



Samfundsansvar i virksomheder?

En undersøgelse om virksomheder kan have moralsk ansvar

ANVENDT FILOSOFI – KANDIDATSPECIALE

AF SØREN PALLISGAARD KONNERUP OG SUNE LUNDGAARD ENEVOLDSEN

STUDIENUMMER: 20093727 OG 20186301

VEJLEDER: JES LYNNING HARFELD

ANTAL ANSLAG: 189460 (78,9 SIDER)

IKKE FORTROLIGT

ABSTRACT

This master's thesis explores the responsibility of corporations in regard to climate change. The thesis is structured as a literature study. The main authors used to examine the field between responsibility and corporations are economist Milton Friedman's *Shareholder-Theory* and the philosopher Phillip Pettit's *Responsibility Incorporated*. Responsibility in regard to the climate change raises a lot of complicated philosophical questions. In this thesis we focus on the way capitalism responds to criticism as described by Éve Chiapello's *Capitalism and Its Criticism*. Afterwards we incorporate relevant theory by the philosophers Jacob Dahl Rendtorff, Kristian Høyer Toft and Mark Sagoff to examine how the concept of a citizen is defined and how a corporation is able to participate in society as a citizen. Another way to examine if a corporation is a moral agent is to examine if they are able to a person and if it meets the criteria for being a person. These criterias are identified by Harry G. Frankfurt in *Freedom of the will and the concept of a person*. We use Frankfurt's concept of a person and Pettit's description of a corporation to determine that it is possible to regard a corporation as a person and therefore a moral agent. Pettit argues that corporations are able to hold responsibility as a group and sets up three necessary conditions for fitness to be held responsible. We use the Kristian Høyer Toft's *Etisk blindhed i organisationer - om virksomheders samfundsansvar* to find out how we are able to turn our moral awareness on and off. This concludes that it is not a chronic condition to be a moral agent which means that sometimes we are able to be considered as a moral agent and sometimes we are not. This condition can be applied consciously and lost unknowingly by the agent. In the latter part of the thesis we shift focus and identify the relevant actors in regard to climate change. We do this by examining the papers by the Human ecologists Andreas Malm & Alf Hornborg and philosopher Henry Shue. Here we identify the carbon majors and Western society as having a great impact in regard to climate change. We apply this explanation to corporations and hereby discover the term hybrid corporation. Lastly, we examine hybrid corporations who take corporate responsibility and thereby take part in the fight against climate change. In this thesis we come to the conclusion that the criticism to capitalism is being assimilated by the occurrence of new hybrid corporations and that it is important to be able to call corporations a moral agent, as this might be what we need to fight climate change.

Indholdsfortegnelse

Abstract	1
Indledning	4
Problemformulering	5
Argumentationsrække	6
Hvad er en virksomhed?	7
Hvad er eksternaliteter?	8
1.0 Éve Chiapello	8
1.1 De fire kritikker til kapitalismen	9
1.2 Grøn kapitalisme og CSR-debatten	11
2.0 Milton Friedman	13
2.1 Friedmans ansvarsbegreb	17
2.2 Stakeholder og Shareholder	19
2.3 Hvad er CSR?	20
3.0 Virksomheden som borger	21
3.1 Diskussion af virksomhedernes som borger	26
3.2 Hvad er en borger?	27
3.3 Diskussion af borgerbegrebet	30
4.0 Personbegrebet:	31
4.1 Harry G. Frankfurt	31
5.0 Philip Pettit	35
5.1 Agentbegrebet	35
5.1.1 Regulering af agenter.	36
5.1.2 Hvad skaber en simpel agent?	37
5.1.3 Kausal og moralsk ansvarlighed	40
5.1.4 Hvilke parametre gør en gruppe ansvarlig?	42
5.1.5 Virksomhedens ansvar og gruppeansvar	45
5.2 Diskussion - Kan virksomheder tænkes som personer?	46
6.0 Kristian Høyer Toft	48

6.1 Virksomhedens grønne statsborgerskab	48
6.1.1 Etisk blindhed	50
6.1.2 Funktionel dumhed	51
6.2 Samfundsansvar	53
6.3 Diskussion af etisk blindhed og funktionel dumhed	54
7. 0 Hvem er ansvarlig?	55
7.1 Antropocentrisme og økocentrisme	55
7.2 Vestlige lande og klimaforandringer	56
7.3 Virksomheder og klimaforandringer	57
7.4 Ansvar for klimaforandringer?	60
8.0 Nye virksomheder og markeder	63
8.1 Hybrid-virksomheder:	63
8.2 Diskussion af den etiske forbruger	67
9.0 Diskussion	68
9.1 Kausal og moralsk ansvar	70
9.2 Virksomheden som person	71
9.3 Virksomheden uden ansvar	72
9.3.1 Friedmans etiske skikke	74
9.4 Fordele ved ansvar	76
9.5 Spændingsfeltet mellem etik og profit:	77
9.6 Eksternaliteter	79
9.7 Virksomheden som samfundsborger	80
10.0 Konklusion	81
11.0 Bibliografi:	84

INDLEDNING

Vi står på tærsklen til en ny tid. Jordens klima er i forandring, hvilket påvirker alt liv på jorden. Denne udvikling startede for 100 år siden og tager fart. De fleste forskere er enige i, at temperaturstigningerne skyldes menneskets udledning af drivhusgasser og skovrydning (Europa Kommissionen, 2018, s. 3; Arler, 2015a, s. 28-29). Ligeledes bidrager den stadigt stigende befolkningstilvækst og det øgede forbrug bl.a. i vestlige lande også til forandringerne i vores klima. Dette sker mens flere og flere mennesker glider ind i fattigdom og risikoen for et økonomisk sammenbrud stiger (Chiapello, 2013, s. 60; Arler, 2015a, s. 26). Vi har kun én jord, og menneskelige forandringer et sted kan påvirke andre levende væsener i helt andre egne. Dermed sætter vi et aftryk på vores omgivelser og påvirker hinanden på tværs af landegrænser. Som Europa Kommissionen skriver: *“Gennem vores handlinger og de valg, vi træffer, kan vi alle bidrage til at bekæmpe klimaændringer, så vores samlede fodaftryk bliver mindre”* (Europa Kommissionen, 2018, s. 3).

I starten af den menneskelige historie tog det flere årtusinder at nå den første milliard mennesker på jorden. Den anden milliard blev nået på blot 100 år, den tredje på 30 år, mens de efterfølgende milliarder har taget 12-15 år (Arler, 2015a, s. 26). Vi bliver flere og flere mennesker, og det sker hurtigere og hurtigere. Ligeledes ser vi, at antallet af bøger, forskning og konferencer stiger, og at der udspringer nye ideer og initiativer om ændringer og reformer i forsøget på at finde løsninger på de problemer, som rammer os. Dette øger fokus på og kritikken af det kapitalistiske system og den kapitalistiske mekanisme, der er centreret omkring profit (Chiapello, 2013, s. 60). Gennem den franske sociolog Éve Chiapellos beskrivelse af den økologiske kritik, som vi ser nærmere på i dette speciale, ser vi der er et krav fra den økologiske kritik om, at det kapitalistiske system skal arbejde på at sikre menneskets fremtid på jorden (Chiapello, 2013, s. 73).

Derfor er begreber som bæredygtighed og bæredygtig udvikling blevet populære i samfundet (Arler, 2015a, s. 17). Brundtland-rapporten fra 1987 og FN's 17 verdensmål fra 2015 taler begge for, at der skal ske en bæredygtig udvikling (WCED, 1987; UNDP). Målet for den bæredygtige udvikling er at opfylde de nuværende behov, uden at bringe fremtidige generationers muligheder for at opfylde deres behov i fare (WCED, 1987;

Verdensmålene). Denne bæredygtige udvikling bygger på tre dimensioner: *den sociale*, *den miljømæssige* og *den økonomiske* (UNDP; Verdensmålene). Det ser ud til, at der skal ske ændringer i måden, vi lever på, hvis ønsket om en bæredygtig udvikling skal realiseres. Som enkeltpersoner kan vi ikke gøre meget ved klimaforandringer, men hvis vi i grupper af fx forbrugere og borgere vil ændre vores vaner, kan vi gøre en forskel og ændre, hvad der er fokus på i samfundet (Toft, 2018). Dette er nemmere sagt end gjort, hvilket den danske filosof Kristian Høyer Toft argumenterer for. Toft mener, at med en moralsk erkendelse, kommer der ikke altid en moralsk handling. Sagt med andre ord, opfører vi os ikke altid moralsk, selvom vi er klar over en etisk fordring (Toft, 2016, s. 287).

Vi vil i dette speciale se nærmere på om teorier, der drejer sig om individer, også kan gøre sig gældende for virksomheder, der skal forsøge at skabe profit og opfylde samfundets forventninger om fx en bæredygtig produktion (Rendtorff, 2013, s. 175). I dag er det ikke kontroversielt at bebrejde en virksomhed for at gøre for lidt for klimaet (Toft, 2018). Men kan virksomheder bebrejdes og holdes ansvarlige for deres påvirkning på klimaet? Ifølge den amerikanske økonom Milton Friedman er det kun muligt at tillægge et ansvar til bestyrelsen eller direktøren af virksomheder, og det ansvar ligger i at opfylde ejerens eller aktionærernes ønsker, som oftest er profit (Friedman, 1970, s. 33). Derimod mener bl.a. den irske filosof Philip Pettit og den danske filosof Jacob Dahl Rendtorff, at virksomheder kan tillægges et ansvar, som en person og borger i samfundet (Pettit, 2007, s. 176; Rendtorff, 2013, s. 157). Toft og Pettit argumenterer for, at det vil styrke muligheden for at kunne stille moralske krav til virksomheder, hvis vi har en overbevisende og sammenhængende teori om, hvad det vil sige at have et gruppeansvar, der ikke blot kan reduceres til individers ansvar i gruppen (Toft, 2018; Pettit, 2007, s. 201). I processen imod det bæredygtige fossilfrie samfund er individer, stater og politiske bevægelser vigtige, men velorganiserede grupper, heriblandt virksomheder, der kan agere ansvarligt, er måske lige præcis det, der mangler i nutidens debat om klimaet, og hvad vi kan gøre ved det (Toft, 2018).

PROBLEMFORMULERING

Er virksomheder moralske agenter? En undersøgelse af virksomheders moralske ansvar i forhold til klima og samfund.

ARGUMENTATIONSRÆKKE

Dette speciale er opbygget ved at starte med at beskrive, hvad en virksomhed og en eksternalitet er, da dette er essentielt for forståelsen af dette speciale. Dette leder videre til en redegørelse for Éve Chiapellos beskrivelse af kapitalismekritik. Dette gør vi for at få et overblik over de udfordringer som kapitalismen, og derigennem virksomheder, stilles overfor. Dette leder os videre til en redegørelse af den amerikanske økonom Milton Friedmans Shareholder-teori, som vi bruger til at argumentere for at virksomheder kun har et ansvar over for deres ejere. For at få kontrast til Friedmans teori redegør vi for Jacob Dahl Rendtorffs begreb om corporate citizenship, samt Mark Sagoffs borgerbegreb. Her argumenterer Rendtorff for, hvordan en virksomhed kan fungere som en borger i samfundet og Sagoffs argumenterer for, hvad en borger er på individniveau. Vi sammenligner Rendtorff og Sagoffs begreber med det formål at få klarlagt, hvad en borger er og om det er muligt for en virksomhed at være en borger.

Dette leder os videre til at redegøre for Harry G. Frankfurts personbegreb som vi bruger til at belyse muligheden for om virksomheder kan siges at være en person, da virksomheder ofte betegnes som kunstige personer. Derefter redegør vi for Philip Pettits argumentation for at virksomheder kan optræde som en gruppeagent, og hvilke typer af ansvar, de kan have. Pettit bruges ligeledes i forbindelse med personbegrebet, da han opstiller 3 kriterier, som skal opfyldes for at virksomheder kan omtales som ansvarlige. Derefter vil vi beskrive Kristian Høyer Tofts teorier om etiske blindhed og funktionel dumhed, der har til formål at vise, hvordan moralsk ansvarlighed ikke altid kan tilskrives individer eller virksomheder. Efterfølgende har vi en redegørelse af ansvaret for klimaforandringerne, hvor vi redegør for Henry Shues og Andreas Malm og Alf Hornborgs teorier omkring menneskets ansvar i klimaforandringerne. Disse teorier bruges til at vise, hvordan ansvarsspørgsmålet omkring klimaforandringer har sin berettigelse i praksis. I det efterfølgende afsnit ser vi at de seneste tendenser i samfundet viser, hvordan der dannes hybrid-virksomheder, der er i stand til at fokusere på nicher i markedet, og på denne måde åbne op for innovation i de traditionelle virksomheder. Disse tendenser beskrives af Fernando Alberti og Mario Garrido. Slutteligt vil vi diskutere vores projekt, inden vi til sidst vil komme med en konklusion.

HVAD ER EN VIRKSOMHED?

“A business is a productive organization—an organization whose purpose is to create goods and services for sale, usually at a profit” (Moriarty, 2016).

I dette speciale ser vi en virksomhed som en produktiv enhed, der har det formål at skabe varer og services til et marked, generelt for at få profit. En virksomhed vil ofte bestå af et kollektiv eller en gruppe af individer og vil ofte have en intern kultur og holdning til omverdenen (Daft et Al, 2010, s. 418-419). En virksomhed vil ofte bestå af en produktion og en virksomhedskultur. Virksomhedskulturen kan have stor indflydelse på individernes valg, og kulturen kan enten støtte op omkring eller nedgøre værdien af ansvarlige handlinger i virksomheden (Daft et Al, 2010, s. 418). En virksomhed kan opbygges på mange forskellige måder, hvor to yderpunkter er den vertikale og den horisontale. I den klassiske virksomhed er aktiviteterne centreret omkring det samme arbejde, eksempelvis produktion af en vare, i et vertikalt system. Det vertikale system betyder, at arbejdsopgaver er tydeligt defineret, og at beslutningsprocesserne bliver foretaget af ledere og bestyrelsen i toppen, mens produktionen foregår af arbejdere i bunden, der ikke har indflydelse på virksomhedens drift. Denne virksomhedsform er meget effektiv til at holde produktionspriser nede og sikre en høj specialisering af dem, der arbejder med produktionen. Her består arbejdet af tydeligt definerede opgaver, og der er en tydelig beslutningsproces, hvor beslutningerne går fra toppen og ned. Den anden måde at opbygge en virksomhed på er den horisontale, hvor medarbejdere deler opgaver og har flere funktioner. Her er beslutningsprocesser fordelt mellem forskellige personer på forskellige tidspunkter og i forskellige afdelinger. I det horisontale system tildeles der, i stedet for tydeligt definerede opgaver, roller til medarbejderne, hvilket gør dem i stand til at tage stilling til flere forskellige opgaver og mål. Rollerne kan konstant redefineres og tilpasses. Der er generelt få regler og procedurer for arbejdet, og de ansatte opfordres til at tage hånd om problemer ved at samarbejde. I det horisontale system bliver beslutninger taget mellem medarbejdere, uden at der nødvendigvis er en særlig rang (Daft et Al., 2010, s. 30).

Virksomheder kan arbejde på at skabe profit eller være non-profit og alle variationer derimellem. De kan bestå af vertikale, horisontale eller blandinger af de to systemer. Paletten for, hvad en virksomhed består af og er struktureret omkring, er ganske bred.

Som vi skal se nærmere på senere, kan dette være en fordel og en ulempe for dem, der forsøger at definere teorier omkring dem.

HVAD ER EKSTERNALITETER?

En eksternalitet er en omkostning (negativ) eller gevinst (positiv), som påføres personer, der er uden for den økonomiske transaktion. Den amerikanske filosof Mark Sagoff kalder eksternaliteter for en markedsfejl (market failure) i det kapitalistiske system (Sagoff, 2007, s. 35). En negativ eksternalitet er noget, der nedsætter en andens velfærd. Et eksempel er flytrafikken, hvor flyene forurener med CO₂, hvilket bidrager til klimaforandringerne og er med til at ændre betingelserne for livet på jorden. De positive eksternaliteter fx en vaccine vil kunne bruges af alle og ikke blot af dem, der udvikler den. Eksternaliteter er typisk karakteriseret ved, at de, der producerer disse eksternaliteter (fx virksomheder), ikke selv er påvirket af dem, men at der er andre, der lider eller får gavn af dem (Sagoff, 2007, s. 35-36). Eksternaliteter er dermed noget, som er svære at prissætte i kapitalismen, fordi de bruger et alment gratis gode, eksempelvis naturressourcer. Dette gælder både de positive og negative eksternaliteter. Det er svært at prissætte eksternaliteter, da der bliver brugt et gratis gode (Sagoff, 2007, s. 35-36).

1.0 ÉVE CHIAPELLO

Historisk set har kapitalismen altid modtaget kritik. Kritikken ændrer måden kapitalismen og dermed virksomheder opererer på og de ideologier, der knytter sig til dem. Dermed ser det ud til, at kapitalisme er i stand til at assimilere kritik, der oftest kommer fra sociale reformer og deres tilhørende netværk (Chiapello, 2013, s. 63).

Nogle virksomheder lytter til kritikken og indfører sociale tiltag, der, i tiden for deres indførelse, kan blive anset som utopiske og unødvendige, men som efterfølgende og over tid bliver gjort til gængs standard, og derefter måske kan ende som lov. Et resultat af kritikerne er, at der bliver fundet kompromiser mellem profit og de punkter, der bliver foreslået i kritikken (Chiapello, 2013, s. 61).

“One of the results is the construction of compromises between the capitalist logic (profit) and the amendments proposed by the criticism, not all of which are adopted” (Chiapello, 2013, s. 61).

Chiapello argumenterer for fire primære kritikpunkter: Den konservative, den sociale, den kunstneriske og den økologiske kritik (Chiapello, 2013, s. 64).

1.1 DE FIRE KRITIKKER TIL KAPITALISMEN

De fire kritikker er opstået på forskellige tidspunkter i historien og har forskellige fokuspunkter.

- Den konservative kritik fokuserer bl.a. på en fælles værdighed mellem mennesker, uafhængighed mellem klasser og den moralske pligt hos eliten.
- Den sociale kritik fokuserer bl.a. på, arbejdskraft, ulighed, fattigdom og forskelle i løn og klasse.
- Den kunstneriske kritik fokuserer især på muligheden for autonomi, kreativitet og mere meningsfyldte personlige forhold.
- Den økologiske kritik fokuserer på destruktoren af økosystemer og arter, ligestilling mellem alle levende væsner og livet for de kommende generationer (Chiapello, 2013, s.65).

Interaktionen mellem kapitalismen og kritikken er med til at betegne en given periode. Denne interaktion er en ideologisk konstruktion, dvs. en forståelse, der er dannet af en gruppe mennesker på en given tid og et givent sted, og giver en stilistisk betegnelse af måden virksomheder opererer på (eks tidligere var der hierarkiske og industriel kapitalisme, mens der i dag er international og fleksibel kapitalisme). Dermed er det en normativ indikation om den rigtige måde at opføre sig på for at få succes, og hvad der er fair, rigtigt og legitimt.

Så længe den profitbaserede dynamik kører, er kapitalismen i stand til at integrere mange forskellige begrænsninger og afprøve mange forskellige systemer. Dermed opnår det økonomiske system en lang levetid, da det er i stand til at tilpasse sig (Chiapello, 2013, s. 62-63).

Kritikken kan, ifølge Chiapello, ikke styres og kræver et skift i metoder- særligt for bestyrelser- for at genvinde kontrol. På denne måde skaber kritikken grund til forandring, nye ideer og anderledes metoder. Nogle af idéerne vil blive integreret i den

daglige ledelse af virksomhederne, fordi de samtidig sikrer profit og skaber motivation til forandring, men også fordi mangel på integration vil føre til utilfredshed hos ansatte og problemer med at forvalte virksomheden (Chiapello, 2013, s. 63). For at eksempelvis imødekomme den økologiske kritik, som vi ser i samfundet gennem et større fokus på bæredygtighed og klima, forsøger virksomheder at tilpasse sig ved eksempelvis at bruge grøn strøm eller at øge dyrevelfærden. En stigning i dyrevelfærd hos eksempelvis køer kan bidrage til at mindske kritikken fra flere forskellige kritikpunkter, da det ud over bedre dyrevelfærd også kan være med til at forbedre medarbejdernes arbejdsforhold i form af fx mere ventilation i stalde. På den måde vil der både være værdier fra den kunstneriske kritik, som fokuserer på meningsfyldt arbejde, og den økologiske kritik, der fokuserer på ligestilling mellem levende væsner, som bliver opfyldt i forbedringerne af dyrevelfærden. En konstruktiv og begrundet kritik er, ifølge Chiapello, skæbnebestemt til at blive overtaget og indarbejdet (Chiapello, 2013, s. 63). Hvis det ikke er muligt for kapitalismen at indarbejde kritikken, vil den flygte og finde et andet område eller en anden metode. Hvis prisen for at opfylde kritikken er for høj, og det er muligt at finde en anden måde at eks. tjene penge, vil den gøre det uden at indarbejde kritikken (Chiapello, 2013, s. 63). Et eksempel er at flytte produktion til et land med lavere løn og lavere social sikkerhed, som fx slagteriet Ticans flytning fra Danmark til Polen, hvor arbejdslønnen er lavere, og arbejdslovgivningen ikke er så hård som i Danmark (Nielsen, 2017).

Vi vil i det følgende afsnit se nærmere på den konservative kritik for at vise, hvordan kritikken kommer til udtryk. Ifølge Chiapello indeholder den konservative kritik opfattelsen af, at arbejde er værdifuldt, da det bidrager til en moralsk dannelse og giver vejen til et dydigt liv. Folk, der ikke arbejder, opnår, ifølge Chiapello, ikke et dydigt liv (Chiapello, 2013, s. 69-70). De inaktive rige bruger, ifølge den konservative kritik, kun tid på at udvikle animalske og seksuelle lyster, mens de arbejdsløse fattige ender i druk og umoralsk opførsel. En løsning på den konservative kritik er at give en pligtfølelse til den styrende klasse (Chiapello, 2013, s. 60-70). Det er vigtigt at udvikle en personlig kontakt mellem medarbejderne og virksomhedsejeren, der gerne skal bo i det samme område som de ansatte, sørge for deres uddannelse og mulighed for at få mad, uanset lønniveau (Chiapello, 2013, s. 70). Den konservative kritik kan ikke bruges til at kritisere de

underliggende dynamikker i kapitalismen, såsom privat ejendomsret eller kontrollen over kapital (så længe den er moralsk). I den konservative kritik er der en normal position med ulighed i samfundet, og det vigtigste er at tillægge styringen (government) til de bedst egnede. Hvis samfundet er i stand til at sætte de mest værdige og humane mennesker i styrende positioner, vil det ikke være nødvendigt at skifte det økonomiske system. De underliggende dele af samfundet må lære, at det, der er essentielt i livet, ikke er personlig opfyldelse eller personlig frihed, men derimod et moralsk liv med mening (Chiapello, 2013, s. 71). Den konservative kritik fokuserer på, hvordan overskuddet bliver fordelt og ikke på, hvordan virksomheder opererer. *“Thus, what the conservative criticism calls into question is not the enterprise or its operation, but mainly the morals of the people”* (Chiapello, 2013, s. 71). Den konservative kritik er bl.a. at de riges dyder er at forstå, at de er ansvarlige for at tage sig af de fattige (Chiapello, 2013, s. 70).

Vi vil påpege, at et modargument til den konservative kritik er, at kritikken stikkere dybere end den moral, som personerne i virksomheden besidder. Selve virksomhederne som gruppe kan have et ansvar, og det ansvar dækker bl.a. måden, virksomheden opererer på (Pettit, 2007, s. 176). Dette ser vi nærmere på i afsnittet om Pettit (afsnit 5.0).

1.2 GRØN KAPITALISME OG CSR-DEBATTEN

En af flere forskellige veje, som den moderne kapitalisme kan udvikle sig i, er mod en grøn kapitalisme, ifølge Chiapello. Den grønne kapitalisme opstår, når der udvikles teknologiske løsninger, indføres filantropiske retningslinjer og anvendes CSR til at imødekomme den økologiske og sociale kritik og fortsat skabe profit (Chiapello, 2013, s. 76-77). Den grønne kapitalisme er, ifølge Chiapello, en af tre skitserede retninger, som den moderne kapitalisme kan gå. Den anden mulighed er baseret på solidaritet og centreret omkring en lokal økonomi, der fokuserer på fundamentale materielle behov og uddannelse. Den tredje mulighed består i en stærk og restriktiv stat, der styrer økonomien, samt fordeler og beskatter til fordel for miljøbeskyttelse. I de to sidstnævnte muligheder begrænses forbruget og handel til henholdsvis et lokalt og nationalt niveau (Chiapello, 2013, s. 77-79). Vi har valgt at fokusere på den grønne

kapitalisme, da den opretholder en global og åben handel, og derfor er mest relevant for problemstillingerne i dette speciale.

Nogle virksomheder forsøger at positionere sig på de nyopståede "grønne" markeder og kalder på overordnede, globale retningslinjer og love for at undgå en skæv konkurrence. Løsningen med den grønne kapitalisme tilfredsstiller også den konservative kritik, hvor der er tillid til elitens intentioner (Chiapello, 2013, s. 76). CSR-initiativer giver store multinationale virksomheder en rolle i samfundet, som de ikke tidligere har haft. Målet er at få virksomhederne til at forpligte sig på sociale initiativer, og på den måde skabe mere ansvarlige virksomheder uden statsstyring. Dette sker blandt andet ved at oprette store internationale NGO'er, som hjælper med forandringen og er med til at skabe ansvarlige virksomheder (eksempler på NGO'er er Fairtrade, Unicef, PEFC og WWF). CSR-agendaen er, ifølge Chiapello, bygget på frivillighed og er et alternativ til lovgivning og statslig indgribning (Chiapello, 2013, s. 76-77). CSR-initiativer opfylder de sociale og miljømæssige kritikker, så virksomhederne selv er ansvarlige for at lave reguleringen og dermed mindskes staternes indflydelse. *"It is possible to see the CSR movement as a form of response to the new social and ecological criticisms, which does not seek to abolish wage labour or withdraw from capital, in a world which states are considered powerless and perceived as illegitimate, leaving the obligation of constructing new regulations up to the companies themselves"* (Chiapello, 2013, s. 77). CSR-bevægelsen giver virksomhederne muligheden og ansvaret for at lave nye reguleringer, da det politiske system ikke har nok styrke til at gøre det.

I den grønne kapitalisme ser vi, at staten ikke har styrke nok til at sætte ind over for virksomhederne. Det er virksomhederne, der har ansvaret for at konstruere og sætte rammerne for deres eget ansvar og for at skabe en CSR-politik, der opfylder de punkter, som de bliver kritiseret på. I det følgende afsnit (2.0) ser vi bl.a., at den amerikanske økonom Milton Friedman er uenig, da det, ifølge Friedman, aldrig kan være virksomhedernes eller markedets ansvar at tage hensyn til samfundet, da det hensyn er det politiske systems ansvar.

