

Forsikringsmegleretikikk i Norge – Hva synes meglerne om bransjens og om egen etikk?

Utvalgte resultater fra en undersøkelse samt noen teorireferanser

av Johannes Brinkmann og Monika Eigenstetter



Johannes Brinkmann
johannes.brinkmann@bi.no

Er det samsvar mellom bransjens selvbilde slik det fremkommer på dens hjemmeside og erfaringene og holdningene hos de individuelle forsikringsmeglerne? En pilot-spørreundersøkelse blant forsikringsmeglerne i Norge om dette ble i tråd med akademisk skikk og bruk forberedt gjennom en oppsummering av relevant teori. Lesere som av ulike grunner ikke er interessert i teorigrunnlaget kan velge å lese teoriavsnittet i denne artikkelen enten etterpå eller eventuelt droppe det.



Monika Eigenstetter
monika.eigenstetter@uni-jena.de

Innledning I: Bransjens selvbilde i følge Norske Forsikringsmeglernes Forenings hjemmeside (<http://forsikringsmeglerne.no/>)

« ... Forsikringsmeglerne er nøytrale og uavhengige av forsikringsselskapene og tilbyr private og offentlige virksomheter objektiv rådgivning og megling av marin- og nonmarin forsikringer. Forsikringsmegleren representerer forsikringstakeren (kunden) og skal ivareta dennes interesser på forsikringsområdet. Forsikringsmeglerens hovedoppgaver består i å kartlegge kundens risikoområder og behov for forsikringsløsninger. Gjennom høy forsikringsfaglig kompetanse og gode markeds kunnskaper fremskaffer forsikringsmegleren den best tilpassede forsikringsløsning til lavest mulig pris.

I tillegg til å fungere som en nøytral og objektiv rådgiver for kundene i forsikrings spørsmål, utfører forsikringsmeglerne et omfattende og kostnadsbesparende arbeid, både for kundene og for selskapene. Ja, faktisk for hele samfunnet.»

Meglerforeningen skal arbeide for å fremme medlemmenes interesser i forhold til det offentlige, forsikringsselskapene samt å bidra til å høyne standarden hos medlemmene og

Dr. Johannes Brinkmann er professor i næringslivsetikk ved Handelshøyskolen BI i Oslo. Han er også leder og kontaktperson for BIs nyopprettede Senter for risiko- og forsikringsforskning, se <http://www.bi.no/roff>.

Dr. Monika Eigenstetter er ansatt ved Institutt for arbeids-, næringslivs- og organisasjonspsykologi ved Universitetet i Jena, Tyskland, se evt http://www.uni-jena.de/Dr_M_Eigenstetter-skin-print.html

bransjen til beste for kundene og samfunnet for øvrig.

Foreningens etiske regler har som *formål* å bidra til at forsikringsmegling skjer på en forsvarlig måte der alle parter interesser blir ivaretatt. Enhver som er omfattet av disse reglene, skal opptre slik at tilliten til forsikringsmeglerbransjen ikke svekkes. Etiske regler er basert på følgende *grunnprinsipper*: (Et medlemsforetak skal...):

1. ... ved utøvelsen av sin virksomhet opptre redelig, korrekt og lojalt i sine kunders interesse og under hensyn til god megler-skikk og ivaretagelse av bransjens omdømme og integritet.
2. ... i sine kunders interesse og under hensyn til bransjens omdømme utføre sin virksomhet med den kompetanse, omhu, interesse og hurtighet som er nødvendig.
3. ... effektivt benytte de ressurser og fremgangsmåter som er nødvendige for å kunne utøve virksomheten på en god måte.
4. ... sørge for å få de opplysninger om sine kunders virksomhet som er relevant for utførelsen av megleroppdragene.
5. ... bestrebe seg på at det ikke oppstår interessekonflikter, og når slike ikke kan unngås, sørge for at foretakets kunder og kundenes forsikringsgivere behandles rimelig og korrekt.
6. ... overholde alle gjeldende bestemmelser for utøvelsen av sin virksomhet slik at kundenes interesse og bransjens omdømme fremmes best mulig ...»

