

Christian Olaf Christiansen

Virksomhedens glemte kamp for social legitimitet

I. Introduktion: Virksomhedens samfundsrolle

Den moderne private virksomheds idéhistorie er en slagmark, præget af utallige genbeskrivelser af velkendte figurer som kapitalisten, lederen og arbejderen, samt forholdet mellem virksomhed og samfund, som er emnet for denne artikel. Spørgsmålet om, hvorvidt virksomheder bør eller ligefrem nødsages til at tage etiske hensyn eller et socialt ansvar ved siden af økonomiske mål – og ikke mindst hvorvidt det kan dokumenteres empirisk om det er en god forretning at gøre det – er genstand for intens debat i dag (Kotler & Lee 2005; Vogel 2005, Waddock et.al. 2002). Sådan har det ikke altid været – og dog. Artiklens formål er at vise, at virksomheden ofte er blevet legitimeret ud fra andre argumenter end dens ansvar overfor aktionærerne. Debatten om virksomhedens legitimitet er nok præget af brud og omvæltninger, men også af en bemærkelsesværdig kontinuitet, der ofte nedtones eller helt udelades i aktuelle fremstillinger af forholdet mellem virksomheder og samfund. Dermed forbigås den del af historien der handler om, hvordan erhvervslivet gennem tiden har søgt at vinde legitimitet, særligt i forhold til hvordan man ud fra et virksomhedsledelsesperspektiv har søgt at vinde bred social legitimitet og tilslutning.

Med afsæt i primært danske tekster demonstrer jeg i første del af artiklen, hvordan forestillingen om et indeværende historisk skisma, hvor etik, samfundsansvar og humanistiske forestillinger om arbejdslivet vinder hastigt frem, er vidt udbredt og deles på tværs af forskellige positioner. I anden del argumenterer jeg med brug af primært amerikanske og sekundært engelske kilder, for en påfaldende kontinuitet i diskursen om virksomhedsledelse. Selv i det 20. århundredes stærkeste og mest toneangivende kapitalistiske økonomi, den amerikanske, er legitimiteten af opfattelsen at virksomhedens eneste ansvar er det økonomiske overskud til aktionærerne, ofte blevet udfordret af såvel

ledelsesteoretikere, erhvervsfolk, erhvervsorganisationer, såvel som af venstrefløjen. Den vedvarende problematisering af relationen mellem erhvervsliv og samfund, som den prægnant kommer til udtryk i divergerende opfattelser af virksomhedsledelse, må forstås på baggrund af at ledelsesdiskursen er en retorisk kampplads eller arena, hvor der kæmpes om bred tilslutning og social legitimitet fra offentligheden.

II. Etik, økonomi og virksomhedsledelse i dag: Det store skisma?

Det er i dag en udbredt forestilling at etik, socialt ansvar og beslægtede begreber er forholdsvis nye begreber i diskursen om virksomhedsledelse. Én af dem der argumenterer for, at profitmotivet i dag må og bør suppleres med andre grundlag for handlingskoordinering i virksomhedsledelse er filosofen Ole Thyssen. I Thyssens bog *Værdiledelse* argumenteres der i forlængelse af sociologen Niklas Luhmann for, at moderniseringsprocessen grundlæggende er kendetegnet ved en funktionel uddifferentiering, hvor økonomien såvel som andre funktionssystemer er blevet autonom i forhold til etikken. På denne baggrund opstiller Thyssen den tese, at der i løbet af de seneste par årtier er sket en afgørende vending, hvor organisationer nu risikerer at blive ”straffet økonomisk for forhold, som ikke kan beskrives i økonomiens sprog” (Thyssen 2002: 168). Thyssen tilføjer, at ”der er her tale om en modbevægelse i forhold til én af de tunge historiske bevægelser, som gjorde det acceptabelt at befri samfundets funktionssystemer fra etiske overvejelser” (Thyssen 2002: 168). Ifølge Thyssen skal man tilbage til den tidlige kapitalistiske æra, hvor religiøse værdier var stærkere – og ofte i modstrid med – kapitalisme, for at finde en lignende situation, hvor ikke-markedslige kræfter (ikke mindst religionen) øvede så stærkt et pres på kapitalisme (det økonomiske funktionssystem), at de var i stand til at begrænse dens udfoldelse. Denne ledelsesidé med både dens tekniske side (det etiske regnskab, hvordan dette opstilles på baggrund af en deliberativ proces etc.) og dens legitimeringskomponent (hvorfor det etiske regnskab grundlæggende er en ’god idé’), er et eksempel på at virksomhedsledelse i dag, i hvert fald på det strategiske niveau, hævdes at må medtænke øvrige formål end økonomiske (Barrett 2000; Kirkeby 2006; Petersen 2002). Sideløbende med problematiseringen af virksomhedens omverdensrelationer og sociale ansvar, bliver der også på den interne personalemæssige front iagttaget opkomsten af en mere humanistisk personale- og medarbejderledelse, hvad der nyligt er blevet sammenfattet under betegnelsen den nye ”alliance” mellem humanisme og kapitalisme (Lykkeberg 2008: 165ff.)¹.

