

Nasjonalt workshop i profesjonsetikk

Trondheim 15.-16. juni 2009



Denne workshopen
arrangeres av
Profesjonsetisk nettverk
i samarbeid med
Program for anvendt etikk
ved NTNU og tidsskriftet
Etikk i Praksis.



Program mandag 15. juni:

- 11.00-12.00: Lunch
- 12.00-12.15: Åpning ved May Thorseth
- 12.15-14.30: Fellessesjon: "Telling og Tillit" (rom D2)
 - 12.15-13.00: Marie Aakre: Etisk Regnskap
 - 13.00-13.45: Solveig Botnen Eide: Tillit i Profesjonene
 - 13.45-14.30: Jens Erik Paulsen: Kvantifisering i Profesjonene
- 14.30-15.00: Kaffe
- 15.00-17.00: Parallellsesjoner
 - 1a.: Helse, kunnskap og etikk (rom D2)
 - 1b.: Etikk i forvaltningen (rom D6)
- 17.00-18.00: Generalforsamling, Profesjonsetisk nettverk
- 20.00: Festmiddag, Lian restaurant

Program tirsdag 16. juni:

- 08.45-12.00: Fellessesjon: "Ethics in a Time of Crisis" (rom D2)
- 09.00-09.30: Rune Skarstein: Background of the Financial Crisis
- 09.30-10.30: Vilhjalmur Arnason: The Economic Crisis in Iceland
- Ethical Perspectives
- 10.30-10.45: Coffee
- 10.45-11.30: Harald Grimen: The Problem of Mistrust
- 11.30-12.15: Ove Jacobsen: Financial and Environmental Crisis
- 12.15-13.15: Lunch
- 13.15-17.15: Parallellsesjoner
 - 2a: Bedriften i samfunnet (rom D2)
 - 2b: Profesjonsetikk og refleksjon (rom D7)
- 15.15-15.30: Avslutning



Profesjonsetisk workshop 2009: Program parallellsesjoner:

Bolk 1a

Mandag kl. 15-17, rom D2:

Helse, kunnskap og etikk

Berit Støre Brinchmann: Undervisning og studentarbeid om kliniske etikk-komiteer.

Lars Ursin: Å myndiggjøre vs. å ansvarliggjøre - noen generelle betraktninger.

Bjørn Myskja: Tilbud om gentest ved bryst- og eggstokkreft: Viktige verdivalg.

eller

Bolk 1b

Mandag kl. 15-17, rom D6:

Etikk i forvaltningen

Siv Ekra: Likebehandling og forvaltning. Om Fiskeridirektoratets rolle basert på ny forvaltningsreform.

Harald Madsen: Myndighetenes etikkstandard – sett utenfra.

Bodil Mørland: Samarbeid på tvers for barnets beste. Utdanningsinstitusjoners forberedelse for samarbeid mellom barnehage, barnevern og helsestasjon.

John Hermanssen: Økologi og økologers posisjon i beskrivelse av økosystemer (tropisk skog).

Bolk 2a

Tirsdag 13.15-15.15, rom D2:

Bedriften i samfunnet

Øivind Hagen: Mellom selvoppyllende profetier og selvforføring. Om CSR-eksponering som drivkraft for organisasjonsendring.

Siri Granum Carson: I bedriftens beste interesse? Noen juridiske og etiske betraktninger rundt stakeholderteorien i lys av en canadisk høyesterettsdom.

Stig Larssæther: Ansvarlige bedrifter eller moralske produkter? CSR i et aktørnettverk-perspektiv.

eller

Bolk 2b

Tirsdag 13.15-15.15, rom D7:

Profesjonsetikk og refleksjon

Björg Aglen: Sykdomsforebygging og selvhjelp i et profesjonsetisk perspektiv.

Bengt Molander: Refleksjon som kunnskapskälla?