(Kilde: <http://forsikringsmeglerne.no/>, litt redigert ved forfatterne)

Innledning 2: Teorireferanser

Eksempler på relevant teori når det gjelder forsikringsmegleretikk, kan best klargjøres ved hjelp av en kort omvei, ved først å se på begrep som etikk, moral og ansvar. Mens dagligtalen bruker ordene moral og etikk om

hverandre, er det i faglig sammenheng vanlig å skille mellom moral som praksis og etikk som moralteori eller moralfilosofi. Etikk er opptatt av *hvorfor* noe er rett eller galt – etikk problematiserer, diskuterer, kritiserer, eventuelt begrunner en gitt moral. Man kan også si, fortsatt forenklet, at moral består av ikke-formelle, men felles gruppenormer (moralen ligger følgelig et sted mellom retten, med formelle normer, og samvittigheten, med private normer).¹ Man kan også si at moral som nøytral betegnelse ligger mellom overfladisk, ukritisk moralisme og problematiserende, kritisk etikk, så å si mellom en dårlig og en god nabo. Terminologien kan altså brukes til å oppdage og ikke å overse moralske problemstillinger. Men den kan også misbrukes. Dersom det går inflasjon i snakk om moral, etikk og ansvar kan ordene blir for utslitt til å kunne brukes når de virkelig trengs.

Dersom man så ser med et slikt perspektiv på hva forsikringsmeglerne gjør og sier at de mener og gjør, er det tale om en såkalt anvendt etikk, gjerne forsikringsmegleretikk, som en del av næringslivsetikkfaget, som det undervises og forskes i ved handelshøyskoler i hele verden inklusive Norge, i dette tilfelle på Handelshøyskolen BI, med nært samarbeid i internasjonale nettverk og med egne internasjonale fagtidsskrifter. Faget er opptatt av å forene praktisk teori med teoribasert praksis. Næringslivsetikkfaget kan brukes til noe – til å analysere, håndtere og ikke minst forebygge moralske konflikter i næringslivssammenheng. Kjernen i faget er samtidig nærmest det motsatte av bruksverdi ved første blick. Faget er mer akademisk i ordets tradisjonelle betydning enn de fleste andre handelshøyskolefag. Denne kjernen er filosofi og refleksjon, kritikk og selvkritikk av næringsvirksomhet, også selvkritikk og fagkritikk av handelshøyskoler. Næringslivsetikk som fag blir ofte møtt med refleksreaksjoner. Man frykter at man skal utsettes for overfladisk moralisering, moralske pekefinger, moralsk belæring og moralsk

retorikk. For å ta slik skepsis på alvor er det en god regel å beskrive og forstå næringsliv og den enkelte organisasjon på egne premisser, som kultur, før man vurderer og kommer med klok og hvis nødvendig radikal kritikk (fritt etter Brinkmann 2008, 7-10).

Noe av uklarheten rundt etikk-terminologien kan henge sammen med at næringslivsetikk ofte presenteres under overskriften av næringslivets eller bedriftens samfunnsansvar, *Corporate social responsibility*. Noen vil føle at dette høres mer positivt ut, eller mindre belærende. Ut fra en viss skepsis mot en vel behagelig etikk- og ansvarsdiskusjon er det i et annet arbeid foreslått et ansvars- og ansvarsdelingsperspektiv: «Å være ansvarsbevisst og å ta ansvar er bra. Spørsmålet er om ansvarsdeling kan være enda bedre. Dersom to eller flere aktører deler ansvar, kan dette være mer produktivt enn at de ikke deler det? Hva med at det tas for lite eller for mye ansvar på andres bekostning? Hvilken bransje passer best dersom man ønsker å presisere og konkretisere slike spørsmål nærmere? Det sistnevnte spørsmål er nok lettest å svare på. Det er neppe noen bedre kandidater enn forsikringsnæringen (forsikringsmeglerne innbefattet), med ansvarsdeling som selve kjernen i forretningsideen. Det faktum at både temaet for dette essay og valgt bransjeeksempel lett får opp tanker om et ganske klart språk mellom idealer og realiteter gjør temaet bare mer interessant, for eksempel spriket mellom solidaritet versus opportuniste, eller mellom ansvarsdeling versus ansvarsfraskrivelse...» (Brinkmann 2008, 21; jfr også Brinkmann 2007)