2.0 MILTON FRIEDMAN

Den amerikanske økonom Milton Friedman (1912- 2006) var en af de fremtrædende fortalere for økonomisk liberalisme i det 20. århundrede. Friedmans virksomhedsteori er skrevet omkring 1970, men anses stadigvæk som anvendelig og radikal, da den beskriver profit som det eneste, en virksomhed skal bekymre sig om, og at det sociale samt miljømæssige er samfundets opgave. Friedman har den overbevisning, at en virksomheds generelle opgave er at skabe profit til aktionærerne, så længe dette gøres inden for lovgivningen og de etiske skikke (Friedman, 1970, s. 33). Friedman fokuserer især på, at en bestyrelse er ansat af aktionærerne, og at det derfor generelt er bestyrelsens opgave at skabe profit til aktionærerne. Der er mange, der har arbejdet med på Friedmans tekster. Et eksempel er den engelske forfatter og historiker Colin Grants (1961-) fortolker af Friedmans tekster s skriver, at direktørens (manager) job er at: *"concentrate obsessively on profitability, and that ethics should be marginalized"* (Grant, 1991, s. 907; Cosans, 2008, 391). Den amerikanske filosof Sean McAleer uddyber Grants analyse af Friedmans tekster og skriver bl.a.: *"a business' only responsibility is to maximize wealth to its stockholders"* (McAleer, 2003, s. 437).

McAleer uddyber efterfølgende: *"corporate morality reduces to legality, and thus that extra-legal negative duties do not constain profit-maximation"* (McAleer, 2003, s. 439-440). I citaterne ser vi, at der er fokus på virksomheders rolle til at sikre profitmaksimering.

Overordnet set er Friedmans forretningsetik, at virksomheder skal skabe så meget profit som muligt, uden at bryde loven (Cosans, 2009, s. 391). Friedman skriver:

"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 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 society, both those embodied in law and those embodied in ethical custom" (Friedmann, 1970, s. 33)

Dermed mener Friedman, at bestyrelsen er ansat af ejerne af virksomhederne, og at bestyrelsen har et direkte ansvar over for ejerne. Det ansvar ligger i at drive virksomheden på den måde, som ejerne ønsker, hvilket generelt er at skabe så meget profit som muligt inden for loven og de etiske skikke. Vi mener, at det er de etiske skikke, der åbner op for en mulighed for at se nærmere på virksomhedens samfundsansvar og etik, da Friedman ikke uddyber, hvad de etiske skikke indeholder eller dækker over.

Et spændende punkt i Friedmans teori er, at den er åben for ideen om, at aktionærerne har andre ønsker end profit. Når det er tilfældet, er det virksomhedens ansvar at opfylde disse ønsker. Derfor er virksomheder, der har fokus på emner som velgørenhed, miljø eller bæredygtighed også en mulighed, hvis det er aktionærernes ønsker. Virksomheden er, ifølge Friedman, ansvarlig for at gøre det, som aktionærerne ønsker, uanset om det er for profit eller andet (Friedman, 1970, 122-123; Cosans, 2008, s. 393). Dette understreger Chiapellos argument om, at kapitalismen tilpasser sig strømningerne i samfundet, og derfor kan begreber som bæredygtighed, klimavenlighed og andet komme på dagsordenen, hvis det er dette aktionærernes ønsker.

Hos Friedman er der to primære faktorer i et kapitalistisk samfund, som spiller ind i forhold til at skulle tage beslutninger. Den ene er *den politiske mekanisme* og den anden er *markedsmekanismen* (Friedman, 1970, s. 125). Den politiske mekanisme er den statslige regeringsførelse. Her er det politikerne, der tilbyder forskellige måder at tackle problemer på, hvor borgerne i demokratiske samfund så vælger hvem og hvis forslag, de stoler mest på. Gennem bl.a. indtægter fra skatter kan politikerne løse problemer og udskrive love og regler, som de har lovet at løse og oprette, da vælgerne valgte dem (Friedman, 1970, s. 125; Cosans, 2009, s. 393). Den anden mekanisme er markedsmekanismen, hvor individer får mulighed for at præge eller ændre ting, som der ikke er politisk opbakning til. Individer med personlig opsparing eller overskud kan investere i virksomheder og derved blive aktionærer. Virksomhederne kan derefter investere i eller producere bæredygtige eller ikke bæredygtige produkter, som derefter sælges til forbrugerne. Derved kan enkeltpersoner via investeringer i virksomheder påvirke markedskræfterne og på den måde få indflydelse på samfundet. Forbrugerne har muligheden for at vælge med tegnebogen og købe hos virksomheder, som de finder ansvarlige (Friedman, 1970, s. 33 & 122).

Ifølge Friedman er det disse to mekanismer, som kan få ændringer til at ske i et frit samfund. Teorien er kendetegnet som "stockholder/shareholders theory" (aktiehaverteori), hvilket vi ser nærmere på i afsnit 2.2. Friedman mener ikke, at det er muligt for virksomheder eller forretningsfolk at ændre eller takle større samfundsproblemer, da de ikke har magten til det (Cosans, 2009, s. 394). Der skal, ifølge Friedman, et statsmæssigt væsen til for at håndtere større samfundsproblemer, så virksomhederne kan gøre det, de er bedst til, nemlig at tjene penge. Et eksempel, på et samfundsproblem er ny corona-virus, hvor vi ser det politiske system, bl.a. regeringen på det kraftigste anbefaler, at arbejdspladser, skoler, universiteter osv. lukker og opfordrer borgerne til at holde afstand til hinanden. Dette ansvar vil det ikke være muligt for virksomhederne at påtage sig (Elkjær, 2020; Friedman, 1970, s. 122). Friedman og Chiapello er uenige i, hvor stor en forskel virksomhederne kan spille i samfundet. Friedman mener, at virksomheder kan skabe en lille forskel, og Chiapello beskriver, hvordan andre opfatter det politiske system som svagt, hvorfor virksomhederne må tage ansvaret for udvikling af nye løsninger til samfundets problemer (Chiapello, 2013, s. 77). På baggrund af denne redegørelse argumenterer vi for, at Friedmans teori har en meget snæver CSR-politik. Begrundelsen er, at Friedman erkender, at en virksomhed har et samfundsansvar, men dette samfundsansvar blot er at tjene flest mulige penge (Schwartz & Saiia, 2012, s. 8-9).

Friedman mener, at *markedsmekanismen* og *den politiske mekanisme* skal holdes adskilt (Friedman, 1970, s. 125). Markedsmekanismens formål er at tjene penge, mens den politiske mekanisme sørger for at inddrive skatter, føre politik og tage sig af det sociale ansvar, fx. reducere forurening, forbedring af arbejdsvilkår og udbygning af infrastruktur. Ligeledes skal den politiske mekanisme lave lovgivning, som virksomhederne derefter skal følge (Friedman, 1970, s. 123-125). Vi argumenterer for, at Friedmans opdeling af samfundet er en utilitaristisk tilgang, der forsøger at optimere nytten af de forskellige mekanismer i samfundet. Virksomheder er gode til at tjene penge, og derfor er det optimalt, at virksomheden fokuserer på det. Den politiske mekanisme optimerer bedst nytten i samfundet ved at lave love omkring bl.a. miljø, kriminalitet og arbejdsforhold samt at sørge for inddrive skatter og afgifter.

Friedman påpeger dog, at det kan være i en virksomheds interesse at skabe gode forhold for lokalsamfundet, hvis lokalsamfundet eller det givne lands regering kan give virksomheden gode medarbejdere (Friedman, 1970, s. 124). Virksomheder, der hjælper lokalsamfundet, vil også hjælpe aktionærernes ønsker om profit, da der eksempelvis kan skabes en mere veluddannet, sundere og mere stabil arbejdskraft til virksomheden. Friedman går ind for, at et lokalsamfund og det omgivende miljø kan blive begunstiget af en virksomheds beliggenhed i området. Friedmann vil også gå så langt, at det eventuelt kan koste en del af en virksomheds overskud at gøre noget godt for lokalsamfundet, dog tilføjer han, at det selvfølgelig gøres med henblik på at få gode og tilfredse medarbejdere på virksomheden, der dermed kan øge profitten på sigt (Friedman, 1970, s. 124-125).

For Friedman er der fokus på, at en bestyrelse, dvs. dem, der er ansat til at varetage aktionærernes eller ejernes ønsker, sagtens kan donere penge til velgørenhed eller andet denne ønsker, så længe det sker med egne penge og tid. Friedman siger, at hvis der skal investeres i socialt ansvar, så skal det ske på individniveau, og ikke på virksomhedsniveau (Friedman, 1970, s. 33). Friedman begrundes, at det skyldes bestyrelsens rolle i en virksomhed. Hvis bestyrelsen eller direktøren vælger at sænke prisen på et produkt, ansætte ufaglærte eller mindske forurening, bliver tiltagene gjort for ejernes penge. Friedman har et tydeligt skel mellem dem, der ejer virksomheden og dem, der driver den (Friedman, 1970, s. 33). Et eksempel er bestyrelsen, der laver initiativer for at reducerer luftforureningen mere, end hvad loven foreskriver, og dermed sænker indtægter. Indtægterne ejes af ejeren/aktionærerne af virksomheden, og det er dem, der i sidste ende betaler for bestyrelsens initiativ med at reducere luftforureningen. Ifølge Friedman er det imod virksomhedens sociale ansvar, da initiativet mod luftforurening er i strid med ejerens ønsker om maksimal profit (Friedman, 1970, s. 33). Friedman mener, at når aktionærerne har tjent penge, er det op til dem selv, hvad de vil investere i. Det skal ikke være bestyrelsens ansvar at bestemme, hvad penge skal bruges til. Det er muligt for virksomheden at gøre gode ting for samfundet, men det er ikke bestyrelses ansvar at bestemme, hvad og hvornår det skal gøres. Friedman argumenterer således: *"They can do good - but only at their own expense"* (Friedman, 1970, s. 123) "They" er her bestyrelsen. Hvis en bestyrelse bruger

penge, som ikke gavner ejernes ønsker, er det samme som at indkræve skatter og samtidig beslutte, hvordan de inddrevne skatter skal bruges (Friedman, 1970, s. 33 & 122).

Vi har således redegjort for, hvordan Friedman beskriver virksomheder og deres funktion i samfundet. Her ser, vi at Friedman skelner mellem aktionærerne og de ansatte i virksomheden, og at virksomheden skal følge aktionærernes ønske, loven og etiske skikke. I det følgende vil vi se nærmere på Friedmans ansvarsbegreb.

2.1 FRIEDMANS ANSVARSBEGREB

Friedman skriver følgende: *“What does it mean to say that “business” has responsibilities? Only people can have responsibilities. A corporation is an artificial person and in this sense may have artificial responsibilities, but “business” as a whole cannot be said to have responsibilities even in vague sense”* (Friedman, 1970, s. 33).

Her ser vi, at Friedman mener, at handel (business) ikke kan have et ansvar, da kun mennesker kan have ansvar. En virksomhed er en kunstig person (artificial person) og kan derfor kun have et kunstigt ansvar. Det er bestyrelsen eller de individuelle ejere af virksomheden, der har et socialt ansvar (Friedman, 1970, s. 33). For Friedman er virksomheden ikke andet end en juridisk og økonomisk konstruktion til at skabe økonomisk indtjening og vækst (Rendtorff, 2015 s. 374)

Friedmans måde at se virksomheder på definerer vi som snæver CSR-politik, da Friedman mener, at virksomheder skal fokusere på profitmaksimering. Friedman argumenterer for, at handel (business) i ordets forstand ikke kan indeholde ansvar. Vi tolker her, at ordet handel må være selve det at tjene penge og at købe og sælge med profit. Derfor ser vi en sammenligning mellem den markeds mekanisme som Friedman betegner, og den handelsmekanisme, der er en central del i det, Chiapello beskriver som den kapitalistiske logik (profit) (Chiapello, 2013, s. 61)

Hos Friedman finder vi tre vigtige pointer:

- at det kun er personer, der kan have ansvar.
- at en virksomhed er en kunstig person, som derved har et kunstigt ansvar.

- at handel/forretning (business) aldrig kan have et ansvar. (Friedman, 1970, s. 33).

Vi ser et problem i, at Friedman ikke beskriver, hvad en kunstig person og et kunstigt ansvar består af, og hvordan det skal forstås. Friedman argumenterer for, at hvis en virksomhed skal siges at have ansvar, må ansvaret være pålagt direktøren eller bestyrelsen, da det er dem, der har påtaget sig ansvaret for at opfylde aktionærernes ønsker bedst muligt (Friedman, 1970, s. 33).

Et andet af problemerne i læsningen af Friedman er, at han ikke uddyber nærmere, hvad de etiske skikke (ethical custom) indeholder. Der er mange forskellige fortolkninger af, hvad Friedman mener med etiske skikke. Vi har tidligere i dette projekt set på Cosans og Grant, som har forskellige opfattelser af de etiske skikke. Grant mener, at de etiske skikke hænger tæt sammen med lovgivningen, mens Cosans mener, at de etiske skikke både har nytteetisk og kantiansk værdi (Grant, 1991, s. 909; Cosans, 2009, s. 395). I og med at de etiske skikke ikke er beskrevet yderligere i Friedmans tekst, er der mulighed for at tolke hans teori på mange forskellige måder, hvilket kan have været formålet. Tolkningen af de begreber, som Friedman bruger og ikke selv uddyber, er ikke ligegyldige, da begreberne kan drejes i retninger, som Friedman måske ikke selv ville stå inde for. Vi ser, at de etiske skikke kan tolkes i en snæver fortolkning, der består af national lovgivning (Grant, 1991, s. 909), i en bred fortolkning, der omhandler kantiansk og utilitaristisk tilgang (Cosans, 2009, s. 395) eller som noget helt tredje, der omhandler lokale industrinormer (Schwartz & Saiia, 2012, s. 8). Det gør en stor forskel i forståelsen og den videre tolkning af Friedmans tekster, at disse begreber kan tolkes så forskelligt. Dette kommer vi nærmere ind på i diskussionen (afsnit 9.5). I det følgende afsnit (2.2) vil vi se nærmere på, hvad shareholder og stakeholder-teori handler om. Dette gøres med det formål at kunne se, hvor virksomhedernes ansvar ligger inden for de to teorier.

2.2 STAKEHOLDER OG SHAREHOLDER

Friedmans teori går under betegnelsen shareholder-teorien. Shareholder-teorien kan kort beskrives således: *“there is one and only one social responsibility of business—to use its resources and engage in activities designed to increase its profits”* (Friedman, 1962, s. 133). Virksomheden har kun ét socialt ansvar, og det er at bruge ressourcer på at få stigende profit.

En anden teori er stakeholder-teorien, der betegner virksomhedens ansvar, som bredere end kun ejere og aktionærernes ønsker. Her har virksomheder en interesse og ansvar for alle de elementer, der er i og omkring virksomheden. Det kan være ansatte, kunder, kreditorer, regeringen, fagforeninger, lokalsamfundet, leverandører, konkurrenter osv. (Daft et Al, 2010, 22-23). De forskellige grupper har forskellige krav til virksomheden, og nogle af de krav vil være modstridende. Eksempelvis vil kunder gerne have lave priser, men det konflikter med at give ansatte en høj løn og/eller leverandørerne en god pris for deres vare (Daft et Al, 2010, 22-23). Hvis en virksomhed ikke formår at være i kontakt med sine stakeholderes, vil den over tid miste profit og troværdighed. At en virksomhed er i stand til at tilfredsstille og være i kontakt med interesserne hos flere stakeholders, er en indikator for, at virksomheden er drevet effektivt og er i stand til at tilpasse sig, hvilket også kan være med til at øge profit (Daft et Al., 2010, s. 23-24). Normalt bruges begrebet stakeholderes til at beskrive de organisationer og mennesker, der har en interesse i virksomheden. Begrebet kan i yderste forstand og set i lyset af klimaforandringer, samt den økologiske kritik, udvides til at dække globalt. Eksempelvis kan der argumenteres for, at alle mennesker er stakeholderes, når der brændes fossilt brændstof af, da det påvirker vores globale omgivelser negativt.

I dette afsnit har vi set, at shareholder-teorien ligger virksomhedens ansvar på profitmaksimering, mens stakeholder-teorien beskriver virksomhedens ansvar som et bredere ansvar, der dækker alle virksomhedens interessenter. I det følgende afsnit (2.3) vil vi se nærmere på, hvad CSR er, hvordan denne implementeres i virksomheder i EU. Dette gør vi for at se, hvordan CSR både kan betegnes som bred og snæver, og hvilke lovkrav, der knytter sig til det.

2.3 HVAD ER CSR?

CSR står for Corporate Social Responsibility, hvilket vi her forstår som virksomhedens samfundsansvar. CSR omhandler typisk virksomhedens sociale, miljømæssige og økonomiske ansvar, også kaldet en trefoldige bundlinje (triple bottom line) (Rendtorff, 2013, s. 365). Større danske virksomheder har siden 2009 skulle indlevere CSR-rapportering til det danske retsvæsen via Årsregnskabsloven (Økonomi- og Erhvervsministeriet, 2008). Fra 2009 til 2011 var det frivilligt, hvad virksomhederne indrapporterede af CSR-tiltag. Fra 2011 kom der retningslinjer og love i hele EU, samt nationale love omkring CSR-rapportering, som indkredsede de forskellige kategorier, som CSR-tiltag kan indrapporteres under.

CSR-rapporteringen gælder for alle virksomheder uanset størrelse, skønt der sættes færre krav til mindre og mellemstore end til de største virksomheder (Erhvervsstyrelsen, 2020). Generelt bestemmer virksomheden selv, stor som lille, hvilke fokusområder den vil operere under, fx kan en virksomhed, der fokuserer på grøn omstilling indrapportere sit samfundsansvar (CSR) som cirkulær økonomi, dvs. sikring af at materialer udnyttes til fulde. En anden virksomhed kan fokusere sit samfundsansvar på at skabe et rummeligt arbejdsmarked, og dermed kan betegne sin indsats som socialt ansvar (Erhvervsstyrelsen, 2020). Som det er blevet beskrevet i dette afsnit, kan CSR-politik både være snæver, som vi betegner Friedmans, og bred som vi ser nærmere på i det kommende afsnit, omhandlende Rendtorffs teori om corporate citizenship (afsnit 3.0). Virksomheders arbejde med samfundsansvar dækker over en kompleks dagsorden, der omhandler, hvordan virksomheder skal, bør og kan tage ansvar for de samfundsmæssige påvirkninger, der udspringer af eller kan kobles til virksomheders ageren og adfærd (Erhvervsstyrelsen, 2020). Emnerne kan bl.a. omhandle mennesker, miljø, lokalsamfund, klima, økonomi osv.

CSR kan også ses i et endnu bredere perspektiv, hvor virksomheder hjælper med at løse samfundsproblemer, der ikke nødvendigvis påvirker virksomhedens aktivitet og drift (Erhvervsstyrelsen, 2020). Et eksempel kan være destillerier, der i Corona-krisen omstiller deres produktion til at producere håndsprit til sygehusene (Kjemtrup, 2020). Vi kan konkludere, at CSR kan ses som både bred og snæver og alt derimellem, og der

er ikke en bestemt retningslinje for, hvordan CSR skal håndteres i virksomheder. Der er lovgivning på EU og nationalt plan, men det er op til virksomhederne selv at betegne og beskrive deres arbejde med CSR, da rammerne i lovgivningen er meget brede (Erhvervsstyrelsen, 2020). Et særligt punkt i CSR er anti-korruption og bestikkelse, der får stigende opmærksomhed i takt med stigende globalisering. Begreberne kan være svære at håndtere for virksomheder, der opererer i lande med høj korruption (Erhvervsstyrelsen, 2020). Dette ser vi som et eksempel på forskellen mellem de etiske skikke i forskellige lande. Eksempelvis kan det være svært at drive forretning i Indien uden at skulle betale bestikkelse, da det ses som en del af hverdagen på trods af regeringens mange tiltag imod det (Yeung, 2019). Her ser vi således, at en manglende definition af de etiske skikke hos Friedman stiller os i et dilemma.

I det følgende afsnit (3.0) vil vi se nærmere på den danske filosof Jacob Dahl Rendtorffs teori om corporate citizenship, som omhandler, at virksomheden skal opføre sig som en samfundsborger, hvor virksomhedens gode statsborgerskab er det, der gør, at virksomheden bliver legitimeret i samfundet. På den måde er virksomheden en del af samfundet, og samfundet stiller fx. sociale og bæredygtige krav til virksomheden. Rendtorff mener, at CSR (selv i den bredeste forstand) ikke er nok i virksomheden, men at virksomhederne skal indgå som borgere i det omkringliggende samfund, og dermed sætte egne interesser til side for samfundets velbefindende. Rendtorff argumenterer for, at virksomheden skal gå endnu længere end den normale CSR-politik i sine bestræbelser på at blive en borger i samfundet (Rendtorff, 2013, s. 157).

3.0 VIRKSOMHEDEN SOM BORGER

Rendtorff taler om begrebet corporate citizenship, på dansk: virksomhedens statsborgerskab (Rendtorff, 2013, s. 169). Corporate citizenship er et ideal for, hvordan en virksomhed skal forholde sig til samfundet (Rendtorff, 2013, s. 157). Her ser vi sammenligningspunkter med Tofts virksomheders grønne statsborgerskab (afsnit 6.1). Toft begrænser statsborgerskabet til miljøpolitik og CSR, hvor Rendtorffs begreb corporate citizenship omhandler et bredere spektrum. Selve begrebet corporate citizenship beskriver, ifølge Rendtorff, virksomhedens legitimering i samfundet (Rendtorff, 2013, s. 155). Dvs samfundets forventninger til virksomheden, der rækker

ud over det rent økonomiske ansvar. Ifølge Rendtorff går begrebet corporate citizenship længere end blot at være CSR og indeholder en bred vifte af sociale forhold, som en etisk ansvarlig virksomhed skal opfylde (Rendtorff, 2013, s. 158). Andre forskere har brugt corporate citizenship anderledes og med smallere rammer, hvor det fx kan karakteriseres som CSR. Begrebet corporate citizenship altså ikke et unikt begreb med en klar definition (Banerjee, 2009, s. 41).

Følgende beskrivelse af begrebet corporate citizenship er beskrevet ud fra, hvordan Rendtorff definerer og bruger begrebet. Corporate citizenship omhandler det, at virksomheden er en god samfundsborger, som en grundlæggende politisk-filosofisk legitimeringsstrategi (Rendtorff, 2013, s. 155). Dette forstår vi på den måde, at virksomheden er i stand til at håndtere et ansvar over for det omkringliggende samfund og er i stand til at håndtere en moralsk ansvarlighed.

Corporate citizenship er et holistisk begreb, som ikke kun omhandler en virksomheds sociale ansvar (CSR). At betegne begrebet corporate citizenship som holistisk begrundes ved, at det sammenfatter den ideelle opfattelse af virksomhedens legitimitet som ansvarlig deltager i samfundets processer (Rendtorff, 2013, s. 155-156). Rendtorff mener, at vi kan betegne begrebet corporate citizenship som centralt i opfattelsen af virksomhedsetik (Rendtorff, 2013, s. 156). Der er både fokus på det etiske og det politiske i denne sammenhæng. Det moralske ansvar betyder, at virksomheder forpligter sig på de fælles demokratiske spilleregler, og via de republikanske værdier og respekt for et fælles gode, som udtrykkes gennem lovgivningen, beskytter de demokratiske, politiske, sociale og økonomiske værdier (Rendtorff, 2013, s. 156). Med et republikansk demokrati menes der, at det er et åbent samfund, hvor folket har mulighed for at påvirke beslutningsprocesser, og derfor kan opfattes som borgere.

Hvis en virksomhed handler ud fra moralske principper og ansvar, så handles der ud fra rationelt begrundede beslutninger, som respekterer samfundsengagement og styrker de grundlæggende økonomiske og politiske menneskerettigheder (Rendtorff, 2013, s. 156). Derfor er corporate citizenship, ifølge Rendtorff, et grundlæggende begreb, der forsøger at samle virksomhedens ansvar, værdier og etik i en ramme for, hvordan virksomheden skal agere i samfundet (Rendtorff, 2013, 156-157).

Ved at putte virksomhedens statsborgerskab i det perspektiv, mener Rendtorff at virksomheden er: “... en ansvarlig institutionel politisk person, der som deltager i det republikanske demokrati har pligter over for den repræsentativt strukturerede og forfatningsbaserede stat” (Rendtorff, 2013, s. 157). Rendtorff mener dermed, at begrebet corporate citizenship betyder, at en virksomhed har både rettigheder og pligt i forhold til samfundet, samtidig med at virksomheden har politisk, juridisk og økonomisk ansvar til at styrke samfundets grundlæggende sociale og politiske enhed og stabilitet. En virksomhed vil gennem corporate citizenship have forpligtelser som medlem af samfundet. Dermed har virksomheden også moralske forpligtelser og kan betragtes som en moralsk agent med et kollektivt etisk ansvar (Rendtorff, 2013, s. 157). Dette er vigtigt for vores kommende analyse af de forskellige holdninger, der er til virksomheders muligheder for at opfylde en rolle som etiske agenter.

At tænke corporate citizenship som virksomhedens sociale ansvar (CSR) er som tidligere nævnt ifølge Rendtorff ikke fyldestgørende, da corporate citizenship omhandler mere end dette. Corporate citizenship omhandler virksomhedens fundamentale institutionelle rolle i samfundet, dvs. både den økonomiske og sociale rolle og ageren. Dette indebærer et langt større ansvar end blot det sociale ansvar, der ofte omhandler medarbejdernes eller andre primære interessenters sociale behov (Rendtorff, 2013, s. 158; Rendtorff, 2008). Fordi corporate citizenship er et holistisk begreb, mener Rendtorff, at det grundlæggende indeholder og omfatter begreber som betegner virksomhedens sociale engagement og samfundsmæssige involvering. Herunder nævnes bl.a. corporate governance, corporate social responsibility (CSR), corporate social responsiveness, stakeholder-teori osv. (Rendtorff, 2013, s. 157; Matten & Crane, 2005, s. 167). Vi vil derfor argumentere for, at corporate citizenship er en bred form for CSR, da corporate citizenship indeholder de samme emner som CSR, dog mere vidtrækkende.

Der er tre forskellige positioner i en virksomheds corporate citizenship: Det *liberale*, det *kommunitaristiske* og det *kantianske*. (Rendtorff, 2013, 160). I den liberale position er en virksomheds rolle at skabe profit, der bliver betalt skat af, som kommer samfundet til gode. Vi vurderer her, at den liberale position kan sammenlignes med Friedmans teori, da det er produktion (profit), der udgør virksomhedens værdi.

Her fokuseres der ligeledes på, at virksomhedens primære formål er at tjene penge inden for den gældende lovgivning og normer i samfundet (Friedman, 1970, s. 33; Rendtorff, 2013, s. 159).