Berit Groven: Effektevaluerte tiltak og skjønnsanvendning i det spesialpedagogiske arbeidsfeltet – som ild og vann eller hånd i hanske? - En undersøkelse knyttet til avveininger om barns behov for spesialpedagogisk hjelp.

CSR Forum NTNU

Innlegg på profesjonsetisk workshop 2009
NTNU Dragvoll 16.juni, 2009

Øivind Hagen
Forsker SINTEF Teknologi og samfunn/
Koordinator CSR Forum NTNU

CSR Forum NTNU

- En arena for informasjons- og kunnskapsdeling på CSR ved NTNU
- Et forsøk på å konstituere CSR-forskning ved NTNU og å styrke NTNU's profil på CSR
- Har som ambisjon å stimulere til økt CSR-aktivitet på NTNU
- Skal fungere som en ressursbase for CSR-forskning og CSR-forskere ved NTNU
- Initiativet kommer fra IØT og CSR Forum driftes av IØT

Arrangement CSR Forum NTNU vår 09

- CSR Research Seminar 25. mai 2009: “Communicating CSR: Enhancing or inhibiting socially responsible business practice?” med bla dr. Juan Miguel Rey fra Universtitet i Grananda, Spania
- CSR-stream på Program for anvendt etikks seminar på NTNU 15-16. juni 2009
- CSR Research seminar med professor Prakash Sethi og dr. Jouni Korhonen 13. august 2009
- Planer om flere seminar høsten 2009

For mer info....

www.iot.ntnu.no/csr

Mellom selvoppfyllende profetier og selvforføring

-

Om CSR-eksponering som drivkraft for organisasjonsendring

Innlegg på profesjonsetisk workshop 2009
NTNU Dragvoll 16.juni, 2009

Øivind Hagen
Forsker SINTEF Teknologi og samfunn/
Koordinator CSR Forum NTNU

HÅG som case

- Norsk suksessfortelling
- Reorientering på 1970-tallet
- Karismatisk eier/styreformann
- Utvidet produktkonsept
- Differensieringsstrategi: "Annerledes og bedre"
- CSR-pioner i norsk sammenheng
- Ekspressiv
 - Karismatisk leder, utvidet produktkonsept, opptatt av image og merkevarebygging, god på markedsføring, storytelling helt sentralt, ønsker å fremstå som pioner og proaktiv
- Tung miljøatsing tidlig på 1990-tallet
 - Kommuniserte dette tungt før interne system var på plass
 - Ble eksponeringen brukt for tvinge frem endring??????

Noe skjer med språket i næringslivet på 1990-tallet

- Nye begrep:
 - Corporate citizen, industriell økolog, verdikjedeledelse, utvidet produsentansvar, økoeffektivitet, dematerialisering, økodesign, end-of-life treatment, loop closing, eco-industrial parks, radikal økoinnovasjon
- Oljeselskap blir energiselskap
- British Petroleum blir “beyond petroleum”
- Tomra: “Helping the world recycle”
- HÅG slogans:
 - “Design for reinkarnasjon”
 - “Fra vugge til vugge”

bp



Reaksjoner på ”beyond petroleum”

- *NYT*: ”How can an oil company be beyond petroleum without actively distancing itself from its core product...”
- *Fortune*: ”If the worlds second largest oil company is beyond petroleum, *Fortune* is beyond words”
- ExxonMobil: ”There is a Norwegian saying that ’The spouting whale gets harpooned’”