Også på den internationale scene bliver virksomheden genbeskrevet som en institution, der både kan og bør arbejde med en flerhed af mål. Mens

Thyssen argumenterer for, at et afgørende historisk skisma i forholdet mellem økonomi og etik allerede er i gang, argumenterer en af verdens førende ledelsesteoretikere, Sumantra Ghoshal, for at en fundamental gentænkning af virksomhedsledelse og fundamentet herfor er nødvendig (Ghoshal 2006). Ifølge Ghoshal har profitmotivet været den uanfægtede grundlæggende handlingskoordinerende mekanisme de seneste tredive år. Ghoshal ser vejen til et moralsk forbedret erhvervsliv gennem en kritik af den viden og den ideologi, der ifølge Ghoshal gennemsyrrer managementprofessionens uddannelse og teori. Han anfægter, hvad han ser som det yderst tvivlsomme videnskabelige fundament for moderne virksomhedsledelse: neoklassisk økonomisk teori (særligt Milton Friedman og Chicago-skolen) og antagelsen af en radikal individualisme og retfærdiggørelsen af systemtvangen til profitmaksimering. Ghoshal kritiserer økonomividenskabens idoldyrkelse af naturvidenskaben, idet han understreger at virksomhedsledelse nærmere må tage afsæt i human- og samfundsvidenskaberne, der giver plads til et menneskeligt handlingsrum og dermed den menneskelige frihed og individets (særligt lederens) vurdering af sine forskellige handlingsmuligheders moralske kvaliteter.

Mens Thyssen argumenterer for, at skismaet allerede er sket, og Ghoshal argumenterer for den moralske nødvendighed af at medtænke etik i virksomhedsledelse, er kritikere også optaget af at undersøge den nye legitimeringspraksis (Banerjee 2007; Devinney 2009; Jones 2007). I den danske intellektuelle ledelsesdiskurs argumenterer idéhistorikeren Jens Erik Kristensen for, at den 'økonomiske fornuft' i stigende grad er blevet 'uren' (Kristensen 2001). Med metaforen urenhed angiver Kristensen forskellen på den urene eller praktiske økonomiske fornuft, overfor den rene eller teoretiske økonomiske fornuft. Sidstnævnte kendes fra økonomiske lærebøger i makro- og mikroøkonomi, og anlægger oftest stærke antagelser som *economic man*, læren om perfekte markeder, ligevægtsteori, etc. Kristensen kontrasterer den økonomiske teoris historiske udvikling i retning af renhed, formalisme og strenge aksiomer siden slutningen af det 19. århundrede, med den aktuelle praktiske organisatoriske eller ledelsesmæssige økonomiske fornuft, og legitimeringen af denne. Et afgørende kendetegn ved den 'urene' økonomiske fornuft er ifølge Kristensen, at det er blevet uklart, hvad der er meningen med at bedrive virksomhed, som det f.eks. ses i opkomsten af ideerne om virksomheders sociale ansvar og virksomhedsetik, men også i forhold til den nye alliance mellem humanisme og kapitalisme. Med reference til bl.a. Chicago-økonomen Milton Friedman, ironiserer Kristensen over, at hvor det tidligere 'blot' drejede sig om at tjene penge, så skal man i dag også tjene 'gode' penge. Forestillingen om en ny og højere økonomisk fornuft, kan imidlertid ifølge Kristensen afsløres som værende naiv, fordi der ikke sker en ændring af "de grundlæggende virksomheds-