Rendtorff udbygger teorien og mener, at en virksomhed skal gøre mere end blot at skabe økonomisk profit, som den liberalistiske position foreskriver. Rendtorff mener, at der oveni den liberalistiske position også er en dydsbaseret og kommunitaristisk position, samt en kantianske position (Rendtorff, 2013, s. 159). Den kommunitaristiske og dydsbaserede position inden for corporate citizenship er, at virksomhedens statsborgerskab først og fremmest skal etableres gennem et lokalt og nationalt fokus, da kommunitarismen vil opbygge samfundet på konkrete politiske fællesskaber med stærke værdier, og at virksomheden bidrager til dannelsen af et fælles gode (Rendtorff, 2013, s. 160; Logsdon & Wood, 2003, s. 161). Derudover er der også den kantianske position, som ser virksomhedens gode statsborgerskab som en forpligtelse til at følge universelle principper og beskytte rettigheder og friheder og dermed bidrage til retfærdighed i samfundet (Rendtorff, 2013, s. 160). Et sådant eksempel er bl.a. Novo Nordisk, der betaler skat i Danmark på trods af, at virksomheden sagtens ville kunne have fået skattefordele ved at flytte selskabets administrative placering uden for Danmarks grænser (Grønnemand, 2019).

Disse tre forskellige positioner at se virksomheden på er tilsammen det, som Rendtorffs teori om corporate citizenship forsøger at dække ved at fokusere bredere end den økonomiske værdiskabelse (liberalisme) og inddrage værdiskabelse på et samfundsmæssigt og kulturelt plan i både nationalt og internationalt aspekt (Rendtorff, 2013, s. 160). Det er vigtigt for en virksomhed og legitimeringen af denne, at det gøres i fælles interesse mellem samfundet og virksomheden og ikke kun ud fra virksomhedens egne interesser. Dermed skal virksomheden se på verden ud fra samfundets synsvinkel, så der bliver tale om fælles værdiskabelse for samfund og virksomhed (Rendtorff, 2013, s. 163).

Når en virksomhed forpligter sig til bl.a. CSR, er dette et udtryk for, at en virksomhed forsøger at legitimere sig som en demokratisk aktør i samfundet (Rendtorff, 2013, s. 166; Crane & Matten, 2004, s. 46-49). Det kalder de to økonomer Crane & Matten for

virksomhedens *license to operate*. Særligt vil virksomheden fremstå legitim, hvis den inddrager nationale og internationale mål og strategier, mener Rendtorff. Her kan bl.a. nævnes bæredygtige tiltag, bæredygtig udvikling i forhold til det sociale, miljømæssige og økonomiske forhold, og på at opfylde FN's 17 verdensmål (Rendtorff, 2013, s. 166). Disse områder kalder Rendtorff for de tre P'er, som står for *people, planet og profit* (Rendtorff, 2015, s. 192). Corporate citizenship sigter altså mod at følge den tredobbelte bundlinje (triple bottom-line), som ikke kun sigter mod økonomisk profit, men også mod miljømæssigt og socialt overskud (Rendtorff, 2013, s. 166). Dog mener Rendtorff - som tidligere nævnt - at den tredobbelte bundlinje skal udvides, så den omfatter mere, end den gør under CSR (Rendtorff, 2013, s. 157-158). Dermed kan det siges, at en virksomhed med fokus på corporate citizenship er en virksomhed, der arbejder aktivt på at bygge bro i spændingen mellem etik og økonomi. Med andre ord er det spændingen mellem brede samfundsinteresser og virksomhedens mere kortsigtede profithensyn. Det gøres bl.a. ved at virksomheden formulerer sin strategi og ledelse i overensstemmelse med samfundets behov og demokratiske principper (Rendtorff, 2013, s. 167).

Hvis vi skifter fokus fra virksomheder til forbrugere, ser vi, at forbrugerne også kan være gode statsborgere og på den måde operere på samme måde som en virksomheds gode statsborgerskab. Det betyder bl.a., at forbrugere ikke kun vælger varer ud fra rent økonomiske hensyn, men også vælger via etiske parametre. Dermed bliver forbrugerne også ansvarlige, og det Rendtorff vil kalde gode statsborgere, ligesom virksomhederne skal være det via corporate citizenship (Rendtorff, 2013, s. 167). Eksempler på etisk forbrug kan være fairtrade-handel, økologi, Svanemærket osv. Et eksempel på corporate citizenship kan være Regeringens opråb til danskerne i tiden under Corona-krisen. Borgerne (både virksomheder og individer) skulle tage samfundsansvar og vise samfundssind ved at holde sig hjemme og "ved at stå sammen, hver for sig" (Schjørring, 2020). Det samfundssind Regeringen opfordrer til, er det, Rendtorff mener med corporate citizenship, hvor det er handlinger og retningslinjer, der ikke dækkes af almindelig lovgivning, som borgerne bør indordne sig under og udføre i praksis. Dermed stilles virksomheder til ansvar gennem corporate citizenship for deres indstilling og fokus på fx bæredygtighed, den tredobbelte bundlinje og beskyttelse af

medarbejdernes rettigheder og velfærd. Det bevirker, at respekten for demokratiske værdier og sociale mål er centrale for virksomhedens legitimering i samfundet (Rendtorff, 2013, s. 168). Hvis en virksomhed skal gøre sig gældende på det globale marked, er der ligeledes forventninger og forpligtelser fra andre borgere i verdenssamfundet om, at en virksomhed kan legitimere sig via corporate citizenship. Et eksempel er en virksomhed, der forholder sig kritisk over for en regering, som undertrykker sine borgere, da dette viser, at virksomheden respekterer sit globale statsborgerskab (Rendtorff, 2013, s. 170-171).

3.1 DISKUSSION AF VIRKSOMHEDERNES SOM BORGER

Den indisk-amerikanske økonom Subhabrata Bobby Banerjee mener, at der tidligere ikke var fokus på, at virksomheder skulle agere moralsk, men derimod sørge for at tjene penge og betale skatter til samfundet, som så kunne bruges på velfærd (Banerjee, 2008, s. 55). Dette synspunkt stemmer overens med de synspunkter vi tidligere har set hos Friedman (Friedman, 1970, s. 33 & 125). Derfor må der være sket en ændring i de forventninger samfundet har til virksomhederne, hvilket også understreges i Chiapellos beskrivelse af kapitalismens kritikpunkter (Chiapello, 2013, s. 63). Disse samfundsforventninger er med til at skabe det, Rendtorff omtaler som corporate citizenship. Corporate citizenship omhandler, som tidligere nævnt, ikke blot CSR, men omhandler alle hensyn til alle virksomhedens stakeholders. Corporate citizenship betyder, at virksomheden opfatter sig selv som en medborger og bidragsyder til et fælles gode og til de almene interesser i samfundet. Det betegner den rolle, som borgerne gerne vil have virksomheden skal have i samfundet (Matten et Al., 2003, s. 116-117; Rendtorff, 2013, s. 172).

Rendtorff argumenterer for, at virksomheder kan udfylde huller, hvor regeringer, kommuner og andre offentlige administration er holdt op med at udføre samfundsopgaver (Rendtorff, 2013, s. 173). Dermed kan virksomheden være med til at beskytte og fremme borgernes sociale, civile og politiske rettigheder. Både Banerjee og Friedman er uenige med Rendtorff, da de mener, at virksomheder ikke kan overtage statens arbejde i forbindelse med socialt velfærd, da virksomheders primære formål er drevet af økonomiske behov, hvorfor det stadigvæk er nødvendigt at

have et velfærdssamfund, der fungerer, og som tager sig af de mest grundlæggende opgaver (Banerjee, 2008, s. 74; Friedman, 1970, s. 125).

Dertil stiller vi spørgsmålet, om corporate citizenship og de gode hensigter egentlig er en måde for kapitalismen, at skabe et mere humant ansigt. Corporate citizenship kan være et dække for virksomhedernes trang efter øget profit til aktionærerne, uden at det kommer samfundet til gode. Dette eksempel vil Friedman argumentere for er præmissen for at corporate citizenship kunne have sin berettigelse, da virksomheder kan bruge begreber som corporate citizenship og CSR til at maksimere profitten i virksomheden på lang sigt (Friedman, 1970, s. 124). Dermed kan begreber som virksomheders etik og samfundsansvar fremstå som tom retorik, der bruges i et forsøg på at vise, at virksomheden kan tilpasse sig samfundets forventninger (Rendtorff, 2013, s. 174; Chouliaraki & Fairclough, 1999). Dette vil også følge Chiapellos argumentation om, at det kapitalistiske system er i stand til at indarbejde kritik fra det omkringliggende samfund, og derved udvikle sig i nye retninger (Chiapello, 2013, 63-64).

Det er vigtigt for virksomheden at få legitimitet, da legitimitet afgør virksomhedens muligheder for at agere i samfundet. Corporate citizenship fungerer ideelt set som en markør, hvorved virksomheden tilpasser sig sine omgivelser, for at undgå imagetab og ødelæggelse af virksomhedens sociale og økonomiske eksistensbetingelser (Rendtorff, 2013, s. 175). I det foregående afsnit er der argumenteret for muligheden, at virksomheder skal agere som ansvarlige samfundsborgere. I det følgende vil vi se nærmere på, hvad borgerbegrebet omhandler. Dette er for klarlægge, hvad begrebet dækker.

3.2 HVAD ER EN BORGER?

Den amerikanske filosof Mark Sagoff mener, at det at være menneske i dagens demokratiske samfund kan deles op i begreberne *forbruger* og *borger*. Det at være en forbruger er, ifølge Sagoff, at tænke med sin egen selvinteresse, mens det at være en borger er at tænke på samfundets bedste (Sagoff, 2007, s. 46-47). Sagoff argumenterer for, at vi som mennesker skifter perspektiv alt efter, om vi er køber af en vare, hvor vi sigter efter at tilfredsstille personlige interesser, eller om vi stemmer til et valg, hvor vi har fokus på det fælles bedste. Dog kan vi på den anden side også stemme som

forbrugere og handle ind som borgere. Et eksempel er, at direktøren stemmer på et liberalt parti til valget, pga. dennes personlige interesse, mens den arbejdsløse stemmer på et socialistisk parti, da det ville være bedst for ham/hende personligt. At handle ind som en borger vil være at handle ind med øje for fællesskabets gode (Sagoff, 2007, s. 46-48). Fx. gennem fairtrade, økologi, klimavenligt, lokale råvarer eller et andet samfundsgavnligt fokus. Eksempelvis vil mennesket som borger i indkøbssituationen handle økologiske æg og økologiske grøntsager, da dette opfattes som noget, der har værdi for fællesskabet (citizen value). I forbrugerrollen vil mennesket i en indkøbssituation handle ud fra egne præferencer, og værdisætninger, således at vedkommende vil købe buræg frem for økologiske æg, hvis personen ikke kan smage forskel.

Sagoff kommer selv med eksemplerne, at han har en "Ecology Now"-sticker på sin bil, som drypper olie hver gang den holder stille, eller at han stemmer på personer, der vil forsøge at slå hårdere ned på fartsyndere, mens han selv kører for stærkt på motorvejene (Sagoff, 2007, s. 48). Dette viser, at vi har en holdning til, hvordan verden bedst tager sig ud, men at vi ofte ikke selv følger holdningen i vores personlige valg. Ofte ved vi godt, hvad der vil være det rigtige at gøre, men alligevel følger vi det ikke. Fx. ved de fleste af os godt, at pålægschokoladen ikke er sund for os, og vi måske burde lade være med at spise den, men alligevel spiser vi den ofte. (Sagoff, 2007, s. 48; Toft, 2016, s. 287). Sagoff mener, at der er et problemfelt mellem begreberne, *forbruger* og *borger*, og at der er en stor forskel i præferencerammen, alt efter om vi som stemmeberettiget vælger overvejer fx et politisk anliggende, eller om vi som forbruger overvejer et forbrugsmæssigt anliggende (Sagoff, 2007, s. 48-49).

Forskellen på de to måder at tænke på kan karakteriseres på følgende måde. For at være underlagt begrebet *borger*, er vi, ifølge Sagoff, et medlem af et fællesskab, hvor vi tænker på, hvad gruppen eller fællesskabet bør gøre. Her gør borgeren sig overvejelser over, hvad denne kan forvente de andre borgere af samfundet vil acceptere. Dermed reflekterer borgeren over samfundets værdier, og ikke kun over egen selvinteresse (Sagoff, 2007, s. 50-51). Sagoff mener ikke, at vi kan sætte de to klassificeringer under den samme ramme, da den borgerlige vurdering (citizen judgement) og den personlige præference, ikke kan arbejde sammen. Alligevel optræder begge klassificeringer i et

enkelt menneske hver dag. Med dette menes, at vi som mennesker har mange forskellige roller i løbet af en dag, både som forældre, fodboldtræner, borger, forbruger, ægtefælle osv. Dette betyder, at vi tænker forskelligt alt efter, hvilken situation vi står i. Når vi står i en situation i den lokale butik, har vi en specifik præference, mens vi i en anden situation fx i en familiesituation, professionel kontekst eller i politiske omgivelser har andre præferencer og tænker anderledes (Sagoff, 2007, s. 50-51).

Sagoff mener, at det at være borger indebærer, at vi bekymrer os om etiske og kulturelle mål, såsom lighed og retfærdighed. Dog mener Sagoff, at der er mere end dette, der bekymrer os som borgere. Begreber som sikkerhed, sundhed, uddannelse, kunst, videnskab og skønheden, der ligger i udviklingen af det naturlige miljø er alle begreber, som kan bekymre os som borgere (Sagoff, 2007, s. 52). Sagoffs borgerbegreb er et begreb, der bliver brugt, når vi ser os selv som en del af fællesskabet. Borgerbegreb omhandler, at vi tilsidesætter egne umiddelbare behov, og ser fællesskabets udvikling og muligheder (Sagoff, 2007, s. 49-51).

Sagoff mener, at der er hverdagsproblemer, hvor vi fx skal vælge hvilket slips vi skal bruge, mens der samtidig med hverdagsproblemerne er der problemer og emner, som ligger dybere i mennesket, som fx klimaforandringerne eller udryddelsen af dyre- og plantearter. Disse problemer kan, ifølge Sagoff, ikke blive prissat i en cost-benefit-analyse eller af et økonomisk marked. Klimaforandringerne omhandler, ifølge Sagoff, vores karakter som mennesker, og disse kan ikke værdisættes på samme måde som en vare på hylden i supermarkedet (Sagoff, 1988, s. 28). Sagoff mener, at det er en del af den menneskelig biologi at tage sig af problemer som klimaforandringerne. Han argumenterer det selv således:

"Our environmental goals – cleaner air and water, the presence of wilderness and wildlife, and the like – are not to be construed, then, simply as personal wants or preferences; they are not interests to be 'priced' by markets or by cost-benefit analysis, but are views or beliefs that may find their way, as public values, into legislation. These goals stem from our character as a people, which is not something we chose, as we might choose a necktie or a cigarette, but something we recognize, something we are" (Sagoff, 1988, s. 28).

Dermed er der noget i de miljømæssige mål om renere luft og vand, der stemmer overens med, hvordan vi dybt nede som mennesker er indlejret i fællesskaber. Et eksempel er, at nedlukningen i forbindelse med corona-virus har forårsaget, at luften over Punjab-regionen i Indien nu er så klar, at befolkningen kan se Himalaya bjergene for første gang i tre årtier, hvilket måske kan ændre befolkningens holdning til luftforureningen i området. Dette kan give grundlag for en diskussion af, hvad det vil sige at være fra Punjab-regionen (Picheta, 2020). Den værdidiskussion kan dreje sig om herlighedsværdien ved at se Himalaya kontra industri og vækst. Det at se Himalaya i Punjab-regionen kan blive en identitetsskabende ide, der er bidrager til følelsen af at være fra den region, en ide, der ikke kan prissættes.

3.3 DISKUSSION AF BORGERBEGREBET

I det følgende afsnit vil vi se nærmere på, hvordan vi kan forstå Rendtorffs teori om, at virksomheder bør agere som samfundsborger, og om den kan passe sammen med Sagoffs borgerbegreb. Sagoffs argumenterer for, at et menneske kan deles op i forbruger og borger. Rendtorff argumenterer for, at virksomheden er en samfundsborger. I dette speciale vil vi mene, at der er en vis sammenhæng mellem de to teoretikere, der ikke argumenterer for det samme, men bruger de samme begreber. Hvis vi ser på liberalismens (Friedman og Banerjee) argumentation for, at virksomheden ikke har andet ansvar end at maksimere sin profit (Friedman, 1970, s. 33 & 125; Banerjee, 2008, s. 55), og sammenligner det med Sagoffs *forbruger* (Sagoff, 2007, s. 48-49), ser vi i dette speciale, at der er visse ligheder. Disse ligheder er, at forbrugeren tænker på egne præferencer på samme måde, som liberalisterne tænker på virksomhedens ansvar for samfundet. Hos både forbrugeren og virksomheden er fokus centreret på forbrugeren og virksomheden selv og ikke på det omkringliggende samfund. Vi argumenterer for, at dette fokus er en form for egoisme, da både virksomheden og forbrugeren sætter egne behov over andres.

Modsat dette er Sagoffs begreb om borgeren (Sagoff, 2007, s. 48-49) og Rendtorffs begreb om virksomheden som den gode samfundsborger (Rendtorff, 2013, s. 155-156), som vi anser som mere altruistisk end egoistisk, da der bliver taget ansvar for samfundet og samfundets udvikling, uden nødvendigvis at have øje for egen vinding.

Ikke desto mindre skal CSR og virksomhedens gode statsborgerskab stadig opfylde virksomhedernes formål med at skabe profit, og der kan ikke være tale om, at virksomheden giver afkald på egen overlevelse (Jepsen & Madsen, 2018, s. 10-11). De to danske CSR-konsulenter Dorte Jespen og Henrik Madsen siger således om forretningen og CSR i virksomheder: *“Virksomhedens samfundsansvar er i sagens natur drevet af forretning. Uden indtjening ingen forretning. Uden virksomhed ingen CSR-politik. Udgangspunktet for CSR er altså et forretningsdrevet samfundsansvar”* (Jepsen & Madsen, 2018, s. 10) World Economic Forum mener ligeledes, at hvis CSR bliver benyttet i virksomhederne i rent altruistisk syn, så vil det ikke kunne skaleres eller blive opfattet som en del af kernen i virksomheden:

“As long as CSR stays fundamentally altruistic in its motivation it is unlikely ever to be considered as being core to business and is unlikely ever to scale or to provide lasting solutions to critical social challenges” (O’Donohoe, 2016).

Dette opfatter vi, i dette speciale, som om at virksomheders samfundsansvar ikke skal være en distraktion fra virksomhedens primære formål, der er at skabe profit, men en integreret del af denne, og derfor kan samfundsansvar ikke være udelukkende altruisme. Derimod skal der, ifølge World Economic Forum omkring spørgsmål til samfundsansvaret spørges til, fx hvordan der kan skabes nye markedsandele, udvikling af nye (bæredygtige) produkter, øge salget af produkter, optimering af leverandørkæden osv (O’Donohoe, 2016). På den måde vil virksomhedens samfundsansvar blive en integreret del af virksomheden, og ikke kun en juridisk restriktion, som virksomheden måske egentlig helst ville være foruden.

4.0 PERSONBEGREBET:

4.1 HARRY G. FRANKFURT

I det følgende afsnit vil vi se nærmere på den amerikanske filosof Harry G. Frankfurts personbegreb. Formålet med afsnittet er at få kortlagt, hvilke kriterier Frankfurt definerer som vigtige, for at vi kan tale om en person.

Frankfurt argumenterer for at de kriterier som udgør en person, sigter efter at fange de kendetegn, som gør sig gældende for vores mest menneskelige bekymringer og at de

ligger til grund for, hvad vi betegner som vigtigt og mest problematisk i vores liv. Frankfurt skriver selv:

“Rather, they (begreberne “person” og “people”) are designed to capture those attributes which are the subject of our most humane concern with ourselves and the source of what we regard as most important and most problematical in our lives. ... What interests us most in the human condition would not interest us less if it were also a feature of the condition of other creatures as well. Our concept of ourselves as persons is not to be understood, therefore, as a concept of attributes that are necessarily species-specific.” (Frankfurt, 1982, s. 82).

Vi ser altså at personbegrebet er et vigtigt begreb i vores forståelse af os selv og at personbegreber, ifølge Frankfurt, ikke er begrænset til at omhandle mennesker men kan dække både kendte og ukendte arter. Frankfurt argumenterer ligeledes for at forskellen mellem en person og andre væsner kan findes i strukturen af en persons vilje. Ligeledes mener Frankfurt at mennesket er ikke alene om at have lyster, motiver eller foretage valg, men er alene om at reflektere og tage beslutninger om vores lyster (Frankfurt, 1982, s. 83) Hvad det dækker over ser vi nærmere på i dette afsnit. Hos Frankfurt er begreberne “first-order desire”, “second order desire” og “second order volitions” centrale. I de kommende afsnit (4.1.1, 4.1.2 & 4.1.3) vil vi oversætte “first-order desire” med umiddelbare lyster, “second order desire” hvilket er lysten til at have en lyst, er oversat med en beslutningsakt, mens “second order volitions” dvs. det at handle og sætte vilje bag en beslutningsakt, betegnes som vilje.

4.1.1 UMIDDELBARE LYSTER

En umiddelbar lyst er en lyst efter alt andet end en lyst. En umiddelbar lyst opstår, når vi får en lyst til at gøre noget eller ikke gøre noget, eksempelvis ryge en cigaret, læse en bog eller støvsuge hele huset. De umiddelbare lyster opstår spontant, de kan være modstridende og have forskellige styrker. Vi kan eksempelvis både have lyst til at løbe en tur og lyst til kage. Lysten til kagen er større end lysten til at løbe en tur (Frankfurt, 1982, s. 83).

4.1.2 BESLUTNINGSAKTER

En beslutningsakt er lysten efter en lyst. Det vil sige, at vi kan have lysten til at ryge en cigaret, og lysten til at miste lysten til at ryge en cigaret. Lysten til at stoppe med at ryge kan godt være tilstede, uden at den egentligt er en lyst, som vi har lyst til at handle på. I det ovenstående eksempel med løbeturen, vil vi gerne have lysten efter løbeturen, da den er sundere end kagen. En beslutningsakt kan derfor både være positiv; vi vil gerne have lysten efter en løbetur og negativ; vi vil gerne af med lysten efter at ryge en cigaret. Her ser vi, at der foretages en refleksion og stillingstagning til vores umiddelbare lyster. Frankfurt argumenterer for, at det er kapaciteten til at reflektere over egne lyster, der er forskellen mellem mennesker og andre dyr. Ingen andre dyr end mennesket har kapaciteten til at reflektere over deres lyster, og kun mennesket er i stand til at have et ønske om, at have eller ikke have en lyst (Frankfurt, 1982, s. 82-86).

4.1.3 VILJE

Det sidste skridt hos Frankfurt er muligheden for at handle, og sætte en vilje bag en beslutningsakt. Hvis vi har en lyst til at stoppe med at ryge, og et ønske om at den lyst skal være effektiv, har vi, ifølge Frankfurt, en vilje (Frankfurt, 1982, s. 86). Det essentielle ved en person er, at de er i stand til at handle på deres beslutningsakter, og på den måde udøve en vilje (Frankfurt, 1982, s. 86). Når vi eksempelvis har en beslutningsakt om have lyst til at løbe en tur, i stedet for lysten til at spise kage og derefter løber en tur, er det at føre den beslutningsakt til handling, hvilket gør os til personer. Frankfurt argumenterer selv således: *"Now it is having second-order volitions, and not having second-order desires generally, that I regard as essential to being a person"* (Frankfurt, 1982, s. 86). At være en person kan ses som et niveau højere end at have beslutningsakter og det essentielle i at være en person er, at være i stand til at have en vilje bag sine beslutningsakter. Et menneske uden vilje kalder Frankfurt en viljeløs (wanton).

Frankfurt skelner mellem en person og en viljeløs (wanton), og illustrerer det med to stofmisbrugere (Frankfurt, 1982, s. 86-88). Begge misbrugere er afhængige af stoffer, og deres psykiske afhængighed er ens. Den ene misbruger hader sit misbrug og forsøger at komme ud af misbruget, dog uden resultat. Han prøver alt, men den umiddelbare lyst

til stoffer ender, i sidste ende altid med at vinde over den anden umiddelbare lyst til ikke at tage stoffer. Han er en uvildig misbruger, der bliver krænket af, og er i konflikt med sine umiddelbare lyster. På den ene side vil han tage stoffet, på den anden side vil han ikke tage stoffet. Ud over disse umiddelbare lyster, har han en beslutningsakt. Han er ikke neutral mellem lysten til at tage og ikke tage stoffet, da han har en lyst om at ikke tage det og er derfor i stand til at reflektere over sine umiddelbare lyster (Frankfurt, 1982, s. 87). Han har en lyst til, at lysten til at stoppe med stoffer skal udgøre hans vilje. Derfor er denne stofmisbruger en person. Den anden misbruger er en viljeløs. Han overvejer ikke forholdet til sit misbrug, og om de umiddelbare lyster han handler på stemmer overens med de lyster, han har lyst til at handle på. Han kan stadig have begge umiddelbare lyster at tage/ikke tage stoffer, men foretrækker ikke den ene lyst frem for den anden, og derfor har han ikke nogen beslutningsakt og ingen vilje. Han har ikke nogen identitet og består kun af sine umiddelbare lyster (Frankfurt, 1982, s. 88). Som Frankfurt selv formulerer det:

“When a person acts, the desire by which he is moved is either the will he wants or a will he wants to be without. When a wanton acts, it is neither” (Frankfurt, 1982, s. 89).

For den uvildige misbruger, der ifølge Frankfurt udgør en person, gør det en forskel, hvilken af hans umiddelbare lyster, der vinder. Uanset om han tager stoffer eller ej, vil han altid handle for at tilfredsstille hans egne lyster. Den uvildige misbruger vil gennem en beslutningsakt identificere sig med en af sine umiddelbare lyster. En af lysterne er hans eget (at stoppe), og han tager afstand fra den andet (at fortsætte) (Frankfurt, 1982, s. 88).

Ud fra denne beskrivelse vil vi diskutere, om virksomheder kan kategoriseres som værende en person. Dette gør vi i afsnit 5.2 og 9.2. Vi kan i dette afsnit konkludere at, hvis en virksomhed skal kunne kategoriseres som en person, skal den være i stand til at forme beslutningsakter, og identificere sig med en af sine umiddelbare lyster. Hvis vi simplificerer en virksomhed, kan vi tale om at den har en række umiddelbare ønsker som eksempelvis at tjene penge, producere goder, levere god service og passe på sine medarbejdere. Virksomheden skal være i stand til at prioritere en af disse ting frem for de andre, hvilket der kan argumenteres positivt for at den kan. Hvordan denne

prioritering skabes, vil vi komme ind på i det følgende afsnit (5.0), hvor vi også vil se nærmere på, hvordan en gruppeagent, og dermed en virksomhed kan holdes ansvarlig.

5.0 PHILIP PETTIT

5.1 AGENTBEGREBET

Philip Pettit argumenterer for, at virksomheder og andre grupper kan betegnes som gruppeagenter og holdes ansvarlige på samme måde som individuelle agenter (Pettit, 2007, s. 176). Pettit argumenterer ligeledes for, at virksomheder og andre grupper kan holdes ansvarlige på trods af, at ingen individer i gruppen kan holdes ansvarlige (Pettit, 2007, s. 172).

