTILNÆRMING	87
Ufravikelige kjennetegn på en sokratisk dialog	88
Rolleforventninger og spilleregler	89
Opplegget for dialogprosessen	90
Publiserte beskrivelser av dialoger	92
Forfatterens selvopplevde eksempler	94
Sokratiske dialogers relevans for undervisning og forskning	98
Kan sokratisk dialog gjøre noe med avstanden mellom teori og praksis? ...	99
Tre avsluttende bemerkninger	104

ESSAY 6 EN SOSIOLOGISK TILNÆRMING	106
Sosiologisk tenkning: begreper, fantasi og utsatt bedømmelse	107
To fortellinger som referanse	111
Første historie. Å si ifra	111
Andre historie: Ikke si ifra?	112
En sosiologisk sjekkliste for næringslivsetiske cases	114
Tre sosiologiske grunnbegreper og perspektiver: avvik, rolle, makt	115
Avvik	115
Sosiale roller	116
Makt	118
Utgangspunkter for en sosiologisk analyse av de to historiene	119
Mer enn korte fortellinger, begrepsklargjøring, sjekklister?	122
Noen bemerkninger om veien videre	124
Et postskript	125
Vedlegg: Videreførende lesestoff (på engelsk)	126
ESSAY 7 EN RISIKOTILNÆRMING	128
Risiko og ansvar: Illustrasjoner I og II	130
Et uanstendig forslag?	130
Risiko og ansvar: Begreper og dimensjoner	132
Risiko og ansvar: Framgangsmåter og referanserammer	136
Risiko og ansvar: Illustrasjon III	144
Risiko og ansvar: Risikoetiske perspektiver	147
Prinsipper som kriterier	147
God informasjon og god kommunikasjon som kriterier	150
Risiko- og ansvarsbevissthet som karaktertrekk	151
PS: En kombinasjon av normativ og deskriptiv risikoetikk?	152
Risiko og ansvar: Illustrasjon IV	153
Risiko og ansvar: (En siste) illustrasjon V	155
Som en åpen avslutning: So what, next?	158
Et neste skritt: En empirisk oppfølging?	158
Et annet neste skritt: Praktisk oppfølging?	159
Neste skritt: Posisjonering innenfor vårt fagfelt?	159
Vedlegg 1	161

10 INNHOLD

ESSAY 8 EN BRANSJE- OG PROFESJONSTILNÆRMING	162
Hva er en bransje?	164
Hva er en profesjon?	167
Empiriske undersøkelser av bransje- og profesjonsetikk	168
Gjør det selv? Hjemmeoppgaveforslag	174
Vedlegg 1	175
ESSAY 9 FAGKRITISK TILNÆRMING	177
Første eksempel: Bachelorkurset i strategi på Handelshøyskolen BI	179
Andre eksempel: Bachelorkurset i markedsføring ved Handelshøgskolen, UiT	186
Læringsutbytte?	193
Vedlegg 1	194
Vedlegg 2	195
Vedlegg 3	196
Vedlegg 4	196
ESSAY 10 TEACHING HOW TO THINK BUSINESS ETHICS	200
TANKER I BAKKANT	206
LITTERATUR	208

Innledende tanker, om essaysamlingen som et hele av deler

Viktigst for næringslivsetikkfaget er det å hjelpe målgrupper som trenger det, med å lære seg å tenke næringslivsetikk. Viktigst for oss som arbeider i typiske vitenskapelige stillinger innen næringslivsetikkfaget, er det å arbeide med publiserbar forskning (det er nok ikke alltid like lett å se hvilke målgrupper som trenger hva).

Næringslivsetikkens status som undervisnings- og forskningsfag kan bidra til rollekonflikter. Undervisning (her til lands ofte omtalt som undervisningsplikt) tar tid som kan gå på bekostning av forskningstid (av mange oppfattet som forskningsrett heller enn forskningsplikt), og forskning kan ta tid fra undervisning (når det gjelder forberedelse, ren undervisningstid, veiledning, eksamensarbeid). Men det kan også være synergier. Vår undervisning kan være (eller påstås å være) forskningsbasert, undervisning kan innebære forskningsformidling, og våre studenter er lett tilgjengelige forskningsobjekter. Og vi kan publisere om undervisningserfaringer eller om råd for undervisning i gode nok vitenskapelige tidsskrifter, noe som da oppvurderer undervisningen til forskning (i og med at den er publiserbar).

