

Norske selskaper og næringslivets samfunnsansvar

En analyse av utvalgte norske selskaper i olje-, energi- og
industriktorene sine narrativer om samfunnsansvar

Florina Zagragja



Masteroppgave i rettssosiologi
Institutt for kriminologi og rettssosiologi
Juridisk fakultet

UNIVERSITETET I OSLO

Vår 2021

Norske selskaper og næringslivets samfunnsansvar

En analyse av utvalgte norske selskaper i olje-, energi- og
industriktorene sine narrativer om samfunnsansvar

© Florina Zagragja

2021

Norske selskaper og næringslivets samfunnsansvar: En analyse av utvalgte norske selskaper i olje-, energi- og industrisektorene sine narrativer om samfunnsansvar

Florina Zagragja

<http://www.duo.uio.no/>

Sammendrag

Oppgavens tittel: Norske selskaper og næringslivets samfunnsansvar: En analyse av utvalgte norske selskaper i olje-, energi- og industrisektorene sine narrativer om samfunnsansvar

Skrevet av: Florina Zagragja

Veileder: David Rodríguez Goyes

Levert ved: Institutt for kriminologi og rettssosiologi, Universitetet i Oslo, våren 2021

Global oppvarming, miljøødeleggelser, fattigdom og brudd på menneskerettighetene er kritiske globale og lokale problemer. Disse har bidratt til stor politisk og akademisk interesse for hvordan selskaper påvirker samfunnet. Responsen fra stater og næringsliv har vært den tverrsektorielle utviklingen av et normativt rammeverk kjent som «næringslivets samfunnsansvar» eller «corporate social responsibility» (CSR). En gjennomgang av tidligere forskning har vist at samfunnsansvar er et konsept som er i stadig endring og fylles med mening av ulike aktører i ulike kontekster. Det er gjort få studier av norske selskapers narrativer om hvordan de forstår og sier at de praktiserer samfunnsansvar, og dermed om hvordan de fyller konseptet med innhold.

Med en «grounded» tilnærming og dybdeintervjuer med syv norske selskaper bidrar denne studien til på forbedre kunnskapen vår om næringslivets samfunnsansvar ved å analysere hvordan norske selskaper sier at de forstår og praktiserer konseptet. Det sentrale funnet i studien er at selskaper har stor frihet til å tolke, innlemme og gjennomføre samfunnsansvar slik det passer deres egen virksomhet. Denne friheten er så stor at konseptet kan miste mening og styrke: Selskapene definerer mye som samfunnsansvar, og de kan si at de tar samfunnsansvar uten å være tydelige på hvordan det gjennomføres. Selskapene bruker mange forskjellige og varierende begreper om de samme ideene, for eksempel «bærekraft». Funnene indikerer at uansett hva de kaller det, så har selskapene til felles at de retter oppmerksomhet mot menneskerettigheter, særlig arbeidstakerrettigheter, og miljø og klima. Mens idealisme er en driver for de ansattes bidrag til ansvarlig næringsliv, er lønnsomhet viktigst for selskapene. Selskapene tolker normene om samfunnsansvar avhengig av konteksten, og driver virksomheten sin og engasjerer seg i samfunnet rundt slik at det er lønnsomt for dem.

Denne studien er rettssosiologisk relevant fordi den, gjennom informantenes narrativer om normer, kontekst og praksis på feltet, analyserer rettspluralisme, normforståelse og normutvikling. I lys av sosialkonstruktivisme og rettssosiologisk teori viser analysen at

selskapene har betydelig makt til å konstruere innholdet i det normative konseptet samfunnsansvar. Utviklingen av normene på feltet kan beskrives som en spiral av rettspluralisme, forskjellige tolkninger i ulike kontekster, fragmentering av konsepter og konstruksjon av nye normer som bidrar til mer pluralisme. Konsekvensene av dette kan være at normene mister betydning og at deres regulerende styrke svekkes.

Takk

Denne masteroppgaven markerer slutten på en lang og berikende studietid. Jeg er takknemlig for at jeg har fått vie et helt år til noe jeg interesserer meg mye for. Jeg har et håp om at mitt bidrag til vitenskapen også kan bidra til å inspirere og engasjere enda flere – for en grønnere og mer rettferdig verden.

For bidrag til datamaterialet i denne studien, går en stor takk til informantene jeg intervjuet. Takk for at dere delte tiden, meningene og erfaringene deres med meg! Håper denne oppgaven kan være av interesse for dere også.

Tusen takk til veilederen min David Rodríguez Goyes, som med stødig hånd har veiledet meg med kunnskap og oppmuntring underveis! Jeg kunne ikke bedt om en bedre veileder.

Takk også til Helene Oppen Ingebrigtsen Gundhus og Peter Scharff Smith for rask og god hjelp med et mangfold av spørsmål jeg har hatt i løpet av masterprogrammet.

Takk til gode venner for alle gåturer og gode samtaler. Spesielt takk til Ingeborg og Vilde. En ekstra takk går til Emma som i tillegg har korrekturlest deler av oppgaven min.

Til min fantastiske og enestående familie: Jeg er ubeskrivelig takknemlig for all støtten dere gir meg. Ju dua!

Aller mest vil jeg takke min kjære Sindre – for all godhet og støtte, og for at du raust deler av din faglige dyktighet ved å lese og bidra med konstruktive innspill til arbeidet mitt.

Florina Zagragja
Oslo, 4. juli 2021

Innholdsfortegnelse

1. Introduksjon	1
1.1. Formål og problemstilling	2
1.2. Struktur på oppgaven og studiens hovedargument.....	2
1.3. Sentrale begreper	3
2. Kontekst	7
2.1. Utviklingen av konseptet «næringslivets samfunnsansvar»	7
2.2. Den historiske bakgrunnen for næringslivets samfunnsansvar i norsk kontekst.....	10
2.3. Statens rolle: Ansvar for og kontroll med menneskerettigheter, miljø og klima – og ansvarlig eierskapsutøvelse	11
2.4. Et pluralistisk felt med et mangfold av normer	12
3. Tidligere forskning og denne studiens bidrag	18
4. Teoretisk rammeverk.....	22
4.1. Sosialkonstruktivisme.....	22
4.2. Rettspluralisme	25
4.3. Konstruktivisme: Normer som prosess.....	27
5. Metode.....	29
5.1. Design.....	29
5.2. Utvalg	30
5.3. Datainnsamling	34
5.4. utfordringer med gjennomføringen av prosjektet	36
5.5. Databehandling: Transkribering og koding av datamaterialet fra intervjuene	38
5.6. Etikk.....	40
6. Funn: Samfunnsansvar – alt og ingenting?	43
6.1. Selskapene former meningen i, begreper rundt, og grensene for næringslivets samfunnsansvar	43
6.2. Ansatte er motiverte for å jobbe for en bedre verden, men selskapets lønnsomhet er viktigst.....	52
6.3. Mye prat, lite handling?.....	56

7. Diskusjon: Selskapene konstruerer normer om samfunnsansvar og bidrar til rettspluralisme	61
7.1. Selskapene konstruerer innholdet i normene om samfunnsansvar	61
7.2. Samfunnsansvar og rettspluralisme	65
7.3. Hva blir igjen av normene?	66
8. Konklusjon	70
8.1. Forslag til teori om næringslivets samfunnsansvar i norske selskaper.....	70
8.2. Fremtidig forskning og veien videre mot et mer ansvarlig næringsliv.....	71
Litteraturliste	73
Vedlegg	80
Vedlegg 1: Godkjenning fra NSD	80
Vedlegg 2: Informasjonsskriv og samtykkeskjema til hhv. eksperter, selskaper og kontrollorganer	83
Vedlegg 3: Intervjuguider til hhv. eksperter, selskaper og kontrollorganer.....	89

1. Introduksjon

Global oppvarming, miljøødeleggelser, fattigdom og brudd på menneskerettighetene er kritiske globale og lokale problemer som har bidratt til stor politisk og akademisk interesse for hvordan selskaper påvirker samfunnet (se f.eks. Kolk & van Tulder, 2010, s. 119).

Ettersom selskapers investeringer og aktiviteter har en betydelig innflytelse på forholdene der de driver sin virksomhet, stilles det forventninger til at de tar ansvar for mer enn økonomisk lønnsomhet (Nærings- og fiskeridepartementet, 2019; Utenriksdepartementet, 2009, s. 5).

Denne typen ansvar blir ofte referert til som «næringslivets samfunnsansvar», eller «corporate social responsibility» (CSR) på engelsk. Utvinningssektorer som olje-, gass-, og gruveindustriene er blant de sektorene som anses å være ledende i å fremme samfunnsansvar, men de er også blant industriene med størst negativ påvirkning på samfunnet (Frynas, 2009, s. 6; Ruggie, 2013, s. 26).

I hovedtrekk dreier samfunnsansvar seg om hvilket ansvar selskaper bør påta seg for mennesker, samfunn og miljø som påvirkes av virksomheten (se f.eks. Utenriksdepartementet, 2009, s. 7). Det tolkes forskjellig av forskjellige aktører i ulike kontekster (Frynas, 2009). Selskaper blir i økende grad bedt om å bidra til en mer miljømessig bærekraftig og sosialt ansvarlig utvikling gjennom press fra blant annet formell lovgivning, politiske føringer og ikke-statlige aktører (se f.eks. Nærings- og fiskeridepartementet, 2019; OECD, 2011; Olsen & Syse, 2020).

I år (2021) er det ti år siden OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper fra 1976 ble oppdatert, og FN's veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter ble vedtatt. Dette er rammeverk som har satt standarden for mange av normene på feltet. Den 10. juni 2021 vedtok Stortinget en ny lov om virksomheters åpenhet og arbeid med grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold (åpenhetsloven). Uttrykk for forventninger fra myndighetene til norsk næringsliv kan komme i andre former også. Et eksempel er fra pressekonferansen om Regjeringens nye stortingsmelding «Energi til arbeid – langsiktig verdiskapning fra norske energiresurser» den 11. juni, hvor statsminister Erna Solberg uttrykte at regjeringen krever og forutsetter at hvert enkelt selskap vurderer klimarisiko og spørsmål om lønnsomhet (Norsk rikskringkasting (NRK), 2021).

Det er med andre ord regler, retningslinjer og forventinger for et ansvarlig næringsliv fra både internasjonale organisasjoner som OECD og FN, norsk lovverk og norske myndigheter. Men hvordan påvirker disse normene norske selskaper? Hva forteller norske selskaper selv om næringslivets samfunnsansvar, og om hvordan de forstår og jobber med normene på feltet? Det er gjort lite forskning på dette i en norsk kontekst.

1.1. Formål og problemstilling

Formålet med denne studien er å utvikle en «grounded», eller databasert¹, forståelse av næringslivets samfunnsansvar basert på utvalgte norske selskapers narrativer knyttet til temaet. Jeg svarer på følgende problemstilling: ***Hvilke narrativer uttrykker norske selskaper om næringslivets samfunnsansvar?***

Selskaperes narrativer kan bidra til å bygge kunnskap om hvordan selskaper arbeider med samfunnsansvar. Dette kan være av nytte både for selskaper og myndigheter som jobber med å styrke et ansvarlig næringsliv, blant annet i forbindelse med omstillingen til en grønnere økonomi. Videre vil studien av disse narrativene bidra med en retts sosiologisk forståelse av normprosesser i et rettspluralistisk felt i norsk kontekst.

Gjennom den ovennevnte problemstillingen undersøker jeg hvordan noen utvalgte norske selskaper sier at de forstår normer knyttet til samfunnsansvar, og hvordan de sier at de innlemmer og praktiserer samfunnsansvar. I tillegg til dette empiriske bidraget, utvikler jeg, gjennom en grounded theory-inspirert tilnærming, et forslag til en teori om næringslivets samfunnsansvar i norske selskaper.

1.2. Struktur på oppgaven og studiens hovedargument

Denne oppgaven har totalt 8 kapitler. Resten av dette første introduksjonskapittelet inneholder en avklaring av noen sentrale begreper i studien. Deretter følger kapittel 2 hvor jeg redegjør for bakgrunnen til og konteksten rundt konseptet samfunnsansvar. I kapittel 3 gir jeg en gjennomgang av tidligere forskning på feltet, som danner bakgrunnen for oppgaven og har som formål å tydeliggjøre relevansen og behovet for denne studien. I kapittel 4 presenterer jeg det teoretiske rammeverket for studien som bygger på sosialkonstruktivisme og retts sosiologisk teori. I kapittel 5 redegjør jeg for valg av forskningsdesign og metode for

¹ Ref. «databasert teoriutvikling», eller «grounded theory» (Hem, 2018)

studien. Det inkluderer en redegjørelse av min grounded theory-inspirerte tilnærming, utvalgene i studien, fremgangsmåter og etiske refleksjoner. I kapittel 6 presenterer og diskuterer jeg funnene fra analysen av det empiriske materialet. Jeg fant at selskapene utvikler og styrer innholdet i og gjennomføringen av samfunnsansvar i tråd med det som passer virksomheten og som tjener selskapet. Mens ansatte kan ha idealistiske motivasjoner for å jobbe med samfunnsansvar, er selskapets lønnsomhet viktigst. Innlemmelsen og gjennomføringen av samfunnsansvarsnormer i selskapene er sprikende og det bidrar til at selskapene endrer på normenes betydning og funksjon. I kapittel 7 diskuterer jeg selskapenes narrativer mer inngående, i lys av teoretiske perspektiver. Der argumenterer jeg for at rettspluralismen på feltet og selskapenes normkonstruksjoner kan føre til at normene om samfunnsansvar mister betydning og at deres regulerende styrke svekkes. I åttende og siste kapittel gir jeg en konklusjon med et forslag til teori om næringslivets samfunnsansvar i norske selskaper, foreslår temaer for fremtidig forskning og peker på hvordan denne studien kan bidra på veien videre mot et mer ansvarlig næringsliv.

1.3. Sentrale begreper

Innholdet i «**næringslivets samfunnsansvar**» kan defineres på ulike måter. I en omfattende analyse av 37 CSR-definisjoner identifiserte Dahlsrud (2008, s. 4) fem dimensjoner av CSR: den miljømessige, den sosiale, den økonomiske, den om interessenter² og den om frivillighet. Carroll har på en annen side utviklet en kjent modell for CSR som bygger på fire andre, men delvis like dimensjoner: grunnleggende økonomisk ansvarlighet, lovlighet, etisk ansvar, og veldedighet (Carroll, 1979, 1991, 2016). Både «samfunnsansvar» og «CSR» er utbredte begreper, men «CSR» dominerer i forskningslitteraturen (Ihlen, 2011, s. 26). Jeg anerkjenner imidlertid at det finnes andre nærliggende, dels konkurrerende og dels overlappende begreper og definisjoner på feltet, slik som «bærekraft» og «Creating Shared Value».³ Derfor har jeg valgt å foreslå paraplybegrepet «det normative konseptet samfunnsansvar» for å inkludere flere normer og begreper som henger sammen med eller faller under samfunnsansvar og CSR. I denne studien bruker de fleste informantene og jeg begrepene «(næringslivets) samfunnsansvar», «CSR», «ansvarlig næringsliv» eller «bærekraft», men andre begreper forekommer også.

² Begrepet «interessenter» forklares lenger ned.

³ Begreper som disse kommer jeg tilbake til i litteraturgjennomgangen og senere i oppgaven.

Med tanke på kompleksiteten, pluralismen og dynamikken som denne studien foreslår at tilligger det normative konseptet samfunnsansvar, har jeg valgt å ta utgangspunkt i en tilsvarende kompleks og omfattende definisjon. Den innebærer at en tenker på konseptet som et paraplybegrep for en rekke teorier og praksiser som erkjenner følgende: (a) at selskaper har et ansvar for deres påvirkning på samfunnet og naturmiljøet, noen ganger utover lovpålagt ansvar og enkeltpersoners juridiske (erstatnings)ansvar; (b) at selskaper har et ansvar for opptreden til andre som de driver virksomhet med (f.eks. i verdikjeden); og (c) at næringslivet må håndtere forholdet sitt til storsamfunnet, enten det er på grunn av kommersiell levedyktighet eller for å tilføre verdier til samfunnet (Blowfield og Frynas, 2005, i Frynas, 2009, s. 6). Dette er en ikke uttømmende definisjon, som gir et godt utgangspunkt for å undersøke og diskutere norske selskapers narrativer rundt normer for samfunnsansvar, herunder hvilket meningsinnhold de tillegger konseptet og de ulike komponentene i definisjonen ovenfor. Med «**ansvar**» mener jeg ikke hovedsakelig juridisk ansvarlighet (tilsvarende «liability» på engelsk, som har med straffeforfølgelse å gjøre). Jeg sikter heller til et etisk og moralsk ansvar i tråd med mange forskjellige normer (ikke bare formelle rettslige, se begrepsavklaring lenger ned) i samfunnet.

Med «**selskap**» menes en «økonomisk virksomhet [som] utøves for to eller flere deltakeres felles regning og risiko» (Selskapsloven, 1985). I denne oppgaven bruker jeg «selskap(er)» om enhetene jeg studerer narrativene til, men i litteraturen og i informantenes narrativer brukes også andre begreper, som «bedrift» og «foretak». Jeg omtaler «selskapet» hovedsakelig som en enhet, og skiller dermed ikke på ledelse og øvrige ansatte (der jeg gjør det, vil det fremkomme uttrykkelig). Begrepet «**næringslivet**» viser til samlingen av alle selskaper, eller «all produksjon av varer og tjenester - både i offentlig og privat regi, og enten de eksporteres eller konsumeres innenlands» (Statistisk sentralbyrå, u.å.).

Et «**narrativ**» er ifølge Flick (2014, s. 540) en historie fortalt av en sekvens av ord, handlinger eller bilder, og mer generelt organiseringen av informasjonen i den historien. Flick skriver også at narrativer er konstruksjoner av hendelser som blir rapportert (2014, s. 288). Flicks betraktninger kan utfylles med Presser og Sandberg (2015, s. 2) som skriver at et narrative generelt er en form for diskurs som følger hendelser eller opplevelser over tid og for fram et poeng. «Narrativ» er imidlertid ikke det samme som «diskurs», selv om dette er to begreper som henger tett sammen. «**Diskurs**» er en bestemt måte å snakke om og forstå verden på (Winther Jørgensen & Phillips, 1999, s. 9). Ofte brukes «diskurs» om ideen om at

språket er strukturert i forskjellige mønstre som utsagnene våre følger når vi opptrer innen forskjellige sosiale domener (Winther Jørgensen & Phillips, 1999, s. 9). I denne studien fokuserer jeg på narrativer, men iblant bruker jeg ordet «diskurs» fordi forfattere jeg henter inspirasjon fra er mest interesserte i diskurser (se teorikapittelet). I min oppgave betyr «narrativ» i praksis informantenes fortellinger eller konstruksjoner om selskapets forståelser og praksiser rundt det normative konseptet samfunnsansvar. Gjennom teksten bruker jeg derfor, for variasjons skyld, både «narrativ» og «fortelling», men sikter til det samme med begge begrepene. I denne studien er hver enkelt informant representant for en organisasjon, og derfor er hans/hennes narrativ stort sett representativ for selskapets narrativ. I det teoretiske rammeverket er narrativer viktig fordi det er gjennom narrativer samfunnet konstruerer normer og pluralisme.

I denne studien bruker jeg «**normer**» basert på flere vide definisjoner av begrepet. Baier, Svensson og Nafstad (2019, s. 98) skriver at en vanlig og bred definisjon av «normer» er: instruksjoner for handlinger og forventninger, brukt til å regulere atferd. Denne definisjonen har de videreutviklet til at normer er normative påstander som blir sosialt reproduert og representerer individers oppfatninger av forventningene rundt deres egen atferd (Baier et al., 2019, s. 98). Videre legger jeg til grunn at «normer» også inkluderer «verdier, prinsipper og prosedyrer som er utbredte og institusjonaliserte» (Krook & True, 2012, s. 106, min oversettelse). I tillegg til de «utbredte og institusjonaliserte» normene, inkluderer jeg i denne studien også selskapenes interne retningslinjer som «normer». I studien fokuserer jeg på normer som kommer til uttrykk i narrativer, men jeg har også med noe om praksis.

Jeg bruker begrepet «**rammeverk**» for å vise til ulike sett med normer fra forskjellige aktører, for eksempel rammeverkene fra OECD og UNGP.

Med «**innlemmelse**» av normer sikter jeg til når selskaper tar inn, inkluderer og iverksetter eksterne, ofte internasjonale, normer i sine interne normer og praksiser. Ettersom mange av normene under konseptet samfunnsansvar er vage eller på annen måte skaper et tolkningsrom, innebærer «innlemmelse» at selskapene tolker normene, knytter dem til eksisterende normer og finner ut hvordan de skal gjøre om normene til praksis. På den måten kan en tenke på normene på samfunnsansvar-feltet som pågående, dynamiske prosesser hvor aktørene har innvirkning på utformingen av innholdet i normene og hvilken betydning normene får i praksis (Krook & True, 2012, s. 104-105, 109, 122-123, se videre i teorikapittelet).

Med «**interessenter**», eller «stakeholders» på engelsk, menes for eksempel ansatte, frivillige organisasjoner, myndigheter, aksjonærer, leverandører, kunder og andre grupper eller enkeltpersoner som kan påvirke eller påvirkes av organisasjonens handlinger (Knab, 2015, s. 469). I denne sammenhengen brukes «interessenter» spesielt om individer og grupper utenfor selskapet, og «organisasjonens handlinger» viser til selskapets aktivitet eller virksomhet.

2. Kontekst

Frynas (2009, s. 4) understreker at CSR eller «å være ansvarlig CSR» tydelig betyr forskjellige ting for forskjellige mennesker i forskjellige land. Hvordan en forstår næringslivets samfunnsansvar avhenger med andre ord av konteksten en befinner seg i (Ihlen & von Weltzien Hoivik, 2015, s. 109). Å gi en fullkommen oversikt for næringslivets samfunnsansvar er derfor vanskelig. Jeg ønsker likevel å trekke frem noen elementer som har vært med på å legge grunnlaget for forståelsen av samfunnsansvar i dag. I det følgende gir jeg en gjennomgang av utviklingen av konseptet samfunnsansvar, deretter litt av den historiske bakgrunnen for næringslivets samfunnsansvar i norsk kontekst. Videre presenterer jeg statens rolle og ansvar, og til slutt noen av normene og rammeverkene som utgjør det normative konseptet samfunnsansvar.

2.1. Utviklingen av konseptet «næringslivets samfunnsansvar»

Hva «næringslivets samfunnsansvar» innebærer, er et spørsmål som drøftes inngående i litteraturen. Som Frynas (2009, s. 3) skriver: «While the role of business in society seems to have been changing for some time, there is no agreement among observers on what CSR stands for or where the boundaries of CSR lie. Different people have interpreted CSR differently». Videre nevner han at CSR betyr ulike ting for ulike aktører, alt fra «practitioners seeking to implement CSR inside companies», som er det informantene fra selskapene i denne studien representerer, til «researchers trying to establish CSR as a discipline», som de forfatterne jeg viser til og til en viss grad denne studien i seg selv. Frynas peker videre på at CSR «can also mean something different to civil society groups than to the private sector» (2009, s. 3). Dette er viktige perspektiver å huske på når en skal forsøke å forstå innholdet i konseptet, og i dette ligger også en erkjennelse av at jeg ikke kan gi en fullstendig gjennomgang av hva konseptet er.

Røttene til det vi i dag kaller samfunnsansvar kan sies å gå flere hundre år tilbake i tid. Samfunnets industrialisering og den kapitalistiske tankegangen har gjennom historien bidratt til å stille høye krav til effektivitet i næringslivet (Olsen & Syse, 2020, s. 46). Samtidig har kritikk og protestbevegelser mot en «kynisk og brutal» kapitalisme brakt frem eksempler på selskaper og enkeltpersoner som både tenkte på og iverksatte tiltak som vi i dag forbinder med samfunnsansvar» (Olsen & Syse, 2020, s. 47). Utviklingen av CSR som det moderne, normative konseptet vi kjenner til i dag kan spores flere tiår tilbake, men da under forskjellige

begreper og konsepter, slik som «corporate social performance» (Wartick & Cochran, 1985) og «corporate sustainability» (se f.eks. Camilleri, 2017).

Selve konseptet næringslivets samfunnsansvar, eller Corporate Social Responsibility (CSR), vokste frem i USA på 1950-tallet (Olsen & Syse, 2020, s. 57). På den tiden uttrykte forskere en økende bekymring og kritikk mot at selskaper hadde påfallende mye makt og lite ansvar (Wood, 1991, s. 694). Forfatteren Howard R. Bowen skrev i 1953 den toneangivende boken *Social Responsibilities of the Businessman*, hvor han «argumenterte for at næringslivet må ta mer ansvar for sine handlinger ved å se dem i en videre sammenheng enn bare profitt og mulige tap» (Olsen & Syse, 2020, s. 57). Han utviklet også en doktrine for samfunnsansvar: dersom næringslivet frivillig tar på seg mer ansvar, så vil mange av samfunnsproblemene kunne løses (Olsen & Syse, 2020, s. 57).

Utover 60- og 70-tallet forsøkte forskere å finne ut av hva et selskaps samfunnsansvar innebar (Wood, 1991, s. 694). Et kontroversielt standpunkt var at et selskaps eneste samfunnsansvar var å øke fortjenesten til selskapets aksjeholdere (Friedman, 1962, sitert i Camilleri, 2017, s. 3). Senere kom flere forslag til en utvidet definisjon av CSR, slik som «the firm's consideration of, and response to, issues beyond the narrow economic, technical, and legal requirements of the firm» (Davis, 1973, sitert i Wood, 1991, s. 694).

Det finnes ingen konsensusdefinisjon av næringslivets samfunnsansvar (Camilleri, 2017, s. 5; Dahlsrud, 2008). En pioner blant forskerne på feltet, Archie B. Carroll, har bidratt til utviklingen av samfunnsansvar-konseptet i flere omganger (se blant annet Carroll, 1979, 1991). Mange teoretikere på feltet har benyttet seg av Carrolls definisjon med fire dimensjoner av CSR (se 1.3. Sentrale begreper), som han etter hvert videreutviklet til en ny modell for å analysere og vurdere et selskaps CSR-engasjement, det kan kalte «CSR-pyramiden»: Fra (1) en grunnleggende økonomisk ansvarlighet i bunn, via (2) lovlighet og deretter (3) etisk ansvar, til (4) veldedighet, eller deltakelse i og bidrag til samfunnet på en god måte, på toppen (Carroll, 1979, 1991, 2016; Olsen & Syse, 2020, s. 99-100).

Det finnes flere flerdimensjonale tankeganger rundt samfunnsansvar som likner på Carroll sin. Et eksempel er det som «med et regnskapsspråk» kalles en tredelt bunnlinje, som handler om at selskaper i tillegg til å redegjøre for finansielle inntjener og tap, også innlemmer sosiale og miljømessige hensyn og konsekvenser i regnskapet (Elkington, 1998; Olsen &

Syse, 2020, s. 104, 120-124). Andre igjen konsentrerer seg mest om det sosiale perspektivet innen næringslivets samfunnsansvar, nærmere bestemt respekt for menneskerettighetene (se f.eks. Mares, 2007; Ruggie, 2013).

Ifølge de norske ekspertene og kontrollorganene som jobber i Norge, og som jeg intervjuet, var veldedighet en viktigere del av samfunnsansvaret før. Nå erfarer de informantene som representerte eksperter og kontrollorganer imidlertid at det har vært en endring i selskapers forståelse av samfunnsansvar til at det i større grad handler om kontroll med egen virksomhet. Et kontrollorgan fortalte om en forståelse av samfunnsansvar som handler om

hvordan de [selskapene] best skal sikre seg at de ikke gjennom egen virksomhet, partnere, leverandører og leverandørkjeder, direkte eller indirekte bidrar til menneskerettighetsbrudd eller ødelegger miljø. Og det er faktisk noe vesentlig helt annet enn å være en god støttespiller innenfor veldedighetsprosjekter i lokalsamfunn og nasjonalt. (Anne)

Ett av kontrollorganene vektlegger selskapenes ansvar for å forbedre samfunn og å ikke utøve skade gjennom kjernevirksomheten:

Det viktigste for oss er jo en «do no harm»-tilnærming i kjernevirksomheten. At samfunnsansvaret ikke skal være ekstraprosjekter som man setter i gang i tillegg til primærvirksomheten. Altså, det er fint om selskapene gjør det, men samfunnsansvar primært er at du skal gjøre næringsvirksomheten din sånn at den bedrer samfunn og ikke skader dem. (Petter)

Ifølge nyere litteratur fra de siste to årene, som Olsen og Syse (2020, s. 33) har et selskap ikke bare ansvar for «helt umiddelbare forhold rundt seg», slik som aksjonærer, ansatte og kunder. En virksomhet har konsekvenser også for omgivelsene, inkludert natur og mennesker. Dersom det foreligger en klar sammenheng mellom virksomheten og konsekvensene, kan ikke et selskap fraskrive seg ansvaret. Samfunnsansvar har i tillegg en positiv side, som innebærer at selskaper også kan vise ansvar ved å bidra til forbedringer i samfunnet (Olsen & Syse, 2020, s. 33-34). Hva som ligger i samfunnsansvaret er omstridt enn som så (se f.eks. Blowfield & Murray, 2014, s. 6-8). Også Eide og Heggelund (2020, s. 17) har adressert diskusjonen rundt meningsinnholdet i samfunnsansvar-begrepet: «Eit aspekt ved samfunnsansvar sitt

meningsinnhald som varierer er om omgrepet berre siktar til dei frivillige initiativa til verksemdene, eller om det inkluderer både det verksemda gjer etter lov og det dei gjer som frivillig initiativ».