og markedsøkonomiske handlingsprincipper” (Kristensen 2001: 244f.). Mens Thyssen og Kristensen hhv. fremsatte en teori for, og en kritisk-diagnostisk undersøgelse af koblingen af etik og økonomi i virksomhedsledelse, lå der en delt antagelse til grund, der i Kristensens optik formuleres med metaforen om, at økonomien i stigende grad er blevet ’uren’, hvilket diagnostisk er parallelt til Thyssens iagttagelse af, at økonomi og etik ikke længere synes adskilte. De to perspektiver mødes ved begge at observere samme regelændring i den generelle ledelsesdiskurs for legitimering af virksomhedspraksis: profitmaksimeringsidealet afvises til fordel for andre grunde og idealer, hvad Ghoshals tekst er et fremtrædende eksempel på.

III. Historiske problematiseringer af virksomhedens rolle i ledelsesdiskursen

At fortidige opfattelser af relationen mellem virksomhed og samfund hovedsageligt har begrundet den private virksomheds eksistensberettigelse og samfundsrolle ud fra ansvaret overfor aktionærene, er imidlertid en sandhed med modifikationer. Idéen om virksomheders sociale ansvar har en historie der rækker mere end 60 år tilbage. Beslægtede ideer var vidt udbredte i f.eks. slutningen af 1800-tallet. Uadskilleligt herfra har flere tidlige ledelses- og organisationsteorier samt ledelses- og industrifilosofier været dybt optaget af en legitimering af virksomhedens rolle og industrilederskabets rolle i samfundet, der klart overskrider ansvaret overfor aktionærene, og beskriver ansvaret overfor ’samfundet’ og ofte nationen som det grundlæggende.

Forfølger man ideer om virksomhedens sociale ansvar, i dag ofte kendt som *Corporate Social Responsibility* (CSR), må man rigtignok medgive, at CSR i stigende grad er kommet på dagsordenen i løbet af 1990’erne og 2000’erne, hvor debatten synes at have forskubbet sig fra at stille spørgsmålet *om* CSR er en god idé for erhvervslivet, til spørgsmålet *hvordan* CSR, dvs. at man indenfor en bred accept diskuterer hvordan man praktisk skal gøre (Smith 2003). Betegnende for denne udvikling er den rolle CSR tildeles af internationale erhvervsorganisationer som *World Economic Forum*, *World Business Council For Sustainable Development* (oprettet i 1992), såvel som den offensive anvendelse af begrebet af internationale politiske organisationer som f.eks. EU (Bassen et. al. 2005: 232). Men dette betyder langt fra, at forholdet mellem erhvervsliv og samfund tidligere opfattedes som fuldt ud problematisk.

IV. Den industrielle filantropi og de tidlige ledelsesteorier

Blandt tidlige vidnesbyrd for dette, kan regnes den industrielle filantropi fra slutningen af det 19. århundrede, der involverede en lang række enkeltstående industrialister (Bassen et al. 2005: 231). Til disse hørte dem som var engagerede i opbygningen af 'fabriksbyer', der tilbød bedre leve-, bolig- og sundhedsforhold for arbejdere (Smith 2003: 52f.). Ifølge organisationsteoretikerne Barley og Kunda, der i forlængelse af traditionen fra Max Weber og Reinhard Bendix har studeret det industrielle herredømmes legitimitetshistorie, var der således allerede i slutningen af det 19. århundredes USA en fremtrædende bevægelse for "industriell bedring" (Barley og Kunda 1992). Spørgsmålet om hvorvidt der var tale om rendyrket filantropi, om såkaldt 'oplyst egeninteresse', der sigtede på langsigtede erhvervsfordele gennem imødekommelse af arbejderklassens krav, eller om et miks af disse to, er uklart - og forbliver notorisk vanskeligt at afgøre også i aktuelle tilfælde af filantropi og 'samfundsansvar' (Smith 2003: 53). Men uanset hvilke motiver der lå til grund, er det vanskeligt at komme uden om den legitimeringsfunktion, der var tale om i forhold til relationen mellem virksomhed og samfund, og den aktive bestræbelse der blev gjort for at overbevise offentligheden om, at den nye velstand ikke blot forblev i industrialisternes egne lommer.