Datainnsamling og dataanalyse

I denne artikkelen presenteres først og fremst utvalgte resultater fra en web-basert pilotundersøkelse blant forsikringsmeglere i Norge. Datainnsamling fant sted i løpet av første halvdel av juni 2006, ved hjelp av internett-

distribuert spørreskjema, blant (samtlige, altså ikke et utvalg) medarbeidere i firmaer som er med i Meglerforeningene. Et tilleggskrav har vært at svarpersonene har kundekontakt som meglere eller porteføljeforvaltere. Datagrunnet er 154 svar; svarprosenten på 41.5% kan sies å være høy for en slik undersøkelse. Spørreskjemaet forsøkte å kartlegge ”forsikringsmegleretikk” fra tre innfallsvinkler: som oppfatning av moralsk konfliktstoff, som holdninger til bransjens etiske regler samt som individuell moralsk ansvarsbevissthet. Mange av spørsmålsformuleringene har vært brukt og testet i lignende undersøkelser av andre yrkesgrupper samt i rekrutteringstestopplegg. Dataanalysen har lagt hovedvekten på følgende forskningsspørsmål:

1. Hva slags moralske rollekonflikter opplever svarpersonene? Hvilke av dem opplever som relativt hyppigst og hvilke som relativt alvorligst?
2. Hvor godt kjent er det bransjeetiske regelverket, samt hva er de viktigste argumentene for og imot det?
3. Opplever svarpersonene en forskjell mellom etikk og ansvarsbevissthet i yrkesrollen på den ene siden og individuell, privat ansvarsbevissthet på den annen side?
4. Foreligger det en empirisk sammenheng mellom holdninger til etiske regelverk og påstått individuell ansvarsbevissthet?

Hva slags moralske rollekonflikter opplever svarpersonene? Hvilke av dem opplever som relativt hyppigst og hvilke som relativt alvorligst?

Etter følgende introduksjonstekst ble svarpersonene bedt om å vurdere ulike mulige konfliktsituasjoner med hensyn på hyppighet og alvorlighet: «Meglere befinner seg i et spenningsfelt mellom forsikringstilbydere og kunder. Dermed kan det iblant oppstå vanskelige situasjoner. *Hvor ofte* opplever du personlig

følgende situasjoner...” (svaralternativ ofte: 1, sjelden: 2, aldri: 3), samt ”Nå stiller vi deg samme spørsmål, men litt annerledes: Meglere befinner seg i et spenningsfelt mellom forsikringstilbydere og kunder. Dermed kan det iblant oppstå vanskelige situasjoner. Som *hvor alvorlig* opplever du personlig følgende situasjoner der det gjelder...” (koder: svært: 1, mindre: 2, uten betydning: 3). I tabell #1 er situasjonene sortert etter konfliktrisiko (dvs kodetall for oppgitt hyppighet ganget med kodetall for oppfattet alvorlighet).

Tabellen viser at ikke-misbruk av kundens tillit, balansegangen mellom forsikringstagers og forsikringsgivers motsatte interesser samt åpenhet rundt provisjoner rangerer høyest.

Hvor godt kjent er det bransje-etiske regelverket, samt hva er de viktigste argumentene for og imot det?