2.2. Den historiske bakgrunnen for næringslivets samfunnsansvar i norsk kontekst

I norsk kontekst hevder enkelte at det som regnes som et grunnleggende prinsipp for samfunnsansvar, nemlig en dreining mot selskapets interessenter, har en lang historie før den moderne samfunnsansvar-bevegelsen oppstod (Ihlen & von Weltzien Hoivik, 2015, s. 109). I norsk historie kan vi se eksempler på det som i dag kan betegnes som «samfunnsansvarlige selskaper» allerede på tidlig 1800-tallet. Bedriftslederen og gründeren Hans Nielsen Hauge etablerte og medfinansierte hundrevis av samfunnsansvarlige selskaper over store deler av landet. Ifølge Olsen og Syse (2020) vektla han lønnsomhet i næringsvirksomheten, men også verdier som fellesskap, støttende ledelse, likeverd og omsorg for sine medborgere. Han anså det som et etisk samfunnsansvar å skape et inkluderende arbeidsliv i en tid med mye fattigdom og arbeidsledighet (Olsen & Syse, 2020, s. 50-51, 73).

Parallelt med nye utfordringer som økt konkurranse, press på lønninger og voksende sosiale problemer i næringslivet, vokste det også fram nye ideer og bevegelser på 1850-tallet. På den tiden bidro flere næringslivsledere og rike menn til å bedre forholdene for arbeiderne, samtidig som arbeiderne selv fikk økt bevissthet, stilte flere krav og bygde gradvis mektigere fagforeninger (Olsen & Syse, 2020, s. 55-56).

Mot slutten av 1800-tallet og begynnelsen av 1900-tallet tok den norske staten en mer aktiv rolle. Da begynte utviklingen av et lovverk som skulle beskytte arbeidstakere. I tillegg vokste det frem større fagforeningsbevegelser, slik som det som i dag er LO, og et nytt samarbeid bygget på dialog og forhandlinger – den såkalte norske modellen (Olsen & Syse, 2020, s. 56). Ihlen og von Weltzien Hoivik (2015) har trukket frem den norske modellen som én av seks viktige faktorer i utviklingen av CSR i Norge. Til sammenlikning har det i andre europeiske land og i USA vært større skepsis til statens innblanding i næringslivet, og generelt blitt lagt mer vekt på selskapenes eget samfunnsansvar (Olsen & Syse, 2020, s. 57). Det var imidlertid ikke før rundt 1950-tallet at en for alvor så fremveksten av, og gjennomslag for, nye ideer om næringslivets ansvar i formalisert og kritisk litteratur (Carroll, 1999). Siden etterkrigstiden på

1950-tallet har forskjellige drivkrefter bak samfunnsendringer, slik som borgerrettighets-, forbruker- og miljøbevegelser, bidratt til en økning i samfunnsansvarets relevans og betydning internasjonalt (Carroll, 2015b). Samtidig som samfunnet på den ene siden beveget seg mot «mer stordrift, sentralisering og økende internasjonalisering», oppstod det en internasjonal reaksjon som vektla «behovet for lokal forankring, lokalt ansvar og miljøbevissthet» (Olsen & Syse, 2020, s. 58).

2.3. Statens rolle: Ansvar for og kontroll med menneskerettigheter, miljø og klima – og ansvarlig eierskapsutøvelse

Det er mange viktige aktører innenfor temaene næringsliv og menneskerettigheter, klima og miljø. Disse inkluderer staten, selskaper og sammenslutninger av selskaper, mellomstatlige og ikke-statlige organisasjoner, inkludert kontrollorganer, samt individer og folkegrupper. Etersom hovedenhetene i denne studien er norske statseide selskaper, har jeg i tillegg til å konsentrere meg om selskapene, valgt å si mer om statlige aktører og deres rolle.

Statene er de primære rettssubjektene i folkeretten og har ansvar for å overholde sine internasjonale forpliktelser, som blant annet, i henhold til internasjonale menneskerettighetskonvensjoner, innebærer å respektere, beskytte og innfri menneskerettighetene til borgerne (Elgesem & Høstmælingen, 2019; Norad, 2015; Ruud & Ulfstein, 2011). Når det gjelder næringslivets samfunnsansvar, er det særlig relevant å se nærmere på statens plikt til å beskytte individer og grupper av individer mot næringslivets menneskerettskrenkelser. Ifølge Elgesem og Høstmælingen (2019, s. 24, 130) er det bare staten som rettslig sett kan ha ansvar for «menneskerettskrenkelser», og ikke næringslivet, men at begrepet «krenkelse» likevel kan brukes i forbindelse med næringslivets adferd, ettersom «krenkelse» også kan betegne brudd på sosiale normer eller næringslivets negative innvirkning på menneskerettighetene. Etter folkeretten er stater «som en hovedregel kun ansvarlig for egne handlinger», men kan likevel «i noen tilfeller bli holdt ansvarlig etter folkeretten for skade som følge av private selskapers virksomhet» (Elgesem & Høstmælingen, 2019, s. 130). Videre skriver Elgesem og Høstmælingen at staten også kan være ansvarlig for krenkelser foretatt av statlig eide selskaper, selv om disse er organisert som egne rettssubjekter» (2019, s. 130).

Statens ansvar for miljø og klima er et omfattende og omdiskutert tema. Når det gjelder klima og miljø «[har] alle et ansvar for å tilpasse seg klimaendringene, både enkeltindivider, næringsliv og myndigheter» (Klima- og miljødepartementet, 2013, s. 5). Elgesem og Høstmælingen (2019, s. 131) sier at staten «også kan ha plikt til å sette i verk tiltak for å sikre at miljøforurensning og støy ikke krenker retten til privatliv, også når forurensningen stammer fra private». Dette er aktuelt også i Norge hvor det blant annet er debatter og pågående rettsaker om avveining mellom selskapers og statens interesser for å skape «grønn energi» med vindkraftverk og enkeltindivider og samiske folkegruppers menneskerettigheter.

Ettersom flertallet av selskapene i utvalget til denne studien er statlig eid, er det på sin plass å si noe om statens eierrolle også. Eierrollen omfatter mange dimensjoner, så jeg skal bare kort gå inn på noe av det. Staten har et ansvar for at selskapene de er (med)eier i opptrer ansvarlig. Etter Grunnloven § 19 er det regjeringen som har forvaltningsansvaret, men dette er i praksis delegert til departementene, jf. § 12 2. ledd (Nærings- og fiskeridepartementet, 2019, s. 63). I Statens eierskapsmelding («Eierskapsmeldingen») «redegjør regjeringen for hvorfor staten eier direkte i selskaper, hva staten eier og hvordan staten utøver sitt eierskap» (Nærings- og fiskeridepartementet, 2020b).

I publikasjoner fra norske myndigheter om statens ansvar for klima og miljø ser vi blant annet at alle nasjonale myndigheter, i tråd med det såkalte ansvarsprinsippet, har «ansvar for å forebygge og håndtere konsekvenser av klimaendringer innenfor sin sektor/sitt ansvarsområde» (Miljødirektoratet, 2019). Som en del av dette «[har] Klima- og miljødepartementet (KLD) et særskilt ansvar for å legge til rette for regjeringens helhetlige arbeid på klimatilpasningsområdet», og samtidig har «alle nasjonale organer en viktig rolle med å innhente, systematisere og tilrettelegge kunnskap om konsekvenser av klimaendringene og tiltak for tilpasning på sine områder» (Klima- og miljødepartementet, 2013; Miljødirektoratet, 2019).

2.4. Et pluralistisk felt med et mangfold av normer

«Det normative konseptet samfunnsansvar» bygger på et stort mangfold av normer fra delvis overlappende systemer, både statlige og andre institusjoner, hvor normene samhandler, eksisterer parallelt eller konkurrerer, fremfor å være én sammenhengende enhet (Dalberg-Larsen, 1994, i Thuesen, 2013, s. 559-560, min oversettelse). I det følgende presenterer jeg

noen eksempler på de viktigste normene som er sentrale for selskapenes handlinger, og som illustrerer mangfoldet i CSR-rammeverket. Poenget er å illustrere mangfoldet av normer som bidrar til å gjøre samfunnsansvar til et pluralistisk felt, samt gi eksempler på noen av de normene som selskapene forholder seg til når de jobber med samfunnsansvar. Jeg har her valgt å ta med både formell lovgivning og frivillige normer som selskapene konstruerer eller slutter seg til.

OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper er et sett med ikke-bindende prinsipper og standarder for ansvarlig næringsliv (OECD, 2011, s. 3). OECDs retningslinjer er det eneste og samtidig mest omfattende rammeverket for ansvarlig næringsliv som stater har bundet seg til å fremme (Norges Kontaktpunkt for ansvarlig næringsliv, u.å.). Rammeverket ble opprinnelig vedtatt i 1976, men ble sist revidert i 2011, da det også ble samordnet med FNs veiledende prinsipper om næringsliv og menneskerettigheter (Elgesem & Høstmælingen, 2019, s. 227; OECD, 2011).

OECDs retningslinjer uttrykker verdiene og standardene til de regjeringene som er hjemland for, og som står bak en stor del av investeringene i, mange av de største flernasjonale selskapene i verden (OECD, 2011, s. 3). «Retningslinjene uttrykker ikke-rettslige anbefalinger om hvordan flernasjonale virksomheter forventes å utvise aktsomhet innenfor de områdene som retningslinjene omhandler» (Elgesem & Høstmælingen, 2019, s. 227). Videre er retningslinjene ikke avgrenset til spesifikke sektorer eller typer eierskap, og omfatter derfor selskaper i alle sektorer, både private, statseide og de med blandede eierskap (Elgesem & Høstmælingen, 2019, s. 227).

Alle land som er tilsluttet retningslinjene forplikter seg til å fremme og gjennomføre retningslinjene, herunder til å opprette såkalte nasjonale kontaktpunkt (Norges Kontaktpunkt for ansvarlig næringsliv, u.å.). Norges OECD-kontaktpunkt beskriver blant annet følgende områder det stilles forventinger til:

retningslinjene har tydelige forventninger til næringslivets aktsomhet på områder som menneskerettigheter, arbeidstakerrettigheter, miljø, antikorrupsjon og åpenhet. Et sentralt element i OECDs retningslinjer er forventinger om at selskapene gjør aktsomhetsvurderinger for å unngå skade på mennesker, samfunn og miljø. (Norges Kontaktpunkt for ansvarlig næringsliv, u.å.)

På 1990-tallet så vi globalt en stor tilvekst av multinasjonale selskaper som vevde seg sammen og skapte rom for transnasjonal økonomisk aktivitet som i sin tur skapte en økonomisk vekst som noen land og folk nøt godt av, mens andre var mindre heldige (Ruggie, 2013, s. xv). Sammen med anerkjennelsen av at bl.a. FNs menneskerettighetserklæring ikke dekket næringslivets menneskerettighetsansvar, la disse samfunnsforholdene grunnlaget for utviklingen av de viktigste rammeverkene for CSR-retningslinjer, herunder FNs veiledende prinsipper for næringsliv og menneskerettigheter (forkortet UNGP).

I 2008 presenterte John Ruggie rammeverket han kalte «Protect, Respect and Remedy», som ga grunnlag for FNs retningslinjer «Guiding Principles On Business And Human Rights: Implementing the United Nations ‘Protect, Respect and Remedy’ framework» (UNGP) som ble vedtatt i 2011 (Elgesem & Høstmælingen, 2019, s. 23; United Nations, 2011). Dette rammeverket setter «en rådende internasjonal standard for hvordan bedrifter bør forholde seg til menneskerettighetene» (Utenriksdepartementet, 2019b), som også andre rammeverk forholder seg til, herunder OECDs retningslinjer for flernasjonale selskaper (OECD, 2011, s. 3). UNGP har tre pilarer som gjenspeiler ordene «Protect, Respect and Remedy»: Staten har en plikt til å beskytte menneskerettighetene, næringslivet har et ansvar for å respektere menneskerettighetene, og det skal finnes «klageordninger som kan sikre erstatning og/eller reparasjon etter krenkelser» (Elgesem & Høstmælingen, 2019, s. 23-24).

Flere av selskapene jeg har intervjuet bruker ikke begreper som «samfunnsansvar» og «ansvarlig næringsliv», men heller «bærekraft» eller «sustainability» og «bærekraftig utvikling». Hva disse begrepene innebærer, eller henviser til, er ikke alltid klart, og er også gjenstand for diskusjon senere i denne oppgaven. Selv om FNs bærekraftsmål ikke direkte er retningslinjer for næringslivet, men heller målsetninger for mange ulike aktører, er det nyttig å se kort på bærekraftsmålene og begrepet bærekraftig utvikling sin rolle i den videre forståelsen av samfunnsansvarsbegrepet.

I 2015 vedtok FNs generalforsamling Sustainable Development Goals (SDGs), eller bærekraftsmålene, som skal være nådd innen 2030 (Olsen & Syse, 2020, s. 142).

Bærekraftsmålene er en del av et overordnet mål om en bærekraftig verden (Elgesem & Høstmælingen, 2019, s. 41). Selv om de ikke utgjør en vitenskapelig definisjon av begrepet «bærekraftig utvikling», representerer de «likevel et betydelig steg i retning av en mer presis

definisjon og operasjonalisering av begrepet», og stadig flere land og selskaper forholder seg til bærekraftsmålene (Olsen & Syse, 2020, s. 143). «Bærekraftig utvikling» ble også presisert på FNs World Summit i 2005, hvor det ble vedtatt tre pilarer for bærekraftig utvikling: miljømessig, sosial og økonomisk bærekraft (Olsen & Syse, 2020, s. 142). Disse pilarene kan en for øvrig finne igjen i den tidligere nevnte betraktningen av næringslivets samfunnsansvar som en «triple bottom line» (Elkington, 1998).

Innenfor FN-systemet finner vi også UN Global Compact (UNGC), som ble etablert før UNGP, men som til forskjell fra UNGP inneholder flere temaer enn menneskerettigheter og tilbyr en plattform for aktivt engasjement for de som slutter seg til initiativet, mens UNGP har forventninger til alle virksomheter uavhengig av tilslutning (Elgesem & Høstmælingen, 2019, s. 24). Medlemmene i nettverket, som kan være alt fra selskaper til NGO-er og FN-organer, forplikter seg til å følge og rapportere på ti kjerneprinsipper om ansvarlig næringsliv med hensyn til menneskerettigheter, arbeidsliv, antikorrupsjon og miljø (Frynas, 2009, s. 180; UN Global Compact Norge, u.å.).

Det er flere måter selskaper kan vise at de etterlever normer for samfunnsansvar på, blant annet gjennom rapportering. Det finnes et stort omfang av frivillige (bærekrafts-)standarder globalt, også for andre sektorer enn olje, energi og industri, som tilbyr retningslinjer som selskaper kan lene seg på når de skal rapportere om virksomheten sin. For eksempel dekker International Trade Centre sin nettside for tiden mer enn 230 initiativer for bærekraftstandarter som gjelder for mer enn 80 sektorer og 180 land (International Trade Centre, u.å.). En av de mest brukte standardene kommer fra «The Global Reporting Initiative» (GRI), som har utviklet retningslinjer for bærekraftsrapportering om «den økonomiske, den miljømessige og den sosiale dimensjonen med hensyn til virksomhetens aktiviteter» (Olsen & Syse, 2020, s. 153). KPMG sin undersøkelse av over 5000 selskaper fra 52 land i fjor viste at et stort flertall av selskapene knytter virksomhetens aktiviteter til FNs bærekraftsmål i sine rapporteringer: 80 % av selskapene rapporterer nå om bærekraft, og den dominerende standarden å rapportere på er GRI (KPMG, 2020, s. 4-5).

Norske myndigheter lager rammeverket som bestemmer hvor og hvordan selskapene får drive virksomhet, og definerer hvilke rettigheter og plikter som tilligger henholdsvis selskapene og andre interessenter (Frynas, 2009, s. 51). Ifølge ett av kontrollorganene jeg intervjuet har vi en rekke lovgivning som kan relateres til næringslivets samfunnsansvar, herunder

menneskerettighetsloven (som også inneholder internasjonale menneskerettighetskonvensjoner), forbrukerreguleringer, konkurranselovgivning og regnskapsloven. For å illustrere hvilken betydning formell lovgivning kan ha for næringslivets samfunnsansvar, vil jeg bruke regnskapsloven som eksempel.

Olsen og Syse (2020, s. 58) skriver om «en ikke ubetydelig endring i regnskapsloven [i 1998]» i en tid rundt årtusenskiftet hvor «samfunnsansvar, inkludert miljøhensyn, i økende grad [ble] anerkjent som en viktig del av forventningene til et moderne næringsliv, både lokalt og internasjonalt». I henhold til regnskapsloven er «alle regnskapspliktige selskaper pålagt å gi opplysninger om bedriftens arbeid med helse, miljø og sikkerhet og redegjøre for miljøkonsekvensene av virksomheten» og siden 2013 er det også et «krav om mer eksplisitt rapportering om menneskerettigheter, arbeidstagerrettigheter, sosiale forhold, det ytre miljø og bekjempelse av korrupsjon» (Olsen & Syse, 2020, s. 58).

Det har også nylig pågått et lovarbeid i Norge med forslag til en ny menneskerettighetslov for næringslivet. Da jeg intervjuet kontrollorganene i utvalget høsten 2020, la ett av dem vekt på at de i mange år har jobbet med at det måtte bli juridisk bindende for selskapene å ta samfunnsansvar. Den 10. juni vedtok Stortinget den nye «Lov om virksomheters åpenhet og arbeid med grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold (åpenhetsloven)», som skal «fremme virksomheters respekt for grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold, og sikre allmennheten tilgang til informasjon om hvordan virksomheter håndterer negative konsekvenser for grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold» (Barne- og familiedepartementet, u.å.; Stortinget, u.å.).

I tillegg til formell lovgivning, uttrykker norske myndigheter forventninger til norske selskaper om ansvarlig næringsliv eller som kan knyttes til bærekraftig virksomhet. For eksempel fremgår det gjennom «Eierskapsmeldingen» at staten forventer at «selskapet har en overordnet plan for bærekraftig verdiskaping», at «selskapet utarbeider og implementerer tydelige mål og strategier og rapporterer på disse», og at «valg av risikonivå er en integrert del av selskapets strategi» (Nærings- og fiskeridepartementet, 2019, s. 76). I Statens eierrapport (tidligere «eierberetning»), som er årsrapporten for statens direkte eierskap i 71 norske selskaper, beskrives blant annet hvordan staten utøver sitt eierskap, og selskapenes strategi, måloppnåelse og økonomiske utvikling (Nærings- og fiskeridepartementet, 2020a, 2021). I

tillegg til disse og flere nasjonale dokumenter som beskriver statens rolle innen samfunnsansvar, følger Norge blant annet OECD Guidelines on Corporate Governance of State-Owned Enterprises.

I tillegg til å slutte seg til internasjonale normer og standarder, og følge nasjonal lovgivning og myndighetenes forventninger, har selskaper gjerne sine egne, interne normer for ansvarlig næringsvirksomhet. Noen raske søk blant store norske selskaper viser at selskapene har publisert slikt som «etiske retningslinjer», «etiske regler for leverandører», «regler for etikk og samfunnsansvar», «regler for arbeidsetikk», «regler for forretningspraksis» og liknende.⁴ Disse publikasjonene nevner for eksempel at selskapet skal overholde internt og eksternt regelverk, vektlegge miljø og klima, opptre på en etisk, bærekraftig og samfunnsansvarlig måte, bidra til lokal utvikling, vise respekt for FNs menneskerettigheter og arbeidstakerrettigheter, og/eller bidra til en bærekraftig utvikling.

Denne delen har vist at feltet samfunnsansvar er mangfoldig og komplekst med en forskjellige forståelser av konseptet, normer på ulike nivåer, begreper og aktører. I neste kapittel gir jeg en gjennomgang av tidligere forskning og skriver om denne studiens bidrag.

⁴ Av anonymitetshensyn viser jeg ikke til de konkrete selskapene eksemplene er hentet fra.

3. Tidligere forskning og denne studiens bidrag

«Though CSR has been more or less controversial over the past 50 years or so—— [*sic*] the modern era of the concept—— [*sic*] it has continued to expand in support, adaptation and applications by businesses and academics alike» (Carroll, 2015a, s. 95). Dette sitatet fremhever både diskusjonen rundt konseptet samfunnsansvar i litteraturen og aktualiteten CSR-konseptet fortsatt synes å ha, både i næringslivet og i forskningen (Crane, McWilliams, Matten, Moon, & Siegel, 2008; Latapí Agudelo, Jóhannsdóttir, & Davídsdóttir, 2019). En fullstendig oversikt over litteraturen faller utenfor rammene til denne oppgaven. Denne litteraturgjennomgangen knyttet til forskningen om selskaper og samfunnsansvar, inkludert noe om bærekraftig utvikling, bør sees i sammenheng med diskusjonen av utviklingen av samfunnsansvarskonseptet i kontekstkapittelet.

Hva vi forstår med samfunnsansvar og hvilke begreper ulike aktører bruker, er stadig i endring og påvirkes av samfunnsforholdene ellers. Blowfield og Murray (2014, s. 28) indikerer at samfunnsutviklingen påvirker både forventningene til næringslivet og næringslivets forhold til samfunnet ellers. Som Frynas (2009, s. 4) påpeker, avhenger betydningen av næringslivets samfunnsansvar av hvordan ulike aktører praktiserer det, og av den sosiale, spesielt nasjonale, konteksten. Eide og Heggelund (2020, s. IV) finner en lignende dynamikk i en masteroppgave om samfunnsansvar om det norske selskapet Yara, hvor de argumenterer for at «samfunnsansvar som konsept har eit dynamisk meiningsinnhald» og at «organisasjonar ikkje eksisterer i eit vakuum».

CSR-konseptet knyttes videre til et stort mangfold av andre begreper for å beskrive selskapers ansvar for miljø og samfunn (se f.eks. Boasson, Wettestad, & Bohn, 2006), og samfunnsansvar kompliseres ytterligere når stadig nye begreper kommer til, «aimed variously at replacing, redefining or complementing the CSR concept» (Frynas, 2009, s. 4). I sin studie av oppfatninger og forståelser av CSR hos ni europeiske oljeselskaper (herunder to norske) fant Boasson et al. at begrepene «corporate responsibility» og «corporate social responsibility» var de mest populære (2006, s. 2). Denne studien er 15 år gammel, men det er interessant at allerede da diskuterte de begrepsbruken på feltet. Bare tre år senere antydet Frynas at begreper som «CSR» var på vei ut, og at begreper som «sustainable development», eller bare «sustainability», var i frammarsj (2009, s. 4). Også Carroll (2015a, s. 90) har beskrevet flere «complementary and competing ideas or frameworks» til CSR, og trekker

spesielt fram «corporate citizenship», «sustainability», og «Creating Shared Value» (om sistnevnte, se særlig Porter & Kramer, 2019). I en litteraturgjennomgang av de mest relevante akademiske bidragene og offentlige begivenhetene som har påvirket utviklingen av CSR, antyder også Latapí Agudelo, Jóhannsdóttir, & Davídsdóttir (2019, s. 1) et skifte innen samfunnsansvar mot «shared value», hvorpå de oppsummerer funnene sine som at

the understanding of corporate responsibility has evolved from being limited to the generation of profit to include a broader set of responsibilities to the latest belief that the main responsibility of companies should be the generation of shared value. The findings also indicate that as social expectations of corporate behavior changed, so did the concept of Corporate Social Responsibility.

I nyere litteratur er det flere som inkluderer perspektiver om bærekraftig utvikling når de behandler næringslivets samfunnsansvar. Eksempler er menneskerettigheter og næringslivets engasjement i FNs bærekraftsmål (Elgesem & Høstmælingen, 2019, s. 42) og «Corporate Sustainability, Social Responsibility and Environmental Management» (Camilleri, 2017). Dobers og Springett (2010, s. 64) hevder at CSR deler viktige normative målsettinger med konseptet bærekraftig utvikling, og at diskurser om hvert konsept ofte knyttes eller forveksles med hverandre.

Utviklingen på det empiriske feltet har bidratt til at Eide og Heggelund beskrev at et selskap kan bruke begrepet «CSR», men fyller «konseptet samfunnsansvar» med et «berekraftsfokus», og at selskapers «måte å fylle konseptet med deira tolking koplar seg på allereie eksisterande praksisar i verksemda» (Eide & Heggelund, 2020, s. IV, se også s. 63). Kort oppsummert kan en si at normene som skapes for begrepsbruk rundt, og forståelse og praksis av, samfunnsansvar i en virksomhet påvirkes av både en indre og en ytre kontekst, eller av både interne og eksterne dynamikker.

Boasson et al. (2006) og Mares (2007) har identifisert at mange europeiske selskaper slutter seg til internasjonale instrumenter, slik som OECDs retningslinjer og UN Global Compact. Dette er i tråd med Axelsen (2015, s. 12) sitt argument om at det er en europeisk tradisjon for at næringslivets samfunnsansvar i stor grad har vært «regulert gjennom det institusjonelle rammeverket, både gjennom normer og verdier i samfunnet og det juridiske rammeverket» (Axelsen, 2015, s. 12). Boasson et al. (2006, s. 21) fant også at noen europeiske selskaper

anser samfunnsansvar først og fremst som et middel mot målet om å følge formell lovgivning: «they give prime emphasis to CSR being a tool to achieve compliance with mandatory social and environmental legislation». En motstridende forståelse av dette vil være at samfunnsansvar er noe «utover det som er pålagt dem av det juridiske rammeverket» (se f.eks. Axelsen, 2015, s. V).

I gjennomgangen av tidligere forskning har jeg sett at selskaper kan organisere samfunnsansvar på ulike måter. Eide og Heggelund (2020) viste at ikke alle selskaper har egne avdelinger dedikert til å jobbe med CSR. Boasson et al. (2006) indikerte at mange selskaper har egne interne, spesifikke strategier og retningslinjer for ulike områder. Strategier som påvirker selskapets tiltak under samfunnsansvar kan være utarbeidet ut fra økonomiske hensyn, for eksempel som Offerdal (2012) påpeker: «med tanke på posisjonering og merkevarebygging». Carroll (2015a, s. 95) hevdet at «businesses engage in CSR because they see in the framework the benefits for them as well as society».

Boasson et al. sin «Mapping of Company Perceptions» (2006) og Eide og Heggelund (2020) sin casestudie av Yara er to av få studier som tar for seg forståelser av samfunnsansvar i konkrete europeiske, spesielt norske, selskaper. Det er enda færre samfunnsvitenskapelige, særlig (retts)sosiologiske, studier, og jeg har ikke funnet noen som undersøker selskapenes egne narrativer. Andre masteroppgaver om norske selskaper og samfunnsansvar konsentrerer seg om andre forhold, slik som mediedekning av et selskaps engasjement (Reiten, 2007), statlig eierskap (Luthen, 2009), samarbeid mellom et selskap og en NGO (Ofstad, 2009), CSR-innsats og demokratibyggingspotensiale (Offerdal, 2012), motiver for å ta samfunnsansvar (Axelsen, 2015), virkninger av medlemskap i næringsklynger på CSR (Wisløff & Gundersen, 2016) og samsvar mellom vedtatte strategier og praksis (Fuglset, 2020).

Denne studien bygger videre på de eksisterende bidragene i litteraturen, og fremmer retts sosiologiske diskusjoner rundt sosialkonstruktivisme, normprosesser, narrativer og rettspluralisme innen næringslivets samfunnsansvar. Mens noen tidligere casestudier har gått i dybden på ett selskap, analyserer og beskriver jeg narrative som kom til uttrykk gjennom intervjuer med åtte informanter fra seks forskjellige norske selskaper. Jeg anvender et sammensatt teoretisk rammeverk bestående av sosialkonstruktivisme og retts sosiologisk teori. I studien utvikler jeg mer spesifikt våre empiriske og teoretiske forståelser av hva selskaper

forteller om samfunnsansvar og hvordan sosialkonstruktivisme og rettspluralisme kan belyse funnene i selskapenes narrativer. Jeg beskriver hvordan selskapenes narrativer viser rettspluralismen på feltet, og hvordan selskapene har stor frihet til å fylle det normative konseptet samfunnsansvar med innhold tilpasset egen virksomhet og dermed bidrar til mer rettspluralisme. Denne beskrivelsen belyser også koblinger mellom narrativer om flere konsepter og målsettinger, som bærekraftig utvikling og selskapets lønnsomhet. Analysen av selskapenes narrativer og den teoretiske diskusjonen rundt funnene leder til spørsmålet om hva som blir igjen av normene om samfunnsansvar, og om ikke normene mister betydning og funksjon.

4. Teoretisk rammeverk

Inspirert av grounded theory-tilnærmingen har jeg ved hjelp av informantenes perspektiver i datamaterialet oppdaget hvilke teoretiske tilnærminger som egner seg til å analysere og diskutere funnene i studien. Jeg har avgrenset meg til å inkludere det som er mest relevant for empirien jeg studerer, nemlig selskapers narrativer om samfunnsansvar. Det første teoretiske utgangspunktet jeg redegjør for, er en sosialkonstruktivistisk tilnærming. Den legger særlig vekt på menneskers virkelighetsforståelse og konstruering av virkeligheten, herunder aktørers konstruksjon av normer. Videre har jeg valgt å bruke enkelte perspektiver under fagfeltet mikrososiologi, som også passer med sosialkonstruktivismen og som vil hjelpe meg ytterligere til å belyse hvordan sosiale fenomener blir konstruert gjennom interaksjon mellom mennesker. Deretter presenterer jeg konseptet rettspluralisme som fremhever mangfoldet av normer som eksisterer og konkurrerer, særlig i den globaliserte verden som selskapene i min studie opererer i. Til slutt kombinerer jeg disse perspektivene for å forklare blant annet normprosesser og hvordan mangfoldet av normer skapes, samt påvirkningsforhold mellom normer, diskurser og narrativer.