I forlængelse af industrialiseringen opstod egentlig teori om virksomhedsledelse, der var møntet på private virksomheder og særligt industrien. Undertiden integreret heri blev der formuleret 'ledelsesfilosofier' eller 'industrifilosofier', der beskæftigede sig med industriens og virksomhedsledelsens grundlæggende formål og principper. I USA blev der udgivet tekster om virksomhedsledelse, der søgte en bred legitimering af specifikke ledelses- og organisationsideer, såvel som af industrivirksomhedernes rolle i samfundet. I den måske mest refererede, lovpriste såvel som forhadte ledelsestekst nogensinde, ingeniøren Frederick W. Taylors bog *Scientific Management* fra 1911, der argumenterede for, hvordan især arbejdsprocesser med få midler kunne optimeres med langt større produktivitet og produktion til følge, er det interessant at bemærke, hvordan Taylor ikke blot argumenterer for sine ledelsesprincipper ud fra virksomhedsejernes interesser. Taylor legitimerer også sin idé om videnskabeligt baserede ledelsesprincipper i forhold til nationens behov for øget effektivitet og velstand, overfor arbejdernes økonomiske såvel som menneskelige interesser (Taylor 1998: iii-iv, 1f., 35, 66, 74ff.), og forsikrer endvidere om, at den vigtigste part hverken er arbejdsgiveren eller arbejdstageren, men "hele samfundet", og at "folkets rettigheder" vejer tungest (Taylor 1998: 71). Ifølge Taylor ville de videnskabelige principper for organisering af arbejdet ikke bare føre til den maksimale økonomiske gevinst for alle parter, men også til at den enkelte arbejder opnår sit fuldeste potentiale og forbedrer sin moralske

karakter. Selvom Taylor og scientific management kan hævdes overordnet at være kendetegnet ved en ”rationel retorik” (Barley og Kunda 1992), fremgår det altså med al tydelighed af Taylors klassiske tekst, at ledelsesidéen ikke bare legitimeres ud fra aktionærernes interesser, men også begrundes ud fra arbejdernes, nationens og hele folkets interesser. Tilsvarende finder man hos industrialisten Henry Ford, at ledelses- og arbejdsorganiseringsprincipper begrundes ud fra virksomhedernes progressive samfundsrolle, forøgelse af den samlede nationale velstand, nedbringelse af arbejdstiden for medarbejderne med mere (Ford 1926: 7f., 179, 250f., 271ff.). Ford engagerer sig endog i en direkte konfrontation med venstrefløjens opfattelse af industrien, og begrunder bredt sine idéer om virksomhedens samfundsrolle.

Også i England var virksomhedens samfundsrolle på dagsordenen i den klassiske ledelsesteori. Den engelske erhvervsmand Oliver Sheldon udgav sin ’ledelsesfilosofi’ *The Philosophy of Management* i 1924. I forordet skrev B. Seebohm Rowntree, at ” [...] forfatteren anerkender at erhvervslivet [business] har en sjæl; at det ikke er en umoralsk mekanisk ting, men en levende og værdig del af den sociale organisme. Det er ikke et mål i sig selv men et middel til et mål, og dette mål er hele samfundets [community] velfærd [well-being]” (Sheldon 1924: viii). I Sheldons ledelsesfilosofi berøres en lang række emner, der illustrerer distanceringen fra profitmotivet som ledelsesprincip. Det drejer sig om teser om et nyt arbejdsbegreb, omhandlende arbejde af interesse snarere end for profit; om behovet og muligheden for at humanisere kapitalen; om industriens essentielle menneskelighed; om udskilningen af ledelsen fra kapitalen i takt med at ledelsen bliver en profession, og mange andre (Sheldon 1924: 1ff., 31ff.). Et helt kapitel er afsat til ledelsens sociale ansvar, hvori der argumenteres for at velvære, etik og humanitet må være de bærende ideer, der ikke må tilsidesættes på grund af eksempelvis effektivitet. Sheldons grundidé er, hvad han kalder ’tjenstedoktrinen’ (*the doctrine of service*), hvis essens er, at industrien eksisterer for at tjene samfundet, og at dette ikke kun må forstås økonomisk, men tillige etisk. Til dette hører en distancering fra profitmotivet som eneste styrende princip for ledelsens beslutningsgrundlag; en distancering der også begrundes ud fra de nye relationer mellem arbejdere og kapital, der opstår ved at ledelsen bliver mellemed: ”Efterhånden som kapitalen trækker sig tilbage fra den faktiske deltagelse i dag-til-dag affærer i industrien og ledelsen [management] udvider sin sfære, bliver profitmotivet som enkeltstående i stigende grad fjern og arkaisk” (Sheldon 1924: 76). Vigtigt i servicedoktrinen er, at produktionen afstemmes samfundets behov – men også f.eks. at arbejderen behandles som menneske tillige som borger.