Ifølge Pettit beholder grupper som fx organisationer, kirker, universiteter, partier og virksomheder en del af deres identitet på trods af en løbende udskiftning af medlemmerne i dem. De nævnte grupper opererer igennem medlemmerne på en måde, så gruppen simulerer at optræde som en enkelt agent, altså et enkelt individ (Pettit, 2007, s. 172). Dette ser vi eksempelvis, når vi omtaler McDonalds, en fastfoodkæde, der har mange ansatte, som en enkelt agent.

“I argue that corporate bodies are fit to be held responsible in the same way as individual agents, and this entails that it may therefore be appropriate to make them criminally liable for some things done in their name; they may display a guilty mind, a mens rea, as in intentional malice, malice with foresight, negligence, or recklessness” (Pettit, 2007, s. 176)

I citatet ovenfor argumenterer Pettit for, at virksomheder kan holdes ansvarlige på samme måde som individuelle agenter, og at dette indebærer at det muligvis er passende at holde dem strafferetsligt ansvarlige, for nogle af de ting som bliver udført i deres navn (Pettit, 2007, s. 175-176). Virksomhederne er i stand til at vise et skyldigt sind, og til at have en intention om at begå noget kriminelt. Ligeledes er de i stand til at vise intentionel hensynsløshed, forsømmelse osv. Pettit afholder sig fra at beskrive, hvordan sanktioner eller lov skal udformes og at der ikke er en klar linje for, hvordan det skal gøres i praksis (Pettit, 2007, s.176). Vi vil i det følgende se nærmere på, hvilke

kriterier Pettit stiller op for at en gruppeagent kan holdes ansvarlig. Et eksempel på dette er reguleringen af agenter.

5.1.1 REGULERING AF AGENTER.

Hos Pettit skelnes der mellem afskrækkende regulering og udviklingsmæssig regulering.

- Den afskrækkende regulering består i at indføre sanktioner, enten som belønning eller straf på de muligheder agenten har. Et eksempel er straffeloven, der former borgernes adfærd ved at bekendtgøre en straf for visse handlinger. Gruppeagenter kan holdes ansvarlige på samme måde som enkelte agenter i sager med eksempelvis uagtsomhed og hensynsløshed. Formålet med den afskrækkende regulering er at forme de valg agenten kan tage (Pettit, 2007, s. 175).
- Den udviklingsmæssige regulering kan sammenlignes med den måde forældre giver ansvar til store børn, fuldtvidende at børnene endnu ikke kan holdes ansvarlige. Et eksempel er at give teenageren lov til at holde fest, men holde ham/hende ansvarlig for de skader vennerne evt. laver. Et andet eksempel er at give teenageren lov til at være ude sent med det ansvar, at denne skal nå den sidste bus. Ved at behandle teenageren, som om han/hun kan holdes ansvarlig, hjælper forældrene til at introducere den selvbevidsthed og selvregulering, som det kræver for at have et ansvar. På den måde skabes en ansvarsopdragelse (responsibilization) (Pettit, 2007, s.176-177).

Ligesom der er forskel på at holde nogen ansvarlig for en handling, og at straffe/belønne dem, så er der forskel på at holde nogen ansvarlig og opdrage dem til ansvar. Den forskel er vigtig, idet vi kan forestille os initiativer, der er designet til at opnå en regulerende effekt i grupper (Pettit, 2007, s. 177). Ifølge Pettit kan grupper udvikle og vokse på samme måde som børn, og på den måde får de gradvist de relevante egenskaber til at kunne tage ansvar. Gruppen vil løbende møde initiativer som regulerer dens adfærd (Pettit, 2007, s.177 og 200). Hvis en virksomhed kan holdes ansvarlig, vil den kunne møde sanktioner som rammer hele virksomheden, i stedet for kun bestyrelsen. Pettit mener, at dette skaber et initiativ for aktionærerne til at udstede retningslinjer for

bestyrelsen og ledelsen (Pettit, 2007, s. 200). Vi er altså i stand til at give ansvar til agenter, der er i stand til at bære ansvaret, men også til entiteter, der endnu ikke kan holdes ansvarlige, men har mulighed for det i fremtiden med det formål at forberede dem på ansvar. Pettit skriver det selv således:

“We are naturally disposed to ascribe responsibility, it appears, not just to responsible agents and agencies but also to “responsibilizable” entities - not just to agents that are fit to be held responsible but also to entities that are capable of being made fit to be held responsible” (Pettit, 2007, s.201).

Vi tolker at, ifølge Pettit, kan vi tilskrive et ansvar til bl.a. teenagere og virksomheder på trods af, at de endnu ikke er i stand til at opfylde det ansvar med det formål at forberede dem til det i fremtiden.

5.1.2 HVAD SKABER EN SIMPEL AGENT?

Pettits eksemplificerer en simpel agent med en lille simpel robot, der er i stand til at køre rundt på en bordplade og rejse dåser op. Robotten har en sensor, der afsøger området omkring robotten for dåser, som ligger ned. Hvis robotten opdager en dåse som ligger ned, vil den køre hen for at rejse den op. Robotten er programmeret med en enkelt lyst¹ (desire) til at rejse dåser op, hvis den finder en liggende dåse, vil den rejse den op. Når den finder en dåse, er den i stand til at handle på en måde, som opfylder dens lyst (Pettit, 2007, s. 178). Pettit beskriver, hvordan et system udgør en agent, hvis det skaber handlingsegne lyster (action-suited desires) til omgivelserne, altså lyster om forandringer. I vores eksempel har robotten en lyst til at dåser skal stå op.

Ligeledes skal det være muligt for agenten at opfylde disse lyster, samt at lyster skal være konsistente. I eksemplet er robotten i stand til at rejse dåser op og blive ved med at gøre det (Pettit, 2007, s. 178).

¹ Desire er her oversat med lyst. Desire ville også kunne betyde ønske eller trang, men i dette tilfælde har vi valgt at oversætte det til lyst, da vi mener dette giver mest mening i dette speciale.

Agenten skal skabe handlingsegne overbevisninger (action-suited beliefs) omkring, hvordan de nuværende omgivelser er, og hvordan der skal handles for at få det til at stemme overens med de førnævnte lyster. Det opfylder robotten også ved at være i stand til at registrere dåser, der ligger ned og være i stand til at rejse dem op. Hvis der fremkommer et robust og rationelt mønster hos robotten, mener Pettit, at det er godt nok til, at robotten kan kaldes en simpel eller intentionel agent (Pettit, 2007, s. 178). Som vi vil se nærmere på i det følgende, er den simple agent det første trin i en række af agenter med stigende kompleksitet.

I dette speciale ser vi en række eksempler på, at agenter kan inddeles trinvist. Fra den simple robot, som Pettit beskriver, til mere komplekse agenter som dyr, mennesker og grupper. Vores lille robot er ikke i stand til at foretage en evaluering eller vurdering af lysten (desire) om at rejse dåser op. Tilsvarende mener Pettit, at dyr (på nær mennesket) heller ikke er i stand til at foretage denne form for vurderinger (Pettit, 2007, s. 185). Dette argumenter Pettit for i det følgende citat.

“It is clear that a system as simple as our little robot will certainly not be able to form evaluative beliefs, given how restricted is its domain of attention. But equally, there is little or no evidence that more complex, nonhuman animals can form such beliefs either. That is surely the reason why we have little or no inclination to hold such creatures responsible for what they do. They are not fit to be held responsible because they do not make the value judgments that supply the benchmarks of responsibility” (Pettit, 2007, 185-186).

Her ser vi også, at Pettit argumenterer for at prioritering mellem lyster er en nødvendighed for ansvar. Dette tolker vi til, at hvis en agent ikke er i stand til at prioritere mellem lyster, kan agenten ikke holdes ansvarlig.

Både Frankfurt og Pettit har beskrivelser, der handler om forskellen mellem mennesker og dyr. De er enige om, at det der adskiller mennesket fra andre dyr, er vores egenskab til at kunne evaluere og vurdere vores egne lyster (Pettit, 2007, s.178 og 185; Frankfurt, 1982, s. 83). Vi kan derfor konkludere, at mennesket er en af de mest komplekse agenttyper. Både Frankfurt og Pettit arbejder derfor ud fra en gradvis stigning i kompleksiteten af agenttyper. Vi mener derfor, at Frankfurt og Pettit kan sammenlignes.

Vi vil nu se nærmere på den måde Pettit og Frankfurt argumenter for, at agenter træffer beslutninger. Dette vil vi beskrive ud fra en beslutningskæde. Et eksempel på en helt simpel beslutningskæde er hos Pettits simple agent:

“... the intentional agent need only have beliefs that serve to channel its actions toward the satisfaction of its desires. It need not to have any critical or evaluative beliefs: that is, any beliefs according to which a certain goal or a certain action ought to be desired, whether from a rational, prudential, or moral point of view” (Pettit, 2007, s. 185)

Vi tolker her, at hos Pettit former og vurderer den intentionelle agent en beslutningskæde (channel), der går fra holdninger² (beliefs) over handling mod lyster (desires), og at agenten ikke behøver have evaluerende overvejelserne ud fra rationelle eller moralske vinkler (Pettit, 2008, s. 178). Hos Frankfurt så vi, at den mest simple agent har umiddelbare lyster (first-order desires), og at det ser ud til, at det kun er mennesker, der er i stand til at have den refleksion, der er nødvendig for at skabe beslutningsakter (second-order desires) og sætte en vilje bag disse (second-order volitions) (Frankfurt, 1982, s. 83 & 86). Vi ser her, at både Frankfurt og Pettit argumenterer for, at det er nødvendigt at have en beslutningskæde på minimum tre led, før vi kan tale om et ansvar eller en person. Hos Frankfurt kan vi betegne de umiddelbare lyster, som første led, beslutningsakterne som andet led og viljen som tredje led. Hos Pettit kan vi betegne lyster, handlinger, ønsker og prioritering som nødvendige.

At overveje mulighederne for et valg, er en abstrakt handling, hvor muligheder og deres mulige udfald vurderes. Når vi som mennesker vurderer, hvad vi skal gøre i en situation, kan vi komme med forslag, som åbner op for andre forslag osv. Vi kan også vurdere forslagene ud fra om de er gode, dårlige eller om de er bedre end alternativerne (Pettit, 2007, s. 186). Et eksempel, hvor vi ser denne type overvejelser, er radioprogrammet Mads og Monopolet, hvor et panel skal hjælpe lyttere, der skriver ind, med at vurdere løsningen på forskellige muligheder og udfordringer, hvad enten de er store eller små. Pettit mener, at måden, vi kan holde nogen ansvarlig på, er, at hvis det, der er blevet

² Vi mener at holdninger her dækker belief nogenlunde, med det forbehold at en lille robot ikke kan have en holdning.

gjort, er dårligt, har agenten en skyld, og hvis det er godt, er agenten kandidat for ros (Pettit, 2008, s. 173). En agent er kandidat for ros eller skyld, hvis agenten er i stand til at vurdere, hvad denne stræber efter og dermed vurderer mulige udfald af sine handlinger (Pettit, 2008, s. 173 og 186). Hvis vi sammenligner dette med Frankfurt, vil det sige, at agenten skal være i stand til at reflektere over egne lyster og ikke kun handle på lysterne. Hvis vi eksempelvis har lyst til at købe et par sko, kan vi opfylde den lyst ukritisk og købe et par sko. Dermed vil vi have en ureflekteret lyst, hvilket kan sammenlignes med en umiddelbar lyst hos Frankfurt. Hvis vi derimod reflekterer over lysten og kan se, at vi kun har lyst til at købe skoene, fordi vi har lyst til at købe sko, og ikke fordi vi skal bruge et par sko, er vi i stand til at overveje vores lyster, og derefter koordinerer vores handlinger. Dette kan sammenlignes med Frankfurts beslutningsakt, da vi gennem refleksion og prioritering beslutter os for, hvilken af vores umiddelbare lyster vi gerne vil følge.

5.1.3 KAUSAL OG MORALSK ANSVARLIGHED

Vi vil i det følgende afsnit se nærmere på den kausale ansvarlighed og moralske ansvarlighed, fordi vi kan se, at der er forskellige typer af ansvar. Det er derfor vigtigt at forstå forskellen mellem det kausale og moralske ansvar. Denne forskel eksemplificeres i det følgende citat fra Henry Shue:

“This demonstrates, strictly speaking, causal responsibility. But causal responsibility does not entail moral responsibility (Müller et al. 2009). If A falls down the escalator because she is hit from behind by B, but B was tripped by C, B is partly causally responsible but not at all morally responsible for A’s fall. The moral responsibility for A’s fall belongs entirely to C. Causal responsibility must be blameworthy to become the basis for moral responsibility, and causation—or “contribution”—is blameworthy only if it is a violation of a socially accepted principle” (Shue, 2017, s. 593)

I citatet ser vi, at der kan tillægges et kausalt ansvar til B, men at det moralske ansvar udelukkende kan tillægges C. Vi forstår citatet på den måde, at C har reflekteret over konsekvenserne ved at skubbe. I den refleksion har C overtrådt et socialt og etisk accepteret princip at lade være med at skade andre og valgt lysten til at skade enten A eller B. Som vi så ovenfor, kan vi holde nogen moralsk ansvarlig, når vi vurderer, at

agenten kan bebrejdes eller modtage ros. I citatet kan C bebrejdes, at han har overtrådt et socialt og etisk accepteret princip, og C kan derfor holdes moralsk ansvarlig.

Et andet eksempel, som vi ser hos Pettit, er en hund, som har tisset på et gulv (Pettit, 2007, s. 173). Vi kan sige hunden er ansvarlig for at have tisset på gulvet, men kun et kausalt ansvar. Vi kan blive vrede på hunden og frustrerede over at vores hundetræning ikke virker, men vi kan ikke holde hunden moralsk ansvarlig, for den kan ikke bebrejdes i en moralsk forstand, da den ikke har reflekteret over konsekvenserne af at tisse på gulvet. Ligeledes kan vi ikke holde vejret moralsk ansvarlig for en eventuel vandskade, da vejret, ligesom hunden, ikke kan optræde som kandidat for ros eller bebrejdelse, da vejret ikke er en agent, der er i stand til at reflektere over sine handlinger. Der er altså forskel på kausal ansvarlighed og at blive holdt moralsk ansvarlig. Hos Pettit er der også forskel på at være ansvarlig (responsible), og at blive tillagt en ansvarlighed (accountable). At blive tillagt ansvarlighed betyder, at vi identificerer den, der bærer et ansvar. Hvis et ungt menneske (17 år) har gjort noget godt eller skidt, kan vi, foruden den unges ansvar, også tillægge forældrene en ansvarlighed. Der vil her være tale om et andet ansvar end det, vi tillægger den unge. Forældrene er ikke direkte ansvarlige for den unges gode eller dårlige handling, men har stadigvæk et ansvar for, at den unge er opdraget hensigtsmæssigt. Det skal understreges, at det er nemmere at tillægge en ansvarlighed, end at holde én ansvarlig. På den måde skelner Pettit mellem en ansvarlighed (accountable) og at være ansvarlig (responsible). Der er større/bredere rammer for at blive holdt ansvarlig (accountable), end for at være ansvarlig (responsible) (Pettit, 2007, s. 173).

Grupper kan også skabe ønsker, overbevisninger og handlinger, der påvirker omgivelserne, når medlemmerne handler ud fra en fælles intuition (Pettit s. 179).

“is it possible for a group of individual human beings to qualify as an agent, meeting whatever are thought to be the requirements of agency? And if this is possible, then is such a group likely to qualify as an autonomous agent? I defend a positive answer to each question” (Pettit, 2007, s. 177-178)

En gruppe kan skabe en agent, hvis medlemmerne handler ud fra en fælles intention om at skabe en agent. Hvert medlem af gruppen vil forsøge at udføre deres rolle og arbejde, så der opstår en helhed, der tager sig ud som en enkelt agent. Motivationen for det enkelte menneske kommer fra ideen om, at de andre i gruppen gør det samme, hvilket skaber en fælles idé (Pettit, 2007, s. 179). Et eksempel er når vi bliver spurgt hvor vi arbejder, og vi siger: "Jeg arbejder for X", hvor X er virksomhedens navn. Her fortæller vi om den helhed vi arbejder med og de ideer vi arbejder for. Her ser vi også at der er forskel på om vi arbejder for Forsvaret eller for Greenpeace. Vi kan arbejde begge steder, men der er forskel på den agent som der arbejdes på at skabes. I Forsvaret er formålet af skabe en stærk agent, der er i stand til at hævde suverænitet i landet (Forsvaret, 2019), mens Greenpeace har formålet at skabe en agent, der stopper miljøødelæggelse og holder firmaer til regnskab (Greenpeace, 2020).

Hvis den fælles intuition (group mind) kun er en funktion af sammenfaldende holdninger, enten ud fra tilfælde eller en form for koordinering, vil der ikke skabes en selvstændig agent, da hver vurdering vil svare til et af individernes holdning (Pettit, 2007, s. 180). Selv om medlemmerne handler ud fra en fælles intuition, betyder det ikke, at de handler ud fra den samme viden eller har samme indflydelse. Nogle medlemmer har kun en generel idé om gruppen og den rolle, de skal udfylde. Andre medlemmer har en detaljeret strategi for gruppen. Nogle er i gruppen, fordi de hæfter sig ved de muligheder, den skaber eller på mangel af bedre muligheder. Der vil altså være medlemmer med lille indflydelse og medlemmer med stor indflydelse på det mønster, som gruppen udformer sig i. Et sådant mønster kan være, at medlemmerne af gruppen mødes og stemmer om gruppens holdninger og handlinger. Et andet mønster kan være at uddelegere de forskellige opgaver mellem undergrupper og individer og derefter på et overordnet plan sikre, at alt går, som det skal (Pettit, 2007, s. 179).

5.1.4 HVILKE PARAMETRE GØR EN GRUPPE ANSVARLIG?

Vi vil i det følgende afsnit se nærmere på, hvor der kan opstå ansvar i forbindelse med en virksomhed. Dette gør vi for at få kortlagt de relevante muligheder, der er for at fordele ansvaret. Ligeledes vil vi se nærmere på, hvad skal der til, før vi kan holde en gruppe ansvarlig. Her ser vi, at Pettit har tre pointer, som han mener, skal opfyldes, før

vi kan tale om, at en gruppe har et ansvar. Pettit argumenter for, at gruppen skal have et valg, have fuld forståelse og have kontrol.

Vi vil nu se nærmere på hvad dette betyder:

- 1 Et valg betyder, at gruppen skal stå over for rigtige og forkerte moralske valg.
- 2 Fuld forståelse betyder, at gruppen skal være i stand til at se, hvad der er på spil og have relevante informationer til at vurdere deres valg.
- 3 Kontrol betyder, at det helt konkret er op til gruppen at vælge, mellem de valgmuligheder, som opstilles (Pettit, 2007, s. 177).

Hvert af disse punkter er nødvendig, for at kunne holde en gruppe ansvarlig. Hvis et af dem ikke opfyldes, er det ikke muligt at tilskrive ansvaret til den pågældende gruppe (Pettit, 2007, s.175). Hos Pettit ser vi, at ansvarlighed både kan tillægges gruppen/virksomheden og individerne i virksomheden. Dette står i kontrast til Friedmann, der mener, at vi kun kan holde individerne i virksomheden ansvarlige (Friedman, 1970, s. 33). Ifølge Pettit kan individerne i gruppen holdes ansvarlige, hvis de har udfyldt en ud af tre roller i virksomheden:

1: Individer, der har været med til at stifte konceptet/ideen for gruppen, og/eller den måde gruppen tager beslutninger. Vi kalder disse individer for designerne.

2: Er medlemmer af gruppen.

3: De individer, der udfører gruppens planer og gør dem til handling. Vi kalder disse individer for fodtudsere (Pettit, 2007, s. 193).

Designerne er ansvarlige for, hvordan gruppen kommer til at operere i fremtiden. Det ansvar kan sammenlignes med det ansvar forældre har over for deres børn. Stifteren af en gruppe skaber de rammer og rutiner, som gruppen benytter sig af og kan holdes ansvarlig i samme grad, som forældre kan holdes ansvarlige, når deres børn gør en god eller dårlig handling (Pettit, 2007, s. 193).

Medlemmerne af en gruppe kan holdes ansvarlige som individer ud fra den præmis, at de er medlemmer af en gruppe, som enten gør noget godt eller dårligt. Ansvar er afledt af gruppeagentens ansvar. Så hvis et individ forbliver medlem og lader være med at protestere er de meddelagtige i gruppens handlinger og kan derfor delagtiggøres i gruppens ansvar (Pettit, 2007, s. 193).

Den tredje måde et individ kan holdes ansvarlig for en gruppes handlinger er, hvis individet er med til at udføre de handlinger, som gruppen har vedtaget og planlagt. Individet er ansvarligt på den måde, at det kunne have ladet være med at udføre handlingen. Det ansvar er konsistent med det ansvar, gruppen overordnet har, for at der er individer, som bliver sat i den situation, at de skal udføre handlingen, fx soldater på strandene under D-Dag i Normandiet, under Anden Verdenskrig (Pettit, 2007, s. 194).

Spørgsmålet er, hvorfor vi skal have mulighed for at tilskrive gruppen et ansvar, når vi kan tilskrive individerne i gruppen et ansvar. Når vi eksempelvis kan identificere og holde en enkelt soldat ansvarlig for en given handling, kan det virke overflødigt at også tilskrive hele hæren et ansvar. Ikke desto mindre argumenterer Pettit for, at det er nødvendigt at kunne tilskrive ansvar til en gruppe. Selv når vi har identificeret alle relevante individuelle agenter i en handlende gruppe, kan det stadigvæk være vigtigt at holde gruppeagenten ansvarlig. Dette er for at sikre, at det fulde ansvar bliver taget (Pettit, 2007, s. 194). Vi vil her argumentere for, at Pettit opstiller et ansvarsregnskab. I vores eksempel med en soldat på stranden i Normandiet vil Pettit muligvis argumentere for, at det ikke udelukkende er den menige soldats ansvar, at han er på den strand. Den menige soldat har et ansvar, og vi kan holde ham ansvarlig for hans handlinger, men der vil, ifølge Pettit, være en del af ansvaret som ikke kan tillægges soldaten (Pettit, 2007, s. 196). Før soldaten ankommer til stranden, har hæren som gruppe og gennem etablerede beslutningsprocesser sørget for, at soldaten har ordrer, der skal udføres. Vi ser altså, at hvis vi kun holder soldaten ansvarlig, mangler der noget ansvar i ansvarsregnskabet. Derfor kan vi konkludere, at soldaten og hæren må dele det fulde ansvar. Her ser vi også, at Pettit giver mulighed for, at vi kan tildele et ansvar til medarbejdere i en virksomhed eller som vores eksempel med menige soldater. Dette adskiller sig fra Friedman, hvor vi kun ser, at der ligger et ansvar hos bestyrelsen eller direktøren af virksomheden, mens de menige medarbejdere ikke bliver omtalt (Friedman, 1970, s. 33).

5.1.5 VIRKSOMHEDENS ANSVAR OG GRUPPEANSVAR

Pettit udvider individers og virksomhedens ansvar og fremhæver muligheden for et kollektivt ansvar. Dvs. at der kan tillægges et ansvar til grupper, som ikke besidder de tre førnævnte egenskaber (Pettit, 2007, s. 199). Eksempelvis kan man mene, at kolonisterne i USA og Australien er ansvarlige for måden de indfødte blev behandlet på, og at menneskeheden kan holdes ansvarlig for klimaforandringerne. Her besidder gruppen, der tilskrives et ansvar, ikke en tydelig afgrænsning, og har ikke en fastlagt beslutningsproces.

Det giver mening at tilskrive et ansvar til en gruppe, fordi det kan have et udviklingsmæssigt rationale. Hvis vi ikke kan ansvarliggøre medlemmerne af en gruppe, vil vi ikke have mulighed for at skabe et initiativ for medlemmerne om at ændre gruppen til det bedre. Når vi tillægger menneskeheden skylden for klimaforandringerne, giver vi muligheden for at udfordre de undergrupper af menneskeheden, som skader klimaet, eksempelvis olieselskaber, der handler med fossile brændstoffer, regeringer som fremmer fossile brændstoffer eller bare dem, som kører i store biler. Her mener Pettit, at hvis vi ikke udfordrer disse undergrupper, giver vi et tavst samtykke til, at de kan fortsætte med deres adfærd og på den måde gør dem til talsmænd for resten af menneskeheden (Pettit, 2007, s. 199). Vi kan forestille os et par rumvæsner, der landede på jorden og stillede spørgsmålet: "Hvorfor ødelægger mennesker klimaet med alle de fossile brændstoffer?" hvortil et menneske svarer: "Det er jo ikke mig, der ødelægger klimaet, det er olieselskaberne." Olieselskaberne kan på denne måde ses som talsmænd, der har fået lov til at forurene uden at møde nævneværdig modstand og på denne måde repræsenterer det tavse flertal. Dette kan sammenlignes med Shues påstand om, at det er de førende kulstofproducenter, der er ansvarlige for klimaforandringerne, og at det derfor er nødvendigt at stille dem til ansvar (Shue, 2017, s. 591-592). Dette vender vi tilbage til senere i projektet (afsnit 7.3)

Pettit argumenterer for, at gruppeagenter kan holdes ansvarlige men kommer ikke omkring, hvordan vi kan sanktionere dem i juridisk forstand (Pettit, 2007, s. 176). Pettit mener, at en gruppe kan stilles til ansvar på samme niveau og måde, som en individuel agent kan stilles ansvarlig. Pettit siger det selv således: "*A group agent, so it now*

transpires, is as fit as any individual human being to be held responsible for what it does" (Pettit, 2007, s. 192). I det foregående har vi set på om og hvilke krav, der skal opfyldes, før en gruppe kan gøres ansvarlig.

5.2 DISKUSSION - KAN VIRKSOMHEDER TÆNKES SOM PERSONER?

I det kommende afsnit vil vi se nærmere på, om virksomheder er i stand til at kunne betegnes som personer. Spørgsmålet om, hvad virksomheders er, og hvad deres moralske status er, har været diskuteret i mange år, som vi ser i dette citat fra 1844:

Did you ever expect a corporation to have a conscience, when it has no soul to be damned and no body to be kicked? (And by God, it ought to have both!) (The First Baron Thurlow [1731–1806] Lord Chancellor of England) (Banerjee, 2008, s. 51; Poynder, 1844, s. 268)

Som vi har skrevet i starten af specialet, kan virksomheder arbejde på at skabe profit, være non-profit eller alle variationer derimellem. De kan bestå af vertikale eller horisontale systemer eller blandinger af de to. Paletten for, hvad en virksomhed består af og er struktureret omkring, er ganske bred. Der er derfor forbehold for, at der er virksomheder, der muligvis ikke passer ind i den kommende diskussion. Vi vil starte med at kortlægge de forskellige betegnelser, som vi har fundet hos teoretikerne i dette speciale.

Både Friedman og Banerjee argumenterer for, at virksomheder er kunstige personer med et begrænset ansvar (Banerjee, 2008, s. 55-56; Friedman, 1970, s. 33).