4.1. Sosialkonstruktivisme

Ettersom jeg undersøker utvalgte informanters narrativer – deres fortellinger eller konstruksjoner om forståelser og praksis – rundt det spesifikke fenomenet samfunnsansvar, kan en si at jeg undersøker informantenes virkelighetsforståelser. I sosiologien kan vi studere samfunnet og menneskers virkelighetsforståelse med en sosialkonstruktivistisk tilnærming.⁵ Sosialkonstruktivismen⁶ ble særlig utviklet i sosiologisk vitenskap på 1960-70-tallet, og Berger og Luckmann får ofte æren for å ha gitt «utstrakt kjennskap til termen» gjennom boken *The social construction of reality* i 1966 (Bruknaap, 2009, s. 20).

Sosialkonstruktivisme handler om å betrakte menneskers virkelighetsforståelse og sosiale

⁵ Det finnes mange forskjellige sosialkonstruktivistiske tilnærminger og det er vanskelig å gi én beskrivelse som dekker alle (Burr, 1995, i Winther Jørgensen & Phillips, 1999, s. 13). Jeg velger derfor å begynne med en beskrivelse fra et klassisk verk innen sosiologien, nemlig boken til Berger og Luckmann (Berger & Luckmann, 2000), og så bygge videre med perspektiver og tilnærminger som er viktige for min studie.

⁶ I motsetning til noen andre som bruker «sosialkonstruksjonisme» (se f.eks. Winther Jørgensen & Phillips, 1999), bruker jeg i denne teksten enten «sosialkonstruktivisme», «sosial konstruktivisme» eller bare «konstruktivisme». Dette fordi disse begrepene ligger nærmest «konstruktivisme» som brukes i den norske oversettelsen av Berger og Luckmann (2000), og engelske «constructivism» som brukes av blant andre Krook og True (2012). Videre eksisterer en debatt om hvorvidt (sosial)konstruktivisme stammer fra individer eller den sosiale konteksten; hvor «constructivism» og «social constructivism» viser til hhv. individuelle og kollektive prosesser (Samy & Robertson, 2017, s. 445). I denne studien ser jeg på sosiale interaksjoner og ikke isolerte individer.

eksistens som «menneskelig konstruert», samtidig som menneskelige perspektiver er formet av sosiale faktorer (Berger & Luckmann, 2000). I dette ligger det at mennesker og menneskers oppfatning av virkeligheten kontinuerlig formes av opplevelser, situasjoner og kommunikasjon med andre.

Sosialkonstruktivismen ligger tett opp til fenomenologien. De skiller seg likevel i det at sosialkonstruktivismen ikke ser samfunnet som en objektiv størrelse, men heller betrakter virkeligheten som samfunnsskapt fordi vi må forstå den på basis av sosiale faktorer, altså at vi må fortolke den (Bjørntomt, 2020, s. 27; Tjora, 2012, s. 21). I tillegg har sosialkonstruktivismen «en kritisk kraft som ikke tar det umiddelbare for gitt» (Bruknaap, 2009, s. 21)⁷. Sosialkonstruktivisme kan brukes til å forklare hvordan «ulike folk kan ha fullstendig ulike oppfatninger av ‘samme’ fenomen» (Tjora, 2012, s. 21).

Det at virkeligheten er sosialt konstruert som et resultat av sosiale prosesser og interaksjoner mellom mennesker, gir språket en særlig viktig betydning i sosialkonstruktivismen (Burr, 2015, s. 10-11). I denne studien undersøker jeg selskapenes narrativer og språket informantene bruker som uttrykk for konstruksjoner av virkelighetsoppfatninger. Denne studien gir imidlertid verken en språklig analyse eller en konvensjonell kriminologisk narrativ studie. Jeg utforsker ikke hvordan individets fortelling er konstituerende for individets fremtidige handlinger. Snarere undersøker jeg hvordan selskapenes fortellinger om samfunnsansvar fragmenterer innholdet i konseptet. Fokus ligger med andre ord på konseptene og forståelsene av dem som kommer til uttrykk i informantenes narrativer heller enn på språket i seg selv.

Fra et sosialkonstruktivistisk perspektiv er språk en av de viktigste måtene vi konstruerer våre sosiale verdener på, gjennom bruk av kategorier og konsepter (Burr, 2015, s. 4, 10). Basert på Burr (2015) skriver Lien (2016, s. 7) at «dette handler om at vi navngir og kategoriserer mennesker og ulike fenomener på bakgrunn av hva vi oppfatter som sant eller riktig». Burr hevder at det vi ser på som sannhet er våre nåværende aksepterte måter å forstå verden på. Det er altså ikke objektive observasjoner av verden, men et produkt av de sosiale prosessene og interaksjonene der mennesker hele tiden engasjerer seg med hverandre (Burr, 2015, s. 5).

⁷ Dette i motsetning til positivistiske tilnærminger, som innebærer en nettopp mer objektiv virkelighetsforståelse (se f.eks. Samy & Robertson, 2017).

Burr argumenterer for at kategoriene og konseptene hver av oss bruker når vi tenker og skaper mening, skaffer vi oss gjennom hverdagslig språkbruk og reproduksjon innad i en felles kultur og språk. Slik blir språk en nødvendig forutsetning for tanken (Burr, 2015, s. 10). Dette harmonerer også med Bruknapps beskrivelser av Berger og Luckmann (2000) sine antakelser om at «vårt hverdagsliv både består av og fungerer på grunn av det språket vi deler med våre medmennesker og at språket vårt er med på å bygge opp klassifiseringssystemer som hjelper oss å lagre vår kunnskap» (Bruknapp, 2009, s. 21). For denne studien betyr dette at informantenes narrativer blir formet av språket de kjenner til og bruker i hverdagen, noe som formes av for eksempel kulturen innad i selskapet eller sektoren de jobber i.

Når det gjelder språkbruk i relasjon til næringslivets samfunnsansvar eller bærekraft, kan en i lys av kritiske og konstruktivistiske perspektiver argumentere for at selskapene er med på å styre ordvalg og innholdet i sentrale begreper på feltet. Bowen (2014) argumenterer for at vi trenger et felles språk for å beskrive endringene næringslivet gjør av hensyn til miljøet, men at selskapene selv kan påvirke språkbruken i kraft av å være det hun kaller for «architects of change». Ifølge Bowen (2014) kan vi se selskapers rolle som «diskurskonstruktører», for eksempel innen temaer om miljøforringelser og konsekvenser av det. Bruken av begreper eller symboler som «bærekraftig», «karbonnøytral» og «grønt» har økt enormt de siste tiårene, og meningen i slike nye symboler utvikler seg gjennom samtaler og interaksjoner mellom aktører i samfunnet (Bowen, 2014, s. 2-3).

Burrs argumenter kan fylles ut med innsikter fra symbolsk interaksjonisme, som er en annen del av sosiologisk teori som sosialkonstruktivismen til Berger og Luckmann bygger på (Burr, 2015, s. 15). Symbolsk interaksjonisme er en teori innen mikrososiologi som hevder at «betydningen av sosiale fenomener ikke er objektiv eller bestemmes av sosiale strukturer, men oppstår i konkrete relasjoner mellom mennesker» (Goffman, 1990/1959, i Johansen, 2013, s. 519, min oversettelse). Det er interaksjoner mellom mennesker som medvirker til å definere sosiale fenomener, noe som også betyr at ulike forståelser av fenomener er foranderlige over tid. «Det er interaksjonen og kommunikasjonen som utgjør de symbolske formidlingene som medvirker i å definere situasjoners betydning» (Blumer, 1986/1969, i Johansen, 2013, s. 519, min oversettelse). Mikrososiologien ellers er også relevant for undersøkelser av retten, for eksempel i analyser av ulike aktørers forskjellige forståelser av regler; den «gir innblikk i hvordan individer fortolker og tillegger rettslige fenomener betydning» (Johansen, 2013, s. 517).

4.2. Rettspluralisme

Siden slutten av 70-tallet har fenomenet og begrepet «rettspluralisme» vært et sentralt studiefelt i rettssosiologien (Thuesen, 2013, s. 559-560). Bakgrunnen for rettspluralisme finner vi i globalisering og diskusjoner rundt normsystemer og institusjoner, samt såkalte semiautonome rettssystemer og rettspraksiser. Disse kan enten konkurrere med, supplere eller eksistere parallelt med statlige rettsordener (Thuesen, 2013, s. 559). Rettspluralisme er et begrep kan defineres som sameksistensen av ulike og parallelle rettssystemer som samtidig og til dels i kollisjon kan være relevante for de samme rettssubjekter på et sosialt felt (Griffiths, 1986, i Baier et al., 2019, s. 92; Sand, 2017, s. 151). Fra et pluralistisk perspektiv består retten av «overlappende systemer av normer, hvor noen av disse har sin opprinnelse i det statlige rettssystemet, mens andre er basert på andre atferdsmønstre og institusjoner» (Dalberg-Larsen, 1994, i Thuesen, 2013, s. 560, min oversettelse). Dette perspektivet strider mot tidligere oppfatninger i klassisk rettssosiologi hvor rettens enhet knyttet til staten og dens suverenitet (Sand, 2017, s. 155; Thuesen, 2013, s. 560). En kan skille mellom svak og sterk rettspluralisme, hvor førstnevnte kan ses sammen med et juridisk utgangspunkt som det nevnte i klassisk rettssosiologi, mens det andre er mer en sosiologisk rettspluralisme hvor en ser på en sosial orden bestående av flere observerbare kilder til retten (Baier et al., 2019, s. 93-94; Thuesen, 2013, s. 559-563).

Rettsantropologen Sally Falk Moore lanserte begrepet «det semiautonome sosiale felt» for å analysere det dynamiske samspillet mellom lovgivning og sosiale normer og prosesser. Det semiautonome sosiale felt kjennetegnes av «en evne til å generere regler som feltets aktører tvinges eller oppmuntres til å overholde» (Thuesen, 2013, s. 562). Næringslivets samfunnsansvar kan sies å være et slikt felt hvor ulike aktører (myndighetene, organisasjoner, selskapene selv) lager lover eller retningslinjer for ansvarlig næringsliv, og dermed tvinger eller oppmuntret næringslivet til å ta samfunnsansvar. Rettssosiologen John Griffiths bygget videre på Moore da han utviklet et deskriptivt sosiologisk begrep om rett som innebærer selvregulering og som inkluderer også uformelle ikke-statlige normative ordener (Thuesen, 2013, s. 562).

Teori om rettspluralisme kan benyttes til å betrakte pluralisme på ulike nivåer. Det kan argumenteres for at rettens internasjonalisering og desentralisering i relasjon til

nasjonalstatene gir grunnlag for å si at nåtidens rett er polysentrisk (Zahle og Petersen, 1995, i Thuesen, 2013, s. 564). Sand (2017) beskriver rettens polysentri som variasjoner og mangfoldighet innenfor og på tvers av det hun betegner som rettssystemer. Dette innebærer typisk at retten og rettshåndhevelse springer ut fra forskjellige og delvis autonome kilder som ikke nødvendigvis har en hierarkisk relasjon. Dette perspektivet kan sies å være «utadvendt», mens perspektivet jeg bruker i oppgaven er «innadvendt». Med det mener jeg at jeg ikke forsker mest på de internasjonale innflytelsene på retten, men mer på et mikrososiologisk nivå. I denne studien er rettspluralismen mest relevant når jeg ser på det lokale nivået og hvordan aktørene også har innflytelse på normene.

Når vi undersøker næringslivets samfunnsansvar kan det likevel bli behov for å supplere lokale og nasjonale perspektiver på retten med et transnasjonalt eller globalt perspektiv. Rettspluralisme kan sies å være et resultat av økt globalisering og internasjonalisering av retten (Baier et al., 2019). Det ser vi for eksempel gjennom økningen av regionale og internasjonale traktater om samme typer rettsforhold som reguleres nasjonalt (Sand, 2017, s. 152). Noen ganger er ikke forholdet mellom de ulike institusjonelle nivåene presist regulert, og da kan det være rettslig uavklarte eller kompliserte spørsmål som spesielt ved implementering gir ulike tolkninger og nye rettsordener i ulike kontekster (Sand, 2017; Thuesen, 2013).

En uformell rettshåndheving knyttet til et «semiautonomt sosialt felt» kan være utstrakt over forskjellige landegrenser (Thuesen, 2013, s. 567), slik tilfellet er for transnasjonalt næringsliv og globale verdikjeder. Thuesen skriver: «Hva angår uformell rett i transnasjonalt perspektiv, finnes det allerede en del retts sosiologiske studier av hvordan store multinasjonale selskaper løser sine innbyrdes konflikter på uformelt vis med utgangspunkt i uformelle rettsnormer, meglings og voldgift utenfor de statlige rettssystemer» (2013, s. 567, min oversettelse). Konfliktløsning i multinasjonale selskaper er ikke en del av min studie av norske selskaper og samfunnsansvar, men sitatet egner seg likevel til å illustrere relevansen rettspluralisme har for transnasjonalt næringsliv som flere av selskapene i studien er del av, enten fordi de opererer i flere land eller fordi de har varer eller tjenester som en del av globale verdikjeder. Hovedpoenget er likevel at økonomiens globalisering fører til dannelsen av et mangfold av «handelsbaserte og tekniske normer som håndheves uavhengig av statlig suverenitet» (Thuesen, 2013, s. 567, min oversettelse). Dette støtter også det tidligere nevnte argumentet om at statlig lovgivning ikke er den eneste normkilden innen samfunnsansvar.

4.3. Konstruktivism: Normer som prosess

Til slutt vil jeg sette konstruktivismen og rettspluralisme tydeligere i sammenheng med normdannelse og normutvikling. Dette er en viktig teoretisk ramme for studien min av samfunnsansvar ettersom det både eksisterer mange normer på feltet allerede, og fordi normene er i stadig utvikling. Konstruktivistiske studier av normer, og særlig internasjonale normer, preges av et spenningsforhold mellom forståelsen av normer som en «ting» med et statisk innhold som innlemmes i ulike kontekster, og ideen om at normer er noe dynamisk som endrer seg gjennom tilpasning og innlemmelse (Krook & True, 2012, s. 103). Krook og True hevder at normer fortsetter å utvikle seg etter at de er blitt til. På den måten blir normer i seg selv betraktet som dynamiske «prosesser» eller «pågående arbeid» fremfor statiske, ferdige produkter (Krook & True, 2012, s. 104). Normprosessene innebærer at normene utvikles på grunn av pågående kritikker samt samspill med og/eller endringer i innholdet til andre normer under utvikling (Krook & True, 2012, s. 117).

Krook og True argumenterer for at mens det i forskning er en klar interesse for normdannelse, er det gitt relativt lite oppmerksomhet til prosessene som skaper og fortsetter å forme og forandre disse normene (2012, s. 108). I denne forbindelse er også betraktninger om hvem som endrer normer relevant. I motsetning til en tradisjonelt konstruktivistisk tilnærming til normers «enveisprosess» (at normer blir til og så spres og internaliseres), hevdes det at ulike aktører er meklere av normer og at de bidrar til å gi normene forskjellig innhold med henseende til det normative miljøet for øvrig (Krook & True, 2012, s. 108).

Krook og True (2012) bruker en diskursiv tilnærming med fokus på normer som en meningsdannende prosess for å analysere normenes opphav, tilpasning og innlemmelse i ulike kontekster. Det innebærer en forståelse av at diskurser former mennesker og deres handlinger ved å danne grunnlaget for meningsdannelser og utgangsposisjoner for tale og viten (Epstein, 2008, i Krook & True, 2012, s. 108).⁸ Diskurser henger tett sammen med narrativer, som er det jeg fokuserer på i denne studien. Det kan sies at narrativ i seg selv er en diskursiv form (Presser & Sandberg, 2015, s. 2). Videre kan en se gjensidige påvirkningsforhold mellom diskurser og narrativer på individnivå, og det kan argumenteres for at narrativer både er

⁸ Dette betyr imidlertid ikke betyr at alle har like mye makt i de sosiale konstruksjoner, da makt er en integrert og bestemmende del av prosessene.

innebygd i og utvikler seg fra diskurser (Presser & Sandberg, 2015, i Dyrstad, 2020, s. 20). Som nevnt i begrepsavklaringen i introduksjonen diskuterer ikke jeg diskurser i denne studien, men likevel utfyller disse perspektivene min analyse av informantenes narrativer.

5. Metode

Formålet med masterprosjektet mitt var å studere norske selskaper innen olje-, energi- og industrisektorene sine fortellinger om hvordan de forstår og hvordan de sier at de praktiserer næringslivets samfunnsansvar. Problemstillingen var: «Hvilke narrativer uttrykker norske selskaper om næringslivets samfunnsansvar?». Tematisk kan en si at problemstillingen min består av tre tett sammenvevde komponenter, hvor den første handler om hvordan norske selskaper forstår samfunnsansvar, den andre går ut på hvorfor selskaper engasjerer seg i samfunnsansvar, og den tredje handler om hvordan selskaper sier at de innlemmer samfunnsansvar i virksomheten sin. For å undersøke og svare på dette fant jeg det nyttig å bruke kvalitative dybdeintervjuer. Datamaterialet i studien bestod dermed av transkriberinger fra intervjuene som jeg analyserte med en tilnærming inspirert av grounded theory.

5.1. Design

Jeg benyttet en tolkende eller hermeneutisk forskningslogikk for å finne fram til en ny og kompleks tolkning av hvilken mening selskapene tillegger begreper, strategier og handlinger relatert til det å ta samfunnsansvar. Til dette passet det best med et design hvor jeg studerte hvordan representanter for et utvalg selskaper forstår fenomenet samfunnsansvar og hvordan de sier at de praktiserer samfunnsansvar i sine virksomheter (Bukve, 2016, s. 83, 87, 121).

Ettersom jeg hadde et mål om å gi en kompleks og empirinær tolkning av informantenes forståelse og praksis rundt samfunnsansvar, var forskningsdesignet og analysestrategien inspirert av en grounded theory-tilnærming. Med *inspirert av grounded theory* mener jeg at jeg ikke har fulgt alle retningslinjer grundig, men at fremgangsmåten min har flere likhetstrekk med den tilnærmingen. Jeg ønsket ikke at teorien skulle påvirke og muligens skape skjevheter i tolkningen min, så jeg prøvde heller å la datamaterialet snakke for seg (så mye som mulig) (Glaser og Strauss, 1967, referert i Flick, 2014, s. 137). I grounded theory strukturerer datamaterialet konkretiseringen av det overordnede temaet i oppgaven underveis (Creswell & Poth, 2018, s. 82-85). Med grounded theory-tilnærmingen ble ikke teori anvendt på selskapene i utvalget, men «oppdaget» og formulert underveis i arbeidet med intervjuene (Flick, 2014, s. 137).

Jeg har hatt en *eksplorerende* og *induktiv* tilnærming til datamaterialet, hvilket innebærer at jeg har brukt konklusjonene jeg trakk fra et utvalg og forsterket betydningen deres for et

fenomen utenfor utvalget (Bukve, 2016, s. 62; Tjora, 2012, s. 223). Jeg er imidlertid klar over at kontekstuelle faktorer kan gjøre funnene mine mindre relevante for andre caser. Derfor har jeg søkt å finne en balanse mellom å kunne finne noe som går utover casen i seg selv, samtidig som at jeg ikke har hatt et klart mål om generalisering (Bukve, 2016, s. 83).

Etter kvalitative undersøkelser som semistrukturerte intervjuer har forskeren typisk et omfattende og ustrukturert datamateriale, og det finnes ikke bare én fremgangsmåte for å analysere dette (Bryman, 2016, s. 569). Da analysen skulle skrives måtte jeg som forsker velge å inkludere noe og ekskludere det som for eksempel bare noen få informanter snakket om. Grounded theory-tilnærmingen er empirinær, men jeg anvendte den slik at det ikke betyr at all empiri måtte være med (Flick, 2014).

For å besvare problemstillingen «hvilke narrativer uttrykker norske selskaper om næringslivets samfunnsansvar?» var det nettopp narrative til selskapene jeg skulle analysere, og det gjorde jeg gjennom koding. Jeg gjennomførte ikke narrativ analyse (se Flick, 2014, s. 282 flg.), men analyse av narrativer. Basert på definisjonen av «narrativer» som jeg ga i introduksjonen, analyserte jeg hva og hvordan informantene, som representerer selskapene, fortalte om samfunnsansvar. Jeg hadde verken mål om eller egnet datamateriale til å analysere hva selskapene «faktisk gjør», men tok utgangspunkt i de narrative jeg fant i analysen av intervjuene.

5.2. Utvalg

Jeg hadde tre hovedgrupper med mennesker som kilder til informasjon: eksperter, representanter fra selskaper og representanter fra kontrollorganer. Da jeg gjorde utvalget vurderte jeg tilgjengelighet og at informantene skulle omfattes av noenlunde samme kontekst. Jeg fant det derfor hensiktsmessig å avgrense utvalget geografisk til norske enheter (selskaper og kontrollorganer) med base i Norge, selv om flere av dem også opererer i andre land. Hovedsakelig er enhetene underlagt mye av den samme norske lovgivningen og sosiale normene i den norske kulturen, noe som skaper et godt sammenlikningsgrunnlag. Informanter fra en rekke ulike sektorer og land kunne også vært interessant, men det ville blitt veldig omfattende, og andre spørsmål enn det jeg ønsket å undersøke hadde tatt mer oppmerksomhet.

Før jeg gjennomførte intervjuer med selskaper og kontrollorganer gjennomførte jeg tre innledende såkalte ekspertintervjuer med personer som enten jobber eller har jobbet med sosiale og rettslige normer relevante for ansvarlig næringsliv. Dette var det eneste utvalgsriteriet for denne gruppen. Disse intervjuene ga meg en bred oversikt over feltet og forberedte meg til de andre intervjuene. De ga meg også nyttig innsikt i normenes utvikling og selskapers praksis fra et annet perspektiv enn selskapene selv.

Hva angår rekrutteringen av ekspertene, tok jeg utgangspunkt i personer jeg allerede kjente til fra tidligere studier, som fra da jeg skrev bacheloroppgave om næringslivets samfunnsansvar. Ellers fant jeg dem gjennom nettsidene til forskningsinstitusjonen de tilhører. Jeg kontaktet fire eksperter fra et akademisk miljø, og fikk positivt svar fra tre som jeg valgte å intervju. Til tross for nærliggende fagområder har informantene forskjellige spesialiseringer og de belyste ulike sider av samfunnsansvar og bidro med nye perspektiver til studien. Det mener jeg er det viktigste for dataens kvalitet i denne sammenhengen. Videre samsvarte flere av ideene og argumentene jeg fant i analysen med hva jeg hørte i intervjuene med ekspertene, og det ga en bekreftelse for hvordan jeg kunne forstå datamaterialet.

Den viktigste gruppen med informanter var representanter fra et utvalg norske selskaper i industri-, olje- og energiindustriene. Disse bidro med mest data for å besvare problemstillingen.

Jeg rekrutterte i utgangspunktet én representant fra hvert selskap. Fra to av selskapene intervjuet jeg imidlertid to representanter: i det ene tilfellet samtidig, og i det andre i hvert sitt intervju. I det første tilfellet var det etter informantenes eget ønske. I teksten kaller jeg disse to informantene «Ingrid og Oscar», men behandler dem som én informant fra det ene selskapet og skiller ikke på hvem av dem som sa hva. I det andre tilfellet hadde jeg først et intervju med en informant som jobbet med sosiale aspekter av næringslivets samfunnsansvar, og hvor vedkommende selv foreslo at jeg kunne snakke med en kollega som spesialiserte seg i miljø- og klimaspørsmål. Jeg takket ja til muligheten og intervjuet dermed også kollegaen, slik at jeg kunne få et så komplekst og innholdsrikt materiale fra dette selskapet som mulig, noe som vil styrke kvaliteten på dataen fra det selskapet. Disse to informantene har jeg kalt «Sunniva» og «Bjørn», og de behandles som to selvstendige informanter, men som representanter for det samme selskapets narrativ. Ingen av disse nevnte tilfellene med to representanter fra likt selskap forstyrret designet mitt, men bidro heller til dybde i undersøkelsene mine. For andre

informanter har jeg, av hensyn til tid og omfang på oppgaven, akseptert at noen kan mer om ett område enn andre og likevel søkt å dekke så mange aspekter som mulig gjennom utfyllende intervjuguider.

Jeg valgte i utgangspunktet selskaper som er helt eller delvis statlig eid, fordi de da er underlagt omtrent like forventninger fra norske myndigheter. Videre valgte jeg selskaper fra olje- og gasssektoren fordi den sektoren har vært ledende i utviklingen av CSR, og fordi virksomhetene har tydelig innvirkning på miljø, klima og mennesker (Frynas, 2009, s. 6). Sistnevnte er et kriterium jeg har satt fordi miljø, klima og mennesker er sentralt for konseptet samfunnsansvar (se f.eks. Dahlsrud, 2008). For å kunne inkludere noen flere store, statseide selskaper inkluderte jeg også noen fra industriktoren, som også oppfyller kriteriet om innvirkning på miljø, klima og mennesker. Det bør nevnes at ett av selskapene jeg intervjuet ikke er et industri-, olje- eller energiselskap i seg selv, men eies av Olje- og energidepartementet og jobber tett med saker relatert til selskapers samfunnsansvar.

De ovennevnte utvalgsriteriene var ikke helt absolutte, men dannet et utgangspunkt for rekrutteringen. I begynnelsen måtte jeg være noe fleksibel for ikke å ekskludere mange og bli sittende med altfor få informanter. Jeg fikk blant annet muligheten til å rekruttere ett privat selskap gjennom en bekjent, og gjorde det med begrunnelsen at det kunne bli vel så nyttig å sammenlikne narrativene til statseide mot ikke-statlige selskaper. Kun ett selskap er helt privat eid, og ett er kommunalt eid, men disse var like fullt nyttige å ha med fordi de inngår i den norske konteksten og sektorene som de andre selskapene opererer i. Statens eierskap omhandler de statseide selskapene, men mange av myndighetenes forventninger retter seg mot *alle* næringslivsaktører og berørte parter (Utenriksdepartementet, 2019a). Videre forholder det private selskapet og det kommunalt eide selskapet seg til mange av de samme normene, og går igjennom liknende prosesser med tolkning og innlemmelse, som de statseide.

Til rekrutteringen i selskapene sendte jeg enten e-post direkte til selskapene ved hjelp av kontaktinformasjon jeg fant på nettsidene deres, eller så benyttet meg av mitt personlige nettverk. Jeg sendte e-poster enten direkte til personer jeg anså relevante, for eksempel bærekraftsansvarlige, eller til sentralbord for så å bli videresendt til aktuelle informanter. Fra nettverket mitt har jeg dratt nytte av egne eller venner og bekjentes familiemedlemmer som jobber i relevante selskaper. Disse var ikke selv aktuelle informanter, men fungerte som «portvakt» (Creswell & Poth, 2018, s. 156; Fangen, 2010, s. 67). «Portvakten» var min første

kontakt med selskapet, og med innpass i selskapet kunne vedkommende åpne dører for meg ved å sette meg i direkte kontakt med sin kollega som ble deltaker i studien. Når jeg først fikk opprettet kontakt med aktuelle informanter, samtykket de fleste veldig raskt til deltakelse. Av ni selskaper jeg kontaktet, var det kun én som takket nei til deltakelse og to som ikke svarte overhodet.

Jeg endte til slutt med å bare rekruttere personer som jobber aktivt med samfunnsansvar og bærekraft til daglig, samt noen få som hovedsakelig jobber med kommunikasjon eller personalansvar. Som nevnt tidligere ønsket jeg å være noe fleksibel på utvalgsriteriene for selskapene, men jeg ønsket informanter som hadde god kunnskap og erfaring med samfunnsansvar/bærekraft. Samtidig ønsket jeg å intervju noen som ville gi meg ærlige svar om selskapet og virksomheten deres. Sistnevnte kan være utfordrende med tanke på at det er eliter jeg intervjuer, (se mer under «Utfordringer med gjennomføringen av prosjektet»). For å legge til rette for åpne og troverdige svar på en så god måte som mulig, var jeg bevisst på å opprette god kontakt med selskapene. Jeg leste meg godt opp på deres virksomhet, og fant eksempler på CSR-tiltak jeg var nysgjerrig på og ville høre mer om. Jeg har også hele veien vært klar på at min hensikt er å utforske og å lytte til selskapene uten å være dømmende. Dette kan ha bidratt til at informantene følte seg trygge med å delta og ga troverdige svar.

For å få en bredere innsikt i temaet norsk næringsliv og samfunnsansvar, og forstå bedre hvilke begreper, interesser og hensyn som gjør seg gjeldende på feltet, intervjuet jeg også tre kontrollorganer. Disse jobber tett opp mot selskapene på måter som relaterer seg til ansvarlig næringsliv; enten gjennom å legge press på selskapene, behandle klager om selskapene, eller skape dialog, og utøver dermed en slags kontrollfunksjon. Kontrollorganene kan deles i to undergrupper: (1) statlige, men uavhengige kontrollorganer, og (2) uavhengige, ikke-statlige organisasjoner («NGO-er»).