Det er en god regel å kartlegge kjennskapen til et tema før man spør etter holdninger. 86% av svarpersonene hevder at de kjenner innholdet i grove trekk, er ganske godt orientert eller har brukt det i beslutninger. En god del av svarpersonene berøres for øvrig av flere etiske regelverk – vel 1/3 av de ansatte hos større eller litt større firma (med 10 eller flere ansatte) bekrefter dette (20% svarer riktignok vet ikke), mens svaret er et sikkert nei hos 72% av dem som arbeider i mindre firmaer. Etter slike spørsmål som opptakt fulgte et spørsmålsbatteri vedrørende etiske regelverk, med hele 14 enkeltutsagn som det skulle tas stilling til. Innledningsteksten var formulert slik: «Yrkesforeninger i inn- og utland utvikler ofte

Tabell #1: Risiko for ulike moralske konfliktsituasjoner slik svarpersonene vurderer det

	% som opplever dette ofte	gjennomsnittsskåre, alvorlighet	snitt-skåre, alvorlighet x hyppighet
Spesiell ansvarsbevissthet når forsikringskunder har stor tillit til forsikringsmegleren	79	1,21	1,56
Å være ærlig mot forsikringsselskapet og samtidig sikre forsikringskundens interesser (ved assistanse i forbindelse med skadesaksbehandling)	61	1,15	1,78
Å være åpen overfor kunden om evt. provisjoner fra forsikrings-selskaper, dersom kunden kunne risikere å tape på slike provisjoner	60	1,19	1,88
Å være åpen overfor kunden om eventuelle provisjoner fra forsikrings-selskaper, dersom kunden ikke taper på slike provisjoner (n 109)	64	1,31	2,10
Beskyttelse av kunder mot useriøs markedsføring av forsikring	12	1,37	2,87
Å beskytte forsikringsselskap mot uærlige kunder		1,20	3,01
Ikke forfordle et bestemt forsikringsselskap	14	1,38	3,10
Avhengighet av at kunden betaler for arbeidet mitt	47	1,71	3,20
Avhengighet av provisjonsinntekt fra forsikringene, som modell (n 109)	13	1,92	4,46

etiske regelverk, bransjeetiske retningslinjer eller lignende dokumenter. Forsikringsmeglerne har nettopp vedtatt nye, reviderte etiske regler. Uansett hva du måtte ha svart på forrige spørsmål om kjennskap til regelverket ber vi nå om din vurdering. I hvilken grad er du uenig eller enig i følgende påstander...?” (helt uenig, HU: 1, helt enig, HE: 6; oppgitt snittverdier, utsagn er sortert etter gjennomsnittlig oppslutning, n 154).

I følge tabell #2 er det tre viktigste argumentene for et regelverk at det ”bidrar til å styrke omdømmet til foreningen og dens medlemmer”, at det ”hjelper styringsorganene i Forsikringsmeglerne til å trekke grenser for ak-

septabel atferd”, samt at de kan være til ”god hjelp for meglerne som ønsker å avvise umoralske forslag fra kunder.” Motargumentene har enten liten oppslutning eller mobiliserer mer avvisning enn støtte, slik som for eksempel ”Etiske regelverk er lette å implementere”, ”Enkeltpersoner som rollemodeller er viktigere for moralen enn etiske regelverk”, ”En sterk vektlegging på etiske regelverk kan svekke individuell ansvarsbevissthet”, ”Den rettslige reguleringen av meglervirksomhet er tilstrekkelig. Et etisk regelverk ut over dette er egentlig overflødig”, eller ”Etiske regelverk beskytter firmaer som ikke gjør det så godt og bremser rask vekst i firmaer og bransjer”.