V. *Den tidlige industripsykologi og organisationsteori*

Hos den australskfødte Harvard-industripsykolog Elton Mayo fra *Human Relations* bevægelsen, der dominerer ledelsesdiskursen fra omkring midten af 1920'erne til midten af 1950'erne og delvist overtager scenen fra scientific management, genbeskrives virksomhedsinstitutionens ideale funktion som samfundets omdrejningspunkt for en fornyet social bevidsthed om medarbejdervelfærd (Mayo 1962). Hvis industrialiseringen var årsag til opløsningen af sociale bånd og fællesskabsrelationer, måtte industrivirksomhederne også være stedet, hvor individet igen skulle integreres socialt på lykkelig vis, hævdede Mayo. Også indenfor den efterhånden avancerede sociologiske organisationsteori, blev den økonomistiske opfattelse af virksomhedsorganisationen anfægtet i slutningen af 1930'erne (Barnard 1958). Dette fandt sted i direkte konfrontation med økonomisk teori, og var således hverken første og bestemt ikke sidste gang, at store uenigheder om beskrivelsen af økonomisk praksis blev blottet med ledelses- og organisationsteoretikere på den ene side, og økonomer på den anden².

Parallelt med kampen for bredere social legitimitet i ledelsesdiskursen, fandt lignende bestræbelser også sted i reklamer og pr. Angående virksomheders legitimitet i forhold til offentligheden har bl.a. Roland Marchand beskrevet, hvordan store amerikanske virksomheder i begyndelsen af 1900-tallet var i desperat søgen efter en 'sjæl'; en legitimitet der efter massiv reklame og pr syntes vundet omkring begyndelsen af 1940'erne, hvor virksomhederne succesfuldt havde portrætteret sig som lokalsamfundenes 'venlige nabo' (Marchand 1998).

VI. *Virksomheders sociale ansvar i 1950'erne og i årtierne fremefter*

Ifølge CSR-teoretikeren William C. Frederick begyndte ideerne om virksomheders sociale ansvar for alvor at tage form omkring 1920'erne, hvor tanken om ikke kun at stå til ansvar overfor aktionærerne i stigende grad blev fremhævet (Frederick 1994: 151). Selve begrebet om virksomheders sociale ansvar (*Corporate Social Responsibility*) regnes traditionelt første gang at være anvendt af Harry Bowen i 1953 i værket *Social Responsibilities of the Businessman* (Bowen 1953), om end andre peger på bestyrelsesformand for Standard Oil Company, Frank Abrams, der i 1951 publicerede artiklen *Management's Responsibilities in a Complex World*. Ifølge Abrams er management, virksomhedsledelse, blevet en profession på linje med andre, ældre professioner som f.eks. lægegerningen, hvis essens er at tjene det almene vel. Abrams distancerer sig fra de tidlige erhvervsfolk der negligerede deres "sociale ansvar", og understreger at "ingen virksomhed kan nyde fremvækst i nogen væsentlig tid hvis

dens eneste mål er at tjene så mange penge så muligt, så hurtigt som muligt, og uden hensyn til andre værdier” (Abrams 1951: 31). At Abrams ideer blev taget alvorligt bekræftes af, at de blev diskuteret af bl.a. det 20. århundredes måske mest indflydelsesrige ledelsesteoretiker, østrigskfødte Peter F. Drucker. Drucker tog i 1954 til genmæle mod, hvad han så som en stigende forvirring om virksomhedsledningens egentlige ansvar, udbredt i dagspressen såvel som af indflydelsesrige erhvervsfolk som Abrams og direktøren for General Motors, Alfred Sloan. Drucker indleder artiklen med polemisk at henvende sig til den ”opmærksomme avislæser”, der som Drucker selv også må have undret sig over, hvornår amerikanske virksomhedsledere sidst overhovedet havde haft nogen tid til forretninger, og nævner utallige eksempler på nye fejlopfattelser af virksomheders samfundsansvar (Drucker 1954: 67).