Som med selskapene, tok jeg også her direkte kontakt med potensielle informanter. To mulige informanter hadde jeg allerede innledet kontakt med på et arrangement om bærekraftig næringsliv i februar i fjor. Fra seks mulige kontrollorganer jeg identifiserte som relevante, rekrutterte jeg tre representanter fra tre forskjellige organer. Ettersom dette ikke er den viktigste utvalgsgruppen, anser jeg data fra tre kontrollorganer som tilstrekkelig.

5.3. Datainnsamling

I perioden 27. august–19. november 2020 gjennomførte jeg til sammen 13 individuelle semistrukturerte intervjuer. Kun i ett av intervjuene intervjuet jeg to personer samtidig (fra ulike arbeidsområder i samme selskap). Alle unntatt to av intervjuene ble gjennomført digitalt gjennom Zoom. Intervjuene ble ikke gjennomført i en spesiell rekkefølge, annet enn at jeg begynte med ekspertene og fortsatte med selskaper og kontrollorganer i blandet rekkefølge, ut fra når informantene hadde tid til å delta.

Jeg valgte individuelle intervjuer for å tilrettelegge for mest mulig individuell refleksjon hos informantene, til forskjell fra gruppeintervju hvor flere må dele på tiden og oppmerksomheten (Flick, 2014, s. 249). Semistrukturerte intervjuer egner seg når en ønsker å ha en viss struktur gjennom hele datainnsamlingen, til tross for ulike intervjuer med forskjellige informanter. Til mine semistrukturerte intervjuer brukte jeg intervjuguider med noen planlagte spørsmål. Intervjuene var likevel ikke helt strukturerte, men åpnet også for å stille spontane spørsmål underveis, enten for å oppklare noe eller dykke dypere inn i noe (Corbin & Strauss, 2015, s. 39). Dette mener jeg var en fordel ettersom jeg spurte om deres tolkninger av normer og rutiner, og det var viktig at jeg forstod dem for senere å kunne skrive en god forklarende analyse.

Ettersom jeg hadde tre utvalgsgrupper (eksperter, selskaper og kontrollorganer), utformet jeg tre delvis forskjellige intervjuguider tilpasset hver gruppe. I utgangspunktet fikk ikke informantene intervjuguiden på forhånd, men gjennom informasjonsskrivet fikk de informasjon om hva intervjuene ville handle om. På forespørsel sendte jeg likevel hovedspørsmålene til et par informanter. De første versjonene inneholdt ca. 25 spørsmål hver. Underveis erfarte jeg at noen av spørsmålene enten var uklare eller for upresise, så de endret eller slettet jeg. Til slutt hadde jeg ca. 10-12 hovedspørsmål i intervjuguidene. I intervjuene stilte jeg først noen innledende spørsmålene om hvem intervjuobjektet var, hva de jobbet med, om arbeidsplassen deres osv. Videre spurte jeg om deres assosiasjoner og tolkninger rundt samfunnsansvar, hvilke begreper de bruker om temaet og hvordan de gjennomfører samfunnsansvar i praksis. Jeg var spesielt interessert i å dekke innholdet av hva samfunnsansvar innebærer, hvordan de ansatte i selskapene forstår det ansvaret, hvilke prinsipper og rammeverk de bruker, og hvilke rutiner og tiltak de har knyttet til samfunnsansvar. Jeg viet flere spørsmål til hvordan tolkning og gjennomføring skjer, hvem

som er ansvarlige, hvordan kunnskapsnivået er blant de ansatte, og hvilke kontrollmekanismer de har. I intervjuene med kontrollorganene spurte jeg i tillegg om deres forhold til selskapene og om hvordan de opplever selskapenes interesse for og etterlevelse av samfunnsansvar.

Underveis i intervjuene gjentok jeg ofte hva informantene sa og stilte oppklarende oppfølgingsspørsmål for å sikre at informantene og jeg forstod hverandre riktig. Dette er viktig for kommunikasjonen mellom oss, og samtidig for å verifisere svarene og dermed øke studiens kvalitet. Umiddelbart etter at jeg hadde stilt alle mine planlagte spørsmål, gjennomgikk vi en kort «debrief» hvor informantene fikk mulighet til å legge til noe de hadde på hjertet, stille spørsmål eller kommentere intervjuet. Jeg beskrev også veien videre i prosjektet og spurte om jeg kan kontakte dem med eventuelle oppklarende spørsmål senere (Brinkmann & Kvale, 2018, s. 33, 63). Denne fremgangsmåten sikrer at informantene er godt innforstått med hva de har deltatt i og bidratt med, samtidig som at det bidrar til å sikre studiens indre validitet (Creswell & Poth, 2018, s. 261).

Intervjuene varte mellom 25 og 86 minutter, og gjennomsnittlig lengde var 57 minutter. Jeg tok lydopptak av alle intervjuene, hovedsakelig fordi jeg ville frigjøre meg fra å skrive ned alt og heller rette min fulle oppmerksomhet til å lytte til informanten. For sikkerhets skyld tok jeg opptak på to enheter. Den ene enheten er applikasjonen Diktafon fra UiO, som er koblet mot et nettskjema bare jeg har tilgang til. I tillegg brukte jeg en fysisk diktafon/tradisjonell lydopptaker. Fordelen med den fysiske diktafonen er at den ikke er koblet til internett eller noen andre funksjoner, hvilket styrker sikkerheten for lydopptaket. Det at jeg konsentrerer meg mest om informantene kan bidra til å øke informantens tillit til meg, slik at de åpner seg og gir mer utfyllende, ærlige og troverdige svar (Creswell & Poth, 2018, s. 258). Troverdige og autentiske svar er viktig for studiens kvalitet fordi det vil skape konsistens dersom jeg ønsker å kontrollere informantenes uttalelser senere. Når jeg lytter og stiller oppklarende spørsmål, enten underveis i intervjuet eller ved å ta kontakt for sitatsjekk og liknende i etterkant, verifiserer jeg dataene og sikrer meg akkurat den informasjonen jeg trenger for å svare på problemstillingen. Dette er strategier for å sikre studiens indre validitet (Creswell & Poth, 2018, s. 261).

Intervjuene resulterte til slutt i 171 sider med transkriberinger som utgjorde datamaterialet som ville hjelpe meg å besvare problemstillingen. Under «Analyse» lenger ned beskriver jeg hvordan jeg transkriberte lydfilene for å kunne analysere hva informantene hadde sagt. Jeg vil

også legge til at jeg er klar over at forskeren og informantene sammen konstruerer data (Corbin & Strauss, 2015, s. 383), i stedet for at forskeren bare tar den allerede eksisterende informasjonen, men her prøvde jeg å ikke være ledende.

5.4. utfordringer med gjennomføringen av prosjektet

I metodelitteratur om forskningsintervjuer finnes en distinksjon mellom eliter og eksperter, og andre typer informanter, herunder selskaper. Såkalte elite- og ekspertintervjuer er ofte kjennetegnet av blant annet «unnvikende svar, eller svar i bedriftens interesse, strenge tidsrammer, forespørsler om å forlate anonymitet, forsøk på å påvirke analysen og så videre» (Petintseva, Faria, & Eski, 2020, s. 6, min oversettelse). Jeg opplevde noe av dette med enkelte selskaper i utvalget. Det var ett selskap som brukte mer tid enn de andre på å si ja til deltakelse. Da jeg henvendte meg til dem stilte de flere spørsmål om studien, om intervjuguiden og om hva jeg skulle gjøre med svarene deres. Selskapet gjorde det klart at de ønsket innsyn i det som ble skrevet om dem, samt at deres navn og logo ikke skulle inkluderes i oppgaven. Jeg opplevde dette som en utfordring, men med mulighet for metodisk læring. Jeg studerte både informasjonsskrivet (vedlegg 2) jeg hadde sendt dem og forskningsetiske retningslinjer (NESH, 2016) nøye før jeg svarte dem på en måte som kunne overbevise dem om å takke ja til deltakelse. Jeg svarte selskapet kort og presist, uten å fortelle hvilke spørsmål jeg ville stille. Det er viktig for at svarene er spontane under selve intervjuet og at svarene ikke blir påvirket i forkant (Bryman, 2016, s. 129). Samtidig svarte jeg utfyllende nok til at de kunne ta et informert valg om hvorvidt de ønsket å delta, noe de til slutt gjorde.

En utfordring relatert til utvalg og rekruttering er å avgjøre på forhånd hvor mange informanter som er mange nok. Noen vil hevde at å forsøke å tallfeste informanter for å kunne generalisere, vil føre til at kvalitativ forskning vurderes på kvantitative premisser (Small, 2009). Jeg bestemte meg for å rekruttere informanter som oppfylte utvalgsriteriene helt til jeg hadde et variert utvalg bestående av informanter fra forskjellig type selskaper, organisasjoner og institusjoner. Med tanke på omfang og tidsbruk så jeg for meg at omtrent 10-12 informanter ville være passe innenfor rammene av en masteroppgave. Etter hvert som jeg intervjuet flere og flere, så jeg etter hvert at informasjonen jeg fikk liknet mer og mer på det jeg allerede hadde fått, og jeg anså det fornuftig å avslutte rekrutteringen etter til sammen 13 intervjuer. Ifølge Small (2009, s. 27) vil oppnåelse av «datametning» eller «theoretical saturation» indikere at studien kan avsluttes. Datametning oppnås med en tenkt avtakende

sammenheng mellom antall informanter og ny kunnskap; når de siste informantene tilfører studien mindre og mindre. Datametning er en utfordring i praksis fordi en skal være relativt sikker på at neste intervju ikke vil bidra med mer informasjon utover det en allerede besitter for å kunne kalle studien mettet (Small, 2009, s. 27). Samtidig var det den opplevelsen jeg hadde etter at de rundt 3-4 siste informantene ikke hadde så mye mer nytt å tilføre til de foregående.

Den pågående koronapandemien ført til at jeg har måttet belage seg på hovedsakelig digital kontakt med informantene. Etersom flere av informantene i studien hadde hjemmekontor og vi ville begrense smitte, måtte jeg gjennomføre flesteparten av intervjuene digitalt. En utfordring med digitale intervjuer er at møtet kan oppleves «fjernt», sammenliknet med et fysisk møte. På en annen side har digitale intervjuer den fordelen at det kan være tidsbesparende og mer fleksibelt med tanke på at jeg slapp å reise til fysiske møter med informantene og det er enklere for informanter å delta fra der de er (Bryman, 2016, s. 492). Med digitale intervjuer knytter det seg i tillegg noen utfordringer til sikring av personlig informasjon. Jeg vurderte derfor databeskyttelsen til informantene og hvor sensitive dataene jeg samler er i henhold til UiOs retningslinjer (Universitetet i Oslo, 2019), hvor det fremkommer at programmet Zoom i stor grad er et godkjent verktøy.

Som nevnt gjennomførte jeg semistrukturerte intervjuer ved hjelp av intervjuguiden. En utfordring med slike intervjuer er ifølge Corbin og Strauss (2015, s. 39) å være sikker på at jeg dekker saker deltakerne synes er relevante, og det kan hende deltakerne ikke nevner de sakene hvis de ikke blir spurt. Corbin og Strauss skriver videre at intervjuguiden noen ganger er etterspurt av forskningsetiske komiteer eller vurderingsnemnder og tilsvarende organer, men at guidene ikke skal brukes til å strukturere intervjuene i grounded theory studier (2015, s. 43-44). Da jeg søkte godkjenning til å gjennomføre prosjektet hos Norsk senter for forskningsdata (NSD) og i henhold til Den nasjonale forskningsetiske komité for samfunnsvitenskap og humaniora (NESH) måtte jeg legge ved intervjuguiden (vedlegg 3). I tråd med retningslinjene i grounded theory lot jeg ikke intervjuguiden strukturere hele intervjuet, men jeg la inn i guiden at deltakerne fikk tid og rom til å stille egne spørsmål og fritt legge til temaer som eventuelt ikke var del av intervjuguiden, men som de synes var viktige (Corbin & Strauss, 2015, s. 44).

5.5. Databehandling: Transkribering og koding av datamaterialet fra intervjuene

Lydfilene med datamateriale fra intervjuene transkriberte jeg i programmet «NVivo 12» (NVivo). I utgangspunktet hadde jeg ingen forutbestemt plan for hvordan jeg ville transkribere, annet enn at jeg ønsket å transkribere så tett opp mot det jeg hørte som mulig. Jeg valgte å skrive ned alt, også pauselyder (for eksempel «ehh»), latter («hehe/haha») og ufullstendige ord og setninger markert med ellipse («...») der det stoppet. Jeg brukte også ellipse til å markere tenkepauser. Noen ganger noterte jeg mellom skarpe klammer («[...]») dersom stoppene skyldtes at informanten for eksempel hostet eller ble forstyrret av en telefon som ringte, for å skille det fra for eksempel usikker eller bevisst nøling. Dette er nyttig til analysen, for å ha i bakhodet om informanten fremla en påstand på en bastant eller mer forsiktig måte. Det er nyttig for tolkningen å legge merke til hvordan noe blir sagt, fordi det for eksempel kan avdekke om informantene prøver å si det de tror jeg vil høre og dermed se an responsen min, eller om de forteller om sine virkelige egne forståelser.

Underveis i transkriberingen skrev jeg i tillegg ned spørsmål og kommentarer til meg selv, samt ideer til koder og tanker jeg kan ta med meg til analysen, oftest i skarpe klammer («[...]»). Dette er notater som likner «memos» i grounded theory, som er notater forskeren skriver angående koding, konsepter og begreper, og disse utgjør på en måte «byggesteiner» for refleksjon, ideer og påminnelser om hva en jobber med under de ulike temaene (Bryman, 2016, s. 577-580). Ifølge Flick (2014, s. 299) starter koding med det første intervjuet, noe jeg følte jeg gjorde da jeg skrev forslag til koder allerede i transkriberingen til første intervjuet.

For å jobbe så systematisk og ryddig som mulig med å finne mønstre i datamaterialet kodet jeg transkriberingene i NVivo, og ikke for hånd. «Koding» kan defineres som en prosess hvor forskeren markerer deler av et datamaterialet som uttrykker noe som teoretisk skiller seg ut, og som vil hjelpe forskeren å strukturere materialet, og deretter gir det temaet et navn eller merke, en «kode» (Bryman, 2016, s. 573; Flick, 2014, s. 373). «Koden» representerer derfor et objekt eller et fenomen, og uttrykkes oftest med ord eller frase som oppsummerer hovedinnholdet eller essensen i teksten (Jackson & Bazeley, 2019, s. 67). Innen grounded theory finnes flere forskjellige kodingsstrategier, for eksempel har Corbin og Strauss, Glaser, og Charmaz ulike tilnærminger (Flick, 2014, s. 403-412). Selv valgte jeg en tilnærming

inspirert av Corbin og Strauss (i Flick, 2014, s. 403 flg.) hvor jeg startet tolkningen av datamaterialet med en såkalt åpen koding-strategi uten forhåndsbestemte kategorier.

Som en del av åpen koding-strategien leste jeg «linje-for-linje» fremfor å søke etter bestemte ord, og var åpen for å finne nye koder for hver linje (Flick, 2014, s. 404-406); (Bryman, 2016, s. 583). Åpen koding sikter på å utvikle substansielle koder som beskriver, navngir eller klassifiserer fenomenet som studeres eller et bestemt aspekt av det (Flick, 2014, s. 406). Måten jeg gikk frem på var at jeg markerte deler av materialet og vurderte om det virket interessant for å gi det mer konseptuelle uttrykk, noe jeg fant ved å stille spørsmål som «hva, hvem, hvordan, hvorfor» osv., som ifølge Flick (2014, s. 407) bidrar til å «åpne opp teksten». I forlengelse av dette lagde jeg empirinære koder, og noen ganger «in vivo»-koder konstruert ut fra informantenes egne uttrykk (Flick, 2014, s. 407).

Selv om kodene var empirinære, forsøkte jeg å ikke bare lage deskriptive merker, men også å betrakte kodene utover deres relasjon til en enkelt fil (transkribering fra ett intervju) (Jackson & Bazeley, 2019, s. 66). Som rettssosiologistudent kan jeg ikke unngå å tenke rettssosiologisk, men jeg prøvde å unngå å tillegge informantene noe de ikke sa. I stedet oversatte jeg i noen tilfeller begrepene de brukte om til begreper som brukes i mitt felt. De empirinære kodene ga meg en nærhet og tilknytning til datamaterialet, perspektivene og tolkningene til informantene (Charmaz, 2004, referert til i Bryman, 2016, s. 583). Det inspirerte mange tanker som jeg noterte ned i kodebeskrivelsene og masterdagboken, og som ble med til analysen senere.

Neste steg i kodingen ble raskt å kategorisere kodene i grupper rundt fenomener jeg oppdaget i datamaterialet og som er spesielt relevante for problemstillingen (Flick, 2014, s. 406). Etter å ha kodet de to-tre første intervjuene lagde jeg «mind maps» (tankekart) i NVivo med gruppene og kodene jeg hadde så langt. Det ble tydelig for meg at jeg da hadde fire hovedgrupper, til sammen 29 undergrupper/koder og ytterligere 27 koder til sammen under noen av disse igjen. Kartene var nyttige for å få overblikk over analysen så langt. Kodene kan endres underveis, uten at det nødvendigvis svekker prosessen (Creswell & Poth, 2018, s. 49). En av hovedgruppene bar mer preg av å være teoristyrte, ettersom det var deler av intervjuene jeg ganske raskt assosierte med rettssosiologisk teori. Kodene i rettssosiologi-kategorien heter f.eks. «rettspluralisme» som er et begrep som informantene selv ikke brukte, men som jeg tillia utsagnene deres basert på min teoretiske bakgrunnskunnskap. Jeg har i ettertid sett at dette er

et eksempel som kan bekrefte en av kritikkene⁹ mot grounded theory, samtidig som at kritikken ikke helt treffer fordi det også er anerkjent i grounded theory at alle forskere bærer noen teoretiske betraktninger med seg, uansett hvor mye de prøver å være fullstendig åpne i kodingen (Corbin & Strauss, 2015, s. 382).

Det har vært viktig for meg å ikke ha for store og brede koder, samtidig som at jeg vet at kodene både innholdsmessig og i navnene var ganske omstendelige og rommer mye (mange stikkord). I følge Charmaz (2004, referert til i Bryman, 2016, s. 583) er det ikke et problem med mange koder, så lenge forskeren ser kodene i sammenheng, stiller spørsmål rundt likheter mellom kodene og enten kombinerer eller sletter koder som ser ut til å dekke de samme fenomenene. Etter hvert lagde jeg færre og færre nye koder, og slo i tillegg sammen enkelte koder som jeg oppfattet som like. De mange og innholdsrike kodene jeg beholdt kan forsvares med at viser mange nyanser i materialet. Mot slutten av kodeprosessen satt jeg igjen med fire hovedkategorier eller -temaer, hvorav en av dem er den rettsososiologiske «teori-kategorien». Disse gruppene danner utgangspunktet for strukturen i funnkapittelet senere.

I analysen har jeg inkludert noen utvalgte sitater fra informantene for å illustrere det jeg fant i selskapenes narrativer. Noen av informantene snakket engelsk, og jeg transkriberte på engelsk, men når jeg har sitert disse informantene i oppgaven har jeg oversatt sitatene til norsk. Dette av hensyn til anonymitet og god flyt i oppgaven. Der hvor norske informanter har brukt engelske uttrykk, har jeg merket de engelske ordene i kursiv eller med anførselstegn.

5.6. Etikk

Alle forskningsprosjekt reguleres av noen etiske normer og verdier, og etiske spørsmål er relevante i mange deler av en studie (Bryman, 2016, s. 120; Everett & Furseth, 2012, s. 26). I Norge er særlig retningslinjene til Den nasjonale forskningsetiske komité for samfunnsvitenskap og humaniora (NESH) relevante. I tillegg til å utarbeide prosjektet mitt i tråd med disse, har jeg lest og jobbet ut fra Universitetet i Oslos retningslinjer for databehandling (Universitetet i Oslo, 2019). I dette avsnittet om etikk redegjør jeg for forskningsetiske hensyn som har gjort seg gjeldende i denne studien. Det innebærer

⁹ Kritikken peker blant annet på «det umulige ved å gjennomføre en induktiv analyse, hvor datamaterialet ‘taler for seg’ og forskerens egen forforståelse i liten grad påvirker resultatet» (Gabrielsen, 2018, s. 11-12)

selvposisjonering og refleksjon rundt fremgangsmåten min med henseende til de etiske retningslinjene.

I slutten av juni 2020 meldte jeg prosjektet mitt til Norsk senter for forskningsdata (NSD). Ettersom jeg planla å samle og oppbevare personopplysninger, lydfiler og transkriberinger, måtte jeg søke om godkjenning før jeg begynte datainnsamlingen (Norsk senter for forskningsdata (NSD), 2018). Med søknaden sendte jeg inn blant annet en prosjektbeskrivelse, beskrivelse av utvalgene, informasjonsskriv som informantene ville få samt intervjuguider. Søknaden min ble behandlet raskt og med noen små justeringer etter første tilbakemelding fra NSD, fikk jeg fullstendig godkjenning tidlig i juli.

I denne studien har jeg gjort mitt beste for å etterfølge særlig tre viktige forskningsetiske retningslinjer innenfor kvalitativ forskning, og de omhandler personvern, konfidensialitet og informantens frie og informerte samtykke (NESH, 2016, s. 12-18). I kontakten med informantene er jeg opptatt av at de skal være tilstrekkelig informert om forskningen og kan gi sitt samtykke basert på dette (Creswell & Poth, 2018, s. 56; NESH, 2016, s. 17). Da jeg kontaktet potensielle informanter med forespørsel om å delta, fikk de informasjonsskriv og samtykkeskjema på e-post. Dette bidro, sammen med god dialog med dem, til informerte samtykker (NESH, 2016, s. 15-17). I informasjonsskrivet informerte jeg blant annet om studiens formål, planlagt tidsbruk til hvert intervju og hele studien, hensynet til konfidensialitet, databehandling og oppbevaring på et språk som deltakerne forstår (Everett & Furseth, 2012, s. 136; NESH, 2016, s. 14-16). Det fremgår også at deltakelse er frivillig og at informanter når som helst kan trekke seg uten å måtte oppgi noen grunn (Creswell & Poth, 2018, s. 165; Kvale, 2007, s. 26). Samtykkene ble uttrykkelig avgitt skriftlig eller muntlig (på lydopptak), og er dermed dokumenterbare for ettertiden (NESH, 2016, s. 15). I begynnelsen av hvert intervju bekreftet de samtykket, og de fikk mulighet til å stille spørsmål. Jeg har ingen mistanke om at informanter har blitt underlagt noe press eller at samtykket ikke har vært fritt (NESH, 2016, s. 14). Da det ble klart for meg hvilke sitater jeg ville ha med i oppgaven sendte jeg utdrag med sitater for sitatsjekk til de informantene som ønsket det. Denne fremgangsmåten sikrer at informantene er godt innforstått med hva de har deltatt i og bidratt med.

Ifølge NESH (2016) er konfidensialitet viktig for forskerens troverdighet og deltakernes tillit til forskningen. Det innebærer å love deltakerne at «informasjonen ikke skal formidles videre

på måter som kan identifisere informantene» (NESH, 2016, s. 16). Jeg krevde ikke sensitiv eller privat informasjon om informantene, men under databehandlingen ble informantene likevel aidentifisert ved at navn, kjønn, alder og geografisk tilhørighet ble holdt skjult. I transkriberingene gjenga jeg i utgangspunktet nøyaktig det informantene sa, men samtidig på min egen dialekt for å skjule deres dialekter og dermed geografiske opphav eller tilhørighet. Under databehandlingen fikk alle informantene et tall som «kodenavn» (eks. «informant 12»), og alle enheters navn ble fjernet eller erstattet med en bokstav (eks. «selskap A»). Informantenes faktiske navn og kontaktinformasjon ble ikke oppbevart sammen med datamaterialet med kodenavn. I noen tilfeller har informanter spesifikt bedt om at selskapets merkevare ikke brukes i oppgaven, og det har blitt respektert. I oppgaven har alle informantene fått fiktive navn.

Dokumentene jeg har brukt er offentlig tilgjengelige, inneholder ikke personopplysninger som brukes i studien og krever etter mitt skjønn derfor ikke at jeg tar noen spesielle etiske hensyn.

Alle deltakerne i studien ble informert om at kun forskeren (jeg) har tilgang til datamaterialet og personopplysninger. All data blir oppbevart på passord-beskyttet, trygg maskinvare hos universitetet, og ikke på min personlige datamaskin. All kommunikasjon har skjedd gjennom telefonsamtaler eller student-e-posten min (ikke min private). Deltakerne vet også at studien resulterer i en masteroppgave som publiseres gjennom Universitetet i Oslo, og eventuelt en forskningsartikkel basert på oppgaven senere. Resultatene i studien skal ikke benyttes til andre formål enn dette. Lydopptak og personopplysninger slettes ved prosjektets slutt. Dette bidrar til å sikre deltakernes personvern i tråd med NESH sine retningslinjer.

6. Funn: Samfunnsansvar – alt og ingenting?

Økningen av olje-, gass- og gruvevirksomheter, særlig på 1990-tallet, har bidratt til en større debatt om selskapers ansvar for menneskerettigheter (United Nations, 2010). I Norge har staten siden tiden etter andre verdenskrig tatt en aktiv rolle med å bygge landets økonomi, blant annet som eier av noen av de største norske selskapene i olje-, energi- og industrisektorene (Ihlen & von Weltzien Hoivik, 2015, s. 114). I det følgende tar jeg for meg hva et utvalg statseide selskaper innen de nevnte sektorene forteller om samfunnsansvar i dag, det vil si hvilke narrativer de uttrykker om næringslivets samfunnsansvar, som er studiens problemstilling. I dette kapitlet presenterer og diskuterer jeg i hovedsak de empiriske funnene i studien (teoretisk diskusjon følger i kapittel 7).

Funnene fra intervjuene kan deles inn i informantenes narrativer om (1) hva de forstår med selskapets samfunnsansvar, herunder hvilke begreper de bruker rundt fenomenet, (2) hvorfor selskaper engasjerer seg i samfunnsansvar, og (3) hvordan de sier de innlemmer og praktiserer samfunnsansvar i virksomheten. Fremstillingen i dette kapitlet følger denne tredelingen og underkoder fra analysen av materialet. Oppsummert er argumentene fra de tre delene at (1) selskapene former meningen i, begreper rundt, og grensene for næringslivets samfunnsansvar, (2) ansatte er motiverte for å jobbe for en bedre verden, men selskapets lønnsomhet er viktigst, og (3) det er et sprik mellom uttalelsene om hva normene for samfunnsansvar innebærer, og hvordan samfunnsansvar gjennomføres i praksis, noe som kan forstås som at selskapene endrer normenes betydning og funksjon. Hovedargumentet mitt er at selskapene utvikler og styrer innholdet i og gjennomføringen av samfunnsansvaret sitt i tråd med det som passer virksomheten og som tjener selskapet. Dermed kan samfunnsansvar være «alt og ingenting». Med «alt og ingenting» mener jeg at begreper og normer om samfunnsansvar kan brukes om mye – både ny og gammel praksis i virksomheten, små og store endringer, eller ingen endringer i det hele tatt. Selskapene definerer mye som samfunnsansvar, og de kan si at de tar samfunnsansvar uten å være tydelige på hvordan det gjennomføres.

6.1. Selskapene former meningen i, begreper rundt, og grensene for næringslivets samfunnsansvar

Helt overordnet vektlegger selskapenes narrativer samfunnsansvar som et ansvar for hvilken påvirkning selskapets virksomhet har i samfunnet. Det betyr ikke nødvendigvis et juridisk ansvar. Det er like mye et moralsk ansvar som påvirkes av blant annet idealistiske

motivasjoner hos de ansatte. Narrativene uttrykker en underforstått enighet om at det eksisterer et samfunnsansvar som er relevant for alle. Petter fra et av kontrollorganene jobber tett med flere selskaper sa at det «er veldig få i næringslivet som ikke anerkjenner at de også har et samfunnsansvar». Også eksperten Robert uttalte at «diskusjoner rundt CSR [alltid] begynner med antakelsen eller påstanden om at selskaper er ansvarlige (...) De må følge loven i de landene hvor de hører hjemme eller hvor de jobber, men hva mer utover det?». Selv om det eksisterer en enighet om samfunnsansvarets eksistens, antyder narrativene at konseptet er komplekst. Informantene viste ulike måter å tilnærme seg denne kompleksiteten på: Noen snakket ganske generelt og bredt om samfunnsansvar, og forsøkte kanskje å trekke noen lengre linjer, mens andre tok for seg veldig konkrete temaer eller situasjoner uten nødvendigvis å sette dem inn i en større sammenheng. Det første jeg vil ta for meg er derfor konseptets kompleksitet, og «hva mer» selskapene legger i samfunnsansvaret slik det er uttrykt i selskapenes narrativer. Først presenterer jeg noen av begrepene selskapene bruker rundt samfunnsansvar, deretter temaene menneskerettigheter, miljø og klima som selskapene forbinder med samfunnsansvar, og så kommer jeg inn på omfanget og rekkevidden av samfunnsansvaret og hvordan konseptet samfunnsansvar har tøyelige grenser.