"Only people can have responsibilities. A corporation is an artificial person and in this sense may have artificial responsibilities, but 'business' as a whole cannot be said to have responsibilities, even in this vague sense" (Friedman, 1970, s. 33).

I citatet ser vi, at Friedman argumenterer med udgangspunkt i ansvarsbegrebet. Ifølge Friedman er det kun personer (people), der kan have et ansvar, og da en virksomhed er en kunstig person, kan den have et kunstigt ansvar. Her bemærker vi, at Friedman understreger, at en virksomhed *er* (is) en kunstig person, og at den derfor *kan* (may) have et kunstigt ansvar. Hvad der karakteriserer en kunstig person og et kunstigt ansvar, kommer Friedman ikke nærmere ind på, hvilket vi i dette speciale ser som en svaghed i Friedmans argumentation.

Som vi har set tidligere, argumenterer Banerjee med udgangspunkt i borgerbegrebet og CSR og mener, at en virksomhed ikke kan være en borger på samme måde, som en person kan. I forhold til loven kan en virksomhed godt blive taget i betragtning som en person.

“Contemporary notions of corporate social responsibility and corporate citizenship that deploy the ‘legal fiction’ argument of the corporation in order to create a legal soul for the artificial corporate person run the danger of conflating citizenship with personhood. A corporation cannot be a citizen in the same way a person can. A corporation can however be considered a person as far as its legal status is concerned. Current notions of corporate citizenship conflate citizen – which as Windsor {2001} argues a business corporation cannot be – and person (which a corporation can be but only as a ‘legal fiction’)” (Banerjee, 2008, s. 55-56).

Banerjee påpeger også forskellen mellem det at være en borger og det at være en person og mener, at en virksomhed ikke er i stand til at være en borger på samme måde som en person. Her ser vi også, at Banerjee argumenterer for, at en virksomhed godt kan være en person, men kun som en legal fiktion, hvilket betyder, at domstolene er i stand til at behandle sager, hvor der er virksomheder involveret, som om virksomheden er en person (Posner, 2013). Dette ser vi også hos Pettit, der argumenterer på følgende måde:

“That corporations and other such bodies are conversable agents means, in quasi- legal parlance, that they are persons. Not persons in a moral sense—not persons in a sense in which this involves a moral status—but persons in the functional sense of agents who can speak for themselves in a commissive manner. ... But understanding personhood in a functional sense, legal and political thinkers argued, ultimately with more influence, that it meant that the corporation is an artificial person, fabricated in the distinct sense of being made by human hands” (Pettit, 2017, s. 23).

Her ser vi, at Pettit også beskriver virksomheder som kunstige personer, hvilket vi her forstår som, at de har en legal status, det samme som vi så hos Banerjee, men ikke en moralsk status.

Vi ser det som påfaldende at Pettit, Banerjee og Friedman omtaler virksomheder som personer, omend de kun beskrives som kunstige. Dette, mener vi, tyder på at virksomheder må siges at indeholde dele af det, der forstås med at være en person, men at de på en eller anden måde ikke opfylder det fuldt ud. Virksomheder har, som det indledende citat i dette afsnit beskriver, ikke en krop eller en sjæl, men som vi har redegjort for i afsnit 4.1 er Frankfurts personbegreb ikke begrænset til mennesket. Vi ser det også som påfaldende at virksomheder skal betegnes som personer, for derefter at tilskrive en kunstighed til dem, da det burde være muligt at danne et mere præcist begreb som eksempelvis entitet, aktør eller form. Vi vil ikke desto mindre argumentere for at virksomheder kan betegnes som personer, hvilket vi diskuterer nærmere i afsnit 9.2.

6.0 KRISTIAN HØYER TOFT

6.1 VIRKSOMHEDENS GRØNNE STATSBORGERSKAB

Virksomheder forventes i dag, som tidligere nævnt, både at have styr på økonomien og samtidig bidrage til samfundet. I dette problemfelt opstår der gnidninger, som giver etiske problematikker. Toft argumenterer for begreberne *etisk blindhed* og *funktionel dumhed*, som er måder, hvorpå en virksomhed kan være momentvis blind over for etiske dilemmaer, der ikke er taget højde for, og som senere kan ses som problematiske. Toft mener, at danske virksomheder generelt ønsker at være eller fremstå som grønne organisationer, hvor produktionen sker med respekt for miljøet (Toft, 2016, s. 275). Specielt mener Toft, at klimaforandringerne har været med til at få fokus rettet mod bæredygtig produktion, og at bæredygtighed er blevet et krav fra samfundet, og stilles til virksomhederne (Toft, 2016, s. 275).

Toft bruger selv begrebet: *virksomhedens grønne statsborgerskab*, hvor virksomheden ses som en borger på lige fod med andre borgere i samfundet. Ved at virksomheden ses som borger, er der visse rettigheder og forpligtelser. Det kan fx være forpligtelser til at handle mere miljørigtig, eller at gå længere end lovgivningen tilskriver, som grønne frontløbere, og dermed optræde som en god samfundsborger ville gøre (Toft, 2016, s. 276). Dette grønne statsborgerskab er ikke det samme, som Rendtorff argumenterer for omkring corporate citizenship (afsnit 3.0), da Tofts grønne statsborgerskab er en mere

snæver form for borgerbegreb, der kun omhandler miljømæssig bæredygtighed, og fx ikke det sociale område (Toft, 2016, s. 276-277). Virksomhedens grønne statsborgerskab rejser et spørgsmål omkring, hvad der kræves af en virksomhed for at være miljømæssigt bæredygtig.

Toft bruger den tredobbelte bundlinje, som indberettes i CSR som en reference, der forklarer bæredygtighedens forskellige parametre. Han mener, at den tredobbelte bundlinje er en måde at vurdere en virksomheds grønne statsborgerskab på. Ligeledes mener Toft, at det efterhånden er gængs praksis at se bæredygtighed som inkluderende sociale hensyn (Toft, 2016, s. 276). Det grønne statsborgerskab handler ikke om fx at skabe produktion og gode arbejdsvilkår i lokalsamfundet, men udelukkende om at skabe en miljømæssig bæredygtighed. Den sociale bæredygtighed bliver på den måde påvirket positivt via mindre negative eksternaliteter fra virksomhederne. Dette kan eksempelvis være renere drikkevand og luft. Det vigtige i forhold til det grønne statsborgerskab er, at betingelserne, der skal opfyldes, bestemmes af eksterne interessenter (virksomhedens legitimitet). Det kan fx være NGO'er, medierne, kunderne, staten, forskere, mærkningsordninger osv. Med andre ord, er det eksterne stakeholders, der sætter reglerne for en virksomheds grønne statsborgerskab. De etiske krav om det grønne statsborgerskab foregår i en løbende proces, hvor virksomheden indgår i dialog med sine stakeholders. Her bliver der fokuseret på, hvilke etiske krav og forventninger der er til virksomheden omkring miljømæssig bæredygtighed (Toft, 2016, s. 276-277; Scherer & Palazzo, 2007; Daft et Al, 2010 s. 423). Dermed bliver virksomheden opfattet som medborger og aktør, der frivilligt indgår i demokratiske forhandlinger og beslutningsprocesser (Toft, 2016, s. 277).

Et problem med at virksomheder skal have fokus på sin grønne profil er, at der ligeledes er fokus på økonomiske profit. Dette leder til situationer, hvor virksomheden forskyder sin opmærksomhed væk fra moralske hensyn, fordi de økonomiske hensyn er tungere (Toft, 2016, s. 279). Derfor forekommer der en paradoks situation, da det forventes, at en virksomhed har et moralsk ansvar, men samtidig forudsætter virksomhedens samfundsansvar, at der er forenelighed med den økonomiske bundlinje (Toft, 2016, s. 277). Derfor er der et spændingsfelt mellem det etiske hensyn og hensynet til profit. Her fremhæver Toft, at begrebet etisk blindhed er et vigtigt begreb, hvor virksomheden

egentlig regner med, at den handler etisk og forener etik og økonomi, men hvor der i virkeligheden er mindre eller ingen fokus på de etiske hensyn (Toft, 2016, s. 277). I det følgende vil vi se nærmere på, hvad begrebet *etisk blindhed* og *funktionel dumhed* dækker over, og hvad forskellene på disse to begreber er.

6.1.1 ETISK BLINDHED

Toft mener, at etisk blindhed defineres på følgende måde:

”Mennesker kan opføre sig uetisk uden at være sig det bevidste – de kan endda tro, at de gør det rigtige. Det er først senere, at de indser den uetiske dimension ved deres beslutning. Vi kalder denne tilstand etisk blindhed: beslutningstagerens midlertidige manglende evne til at se, hvad der er på spil etisk set.” (Toft, 2016, s. 277-278; Palazzo et Al, 2012, s. 324).

Dermed handler etisk blindhed om, at beslutningstagere kan være etisk blinde i en given situation, uden selv at være det bevidst. Det betyder, at det ikke er med vilje, at beslutningstageren vælger at se bort fra den etiske dimension, men at denne ikke er opmærksom på det. Etisk blindhed er derfor ikke noget beslutningstageren gør med vilje (Toft, 2016, s. 280-281). Ligeledes er der ikke tale om en kronisk tilstand, hvor beslutningstageren konstant tager uetiske beslutninger, men en midlertidig tilstand, hvor beslutningstageren handler i modsætning til egne moralske og etiske principper. Etisk blindhed kan opstå i en periode, for derefter at ophæves igen, hvorefter beslutningstageren får sit normale moralske syn tilbage og kan derefter ofte se sin etiske blindhed (Toft, 2014, s. 277-279). Dette beskrives således af Pettit: *“An individual agent might fail to be autonomous, for example, through being subject to various compulsions or obsessions or blind spots or idées fixes or through being under the unconscious control of another* (Pettit, 2007, s. 180). Her ser vi, hvordan en individuel agent er i stand til at miste sin autonomi, hvis vedkommende er under indflydelse af en række påvirkninger. Derfor vil vi argumentere for, at agenten er etisk blind.

Etisk blindhed forklares ved, at den individuelle moralske opmærksomhed påvirkes af kontekst i samfund og organisation. Det vil sige, at en person kan midlertidig mangle sin etiske dømmekraft. Det kan være forårsaget af tidligere erfaringer, forestillinger og begreber, som kan understøttes i et kontekstuel pres, hvilket fx sker når virksomheder

og medarbejdere bliver presset til at konkurrere, både internt i en virksomhed og pres fra det omgivende samfunds herskende ideologier og værdisystemer (Toft, 2016, s. 280). Der er flere teorier om etisk blindhed, men i dette speciale ser vi det som vigtigt, at den etiske blindhed forudsætter, at beslutningstageren ikke har været bevidst om blindheden. Dette står i kontrast til bl.a. *villet blindhed*, som gør sig gældende i eksempelvis at bevidst ignorere dyrevelfærd i forbindelse med fødevareproduktion (Toft, 2016, s. 280-281). Dermed er det ikke et spørgsmål om bevidst udelukkelse af fakta men et spørgsmål om, at individet ganske enkelt ikke overvejer eller har øje for den etiske rigtige handling. Toft mener, at både individer og virksomheder kan være etisk blinde (Toft, 2016, s. 277). I tillæg til det er bl.a. også begrebet om *funktionel dumhed*, som netop er en villet handling. Funktionel blindhed vil blive præsenteret i det følgende afsnit (6.1.2).

6.1.2 FUNKTIONEL DUMHED

Toft definerer funktionel dumhed således:

“Funktionel dumhed er tilbøjeligheden til at svække sin egen kritiske sans og tænkning og i stedet alene fokusere på de afgrænsede tekniske aspekter ved jobbet. Du kan udføre dit arbejde korrekt, men uden at reflektere over formålet set i en større kontekst” (Toft, 2016, s. 281; Alvesson & Spicer, 2016, s. 9).

En fordel ved at være funktionel du er, at man kan udføre sit job uden at skulle tænke videre om det etiske i det, man laver. Vi kan blindt følge en leders anvisninger, uafhængigt om det giver mening eller ej. Et eksempel er, at en passioneret og positivt indstillet medarbejder ikke forholder sig kritisk til beslutningerne, der er taget af ledelsen i virksomheden. Derfor forholder en medarbejder eller mellemlider sig ikke til moralske spørgsmål eller det etiske ansvar i forbindelse med arbejdet. (Toft, 2016, s. 281). Et andet eksempel på funktionel dumhed er, at en virksomhed der bruger CSR som et salgsargument eller i branding øjemed, men ikke bruger ressourcer på dette (Toft, 2016, s. 281). Funktionel dumhed kan være karrierefremmende for den enkelte ansatte eller mellemlider, men kan på sigt forårsage katastrofer for den enkelte virksomhed eller samfundet generelt. Funktionel dumhed kan være selvpåført, dvs. at det kan være en bevidst dumhed, som gør sig gældende hos den ansatte eller lederen, som ikke vil se

på eventuelle problemer for virksomheden, da der så vil skabes opmærksomhed på, at der er noget, der ikke er, som det skal være. Dette kan også ske i en gruppe af mennesker eller i en virksomhed (Toft, 2016, s. 281). Dog kan den funktionelle dumhed også være sådan, at medarbejderen ved, at der er noget galt, men ikke vil gøre noget ved det (Toft, 2016, s. 281). Både etisk blindhed og funktionel dumhed er begge begreber, som har rod i almindelige træk ved menneskets psykologi og de strukturelle forhold i samfundet. Toft argumenterer for, at der ikke er nogen let måde at beskytte sig mod og modvirke disse fænomener (Toft, 2016, s. 283).

Toft kommer selv med svar på, hvordan etisk blindhed og funktionel dumhed kan modvirkes. Han mener, at begreberne kan modvirkes ved at have en åben virksomhed, som bygger på pluralisme og demokrati, dvs. at alle kan sige deres mening (Toft, 2016, 284). Denne udvikling mener vi i dette speciale også kan ses i udviklingen af mere horisontale virksomheder, hvor medarbejderne ikke har fast definerede opgaver, men mere løst definerede roller, og hvor der er et fokus på samarbejde og fælles problemløsning (Daft et Al., 2010, s. 30). Ligeledes mener Toft, at disse fænomener kan modvirkes ved at analysere problemer ud fra forskellige sider af samme problematik, fx. via det juridiske, økonomiske og etiske (Toft, 2016, s. 283). Toft argumenter for, at det er vigtigt for en leder at skabe plads til uenighed, og at der ikke kun tages højde for at medarbejderne er loyale og følger ens instrukser. Medarbejderne skal også have mulighed for at stille kritiske spørgsmål til måden virksomheden bliver drevet på. Ved at lederen arbejder for en virksomhed, der er demokratisk og åben, åbner lederen også for, at samfundet bliver på samme måde. Dette mener Toft er vigtigt, da det til syvende og sidst er kulturen i samfundet, der er afgørende for, hvordan etikken og arbejdsvaner er skruet sammen. Toft argumenterer selv således: *“Lederne kan derfor bidrage til at fremme en demokratisk kultur i samfundet ved at medvirke til at fremme demokratiske institutioner”* (Toft, 2016, s. 284).

Dermed mener Toft, at lederen kan være med til at ændre tendenser i samfundet, som kan være positive, i forhold til at begrænse den etiske blindhed og funktionelle dumhed. Dette kan gøres ved at fremme en pluralistisk åbenhedskultur, dvs. en kultur, hvor man åbent kan stille spørgsmål og tvivl til beslutninger, der starter i virksomheden, og derefter kan smitte af på samfundet. I tråd med dette mener Pettit, at virksomheden

kan have en opdragende effekt på samfundet, og derved kan få samfundet til at udvikle sig i en hensigtsmæssig retning (Pettit, 2007, s. 200).

6.2 SAMFUNDSANSVAR

Toft mener, at hvis vi bruger etisk blindhed i forbindelse med diskussionen af en virksomheds samfundsansvar (CSR), så er det validt at mene, at det ensidige fokus på det økonomiske rationale i den forretningsdrevne del af CSR er meget snæversynet. Dermed bliver der ofte ikke overvejet andet end det økonomiske, hvorfor etisk blindhed kan være en måde at forklare dette på (Toft, 2016, s. 286-287). Toft mener, at mange, der bruger forretningsdrevet samfundsansvar og strategisk CSR, er etisk blinde, dog forsvarer han disse ved at sige: *“Men, det er derimod plausibelt at den ensidige opfattelse af virksomhedens samfundsansvar samt det kontekstuelle pres fra omgivelserne har konsekvenser for hvordan praktikere i organisationerne handler og tænker omkring etiske spørgsmål”* (Toft, 2016, s. 287). Dermed kan etiske spørgsmål blive ladet i baggrunden, hvis CSR ses som et strategisk værktøj i en virksomhed.

Toft mener, som tidligere nævnt, at hvis en virksomhed skal ændres i en mere ansvarlig og bæredygtig retning, skal de etiske processer fremmes. Det betyder, at der bør være fokus på et åbent og bredt udsyn over etiske overvejelser, opfattelser og teorier (Toft, 2016, s. 287). Ved at skabe rationalitet og eftertanke i virksomheden sørges der for, at de etiske overvejelser bliver overholdt og udført. Dermed vil overvejelser omkring eksempelvis miljøområder, hvor der endnu ikke er præcis og bindende lovgivning blive overvejet. Eksempelvis kan en skovejær vælge at melde sig ind i en ordning, der går ud over den gældende lovgivning, og dermed er med til at vise at der er foretaget etiske overvejelser omkring produktionen af træ. Disse emner som endnu mangler præcis og bindende lovgivning omhandler bl.a. klimaforandringerne, ansvar for flygtninge, Coronavirus osv. Disse eksempler mangler alle en lovgivning, som præcist siger hvad der forventes af virksomheden. Her er det ikke altid muligt at fraskrive sig ansvar med henvisning til, at loven ikke juridisk omtaler disse punkter. I disse eksempler kan der nemt opstå etisk blindhed eller funktionel dumhed, hvis ikke virksomheden får set på problemstillingen ud fra flere synspunkter og opfattelser - bl.a. de etiske (Toft, 2016, s. 287). I forlængelse af forhøjet fokus på etik, skal det naturligvis også påpeges, at bare fordi der er fokus på etik, så er det ikke ensbetydende med, at de etiske og moralske

principper bliver overholdt. Dermed følger der ikke altid moralsk dyd med den viden vi har (Toft, 2016, s. 287).

Et problem med dette er, at etisk blindhed ikke kan bevises rent empirisk. Toft skriver selv således: *“På den måde er begrebet etisk blindhed på linje med andre teorier, der nok kan underbygges med empiri, men ikke endegyldigt verificeres”* (Toft, 2016, s. 288). For hvordan kan man vide om en person eller virksomhed har været etisk blind eller bare funktionel dum?

6.3 DISKUSSION AF ETISK BLINDHED OG FUNKTIONEL DUMHED

Begrebet etisk blindhed betegner som sagt det, at en person ikke er klar over, at denne handler imod sine egne normale etiske og moralske principper. Den etiske blindhed opstår for en periode, for derefter at forsvinde igen, hvorefter personen kommer tilbage til sine normale etiske og moralske principper, og typisk ser forkasteligt tilbage på sin egen manglende moral (Toft, 2016, s. 276-277). Hvis vi sammenligner begrebet etisk blindhed i forhold til Frankfurts definition på en person, kan vi se, at det må være nødvendigt at være en person for at være moralsk ansvarlig. Derfor vil det være muligt at se en person, som en moralsk agent. En person skal, ifølge Frankfurt og Pettit, være i stand til at reflektere over og sætte vilje bag sine lyster (Frankfurt 1982, s. 83; Pettit, 2007, 186)

Vi ser her, at det er muligt at sammenligne en etisk blind person med en viljeløs. Ligheden er her, at en viljeløs og en etisk blind ikke tager stilling til de problemstillinger, de møder. Vi vil, ligesom Toft, mene, at en person kan skifte mellem at være etisk blind og moralsk kompetent (Toft, 2016, s. 278). Dette tolker vi til, at vi i Frankfurts teori kan være en person det meste af tiden, men også kan være en viljeløs i situationer, hvor vi ikke selv er det bevidst. Med andre ord kan en person skifte mellem at være en person (moralisk agent) og være et viljeløs (umoralisk agent). Vi mener ikke, at funktionel dumhed er det samme, som at være viljeløs. Funktionel dumhed omhandler ofte gruppepres, hvor det at udelade noget eller vende det blinde øje til ofte giver en bedre position eller mulighed. Etisk blindhed og funktionel dumhed kan ikke sammenlignes, da etisk blindhed er ubevidst, mens funktionel dumhed er bevidst (Toft, 2016, s. 278-279 & 281) Det kan dermed være fordelagtigt at være etisk blind i nogle situationer,

hvor vi ikke orker eller har mulighed for at se den etiske side af sagen, fx. i konkurrenceøjemed. Af den grund kan der stilles spørgsmål til, hvordan vi kan bevise, at vi har været etisk blinde i situationer og ikke bare funktionelt dumme. Denne kritik af de to begreber er meget væsentlige, da det ikke er ligegyldigt, om der har været handlet i god eller ond tro (Toft, 2016, s. 280-281). I dette afsnit har vi set, hvordan etisk blindhed og funktionel dumhed kan opstå i individer og virksomheder. Begreberne er vigtige i dette speciale i forhold til, hvordan virksomheden kan siges at have et moralsk ansvar.

7. O HVEM ER ANSVARLIG?

7.1 ANTROPOCENTRISME OG ØKOCENTRISME

Overordnet set har vi begreberne antropocentrisk og økocentrisk, der handler om forskellige verdensopfattelser. Den antropocentriske verdensopfattelse sætter mennesket i centrum, mens den økocentriske mener, at mennesket er en del af den biologiske sfære og ikke har mere værdi end andet levende (Schnack, 2001, s. 152-154). Et eksempel på de forskellige verdensopfattelser kan ses i Chiapellos argumentation omkring de fire kritikpunkter af kapitalismen jf. den sociale, konservative, kunstneriske og økologiske kritik. Ved de første tre, den sociale, konservative og kunstneriske kritik vurderer vi i dette speciale, at verdensopfattelsen er en antropocentriske verdensopfattelse, hvor mennesket er i centrum.

Den antropocentriske verdensopfattelse er karakteriseret ved, at mennesket er noget, der står udenfor og over naturen (Schnack, 2001, s. 152-153). Her opfattes mennesket som skabelsens formål. På den måde bliver naturen og alt andet set som en ressource for mennesket, og alt udgår fra menneskets fornuft. Dette verdenssyn ses ofte i den vestlige verden (Schnack, 2001, s. 152-154; Newman & Robbins, 2011, s. 15). Anderledes står det derimod til med Chiapellos økologiske kritik, som vi vurderer, har en økocentrisk verdensopfattelse. Kendetegnet ved denne verdensopfattelse er, at alt har lige værdi. En stor fortæller for denne verdensopfattelse var den norske filosof Arne Næss, som mente, at mennesket kun kan realisere sig selv gennem det organiske hele. Dermed sagt, at mennesket er en del af det naturlige fællesskab. Dvs. mennesket i den økocentriske verdensopfattelse ses som noget, der er en del af naturen (Næss, 1976).

Chiapello skriver, at i den økologiske kritik anses kapitalismen som det, der styrer mod en ødelæggelse af civilisationen. Dermed skal kapitalismen og det stadig øgede forbrug stoppes, ifølge den økologiske kritik (Chiapello, 2013, s. 74). Næss sætter spørgsmålstegn ved, om teknologi kan redde planetens fremtid, og han argumenterer i stedet for med at nedjustere og bremse teknologien, for dermed at gå til et mere naturpræget og et ressourcebesparende samfund (Næss, 1976). Det samfund vil opfylde den kunstneriske kritik, da der skabes meningsfulde og æstetiske liv (Chiapello, 2013, s. 71). Chiapello mener, at den økologiske kritik kan beskyldes for kun være operationel for de rige, da det kun er mellemklassen og de rige, der har råd til at bekymre sig om klimaet (Chiapello, 2013, s. 75). Chiapello mener, at den sociale og økologiske kritik påvirker hinanden, da fx de, der protesterer for dyrevelfærd, ikke overvejer, at det i sidste ende kan koste arbejdspladser (Chiapello, 2013, s. 75). Her opstår der en konflikt i de to opfattelser, da dyrevælfærdsorganisationerne, hvilket vi her vil betegne som økocentriske, ser dyr som noget, der er på lige fod med mennesket, mens arbejdspladser, som er vigtige for den sociale kritik, kan betegnes som antropocentriske, da dyr her anses som en ressource for mennesket. Som vi ser ovenfor, kan det være svært at diskutere etiske dilemmaer, da én opfattelse sætter dyr og mennesker lige, mens en anden hævder, at mennesket er over den øvrige natur. Vi har valgt at inddrage antropocentrisme og økocentrisme-begreberne, fordi de vil blive brugt senere i vores diskussionsafsnit (afsnit 9.0), hvor vi vil komme ind på FN's 17 verdensmål og betydningen af disse.

7.2 VESTLIGE LANDE OG KLIMAFORANDRINGER

I det følgende afsnit vil vi se nærmere på en teori, fremsat af de to svenske professorer på humanøkologi ved Lund Universitet, Andreas Malm og Alf Hornborg. De sætter det vestlige samfund som hovedansvarlig for klimaforandringerne. Først argumenterer de for, at mennesket er blevet en naturkraft, hvorefter de deler menneskets ansvar op i geografi, rent historisk set.

Ifølge Malm og Hornborg kan CO₂-aftrykket for et menneske, der fx er født i USA, være mere end 1000 gange større end et menneske, der er født i Mali (Malm & Hornborg, 2014, s. 65). Derfor mener Malm og Hornborg, at skyldsspørgsmålet i forhold til klimaforandringerne primært peger i retning af den vestlige verden. Dermed mener de,

at det er ukorrekt at give alle mennesker det kausale ansvar for klimaforandringerne, da over 2 milliarder mennesker i dag lever uden strøm. Ligeledes bruger de 45 % fattigste af jordens befolkning omkring 7 % af verdens CO2-forbrug, mens de 7 % rigeste i verden bruger 50 % af verdens samlede CO2-forbrug (Malm og Hornborg, 2014, s. 63-64). En almindelig amerikaner har det samme CO2-forbrug som over 500 borgere fra Mali, Afghanistan eller Cambodia (Malm & Hornborg, 2014, s. 64). Dermed afviser Malm og Hornborg teorien om, at et større befolkningstal er lig med et større CO2-forbrug. Det begrundes de med undersøgelser, der peger på, at der hvor befolkningstilvæksten er steget mest (udviklingslande), er der, det laveste CO2-aftryk er, mens de steder, hvor befolkningstallet er steget mindst eller gået i minus (industrilande), er CO2-aftrykket størst (Malm & Hornborg, 2014, s. 65). Dermed afviser Malm og Hornborg, at der er årsagssammenhæng mellem befolkningsvækst og CO2-forbrug (Malm & Hornborg, 2014, s. 65). Derfor mener Malm og Hornborg ikke, at den primære skyld for klimaforandringerne ligger på menneskeheden, men at skyldsspørgsmålet tilfalder på dem, der bruger mest, hvilket er og har været Vesten (Malm & Hornborg, 2014, s. 66-67). Malm har senere skrevet bogen "Fossil Capital" (Malm, 2016), hvor han argumenterer for, at kapitalismen har forårsaget klimaforandringerne.