Tabell #2: Relativ oppslutning om argumenter for og imot etiske regelverk

	% HE	gjennomsnittsverdi
Et regelverk bidrar til å styrke omdømmet til foreningen og dens medlemmer	63	5,48
Etiske regelverk hjelper styringsorganene i Forsikringsmeglerne til å trekke grenser for akseptabel atferd.	64	5,44
Etiske regelverk er god hjelp for meglerne som ønsker å avvise umoralske forslag fra kunder	60	5,31
Etiske regelverk forbedrer moralen av yrkesgruppen	53	5,19
Gjeldende rett står for realistiske minstekrav, mens etiske regelverk formulerer idealer.	46	5,12
Av hensyn til moralen i bransjeorganisasjonen bør brudd på etiske regelverk straffes strengt.	31	4,80
Av hensyn til omdømmet til foreningen og dens medlemmer bør brudd på etiske regelverk straffes strengt.	31	4,69
Dersom konkurransen blir for tøff bidrar et etisk regelverk til å bremse på aggressiv praksis.	23	4,49
For å bli respektert av alle medlemmene burde etiske regelverk utarbeides med deltagelse av samtlige involverte.	21	4,35
Etiske regelverk er lette å implementere	16	4,22
Enkeltpersoner som rollemodeller er viktigere for moralen enn etiske regelverk ²	9	3,40
Når man tror at man ikke vil bli oppdaget bryter man gjerne bestemmelsene i det etiske regelverk ³	8	2,85
En sterk vektlegging på etiske regelverk kan svekke individuell ansvarsbevissthet.	3	2,25
Den rettslige reguleringen av meglervirksomhet er tilstrekkelig. Et etisk regelverk ut over dette er egentlig overflødig.	6	2,23
Etiske regelverk beskytter firmaer som ikke gjør det så godt og bremser rask vekst i firmaer og bransjer	3	1,88

Opplever svarpersonene en forskjell mellom etikk og ansvarsbevissthet i yrkesrollen på den ene siden og individuell, privat ansvarsbevissthet på den annen side?

Et slikt eller lignende forskningsspørsmål er blitt undersøkt ganske ofte i ulike undersøkelser om det moralske klima i amerikansk næringsliv. Der presenterer relativt mange svarpersoner seg selv som noe mer moralske enn kolleger flest. På den annen side er det potensielt ubehagelig å kjenne slik dissonans selv samt å innrømme slik dissonans overfor andre, for eksempel i en spørreundersøkelse. Det er nok ikke lett å kartlegge opplevelsen av et slikt potensielt gap mellom rollemoral og individuell moral, med kun ett enkelt og direkte spørsmål: ”Det er naturlig for meg å ha de samme moralske holdninger både i private og yrkesrelaterte situasjoner”. Svarfordelingen ble ganske skjev, noe som tyder på at dette kan være et spørsmål med sosialt ønskelige svar. Kun 12% er uenige, 6% er litt enige, 21% delvis enige og hele 62% er helt enige i påstanden (de mannlige, den eldste tredjedelen samt de selvurdert mest ansvarsbevisste svarpersonene har for øvrige enda høyere andeler av ”helt enige”).⁴

Foreligger det en empirisk sammenheng mellom holdninger til etiske regelverk og påstått individuell ansvarsbevissthet?

En viktig begrunnelse for å utvikle og implementere et etisk regelverk kan være at individuell ansvarsbevissthet ikke er helt til å stole på. Tanken er at en eller annen form for kontroll, i hvert fall rammer og normer, kan bidra til ønskelig og ensartet atferd i moralske konfliktsituasjoner. Alternativet ville være å overlate alt til den enkeltes moral og ansvarsbevissthet, som kan variere fra situasjon til situasjon og som kan presses lettere enn en

kollektivmoral slik den kommer til uttrykk i et regelverk. På den annen side kan høy individuell ansvarsbevissthet og vurderingsevne være viktig i en konkret gitt situasjon, og bør heller fremmes enn hemmes av et gitt regelverk.