Debatten om virksomheders sociale ansvar var et varmt emne i 1950’erne og fremover. I 1962 lancerede Chicago-økonomen Milton Friedman i bogen *Capitalism and Freedom* sit sidenhen så kendte opgør med idéen om virksomheders sociale ansvar, hvori han argumenter for, at virksomhedernes eneste ansvar er at tjene penge til dens aktionærer (Friedman 2002: 133ff.). Parallelt til Druckers førnævnte modreaktion giver Friedmans sproghandling, såvel som Druckers, kun mening i en kontekst hvor idéen om virksomhedens sociale ansvar spillede en vis rolle. Hverken Drucker eller Friedman var interesseret i at konstatere en selvfølgelighed, men snarere i at indtage en klar position i debatten om virksomheders ansvar. Druckers og Friedmans kritik af daværende ideer om virksomheders sociale ansvar, er i den forstand vidnesbyrd om den fortsatte problematisering af forholdet mellem virksomhed og samfund.

Siden debatten tog fart i midten af det 20. århundrede, er en lang række væsentlige semantiske og teoretiske nybrud naturligvis kommet til. I 1963 gjorde Frederick status over ledelsesteoriens udvikling, idet den femte og sidste komponent var ”værditeori”, som fungerede som samlebetegnelse for teorierne om virksomhedsansvar, det sociale ansvar og virksomhedsetik (Frederick 1963: 217ff.). I 1968 skrev Thomas A. Petit om den ”moraliske krise i virksomhedsledelse”, idet Petit lidt overraskende argumenterer for, at mange managere fortsat legitimerer deres handlinger ud fra ”profitetikken”, men at de faktisk handler ud fra en bevidsthed om deres virksomheds indflydelse på alle de individer og grupper i samfundet, der er berørt (Petit 1968: 238). I 1970 argumenterer Alvar O. Elbing, Jr. for, at det økonomiske rationale hentet fra klassisk økonomisk teori som professionsideal for erhvervsmanden snarere bestod i en ”abstrakt karikatur af egeninteresse”, end en ”ideel værdistandard” (Elbing 1970: 79). Elbing tilføjer, at ”dette rationale må forlades til fordel for en social (snarere end en ren økonomisk) model, én der realistisk klargør naturen af det sociale medansvar indbygget i erhvervsmandens professionelle

rolle” (Elbing 1970: 79). Ifølge Frederick var der omkring 1970 en overgang fra en mere filosofisk og etisk debat om CSR (hvorfor, for hvem, ifølge hvilke moralske principper?) til et handlingsorienteret ledelsesbegreb om ’responsivitet’ (*Corporate Social Responsiveness*), der mere pragmatisk handlede om en virksomheds kapacitet til at svare på sociale pres (Frederick 1994: 154).

At idéen om virksomheders sociale ansvar også havde resonans uden for ledelsesteoretikernes og virksomhedsetikernes akademiske cirkler bekræftes igen i 1971, hvor erhvervsorganisationen *Committee for Economic Development*, primært bestående af erhvervsledere på topniveau, i udgivelsen *Social Responsibilities of Business Corporations* opfordrede erhvervslivet til at antage et bredere, mere humant syn på dets rolle i samfundet (Frederick 1994: 157). Komitéen advokerede for et partnerskab mellem regering og erhvervsliv for sociale fremskridt. Erhvervslivets offensive brug af idéen om socialt ansvar kan imidlertid også ses som et modtræk til det ny venstre, der var vokset frem siden omkring 1960, og som med organisationssociologen Charles Perrows ord stod for et ’radikalt angreb på erhvervslivet’ (Perrow 1972). Da tidsskriftet *Business and Society Review* blev lanceret i 1972, bl.a. med et interview med Friedman, hvori han forsvarer sin holdning til virksomheders sociale ansvar, var tidsskriftet udelukkende dedikeret til erhvervslivets ansvar overfor den offentlige interesse, med ønsket om at påvirke det kommercielle system i en retning så det bedre ville tjene samfundet og dets svageste borgere (Cross 1972; McClaughry 1972).