FN's vision er at højne levestandarden hos den fattigste del af verdens befolkning, som vi ser i verdensmål 1 og 2 (afskaf fattigdom og stop sult (UNDP), hvilket vil betyde et øget CO2-forbrug fra verdens fattigste (UNDP; Verdensmålene). FN's 17 verdensmål er blevet en realitet siden Malm og Hornborg skrev deres artikel, og derfor har disse naturligvis ikke haft mulighed for at kunne tage højde for FN's 17 verdensmål, da de skrev artiklen. Dette vil blive diskuteret yderligere i diskussionen. I det følgende afsnit (7.3) vil vi se nærmere på en anden teori, som sætter virksomheder - nærmere betegnet de førende kulstofproducenter som ansvarlige for klimaforandringerne. Denne teori er fremsat af den amerikanske filosof Henry Shue (1940-).

7.3 VIRKSOMHEDER OG KLIMAFORANDRINGER

En anden måde at se ansvars- og skyldsspørgsmålet på er, at se virksomhederne som ansvarlige for klimaforandringerne. Shue mener, at de 92 største kulstofproducenter er ansvarlige for klimaforandringerne. Han kalder disse *major carbon producers* (carbon

majors) (Shue, 2017, s. 591). Siden 1988 har carbon majors stået for 71 % af CO₂-udledningen på verdensplan (Griffin, 2017). Shue's begrundelse går på, at siden 1960'erne har de førende kulstofproducenter været klar over, at fossilaftbrænding var skadeligt for miljøet (Shue, 2017, s. 591). Her ser vi, at Pettitts tre præmisser for at holde en gruppe ansvarlig er til stede. De har haft et valg, de kendte konsekvenserne, og de har været frie til at handle. (Pettitt, 2007, s. 177) Dette vender vi tilbage til senere i dette afsnit.

Shue opererer med forskellige ansvarsbegreber, bl.a. fremadrettede og bagudrettede ansvar. Eksempelvis er det fremadrettede ansvar at se på muligheder og ikke på skyld. Shue kommer selv med eksemplet på den barmhjertige samaritaner, der hjælper, fordi han har muligheden for at hjælpe (Shue, 2017, 592-593). Chiapello beskriver også denne antagelse i forbindelse med den konservative kritik. Præmissen er, ifølge Chiapello, at de bedrestillede har pligt til at hjælpe og dermed få et bedre samfund. De bedrestillede skal altså hjælpe til, fx mod klimaforandringerne, da de har mulighed for det (Chiapello, 2013, s. 70). Det bagudrettede ansvar omhandler fx det, at vi skal rydde op efter os selv, da vi selv har været ansvarlige for at rode eller ødelægge. Udover at argumentere for begreber som fremadrettet og bagudrettet ansvar, argumenterer Shue ligeledes for positivt og negativt ansvar (Shue, 2017, s. 592). Det positive og negative ansvar hænger sammen med om ansvaret er noget, vi aktivt gør noget ved, eller om vi lader være med at gøre noget. Slutteligt påpeger Shue, at der kan være tale om et generelt ansvar eller et specifikt ansvar. Forskellen på disse er, at det generelle ansvar omhandler alle mennesker på jorden, mens det specifikke ansvar omhandler en bestemt person eller gruppe (Shue, 2017, s. 592-593).

Fx kunne ansvar om: "ikke at gøre noget unødvendig skade" (do no unnecessary harm) være et fremadrettet, generelt, negativt ansvar. Det begrundes ved, at hensigten er fremadrettet, det skal ske i fremtiden, ansvaret er over for alle mennesker, mens selve handlingen er negativ, da det udføres ved netop ikke at gøre noget andet. Derimod vil ansvaret for: "at rydde op efter sig selv" (clean up your own mess) være et bagudrettet, specifikt, positivt ansvar. Ansvaret vil være bagudrettet, da rodet er kommet gennem tiden, og derfor skal ryddes op, specifikt da der er nogen, der er berørt

af rodet, mens handlingen er positiv, da der skal gøres noget for at rydde op (Shue, 2017, s. 593).

Disse to eksempler, mener Shue, er to sider af samme mønt. Ved ikke at opfylde det første ansvar "gør ingen unødvendig skade", forårsager det, at det næste ansvar opstår, som er "ryd op efter sig selv". Hvis man bryder sit negative ansvar mod ikke at gøre noget skadeligt, så får man et positivt ansvar for at råd bod på ens brud af ansvaret. Netop af den grund mener Shue, at de største kulstofproducenter er ansvarlige for at have skadet miljøet, og bør være ansvarlige for at betale tilbage til de berørte, som i så fald vil være alle, da klimaforandringerne er globale og påvirker alle (Shue, 2017, s. 593). Her vil vi tilføje, at der, som tidligere nævnt, er en mulighed for at udvide stakeholder-begrebet, da vi ser, at vi alle er berørte af og har en interesse i at begrænse klimaforandringer. Shue mener med andre ord, at virksomhederne har et bagudrettet ansvar.

Shue's begrundelse for, hvornår de førende kulstofproducenter er ansvarlige for klimaforandringerne, er fra 1965, da USA's præsident, Lyndon B. Johnson påpegede, at hvis CO₂-niveauet fortsatte med at stige, ville det påvirke jordens klima og dermed udløse klimaforandringer (Shue, 2017, s. 594). Shue mener, at fra dette punkt er de førende kulstofproducenter ansvarlige, dog kan der godt have været undersøgelser og viden inden dette, der gør dem ansvarlige langt tidligere (Shue, 2017, s. 593-594). Her ser vi igen at den relevante viden, mulighed for handling og kendskab til konsekvenser har været til stede (Pettit, 2007, s. 177)

Shue mener ligeledes, at der her skulle have været gjort noget fra de førende kulstofproducenters side, for at finde på nye måder at udvikle og udvinde energi på (Shue, 2017, s. 594). Shue mener, at allerede slutningen af 1960'erne skulle der have været investeret stort fra de førende kulstofproducenter med at finde på alternative energikilder, der ville spare jorden for det store forbrug af fossilt brændsel. Dermed har de førende kulstofproducenter i de 50-60 år ikke levet op til ansvaret om ikke at gøre nogen unødigt skade, hvilket derfor forudsætter, at ansvaret omkring at rydde op efter dem selv må være på sin plads (Shue, 2017, s. 594).

Ud over deres rent historiske ansvar, mener Shue, at de største kulstofproducenter har en uovertruffen politisk magt, stor rigdom og enestående teknologiske og videnskabelige muligheder til at skabe forandring i samfundet, der ville kunne gøre en forskel, selv på dette sene tidspunkt (Shue, 2017, s. 595). Dette står i kontrast til Friedmans teori, hvor markeds kræfterne ikke kan pålægges et ansvar, og hvor det er den politiske magt, der står for at forbedre og skabe forandringer i samfundet (Friedman, 1970, s. 122)

I forlængelse af det mener Shue, at hele menneskeheden på jorden er ansvarlig for, at vi efterlader jorden til de fremtidige generationer i god stand. Dette følger Brundtland-rapporten og FN's 17 Verdensmål, som har fokus på de fremtidige generationer og den bæredygtige udvikling (WCED, 1987; UNDP). Ydermere mener Shue, at vi som mennesker har ansvar for hvilke teknologiske fremskridt og fx energikilder, vi efterlader til de fremtidige generationer (Shue, 2017, s. 595). Shue er opsat på, at vi i vores generation får lavet energikilder, der ikke skader klimaet eller naturen. Derved kan vi overdrage disse teknologiske fremskridt til de fremtidige generationer, der derved ikke skal stå med samme problem og agenda som os, men muligvis vil kunne forbedre de overdragede energikilder (Shue, 2017, s. 595). Vi kan med andre ord ikke tillade os at efterlade energikilder, der vil underminere fremtidige generationers livsgrundlag. Det ansvar, mener Shue ikke kun omhandler de største kulstofproducenter, men hele menneskeheden. Dog tilføjer han, at de førende kulstofproducenter har mulighederne via politisk magt, rigdom og teknologisk ekspertise til at være idealer for os andre. Her ser vi en sammenligning til Toft argumentation om, at virksomheder kan være instanser i samfundet, der kan agere opdragende (Toft, 2016, s. 284). På den måde kan virksomhederne både opfylde et nutidigt ansvar, men også betale tilbage på det ansvar, som blev efterladt, da de gjorde unødvendig skade, og derfor fik ansvaret for at rydde op efter dem selv (Shue, 2017, s. 595).

7.4 ANSVAR FOR KLIMAFORANDRINGER?

I det følgende afsnit vil vi diskutere, hvem der er ansvarlige for klimaforandringerne. Dette gør vi for at sammensætte de ovenstående teorier fra Shue, Malm og Hornborg perspektivere dem til FN's 17 verdensmål og Brundtland-rapporten. Et spørgsmål er, hvordan vi kan efterlade en planet til de fremtidige generationer, så

den kan være værd at leve på. Den danske forfatter Thorkild Bjørnvig (1918-2004) sætter selv spørgsmålstegn ved dette, da han påpeger, at mennesket ikke kun skal leve på en jord, der lige nøjagtig er til at leve på. Der skal være noget for mennesket at leve på jorden for. Overlevelse er ikke det eneste, der tæller, mener Bjørnvig (Bjørnvig, 1978, s. 142). At der skal være noget meningsfyldt at leve for, minder om Chiapellos kunstneriske kritik, som ligeledes mener, at tilværelsen drejer sig om et meningsfyldt og indholdsfyldt liv (Chiapello, 2013, s.65). Det er ikke nok blot at leve på jorden, og være til, der skal også være noget at leve for (Bjørnvig, 1978, s. 142).

Af den grund er det vigtigt at få standset det stadigt stigende fossile brændsel og den stadigt stigende vækstspiral, hvilket den danske filosof Finn Arler taler for (Arler, 2015a, s. 40; Arler, 2015b, s. 92-93). Af samme grund er det derfor vigtigt, at der i samfundet gøres noget for, at klimaforandringerne begrænses. Den tyske filosof Hans Jonas (1903-1993) mener, at i takt med at mennesket udvikler mere og mere teknologi, vil menneskets ansvar også stige, da vi dermed er i stand til at ødelægge mere. Malm og Hornborg mener i forlængelse af dette, at det er den vestlige verden, der bærer ansvaret for klimaforandringerne, da undersøgelser bl.a. viser, at den vestlige verden har et meget højere CO2-forbrug både historisk, men også i nutidens samfund (Malm og Hornborg, 2014, s. 64-65). Shue går skridtet videre og mener, at de førende kulstofproducenter bærer ansvaret for klimaforandringerne, da disse ikke har handlet i tide, og dermed misbrugt ansvaret om ikke at gøre unødvendig skade, hvilket dermed, ifølge Malm og Hornborg, har medført, at de har ansvaret for at rydde op efter sig selv.

I dette afsnit har vi indtil videre set, at ansvaret for klimaforandringerne kan pålægges de store kulstofproducenter, og at når vi som mennesker i og med, at vi får mere og mere teknologi også får mere og mere ansvar. Her er det interessant at ansvar ser ud til at være en størrelse, som kan bredes ud til flere forskellige dele af vores planet og som kan pålægges på forskellige tidspunkter til forskellige aktører. En af måderne de førende kulstofproducenter kan råde bod på deres ansvarsfralæggelse er, ifølge Malm og Hornborg, at udvikle teknologi, som kan være brugbar for fremtidens generationer, der derved ikke skal bruge de samme fossile energikilder, som nutidens samfund benytter.

Dette forslag ville være i overensstemmelse med Brundtland-rapport og FN's 17 Verdensmål, som fokuserer på bæredygtig udvikling og de fremtidige generationer, hvilket nye forbedrede energikilder vil få gavn af.

Vi argumenterer i dette speciale for, at Shue stiller et ansvar til virksomheder, der er mere end et juridisk ansvar. Shues argumentation for at de store kulstofproducenter er ansvarlige og skal tilbagebetale på dette ansvar henviser til en pligtetisk ansvarlighed, hvor kulstofproducenterne har overtrådt den pligt vi har som mennesker for at passe på vores planet. Derfor vil vi også mene, at Shue åbner op for den mulighed, at virksomheder kan fremstå som moralske agenter (Shue, 2017, s. 595). Rendtorff mener i forlængelse af dette, at virksomheder bør iværksætte en fremtidsorienteret planlægning, hvor det er hensigten at virksomheder skal tilpasse sig en bæredygtig omstilling, der netop sætter fokus på inddragelsen af de fremtidige generationers interesser i produktionen. Rendtorff argumenterer således: *“Bæredygtighedens ultimative krav er ansvar for fremtidige mennesker, samt retfærdighed og lighed mellem generationerne”* (Rendtorff, 2015, s. 365). Her bliver behovene for både i nutidige og fremtidige generationer italesat, hvilket også er tilfældet i Brundtland-rapporten og FN's 17 verdensmål (WCED, 1987; UNDP). Her ser vi ligeledes at vi kan have et fremadrettet ansvar, der gælder for vores fremtidige generationer. Dette ansvar må kun kunne tillægges et rationelt væsen (moralsk agent), der er i stand til at reflektere over de muligheder som skabes for vores fremtidige generationer. Her ser vi altså, hvordan evnen til refleksion hænger sammen med evnen til at påtage sig et ansvar. At Malm og Hornborg tilskriver Vesten ansvaret for klimaforandringerne, hænger muligvis sammen med det ansvar Shue beskriver. Shue argumenterer for, at det er virksomhederne, der er ansvarlige, mens Malm og Hornborg tildeler et ansvar til virksomhederne, men også til det private menneske, som bruger og ubevidst udleder CO₂ ved at forbruge. Malm argumenterer selv senere for, at kapitalismen har ansvaret for klimaforandringerne gennem forbrug og fossilt brændsel.

Her ser vi også, at der tilsyneladende kan tillægges et ansvar til en menneskelig ide, nemlig kapitalismen. Her ser vi også, hvordan ansvaret bruges som en opdragende effekt, der har det formål at opdrage og vise vej for den fremtidige kapitalisme. Dette kan være en af måderne som den økologiske kritik, som Chiapello beskriver, kommer til

udtryk (Chiapello, 2013, s. 73). Ligeledes ser vi også, at der tillægges et ansvar til Vesten, som også har det formål at opdrage og ansvarliggøre en gruppe, så den kan ændre den skadelige adfærd.

Derfor er Shue og Malm og Hornborg enige langt hen ad vejen, dog er der uenighed om det kun er virksomhederne, eller om det både er virksomhederne og forbrugerne, der er ansvarlige. Hvis vi ser det fra Shues synspunkt, så mener han, at de førende kulstofproducenter leverer varen (olie, gas, benzin, diesel osv) og derfor bør være ansvarlige for, hvad dette medfører (Shue, 2017, s. 593-594). Malm og Hornborg mener, at det er helt rigtigt, at disse firmaer leverer olie, benzin og gas, men at ansvaret i ligeså høj grad ligger ved dem, som bruger disse varer - dvs. på individniveau og hovedsageligt i den vestlige civilisations forbrug og livsstil (Malm og Hornborg, 2014, s. 64). Jonas' argumentation med at mere teknologi leder til større ansvar. Her ser vi, at ansvar ser ud til at kunne opdeles på en skala, og at vi som mennesker og virksomheder er i stand til at være lidt ansvarlige, meget ansvarlige og alt derimellem. Hvordan denne ansvarsskala er opbygget, er svært at få et overblik over, men den må være ret relativ, da den både kan dække over små forseelser som en væltet kaffekop op til en destruktion af vores planets klima. Ikke desto mindre vil vi også i dette speciale argumenter for, at mennesket har et ansvar for vores klode og for klimaforandringerne. Dette argumenter både Hans Jonas, Svend Erik Larsen, Malm og Hornborg, samt Crutzen for, da de alle mener, at mennesket også er blevet en naturkraft, der kan påvirke livets gang på planeten (Crutzen, 2002; Malm & Hornborg, 2014, s. 62; Larsen, 1995, s. 192-193). *"The 'Anthropocene' {Paul J. Crutzen's artikel} registers this moment of epiphany: the power to shape planetary climate has passed from nature into the realm of humans"* (Malm & Hornborg, 2014, s. 65)

8.0 NYE VIRKSOMHEDER OG MARKEDER

8.1 HYBRID-VIRKSOMHEDER:

Vi har indtil nu set på traditionelle virksomheder, som ofte tjener deres penge ved at lave overskud. Derfor er det relevant at se nærmere på hybrid-virksomheder og organisationer, der fx kan være støttet af fundraising eller crowdfunding. Hybrid-virksomheders produkter retter sig ofte til menneskers etik og konkurrerer ofte ikke på

pris eller på kvaliteten af det fysiske produkt. Derfor kan hybrid-virksomheder ofte finde nye markeder, som er blevet marginaliseret eller overset af de traditionelle virksomheder (Alberti & Garrido, 2017, s. 4)

Et alternativ til den generelle opfattelse af virksomheder er tanken om hybrid-virksomheder, der sætter fokus på bæredygtighed og bygger det ind i virksomhedens forretningsmodeller (Alberti & Garrido, 2017, s. 3). Generelt har CSR været et tillæg til virksomhedens normale politik, der ofte er profitmaksimering (Alberti & Garrido, 2017, s. 3). De nye muligheder for at finde innovative måder at drive virksomhed og forretning på er ved at samle profit og bæredygtighed, hvilket er nøgleudfordringer for virksomhedsledere og forretningsstrategier i det 21. århundrede (Alberti & Garrido, 2017, s. 3).

Samfundet i det 21. århundrede er mere fokuseret på, at virksomhederne tager ansvar for bæredygtig udvikling, og derfor har flere virksomheder fået øjnene op for de muligheder, der er i den bæredygtige udvikling. Det er vigtigt at kunne differentiere sig fra sine konkurrenter, og derfor kan hybrid-virksomheder være på vej frem (Alberti & Garrido, 2017, s. 3-4; Zeuthen & Ludvigsen, 2018, s. 192). Hybrid-virksomheder defineres som de virksomheder, der opbygger deres forretningsmodel baseret på et socialt eller bæredygtigt problem eller mangel (Alberti & Garrido, 2017, s. 4) Hybrid-virksomheder kan både have udgangspunkt i non-profit eller pro-profit modeller. Meningen med hybrid-virksomheder og hybrid-forretningsmodeller er at skabe sammenhæng mellem det sociale og det rent økonomiske (Alberti & Garrido, 2017, s. 4; Battilana et al., 2012). Da hybrid-forretningsmodellen ikke kun handler om profit, kan det være svært for hybrid-virksomheder at konkurrere med de profitmindedede virksomheder, da disse har en forretningsmæssig fordel i forhold profit (Alberti & Garrido, 2017, s. 5-6). Derfor er hybrid-virksomhedernes markeder ofte dem, som de traditionelle virksomheder ikke går efter. Da hybrid-virksomheder går efter niche markedsandele, kan de være en kilde til innovation, der også kan gavne de traditionelle virksomheder (Alberti & Garrido, 2017, s. 4).

Hybrid-virksomhedernes forretningsmodel bliver på den måde et udstillingsvindue for de traditionelle virksomheder, der kan bruge dem til at se, hvordan bæredygtighed og profit kan samarbejde, og her kan de finde inspiration til, hvordan bæredygtighedsmål og bæredygtighedsstrategier kan inkorporeres (Alberti & Garrido, 2017, s. 3-4). Der er væsentlig forskel i opfattelsen af forbrugerne i de to virksomhedstyper. De traditionelle profitorienterede virksomheder kalder dem for kunder (customers), mens non-profit virksomheder kalder dem for modtagere (beneficials). Hybrid-virksomheder bryder dermed kunde-modtager dikotomien ved at skabe social værdi (Battilana et Al, 2012; Alberti & Garrido, 2017, s. 4).

Der er tre typer af hybrid-virksomheder, der oftest er små til mellemstore virksomheder, der er placeret både i udviklings- og industrilande (Alberti & Garrido, 2017, s. 4).

Kai Hockerts, professor i bæredygtighed på CBS, argumenterer for, at den første type hybrid-virksomhed består af en virksomhed, hvor mentalt eller kognitivt udsatte personer bliver sat i arbejde. Fx. autister, der arbejder med IT eller telemarketing, eller hvor blinde står for kundekontakten (Hockerts, 2015). Den anden er udvikling af basale produkter, som kan bruges af den fattigste del af verdensbefolkningen. Her er LifeStraw et eksempel, som sørger for at verdens fattigste kan filtrere beskidt vand til drikkevand, ved at LifeStraw producerer og leverer håndholdte filtre (Hockerts, 2015). Den tredje er virksomheder, der forsøger at bryde med de profitorienterede virksomheders handelstraditioner, og derved hjælpe fattige marginaliserede producenter, ved at tage en relativt høj pris for produkter, som skal appellere til den ansvarsbevidste forbruger. Den ansvarsbevidste forbruger vil gerne betale ekstra for at hjælpe økonomisk. Et eksempel er fairtrade-handel, hvor en forbruger får et produkt og betaler ekstra for at give noget til den fattige producent. Dette omhandler dermed forbrugernes moral (Hockerts, 2015).

Hermed ser vi en ny type virksomhed, som påtager sig et ansvar for dele af produktionen. Dette er stik imod Friedmans teori om, at virksomheder kun har et ansvar over for deres aktionærer (Friedman, 1970, s. 33). Vi vil argumentere for, at disse ansvarsbevidste virksomheder er en mere moderne, men muligvis ikke særlig effektiv måde at drive virksomhed på. Det ansvar som hybrid-virksomhederne påtager sig,

trækker profit og dermed robusthed ud af virksomhederne. Dermed kan vi sige, at hybrid-virksomheder er ansvarsbevidste, da de ikke konkurrerer på pris, men derimod differentierer sig fra de traditionelle virksomheder på etiske og moralske områder.

Fordelen for hybrid-virksomheder er, at de udfordrer både traditionelle antagelser omkring virksomheder samt spørgsmålet om, hvad det vil sige for en virksomhed at være bæredygtig (Alberti & Garrido, 2017, s. 7). Måden hybrid-virksomhederne udfordrer de traditionelle virksomheder på er bl.a. ved at tilsidesætte den almindelige opfattelse af, at markedet kræver stigende og ubegrænset økonomisk vækst. Her favoriserer hybrid-virksomheder oprettelsen af en stabil vækst, der opretholder positive ændringer i samfundet og økonomisk bæredygtighed langt ud i fremtiden. Dermed etablerer hybrid-virksomheder en forretningsstrategi, der går ud over det økonomiske ved at inkorporere samfundsmæssig værdi ved at tilpasse betydningen af bæredygtighed til bæredygtig udvikling (Alberti & Garrido, 2017, s. 7). Dette stemmer overens med FN's verdensmål nummer 8 om anstændige jobs og økonomisk vækst, hvor delmål 3 omhandler det at fremme udviklingsorienterede politikker og innovation for små og mellemstore virksomheder (UNDP; Verdensmålene).

Udfordringen for hybrid-virksomhederne er, at de ikke kan være konkurrencedygtige i forhold til traditionelle virksomheder. Samtidig med, at de gør markedet besværligt for sig selv ved at have den sociale og bæredygtige dimension, er det ligeledes et problem for hybrid-virksomheden, hvis den er en del af et konglomerat, hvor den bare er en af hovedvirksomhedens forretningsstrategier og -områder. Et andet problem kan være opskalering af virksomheden, da det ofte vil være i strid med princippet omkring bæredygtighed. Rent økonomisk er det svært for en hybrid-virksomhed at skabe kapital, da hybrid-begrebet i forhold til virksomheder og organisationer stadig er så ny (Alberti & Garrido, 2017, s. 7-8).

Hybrid-virksomheder er ofte afhængige af donationer fra stipendier, tilskud, private donorer, fundraising og lignende velgørenheds- og donations muligheder (Battilana et Al., 2012). Det kan være et problem, at virksomheder kombinerer sociale og kommercielle aktiviteter, da der kan opstå nye og dermed endnu ukendte kombinationer, der ikke endnu eksisterer i de støttende systemer (Alberti & Garrido,

2017, s. 8). Der kan hybrid-virksomheder være en del af en allerede eksisterende virksomheds-/forretningsstrategi. Ligeledes kan processen med at hybridisere allerede eksisterende virksomheder i retning af at få sat de sociale og bæredygtige på mere lige fod med de økonomiske aspekter (Albert & Garrido, 2017, s. 11).

Ved at traditionelle virksomheder interagerer og samarbejder med hybrid-virksomheder, kan disse drage fordel og absorbere kompetencer fra hybrid-virksomhederne, som vil øge sandsynligheden for at generere værdiskabende aktiviteter og påvirke en bredere række interessenter. Disse interessenter kunne være økonomiske bidragsydere, forretningspartnere, lokalsamfund osv. (Alberti & Garrido, 2017, s. 11). Derfor kan hybrid-virksomheder være med til at få traditionelle virksomheder åbnet op for andre mulige interessenter, som virksomhedens tidligere produkter og visioner ikke henvendte sig til. Det vil med tiden betyde, at virksomheders mission er at blive profitable i stedet for at have profit som det eneste fokuspunkt (Alberti & Garrido, 2017, s. 12). Dermed er bæredygtigheden på det økonomiske plan ligeledes et vigtigt mål sammen med parametre som det sociale.

8.2 DISKUSSION AF DEN ETISKE FORBRUGER

Der er i dette speciale ikke fokus på forbrugerne men på virksomhederne. I dette afsnit ser vi nærmere på, at der er et stigende marked for hybrid-virksomhederne, der sælger produkter til de mere etisk bevidste forbrugere. Derfor vil vi kort se nærmere på, hvordan der sker en udvikling hos forbrugerne. Disse vil gerne betale ekstra for at købe produkter, der har et godt formål. Danskerne er Europas mest bevidste forbrugere og er dem, der handler mest økologi. I 2018 var der en stigning på 13 % af køb af fairtrade-produkter, sammenlignet med året før (Fairtrade, 2018; Ganderup, 2018). Ifølge fremtidsforsker Liselotte Lyngsøe skyldes stigningen, at danskerne i højere grad er bevidste om vores globale samfundsansvar (Fairtrade, 2018). Forbrugerekspert Anne Glad er enig og mener, at nutidens forbrugere har en stor opgave i at skulle navigere rundt i klodens mange forskellige udfordringer. Ifølge Glad bliver forbrugeren konfronteret med et hav af valg og forskellige iøjnefaldende mærkninger på en indkøbstur. Alle disse mærkninger og valg kan være svære at navigere rundt i, hvis man gerne vil gøre en bestemt forskel gennem sine indkøb. Fairtrade-produkter såsom bananer, kaffe og chokolade er alle produkter, som forbrugerne ikke vil undvære på

trods af det forøgede fokus på vores gode klima intentioner. Derfor kan der kompenseres ved fx at købe kaffe, bananer og chokolade, som har et stort aftryk på klimaet, men til gengæld kan knyttes en social og økonomisk bæredygtighed til produkterne (Ganderup, 2018).