Fra HÅGs årsrapporter på 90-tallet

- “[...] “Norge som en av verdens rike industrinasjoner bør ta hele sitt vekstbegrep opp til vurdering. Jorden er et lukket økosystem. Hvis vi ikke velger en ny strategi, vil vårt forbruk og de avfallsproblemer det skaper, komme til å ødelegge hele vårt eksistensgrunnlag. Vi må gå fra ‘bruk og kast’ til ‘bruk og bruk om igjen’”. I ledelsen i HÅG har vi allerede gjennom flere år vurdert hvordan bedriften kan ta denne problemstillingen på alvor” (HÅG Annual report, 1993:1)
- “Access to clean water and sufficient food for a rapidly increasing population are fundamental requirements which need to be met. From this perspective, can HÅG justify manufacturing chairs?” (HÅG Annual report, 1995: 20)
- I en ‘bærekraftig utvikling’ vil verdiskapning i større grad utgjøres av elementer som service og sosiale verdier. [...] Er vår suksess kun betinget av å produsere stadig flere stoler? [...] Med videre fokus på miljø mener vi å kunne forsvare fortsatt økt produksjonsvolum, selv om det betyr økt ressursforbruk totalt (HÅG årsrapport, 1996: 20)

Om HÅG - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Back Forward Stop Refresh Home Search Favorites Media Mail My Yahoo! Personals LAUNCH Sign In


Address http://www.hag.no/hag_norway.nsf/pages/carbump Go Links

HÅG [Hjem](#) | [Søk](#)

[Produkter](#) [Om HÅG](#) [Kontakt](#)

DETTES ER HÅG
DYNAMISK ERGONOMI
MILJØ
STØTFANGERE
IR
JOBB I HÅG
PRESSE ROM

**essential
move.**



Støtfangere og Ketchupflasker

I 2001 klarte vi å få til en ny resirkulert materialflyt; HÅG tok initiativet til å samle og resirkulere brukte støtfangere og ketchupflasker i samarbeid med Bilansvarsforbundet og Plastkretsen. Plastikken blir vasket og regranulert hos en gjenvinningsbedrift i Sverige. Etter ny innfarging, blir råmaterialet sendt til Lycro i Norge for støping av nye seter og rygger til HÅGs produkter.

Vi har skiftet ut jomfruelig råmaterialer med plast fra støtfangere og husholdningsplast i HÅG Conventio, setet i HÅG Capisco og er i ferd med å gå over til gjenvunnet materiale i flere produkter.

For å gjøre en ekstra innsats for miljøet startet HÅG fra 01.01.02 å bruke støtfangere og husholdningsplast også i HÅG H03. HÅG brukte 200 tonn resirkulert plast i 2002. Det betyr at 200 tonn plast er spart - og gitt nytt liv! Og det morsomme er at det nye livet er gitt en garanti til å bli lenger enn det første!

[Miljø](#)

[INVESTOR RELATIONS](#) → [BESTILL KATALOG](#) → **your move.**

Internet

Start Om HÅG - ... Komm i org Microsoft P... 14:50

Hva er CSR?

- Fra Smith via Keynes til Friedman
- Trippel bunnlinje (Elkington, 1998)
- WBCSD: *...the continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large* (WBCSD, 1999: 3)
- 5 dimensjoner: miljø, sosial, økonomi, interessent og frivillighet (Dahlsrud, 2006)
- Det utvikler seg en hel industri rundt CSR

Min tilnærming til CSR

- CSR er et akronym (videre)utviklet av næringslivet på midten av 90-tallet som svar på globaliseringskritikken
- CSR er begrep/språk utviklet for at næringslivet skal kunne delta i diskursen om bærekraftig utvikling og sin egen rolle i samfunnet
- CSR er en del av den ekspressive bølgen
- CSR er merkevare i seg selv. Alt som har med samfunnsansvar å gjøre blir bakt inn i akronymet, og dermed lett kommuniserbart.
- **Med CSR forsvinner skillet mellom kommersiell og ikke-kommersiell kommunikasjon fra bedrifter**
- **CSR er skjæringspunktet mellom markedsføring, PR og OU – kommersiell kommunikasjon, omdømme og endring**