Informantene viste en mangfoldig og varierende begrepsbruk rundt konseptet vi diskuterte. Narrativene antyder at selskapene definerer på mange måter begrepene og innholdet i konseptene selv. Informantene fortalte at selskapene blant annet bruker «samfunnsansvar» eller «corporate social responsibility/CSR», eller varianten «social responsibility». Andre bruker «beyond compliance» eller bare «compliance». Atter andre sa at de hadde gått mer og mer over til «bærekraft» eller engelske «sustainability», eller brukte noen av disse begrepene vekselvis. Blant selskapene var det ett som fortalte at de hadde forlatt begrepet «corporate social responsibility», «fordi tankene gikk litt til disse ytelsene til lokalmiljøet, som å bygge et sykehus eller en skole eller sånn, og som egentlig var litt skilt vekk fra virksomheten» (Ingrid og Oscar). Videre fortalte de at det nå er «mer snakk om ansvarlig næringsliv eller bærekraft», og «responsible business conduct». «Responsible business conduct» er et begrep som også et av kontrollorganene brukte, men ellers var det lite brukt blant informantene.

Bærekraft er, i likhet med samfunnsansvar, et komplekst begrep sammensatt av mange aspekter og i stadig endring. Det er vanskelig å peke på nøyaktige forskjeller mellom bærekraft og samfunnsansvar. En informant fra et selskap reflekterte slik: «Altså du har mennesker, samfunn og miljø. Jeg tenker nok mer miljø når man bruker begrepet bærekraft,

og samfunnsansvar dreier seg mer om den sosiale profilen» (Cristina). Dette vi se som et uttrykk for at «bærekraft» og «samfunnsansvar» eksisterer parallelt, men at de henger sammen. En måte å forsøke å skille disse begrepene er å tenke på «bærekraft» som mer globalt enn «samfunnsansvar»:

Sånn jeg ser det, er bærekraft mye mer globalt. Samfunnsansvar, det kan man ta lokalt, og til en viss grad være fornøyd med det. Mens bærekraft, spesielt når du begynner å tenke på klima, er kjempeglobalt. Da blir man plutselig en liten brikke i noe større. (Cristina)

Et annet eksempel på at selskapene veksler i begrepsbruken fant jeg i et selskaps fortelling om hva ansvarlig næringsliv dreier seg om. I sin fortelling nevnte informantene alt fra helse-, miljø- og sikkerhet (HMS) som det tradisjonelle utgangspunktet samt selskapets «styringsmodell som sørger for god kontroll på etterlevelse» til klima «som har kommet som en tilleggsdimensjon, og en kjempeviktig en, særlig, mer kraftig, de siste fem årene» samt «mer og mer fokus på planetens tålegrenser og *SDGs*¹⁰» (Ingrid og Oscar). Et interessant moment med dette selskapets narrativ var at informanten både startet beskrivelsen sin av ansvarlig næringsliv med at det «er jo nettopp å ha en bærekraftig virksomhet», og avsluttet med «og da tror jeg du på en måte har hele bærekraftsområdet» (Ingrid og Oscar). Det kan synes som at selskapet likestiller ansvarlig næringsliv og bærekraft, og i tillegg «baker inn» det de anser som tradisjonelt tilhørende virksomheten/-styringen i samme forståelsen. Det at dette settes sammen med FNs bærekraftsmål og blir en del av «bærekraftig virksomhet» skaper en kombinasjon av gamle og nye konsepter, delvis under «ansvarlig næringsliv». Det er i slike tilfeller innholdet til «bærekraft» blir mindre tydelig, og en får inntrykk av at selskaper tar det i bruk og omformer det slik at det passer med deres virksomhet eller virkelighetsoppfatning, som de konstruerer selv (Berger & Luckmann, 2000) .

Informantene snakket lite om hva som preger valget om hvilket begrep selskapet skal bruke. Flere indikerte at fremmarsjen av FNs bærekraftsmål har påvirket eller inspirert dem til å bruke «bærekraft» mer, og gi mer oppmerksomhet til bærekraftsmålene. For noen av selskapene egner «bærekraft» seg som utgangspunkt for å utvikle mål for virksomheten, eller innarbeide bærekraftsmålene i egne mål og strategier, slik som en av informantene fortalte: «Vi må ha et konsernmål som er litt overordnet på bærekraft, og så må vi knytte alt sammen

¹⁰ Forkortelse for Sustainable Development Goals, FNs bærekraftsmål

under det, mangfold, miljø, klima, og etikk» (Viktorina). Videre fortalte informanten om hvordan både selskapets samfunnsoppdrag og samfunnsansvar kan bidra til å nå et konkret bærekraftsmål, og at alle i selskapet dermed blir involvert: «Ved å utføre samfunnsoppdraget vårt bidrar vi til SDG nummer 7, ren energi. Sånn at vi har et godt utgangspunkt for bærekraftarbeid fordi både oppdraget og samfunnsansvaret bidrar til bærekraftsmålene. Så sånn sett er jo alle involvert i dette» (Viktorina).

I denne sammenheng bør det påpekes at FNs bærekraftsmål er målsetninger med nokså vide formuleringer som bidrar til at rammeverket fremstår som godt og funksjonelt, men i praksis etterlater det stor grad av tolkningsfrihet til de som anvender det, i dette tilfellet selskapene (jf. også Olsen & Syse, 2020, s. 141). Sitatet foran er et eksempel på at selskapene kan plukke ut de målene som passer til sin virksomhet, og på den måten legitimere virksomheten ved å si at de praktiserer samfunnsansvar eller bærekraft. Sagt på en annen måte: Et selskap kan drive virksomheten etter bare sitt eget formål eller oppdrag (som det å skape elektrisitet med fornybare ressurser), eller de kan i tillegg knytte et bærekraftsmål til virksomheten de allerede driver med og kalle det «å ta samfunnsansvar». Olsen og Syse kaller en slik tilnærming for «business as usual» (2020, s. 141).

Selskapenes narrativer knytter samfunnsansvar til særlig menneskerettigheter, miljø og klima. Når det gjelder menneskerettigheter, fortalte selskapene at det handler om arbeiderrettigheter eller om «å gjøre en positiv forskjell». En av informantene fortalte at hennes første assosiasjoner til samfunnsansvar «er gjerne det som går på å ta vare på menneskene» og at «det [samfunnsansvar] er nok mer den samfunnsmessige, sosiale menneskesiden. Selv om jeg vet at det går litt hånd i hånd [med miljø og klima]» (Cristina). Dette sosiale aspektet ved samfunnsansvar er bredt, og selskapene synes å tilpasse det så det passer virksomheten deres. Flere informanter tolker menneskerettigheter under næringslivet særlig i relasjon til arbeidernes rettigheter. Det handler for eksempel om å sikre anstendige lønns- og arbeidsvilkår under alle leverandører i (de globale) leverandørkjedene. Dette er spesielt viktig for et statlig eid selskap: «(...) av ulike grunner, men vi kan for eksempel ikke bruke leverandører som har slavekontrakter» (Viktorina).

Selskapene viste eksempler på at de tolker menneskerettighetene vidt, blant annet vedrørende forhold til lokalsamfunns utvikling. Et av selskapene fortalte om risikoer ved å engasjere utenlandske arbeidere i et prosjekt på et nytt sted, og ønsket om å unngå at det fører til

konflikt med lokalsamfunnet. Videre er selskapet opptatt av å etterlate et positivt «fotavtrykk» når det har fullført arbeidet sitt på et sted, og «å gjøre en positiv forskjell i lokalsamfunnet», være seg i Norge eller i utlandet (Sunniva). Selskapet fortalte om menneskerettigheter, men inkluderte også noen økonomiske hensyn i relasjon til lokalsamfunnets utvikling:

Menneskerettigheter er veldig sånn vid forståelse. (...) Vi oppretter arbeidsplasser, og det gir folk arbeid, og vi betaler skatter osv., det er et veldig flott bidrag, det. Men vi tenker at i visse land og i visse regioner der det er vanskelige kår til å begynne med, så er ikke det nok (...). Da er vår filosofi at da må vi inn og bygge det samfunnet. Det betyr ikke at vi skal utvikle det samfunnet, men vi må på en måte klare å få samfunnet til å ha de rette redskapene og kompetansen til å drive sin egen utvikling. (...) Det krever jo veldig mye av oss. Det vil aldri være sånn at alle er kjempefornøyd med oss. Men vi kan iallfall sitte igjen og se at [et sted som selskapet har operert i] skårer bedre på levekårstandarder enn de gjorde (...) da vi først kom inn, da kan vi kanskje si oss fornøyd. (Sunniva, informantens utheving)

Det finnes norske selskaper hvor temaet menneskerettigheter i liten grad tar plass i agendaen. En av informantene fortalte at «det er veldig sjeldent at vi kommer opp i noen problemstillinger knyttet til det, egentlig (...) Det er jo der, men det er ikke noe sånt vi diskuterer til daglig» (Astrid). Dette kan tolkes som at selskapet ikke diskuterer menneskerettigheter fordi det har lav prioritet hos dem, men også som at konteksten er slik at det sjeldent blir et naturlig tema på deres dagsorden.

Det andre spesielt fremtredende temaet knyttet til innholdet i samfunnsansvar i selskapene narrativer, er miljø og klima. For noen av selskapene i utvalget ligger selve formålet med virksomheten tett opp mot miljø- eller klimavennlig energiproduksjon og elektrifisering, hvor deres kjernevirksomhet eller samfunnsoppdrag handler om å bidra til «det grønne skiftet» mot et lavslippsamfunn. Narrativene antyder at alle selskaper uttrykker at miljø og klima er viktig for dem. En av grunnene til det er at alle virksomheter i større eller mindre grad legger igjen et miljø- og klimaavtrykk etter seg. En informant fra et energiselskap forklarte det slik:

Vi har potensielt et miljøavtrykk som kan være stort, men hvis vi gjør ting riktig, så kan det være ganske minimalt (...) Sånn at, miljø er ganske viktig. Derunder også

klima, men (...) Mye av det som går på miljø er også dette med biologisk mangfold, det å ikke ha for stort, kall det, fysisk miljøavtrykk der vi er. (Cristina)

Flere informanter trakk frem klimakrisen som en direkte motivasjon for deres arbeid med samfunnsansvar. Et av selskapene delte en refleksjon som satte problemet på spissen: «Det er en gang sånn, at hvis det ikke er en verden å drive *business* i, så er det lite bærekraftig for bedriften. Man har en egeninteresse av at samfunnet opprettholdes, altså til å bidra» (Cristina). Dette kan tolkes som at selskapene ikke bidrar fordi jorda eller naturen har en egenverdi, men fordi selskapene er avhengige av en velfungerende jordklode og verden for å fortsette sin virksomhet.

I tillegg kan klimakrisen være en indirekte driver for selskapene, og komme til uttrykk gjennom ulike former for ytre press. Dette kan være en utfordring med tanke på selskapets egne interesser. Norge er tilsluttet flere internasjonale klimaavtaler, noe som også fører til at det stilles forventninger til norsk næringsliv, spesielt statseide selskaper. Et av selskapene oppfattet det slik at den norske regjeringen legger disse forventningene til grunn «når de legger rammebetingelsene for vår industri» (Theresa). Sammen med et ellers strengt norsk regelverk, forbant informanten det å innfri forventningene som ligger i samfunnsansvar med «å ha livets rett». Det vil si at de må innfri for å få tildelt lisenser og ha tillatelse til videre produksjon. Til det kreves det å «forvalte samfunnsansvaret på en god måte og som samfunnet rundt aksepterer» (Theresa).

Omfanget og rekkevidden av samfunnsansvaret forstås på flere måter, og det kan argumenteres for at konseptet har tøyelige grenser. Herunder inngår betraktninger om både geografiske grenser og relevans til virksomheten. Funnene antyder at grensene for samfunnsansvar beror på flere momenter, blant annet hvorvidt det enkelte selskapet retter oppmerksomheten mot kjernevirksomheten eller mot ekstraprosjekter, om det engasjerer seg i tråd med samfunnsoppdraget eller samfunnsansvaret sitt, og om det bare følger loven eller går enda lenger i å innlemme andre normer og tiltak.

De fleste informantene gjorde et poeng ut av at samfunnsansvar først og fremst handler om å ta ansvar for det noen av dem kalte «kjernevirksomheten» eller «primærvirksomheten». Det handler om «hvordan virksomheten utføres», altså selve arbeidet selskapet har til hensikt å gjennomføre. Som en informant fra et selskap uttrykte det: «Samfunnsansvar for oss handler

veldig mye om hvordan vi driver egen virksomhet» (Astrid). Eller som et annet selskap fortalte:

Hele poenget er at det er like viktig hvordan du leverer som hva du leverer. *Hvordan* går på at du skal levere på en god måte. Du skal ikke ta noen *short cuts* [snarveier], du skal ta hensyn til omgivelsene dine (...)). (Ingrid og Oscar, min utheving)

Sitatet over kan tolkes som at selskapet tar ansvar for egen virksomhet i den grad at det ikke gjør skade på omgivelsene. Ordlyden gir ikke inntrykk av en aktiv holdning for å utrette noe mer utover det å begrense skade, og sånn sett gir inntrykk av å ikke inkludere noen ekstraprosjekter. Uttalelsen over harmonerer ellers med ett av kontrollorganene sin vektlegging av en «do-no-harm»-tilnærming (se kontekstkapittelet). En informant fra et annet selskap hadde et liknende narrativ som selskapene over, men skilte i stedet mellom henholdsvis selskapets *samfunnsoppdrag* og *samfunnsansvar*:

For vi har, som statlig eid, et samfunnsoppdrag. Men det er noe annet enn ansvaret. (...) For å gjøre det enkelt internt, så har jeg gjort det sånn at samfunnsoppdraget er hva vi gjør, det er på en måte produktet. Mens ansvaret er hvordan vi gjør det. (Viktoria)

Av de syv selskapene jeg intervjuet, var det fire av dem som inkluderte såkalte ekstraprosjekter i forståelsen av samfunnsansvar. Som nevnt i kontekstkapittelet er «ekstraprosjekter [noe] som man setter i gang i tillegg til primærvirksomheten [eller kjernevirksomheten]» (Petter). Ekstraprosjekter kan eksempelvis innebære å støtte lokalsamfunnet gjennom å sponse idrettslag eller bygge skoler. Både ekspertene og flere av informantene i disse fire selskapene erkjente riktignok at å inkludere ekstraprosjekter, eller «veldigdighetsprosjekter» som en av dem kalte det, er en mer tradisjonell forståelse av CSR. Et av selskapene tar som nevnt tidligere aktivt avstand fra denne forståelsen i eget selskap i dag. Selv om noen av selskapene ikke brukte begreper som «ekstraprosjekter» eller tilsvarende, var det to av dem som fortalte om en type tilleggsvirksomhet som verken er veldigighet eller en del av kjernevirksomheten. Hvis et selskap for eksempel utvinner mineraler med et stort karbonavtrykk, kan det kompensere for sitt miljøfotavtrykk på annen måte enn direkte i egen virksomhet. For eksempel investerer et av selskapene jeg intervjuet

indirekte i fornybar energi for å kompensere for det kraftforbruket de har: «Slik investerer vi i ekstra fornybar energi, men dette er ikke vår kjerneaktivitet.» (Theresa). Ifølge flere informanter kan slik investering i ren energi også være en egnet løsning hvis nødvendig teknologi for renere olje- eller industrivirksomhet ennå ikke foreligger i deres eller samarbeidspartnere sine virksomheter (Theresa; Bjørn).

Investeringer i ren energi vil imidlertid ikke fjerne utslippene fra egen virksomhet. Selskapet gjør likevel noe ekstra som et slags kompromiss eller kompensasjon (noen bruker det engelske begrepet «offsetting» om dette). Flere av informantene ga uttrykk for at samfunnsansvar handler om mer enn å følge loven, og at de ofte gjør mer enn de «strengt tatt er lovpålagt», og at ansatte som jobber med CSR eller bærekraft typisk har «overordnet ansvar for at [selskapet] tar det samfunnsansvaret som [de] skal ta, både lovmessig, men også utover det» (Theresa). Noen av informantene påpekte at det har vært tradisjonen i deres selskap lenge å ofte gjøre mer enn det som er forventet. I denne forbindelse er «*beyond compliance*» et uttrykk noen selskaper bruker for det å gå lenger enn å følge loven. Det kan sees i sammenheng med det nevnte skillet mellom kjernevirksomhet og ekstraprosjekter. En informant formulerte det slik: «det [samfunnsansvar] handler om å gi noe tilbake til lokalsamfunnet, og kanskje da utover akkurat det vi selv driver med» (Theresa).

Tilsynelatende leder forventningene til selskapene og normene for samfunnsansvar til at selskapene selv må finne en balanse mellom å gjennomføre virksomheten etter selskapets fastsatte formål og gjøre tiltak for å hindre eller minimere skade på omgivelsene. Likevel skal den ekstra innsatsen ikke gå på bekostning av kjernevirksomheten. Samfunnsansvar kan da bidra til å dreie oppmerksomheten bort fra å drive kjernevirksomheten på en ansvarlig måte.

Det «å gå lenger enn loven», eller «*beyond compliance*», var et tema som kom opp i mange av intervjuene. Det er imidlertid uklart hva informantene mente med slike skiller mellom samfunnsansvar «innenfor og utenfor» loven. Det var ikke enkelt å få eksempler på hva dette innebærer i praksis. Det kan derfor virke som at det er mange uklarheter rundt samfunnsansvarets omfang. Det er flere ting som tyder på at samfunnsansvar er noe annet enn det som følger av formell lovgivning, og at retningslinjer for samfunnsansvar gir høy grad av tolkningsfrihet og skjønnsutøvelse, nettopp fordi selskapene selv aktivt skiller mellom det «lovmessige» og «det øvrige», som jeg for enkelthets skyld kaller «samfunnsansvaret for

øvrig» her. Hvis vi antar at samfunnsansvaret for øvrig er noe mer enn å følge loven, er det noe paradoksalt ved å skille ut noe som allerede følger av loven som «samfunnsansvar».

Noe annet som kan bidra til at grensene for samfunnsansvar er tøyelige, er selskapenes håndtering av ytre press og samfunnsaksept i relasjon til balansen mellom lovkrav og det som «går lenger». Noen av informantene fortalte at de kan oppleve et økt press fra både myndighetene og det norske samfunnet ellers, som en form for utålmodighet, knyttet til de høye målene Norge har satt seg. En av informantene ga uttrykk for at selskapet er avhengig av ikke bare å følge loven, men også å få samfunnsaksept: «Vi kommer jo unna, sånn juridisk sett, med å legge oss på lovkrav, men det er jo veldig viktig med sosial aksept og samfunnsaksept, og aksept i lokalsamfunn, for oss» (Viktoria). Dette forstår jeg som at selskapene må gjøre en form for ekstraprosjekter for å få samfunnsaksept. Ytre press kan også komme i form av medieomtale: «(...) når du har gjort en del feil og du har vært på framsida av VG nok ganger, så tror jeg du forstår at det ansvaret må være større enn du kanskje har tenkt før» (Sunniva). Med andre ord kan medieomtale føre til økt bevissthet rundt samfunnsansvar og egen virksomhet, og det henger igjen sammen med hvordan selskapet blir oppfattet og ønsker å gjøre mer for å få høyere samfunnsaksept. Dette er i tråd med det Blowfield og Murray (2014, s. 28) har skrevet om samfunnsutviklingen som påvirker både forventningene til næringslivet og næringslivets forhold til samfunnet ellers.

«Best practice», eller «beste praksis» på norsk, var et uttrykk noen av informantene brukte, som kan ses i sammenheng med samfunnsansvarets tøyelige grenser. Informantene brukte det for å beskrive en slags standard eller en norm som de prøver å strekke seg etter, eller et mål om å drive virksomheten på en best mulig måte, da utover et minimum som er lovpålagt. En informant formulerte imidlertid en utfordring flere selskaper står overfor når det gjelder å oppnå eller utøve «beste praksis»:

På lang sikt, hvordan forbedrer vi vår beste praksis (...)? Vi har rettslige krav, og så er spørsmålet om det er nok til å håndtere konsekvensene fra operasjonene våre eller om vi bør gjøre mer. Og hvis vi bør gjøre mer, hva er standardene, hva er beste praksis, hvor trenger vi å posisjonere oss selv? (Bjørn)

Normene for hva som definerer «beste praksis» er ikke konstante. Samtidig forsterker sitatet at samfunnsansvar er komplekst og dynamisk, og at selskapene har mange hensyn de ønsker å ta og som de må forholde seg til. Dette bidrar til at samfunnsansvaret er tøyelig. Et sted å søke svar på spørsmål som de informanten ovenfor stiller, er nettopp rammeverk og veiledninger. Informanten nevnte selv at en kan se hen til blant annet International Finance Corporation (IFC) for «beste praksis» fordi det instituttet angivelig stiller veldig strenge krav som kan bidra til å «virkelig å dytte industrien framover også» (Bjørn). Han mente at det bidrar til å dytte hele industrien framover, men slik jeg forstår det forutsetter en slik fremgang naturligvis at industrien jobber med å oppfylle kravene. Det er imidlertid ikke gitt at de gjør det, med tanke på den tolkningsfriheten og frivilligheten som synes å prege den delen av samfunnsansvar som ikke er lovregulert.

6.2. Ansatte er motiverte for å jobbe for en bedre verden, men selskapets lønnsomhet er viktigst

I analysen av hvordan selskapene forstår samfunnsansvar og hvordan de jobber med det i sine virksomheter, fant jeg også narrativer om *hvorfor* selskapene engasjerer seg for samfunnsansvar. Grunnene til at selskaper engasjerer seg for samfunnsansvar er sammensatte. På den ene siden drives ansatte av en indre motivasjon, eller idealisme, for å jobbe i en ansvarlig virksomhet og jobbe for en bedre verden. På den andre siden uttrykker selskapenes narrativer at det viktigste er likevel økonomiske hensyn og lønnsomhet. Narrativene indikerer at selskapene ser en økonomisk risiko ved ikke å ta samfunnsansvar, og at det å ta samfunnsansvar er «god business», og dermed får de ansattes idealisme mindre betydning.

Selv om de økonomiske hensynene kanskje er lettest å forstå og forklare, finnes det elementer av andre motivasjoner hos de ansatte som kan knyttes til en form for idealisme. Cristina delte en refleksjon rundt lønnsomhet og «folks» samvittighet:

Det er mulig jeg er naiv, men jeg tror virkelig at det finnes folk som driver selskaper som sier at ‘vi har ikke noe lyst til at verden skal bli et verre sted å være, så får det heller være at vårt produkt er dyrere, det er dette det koster å produsere’. Og det vil kanskje gjøre at du har en litt mindre kundegruppe, men det kan du kanskje leve med. (...) Det er mye lettere å si ting som er tallfestet i kroner og øre, enn å si at, ‘ja, men det går på det med samvittighet’. Men jeg tror virkelig det finnes folk som har en

samvittighet for dette også. Jeg tror ikke at alle som driver *business* kunne tenke seg å drive folk på slavekontrakt hvis de kunne, hvis det ikke var for at lovverket sa noe annet. (Cristina, min utheving)

Det at *ansatte* i et selskap velger å jobbe for et mer ansvarlig næringsliv kan knyttes til deres egen tro på at innsatsen deres nytter eller gjør en positiv forskjell. Bjørn nevnte slikt som muligheten til å presse på for «beste praksis» fra innsiden av selskapet og påvirke strategier. Cristina fortalte at hun byttet bransje fra olje- og gass til fornybar energi fordi hun synes det grønne skiftet gikk altfor tregt (Cristina). Dette kan vi se som et uttrykk for at hun tar ansvar for hva hun vil vie sin tid og kompetanse til, og at hennes innsats er betydningsfullt. Som hun selv sa: «[jeg] ser at det som kommer ut av blant annet mitt dagsarbeid, er til det gode for planeten, mennesker, miljø» (Cristina). I stillinger som innebærer å jobbe med fornybar energi eller bærekraft kan ansatte oppleve at de er en del av den raske omstillingen, noe som motiverer, uten at de nødvendigvis klarer å peke på en konkret ting. Cristina mente at det i bunn og grunn handler om hvorvidt «du vil jobbe for en grønnere framtid, eller la være».

For noen kan det være en motivasjon å jobbe i et selskap med et negativt fotavtrykk per i dag. Sunniva synes det er «bedre å jobbe for et selskap som prøver å få det til og som overhodet ikke er i mål, for da er jeg jo faktisk med på å drive bærekraftig utvikling». I tillegg kan et selskaps «stolte tradisjon» med å «bidra til masse verdier til landet vårt og til andres samfunn» føre til at ansatte «kjenner litt på kroppen» et press og en «*drive* [driv] for å klare å være med på å levere (...) til å endre» (Ingrid og Oscar). Dette antyder at det er en slags motivasjon eller et press som ansatte kan føle på vegne av selskapet, som en del av virksomheten og i tråd med selskapets historikk og tradisjon for verdiskapning. Det kan også tolkes som et press selskapet opplever på grunn av samfunnsutviklingen, utviklingen for det såkalte lavutslippssamfunnet, og eventuelt pågående kritikker mot selskapenes praksis med ikke-fornybare energikilder. Samtidig kan en få et inntrykk av at det også er underliggende økonomiske hensyn i bildet, som da Ingrid og Oscar videre fortalte: «Og da [med det presset/den driven] er det ekstra viktig å ha evnen til å tenke nytt, bruke erfaringene, bruke teknologikunnskapene til å tenke nytt, til å på en måte overleve, men også videreføre kulturen og selskapet inn i lavutslippssamfunnet». Her er det særlig tanken om å «overleve» som vi kan tolke som en henvisning til en type økonomiske motivasjoner, som jeg skriver mer om under.

Mens det var informanter fra kun tre selskaper som fortalte om de ansattes idealistiske motivasjoner (Cristina, Sunniva og Bjørn, og Ingrid og Oscar), viste samtlige av selskapenes narrativer til profitt og andre økonomiske hensyn i sammenheng med samfunnsansvar. Jeg fant en tydelig fortelling om viktigheten av selskapets overlevelse og lønnsomhet i selskapenes narrativer. Dette kan knyttes til «den økonomiske bunnlinjen» som gir uttrykk for virksomhetens økonomiske resultat (Elkington, 1997, i Olsen & Syse, 2020, s. 119-120). Det relevante å se nærmere på her er hvordan selskapene engasjerer seg i samfunnsansvar for å få bedre økonomi, eller hvordan økonomiske hensyn er drivere for et ansvarlig næringsliv.

Da jeg spurte informantene om det var dyrt å engasjere seg for samfunnsansvar, svarte flere at det er dyrt å *ikke* gjøre det. Det kan argumenteres for at samfunnsansvar er noe selskaper prioriterer å bruke ressurser på, fordi det sikrer fremtiden deres. Noen av informantene påpekte en sammenheng mellom det å ta samfunnsansvar eller omstille seg til det grønne skiftet, og å beholde sin posisjon i markedet. Samtidig uttrykker selskapene narrativer om at omstillingen til lavutslippet og forventningene om samfunnsansvar må skje gradvis og innfris på en måte som passer deres forretningsmodeller. En av informantene som nevnte forretningsmodeller sa også at det er viktig at måten de løser samfunnsansvar og bærekraft på «(...) står seg over tid, slik at ikke aksjekursen faller, at ikke investorene faller fra, og at selskapet dør» (Theresa). Her ser vi en sammenheng mellom det å engasjere seg i samfunnsansvar og bærekraft, og økonomisk bærekraft for selskapet.

Funnene indikerer at særlig interessen for miljø- og klimaaspektet av samfunnsansvar har økt etter at flere institusjoner har begynt å kreve mer av selskapene. Samtidig har klimaendringenes implikasjoner for selskapers virksomhet og økonomi fått mer oppmerksomhet. En av informantene fortalte om det hun opplevde som et skifte i næringslivet for et par år siden, da det kom noen nye retningslinjer som påvirket næringslivet til å se muligheter i risikoene knyttet til klimaendringer:

For næringslivet så kom dette med klimaendringer og miljø som en kule i det disse TCFD *guidelinene* [Task Force on Climate Related Financial Disclosures] ble lansert, (...) et rammeverk for rapportering av (...) hvordan bedrifter påvirker klima. Først og fremst tar det for seg hvordan klimaendringene påvirker egen *business* og ser på hva risikoen ved klimaendringer er for oss og hva som er mulighetene våre. Og da klimaendringer begynte

å få en finansiell *risk-opportunity*-side [at selskapene så muligheter i risikoene knyttet til klimaendringer], responderte bedriftene fort. Da gikk det fra å være noe som var litt sånn ullent (...) til å bli noe som omhandlet penger, og da reagerte styre og ledelse. Så det er min opplevelse av at ledelsen begynte å se at her har vi en risiko forbundet til ikke å reagere på dette her. (Cristina)

Med andre ord har hvorvidt selskapene anser noe som en finansiell risiko, stor betydning for om eller hvordan de reagerer på det. Når klimaendringene handler om penger, skjer det raskere reaksjoner, fordi å ikke reagere innebærer en for stor finansiell risiko for selskapene. Å reagere på klimaendringene, og å ta samfunnsansvar, er bedre *business* enn å la være.