Denne essaysamlingen, som et bokprosjekt, er mitt eget forsøk på å utnytte slike mulige synergier samt å redusere rollekonflikten. Prosjektet handler

om forskningsformidling til studenter og andre målgrupper, med fokus på mulige forenklinger her og der, for å bedre forståeligheten av stoffet, men for så vidt på felles premisser, det vil si ikke å gjøre det mer relevant ved å gjøre det mindre kritisk.¹ Mer konkret skisserer boka ulike tilnærminger til å lære bort (og lære seg) næringslivsetikk, og til å forske innen næringslivsetikk. Disse tilnærmingene kan man lese om og undervise om – én av gangen eller i kombinasjoner, uavhengig av hverandre eller i en selvvalgt rekkefølge. Enda mer konkret kunne man si at denne innledningen (som er skrevet til slutt, som innledninger flest) presenterer og reflekterer om hovedtankene i hvert enkelt essay og dermed gjør innledningen til en innledning.

Hvis man vil, kan man rasjonalisere bokideen som en essaysamling om ulike tilnærminger til å lære seg å tenke næringslivsetikk som *triangulering*, slik uttrykket brukes innen samfunnsfaglig metodelære (lånt fra trigonometri, navigering, landmåling) for å få en bedre forståelse av et studieobjekt ved å se på det fra ulike og gjensidig utfyllende vinkler. Det er tale om ex post-rasjonalisering, der forfatteren spør seg om det egentlig er noen fellesnevner eller røde tråder i det råstoffet som i utgangspunktet besto av ulike arbeider² som slett ikke forsto seg selv «som» tilnærminger, altså bokstavelig talt å nærme seg et studieobjekt for å se og forstå det bedre, men da ut fra en grunnholdning av skepsis, beskjedenhet, ydmykhet.

Slik de er ordnet i denne samlingen, er disse mer eller mindre utfyllende og overlappende tilnærmingene skeptiske og studentsentrerte, fokuserer på konfliktstoff og dialogmuligheter, på sosiale relasjoner og risikoer, på mulige fordeler ved å tenke bransje- og profesjonsetikk, og på teorikritikk. I resten

- 1 Her spør det hvordan man ser på næringslivsetikkfagets formål. For meg selv er fagets kjerne kritikk og selvkritikk, av næringsliv og handelshøyskoleliv (jf. essay 2 i Brinkmann 2008). Det langsiktige målet for et slikt fagpolitisk prosjekt er neppe omstridt (for eksempel ved å prøve å være like kritisk som man kan være konstruktiv), men muligens utgangspunktet – forslaget om å starte med ubehagelige, enkle og radikale, iblant systemkritiske spørsmål, *eller* med behagelige løfter om å framstå som ansvarsbevisst og om at det hele stort sett handler om win-win-utfall.
- 2 For det meste publisert på engelsk, se Brinkmann og Ims 2004, Brinkmann 2008, Brinkmann 2012, Brinkmann 2013, Brinkmann 2015, Brinkmann mfl. 2016, Brinkmann 2017a.

av denne innledningen vender vi tilbake til delene og ser på bidraget eller kjernetanken i ett essay av gangen.

En *skeptisk tilnærming* (essay 1) går inn for at næringslivsetikk bør love kritiske *spørsmål* framfor behagelige svar, starte *kritikken* med å invitere til selvkritikk, være *ubehagelig* og ærlig (framfor det motsatte). Som en nærmere utdyping av slike tanker tar dette innføringsessayet et selvkritisk blikk på flertydighetene og mulige blinde felt i selvpoppfatningen av næringslivsetikk og CSR (for *Corporate social responsibility* – bedriftens samfunnsansvar). Et første forslag er her å være mer oppmerksom på moral og konflikter på bekostning av etikk og konsensus. I et neste skritt oversettes og forklares hva som menes når næringslivsetikken portretteres som ubehagelig: at den kan være ikke-lønnsom, irriterende, flertydig og skeptisk.³

En *studentsentrert tilnærming* (essay 2 og 3). Næringslivsetikk handler ikke om seg selv, men om å utløse konstruktiv selvkritikk på målgruppenes premisser, det vil si i praksis gjerne fulltids- eller deltidsstudenter i økonomisk-administrative fag, som forbereder seg på arbeidsroller eller som allerede befinner seg i slike roller. Økonomistudenter (fulltid eller deltid, uten eller med arbeidslivserfaring) kommer ikke som ubeskrevne blad til studiene sine, men har hver sine individuelle holdninger og verdier og hver sin moral i bagasjen. «Studentsentrert» betyr da at slik bagasje tas på alvor, at etikkundervisningen forholder seg klokt og kritisk til slike forutsetninger på individ- og gruppenivå som sitt råstoff. Med eller uten henvisning til klassiske idealer om «kjenn deg selv» er det en god idé å invitere økonomistudentene til selvgranskning og selvkritikk, til å stille seg selv spørsmål som: Hvem er jeg? Hva har formet meg? Hva er mine visjoner og ambisjoner for mitt liv generelt og min arbeidslivskarriere spesielt, hva er mine prioriteringer, samt og ikke minst: hva ville være en etikkundervisning «på mine premisser»?