CSR som auto kommunikasjon

- Markedsføring/ekst. komm. er like viktig mot egne ansatte som mot markedet (Christensen, 2004)
- Moralske budskap fra en bedrift angår i større grad ansatte enn tradisjonell reklame som spiller på følelser og det imaginære (Morsing, 2006) – sosial identitetsteori/gruppedlemskap og identitet
- Organisasjonsmedlemmers refleksjon over eget image kan være en drivkraft for endring
- Omgivelser er et speil eller medium som organisasjonen ser seg selv og sine verdier i
- Prestisjefylte medium gir større refleksjonskraft
- **CSR-kommunikasjon blir møtepunktet mellom branding, omdømme og organisasjonsendring**
- **CSR-kommunikasjon fungerer som et grenseoverskridende symbol**

Ulike faser i HÅGs CSR-satsing

1. Eksponering
2. Oppfølging
3. Stagnasjon
4. Utslippssaken

Samfunnsansvar blir en del av merkevaren: HÅG

adresa.no - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

Back Forward Stop Home Search Favorites Media Refresh Print Mail

Address <http://www.adresa.no/utskrift.jhtml?articleID=471320> Go

Search Web Mail My Yahoo! Personals LAUNCH Sign In

Adresseavisen

oppdatert: 04.02.04 | 10:35

Møbelprodusent meldte eget utslipp til SFT

Røros (NTB): Møbelprodusenten HÅG har meldt seg selv til Statens forurensningstilsyn (SF) for ulovlig utslipp av forurenset vann til det kommunale avløpet og fyllplassen på Røros.

Tekst:

Bedriften har også brent miljøfarlig epoksyavfall i en pyrolyseovn uten tillatelse, ifølge NRK.

- Vi tar fullt ansvar for denne uakseptable praksisen, og har med umiddelbar virkning igangsatt tiltak for å få brakt forholdene i overensstemmelse med norsk lov og HÅGs egne miljømål, uttaler HÅGs miljøsjef Frank Hugo Storelv i en pressemelding.

Under en gjennomgang av produksjonsprosessen ble det avdekket at bedriftens prosessvann var basisk og inneholdt et bredt spekter av metaller og stoffer. HÅG har sluppet ut 750 tonn forurenset vann til det kommunale ledningsnettet i kommunen de siste tre årene, samt 200 tonn forurenset prosessvann på en fyllplass. I tillegg har bedriften kvittet seg med slam og produksjonsrester på Kvitsand uten å undersøke innholdet for eventuelle forurensninger.

Etter at forholdene ble avdekket, ble utslippene stanset umiddelbart, og det er etablert avtale om leveranse av forurenset prosessvann til godkjent mottak, ifølge HÅG. Brenning i pyrolyseovnen er også stanset.

<http://www.adresa.no/nyheter/innenriks/article.jhtml?articleID=471320>

Done Internet

Start | 2 I... | PhD | Micr... | 2 M... | gru... | 16:59

Diskusjon av HÅGs fire faser

- HÅG eksponere proaktivitet gjennom CSR-branding
 - Del av en større utvikling (design, ergonomi, fysisk kvalitet)
 - Skriver seg inn i større diskurser gjennom eksponeringen
- Oppgangsfase: image forsterker intern CSR-satsing
 - Enactment: gjennom branding konstruerer HÅG sine egen omgivelser (handlingsrom) som de må leve opp til
 - Havner i positive, selvoppfyllende prosesser
- Nedgangsfase: image forfører organisasjonen
 - Manglende distribuert refleksjon i organisasjonen
 - Ledelsen tar bare inn informasjon som bekrefter imaget som proaktiv, andre signaler siles ut
 - Blendes og forføres av sin egen merkevare
- Altså:
 - Autokommunikasjon virker både selvoppfyllende og selvforsterkende

Konklusjon: Bedrifter konstruerer sine omgivelser og seg selv gjennom bruk av CSR i merkevarebygging