Det nyere segment af forbrugere har ikke længere kun prisen i fokus, men ser bl.a. på dyrevelfærd (økologi) og social og økonomisk bæredygtighed. Denne stigning i handel af bl.a. fairtrade-produkter forudsiges at blive ved med at stige i de kommende år, selvom fx fairtrade bananer og kaffe har en stor markedsandel allerede, så forventes det at være stigende de kommende år. Ligeledes er der et stadigt stigende antal produkter, der bliver solgt i Danmark med fairtrade-mærket på (Ganderup, 2018). Vi kan derfor i dette speciale se, at der er en tendens til at hybrid-virksomheder, der er i stand til at finde nye markedsandele, kan sælge produkter, som fairtrade, økologi og andet. Vi ser dette som et udtryk for det Chiapello beskriver som en assimilering af den økologiske kritik (Chiapello, 2013, s. 74-75). Her er kapitalismen i stand til at optage den økologiske kritik og den kunstneriske kritik ved at sælge produkter, der lover at tage hensyn til miljø og sociale forhold. Disse produkter sender et signal om, at nogle forbrugere gerne vil betale ekstra for varer, hvis forbrugerne på den måde kan kompensere eller betale ekstra for deres forbrug, og dermed hjælpe andre eller klimaet gennem eksempelvis dagligvareindkøb. Chiapello bruger begrebet *green capitalism* (Chiapello, 2013, s. 76), som hun mener betegner nye tendenser i samfundet. Her forsøger virksomheder at skabe nye markedsandele ved at kombinere filantropi og CSR. Specielt er der fokus på at lave alternative teknologier. Denne karakteristik passer på hybrid-virksomheder, som præcis forsøger at fokusere på disse emner (Chiapello, 2013, s. 76).

9.0 DISKUSSION

Grunden til at dette speciale er relevant er bl.a. ud fra præmissen om, at der er sket en forandring i samfundet, hvilket bevirker, at virksomheder forventes at tage ansvar. Dette så vi belyst i afsnittet omkring den etiske forbruger (afsnit 8.2) og hos Chiapello (afsnit 1.0), der beskriver de forskellige kritikpunkter af kapitalismen. En af grundene er de klimaforandringer, som vi står overfor i dag. Disse gør det nødvendigt for virksomheder at tilpasse deres produktion til nye krav fra samfundet. Rendtorff mener,

at hvis en virksomhed fx har miljøproblemer og ikke tilpasser sig de nye tendenser, vil den have en ulempe i forhold til de virksomheder, der tilpasser sig samfundets forventninger (Rendtorff, 2015, s. 362). Dette mener vi også viser sig i den stigning af hybrid-virksomheder, som vi har beskrevet i afsnit 8.1, der peger på at virksomheder får en konkurrencefordel ved at være i stand til at arbejde med samfundets forventninger. Toft påpeger, at klimaforandringerne og problemerne med disse er nye. Vi har aldrig stået over for sådanne udfordringer før. Derfor er vi nødt til at handle på nye måder for at komme ud af disse problemer og sikre fremtiden både for os selv og for jorden (Toft, 2016a).

Begrundelsen for det øgede fokus på bæredygtighed skal, ifølge Arler, bl.a. ses i lyset af den enorme befolkningsvækst, der er sket i verden de sidste 100 år. Befolkningstilvæksten forventes at stige og regnes at være over 9. mia. i midten af det 21. århundrede (Arler, 2015a, s. 27; Landin, 2016, s. 83). Et voksende antal mennesker på jorden udgør i sig selv ikke et problem, mener Arler. Problemet opstår, når befolkningstilvækst kobles sammen med et stadigt stigende forbrug af jordens ressourcer, og at jordens bæredygtighed dermed ikke længere kan opretholdes (Arler, 2015a, s. 26-29). Derfor er virksomhederne kommet i søgelyset, da disse står for at producere varer til det stigende forbrug. Derfor kan det siges, at de skal kunne gøres medansvarlige for dette mål. Problemet er her, at det kapitalistiske system er gearret til vækst, hvilket gør, at virksomhedsejere tvinges til fortsat vækst for at følge med konkurrenterne. Virksomheder, der ikke søger at vokse, vil opleve tilbagegang, fordi konkurrenterne øger produktiviteten og sænker priserne (Arler, 2015b, s. 90). Dette ser vi også i FN's verdensmål 8.1, der foreskriver en fastholdelse af øget økonomisk vækst i overensstemmelse med nationale forhold (UNDP; Verdensmålene). Vi ser her et problem for virksomhederne, da de på den ene side er en del af kapitalismen og markedsmekanismen, og på den anden side forventes at tage samfundsansvar. Vi ser det derfor som vigtigt at få kortlagt, hvilket ansvar virksomhederne kan tilskrives.

Hvordan og hvorfor kan en virksomhed holdes ansvarlig? De førende kulstofproducenter har, ifølge Shue, bevidst skadet klimaet i 65 år (Shue, 2017, s. 594). Kan og skal disse kulstofproducenter blive holdt ansvarlige? Og hvis dette er muligt, hvem skal holdes ansvarlige og hvordan?

Pettit beskriver det ansvar stifterne af virksomheders har for fremtiden:

“The founders of any corporate entity, be it a church body, a political party, or a commercial organization, necessarily bear some responsibility for how the group functions in the future as a result of the decisions that they make” (Pettit, 2007, 193).

Dermed mener Pettit, at virksomhedens stiftere/designere har et ansvar, som går på den måde gruppen eller virksomheden vil agere i fremtiden. Dette ansvar skal stifterne være sig bevidst, når de beslutter, hvordan gruppen eller virksomheden skal træffe beslutninger. Dermed ser vi, at Pettit har et fremadrettet ansvar, hvilket stemmer overens med det bagudrettede ansvar, som vi har beskrevet hos Shue. Det vil sige, at Pettits stifterere skal sikre, at beslutningsprocesserne tager højde for at gruppen eller virksomheden rydder op efter sig selv, eller som Shue siger *“clean up your own mess”* (Shue, 2017, s. 593). Derfor ser vi i dette speciale en overensstemmelse mellem Pettits beskrivelse af det ansvar stiftere har, når de grundlægger en virksomhed, og Shues argumentation om, at de største kulstofproducenter kan stilles ansvarlige for, hvordan de har påvirket planeten siden 1965. Ifølge Pettit og Shue kan der altså godt tilskrives et ansvar til en virksomhed. Hos Pettit har stiftere af de førende kulstofproducenter muligvis ikke haft den relevante viden omkring den fossile brændselspåvirkning på klimaet, men denne viden må gradvist have vist sig for dem, der driver de førende kulstofproducenter. Derfor ser vi en kobling mellem viden og ansvar. Hvis vi ikke ved, at den handling, vi foretager os nu, har katastrofale konsekvenser i fremtiden, kan vi så holdes ansvarlige? Dette ser vi også hos den danske filosof Svend Erik Larsen, der mener, at vi i samfundet hele tiden tager valg, der i fremtiden kan ses som utilsigtede. Et eksempel er giftdepoter, der er gravet ned i jorden i god tro for derefter at blive opdaget og gravet op igen (Larsen, 1995, s. 194).

9.1 KAUSAL OG MORALSK ANSVAR

Ansvarsbegrebet har, som vi ser i specialet her, mange forskellige betydninger. To klare definitioner er det kausale ansvar og det moralske ansvar. Det kausale ansvar har vi tidligere i opgaven eksemplificeret ved at personerne A, B og C står på en linje. A falder af en trappe, fordi denne blev ramt af B, som blev skubbet af C. B er kausal ansvarlig for at A vælter. Hvis vi tager et eksempel fra vores teori, kan vi sætte det kausale ansvar ind

i Shues teori om, at de førende kulstofproducenter er moralsk ansvarlige for klimaforandringerne, der påvirker os alle (Shue, 2017, s. 591). Her er de førende kulstofproducenter C, mens CO₂'en, som er udledningen ved at bruge kulstof B, mens alle på jorden, der bliver berørt af denne udledning, er A. Derfor argumenterer Shue for, at de førende kulstofproducenter er moralsk ansvarlige for den negative påvirkning af alle andre på jorden (Shue, 2017, s. 591-592).

9.2 VIRKSOMHEDEN SOM PERSON

Hvis vi ser nærmere på virksomheder, kan vi se, at de har kendetegn, der kan sammenlignes med personbegrebet, som vi har belyst hos Frankfurt (afsnit 4.1.) Vi vil i det følgende afsnit forsøge at sammenstille virksomhedernes funktioner og Frankfurts kriterier for at være en person. Dette sker med det formål at belyse, om virksomheder kan siges at være en person. Vi har tidligere i afsnit 5.2 redegjort for hvordan Pettit argumenterer, for at virksomheder er kunstige personer og at de ikke kan tilskrives en moralsk status (Pettit, 2017, s. 23). Vi vil i dette afsnit se nærmere på, hvordan Pettit beskriver grupper og virksomheder. Pettit skriver om virksomheder:

“These entities operate via their members, although they retain their corporate identity through continuous change of membership. Specifically, they operate through their members in such a way that they simulate the performance of individual agents. They endorse certain goals and methods of reviewing goals and certain judgements and methods of updating judgments, and they follow procedures that enable them to pursue those goals in a manner that make sense according to those judgments” (Pettit, 2007, s. 172).

Det første vi vil fokusere på i citatet er, at virksomheder bevarer sin identitet på trods af udskiftning i medlemmerne eller medarbejdere. Det andet er, at virksomheder opererer gennem medarbejderne, så den simulerer en individuel agent. Her kan vi altså se, at Pettit beskriver en virksomhed, som både har en identitet og er i stand til at handle som en individuel agent. Pettit beskriver også, at gruppen er i stand til at godkende eller anbefale (endorse) mål og er i stand til at revidere disse mål. Ligeledes kan gruppen foretage og vurdere valg (judgements). Dermed kan vi beskrive en virksomhed som et individ, der har en identitet og er i stand til at sætte, vurdere og forfølge mål.

Virksomheder er, ifølge Pettit, ligeledes i stand til at følge procedurer, det sætter dem i stand til at forfølge deres mål på en måde, som giver mening i forhold til deres valg.

Hvis vi kategoriserer et godkendt mål som profit, vil vi mene, at det er muligt at sammenligne dette med en umiddelbar lyst. Ligeledes kan vi argumentere for, at der er modstridende lyster. De modstridende lyster er eksempelvis at betale løn til arbejdere, at være miljøbevidste og at betale skat til samfundet. Disse emner, mener vi, både kan betegnes som det, Pettit beskriver som mål, og det som Frankfurt beskriver som umiddelbare lyster (afsnit 4.1.1). Pettit beskriver i citatet, hvordan virksomheden er i stand til at forfølge et mål ud fra valg, og vi vil mene at disse valg kan sammenlignes med at have en beslutningsakt, og at virksomheden vælger mellem og prioritere de forskellige mål/umiddelbare lyster. Beslutningsakten vi argumenterer for kan sammenlignes med det interne beslutningssystem, som Pettit beskriver. Et beslutningssystem kan være at afholde et valg i bestyrelsen eller andre relevante steder, fx blandt medarbejderne (Pettit, 2007, s. 186-187). Dermed kan vi argumentere for, at virksomheden er i stand til at sætte det, som vi hos Frankfurt beskriver som *vilje* bag en beslutningsakt, og vi vil derfor kunne betegne en gruppe eller en virksomhed som en person.

9.3 VIRKSOMHEDEN UDEN ANSVAR

Ifølge Chiapello ændrer kapitalismen sig hele tiden og er i stand til at assimilere kritikken, som kommer fra samfundet (Chiapello, 2013, s. 63). Derfor vil vi mene, at Friedmans teori om, at *"the business of business is business"* (O'Donohoe, 2016) ikke længere er helt så aktuel, da vi se at virksomheder og kapitalismen i det moderne samfund forventes at påtage sig et ansvar og have fokus på mere end at skabe mest muligt profit til aktionærerne. Derfor er *"the business of business"* også at være i stand til at tilpasse sig krav og kritik fra det omkringliggende samfund, for at kunne fortsætte med at drive *"business"*. Vi vil i det følgende afsnit se nærmere på Friedmans argumenter for, at virksomheder ikke har et ansvar, og hvor det ansvar placeres i stedet.

Friedman mener, at den eneste måde at regulere virksomheder, er gennem loven (Posner, 2019). Det er eksempelvis op til lovgiverne at lave love for virksomhedernes luftforurening, så det er muligt at straffe de forurenende virksomheder (Posner, 2019).

Ligeledes ser det ud til, at Friedmans teori kun omhandler de traditionelle virksomheder, hvor virksomhedens ejere er adskilt fra virksomheden, og hvor direktøren er ansat af ejerne til at varetage virksomhedens interesser (Friedman, 1970, s. 33) og han taler ikke om andre virksomhedstyper, som eksempelvis hybrid-virksomheder eller enkeltmandsvirksomheder. Vi vil argumentere for, at samfundet har ændret sig meget, siden Friedman bragte sin teori i New York Times i 1970. Friedman og Banerjee mener, at virksomheder ikke kan have ansvar som en person, men at de har et kunstigt ansvar som en kunstig person (Friedman, 1970, s. 33; Banerjee, 2008, s. 55-56). Banerjee mener, at vi skal passe på med at give virksomheder personlighed (personhood), da det ansvar, der bliver tillagt virksomheder, er et kunstigt ansvar, hvor virksomhedens ansvar kun gælder i juridisk forstand. Friedman argumenterer på følgende måde:

“Only people can have responsibilities. A corporation is an artificial person and in this sense may have artificial responsibilities, but ‘business’ as a whole cannot be said to have responsibilities, even in this vague sense” (Friedman, 1970, s. 33).

Friedman mener, at det er direktøren, som er ansat af ejerne, der står med ansvaret for virksomhedens agere, og ikke virksomheden selv. Banerjee og Friedman argumenterer begge for, at en virksomhed skal koncentrere sig om, er at tjene penge (Banerjee, 2008, s. 74, Friedman, 1970, s. 33). Banerjee mener ligeledes, at i den politiske økonomi er virksomheders fokus altid på at forøge aktionærernes udbytte og ikke tænke på moral og social retfærdighed (Banerjee, 2008, s. 74). Ydermere mener både Friedman og Banerjee, at virksomheder ikke kan eller skal overtage statens rolle. Dette betyder, at virksomhederne skal tjene penge, der betales skat af, som staten så kan bruge på sociale og miljømæssige områder (Banerjee, 2008, s. 73-74; Friedman, 1970, s. 33). Den primære grund til, at virksomheder ikke kan overtage statens rolle i samfundet, er det faktum, at virksomheder er drevet af økonomiske behov (Banerjee, 2008, s. 74, Friedman, 1970, s. 33).

Derfor konkluderer vi, at Banerjee og Friedman argumenter for, at virksomheders ansvar er begrænset til at skabe maksimal profit til aktionærerne og ejere, og at de ikke har noget ansvar i forhold til de omkringliggende samfund. Hvis virksomheder påtager sig et ansvar i samfundet, skal formålet med at påtage sig dette ansvar kun være for at

sikre virksomhedens profit. Der skal altså ikke indblandes moralske hensyn, da det, i vores forståelse af Banerjee og Friedman, ikke er virksomhedernes ansvar at tage stilling til sådanne hensyn.

Dette er modstridende til den udvikling Chiapello beskriver i den grønne kapitalisme, hvor virksomheder skal overtage dele af statens virke i samfundet (Chiapello, 2013, s. 76). Chiapellos beskrivelse tegner et billede af, at CSR er opstået, fordi staten i virkeligheden er kraftløs, og det derfor er virksomhedernes opgave at tage samfundsmæssigt ansvar bl.a. i forbindelse med sociale og miljømæssige problemer (Chiapello, 2013, s. 77). Her er to modstridende teorier, da Banerjee og Friedman mener, det er statens opgave at styre det samfundsmæssige ansvar, mens Chiapello beskriver en moderne retning, hvor det er blevet virksomhedernes ansvar, da staten ikke kan magte opgaven (Chiapello, 2013, s. 77).

9.3.1 FRIEDMANS ETISKE SKIKKE

Vi vil i det følgende se nærmere på et problem hos Friedman. Dette finder vi i det følgende citat:

"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 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 society, both those embodied in law and those embodied in ethical custom" (Friedmann, 1970, s. 33).

Her er de etiske skikke et meget centralt punkt, som vi kan argumentere for stilles på højde med loven. Derfor er det ærgerligt, at Friedman ikke selv definerede, hvad disse etiske skikke dækker. Med en definition eller forklaring af de etiske skikke ville tvivlen muligvis forsvinde. Et af problemerne med de etiske skikke hos Friedman er, at der åbnes op for mange forskellige fortolkningsmuligheder. Som nævnt tidligere, så er der stor forskel på, hvordan henholdsvis Schwartz & Saiia, Cosans og McAleer læser og forstår Friedmans pointer (Schwartz & Saiia, 2012, s. 8; Cosans, 2009, s. 395; Grant, 1991, s. 909 - se afsnit 2.1). Dette gør, at der udspringer forskellige teorier ud fra de forskellige opfattelser af Friedmans tekster. De etiske skikke tolkes fra meget snævert

til meget bredt og alt derimellem. Det er et problem, at Friedman ikke beskriver de etiske skikke yderligere, da fortolkninger kan give modstridende resultater. På den anden side kan det være, at Friedman bevidst ikke definerer de etiske skikke, så det er op til den enkelte, læser eller virksomhed at vurdere, hvilke etiske skikke, der er relevante for dem. Vores forslag til forståelsen af Friedmans etiske skikke er, at de følger det, Sagoff siger i følgende citat:

“Our environmental goals – cleaner air and water, the presence of wilderness and wildlife, and the like – are not to be construed, then, simply as personal wants or preferences; they are not interests to be ‘priced’ by markets or by cost-benefit analysis, but are views or beliefs that may find their way, as public values, into legislation. These goals stem from our character as a people, which is not something we chose, as we might choose a necktie or a cigarette, but something we recognize, something we are” (Sagoff, 1988, s. 28).

Her argumenterer Sagoff for, at der er noget, der ligger dybere, end de spørgsmål vi stiller os selv til dagligt, fx når vi skal vælge et slips eller en kjole. Et eksempel på et dybere spørgsmål er de miljømæssige problemer eller mål, som vi har som mennesker. Der er noget, der ligger ud over det, som kan prissættes og sættes ind i en cost-benefit-analyse. Dermed ser vi, at dette også kan vise sig som en forståelse af Friedmans etiske skikke, at der er basale skikke eller basale forpligtelser, som vi har som menneske har over for alt levende i vores tid og i fremtiden. Da Friedman udgav sin teori i 1970, var der ikke det fokus på klimaforandringer, som der er i dag. Derfor kunne han ikke kende til de udfordringer, vi står med i dag. Alligevel ser vi, at Friedmans etiske skikke kan indeholde de samme forpligtelser, som Sagoff argumenterer for i sit citat, nemlig at der er noget, der ligger dybere end de valg, vi træffer til dagligt. Derfor vil vi argumentere for, at Friedmans teori kan læses på en måde, der åbner op for, at virksomheder har et samfundsmæssigt ansvar. Dette kan ansvar ses som en form for økocentrisk holistisk ansvar, der handler om, at vi tager hensyn til vores omgivelser. Denne form for ansvar stemmer overens med den tyske filosof Hans Jonas' argumentation om, at jo mere teknologi og mulighed vi har for at ødelægge, jo større ansvar har vi for ikke at gøre det. Hvis vi ser de etiske skikke, som Friedman argumenterer for, som denne form for ansvar, så vil vi argumentere for, at virksomheder har et ansvar. Dette ansvar er bredere end

det normale samfundsansvar, som Rendtorffs argumenterede for med corporate citizenship og Tofts argumenterede for med virksomhedens grønne statsborgerskab (Rendtorff, 2013, s. 157; Toft, 2016, s. 276). Vores forståelse af de etiske skikke er her i modstrid med forståelsen hos både Cosans og Schwartz & Saiia. De argumenterer for, at Friedman åbner muligheden for, at virksomheder kan forurene, så længe det øger virksomhedens profit, og den ikke bryder lovgivningen (Cosans, 2009, s. 395; Schwartz & Saiia, 2012, s. 27). Dette ser vi som et brud på de etiske skikke, da vi forstår de etiske skikke, som indeholdende et forbud mod at forurene vores omgivelser.

Vi vil argumentere for, at Friedmans teori består af en form for utilitarisme, hvor virksomhederne skal gøre det, de er gode til nemlig at tjene penge, mens staten skal gøre det, den er god til, nemlig at sørge for samfundet opretholdes. Vi kan derfor se, at Friedman argumenterer for, at der opnås den størst mulige nytte ved at lade henholdsvis stat og virksomheder koncentrere sig om det, de er gode til. Vi vil også argumentere for, at Friedmans teori er bygget ud fra traditionelle vertikale virksomheder, hvor lederen bestemmer arbejdsgangen, og arbejderne ikke har en særlig stor medindflydelse. I de vertikale virksomheder er det lettere for arbejderne at være funktionel dum eller have etisk blindhed, da arbejderne ikke behøver at overveje eller tænke over sin plads i arbejdsgangen. Derfor tager Friedmans teori ikke højde for de horisontale virksomheder, hvor beslutninger bliver taget på en mere demokratisk måde. Her vurderer vi, at der ikke er lige så stor mulighed for at være etisk blind eller funktionel dum, da overvejelser og beslutninger tages i fællesskab. Dermed skal der overvejes og begrundes beslutninger af alle medarbejdere, som derfor vil have bedre tid og mulighed for at se, hvorfor beslutninger bliver taget, og hvad der kommer ud af disse beslutninger. Derfor kan etisk blindhed og funktionel dumhed afhænge af, hvilket virksomhedssystem, der bliver praktiseret i virksomheden.

9.4 FORDELE VED ANSVAR

Hvis vi går ud fra præmissen om, at en virksomhed har ansvar, så må dette også betyde, at vi kan forvente noget af en virksomhed, og at den kan have forpligtelser. En af disse forpligtelser kan, som både Pettit og Toft er inde på, være at fungere som en instans i samfundet, der er med til at vise idealer i problemstillinger som fx klimaforandringer (Pettit, 2007, s. 200; Toft, 2016, s. 284). At en virksomhed har ansvar, åbner også op for,

at den kan være skyldig. Den danske lektor ved CBS, Camilla Sløk, argumenterer for dette synspunkt og siger: *“Ansvar uden skyld bliver tomt, hvis det ikke involverer en dom over, hvad der er rigtigt, og hvad der er forkert adfærd”* (Sløk, 2014, s. 101). Dette ser vi også hos Pettit (Pettit, 2007, s. 173). Derfor må virksomheder kunne findes skyldige, hvis de ikke overholder loven. Pettit mener ligeledes, at hvis en gruppe eller virksomhed ikke har ansvar, så vil den ikke bestræbe sig på at gøre noget til det bedre, fx i forhold til problemerne med klimaforandringerne (Pettit, 2007, s. 200). Derfor mener Pettit, at vi er nødt til at se grupper og virksomheder som ansvarlige for at kunne ændre deres adfærd. Vi tolker Pettits argumenter på den måde, at hvis en virksomhed ikke har noget ansvar, vil den opføre sig som Friedman beskriver og kun sigte efter at skabe mest muligt profit. Derfor ser vi en fordel ved, at virksomheder kan tilskrives et ansvar, da den kan være med til at danne et forbillede for andre virksomheder. Eksempelvis vil virksomheden qua sit grønne statsborgerskab, som Toft argumenterer for, kunne være et forbillede for andre i samfundet, eksempelvis individer og organisationer, da disse vil kunne spejle sig i virksomheden. Dermed vil der ske udvikling imod en mere grøn agenda i samfundet (Toft, 2016, s. 284).

9.5 SPÆNDINGSFELTET MELLEM ETIK OG PROFIT:

Vi vil ud fra de ovenstående redegørelser argumentere for, at virksomheder i det moderne samfund er i et spændingsfelt mellem etik og profit. Samfundet forventer, som tidligere nævnt, at virksomhederne påtager sig et etisk ansvar både socialt, men også miljømæssigt. Samtidig med dette ansvar skal virksomhederne også forsøge at skabe profit for at sikre egen overlevelse i et stadig voksende marked med flere konkurrenter (Arler, 2015b, s. 90). På baggrund af nye tendenser i samfundet, som fokuserer på social og miljømæssig bæredygtighed, hvilket bl.a. ses gennem Årsregnskabsloven fra 2009, hvor der er blevet indberetningspligt for CSR-arbejdet i virksomheder, skal virksomheder i dag rapportere deres årlige CSR-arbejde til de lovgivende instanser for at kunne eksistere i Danmark og EU. Derfor er virksomheder i EU pålagt at fokusere på CSR, hvilket ifølge Toft er en dårlig ting, da strategisk og politisk CSR ofte handler om at skabe mest muligt profit for virksomheder (Toft, 2016, s. 287). CSR bliver ofte brugt for, at virksomheden kan legitimere sig, og skabe mest muligt profit, på trods af CSR-rapporteringen (Rendtorff, 2013, s. 174; Chouliaraki & Fairclough, 1999). Dermed kan

der opstå etisk blindhed, da fokus ikke er på fx det sociale arbejde, men i stedet på, hvad virksomheden kan gøre for at tjene mest muligt på det (Toft, 2016, s. 275-276). I øjeblikket ser vi kun få alternativer til CSR for, at virksomheder kan opfylde deres samfundsansvar. Statistik viser, at danskerne køber mere økologi og fairtrade (Fairtrade, 2018; Ganderup, 2018).

Som vi har beskrevet tidligere så, åbner det op for de nye typer af virksomheder, som ikke fokuserer på profit og billigst mulig produktion, men påtager sig et samfundsansvar. I dette perspektiv er det ikke kun virksomhederne, der påtager sig et ansvar og handler samfundsansvarligt, men også forbrugerne, der vælger at handle økologisk, fairtrade, vegansk osv. Derfor ser vi en tendens i samfundet, hvor danskerne efterspørger nye typer varer, som både tilfredsstiller behov, rent personligt, men også udviser et ansvar for jordens fremtid. Det behøver ikke kun at være nye virksomheder, der opstår, det kan også være traditionelle virksomheder, der vælger at satse på et nyt segment i markedet, og derfor producerer varer, der passer til dette segment. Et eksempel kan være Arlas forskellige økologiske mælk eller Only t-shirten, der er lavet af genbrugsmateriale. Derfor behøver hybrid-virksomheder ikke kun at være nyopståede virksomheder som fx LifeStraw, men kan derimod også være afdelinger af allerede eksisterende traditionelle virksomheder, der opsøge nye markeder. Toft argumenterer for, at disse virksomheder vil have større vilje til at tage samfundsmæssigt ansvar, da det er virksomheden selv, der har taget dette ansvar, i stedet for en virksomhed, hvor CSR og det samfundsmæssige ansvar er blevet tvunget (Toft, 2016, 284-285). Derfor vurderer vi, at de initiativer, som virksomhederne selv sætter i gang, fungerer bedre, end de tiltag som bliver pålagt fra loven. Her kan vi også argumentere for, at der er noget som tyder på, at der er en større glæde ved at følge etiske skikke end lovgivning. På denne måde ville CSR eller samfundsansvar og profit kunne eksistere, da virksomhederne selv har et ønske om at tage samfundsansvar og ikke kun er tvunget fra lovgivningens side.