VII. Afrunding

Med disse spredte nedslag i virksomhedsledelsesdiskursens nyere historie fremgår det klart, at ledelsesdiskursen historisk set har været en kampplads for retfærdiggørelse såvel som kritik af den moderne virksomhedsræson. Selvom det først er i 1984, at den sidenhen så berømte dikotomi mellem ’shareholder’ og ’stakeholder’ introduceres (Freeman 1984), ændrer dette ikke ved, at virksomhedens ansvar overfor andre parter end især kortsigtede aktionærinteresser er blevet diskuteret i mange af de foregående årtier, hvor ledelsesteoretikere hyppigt har argumenteret for et mere vidtfavnende ansvar end det overfor aktionærerne. Debat om etik og erhvervsliv er en gentagen affære, der ingenlunde er noget unikt for vor tid. Den ’økonomiske fornuft’ kan i denne udvidede historiske optik ikke siges nyligt at være blevet mere ’uren’, forstået i et legitimeringsperspektiv, ligesom befrielsen af økonomien fra eksempelvis etiske overvejelser næppe kan siges at være en mere gyldig beskrivelse af fortiden end af nutiden. Forholdet mellem virksomhed og samfund har været genstand for en retorisk kamp, hvor virksomhedens rolle i det moderne samfund

er blevet beskrevet favorabelt i forhold til dette som en helhed, og ikke kun ud fra et partikulært standpunkt (ejerskabet). Dermed er der imidlertid ikke sagt noget om hvilke specifikke kriterier, retfærdighedsopfattelser og værdier virksomhedens samfundsrolle til forskellige tider er blevet legitimeret i forhold til, ligesom der heller ikke er sagt noget om, hvad forholdet til forskellige tider har været mellem retorik og praksis.

Noter

¹ Koblingen af bl.a. humanistisk psykologi og markedsøkonomi blev således også gjort til genstand for akademisk kritik og undersøgelse i løbet af 1990'erne og i årene fremover (Bovbjerg 2001; Haviv 2007; Salamon 2002). Den energi, der blev investeret i genbeskrivelsen af en mere etisk og humanistisk kapitalisme, blev mødt af en fornyet ideologikritik, der hentede teoretisk inspiration fra bl.a. Michel Foucault og governmentality-perspektivet (Bovbjerg 2007).

² Prægnante eksempler er Mintzberg (1983) og Ghoshal (2006), der begge er ude i et opgør med Milton Friedman.

Litteratur

- Abrams, Frank W. (1951): "Management's Responsibilities in a Complex World", *Harvard Business Review*, vol. 29, nr. 3, s. 29-34.
- Banerjee, S. Bobby (2007): *Corporate Social Responsibility: The Good, The Bad and The Ugly*, Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Barley, Stephen & Kunda, Gideon (1992): "Design and Devotion: Surges of Rational and Normative Ideologies of Control in Managerial Discourse", *Administrative Science Quarterly*, vol. 37, nr. 3, s. 363-399.
- Barnard, C. I. (1958, [1938]): *The Functions of the Executive*, Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Barrett, Richard (2000): *Slip virksomhedens sjæl løs*, Kbh.: Forlaget Bolgen.
- Bassen et.al. (2005): "Corporate Social Responsibility: Eine Begriffserläuterung", *Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik*, vol. 6, nr. 2, s. 231-236.
- Bendix, Reinhard (1963, [1956]): *Work and Authority in Industry: Ideologies of Management in the Course of Industrialization*, Berkeley: University of California Press.
- Bowen, Howard R. (1953): *Social Responsibilities of the Businessman*, New York: Harper.
- Bovbjerg, Kirsten Marie (2001): *Følsomhedens Etik – Tilpasning af personligheden i New Age og moderne management*, Højbjerg: Hovedland.
- Bovbjerg, Kirsten Marie (2007): "De menneskelige potentialer i en 'stresstid'" i Joel Haviv (red.), *Medarbejder eller Modarbejder – religion i moderne arbejdsliv*, Århus: Klim, s. 55-80.
- Cross, Theodore (1972): "Why Business and Society Review?", *Business and Society Review*,