Seminar- eller dialogdeltagere som er yrkesaktive deltidsstudenter, kan relatere en slik invitasjon til selvrefleksjon til egen arbeidslivserfaring, med sine typiske konflikter og synergier mellom egne holdninger og verdier og

3 I stedet for flertydig kunne man også si dialektisk. Henvisningen til skepsis er primært inspirert av den tyske filosofen Weischedel som liker å bruke *Fraglichkeit* (tvilsomhet) som et første enkelt stikkord for sin skeptisisme.

det som typisk forventes i arbeids- og profesjonsroller. For mange fulltids økonomistudenter uten slik arbeidslivserfaring kan erfaringer som forbrukere i vårt økonomiske system være en alternativ praksisreferanse – med en slik underliggende tanke er et essay tatt med som inviterer til selvkritisk refleksjon om ens forbrukeretikk. Dette essayet tar for seg fire undertemaer: kritikkverdigg forbrukeratferd (forbrukere som potensielle kjeltringer), ansvarsbevisst forbrukeratferd (forbrukere som potensielle pådrivere for bedre livskvalitet for dem selv og ikke minst for andre), forbrukeratferd i et ansvarsdelingsperspektiv samt forbrukeratferd i et beslutnings- og livsstilsperspektiv.

En *konflikttilnærming* (essay 4) antar mer eller mindre eksplisitt at næringslivsetikk er mest praksisrelevant som håndtering av moralske konflikter. Derfor er det ikke overraskende at arbeid med konkrete konflikt-cases kan være lærerikt og derfor er flittig brukt i etikkundervisningen. Utgangspunktet er gjerne mer eller mindre komplekse fortellinger der en individuell eller kollektiv beslutningstager har som oppgave å håndtere et dilemma (eller en fristelse, eller maktmisbruk) samt å kunne gi en overbevisende begrunnelse, i tråd med etiske kvalitetskriterier (i motsetning til kvasibegrunnelser, såkalt moralsk nøytralisering). Her, som i andre innføringstekster, presenteres først noen konfliktsituasjoner samt noen eksempler på «sjekklister». Deretter presenteres noen nyttige distinksjoner og problemstillinger fra samfunnsvitenskapelig konfliktforskning, som en potensiell berikelse av tradisjonelt arbeid med næringslivsetiske cases, slik som: Hva er primære konflikttyper, ikke minst typer av moralske konflikter? Hva er typiske forskjeller mellom ikke-moralske og moralske konflikter? Kan det være fruktbart å skjelne idealtypisk mellom undertyper av moralske konflikter – dilemmaer, fristelser, samt situasjoner med maktmisbruk? Finnes det eventuelt anvendelige tommelfingerregler for hvordan moralsk konflikt kan og bør håndteres i organisasjoner? Hva er typiske sterke og svake sider ved kasuistikk som klassisk case-analyse?

En *dialogtilnærming* (essay 5). Undervisning i næringslivsetikk handler om (eller bør handle om) å lære seg filosofisk tenkning og filosofiske undersøkelser. Har man en slik ambisjon, bør man bruke sokratiske dialogopplegg framfor å overlesse studenter med vel mye generisk informasjon om mer eller mindre klassiske moralfilosofiske navn og tilnærminger. I dette essayet menes med

sokratisk dialog en samtaleprosess i smågrupper etter et opplegg som er foreslått av de tyske filosofilærerne Leonard Nelson og Gustav Heckmann (inspirert av Platons klassiske dialoger med Sokrates som den evig utspørrende hovedpersonen, som kommunikasjonens «jordmor»). Næringslivsetikk-fagmiljøet med sine tradisjoner innen diskursetikk og interessent-dialog bør da vurdere og prøve ut et slikt opplegg for «walking the talk», ved å tilby deltagerne en læring ved gjøring-erfaring av hvordan en virkelig god moralsk samtale kunne arte seg, ikke minst for å overskride moralsk stumhet («muteness», jf. Fred Birds arbeid om dette). En tredje type argument for en slik tilnærming er at den kan utfylle konflikttilnærmingen (se essay 4) – som en produktiv måte å ta opp og håndtere konflikt-cases på, der de involverte partene tar et delt ansvar for å arbeide seg fram til en bra nok konsensus.