Et andet spændingsfelt opstår mellem vækst og ansvar. Alberti og Garrido argumenterer for, at virksomheder skal gå fra at sigte efter maksimalt profit til at sigte efter profitabel bæredygtighed, hvilket betyder, at virksomheden kan drives dagligt, og der er overskud, og den kan blive ved med dette i fremtiden, så er det tilstrækkeligt (Alberti & Garrido, 2017, s. 12). Her ser vi et argument for at vækst ikke altid skal efterstræbes, hvilket bl.a.

går imod FN's verdensmål 8.1 (UNDP; Verdensmålene). Rendtorff argumenterer ligeledes for, at en virksomhed kan få succes i det 21. århundrede og den moderne markedsøkonomi ved at leve op til samfundets politiske idealer, dvs bæredygtighed og grøn omstilling, der er politiske prioriteringer i samfundet (Rendtorff, 2015, s. 359-360).

Vi har i dette speciale set at profit ofte vil være et hovedformål i langt størstedelen af virksomheder. Dette synspunkt er både Rendtorff og Toft enige i, da de begge argumenterer for, at virksomheders primære fokus er at skabe profit, hvilket kan gøres ved at tilfredsstille forbrugernes ønsker om nye varer (Rendtorff, 2013, s. 175; Toft, 2016, s. 277).

Virksomheder gør, ifølge Rendtorff og Toft det, der er nødvendigt for at kunne tjene flest mulige penge, hvilket er det samme, som Chiapello beskriver, at kapitalismen gør, når den assimilerer kritik og ønsker fra samfundet (Chiapello, 2013, s. 63). Banerjee argumenterer bl.a, for, at i det moderne samfund vil virksomheders strategi altid blive lavet med henblik på en interesse i at forøge aktionærværdi og kapitalafkast og dermed ikke social retfærdighed og/eller moralitet (Banerjee, 2008, s 74). Vi vil argumentere for, at dette i dag skabes ved at fokusere på bæredygtighed i form af både den sociale og miljømæssige bæredygtighed, da det er et krav fra samfundet, og at det giver virksomheden legitimitet i samfund. Klimaforandringerne har gjort, at vi alle er stakeholders i forhold til virksomhedernes produktion, da negative eksternaliteter påvirker os alle. Derfor er klimaforandringerne i almen interesse rundt omkring på jorden. Malm og Hornborg mener rent metaforisk, at de rige nok skal undslippe klimaforandringer i deres redningsbåde, og dermed kommer klimaforandringerne til at ramme de fattigste hårdest (Malm og Hornborg, 2014, s. 66).

9.6 EKSTERNALITETER

Som vi har beskrevet i begyndelsen af opgaven, er eksternaliteter svære at prissætte. Vi vil i det følgende argumentere for, at en del af virksomheders ansvar ligger i at få overblik over og prissætte disse eksternaliteter. Dette ser vi, at Shue argumenterer for, da de førende kulstofproducenter ikke er stillet til ansvar for de negative eksternaliteter, som de har påført klimaet (Shue, 2017, s. 591-592). Cosans nævner også problematikken og beskriver den således: *“Any practice, which has a negative externality that requires*

another party to take a significant loss without consent or compensation, can be seen as unethical” (Cosans, 2009, s. 395). Dette tolker vi som, at virksomheder skal betale kompensation for negative eksternaliteter, ellers er dette uetisk. Ud fra vores tidligere tolkning af Friedmans etiske skikke, ser vi også, at det er virksomheders ansvar at prissætte de negative eksternaliteter.

9.7 VIRKSOMHEDEN SOM SAMFUNDSBORGER

I afsnit 3.4, diskuterede vi virksomhedens rolle som samfundsborger ud fra Sagoffs teori om borgeren og forbrugeren, og Rendtorffs teori om virksomheden som samfundsborger. Her så vi, at når Sagoffs teori omkring forbrugeren bliver sat over på virksomheder, så kunne denne betegnes på samme måde, som Friedman og Banerjee ser virksomheder, hvor det er virksomhedens egne præferencer, og fokus primært er på virksomheden selv. Ser vi derimod på Sagoffs teori omkring borgeren, passer denne på Rendtorffs tre niveauer, som bør være opfyldt (liberalisme, kommunitarisme og kantianisme, for, at en virksomhed kan være en samfundsborger. Her er det specielt samfundets interesse, der spiller en større rolle, end hvad virksomhedens og borgerens egne præferencer gør. Af denne grund kan vi argumentere for, at den liberalistiske tankegang (Friedman og Banerjee) og Sagoffs forbrugerbegreb kan betegnes som en form for egoisme, mens Rendtorffs samfundsborgerbegreb og Sagoffs borgerbegreb kan betegnes som en form for altruisme.

At se disse begreber således kan være problematiske, da Rendtorff ikke argumenterer for ren altruisme, men derimod også omtaler, at virksomheden også skal tænke på egne interesser og kombinerer disse med samfundets interesser (Rendtorff, 2013, s. 163). Vi mener, at Sagoffs borgerbegreb ikke udelukkende tænker på samfundets bedste i et altruistisk syn, da der her også er en form for egeninteresse iboende i personen selv (Sagoff, 2007, s. 50-51).

Virksomhedens ansvar er i dag ikke kun centreret om at tilfredsstille og maksimere aktionærernes profit, men også fokuseret på at gøre gavn for andre interessenter, såsom ansatte, kunder, borgere osv (Posner, 2019). Derfor skal der stadigvæk være tanke på, at virksomheder er betinget af profit og forretning, og at denne skal være

kørende før CSR kommer ind i billedet. Profit i virksomheden er altså præmissen for, at CSR er muligt (Jepsen & Madsen, 2018, s. 10-11).

Hvis vi ser på sammenligningen mellem Sagoffs borgerbegreb og Rendtorffs virksomhed som samfundsborger, er der mange ligheder, der handler om, at virksomheden og dermed også borgeren tager hensyn og beslutninger med henblik på samfundets bedste og ikke kun følger egne præferencer. Hvis virksomheden følger Rendtorffs tre niveauer, liberalisme, kommunitarisme og kantianisme, så mener Rendtorff, at virksomheden er en samfundsborger, der tager hensyn til samfundet, og dermed bliver legitimeret gennem samfundets forventninger til virksomheden. Derfor kan virksomheden karakteriseres som en moralsk agent med et kollektivt etisk ansvar (Rendtorff, 2013, s. 157).

10.0 KONKLUSION

Som vi har set i dette speciale, er der, som udgangspunkt, to opfattelser til, om en virksomhed kan være en moralsk agent. Vi har argumenteret for at virksomheders ansvar har ændret sig de sidste 50 år. Der er ikke længere kun fokus på aktionærernes interesser, som ofte har været mest muligt profit. Vi mener at kunne argumentere for, at virksomheders ansvar er blevet bredere og nu også dækker dele af samfundet. Dette ser vi ved, at samfundet er begyndt at stille krav til virksomhederne (Posner, 2019; Alberti & Garrido, 2017, s. 3-4; Chiapello, 2013, s. 63; Toft, 2018). Dette gør, at virksomheder i det moderne samfund er nødt til at koncentrere sig om de forskellige interessenteres meninger og holdninger for at kunne legitimere sig (Rendtorff, 2015, s. 359-360). En af grundene til, at virksomheder ønsker at legitimere deres position i samfundet, kan hænge sammen med virksomhedens ønske om profit. Ifølge Jepsen og Madsen er der ikke grundlag for CSR, hvis virksomheden ikke skaber profit (Jepsen & Madsen, 2018, s. 10-11). Derfor kan det konkluderes, at virksomheder er nødt til at have profit som et af deres primære fokuspunkter, før kravet fra samfundet og interessenterne om ansvarlighed og etik kan opfyldes. Vi kan derfor redegøre for en teori, der argumenterer for, at etik og profit hænger sammen, men at det etiske ofte bygges oven på profit. I denne teori er virksomheder kun en moralsk agent for at sikre profit i virksomheden.

Samtidig ser vi også et spørgsmål om, virksomheder opfylder interessenternes og samfundets krav for at få større markedsandele og øget profit, eller om de gør det af rent moralske grunde. Dette kan også besvares på to måder, da vi har argumenteret for, at virksomheder gør det af rent moralske grunde, som vi ser hos Rendtorff (Rendtorff, 2015, s. 366-367) og Toft (Toft, 2016, s. 275-276), og at de gør det for at sikre den langsigtede profit, som vi ser hos Banerjee og Friedman (Banerjee, 2008, s. 74; Friedman, 1970, s. 33). Vi kan ligeledes argumentere for, at virksomheders fornyede fokus på bæredygtighed og samfundsansvar er kapitalismens måde at assimilere til de kritikker af kapitalismen, som Chiapello beskriver (Chiapello, 2013, s. 63). Dette skal, ifølge Chiapellos beskrivelse, gøres som et kompromis mellem kapitalismens logik (profit) og de ændringer, der er foreslået af kritikken (Chiapello, 2013, s. 61).

Med udgangspunkt i Pettits argumentation for at virksomheden kan agere som et individ (Pettit, 2007, s. 172), vil vi derfor argumentere for, at virksomheden er i stand til at påtage sig en rolle som både borger og forbruger, jf. Sagoffs borgerbegreb. Dermed kan virksomheden være i stand til at lade egne præferencer træde i baggrunden og være i stand til at overveje, hvad der er bedst for samfundet. Derfor konkluderer vi, at en virksomhed kan være en moralsk agent, men med det forbehold, at virksomheder ofte er nødsaget til at vælge profit frem for samfundets bedste. Dette understøttes af Rendtorffs corporate citizenship (Rendtorff, 2013, s. 157), hvor virksomheder indgår i samfundet som en samfundsborger.

Et andet synspunkt omkring virksomheders ansvar ser vi hos Banerjee og Friedman. Her ser vi, at virksomhedernes ansvar er et kunstigt ansvar, som adskiller virksomheder fra samfundsborgere og personer (Banerjee, 2008, s. 55-56; Friedman, 1970, s. 33). Det kunstige ansvar bliver aldrig beskrevet af hverken Friedman eller Banerjee, men vores tolkning af det kunstige ansvar er et begrænset ansvar, som ikke indeholder de samme principper, som et ansvar normalt gør, men derimod er begrænset i det omfang. Derfor vil vi argumentere for, at virksomheder blandt disse teoretikere ikke er moralske agenter, og at virksomheder ikke har noget moralsk ansvar for klimaforandringer. Dette ansvar ligger derimod hos staten, der skal sørge for at lave lovgivning og beskatning, der sikrer, at virksomhederne ikke skader miljøet. Her kommer tolkningen af Friedmans etiske skikke ind som et relevant punkt, da vores tolkning ikke giver virksomheder

mulighed for at skade miljøet, uden at bryde de etiske skikke. Andre tolkninger åbner op for muligheden for at virksomheder kan forurene så længe det øger virksomhedens profit og den ikke bryder lovgivningen (Cosans, 2009, s. 395; Schwartz & Saiia, 2012, s. 27)

Med hensyn til om en virksomhed er i stand til at betegnes som en person og dermed en moralsk agent, ser vi, at der er et stort sammenfald mellem Frankfurts og Pettits beskrivelser af henholdsvis personbegrebet og gruppeagenten. Begge beskriver evnen til refleksion, og denne er central i begge begreber.

Vi kan ud fra dette speciale argumentere for at Frankfurts personbegreb og en moralsk agent opfylder de samme kriterier. Derfor ser vi virksomheder som moralske agenter. Ikke desto mindre er det stadigvæk svært at placere et moralsk ansvar, da teorierne om virksomheder som moralske agenter er forholdsvis nye og svære at udføre i praksis, som Pettit beskriver:

“There is a voluminous literature on this subject, and, while the argument certainly makes criminal liability a sensible option to consider with group agents, it does not provide a clear line through the thicket of practical problems that arise in the area” (Pettit, 2007, s. 176).

Vi ser at det er muligt at holde virksomheder juridiske ansvarlige, som kunstige personer, men at de endnu ikke kan tilskrives et moralsk ansvar. Hvis vi får en overbevisende og sammenhængende teori om hvad det vil sige at have et gruppeansvar, der ikke blot kan reduceres til individers ansvar i gruppen, vil det styrke muligheden for at kunne stille moralske krav til selskaber (Toft, 2018).

I processen imod det bæredygtige fossilfrie samfund er individer, stater og politiske bevægelser vigtige, men velorganiserede grupper, heriblandt virksomheder, der kan agere ansvarligt, er måske lige præcis det, der mangler i nutidens debat om klimaet, og hvad vi kan gøre ved det (Toft, 2018).

11.0 BIBLIOGRAFI:

- Alberti, Fernando G. & Garrido, Mario A. Varon, (2017), *Can profit and sustainability goals co-exist? New business models for hybrid firms*, Journal of Business Strategy, vol 38, nr. 1, s. 3-13, Emerald Publishing Limited
- Arler, Finn, (2015a), *Bæredygtighed og bæredygtig udvikling*, I; Arler, Finn et Al., *Bæredygtighed - værdier, regler og metoder*, kap. 1. s. 17-47, Aarhus Universitetsforlag
- Arler, Finn, (2015b), *Økonomisk vækst, grøn vækst, nulvækst, modvækst eller a-vækst?*, I; Arler, Finn et Al., *Bæredygtighed - værdier, regler og metoder*, kap. 3. s. 71-97, Aarhus Universitetsforlag
- Banerjee, Subhabrata Bobby, (2008), *Corporate Social Responsibility, The Good, the Bad and the Ugly*, Critical Sociology, 34 (1), s. 51-79
- Banerjee, Subhabrata Bobby, (2009), *The problem with corporate citizenship, I: Corporate Social Responsibility. The Good, the Bad and the Ugly*, Banerjee, Subhabrata Bobby, kap 4, s. 41-51, Edward Elgar Publishing
- Battilana, J., Lee, M., Walker, J. and Dorsey, C., (2012), *In search of the hybrid ideal*, Stanford Social Innovation Review, Vol. 10 No. 3, s. 50-55
- Ganderup, Mads B., (2018, 12. juni), *Fairtrade tæt på milliardsalg i Danmark: "Vi har ikke set slutningen endnu"*, lokaliseret 12/5-2020 på:

<https://www.berlingske.dk/virksomheder/fairtrade-taet-paa-milliardsalg-i-danmark-vi-har-ikke-set-slutningen>
- Bjørnvig, Thorkild, (1978), *Også for naturens skyld. Økologiske essays*, Viborg
- Chiapello, Eve, (2013), *Capitalism and Its Criticisms*, I; Gay, Paul du & Morgan, Glenn, *New Spirits of Capitalism? Crisis, Justification, and Dynamics*, Kap. 3., s. 60-81, Oxford University Press

- Chouliaraki, L & Fairclough, N, (1999), *Discourse in Late Modernity - Rethinking Political Discourse Analysis*, Edinburgh, Edinburgh University Press
- Cosans, Christopher, (2009), *Does Milton Friedman Support a Vigorous Business Ethics?*, *Journals of Business Ethics* 87, s. 391-399
- Crane, A & Matten, D, (2004), *Business Ethics. A European Perspective*. Oxford: Oxford University Press
- Crutzen, Paul J, *Geology of mankind*, (2002), *Nature*, vol 415, MacMillan Magazines
- Daft, Richard L., Murphy, Jonathan & Willmott, Hugh, (2010), *Organization Theory and Design*, Cengage Learning EMEA, kap. 10, s. 397-439, Seng Lee Press, Singapore
- Elkjær, Bo, (2020, 13. marts), *Torsdag begyndte nedlukningen af Danmark på grund af coronavirus. Her er, hvad vi ved*, lokaliseret d. 12/5-2020 på:
 - <https://www.information.dk/indland/2020/03/torsdag-begyndte-nedlukningen-danmark-paa-grund-coronavirus-ved>
- Erhvervsstyrelsen (2020, 30. januar), *Hvad er samfundsansvar?*, lokaliseret d. 12/5-2020 på:
 - <https://samfundsansvar.dk/hvad-er-samfundsansvar>
- Europa Kommissionen, (2018), *Vores planet, vores fremtid. Vi skal bekæmpe klimaændringerne i fællesskab*, Den Europæiske Unions Publikationskontor, Luxembourg
- Fairtrade (2018, 13. juni), *Danskerne er vilde med fairtrade*, lokaliseret d. 12/5-2020 på:
 - <http://fairtrade-maerket.dk/Involver-dig/Blog/2018/June/Salgstal20172>
- Forsvaret, (2019, 26. Februar), *Suverænitethævdelse og overvågning*, lokaliseret d. 1/6-2020 på:

- <https://www2.forsvaret.dk/opgaver/nationale/Pages/Suveraenitetshævdelseogovervågning.aspx>
- Friedman, Milton, (1962), *Capitalism and Freedom*, University of Chicago Press, Chicago
- Friedman, Milton, (1970), *The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits*, The New York Times Magazine, September 13, s. 33 & 122–125, New York
- Grant, Colin, (1991), *Friedman Fallacies*, Journal of Business Ethics 10, s. 907–914
- Greenpeace, (2020), *Hvem er Greenpeace? Greenpeace er mennesker som dig*, lokaliseret d. 1/6-2020 på:
 - <https://www.greenpeace.org/denmark/om-os/>
- Griffin, Paul, (2017, Juli), *The Carbon Majors Database; CDP Carbon Majors Report 2017*, CDP & Climate Accountability Institute, lokaliseret d. 12/5-2020 på:
 - <https://6fefcbb86e61af1b2fc4-c70d8ead6ced550b4d987d7c03fcdd1d.ssl.cf3.rackcdn.com/cms/reports/documents/000/002/327/original/Carbon-Majors-Report-2017.pdf?1501833772>
- Grønnemand, Kevin, (2019, 13. marts), *Novo er igen Danmarks største skatteyder - betalte 7,7 milliarder til kassen*, lokaliseret d. 12/5-2020 på:
 - https://medwatch.dk/Medicinal_Biotek/article11260472.ece
- Hockerts, Kai, (2015), *How hybrid organizations turn antagonistic assets into complementarities*, California Management Review, Vol. 57 No. 3, s. 83-106.
- Hotten, Russell, (2015, 10 december), *Volkswagen: The scandal explained*, lokaliseret d. 21/5-2020 på:
 - <https://www.bbc.com/news/business-34324772>

- Jespen, Dorte & Madsen, Henrik, (2018), *CSR i det faglige arbejde. Virksomhedernes samfundsansvar og fagbevægelsens muligheder*, FIU udviklingsenhed, Hillerød Grafisk
- Kjemstrup, Melissa, (2020, 24. marts), *Donerer gratis til sygehuse: Destilleri starter produktion af håndsprit*, lokaliseret 17/5-2020 på:
 - <https://www.tv2fyn.dk/coronavirus-paa-fyn/donerer-gratis-til-sygehuse-destilleri-starter-produktion-af-haandsprit>
- Landin, Staffan, (2016), *Bliver verden bedre? Fakta om udvikling i verden*, FN's udviklingsprogram, i samarbejde med UNDP, 7. udgave, 2100 København, lokaliseret d. 12/5-2020 på:
 - https://www.verdensmaalene.dk/img/BVB_DK.pdf
- Larsen, Svend Erik, (1995), *Den lille og den store etik*, I; Kristensen, Torben Møller & Larsen, Svend Erik, *Mennesket og naturen. Essays om natursyn og naturbrug*, s. 185-196, Odense Universitetsforlag
- Malm, Andreas, (2016), *Fossil Capital. The Rise of Steam Power and the Roots of Global Warming*, Verso Books
- Malm, Andreas & Hornborg, Alf, (2014), *The geology of Mankind? A critique of the anthropocene narrative*, The Anthropocene Review, Vol 1 (1), s. 62-69
- Matten, D, Crane, A & Chapple, W, (2003), *Behind the Mask: Revealing the True Face of Corporate Citizenship*, Journal of Business Ethics 45, s. 109-120,
- Matten, D & Crane, A., (2005), *Corporate Citizenship: Toward an extended theoretical conceptualization*, Academy of Management Review, 30. 1, s. 166-179
- McAleer, Sean, (2003), *Friedman's Stockholder Theory of Corporate Moral Responsibility*, Teaching Business Ethics 7, s. 437-451
- Moriarty, Jeffrey, (2016, 17. november), *Business Ethics*, lokaliseret d. 14/5-2020 på:

- <https://plato.stanford.edu/entries/ethics-business/>
- Müller B, Höhne N & Ellermann C, (2009), *Differentiating (historic) responsibilities for climate change*. Clim Pol 9: s. 593–611
- Newman, J. and Robbins, P., (2011), *Green ethics and philosophy: An A-Z guide*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage Publication
- Nielsen, Morten, (2017, 4. oktober), *49 mister jobbet: Produktion af pølser flytter fra Ansager til enten Polen eller Tyskland*, lokaliseret d. 12/5-2020 på:
 - <https://jv.dk/artikel/49-mister-jobbet-produktion-af-pølser-flytter-fra-ansager-til-enten-polen-eller-tyskland>
- Nilsson, Christian, (2008), *Klimaændringernes betydning for de mest sårbare befolkningsgrupper; I: Høring om udviklingslande og klimaændringer, s. 41-44*, Miljø- og planlægningsudvalg samt Udenrigsudvalg, Folketingets Trykkeri, København K
- Næss, Arne, (1976), *Økologi, samfunn og livsstil*, 5. udgave, Universitetsforlaget
- O'Donohoe, Nick, (2016, 25. februar) *What is the true business is business?* lokaliseret d. 12/5-2020 på:
 - <https://www.weforum.org/agenda/2016/02/the-business-of-business-is-what>
- O'Leary-Hawthorn, John & Pettit, Philip, (1996), *Strategies for free will compatibilists*, Analysis 56.4, s. 191-201, Suracuse University, NY, USA
- Pettit, Phillip, (2007), *Responsibility Incorporated*, Ethics, Vol 117, No. 2, s. 171-201, The University of Chicago Press.
- Pettit, Philip, (2017), *The Conservable, Responsible Corporation*, I: Orts, Eric W. & Smith, N. Craig, *The Moral Responsibility of Firms*, Kap: 1, s. 15-36, Oxford University Press.

- Picheta, Rob (2020, 9. april), *People in India can see the Himalayas for the first time in 'decades', as the lockdown eases air pollution*, lokaliseret d. 27/5-2020 på:
 - <https://edition.cnn.com/travel/article/himalayas-visible-lockdown-india-scli-intl/index.html>
- Posner, Eric, (2013, 11. december), *Stop Fussing Over Personhood*, lokaliseret d. 1/6-2020 på:
 - <https://slate.com/news-and-politics/2013/12/personhood-for-corporations-and-chimpanzees-is-an-essential-legal-fiction.html>
- Posner, Eric, (2019, 22. august), *Milton Friedman was wrong*, lokaliseret d. 23/5-2020 på:
 - <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2019/08/milton-friedman-shareholder-wrong/596545/>
- Poynder, John, (1844), *Literary extracts from English and other works; collected during half a century: together with some original matters*, vol 1, John Hatchard & Son, 187 Picadilly, London
- Rendtorff, Jacob Dahl, (2008), *Organizational Change and Values-Driven Management: A Perspective from Institutional Theory*, I; Scheuer, S & Scheuer, J. D., *The Anatomy of Change: A Neo-Institutionalist Perspective*, Copenhagen Business School Press, s. 57-79
- Rendtorff, Jacob Dahl, (2013), *Virksomheden som samfundsborger - et filosofisk perspektiv på legitimering igennem "Corporate Citizenship"*, I; Holmström, S & Kjærbeck, S, *Legitimitet under forandring. Virksomheden i samfundet*, Kap. 6, s. 155-179, Samfundslitteratur, Frederiksberg C
- Rendtorff, Jacob Dahl, (2015), *Bæredygtighed og virksomheders ansvar (CSR)*, I; Arler, Finn et Al., *Bæredygtighed - værdier, regler og metoder*, kap. 15, s. 359-378, Aarhus Universitetsforlag

- Sagoff, Mark, (2007), *The Economy of the Earth. Philosophy, Law and the Environment*, 2. edition, Cambridge University Press
- Sagoff, Mark (1988), *The Economy of the Earth*, Cambridge University Press
- Schjørring, Esben, (2020, 14. april), Konkurrencestatens skygge hviler over Mette Frederiksens coronapolitik, lokaliseret d. 31/5-2020 på:
 - <https://www.altinget.dk/artikel/konkurrencestatens-skygge-hviler-over-mette-frederiksens-corona-politik>
- Schnack, Karsten, (2001), *Natursyn og naturopfattelser*; I: Invasive arter og GMO'er - nye trusler mod naturen, s. 152-161, Naturrådet
- Schwartz, Mark S. & Saiia, David, (2012), *Should Firms go "Beyond Profits"?* *Milton Friedman versus Broad CSR*, Business and Society Review 117:1, s. 1-31
- Shue, Henry, (2017), *Responsible for what? Carbon producer CO2 contributions and the energy transition*, Climate Change, 144, s. 591 - 596, University of Oxford
- Sløk, Camilla, (2014), *Blod, sved og tårer: om ansvar og skyld i ledelse*, Jurist- og Økonomforbundetsforlag
- Toft, Kristian Høyer, (2016a, 1. november), *CSR som politisk slagmark*, lokaliseret d. 12/5-2020 på:
 - <http://erhvervsfilosofi.dk/2016/05/csr-politisk-slagmark/#.VzmH52MYIfQ>
- Toft, Kristian Høyer, (2016), *Etisk blindhed i organisationer - om virksomheders samfundsansvar*, I; Keller, K, *Organisatorisk læring - etiske perspektiver på organisatorisk læring*, s. 275-292 Aalborg Universitetsforlag
- Toft, Kristian Høyer, (2018, 12. september), *Hvis vi løfter i flok. Om klimaforandringer og gruppeansvar*, lokaliseret d. 26/5-2020 på:
 - https://www.learning.aau.dk/digitalAssets/415/415511_hvis_vi_loeffer_i_flok.pdf

- UNDP (United Nations Development Programme), (u.å), *About the sustainability goals*, lokaliseret d. 12/5-2020 på:
 - <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>
- Verdensmålene (u.å), *FN's verdensmål for bæredygtig udvikling - FAQ*, lokaliseret d. 26/5-2020 på:
 - <https://www.verdensmaalene.dk/faq>
- WCED (World Commission on Environment and Development), (1987), *Vores fælles fremtid. Brundtlandkommissionens rapport om miljø og udvikling*, København: FN-forbundet og Mellemlfolkeligt Samvirke
- Yeung, Jessie, (2019, 28. november), *1 in 2 indians paid to bribe at least once in the past years, survey finds*, lokaliseret d. 17/5-2020 på:
 - <https://edition.cnn.com/2019/11/27/asia/india-corruption-bribe-intl-hnk-scli/index.html>
- Økonomi- og Erhvervsministeriet, (2008), *Forslag til lov om ændring af årsregnskabsloven*, lokaliseret d. 12/5, 2020 på:
 - <https://www.retsinformation.dk/forms/r0710.aspx?id=121460>