Videre kan selskaper få større utgifter senere, hvis de ikke har gode systemer for ansvarlig virksomhet på plass. Som et av kontrollorganene jeg intervjuet, påpekte:

når man har gått på en smell selv forstår man virkelig at 'dette her kan koste oss [selskapet] så uendelig mye, at vi har ikke råd til å ikke sørge for å ha en god *policy* og et godt system på plass for ikke å trå feil'. (Anne)

I selskapenes narrativer kommer det fram at selskapene ønsker å gi et inntrykk av at de opptrer ansvarlig, men det betyr ikke nødvendigvis at de opptrer ansvarlig. Det eksisterer en diskurs om hvordan selskapene ønsker å bli oppfattet: de ønsker å bli oppfattet som ansvarlige for å unngå tap av omdømme og støtte i lokalsamfunnet, og det til en lavest mulig kostnad. For eksempel uttrykte et av selskapene at de ser en sammenheng mellom henholdsvis selskapets og lokalsamfunnets økonomiske bærekraft. Dersom lokalsamfunnet ikke tjener på at selskapet driver virksomheten sin der, for eksempel gjennom lønninger og at selskapet skatter lokalt, vil dette «til syvende og sist på en måte peke tilbake på oss [selskapet]» (Sunniva). Dette kan støttes av et utsagn fra ett av kontrollorganene (Marie) om at kostnadene ved å «trå feil» kan medfølge for eksempel arbeidstakerkonflikter og streik, eller stans i produksjon mens feil utbedres. I en slik situasjon vil selskapet tape penger.

Oppsummert kan en si at det finnes elementer av ansattes idealistiske motivasjon for å jobbe for et mer ansvarlig næringsliv, eller bærekraftig utvikling, i noen få av selskapenes narrativer. En kan imidlertid også se spor av økonomiske hensyn i disse fortellingene også.

Det understreker kompleksiteten og samtidig tolkningsfriheten selskapene har til å konstruere sine narrativer om motivasjoner for å engasjere seg i samfunnsansvar.

6.3. Mye prat, lite handling?

I selskapenes narrativer fant jeg forskjellige uttrykk for hvordan selskapene sier at de innlemmer og praktiserer samfunnsansvar i virksomheten. De fortalte om organisering av samfunnsansvar internt, ansvarsfordeling, innlemmelse av normer, etterlevelse gjennom forskjellige tiltak, og forskjellige former for kontroll med tiltak. I denne delen vil jeg trekke frem noen av eksemplene på innlemmelse og praksis. Et av selskapene uttrykte: «Det handler om *walk the talk*, og være transparente på det vi gjør og være ærlig på det» (Theresa). Sitatet illustrerer narrativet til selskapene som uttrykker at de både skal eller vil etterleve, og vise at de etterlever, normer for samfunnsansvar. Disse normene kan være eksterne normer fra for eksempel OECD og UNGP som selskapene på en eller annen måte slutter seg til. Det kan også være interne normer som selskapene har utformet selv i sine interne retningslinjer, verdier og strategier, eller «policyer» som mange av informantene kalte det. Det var imidlertid ikke et proporsjonalt forhold mellom det selskapene fortalte om samfunnsansvarets innhold og det de fortalte om innlemmelse og etterlevelse i virksomheten. Informantene viste ofte til sine «policyer», men var mer tilbakeholdne på å fortelle om konkrete tiltak for etterlevelse, altså indikasjoner på mye prat, men lite handling. Funnene antyder et sprik mellom uttalelsene om hva normene for samfunnsansvar innebærer, og hvordan samfunnsansvar gjennomføres i praksis. Dette kan forstås som at selskapene endrer innholdet i normene og deres funksjon.

Når det gjelder organisering og etterlevelse av samfunnsansvar uttrykker selskapene narrativer som vektlegger god forankring i ledelsen og hos de ansatte. Et eksempel er at ledere angivelig ikke ser annet alternativ enn å drive med samfunnsansvar. Som en informant fortalte, hadde lederne sagt til henne at «det ikke gikk å la være» (Cristina). Da jeg spurte informantene om hvem som har ansvar for å vedta normer for samfunnsansvar og innlemmelse i selskapet, var det flere som refererte til ledergruppe, administrerende direktør eller andre direktører «høyt opp» i organisasjonen. Oppfølgingen skjer imidlertid i ulike virksomhets- eller fagområder i organisasjonen.

Tilnærmet alle selskaper oppga at de har en egen avdeling eller minst én ansatt med spesielt ansvar for saker relatert til samfunnsansvar, bærekraft, *compliance*, eller tilsvarende.

Avdelingene har varierende posisjon i organisasjonskartet; hos noen høyere enn andre. I flere av selskapene har ansatte som jobber med samfunnsansvar et såkalt styringsansvar, og de jobber med å ivareta selskapets samfunnsansvar gjennom å innlemme retningslinjer internt. For eksempel har et selskap et styrende dokument for innkjøp, og da må ansvarlige avdeling blant annet legge til nye oppdaterte normer om menneskerettigheter og spesifisere anvendelsesområdene (Sunniva). Ingrid og Oscar fra annet selskap trakk fram at det for dem var viktig å innlemme «*governance-en*», eller styringsmodellen, i bærekraftsarbeidet, slik at alle er involvert, fra styre, til administrasjon og til de ulike fagområdene, samtidig som bærekraft er godt integrert i ledelsen. Det er spesielt viktig at bærekraftsavdelingen gir gode veiledninger for hvordan virksomheten skal utøves (Ingrid og Oscar). En informant påpekte at en av fordelene med å ha en bærekraftsavdeling er at de kan samarbeide enhetlig om strategisk tenking, og at det dermed blir lettere å gjennomføre samfunnsansvaret (Bjørn). Samtidig kan et selskap ha en bærekraftsavdeling med hovedansvar for strategisk utforming, men for eksempel en helse-, miljø- og sikkerhetsavdeling (HMS) med ansvar for den operasjonelle siden av slikt som miljørisiko, rettslig etterlevelse og håndtering av uhell ute i felt (Bjørn).

Det å ha egne CSR-avdelinger kan imidlertid være veldig ressurskrevende og dermed noe ikke alle selskaper har kapasitet til. Størrelse på organisasjonen kan være avgjørende for dette, men små og mellomstore bedrifter kan også innebære kortere avstand mellom for eksempel ledelse, innkjøpere, leverandører og søsterselskaper. Som et kontrollorgan beskrev det: «[små og mellomstore bedrifter har] lettere dialog for å forstå hva det handler om, og mer langsiktige relasjoner, men er også mer sårbare. Dermed stilles strengere krav til disse, enn kanskje store bedrifter opplever» (Marie). Mens veldig store selskaper kanskje har egne avdelinger og ressurser til det, er de samtidig gjerne «forgreinet over hele verden, og risikoen er enorm og vanskelig å ha kontroll på» (Marie). Slike selskaper kan også ha utfordringer knyttet til samarbeid med underleverandører som geografisk er «langt unna», med hvilke krav de skal sette og hvordan de skal følge opp hvis de har «mistanke om noe som ikke tåler dagens lys osv.» (Theresa).

Mens de fleste selskapene har en eller annen form for overordnet system for prosedyrer og *policyer*, er det ikke alle som ser det som nødvendig. Et av selskapene oppga at det ikke hadde en «veldig uttalt strategi [for samfunnsansvar], men egentlig bare et notat (...)), og forklarte:

der [har vi] redegjort overfor styret og eierne våre – for styret er jo opptatt av dette [samfunnsansvar] – hvordan vi jobber med samfunnsansvar internt, da. Og der har det nok egentlig vært litt sånn, sak og for sak. (Astrid)

Dette er eksempelet illustrerer variasjon i måter selskapene sier at de jobber med samfunnsansvar. Selv om dette konkrete selskapet ikke har en uttalt strategi, kommuniserer de at de jobber med samfunnsansvar internt på andre måter.

Foruten disse strukturene på et høyere organisasjonsnivå, er det tydelig at det stilles forventninger til hver enkelt ansatt også, samtidig som at enkeltansatte kan være viktige drivere for ansvarlig næringsliv. Flere selskaper nevnte forventninger til ansatte om å gjøre seg kjent med selskapets regler, verdier og strategi. Et av kontrollorganene som har jobbet tett med energiselskaper fortalte at de har observert «ildsjeler» som har «pusha det [samfunnsansvar] internt, og drevet utviklingen selv», selv om det også har vært en større tendens til mer forankring på «toppnivå» i selskapene (Petter). Denne typen engasjement fra «ildsjeler» kan minne om en slik idealistisk motivasjon hos ansatte som jeg nevnte tidligere.

Samtidig uttrykte selskapenes narrativer et tydelig behov for at både ledelse og øvrige ansatte jobber med bevisstgjøring og kompetanseheving. Noen informanter fortalte om dette behovet for særlig avdelinger som jobber med helt andre områder enn samfunnsansvar. Viktoria mente at det er viktig å «få med hele organisasjonen og for at dette skal bli noe som alle tar med seg (...) i små og store valg». Noen selskaper fortalte at de jevnlig kontrollerer kunnskapsnivåer med kurs og nettbaserte opplæringer.

Det neste spørsmålet er om de ovennevnte tiltak for organisering av samfunnsansvar fører til hensiktsmessig innlemmelse av normer, i den forstand at normene får påvirkning på virksomhetene.

Selskapenes narrativer uttrykker at selskapene søker å innlemme eksterne normer på en måte som er mest mulig effektiv for selskapet, men at innlemmelsen av normene samtidig kan være utfordrende. Viktoria fortalte at hun har ansvar for å oppdatere forskjellige ledere og avdelinger i selskapet om nye forventninger, men at gjennomføringen kan være utfordrende. Selskapet jobber derfor med å innlemme nye retningslinjer inn i normene som allerede eksisterer i selskapet, på en effektiv måte:

(...) det er jo alltid problemer med den implementeringen [innlemmelsen], når alle er opptatt og (...) har nok [oppgaver allerede]. (...) Så når det kommer nye ting, må vi snakke om hvordan vi på en måte kan få det inn i det som finnes. (Viktoria)

Med innlemmelsen følger det utfordringer, men også friheter, med tolkningen av normene: «Det er den debatten [om innlemmelse] vi har internt også, fordi det kan være krevende» (Theresa). Spørsmål som kan komme opp er: «hvem er det som mener dette?» og «hvordan tolker du de forventingene?» (Theresa). Bjørn fortalte om internasjonale standarder som selskapene forholder seg til, og at disse nesten er som normative lister med alt selskapet «må ha». Også Bjørn antydte at det hører med en viss tolkningsfrihet når normer skal innlemmes: «[normene er] ikke alltid helt klare, fordi (...) de må kunne fange alle mulige scenarioer hvor de kan bli anvendt (...) De fastsetter noen minimumskrav, men hvordan tolker du dem da?». Ifølge Bjørn har det blitt utviklet noen veiledninger tilhørende standardene som er ment å hjelpe selskapene å tolke og innlemme normene, men de dokumentene var nettopp veiledende, og ikke bestemmende for selskapene.

En informant fortalte om en slags «omvendt» innlemmelsesprosess, en tilnærming hvor selskapet ikke baserte seg på innlemmelse av samfunnsansvar-prinsipper først og så praktiserte i henhold til retningslinjene. Hittil har de i stedet sett hvordan selskapets virksomhet passer inn i forskjellige rammeverk og valgt de som passer virksomheten best. Informanten forklarte dette med at det er «en del av disse internasjonale *guidelinene* og standardene som er veldig internasjonale, sånn at noe føles nok litt irrelevant (...)» (Cristina). Her opplever ikke selskapet det så relevant å innlemme internasjonale rammeverk uten å se hen til egen praksis først. På den måten tilpasser de tilsynelatende valg av normer for samfunnsansvar til sin virksomhet, i stedet for å innlemme internasjonale normer og gjøre virksomheten mer ansvarlig i tråd med disse. Det gir grunn til å spørre seg om normene får noen betydning for virksomheten som allerede utøves på selskapets måte, ref. Olsen og Syse (2020) sin problematisering av at samfunnsansvar likestilles med «business as usual». I slike tilfeller kan det argumenteres for at måten selskapet innlemmer normer på endrer normer så de ikke brukes slik de var tiltenkt og dermed får mindre eller ingen betydning i praksis.

Det var få av informantene som svarte noe konkret på spørsmål om hvordan normene for samfunnsansvar brukes i praksis. Utenom selskapet som Bjørn og Sunniva representerer, var

det få av de andre selskapenes narrativer som la vekt på gjennomføring og etterlevelse. De fleste informantene henviste til hva de mente samfunnsansvar «skal være», og hva som kommer til uttrykk i normene. Dette illustrerer et gap i narrativene mellom det selskapene fortalte om normers innhold og etterlevelse av normene.

Av det som kom fram av konkret anvendelse av normer, fortalte Sunniva at prinsipper for samfunnsansvar for eksempel inkluderes når selskapet skal utvikle et nytt prosjekt eller en ny teknologi. Hun nevnte at selskapet «evaluerer CSR-risiko» ganske tidlig i prosessen og bruker da eksterne standarder: «når vi skal bygge ny fabrikk eller ny bygning eller andre slike ting, så lener vi oss ofte på det som heter International Finance Corporation Performance Standards». Hvordan selskaper innlemmer normer for samfunnsansvar påvirkes av den konkrete konteksten (jf. Frynas, 2009) og hvilken del av verdikjeden de forbinder med størst risiko. Bjørn, som er fra samme selskap som Sunniva, fortalte om en risikobasert tilnærming hvor det var forskjell på oppstrøms- og nedstrømsvirksomhet, hvor førstnevnte innebærer størst risiko og størst fotavtrykk og at den konteksten ifølge selskapet medfører at de tar mer samfunnsansvar der.

I noen av narrativene om hvordan selskapene jobber med samfunnsansvar, vektlegges også samarbeid med andre aktører i og rundt næringslivet. Informantene nevnte investorer, myndigheter, partnere og leverandører i ulike sammenhenger, men trakk også fram ulike organisasjoner. Selv om denne studien viser at hvert enkelt selskap har stor frihet rundt tolkning og innlemmelse av normer, viser noen funn også at selskapene ikke er helt egenrådige. En av informantene fortalte om å «innse og forstå at vi ikke handler i et vakuum, så vi er nødt til å samarbeide på tvers» (Sunniva). Bjørn og Sunniva fortalte at selskaper går sammen om å «drive utvikling» sammen, for eksempel gjennom industriorganisasjoner (Sunniva), eller i arbeidsgrupper med representanter fra NGO-er som WWF Verdens naturfond og Den internasjonale naturvernunionen (IUCN) (Bjørn). Det er imidlertid uklart hva de legger i «drive utvikling» og hva samarbeidet fører til.

7. Diskusjon: Selskapene konstruerer normer om samfunnsansvar og bidrar til rettspluralisme

I dette kapitlet diskuterer jeg selskapenes narrativer mer inngående, i lys av teoretiske perspektiver som jeg redegjorde for i teorikapitlet. Jeg argumenterer for det første (1) for at konseptet samfunnsansvar er komplekst, pluralistisk og dynamisk, og har så tøyelige grenser at selskapene har stor frihet til å konstruere det normative innholdet i konseptet. Når de innlemmer normer om samfunnsansvar i virksomheten «plukker» de fra eksterne rammeverk, og tilpasser til egen kontekst og virksomhetens eksisterende normer og praksiser. Selskapenes frihet reflekteres også i de mange forskjellige begrepene de bruker for ideer som i stor grad sammenfaller med samfunnsansvar, for eksempel «bærekraft». For det andre (2) argumenterer jeg for at normene om samfunnsansvar er av slik karakter at de passer til rettspluralisme, og at selskapenes forskjellige tolkninger og konstruksjon av normene bidrar til opprettholdelse og videreutvikling av rettspluralisme på feltet samfunnsansvar. For det tredje (3) diskuterer jeg den rettspluralismen og normkonstruksjonen jeg har identifisert, og stiller spørsmål om hva som blir igjen av normene for samfunnsansvar. Jeg argumenterer for at konsekvensene av rettspluralisme og selskapenes normkonstruksjoner kan være at normene mister betydning og at deres regulerende styrke svekkes.

7.1. Selskapene konstruerer innholdet i normene om samfunnsansvar

Det er mye i selskapenes narrativer som taler for at selskapene opptrer ut fra normene som er i tiden nå. I narrativene gir de også uttrykk for at de ønsker å bidra til å løse aktuelle lokale og globale utfordringer. Samtidig viser selskapenes narrativer at eksisterende normer for samfunnsansvar er så vide og åpne for tolkning, at selskapene har en frihet til å fylle samfunnsansvar med eget innhold. Dette gjør de gjennom å tolke og anvende begreper og rammeverk på måter som passer deres egne motivasjoner, virksomheter og strategier. I lys av sosialkonstruktivisme kan vi si at selskapene konstruerer sin egen virkelighet og normene de anser som relevante for dem selv (Berger & Luckmann, 2000). Dette understreker at samfunnsansvarsnormene er dynamiske og ikke statiske, ferdige produkter (se Krook & True, 2012).

Konseptet samfunnsansvar er sammensatt av mange forskjellige normer og forstås ulikt avhengig av konteksten (Frynas, 2009). Selskapenes narrativer har vist at noen selskaper har

utfordringer med å forholde seg til mange forskjellige normer, spesielt internasjonale rammeverk som dem fra OECD og UNGP. Dette er fordi selskapene ikke alltid ser relevansen av de internasjonale normene til egen virksomhet. Dette gjelder spesielt for små eller mellomstore norske selskaper som driver virksomhet kun i norsk kontekst. Dette kan støttes av ett av kontrollorganene jeg intervjuet. De fortalte at det er en utfordring i at OECD og UNGP-rammeverkene er på et generelt nivå som skal passe alle. Det betyr at fra for eksempel UNG-nivå til prosjektnivå i selskapene «må det noe tilpasning til, og noen vurderinger» (Petter). Dette kan forstås som at rammeverkene generelle utforming eller formuleringer ikke nødvendigvis gjør dem irrelevante for selskapene, men at rammeverkene legger opp til tolkning og tilpasning før iverksettelse «på prosjektnivå» hos selskapene i sine respektive kontekster. Dette reflekteres i Krook og True (2012, s. 109) sitt argument om at når normer ikke er presise, så medfører det ofte diskusjoner rundt definisjonen av normen, og dette åpner for en rekke tolkninger av hva innholdet skal være og hvordan normen skal anvendes i praksis.

Selskapenes makt og frihet til å tolke og innlemme normer for samfunnsansvar som det passer dem, reflekteres blant annet i at de «plukker» det de ønsker fra eksterne normer når de innlemmer samfunnsansvar i virksomheten. Samtidig bidrar de til å endre og dermed konstruere innholdet i normene. I presentasjonen av funnene viste jeg hvordan selskapene sier at de innlemmer og praktiserer samfunnsansvar. Jeg nevnte også at ett av selskapene i studien bruker veiledninger til internasjonale standarder når de skal praktisere samfunnsansvar. Ifølge Petter fra det ene kontrollorganet kan generelle normers tilhørende veiledninger og håndbøker for spesifikke sektorer hjelpe selskaper med å gjøre rammeverk relevante for virksomheten sin. Samtidig kan slike veiledninger bli altfor spesialiserte, og ikke nødvendigvis treffende for ethvert selskap i en gitt sektor. Da kan det oppleves som at veiledningene legger føringer som begrenser selskapenes tolkningsfrihet. Som følge av at mange av rammeverkene og veiledningene er frivillige, kan konsekvensen bli at selskaper ikke ser relevansen av hverken veiledningene eller selve rammeverket. Dermed kan de enten velge å ikke innlemme normene i rammeverket, eller tolke og innlemme normene fritt uten å benytte veiledningene. For å forstå dette teoretisk kan en, i forlengelse av avsnittet over, si at normers generelle eller tvetydige utforming gjør spredning av normen enklere, men det kan også føre til endringer i innholdet over tid, og gir normene varierende kraft når de skal gjennomføres i praksis (Krook & True, 2012, s. 109).

Selskapene bidrar til å konstruere og endre normenes innhold gjennom debatter om tolkning av normene og tilpasning til virksomhetens kontekst. I tillegg diskuterer selskaper og andre aktører samfunnsansvar gjennom ulike typer samarbeid, blant annet i internasjonale fora. Dette kan forstås i lys av det Krook og True (2012) beskriver som pågående debatter og dynamikker som påvirker normers endringsprosesser. På den ene siden ser vi interne komponenter til normers dynamikk som handler om debatter om spesifikke normers innhold, slik som debattene om innlemmelse og tolkninger av forventninger innad i selskapet. På den andre siden ser vi eksterne komponenter av debatt rundt normprosessene i «det større normative miljøet» (Krook & True, 2012, s. 109). I følge Krook og True (2012, s. 109) kan de eksterne debattene som eksisterer rundt normprosessene styre de interne dynamikkene i ulike retninger, hvor aktørene senere kan blant annet utvide eller utdype normen, ignorere eller til og med reversere eller omgjøre innholdet i normen. Dette er praksiser og prosesser som understreker selskapenes makt til å styre innholdet i det normative konseptet samfunnsansvar.

Det at det normative konseptet samfunnsansvar er så åpent for tolkning bidrar til at selskapene konstruerer egne regler for ansvarets rekkevidde. Skillet mellom samfunnsansvar i kjernevirksomheten og samfunnsansvar som ekstraprosjekter er et eksempel på dette. En konsekvens av selskapenes frihet og konseptets dynamiske karakter er at et selskap for eksempel kan definere samfunnsansvar som engasjement i frivillige veldedighets-/ekstraprosjekter. En slik definisjon kan gå på bekostning av ansvarlig kjernevirksomhet, og overskygge arbeidet for et ansvarlig næringsliv slik det har vært tiltenkt i rammeverk som UNGP (se f.eks. Ruggie, 2013). Det at selskaper støtter lokalsamfunn ved å for eksempel bygge en skole, er i utgangspunktet fint. Men sett i lys av forventningene i internasjonale rammeverk og fra norske myndigheter, bør ikke ekstraprosjekter komme i stedet for en forsvarlig gjennomføring av virksomheten. Dette kan støttes av et av kontrollorganene i studien. De påpekte at det er spesielt problematisk når selskaper erstatter rapportering og åpenhet rundt virksomheten med bistandsorienterte prosjekter (Petter). I slike tilfeller kan en hevde at selskapene ikke bare konstruerer nye normer ved å gi eget innhold i samfunnsansvaret, men også at samfunnsansvarsnormene mister betydning. Sistnevnte kommer jeg tilbake til i del 7.3. nedenfor.

Selskapenes frihet til å fylle konseptet samfunnsansvar med innhold reflekteres også i de mange forskjellige begrepene de bruker for ideer som i stor grad sammenfaller med samfunnsansvar, for eksempel «bærekraft». I narrative uttrykker selskapene at de over tid

har endret begrepsbruk innen samfunnsansvar, for eksempel fra «CSR» til «sustainability». Fra et teoretisk perspektiv kan en si at narrativenes vektlegging av forskjeller mellom hva samfunnsansvar var før og er nå kan være et eksempel på at det vi til enhver tid oppfatter som «sannhet» er historisk og kulturelt betinget, noe som betyr at de nåværende aksepterte måtene å forstå verden på, er foranderlig (Burr, 2015, s. 5). Jeg fant også eksempler på at noen av dem veksler mellom begreper avhengig av konteksten, og at informanter inkluderte alminnelig helse, miljø og sikkerhet, som allerede tilligger virksomheten, i bærekraftbegrepet. Her bruker de gamle konsepter i ny bekledning. En mulig tolkning av den forskjellige begrepsbruken kan være at det er en måte for selskapene å fornye troverdigheten sin på, uten faktisk å gjøre noe særlig (nytt) for et mer ansvarlig næringsliv (se også diskusjon om «grønnvasking» i del 7.3.).

En kan videre argumentere for at selskapene styrer begrepsbruken og fyller konseptene med innhold ut fra sine motivasjoner eller målsetninger og virkelighetsoppfatninger (Berger & Luckmann, 2000). Det at selskapene uttrykker at de ønsker å være del av en bærekraftig utvikling eller et såkalt grønt skifte, kan ses i sammenheng med selskapets økonomi og lønnsomhet. Funnene i studien viser at «bærekraft» også brukes i betydningen «økonomisk bærekraft», i relasjon til både selskapets økonomiske bærekraft og samfunnets økonomiske bærekraft over lang tid. Narrativene viser en tydelig vektlegging av økonomiske hensyn, og samtidig koblinger mellom lønnsom drift og «bærekraft». Dette står i motsetning til tidligere nevnte temaer rundt miljø og klima som mange assosierer med bærekraft, slik som ivaretagelse av biologisk mangfold. En kan spørre seg om hvorfor selskaper bruker «bærekraft» i relasjon til sin egen økonomi, når bærekraftsmålene omhandler en bredere utvikling i samfunnet og verden globalt (noe flere informanter har uttrykt selv). Det kan forstås som at selskapene på den ene siden ønsker å gi inntrykk av at de forstår konseptet på en måte som passer med ideelle formål, men når det kommer til stykket (innlemmelse av konseptene i praksis), er økonomiske hensyn viktigst og derfor kommer slike uttrykk for koblinger mellom bærekraft og økonomi til syne.

Variierende forståelser av «bærekraft» kan også forklares ved en tvetydighet i selve begrepet. Et av kontrollorganene sa at «bærekraft kan være så mangt»: Den vanligste forståelsen av bærekraft omhandler miljøspørsmål, men at det økonomiske perspektivet er en svakhet ved bærekraftbegrepet, for eksempel når noen sier «dette er ikke bærekraftig» og da mener at selskapet taper penger på det (Marie). Når selskaper blander økonomiske hensyn inn i

bærekraftbegrepet kan også det lede til eksempler på det jeg betegner som gamle konsepter i ny bekledning. I del 7.3. går jeg nærmere inn på hvilken innvirkning forskjellig begrepsbruk har for normenes betydning og funksjon.

Den praksisen som kom til uttrykk i selskapenes narrativer og som jeg har diskutert ovenfor, kan ses i sammenheng med det Burr (2015) skriver om språkets betydning i sosialkonstruktivismen. Burrs poeng er at vi mennesker konstruerer våre verdener ved bruk av kategorier og konsepter som vi oppfatter som sant eller riktig. Gitt at hva som oppfattes som sant og riktig er historisk og kulturelt betinget (Burr, 2015), kan vi forstå selskapenes praksis som et resultat av sosiale prosesser og interaksjoner, altså at språkets og konseptet samfunnsansvar sin utvikling er en naturlig del av den sosiale konteksten (ref. Frynas, 2009).

7.2. Samfunnsansvar og rettspluralisme

Fra et rettsosnologisk perspektiv kan vi videre knytte normene og praksis innenfor næringslivets samfunnsansvar til begrepet rettspluralisme. På den ene siden kjennetegnes normene av pluralisme og polysentri, og på den andre bidrar selskapenes påvirkning på normene til rettspluralismen. Næringslivets samfunnsansvar består av mange forskjellige normer og konsepter. Det finnes normer på både internasjonalt, nasjonalt og lokalt nivå, altså kommer normene fra flere kilder, og det er ikke helt tydelig hva som regnes som «rett». Dette er karakteristikk som passer til rettspluralisme, nærmere bestemt «sterk» rettspluralisme (Thuesen, 2013, s. 559-563). Sterk rettspluralisme kritiseres for å skape forvirring rundt rettsbegrepet når et mylder av sosiale normer også betegnes som rett (Thuesen, 2013).

Sett i sammenheng med samfunnsansvar kan kritikken til en viss grad være berettiget. Gitt at samfunnsansvar kan anses som et semiautonomt sosialt felt, er ikke staten den eneste aktøren som kan generere regler med tilhørende effektive sanksjoner (Moore, i Thuesen, 2013, s. 562). Hvorvidt det hører med effektive sanksjoner til normene for samfunnsansvar var ikke et stort tema i selskapenes narrativer, i alle fall ikke strengt fastsatte sanksjoner. De mest relevante sanksjonene under næringslivets samfunnsansvar kan kanskje sies å være det som relaterer seg til omdømme og lønnsomhet i samfunnet. Funnene i denne studien indikerer på flere måter at samfunnsansvar er mer enn å følge formell lovgivning fra myndighetene og det kan sies å være flere aktører som lager reglene, altså er ikke staten den eneste aktøren som regulerer næringslivets atferd. Dette understreker sammenblandingen av formelle og

uformelle, sosiale og rettslige normer, og det kan argumenteres for at kritikken til en viss grad passer til normene for samfunnsansvar.

Baier et al. (2019), Sand (2017) og Thuesen (2013) med flere skriver om at globalisering og internasjonalisering av retten fører til rettspluralisme. Funnene i studien kan utdype denne forståelsen ved å legge til andre faktorer som bidrar til pluralisme. Flere av selskapene i studien driver virksomhet internasjonalt og i en globalisert verden, noe som innebærer at de forholder seg til et stort mangfold av forventninger og regler fra ulike kilder (såkalt polysentri, se Sand, 2017; Zahle og Petersen, 1995, i Thuesen, 2013). Mange normer i forskjellige komplekse og tidvis vage rammeverk som konkurrerer, uten nødvendigvis noen hierarkisk relasjon, gir ingen enhetlig regulering (ref. Baier et al., 2019; Sand, 2017; Thuesen, 2013). Noen ganger kan det være rettslig uavklarte eller kompliserte spørsmål som spesielt ved implementering gir ulike tolkninger og nye rettsordener i ulike kontekster (Sand, 2017; Thuesen, 2013). Dette kan for eksempel være utfordrende for de transnasjonale selskapene som har lange verdikjeder gjennom flere land. Basert på Berger og Luckmann (2000) kan vi videre si at selskapenes oppfatninger kontinuerlig formes av sosiale faktorer. Disse faktorene varierer fra land til land. I noen land eller regioner er lovgivningen og/eller håndhevingen mangelfull eller svak, og selskapene blir overlatt til selv å vurdere og håndtere risikoer i mange forskjellige kontekster. Dette kan resultere i sprikende tolkninger og praksiser, og manglende reguleringer for ansvarlig næringsliv. Sett i lys av diskusjonen ovenfor (del 7.1.) om normprosesser og konstruksjon av normene på aktørnivå kan det argumenteres for at rettspluralisme opprettholdes og videreutvikles på grunn av globalisering, internasjonalisering og polysentri, men også på grunn av aktørenes makt til å påvirke normprosessene på lokalt nivå.