En *sosiologisk* eller *relasjonell tilnærming* (essay 6) poengterer at næringsliv og næringslivsetikk ikke bare handler om individer, men også (eller først og fremst) om mellommenneskelige, sosiale og samfunnsmessige relasjoner, og man spør da typisk hvordan man kan skape eller fremme et organisasjons- og bransjeklima der medlemmene tør å ytre moralske bekymringer, eller hvordan konkurrenter kunne dele på ansvaret for det etiske klimaet i det egne markedet eller den egne omverdenen. I tillegg til å presentere noen få begrepsklargjøringer og noen henvisninger til de få næringslivsetikk-artikler der det loves noe sosiologi i tittelen, undersøkes her noen sosiologiske grunnbegreper med en vurdering av deres nytteverdi for undervisning og forskning innen næringslivsetikk. I tillegg markedsføres sosiologisk fantasi som en interessant forlengelse av moralsk fantasi, samt sosiologisk tenkning under henvisning til dens gode vane om utsatt vurdering. Essayets hovedbidrag består i at næringslivsetiske case-eksempler presenteres i sosiologiske avviks-, rolle- og maktperspektiver, at det skisseres en sosiologisk opplyst sjekklister for case-analyser samt ikke minst en systematisk sammenligning mellom moralsosiologi, moralfilosofi og moralpsykologi.

En *risikotilnærming* (essay 7). Framfor å beskyldte næringslivsetiske syndere «ex post», altså når noe galt har skjedd, slik som mediene ser ut til å like det, hevdes her at næringslivsetikkfaget bør fokusere på ansvar «ex ante», for *framtidige* hendelser og situasjoner *før* det er for sent, eller med andre ord,

å fokusere på ansvar for risikoer. Risiko og ansvar presenteres her nærmest som hverandres skygger, som sterk gjensidig avhengighet, eventuelt dialektikk: det å ta en risiko utløser problemstillinger om ansvar, det å ta ansvar innebærer en risiko for å bli stilt kritiske spørsmål. Dette essayet utdyper nærmere hvorfor disse to perspektivene bør kombineres, både begrepsmessig og når det gjelder prosedyrer og sjekklister. I denne forbindelse brukes fem «illustrasjoner» (to case-fortellinger, ledelse, COSO-sjekklister, samt ikke minst forsikring som et opplegg for risiko- og ansvarsdeling). I sluttbemerkningen skisseres aktuelle neste skritt når det gjelder empirisk og praktisk arbeid, samt ikke minst argumenter for en posisjonering av risikoperspektiver innenfor vårt fagområde.

En *bransje- og profesjonsetisk tilnærming* (essay 8). Det er fare for at næringslivsetikk og CSR blir for generelle, handler om alt og ingenting. Et alternativ kan være å posisjonere næringslivsetikkfaget som bransjeetikk og som profesjonsetikk for økonomer, med fokus på *særegne*, avgrensbare markeder for varer, tjenester, arbeidskraft, ekspertise – med hver sine særegne etiske utfordringer. Et annet argument har å gjøre med ambisjoner om praksisrelevans og implementering: at bransje- og profesjonsorganisasjoner er aktuelle alliansepartnere for etikkarbeid (de skal jo tjene henholdsvis medlemsbedriftenes og de individuelle medlemmenes felles interesser, til tross for konkurrerende egeninteresser ellers, i og med at de skal være opptatt av bransjens eller profesjonens etiske klima, anseelse eller omdømme, av forsvarlig faglig og etisk kompetanse, av kvalitetssikring av utdanning). Med utgangspunkt i rustnings- og begravellesbransjen samt reklame, PR og eiendomsmegling som markedsføringsprofesjoner og med korte klargjøringer av bransje- og profesjonsbegrepet ligger hovedvekten i dette essayet på hvordan man kan undersøke etisk klima på bransje- og profesjonsnivå, empirisk.

En *fagkritisk tilnærming* (essay 9). Det er blitt vanlig at studieopplegg innen økonomi og administrasjon inneholder egne kurs i næringslivsetikk, som oftest på grunn av akkrediteringskrav. Idealet er likevel at næringslivsetisk tenkemåte integreres som selvkritisk refleksjon av kjernefagene, så å si innenfra, fag som regnskap og revisjon, markedsføring, organisasjon og ledelse, eller strategi. Antagelsen er da at man uten slik integrering ikke kan oppnå en kritisk forståelse av disse fagenes praksis og ikke minst fagenes teoretiske premisser for

slik praksis. Eller med andre ord, det er ikke professorene i næringslivsetikk, men professorene i markedsføring, regnskap eller strategi som underviser i næringslivsetikk, gjennom hva de måtte kommunisere mellom linjene. Med utgangspunkt i slike tanker og overveielser handler dette essayet om mine egne erfaringer med gjesteforelesninger i anvendt etikk innenfor kollegaers innføringskurs i strategi og i markedsføring.