Når det gjelder forståelse og måling av ansvarsbevissthet, er det delte meninger i fagmiljøene. Vi valgte å måle ansvarsbevissthet som selvurdert pålitelighet slik den gjerne kartlegges i forbindelse med rekrutteringstester, med fokus på tradisjonell arbeidsmoral, overholdelse av regler og avvisning av kontra-produktiv atferd.⁵ Pålitelige medarbeidere tenderer i følge arbeidspsykologisk forskning langt mindre til regelbrudd i arbeidssammenheng, vurderes som mer produktive, er mer samvittighetsfulle og omgjengelige.⁶

Med slike tanker som bakgrunn var det interessant å se nærmere på forholdet mellom regelverkssyn og individuell ansvarsbevissthet. Forventningen er nok at personer med høy påstått ansvarsbevissthet føler at de er på lag med etiske regelverk og regelverket med dem, mens negative eller trassholdninger overfor regelverk kan fremmes når det for eksempel kommuniseres mistillit overfor medarbeiderne og deres individuelle ansvarsbevissthet og vurderingsevne. Tabell #3 tyder på en slik (om enn svak) sammenheng ($\gamma = 0,2$, $p = 0,7$).

I stedet for en konklusjon: aktuelle neste skritt

Spørreundersøkelser av det slag som er oppsummert her, har som hovedfordel at mange nås og kan svare, forholdsvis raskt og rimelig. Men slike opplegg har også sine begrensninger. Én begrensning er at data er samlet inn ved et gitt tidspunkt eller i løpet av et kort tidsintervall, her i løpet av en snau måned, og muligens fortsatt påvirket av at EIA/Skagerak-saken vekket interessen for bransjeetikk og omdømme og dermed deltagelsen i en slik undersøkelse. Man kan ikke se bort fra at etikkinteressen synker uten drahjelp fra slike

Tabell #3: Syn på etisk regelverk og egenvurdert individuell ansvarsbevissthet

Egenvurdert individuell ansvarsbevissthet	Syn på etisk regelverk			
	skeptisk	middels	mest positiv	alle
selv-kritisk	14%	9%	10%	33%
midterst	10%	14%	10%	34%
høyest	8%	11%	14%	33%
alle	33%	34%	33%	n=154

hendelser som typisk nok medfører uvanlig medieinteresse for bransjen. Er man opptatt av å bygge og vedlikeholde et godt etisk klima i bransjen, så å si som forsikring mot skandaler, kunne og burde man i tillegg til å publisere et etisk regelverk utvikle et egnet verktøy for foreningens intranett, til erfaringsdeling og diskusjon rundt etiske dilemmaer og fristelser, en form for bransjeetikk-blogg. En annen begrensning omtales i samfunnsvitenskapelig metodeundervisning gjerne som typisk surveyfeilkilde, i retning av overrapportering av sosialt ønskelige svar og overfladiske moralske bekjennelser. Anbefalingen er her normalt å kombinere standardisert survey med kvalitative opplegg, slik som fokusgrupper og individuelle dybdeintervju, der den enkelte får anledning til å reflektere dypere på egne premisser, i egne ord, alene eller i en smågruppesituasjon. I undersøkelsen som er omtalt her, var det som et kompromiss avsatt litt plass til slike selvformulerte opplevelser og refleksjoner. Noen svarsitater får tjene som en åpen avslutning på denne artikkelen.

Noen eksempler på forsikrings- mevlernes selvformulerte konfliktopplevelser (som svar på spm 1)

- «Wining & Dining» og sponsede turer. Det kan noen ganger være en balansegang å vurdere hva som er rimelig relasjonsarbeid og hva som er reelt konfliktmateriale. Her

tror jeg retningslinjer, den enkeltes integritet og ryggmarksreflekser er viktige filter. Man har også – flere ganger – sett de åpenbare overtrampene der forsikringsselskaper rigger premierte «plasseringskampanjer». Noe som var mer vanlig på 90-tallet.