- Organisasjoner konstruerer selv sine omgivelser – de er ikke objektivt gitt. Derigjennom skaper de også sitt handlingsrom.
- Informasjonskaos forebygges ved at org.kultur virker som filter
- Organisasjoners konstruksjon av omgivelser er farget av eksisterende begrep og forestillinger
- Informasjon som bekrefter eksisterende forestillinger vektlegges, mens informasjon som utfordrer eks. forestillinger tones ned
- Organisasjoner bestemmer/vedtar (enact) sine omgivelser ved å respondere på sin egen konstruksjon av omgivelsene
- Den tilbakevirkende kraften av merkevarebygging virker både selvoppfyllende og forførende

**ANSVARLIGE BEDRIFTER
ELLER
MORALSKE PRODUKTER?**

**CSR I ET
AKTØRNETTVERK PERSPEKTIV**

CSR SOM MORALSK PROSJEKT

- INDIVID-ORIENTERT ETIKK
- MANAGERIALISME MED LEDERE SOM PRIMÆRT MORALSK SUBJEKT
- ENKELT-ORGANISASJONER SOM MORALSK (HOMOGEN) ENTITET
- FORSØK PÅ MORALSK RENSELSE
 - SKILLE MORALSK OG ØKONOMISK LOGIKK
 - DEDIKERTE PRAKSISFELT OG RUTINER

AKTØRNETTVERK-TEORI

- FRA ORGANISASJONER TIL ORGANISERING I NETTVERK
- FRA INDIVIDBASERT ETIKK TIL DISTRIBUTUERT HANDLING
- FRA HUMAN-SENTRERT MORAL TIL HETEROGENE NETTVERK
 - MENNESKELIGE OG IKKE-MENNESKELIGE AKTØRER
 - DELEGERT MORAL

CSR SETT FRA ANT

- INNRAMMING AV MORALSKE AKTØRER
 - MORALSKE LEDERE
 - SUVERENE FORBRUKERE
- KONSTITUERING AV MORALSK PRAKSIS I NETTVERK
 - PRODUKSJONS-FORBRUKSSYSTEMER
 - ULIKE PRAKSISFELT OG MORALSKE AGENDAER PÅ TVERS AV ORGANISASJONER
- ETISK URENE STANDARDER
 - KONKURRERENDE MORALSKE PROSJEKT
 - ØKONOMISKE OG MORALSKE KALKYLER FLYTER OVER I HVERANDRE

STYRKE OG SVAKHET VED ANT

- DISTRIBUTUERT HANDLINGSTEORI
ÅPNER NYE PERSPEKTIVER PÅ
MORALSK PRAKSIS
- MEN - UKLART SKILLE MELLOM
ANSVARLIGHET OG MORALSK
HANDLE-KRAFT
- BEHOV FOR OVERSETTELSE TIL
POLITISK/PRAKTISK SAMMENHENG

I bedriftens beste interesse

– noen etiske og juridiske betraktninger om stakeholderteorien i lys av en aktuell canadisk høyesterettsdom



Siri Granum Carson,
Program for anvendt etikk

Master in Applied Ethics

– one year programme



Erasmus Mundus Master in Applied Ethics

NTNU - Linköping University - Utrecht University

Deadline for applications 2009-2010: 1. May

(15. January for non-European students).

The programme is suited for students who

- have a master or a professional degree and want to supplement their qualifications with a one-year master in ethics - or qualify for a Ph.D in applied ethics. Basic qualifications in ethics are required.
- have a bachelor's degree in philosophy and seek specialisation in ethics. The one-year international master may be supplemented with a second year resulting in a two-year master degree in philosophy at NTNU.

International study environment

- The master programme is supported by the EU commission granting scholarships to non-European students. Students are recruited from all over the world.
- Students study in two of the three partner institutions, half a year at each institution.
- European students can apply for regular Erasmus student exchange scholarships. Students can also apply for scholarships for a short study period at the University of Stellenbosch, South Africa.