- vol. 1, nr. 1, s. 4.
- Devinney, Timothy M. (2007): "Is the Socially Responsible Corporation a Myth? The Good, the Bad, and the Ugly of Corporate Social Responsibility", *Academy of Management Perspectives*, vol. 23, nr. 2, s. 44-56.
- Elbing Jr., Alvar O. (1970): "The Value Issue of Business: The Responsibility of the Businessman", *Academy of Management Journal*, vol. 13, nr. 1, s. 79-89.
- Frederick, William C. (1963): "The Next Development in Management Science: A General Theory", *Academy of Management Journal*, vol. 6, nr. 3, s. 212-219.
- Frederick, William C. (1994, [1978]): "From CSR₁ to CSR₂: The Maturing of Business-and-Society Thought", *Business & Society*, vol. 33, nr. 2, s. 150-164.
- Freeman, R. Edward (1984): *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Boston, MA: Pitman.
- Friedman, Milton (2002, [1962]): *Capitalism and Freedom*, Chicago: The University of Chicago Press.
- Ford, Henry (1926): *Today and Tomorrow*, London: William Heinemann, Ltd.
- Ghoshal, Sumantra (2006): "Bad Management Theories Are Destroying Good Management Practices", *Academy of Management Learning & Education*, vol. 4, Nr. 1, s. 75-91.
- Jones, Campbell (2007): "Friedman with Derrida", *Business and Society Review*, vol. 112, nr. 4, s. 511-532.
- Kirkeby, O.F. (2006): *Begivenhedsledelse og handlekraft*, Kbh.: Børsens Forlag.
- Kotler, Philip & Nancy Lee (red.) (2005): *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*, Hoboken, NJ: Wiley.
- Kristensen, Jens Erik (2001): "Den urene økonomiske fornøft" i Carsten Fenger-Grøn & Jens Erik Kristensen (red.): *Kritik af den økonomiske fornøft – en antologi*, Kbh.: Hans Reitzel, s. 217-245.
- Lykkeberg, Rune (2008): *Kampen om Sandhederne*, Kbh.: Gyldendal.
- Marchand, C. Roland (1998): *Creating the Corporate Soul: the Rise of Public Relations and Corporate Imagery in American Big Business*, Berkeley, CA: University of California Press.
- McCloughry, John (1972): "Milton Friedman responds", *Business and Society Review*, vol. 1, nr. 1, s. 5-16.
- Mayo, E. (1962, [1949]): *The Social Problems of an Industrial Civilization*, London: Routledge & Keegan Paul.
- Mintzberg, Henry (1983): "The Case for Corporate Social Responsibility", *Journal of Business Strategy*, vol. 4, nr. 2, s. 3-15.
- Perrow, Charles (1972): *The Radical Attack on Business*, New York: Harcourt Brace Jovanovich, Inc.
- Petersen, Verner C. (2002): *Beyond Rules in Society and Business*, Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd.
- Petit, Thomas A. (1968): "The Moral Crisis in Management", *Academy of Management Journal*, vol. 11, nr. 2, s. 238-239.

- Sheldon, O. (2003, [1924]): "The Philosophy of Management" i Kenneth Thompson (red.): *The early sociology of management and organizations, Volume 2, The Philosophy of Management*, Oliver Sheldon, New York: Routledge.
- Salomon, Karen Lisa Goldschmidt (2002): "Prophets of a cultural capitalism: an ethnography of romantic spiritualism in business management", *Folk*, vol. 44, s. 89-115.
- Smith, N. Craig (2003): "Corporate Social Responsibility: Whether or How?", *California Management Review*, vol. 45, nr. 4, s. 52-76.
- Taylor, F.W. (1998, [1911]): *The Principles of Scientific Management*, New York: Harper and Brothers Publishers.
- Thyssen, Ole (2002, [1997]). *Værdiledelse – om organisationer og etik*, Kbh.: Gyldendal.
- Vogel, David (2005): *The Market for Virtue. The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility*, Washington: Brooking Institution Press.
- Waddock, Sandra A., Bodwell, Charles & Graves, B. (2002): "Responsibility: The new business imperative," *Academy of Management Executive*, vol. 16, nr. 2, s. 132-148.