- Ja, reiseinvitasjoner fra forsikringsselskap hvor «alt» er betalt (reise, opphold, aktiviteter, bespisning etc.)
- «Smøreturer» og andre betalte arrangement, gaver etc. fra forsikringselevrandører.
- Utstedt polise på instruks fra sjef med uklar tekst; Vite negative (ting) om kunden som ikke bør bli fortalt til forsikringsgiver; ansatte fikk tilbud om weekendopphold på hotell med spa fra forsikringsleverandør uten forsikringsfaglig innhold. Takket nei. I strid med våre etiske retningslinjer.
- Bli for nære venner med forsikringsselskapet.
- Det mest vanlige er at det lekker ut opplysninger som vi har gitt tilbud på for så å bli brukt av andre. Enkelte kunder er skruppelløse.
- Har ikke selv erfart dette, men har gjennom en kollega i annet meglerforetak fått vite at hensyn til provisjon har vært prioritert på bekostning av kundens beste.
- Ja, – hvorvidt rådgivningen er gitt med eller uten tanke på egen profit.
- Megleren kan tenke mer på provisjonen enn på kundens beste.

Litteraturhenvisninger

- Brinkmann, J.: 2008, *Ubehagelig næringslivsetikk*, Licentia, Bodø.
- Brinkmann, J.: 2007, Responsibility Sharing (Elements of a Framework for Understanding Insurance Business Ethics), *Research in Ethical Issues in Organizations*, vol 7, Elsevier, Amsterdam, 85-113.
- Bråthen, T.: 2007, Etske regler for forsikringsmegling, *Nordisk forsikringstidsskrift* h. 2, 117-125.
- Marcus, B., Funke, U. og Schuler, H.: 1997, Integrity Tests als spezielle Gruppe eignungsdiagnostischer Verfahren: Literaturüberblick und metaanalytische Befunde zur Konstruktvalidität. *Zeitschrift für Arbeits- und Organisationspsychologie*, 41, 2-17.
- Murphy, K. R.: 2000, What constructs underlie measures of honesty or integrity? I R. Goffin og E. Helmes (red.), *Problems and solutions in human assessment. Afestschrift to Douglas Jackson at seventy*, Kluwer, London, 265-284.
- Ones, D. S., Visweswaran, C. og Schmidt, F. L.: 1993, *Comprehensive Meta-Analysis of Integrity Test Validities: Findings and Implications for Personnel Selection and Theories of Job Performance*. *Journal of Applied Psychology*, 78 (4), 679-703.

Noter

- ¹ Jfr også Bråthen (2007) med en typisk juridisk kommentering av bransjens etiske regler. Hovedpoenget hans er at etiske regler ofte (men ikke alltid) stiller noe høyere krav enn positiv rett. Særlig interessant er den mest idealistiske delen i hans artikkel, om grunnprinsippene (s. 119).
- ² Dette antagelig litt tvetydige utsagnet skiller godt i materialet mellom to omtrent jevnstore grupper (53% er uenige, 47% er enige).
- ³ Om man ser på gjennomsnittsskårene, er dette og de resterende argumentene egentlig *motargumenter*, som avvises mer eller mindre sterkt.
- ⁴ En alternativ spørsmålsformulering burde nok helst ha vært plassert lenger framme i skjemaet, sammen med andre situasjoner som skulle vurderes mhp. relativ konflikthypighet og alvorlighet ("Jeg opplever [ofte] at det er forskjeller mellom hva som er riktig for meg og hva som er akseptabel atferd på jobb" – ved at "ofte" var lagt inn i påstanden som man så skulle si seg uenig/enig i ble mange antagelig ledet til å krysse av for "helt uenig", 60%). Omtrent 70% av svarpersonene besvarer spørsmålene konsistent, dvs hevdet at de er konsistente i rolle- og privatmoral, og følgelig uenige i at de ofte opplever konflikter mellom disse moralene.
- ⁵ Murphy (2000, 266) beskriver pålitelighet (han taler for øvrig etter vårt skjønn litt misforståelig om integrity og integrity-skalaen) som "including a willingness to comply with rules, internalized values, norms and expectations..."
- ⁶ Jfr. Marcus et al. 1997; Ones et al. 1993.