For further information visit www.anvendetikk.ntnu.no or contact May Thorseth, tlf +47 73 596535, may.thorseth@hf.ntnu.no

Programme for Applied Ethics
Department of Philosophy



 **NTNU**
Innovation and Creativity

 **NTNU**
Det skapende universitet

Directors must do what's best for firm, shareholders secondary: Supreme Court

Last Updated: Friday, December 19, 2008 | 9:09 PM ET [Comments](#) [7](#) [Recommend](#) [8](#) [CBC News](#)

In a precedent-setting judgment, the Supreme Court of Canada has ruled that directors of a company have a primary duty to do what is best for the corporation — not necessarily its shareholders or bondholders.

And Canada's top court ruled against the idea that the interests of shareholders supercede those of other stakeholders, such as investors who have bought bonds.

The clarifications governing corporate law in Canada comes from a 76-page written judgment on a decision the court had made back in June, when it gave the go-ahead on the planned privatization of BCE Inc., owner of Bell Canada.

"The Business Judgment Rule"

Begrep fra amerikansk forretningslov:

Retten vil ikke vurdere bedriftslederes beslutninger så sant disse er tatt i "god tro" og med utgangspunkt i prinsippet om "bedriftens beste interesse".

“In a free-enterprise, private-property system, a corporate executive is an employee of the owners of the business. He has direct responsibility to his employers. That responsibility is to conduct the business in accordance with their desires, which generally will be to make as much money as possible while conforming to the basic rules of the society, both those embodied in law and those embodied in ethical custom.”

(Milton Friedman: “The Social Responsibility of Business is to Increase its Profits”, *The New York Times Magazine*, 13. September, 1970).

Bedriftens beste interesse 1: Dodge vs. Ford

- Bedriftens beste interesse \approx eiernes interesse
- Bedriftens ledere er forpliktet til å handle i eiernes interesse, siden det er disse lederne har en "tillitsforpliktelse" ("fiduciary duty") overfor.
- Friedman: Agent-principle-modellen.

Bedriftens beste interesse 2: Stakeholderteorien

- Bedriftens interesse \neq eiernes interesse.
- "Holistisk" forståelse av bedriften.
- Fra betenkningen til canadisk høyesterett:
"The duty of the directors to act in the best interest of the corporation comprehends a duty to treat individual stakeholders affected by corporate actions fairly and equitable."

Revlon vs. MacAndrews

- Delaware 1986: Når bedriften skal selges endres ledelsens forpliktelse fra "bedriftens overlevelse" til det å maksimere salgsverdien til andelseiernes fordel.
- Canadisk høyesterettsdom historisk viktig fordi den benekter såkalte "Revlon duties" til fordel for en forpliktelse til å behandle alle stakeholdere rettferdig og i overensstemmelse med "the corporation's duties as a responsible citizen".

Kritikk av stakeholderteorien

“[S]takeholder theory [...] is fundamentally flawed because it violates the proposition that a single-valued objective is a prerequisite for purposeful or rational behaviour by any organization. In particular a firm that adopts stakeholder theory will be handicapped in the competition and leaves its managers empowered to exercise their own preferences in spending the firm’s resources.”

(Michael C. Jensen: "Value Maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective function", s. 10)

Diskursetikk som grunnlag for stakeholderteorien

- Kommunikativ rasjonalitet vs. Instrumentell rasjonalitet – moralsk vs. strategisk fundament for stakeholderteorien.
- Spesifisering av Freemans definisjon av stakeholdere – mulighet for å skille ut legitime stakeholdere.
- Fokus på *prosess* snarere enn *konsekvens* – jfr. Canadisk høyesterettsdom.

Tentative konklusjoner:

- Stakeholderteoriens inntog i rettspraksis: Endringer i forståelsen av begrepet "bedrift".
- Dermed også endring i forståelsen av konkrete normer som "Business Judgment Rule".
- Taler til fordel for prosedural forståelse av normene.