7.3. Hva blir igjen av normene?

Ovenfor diskuterte jeg hvordan selskapenes påvirkning på normprosessene bidrar til at flere normer skapes og at rettspluralisme derfor opprettholdes og videreutvikles. En kan spørre seg hva som blir igjen av normene om samfunnsansvar. Et argument kan være at normene mister betydning og at deres regulerende styrke svekkes.

Funnene tidligere i studien antyder at det normative konseptet samfunnsansvar er komplekst, pluralistisk og dynamisk. På den ene siden gir det selskapene stor frihet til å tolke og

innlemme normer. Det gir selskapene fleksibilitet. Potensielt får normene slik et større nedslagsfelt og det resulterer i et mer ansvarlig næringsliv. På den andre siden kan si at det bidrar til å tilsløre hvilket ansvar som tilligger selskapene. Konsekvensene i praksis blir en pulverisering eller fragmentering av ansvaret for mennesker, samfunn og miljø, mellom staten, næringslivet og samfunnet ellers. I et teoretisk perspektiv kan normene miste betydning og få svekket regulerende styrke.

Videre kan dynamikken rundt normprosesser både oppmuntre til dannelsen av flere normer og samtidig øke sjansen for at relevante aktører «mister kontrollen» over normenes innhold og deretter over hvordan normene innlemmes (Krook & True, 2012, s. 109). For å utdype denne forståelsen kan en trekke inn perspektiver om regeldannelser som fragmenter. Vi kan betrakte regler som produkter av såkalte moralske entreprenører sine initiativer eller krav (Becker, 1997, i Bruknapp, 2009, s. 24). Selskaper som moralske entreprenører har mye makt til å lage nye regler for hva som er rett og galt, noe som vil si at de skaper «nye fragmenter av hva som konstituerer et samfunns moral» (Becker, 1997, i Bruknapp, 2009, s. 24). Basert på dette kan vi si at selskapene konstituerer samfunnsansvarets mange og ulike fragmenter. Når det kontinuerlig skapes nye normer for samfunnsansvar, fører det opp til så mye oppdeling av konseptet at det er naturlig å spørre hva som etter hvert blir igjen av normene i konseptet.

Selskaper kan også gi inntrykk av at de tar samfunnsansvar uten at det er klart hvilken betydning normene har for praksisen de beskriver. Ettersom CSR «beror nettopp på selskapets egne vurderinger av hva som er formålstjenlig å gjøre», kan selskaper ta «helt tilfeldige initiativer uten tilknytning til virksomheten for øvrig» og løsrevet fra konkrete rammeverk som for eksempel UNGP, og det kan fortsatt omfattes av CSR-begrepet (Elgesem & Høstmælingen, 2019, s. 28, forfatterens utheving). En slik praksis vil stride mot en forståelse av samfunnsansvar hvor minstekravet er et ansvar for ikke å gjøre skade, en «do no harm»-tilnærming (ref. et av kontrollorganene; se også Ruggie, 2013). Ifølge en av ekspertene jeg intervjuet skal Ruggie («grunnleggeren» av UNGP) ha argumentert tydelig for at selskaper kan gjøre mye forskjellig for å gjøre ting bedre, for eksempel bygge skoler. Men det er ikke deres hovedansvar – minimumsansvaret er å ikke gjøre overtredelser eller bryte andres rettigheter (Robert). På bakgrunn av dette kan en problematisere «initiativer som selskapet selv finner hensiktsmessige og tjenlige», hvis de ikke oppfyller et slikt minimumskrav om å avverge eller avgrense skade på mennesker og miljø (Elgesem & Høstmælingen, 2019, s. 28). Det at selskaper kan ta slike løsrevde initiativer og kalle det for samfunnsansvar, uten hensyn

til hvilke konsekvenser selve kjernevirksomheten har på omgivelsene, viser at normene ikke nødvendigvis fører til ansvarlig kjernevirksomhet.

På samme måte som selskapene kan velge hva de fyller samfunnsansvaret med, kan de også fritt forme og variere innholdet i begrepene de bruker. Implikasjonene av forskjellig og varierende begrepsbruk kan være at begrepene og normene knyttet til dem, mister betydning. Funnene i studien indikerer at «bærekraft» oppfattes som et «stort» moteord (støttes av både informanter og kontrollorganer). Med slike store og trendy konsepter hører det med en risiko for at de «vannes ut» og ender opp med ikke å bety så mye. En kan argumentere for at «bærekraft» allerede er et forslitt uttrykk som brukes «overalt, hele tiden» og for å legitimere virksomhet som ikke egentlig er så bærekraftig (Cristina). Det kan videre tenkes at selskapene bruker nye begreper i narrativene sine for å vende oppmerksomheten bort fra hvordan de driver virksomheten sin. Jeg synes et av kontrollorganene uttrykte noen av problemene knyttet til dette godt da de var kritiske til hvordan noen selskaper bruker FNs bærekraftsmål som en slags «lynaveleder» uten å granske egen virksomhet:

Vi ser at en del selskaper er veldig opptatt av å være med i dette som handler om bærekraft, FNs bærekraftsmål, men ikke så opptatt av å ha søkelyset på 'hvordan er det nå vi tjener våre penger? Hvilke forholdsregler er det vi tar for ikke å direkte eller indirekte bryte med menneskerettighetene eller ødelegge miljø?'. Så det er for noen blitt en sånn lynaveleder fra å ha fokus på hvordan de selv ivaretar sitt samfunnsansvar. (Anne, informantens utheving)

Praksisen som beskrives i avsnittene ovenfor illustrerer hvordan selskapenes gjennom sin begrepsbruk har innflytelse på språkbruken på feltet, i deres rolle som pådrivere for endring (Bowen, 2014). De kan kommunisere at de vil være med på endringer (for eksempel overgang til lavutslippssamfunnet), men ikke være tydelige på hvordan det skal gjøres. Potensielt kan de fortsette som før, men bruke språket symbolsk for å gi inntrykk av at de gjør endringer i virksomheten (Bowen, 2014; Eide & Heggelund, 2020).

I selskapenes narrativer fant jeg uttrykk for hva samfunnsansvar «skal være» og at ansatte har idealistiske motivasjoner for å jobbe med samfunnsansvar, men likevel var det tydelig at lønnsomhet for selskapene er viktigst. Dette kan forstås som at selskapene er mest opptatt av å fremstå som ansvarlige, men at de ikke nødvendigvis er det i praksis, med mindre det er

lønnsomt for dem. Det at selskaper ønsker å fremstå som ansvarlige, men likevel bruker nye og «store» begreper som har større symbolsk enn reell effekt, kan knyttes til såkalt grønnvasking. «Grønnvasking» sikter til når en organisasjon bevisst forsøker å kommunisere positiv innsats for bærekraft eller miljø og klima uten å gjennomføre tiltak. Målet er å ta fokus bort fra virksomhetens negative påvirkning på omgivelsene (Bowen, 2014; Eide & Heggelund, 2020). Det kan være tilfellet når selskaper bevisst bruker begrepene «bærekraft» og «samfunnsansvar», men hvor innholdet i konseptene og deres regulerende funksjon svekkes eller tas helt bort. En kan også si at dette illustrerer hvordan friheten selskapene har til å fylle samfunnsansvar med innhold kan brukes til å ikke gi det noe innhold og derfor velge å ikke ta noe annet ansvar.

I dette kapitlet har jeg brukt teoretiske perspektiver fra sosialkonstruktivisme og rettspluralisme til å diskutere normene for samfunnsansvar og selskapenes praksis rundt normprosessene. Samfunnsansvar karakteriseres av et allerede eksisterende mangfold av normer fra flere ulike kilder. Slik rettspluralisme og polysentri medfører mange forskjellige tolkninger og praksiser i de ulike virksomhetene. I lys av både rettspluralisme og sosialkonstruktivisme kan det argumenteres for at den pluralistiske retten på feltet, inkludert sosiale normer, ikke er en sammenhengende eller statisk enhet. Normene er i stedet dynamiske normprosesser som påvirkes av selskapene. Selskapene endrer innholdet i eksterne normer når de innlemmes, og konstruerer nye, egne normer, noe som også bidrar til å opprettholde og videreutvikle rettpluralisme. Jeg har argumentert for at dette kan føre til at samfunnsansvarsnormene mister betydning og regulerende styrke.

8. Konklusjon

I dette konklusjonskapittelet oppsummerer jeg funnene i analysen og implikasjonene av disse ved å fremme forslag til en teori om næringslivets samfunnsansvar i norske selskaper.

Avslutningsvis gir jeg også noen forslag til fremtidig forskning og peker på hvordan denne studien kan bidra på veien videre mot et mer ansvarlig næringsliv.

8.1. Forslag til teori om næringslivets samfunnsansvar i norske selskaper

Selskapene uttrykker narrativer som vektlegger at selskaper kan tolke det normative konseptet samfunnsansvar på forskjellige måter. Funnene antyder at selskapene i utgangspunktet har en felles forståelse av samfunnsansvar som et ansvar for å unngå skader på mennesker, miljø og klima. Ansvar for mennesker og menneskerettigheter tolker de fleste selskapene snevert, til først og fremst å gjelde arbeidstakerrettigheter. Ansvar for miljø og klima går ut på å gjøre vurderinger og tiltak for å begrense skade på biologisk mangfold og å delta i «det grønne skiftet» mot et lavutslippssamfunn. Det er også viktig for selskapene å ivareta jordkloden slik at de har et sted å drive virksomheten sin.

Funnene antyder videre at innholdet i og rekkevidden av samfunnsansvaret ikke tydelig definert, og grensene er tøyelige. Det gir selskapene en stor frihet til å tolke og innlemme samfunnsansvar slik det passer deres virksomhet. Denne friheten reflekteres også når selskapene bruker mange forskjellige begreper for ideer som i stor grad sammenfaller med samfunnsansvar, for eksempel «bærekraft». De fleste informantene mente at samfunnsansvar er å gjøre mer for samfunnet enn det loven krever. Dette kaller mange for «beyond compliance», men det er uklart hva det innebærer. Selskapene uttrykker at ansatte i selskapene drives av en form for idealisme og ønske om å jobbe for en bedre verden. Likevel er det tydelig i narrativene at selskapenes største motivasjon er økonomisk lønnsomhet. Disse to kategoriene av drivere eller motivasjoner bak samfunnsansvar er motstridende all den tid idealistiske drivere ikke er tilstrekkelig dersom ikke selskapet også anser samfunnsansvar som «god business», altså noe økonomisk lønnsomt.

Når det gjelder innlemmelse av samfunnsansvar i selskapet, vektlegger narrativene blant annet at samfunnsansvar har sterk forankring i ledelsen, og selskapene har strategier eller «policyer» og egne avdelinger dedikert til å jobbe med samfunnsansvar. Gjennom analysen av selskapenes uttalelser fant jeg samtidig et språk mellom hva selskapene sa at normene for

samfunnsansvar innebærer, slik som å begrense skade på omgivelsene, og hvordan de sa at de gjennomfører samfunnsansvar i praksis. Dette kan forstås som at når selskapene innlemmer samfunnsansvar, så endrer de i praksis innholdet i normene og deres funksjon. Selskapene utvikler og styrer innholdet i og gjennomføringen av samfunnsansvaret sitt i tråd med det som passer virksomheten og som tjener selskapet. Dermed kan samfunnsansvar være «alt og ingenting»: Selskapene definerer mye som samfunnsansvar, og de kan si at de tar samfunnsansvar uten å være tydelige på hvordan det gjennomføres.

Fra et teoretisk perspektiv foreslår denne studien at det normative konseptet samfunnsansvar er komplekst, pluralistisk og dynamisk. I lys av sosialkonstruktivisme og rettsosnologisk teori viser analysen at selskapene har betydelig makt og frihet til å konstruere innholdet i samfunnsansvaret. Dette gjør de gjennom å tolke og tilpasse normer og begreper til egen kontekst. Videre er samfunnsansvarsnormene av slik karakter at de passer til rettspluralisme. Det fører til mange forskjellige tolkninger og praksiser i de ulike virksomhetene. Slik bidrar selskapene til å opprettholde og videreutvikle rettspluralisme på samfunnsansvarsfeltet. Jeg argumenterer for at utviklingen av normene på feltet kan beskrives som en spiral av rettspluralisme, forskjellige tolkninger i ulike kontekster, fragmentering av konsepter og konstruksjon av nye normer som bidrar til mer pluralisme. Konsekvensene av dette kan være at normene mister betydning og at deres regulerende styrke svekkes.

8.2. Fremtidig forskning og veien videre mot et mer ansvarlig næringsliv

Et forslag til fremtidig forskning er å gjøre nærmere undersøkelser av kjeden av samfunnsansvar fra internasjonale retningslinjer, via nasjonal innlemmelse og håndheving, til innlemmelse og etterlevelse i selskapene. I denne studien har jeg ikke gjort en diskursanalyse, men det ville vært både viktig og interessant å se nærmere på de kollektive diskursene på feltet og koble dem til praksis. Ettersom flere av normene for samfunnsansvar omfatter alle sektorer og typer eierskap (se f.eks. Elgesem & Høstmælingen, 2019, s. 227), ville det vært interessant å gjøre en mer omfattende studie av narrativene til flere selskaper også i andre sektorer enn olje, energi og industri for å få et mer fullstendig bilde av hvordan norske selskaper forteller om og forholder seg til samfunnsansvar.

I denne studien har jeg illustrert at selskaper ikke eksisterer i vakuum: De forstår og praktiserer samfunnsansvar ut fra konteksten. Det er tydelig for meg at det er elementer i alle

narrativene som peker på lønnsomhet. Det indikerer at til tross for store friheter, så finnes det maktstrukturer i samfunnet, blant annet kapitalistiske, som tvinger selskapene til å tilpasse samfunnsansvaret etter dette. Dette har ikke vært hovedfokus for denne masteroppgaven, men fremtidige studier kan for eksempel utforske hvordan kapitalisme påvirker normene innenfor samfunnsansvar. Det er mange viktige interesseavveininger og –konflikter en kan studere, for eksempel urfolks rettigheter i møte med mektige selskapers interesser.

Funnene i denne studien antyder at konseptet samfunnsansvar alene ikke nødvendigvis fører til et ansvarlig næringsliv. Å bygge kunnskap om styrker og svakheter ved konseptet samfunnsansvar og hvordan selskapene sier de praktiserer det, kan bidra til en bedre forståelse av hvordan vi kan fremme ansvarlig næringsliv fremover. Verden står overfor en rekke utfordringer knyttet til klimaforandringer, miljødelegger, fattigdomsbekjempelse, energiforsyning og mye mer. I arbeidet med å løse disse utfordringene spiller selskaper en viktig rolle som arbeidsgivere, som produsenter og del av verdikjeder, og bidragsytere til velstandsøkning. Dersom arbeidet i virksomhetene og med å løse verdens utfordringer skal skje på en samfunnsansvarlig måte, uten at det går på bekostning av mennesker eller natur, er det på den ene siden viktig at selskaper har en viktig rolle i arbeidet med å finne ut hvordan de kan løse oppgavene sine mer ansvarlig, men også at samfunnsansvar kompletteres med flere virkemidler. Samfunnsansvar som konsept er veldig utsatt for endringer og oppdeling av normer, og kan ikke nødvendigvis alene skape endringene som trengs. Staten, næringslivet og andre relevante aktører må jobbe aktivt sammen for å sørge for at normer om samfunnsansvar fører til reelle forbedringer snarere enn fragmentering og utvanning av ansvaret for mennesker, miljø og klima.

Antall ord: 26140

Litteraturliste

- Axelsen, S. H. H. (2015). *Egeninteresse eller verdier? Samfunnsansvar i Caverion Norge*. (Masteroppgave, Universitetet i Oslo). Hentet fra <http://urn.nb.no/URN:NBN:no-49149>
- Baier, M., Svensson, M., & Nafstad, I. (2019). *Understanding sociology of law : an introduction*. Lund: Studentlitteratur.
- Barne- og familiedepartementet. (u.å.). Saksgang: Åpenhetsloven. Hentet 10.06.2021 fra <https://www.regjeringen.no/no/dokument/dep/bld/sak/saksgang-etikkinformasjonsutvalgett/id2698761/>
- Berger, P. L., & Luckmann, T. (2000). *Den samfunnsskapt virkelighet* (F. Wiik, Overs.). Bergen: Fagbokforlaget. Opprinnelig utgitt 1966.
- Bjørntomt, C. J. (2020). *Korrupsjonsrisiko og antikorrupsjon: Analyse av profesjonelle aktørers oppfatning av korrupsjon i norsk virksomhet*. (Masteroppgave, Universitetet i Oslo). Hentet fra <http://urn.nb.no/URN:NBN:no-84545>
- Blowfield, M., & Murray, A. (2014). *Corporate responsibility* (3. utg.). Oxford: Oxford University Press.
- Boasson, E. L., Wettestad, J., & Bohn, M. (2006). *CSR in the European oil sector: A mapping of company perceptions*. Lysaker: Fridtjof Nansen Institute.
- Bowen, F. (2014). *After Greenwashing: Symbolic Corporate Environmentalism and Society*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Brinkmann, S., & Kvale, S. (2018). *Doing Interviews*: Sage Publications.
- Bruknapp, G. (2009). *Hatkriminalitet : en sosiologisk analyse av et sosialt problem og en ny kriminalitetskategori*. (Masteroppgave, Universitetet i Oslo). Hentet fra <http://urn.nb.no/URN:NBN:no-24001>
- Bryman, A. (2016). *Social research methods* (5. utg.). Oxford: Oxford University Press.
- Bukve, O. (2016). *Forstå, forklare, forandre : om design av samfunnsvitenskaplege forskingsprosjekt*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Burr, V. (2015). *Social constructionism* (3. utg.). London og New York: Routledge.
- Camilleri, M. A. (2017). *Corporate Sustainability, Social Responsibility and Environmental Management: An Introduction to Theory and Practice with Case Studies*. Cham: Springer.
- Carroll, A. B. (1979). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance. *The Academy of Management review*, 4(4), 497-504.

- Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders. *Business Horizons*, 34, 39-48. DOI: 10.1016/0007-6813(91)90005-G
- Carroll, A. B. (1999). Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38(3), 268-295. DOI: 10.1177/000765039903800303
- Carroll, A. B. (2015a). Corporate social responsibility. *Organizational dynamics*, 44(2), 87-96. DOI: 10.1016/j.orgdyn.2015.02.002
- Carroll, A. B. (2015b). Foreword. I S. O. Idowu, N. Capaldi, M. S. Fifka, L. Zu, & R. Schmidpeter (Red.), *Dictionary of Corporate Social Responsibility : CSR, Sustainability, Ethics and Governance* (s. v-vi). Cham: Springer International Publishing : Imprint: Springer.
- Carroll, A. B. (2016). Carroll's pyramid of CSR: taking another look. *International journal of corporate social responsibility*, 1(1), 1-8. DOI: 10.1186/s40991-016-0004-6
- Corbin, J. M., & Strauss, A. L. (2015). *Basics of qualitative research : techniques and procedures for developing grounded theory* (4. utg.). Thousand Oaks: Sage.
- Crane, A., McWilliams, A., Matten, D., Moon, J., & Siegel, D. S. (2008). *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. Oxford: Oxford University Press
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry & research design : choosing among five approaches* (4. utg.). Thousand Oaks: Sage.
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1-13. DOI: 10.1002/csr.132
- Dobers, P., & Springett, D. (2010). Corporate social responsibility: discourse, narratives and communication. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 17(2), 63-69. DOI: 10.1002/csr.231
- Dyrstad, K. M. J. (2020). «Kritiske hendelser?» *En kritisk diskursanalyse av individuelle protesthandlinger i den digitale sfæren*. (Masteroppgave, Universitetet i Oslo). Hentet fra <http://urn.nb.no/URN:NBN:no-87759>
- Eide, K. L., & Heggelund, K. (2020). *Samfunnsansvar i Yara: frå intern forståing til ekstern kommunikasjon*. (Masteroppgave, Universitetet i Oslo). Hentet fra <http://urn.nb.no/URN:NBN:no-83166>
- Elgesem, F., & Høstmælingen, N. (2019). *Næringsliv og menneskerettigheter*. Oslo: Universitetsforlaget.

- Elkington, J. (1998). *Cannibals with forks : the triple bottom line of the 21st century business*. Gabriola Island, B.C: New Society Publishers.
- Everett, E. L., & Furseth, I. (2012). *Masteroppgaven : hvordan begynne - og fullføre* (2. utg.). Oslo: Universitetsforlaget.
- Fangen, K. (2010). *Deltagende observasjon* (2. utg.). Bergen: Fagbokforlaget.
- Flick, U. (2014). *An introduction to qualitative research* (5. utg.). Los Angeles: SAGE.
- Frynas, J. G. (2009). *Beyond corporate social responsibility : oil multinationals and social challenges*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Fuglset, K.-O. F. (2020). *I hvilken grad og på hvilke måter sikrer norske bedrifter i afrikanske land at deres vedtatte strategier for samfunnsansvar fungerer i praksis?* (Masteroppgave, VID vitenskapelige høyskole). Hentet fra <https://hdl.handle.net/11250/2678815>
- Gabrielsen, A. (2018). Hvordan kan en forskningstilnærming bidra til å vektlegge lærerens stemme ved studie av utdanning for bærekraftig utvikling? *Acta didactica Norge*, 12(3). DOI: 10.5617/adno.4803
- Hem, E. (2018). Hva bør grounded theory kalles på norsk? *Tidsskrift for den Norske Lægeforening*, 138(10). DOI: 10.4045/tidsskr.17.1032
- Ihlen, Ø. (2011). *Samfunnsansvar på norsk : tradisjon og kommunikasjon*. Bergen: Fagbokforlaget.
- Ihlen, Ø., & von Weltzien Hoivik, H. (2015). Ye Olde CSR: The Historic Roots of Corporate Social Responsibility in Norway. *Journal of business ethics*, 127(1), 109-120. DOI: 10.1007/s10551-013-1671-9
- International Trade Centre. (u.å.). Sustainability Standards. Hentet 17.06.2021 fra <https://www.intracen.org/itc/market-info-tools/voluntary-standards/standardsmap/>
- Jackson, K., & Bazeley, P. (2019). *Qualitative data analysis with NVivo* (3. utg.). Los Angeles: Sage.
- Johansen, L. V. (2013). Rettens mikrosociologi I O. Hammerslev & M. Rask Madsen (Red.), *Rettsociologi : Klassiske og moderne perspektiver* (s. 517-557). København: Reitzel.
- Klima- og miljødepartementet. (2013). *Klimatilpasning i Norge*. (Meld. St. 33 (2012 – 2013)). Hentet fra <https://www.regjeringen.no/contentassets/e5e7872303544ae38bdbdc82aa0446d8/no/pdfs/stm201220130033000dddpdfs.pdf>

- Knab, S. (2015). Stakeholder Dialogue. I S. O. Idowu, N. Capaldi, M. S. Fifka, L. Zu, & R. Schmidpeter (Red.), *Dictionary of Corporate Social Responsibility : CSR, Sustainability, Ethics and Governance* (s. 469). Cham: Springer
- Kolk, A., & van Tulder, R. (2010). International business, corporate social responsibility and sustainable development. *International business review*, 19(2), 119-125. DOI: 10.1016/j.ibusrev.2009.12.003
- KPMG. (2020). *The time has come: The KPMG Survey of Sustainability Reporting 2020*. Hentet fra <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2020/11/the-time-has-come.pdf>
- Krook, M. L., & True, J. (2012). Rethinking the life cycles of international norms: The United Nations and the global promotion of gender equality. *European Journal of International Relations*, 18(1), 103-127. DOI: 10.1177/1354066110380963
- Kvale, S. (2007). *Doing interviews*. London: SAGE.
- Latapí Agudelo, M. A., Jóhannsdóttir, L., & Davídsdóttir, B. (2019). A literature review of the history and evolution of corporate social responsibility. *International journal of corporate social responsibility*, 4(1), 1-23. DOI: 10.1186/s40991-018-0039-y
- Lien, A.-M. (2016). "Den normale eleven" - Et sosialkonstruktivistisk perspektiv på læreres forventning til eleven på 1.trinn. (Masteroppgave, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet). Hentet fra <http://hdl.handle.net/11250/2453320>
- Luthen, S. (2009). *Bedrifters samfunnsansvar og statlig eierskap : Regjeringens implementering av bedrifters samfunnsansvar i statlig eide selskaper*. (Masteroppgave, Universitetet i Oslo). Hentet fra <http://urn.nb.no/URN:NBN:no-24097>
- Mares, R. (2007). Some Elements in Knowledge Gaps on Business and Human Rights with Regard to a Future Research Agenda. *Nordic Journal of Human Rights*(4), 378-398.
- Miljødirektoratet. (07.10.2019). Ansvar for klimatilpasning. Hentet 10.06.2021 fra <https://www.miljodirektoratet.no/myndigheter/klimaarbeid/klimatilpasning/veiledning-til-statlige-planretningslinjer-for-klimatilpasning/ansvar-for-klimatilpasning>
- NESH. (2016). Forskningsetiske retningslinjer for samfunnsvitenskap, humaniora, juss og teologi. Hentet fra <https://www.forskningsetikk.no/globalassets/dokumenter/4-publikasjoner-som-pdf/forskningsetiske-retningslinjer-for-samfunnsvitenskap-humaniora-juss-og-teologi.pdf>
- Norad. (16.02.2015). Staters plikt til å respektere, beskytte og innfri menneskerettighetene. Hentet 10.06.2021 fra

- <https://www.norad.no/tema/menneskerettigheter/rettighetsbasert-utvikling/statens-plikter/>
- Norges Kontaktpunkt for ansvarlig næringsliv. OECDs retningslinjer. Hentet 17.06.2021 fra <https://www.responsiblebusiness.no/oecd-retningslinjer/>
- Norsk rikskringkasting (NRK). (11.06.2021 kl. 11.40). NRK Nyheter Hentet 11.06.2021 fra <https://tv.nrk.no/se?v=NNFA12061121&t=1692s>
- Norsk senter for forskningsdata (NSD). Ny personopplysningslov. Her er de viktigste endringene. Hentet 01.06.2020 fra <https://nsd.no/personvernombud/20juli-endringer.html>
- Nærings- og fiskeridepartementet. (2019). *Statens direkte eierskap i selskaper: Bærekraftig verdiskaping*. (Meld. St. 8 (2019–2020)). Hentet fra <https://www.regjeringen.no/contentassets/44ee372146f44a3eb70fc0872a5e395c/no/pdfs/stm201920200008000dddpdfs.pdf>
- Nærings- og fiskeridepartementet. (09.06.2020). Statens eierberetning 2019. Hentet fra <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/statens-eierberetning-2019/id2705591/>
- Nærings- og fiskeridepartementet. (09.06.2020). Statlig eierskap: Publikasjoner. Hentet 10.06.2021 fra <https://www.regjeringen.no/no/tema/naringsliv/statlig-eierskap/andre-relevante-dokumenter/id737457/?expand=factbox2602518>
- Nærings- og fiskeridepartementet. (08.06.2021). Statens eierrapport. Hentet 16.06.2021 fra <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/statens-eierrapport/id2857810/>
- OECD. (2011). *OECD Guidelines for Multinational Enterprises*: OECD Publishing. DOI: 10.1787/9789264115415-en.
- Offerdal, J. S. (2012). *Heller filantropi enn demokrati. Statoils CSR i utlandet*. (Masteroppgave, Universitetet i Bergen). Hentet fra <https://hdl.handle.net/1956/6207>
- Ofstad, Y. (2009). *Konstruksjon av moralske bedrifter : En studie av bedrifters samfunnsansvar og samarbeidet mellom Amnesty International Norge og Norsk Hydro*. (Masteroppgave, Universitetet i Oslo). Hentet fra <http://urn.nb.no/URN:NBN:no-23148>
- Olsen, J. B., & Syse, H. (2020). *Næringslivsetikk og samfunnsansvar : en lærebok om fundamentet for god forretningsdrift* (2. utg.). Bergen: Fagbokforlaget.
- Petintseva, O., Faria, R., & Eski, Y. (2020). *Interviewing Elites, Experts and the Powerful in Criminology*. Cham: Springer. DOI: 10.1007/978-3-030-33000-2.

- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2019). Creating Shared Value. I G. G. Lenssen & N. C. Smith (Red.), *Managing Sustainable Business: An Executive Education Case and Textbook* (s. 323-346). Dordrecht: Springer Netherlands.
- Presser, L., & Sandberg, S. (2015). *Narrative Criminology: Understanding Stories of Crime*. New York og London: New York University Press.
- Reiten, K. (2007). *Nytt norsk oljeeventyr i Afrika : Statoil i Angola - en rammeanalyse av medienes dekning i perioden 1997-2002*. (Masteroppgave, Universitetet i Oslo). Hentet fra <http://urn.nb.no/URN:NBN:no-17600>
- Ruggie, J. G. (2013). *Just business : multinational corporations and human rights*. New York: W.W. Norton.
- Ruud, M., & Ulfstein, G. (2011). *Innføring i folkerett* (4. utg.). Oslo: Universitetsforl.
- Samy, M., & Robertson, F. A. (2017). From positivism to social constructivism: an emerging trend for CSR researchers. I D. Crowther & L. M. Lauesen (Red.), *Handbook of Research Methods in Corporate Social Responsibility* (s. 437-462): Edward Elgar Publishing.
- Sand, I.-J. (2017). *Rett, samfunn og legitimitet*. Oslo: Universitetsforlaget.
- Selskapsloven. (1985). Lov om ansvarlige selskaper og kommandittselskaper, LOV-1985-06-21-83. <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/1985-06-21-83>
- Small, M. L. (2009). 'How many cases do I need?': On science and the logic of case selection in field-based research. *Ethnography*, 10(1), 5-38. DOI: 10.1177/1466138108099586
- Statistisk sentralbyrå. Fakta om norsk næringsliv. Hentet 20.06.2021 fra <https://www.ssb.no/nasjonalregnskap-og-konjunkturer/faktaside/norsk-naeringsliv>
- Stortinget. (u.å.). Lov om virksomheters åpenhet og arbeid med grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold (åpenhetsloven). Hentet 10.06.2021 fra <https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Saker/Sak/?p=84474>
- Thuesen, F. (2013). Retsantropologi og global retspluralisme. I O. Hammerslev & M. Rask Madsen (Red.), *Retssociologi : Klassiske og moderne perspektiver* (s. 559-603). København: Reitzel.
- Tjora, A. H. (2012). *Kvalitative forskningsmetoder i praksis* (2. utg.). Oslo: Gyldendal akademisk.
- UN Global Compact Norge. (u.å.). Om UN Global Compact Norge. Hentet 17.06.2021 fra <https://globalcompact.no/om-oss/>
- United Nations. (2010). The UN "Protect, Respect and Remedy" Framework for Business and Human Rights. Hentet fra <https://www.business->

[humanrights.org/sites/default/files/reports-and-materials/Ruggie-protect-respect-remedy-framework.pdf](https://www.ohchr.org/sites/default/files/reports-and-materials/Ruggie-protect-respect-remedy-framework.pdf)

United Nations. (2011). *Guiding Principles On Business And Human Rights: Implementing the United Nations 'Protect, Respect and Remedy' framework*. Hentet fra

https://www.ohchr.org/documents/publications/guidingprinciplesbusinessshr_en.pdf

Universitetet i Oslo. (2019). Lagringsguiden. Hentet 01.06.2020 fra

<https://www.uio.no/tjenester/it/sikkerhet/isis/tillegg/lagringsguide.html>

Utenriksdepartementet. (2009). *Næringslivets samfunnsansvar i en global økonomi* (St.meld. nr. 10 (2008-2009)). Hentet fra

<https://www.regjeringen.no/contentassets/d1301a2369174dd88f8e25d010594896/no/pdfs/stm200820090010000dddpdfs.pdf>

Utenriksdepartementet. (25.10.2019). Ansvarlig næringsliv: Forventninger og retningslinjer. Hentet 22.06.2021 fra

https://www.regjeringen.no/no/tema/utenrikssaker/naringslivssamarbeid-i-utlandet/innsikt/forventninger_retningslinjer/id2076270/

Utenriksdepartementet. *Næringsliv og menneskerettigheter: Nasjonal handlingsplan for oppfølging av FNs veiledende prinsipper*. Hentet fra

<https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/hplan-naering-mr/id2457944/>

Wartick, S. L., & Cochran, P. L. (1985). The Evolution of the Corporate Social Performance Model. *The Academy of Management review*, 10(4), 758-769. DOI: 10.2307/258044

Winther Jørgensen, M., & Phillips, L. (1999). *Diskursanalyse som teori og metode*.

Frederiksberg: Roskilde Universitetsforlag.

Wisløff, S. M., & Gundersen, G. S. (2016). *CSR i næringsklynger - En integrert flercase-studie om hvordan medlemskap i næringsklynger påvirker virksomhetens CSR*.

(Masteroppgave, Høgskolen i Oslo og Akershus). Hentet fra

<https://hdl.handle.net/10642/3440>

Wood, D. J. (1991). Corporate Social Performance Revisited. *The Academy of Management review*, 16(4), 691-718. DOI: 10.5465/AMR.1991.4279616

Vedlegg

Vedlegg 1: Godkjenning fra NSD

Meldeskjema for behandling av personopplysninger

about:blank



NSD sin vurdering

Prosjekttittel

Norske selskaper og næringslivets samfunnsansvar (CSR)

Referansenummer

132923

Registrert

24.06.2020 av Florina Zagragja - florinaz@uio.no

Behandlingsansvarlig institusjon

Universitetet i Oslo / Det juridiske fakultet / Institutt for kriminologi og rettssosiologi

Prosjektansvarlig (vitenskapelig ansatt/veileder eller stipendiat)

David Rodríguez Goyes, d.r.goyes@jus.uio.no, tlf: 45688696

Type prosjekt

Studentprosjekt, masterstudium

Kontaktinformasjon, student

Florina Zagragja, florinaz@student.jus.uio.no, tlf: 41469803

Prosjektperiode

01.08.2020 - 01.09.2021

Status

08.07.2020 - Vurdert

Vurdering (1)

08.07.2020 - Vurdert

Det er vår vurdering at behandlingen av personopplysninger i prosjektet vil være i samsvar med personvernlovgivningen så fremt den gjennomføres i tråd med det som er dokumentert i meldeskjemaet med vedlegg den 08.07.2020, samt i meldingsdialogen mellom innmelder og NSD. Behandlingen kan starte.

MELD VESENTLIGE ENDRINGER

Dersom det skjer vesentlige endringer i behandlingen av personopplysninger, kan det være nødvendig å melde dette til NSD ved å oppdatere meldeskjemaet. Før du melder inn en endring, oppfordrer vi deg til å lese om hvilke type endringer det er nødvendig å melde: https://nsd.no/personvernombud/meld_prosjekt/meld_endringer.html.

Endringer kan være tilføyning av metoder/datakilder som innebærer behandling av personopplysninger.

Du må vente på svar fra NSD før endringen gjennomføres.

TYPE OPPLYSNINGER OG VARIGHET

Prosjektet vil behandle alminnelige kategorier av personopplysninger frem til 01.09.2021.

LOVLIG GRUNNLAG

Prosjektet vil innhente samtykke fra de registrerte til behandlingen av personopplysninger. Vår vurdering er at prosjektet legger opp til et samtykke i samsvar med kravene i art. 4 og 7, ved at det er en frivillig, spesifikk, informert og utvetydig bekreftelse som kan dokumenteres, og som den registrerte kan trekke tilbake. Lovlig grunnlag for behandlingen vil dermed være den registrertes samtykke, jf. personvernforordningen art. 6 nr. 1 bokstav a.

PERSONVERNPRINSIPPER

NSD vurderer at den planlagte behandlingen av personopplysninger vil følge prinsippene i personvernforordningen om:

- lovlighet, rettferdighet og åpenhet (art. 5.1 a), ved at de registrerte får tilfredsstillende informasjon om og samtykker til behandlingen
- formålsbegrensning (art. 5.1 b), ved at personopplysninger samles inn for spesifikke, uttrykkelig angitte og berettigede formål, og ikke viderebehandles til nye uforenlige formål
- dataminimering (art. 5.1 c), ved at det kun behandles opplysninger som er adekvate, relevante og nødvendige for formålet med prosjektet
- lagringsbegrensning (art. 5.1 e), ved at personopplysningene ikke lagres lengre enn nødvendig for å oppfylle formålet

DE REGISTRERTES RETTIGHETER

Så lenge de registrerte kan identifiseres i datamaterialet vil de ha følgende rettigheter: åpenhet (art. 12), informasjon (art. 13), innsyn (art. 15), retting (art. 16), sletting (art. 17), begrensning (art. 18), underretning (art. 19), dataportabilitet (art. 20).

NSD vurderer at informasjonen som de registrerte vil motta oppfyller lovens krav til form og innhold, jf. art. 12.1 og art. 13.

Vi minner om at hvis en registrert tar kontakt om sine rettigheter, har behandlingsansvarlig institusjon plikt til å svare innen en måned.

FØLG DIN INSTITUTEJONS RETNINGSLINJER

NSD legger til grunn at behandlingen oppfyller kravene i personvernforordningen om riktighet (art. 5.1 d), integritet og konfidensialitet (art. 5.1. f) og sikkerhet (art. 32).

For å forsikre dere om at kravene oppfylles, må dere følge interne retningslinjer og eventuelt rådføre dere med behandlingsansvarlig institusjon.

OPPFØLGING AV PROSJEKTET

NSD vil følge opp ved planlagt avslutning for å avklare om behandlingen av personopplysningene er avsluttet.

Lykke til med prosjektet!

Kontaktperson hos NSD:

Henriette N. Munthe-Kaas

Tlf. Personverntjenester: 55 58 21 17 (tast 1)

Vedlegg 2: Informasjonsskriv og samtykkeskjema til hhv. eksperter, selskaper og kontrollorganer

Vil du delta i forskningsprosjektet

”Norske selskaper og samfunnsansvar”?

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å undersøke hvordan CSR-prinsipper tolkes og implementeres gjennom tiltak i norske selskaper i industri- eller olje- og energisektoren. I dette skrevet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

Gjennom dette forskningsprosjektet ønsker jeg å finne ut hvordan selskaper tenker om samfunnsansvar og bærekraft, og hvordan de innlemmer retningslinjer og prinsipper for samfunnsansvar eller «corporate social responsibility» (CSR). Jeg analyserer primært rammeverket «UN Guiding Principles for Business and Human Rights: Implementing the United Nations 'Protect, Respect and Remedy'» (UNGP) og sammenlikner prinsippene som kommer til uttrykk her sine uttalte eller ideelle funksjoner med tolkninger i forskjellige selskaper. Problemstillingen jeg skal analysere er: *Hvordan tolker norske selskaper i industrisektoren eller olje- og energisektoren prinsipper for samfunnsansvar (CSR), og hvilke tiltak iverksetter de for å innlemme dem?*

Prosjektet skal resultere i en masteroppgave som strekker seg over ca. ett år og tilsvarer 60 studiepoeng.

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Universitetet i Oslo er ansvarlig for prosjektet.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Jeg spør deg fordi jeg anser deg som en ekspert/har god kunnskap og erfaring innenfor et arbeidsområde som kan relateres til selskaper og samfunnsansvar, miljø/klima og/eller menneskerettigheter. Dette har jeg funnet ut via internett, media eller via bekjente i mitt nettverk som interesserer seg for den typen problemstillinger som jeg skal undersøke. I tillegg blir rundt ti personer fra forskjellige selskaper og kontrollorganer spurt om å delta i dette prosjektet.

Hva innebærer det for deg å delta?

Din deltakelse vil innebære semistrukturerte intervjuer hvor jeg stiller noen spørsmål og vi ellers har en ganske løs samtale om prosjektets tema. Jeg ser for meg at samtalen vil danne et godt grunnlag for de videre intervjuene jeg skal gjøre med selskaper og kontrollorganer. Spørsmålene vil

blant annet omhandle utviklingen av og praksis rundt CSR, og om hvordan du erfarer at selskaper jobber med samfunnsansvar og bærekraft. Samtalen vil bli tatt opp, og senere vil jeg skrive ned ord for ord for så å analysere innholdet. Intervjuene er planlagt å vare ca. én time.

Dersom det er aktuelt for deg, vil jeg gjerne i tillegg gjennomføre en deltakende observasjon av deler av arbeidsdagen din når du jobber med relevante temaer (f.eks. møte med kollegaer når dere skal diskutere bærekraft o.l.). Ved deltakende observasjon vil jeg hovedsakelig ta notater for hånd eller på datamaskin med beskyttet maskinvare.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrevet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket. Ved Universitetet i Oslo (behandlingens ansvarlig institusjon) vil kun jeg som student og min veileder ha tilgang til data. Jeg vil sikre at ingen uvedkommende får tilgang til personopplysninger ved å erstatte navnet og kontaktopplysningene dine med en kode som lagres på en egen navneliste innlåst og adskilt fra øvrige data. Videre vil jeg behandle dataene med maskinvare tilhørende Universitetet i Oslo og ikke på min personlige datamaskin. Jeg vil gjøre mitt ytterste for å anonymisere deltakerne i studien i masteroppgaven.

Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?

Opplysningene anonymiseres når prosjektet avsluttes/oppgaven er godkjent, noe som etter planen er en gang mellom juni og september 2021. Alt datamateriale (lyddopptak, skreven tekst) vil permanent slettes ved prosjektets slutt. Eventuelle utskrevne papirer med data vil makuleres.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene,
- å få rettet personopplysninger om deg,
- å få slettet personopplysninger om deg, og
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra Universitetet i Oslo har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Hvor kan jeg finne ut mer?

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

- Universitetet i Oslo ved Florina Zagragja, tlf. 41469803, florinaz@student.jus.uio.no
- Universitetet i Oslo ved David Rodríguez Goyes, tlf. 45688696, d.r.goyes@jus.uio.no
- Vårt personvernombud: Roger Markgraf-Bye, 90822826, personvernombud@uio.no

Hvis du har spørsmål knyttet til NSD sin vurdering av prosjektet, kan du ta kontakt med:

- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS på epost (personverntjenester@nsd.no) eller på telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

David Rodríguez Goyes
(Forsker/veileder)

Florina Zagragja

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet «Norske selskaper og samfunnsansvar» og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i intervju
- å delta i deltakende observasjon
- at navnet mitt blir offentliggjort i publikasjonsproduktet til dette prosjektet

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

End of document ■



Vil du delta i forskningsprosjektet

”Norske selskaper og samfunnsansvar”?

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å undersøke hvordan CSR-prinsipper tolkes og iverksettes gjennom tiltak i norske selskaper i industri- eller olje- og energisektoren. I dette skrevet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

Gjennom dette forskningsprosjektet ønsker jeg å finne ut hvordan selskaper tenker om samfunnsansvar og bærekraft, og hvordan de innlemmer retningslinjer og prinsipper for samfunnsansvar eller «corporate social responsibility» (CSR). Jeg analyserer blant annet rammeverket «UN Guiding Principles for Business and Human Rights: Implementing the United Nations ‘Protect, Respect and Remedy’» (UNGP) og sammenlikner prinsippene som kommer til uttrykk her sine uttalte eller ideelle funksjoner med tolkninger i forskjellige selskaper. Problemstillingen jeg skal analysere er: *Hvordan tolker norske selskaper i industrisektoren eller olje- og energisektoren prinsipper for samfunnsansvar (CSR), og hvilke tiltak iverksetter de for å innlemme dem?*

Prosjektet skal resultere i en masteroppgave som strekker seg over ca. ett år og tilsvarer 60 studiepoeng.

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Universitetet i Oslo er ansvarlig for prosjektet.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Rundt ti personer fra forskjellige selskaper og kontrollorganer, herunder deg selv, blir spurt om å delta i dette prosjektet. Jeg har valgt ut selskaper fra industrisektoren eller olje- og energisektoren som er helt eller delvis statseide, og virksomheten deres skal ha konsekvenser for miljøet. Kontrollorganene kan være statlige eller ikke-statlige organisasjoner o.l. med miljø, klima og rettferdighet innen sitt interessefelt. Jeg har tatt kontakt med deg fordi du jobber med relevante spørsmål i et selskap eller kontrollorgan, og dette har funnet ut via internett eller via bekjente i mitt nettverk som også interesserer seg for den typen problemstillinger som jeg skal undersøke.

Hva innebærer det for deg å delta?

Din deltakelse vil innebære semistrukturerte intervjuer hvor jeg stiller noen spørsmål og vi ellers har en ganske løs samtale om prosjektets tema. Spørsmålene vil blant annet omhandle hvordan selskapet/kontrollorganet du jobber i forstår

samfunnsansvar, bærekraft, prinsippers mål og mening, samt hvordan dere eventuelt innlemmer prinsipper og retningslinjer i deres virksomhet. Samtalen vil bli tatt opp, og senere vil jeg skrive ned samtalen ord for ord, for så å analysere innholdet. Intervjuene er planlagt å vare ca. én time. Dersom du jobber i et selskap, vil jeg også potensielt kunne få informasjon om deg eller selskapet hos et kontrollorgan jeg intervjuer, ved å lese dommer o.l. (sistnevnte kan for eksempel bli relevant hvis selskapet har vært involvert i en rettsvist eller sak som har fått mye mediaoppmærksomhet e.l.). Selskapets navn, logo, o.l. vil ikke bli tatt med i oppgaven.

Dersom det er aktuelt for deg, vil jeg gjerne i tillegg gjennomføre en deltakende observasjon av deler av arbeidsdagen din når du jobber med relevante temaer (for eksempel et møte med kollegaer når dere skal diskutere nye prosjekter eller investeringer). Ved deltakende observasjon vil jeg hovedsakelig ta notater for hånd eller på datamaskin med beskyttet maskinvere.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrevet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket. Ved Universitetet i Oslo (behandlingsansvarlig institusjon) vil kun jeg som student og min veileder ha tilgang til data. Jeg vil sikre at ingen uvedkommende får tilgang til personopplysninger ved å erstatte navnet og kontaktopplysningene dine med en kode som lagres på en egen navneliste innlåst og adskilt fra øvrige data. Videre vil jeg behandle dataene med maskinvere tilhørende Universitetet i Oslo og ikke på min personlige datamaskin. Jeg vil gjøre mitt ytterste for å anonymisere deltakerne i studien i masteroppgaven.

Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?

Opplysningene anonymiseres når prosjektet avsluttes/oppgaven er godkjent, noe som etter planen er en gang mellom juni og september 2021. Alt datamateriale (lyddoptak, skrevet tekst) vil permanent slettes ved prosjektets slutt. Eventuelle utskrevne papirer med data vil makuleres.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene,
- å få rettet personopplysninger om deg,
- å få slettet personopplysninger om deg, og
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra Universitetet i Oslo har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Hvor kan jeg finne ut mer?

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

- Universitetet i Oslo ved Florina Zagragja, tlf. 41469803, florinaz@student.jus.uio.no
- Universitetet i Oslo ved David Rodríguez Goyes, tlf. 45688696, d.r.goyes@jus.uio.no
- Vårt personvernombud: Roger Markgraf-Bye, 90822826, personvernombud@uio.no

Hvis du har spørsmål knyttet til NSD sin vurdering av prosjektet, kan du ta kontakt med:

- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS på epost (personvertjenester@nsd.no) eller på telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

David Rodríguez Goyes
(Forsker/veileder)

Florina Zagragja

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet «Norske selskaper og samfunnsansvar», og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i intervju
- å delta i deltakende observasjon

- at navnet mitt blir offentliggjort i publikasjonsproduktet til dette prosjektet

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

End of document ■

Vil du delta i forskningsprosjektet ”Norske selskaper og samfunnsansvar”?

Dette er et spørsmål til deg om å delta i et forskningsprosjekt hvor formålet er å undersøke hvordan CSR-prinsipper tolkes og implementeres gjennom tiltak i norske selskaper i industri- eller olje- og energisektoren. I dette skrevet gir vi deg informasjon om målene for prosjektet og hva deltakelse vil innebære for deg.

Formål

Gjennom dette forskningsprosjektet ønsker jeg å finne ut hvordan selskaper tenker om samfunnsansvar og bærekraft, og hvordan de innlemmer retningslinjer og prinsipper for samfunnsansvar eller «corporate social responsibility» (CSR). Jeg analyserer primært rammeverket «UN Guiding Principles for Business and Human Rights: Implementing the United Nations ‘Protect, Respect and Remedy’» (UNGP) og sammenlikner prinsippene som kommer til uttrykk her sine uttalte eller ideelle funksjoner med tolkninger i forskjellige selskaper. Problemstillingen jeg skal analysere er: *Hvordan tolker norske selskaper i industrisektoren eller olje- og energisektoren prinsipper for samfunnsansvar (CSR), og hvilke tiltak iverksetter de for å innlemme dem?*

Prosjektet skal resultere i en masteroppgave som strekker seg over ca. ett år og tilsvarer 60 studiepoeng.

Hvem er ansvarlig for forskningsprosjektet?

Universitetet i Oslo er ansvarlig for prosjektet.

Hvorfor får du spørsmål om å delta?

Rundt ti personer fra forskjellige selskaper og kontrollorganer, herunder deg selv, blir spurt om å delta i dette prosjektet. Jeg har valgt ut selskaper fra industrisektoren eller olje- og energisektoren som er helt eller delvis statseide, og virksomheten deres skal ha konsekvenser for miljøet. Kontrollorganene kan være statlige eller ikke-statlige organisasjoner o.l. med miljø, klima og rettferdighet innen sitt interessefelt. Jeg har tatt kontakt med deg fordi du jobber med relevante spørsmål i et kontrollorgan, og dette har funnet ut via internett eller via bekjente i mitt nettverk som interesserer seg for den typen problemstillinger som jeg skal undersøke.

Hva innebærer det for deg å delta?

Din deltakelse vil innebære semistrukturerte intervjuer hvor jeg stiller noen spørsmål og vi ellers har en ganske løs

samtale om prosjektets tema. Spørsmålene vil blant annet omhandle hvordan kontrollorganet du jobber i forstår, og tror selskaper forstår, CSR, samt hvordan dere betrakter selskapers innsats i innlemmelse og etterlevelse av CSR. Samtalen vil bli tatt opp, og senere vil jeg skrive ned ord for ord for så å analysere innholdet. Intervjuene er planlagt å vare ca. én time.

Dersom det er aktuelt for deg, vil jeg gjerne i tillegg gjennomføre en deltakende observasjon av deler av arbeidsdagen din når du jobber med relevante temaer (f.eks. møte med kollegaer når dere skal diskutere bærekraft o.l.). Ved deltakende observasjon vil jeg hovedsakelig ta notater for hånd eller på datamaskin med beskyttet maskinvare.

Det er frivillig å delta

Det er frivillig å delta i prosjektet. Hvis du velger å delta, kan du når som helst trekke samtykket tilbake uten å oppgi noen grunn. Alle dine personopplysninger vil da bli slettet. Det vil ikke ha noen negative konsekvenser for deg hvis du ikke vil delta eller senere velger å trekke deg.

Ditt personvern – hvordan vi oppbevarer og bruker dine opplysninger

Vi vil bare bruke opplysningene om deg til formålene vi har fortalt om i dette skrevet. Vi behandler opplysningene konfidensielt og i samsvar med personvernregelverket. Ved Universitetet i Oslo (behandlingsansvarlig institusjon) vil kun jeg som student og min veileder ha tilgang til data. Jeg vil sikre at ingen uvedkommende får tilgang til personopplysninger ved å erstatte navnet og kontaktopplysningene dine med en kode som lagres på en egen navneliste innlåst og adskilt fra øvrige data. Videre vil jeg behandle dataene med maskinvare tilhørende Universitetet i Oslo og ikke på min personlige datamaskin. Jeg vil gjøre mitt ytterste for å anonymisere deltakerne i studien i masteroppgaven.

Hva skjer med opplysningene dine når vi avslutter forskningsprosjektet?

Opplysningene anonymiseres når prosjektet avsluttes/oppgaven er godkjent, noe som etter planen er en gang mellom juni og september 2021. Alt datamateriale (lyddopptak, skreven tekst) vil permanent slettes ved prosjektets slutt. Eventuelle utskrevne papirer med data vil makuleres.

Dine rettigheter

Så lenge du kan identifiseres i datamaterialet, har du rett til:

- innsyn i hvilke personopplysninger som er registrert om deg, og å få utlevert en kopi av opplysningene,
- å få rettet personopplysninger om deg,

- å få slettet personopplysninger om deg, og
- å sende klage til Datatilsynet om behandlingen av dine personopplysninger.

Hva gir oss rett til å behandle personopplysninger om deg?

Vi behandler opplysninger om deg basert på ditt samtykke.

På oppdrag fra Universitetet i Oslo har NSD – Norsk senter for forskningsdata AS vurdert at behandlingen av personopplysninger i dette prosjektet er i samsvar med personvernregelverket.

Hvor kan jeg finne ut mer?

Hvis du har spørsmål til studien, eller ønsker å benytte deg av dine rettigheter, ta kontakt med:

- Universitetet i Oslo ved Florina Zagragja, tlf. 41469803, florinaz@student.jus.uio.no
- Universitetet i Oslo ved David Rodríguez Goyes, tlf. 45688696, d.r.goyes@jus.uio.no
- Vårt personvernombud: Roger Markgraf-Bye, 90822826, personvernombud@uio.no

Hvis du har spørsmål knyttet til NSD sin vurdering av prosjektet, kan du ta kontakt med:

- NSD – Norsk senter for forskningsdata AS på epost (personverntjenester@nsd.no) eller på telefon: 55 58 21 17.

Med vennlig hilsen

David Rodríguez Goyes
(Forsker/veileder)

Florina Zagragja

Samtykkeerklæring

Jeg har mottatt og forstått informasjon om prosjektet «Norske selskaper og samfunnsansvar», og har fått anledning til å stille spørsmål. Jeg samtykker til:

- å delta i intervju
- å delta i deltakende observasjon

- at navnet mitt blir offentliggjort i publikasjonsproduktet til dette prosjektet

Jeg samtykker til at mine opplysninger behandles frem til prosjektet er avsluttet

(Signert av prosjektdeltaker, dato)

End of document ■



Vedlegg 3: Intervjuguider til hhv. eksperter, selskaper og kontrollorganer

Florina Zagragja, masteroppgave 2020-21

Intervjuguide eksperter

Praktisk

Lyd/bilde ok?

SIKRE DOBBELT OPPTAK

Samtykke?

Hvor mye tid har vi?

Presentere meg selv

Litt om meg, bachelor, hvorfor interessert i temaet.

Innledende spørsmål

1. Jeg har jo valgt deg som en slags ekspert på bakgrunn av jobben din. Kan du fortelle litt om deg selv og jobben du gjør?

Om CSR

2. Hva legger du i CSR/samfunnsansvar?
3. Hvem er ansvarlige for implementeringen og tolkningen av CSR i selskaper som er helt eller delvis statseide? (og hva med helt private?)
4. Hvordan mener du CSR og bærekraft henger sammen i dag?

Tolkning av CSR og håndheving

5. Kan du si noe om hvilke begreper om samfunnsansvar du bruker og hva legger du i dem?
6. Hvilke deler av CSR mener du er mest relevante for norske selskaper i de nevnte sektorene?
7. Hvorfor er CSR viktig for miljø, klima, menneskerettigheter og/eller bærekraft **generelt**?
8. Hvorfor er CSR viktig for miljø, klima, menneskerettigheter og/eller bærekraft **for norsk næringsliv spesielt**?
9. Er det deler av CSR som kan anses å være i konflikt med norsk næringsliv/norske interesser (og eventuelt hvorfor)?

Innlemmelse av CSR i selskaper og håndheving

10. How do you think the CSR principles are interpreted and implemented in Norwegian companies?

11. Hvilke fordeler ser du med CSR slik det fremgår i nedskrevne prinsipper (f.eks. UNGP)?
12. Er det noen ulemper med frivillige prinsipper?
13. I hvilken grad mener du en rettsliggjøring, eller regulering gjennom lov, er en god løsning for å involvere selskaper (mer)?
14. Why do you think Norwegian companies implement CSR or care about sustainable development?
15. Hvis vi tar et overordnet blick over norske selskaper, hvordan vurderer du **virkingen** av CSR i selskapene? (Vanskelig å måle, men en **magefølelse**?)
16. Er det noe som taler for at norske selskaper **ikke** behøver å etterleve CSR?
17. Hva tror du skal til for at flere selskaper slutter seg til CSR?
18. Hvilke selskaper, tiltak eller hendelser utmerker seg spesielt positivt og/eller negativt når det gjelder etterlevelse av CSR?

Avsluttende bemerkninger

19. Er det noe du ønsker å legge til?
20. Har du noen spørsmål til meg?

(Si noe om veien videre.)
21. Kan jeg kontakte deg for å oppklare ting senere, når jeg analyserer?

Helt til slutt

Tusen takk for at du tok deg tid og delte dine synspunkter og erfaringer med meg!

Intervjuguide selskaper

Praktisk

Lyd/bilde ok?

Sikre opptak, huske å lagre ca. halvveis

Samtykke OK (skriftlig eller muntlig)?

Hvor mye tid har vi?

Presentere meg selv

Litt om meg, bachelor, hvorfor interessert i temaet. *Jeg bruker forkortelsen «CSR» eller «samfunnsansvar» litt om hverandre.*

Innledende spørsmål

1. Kan du fortelle litt om deg selv (bakgrunn), arbeidsplassen og jobben du/dere gjør?
2. Hva du tenker på når du hører «næringslivets samfunnsansvar»?

Forståelse av CSR-begreper og innholdet knyttet til egen kontekst

3. Hvilke begreper om samfunnsansvar bruker dere i selskapet mer spesifikt, og hva legger dere i dem?
4. «Bærekraft/bærekraftig» det store, nye ordet for mange selskaper. Hva ligger i det, og hvordan henger «samfunnsansvar»- og «bærekraft»-begrepene sammen i dag?
5. På hvilken måte er deres virksomhet knyttet til samfunnsansvar og bærekraft? (daglig drift, verdier/visjon osv.)
6. Når og hvorfra kom «følelsen» av samfunnsansvar fra? / Når begynte deres selskap å «bry seg om» samfunnsansvaret sitt? (Hvorfor akkurat da?)
7. Hvorfor er CSR viktig for akkurat deres selskap og det dere driver med?

Innlemmelse av CSR i selskapet

8. Hvilke kilder for CSR-prinsipper kjenner dere til, og hvilke tar dere selv i bruk for å hente informasjon eller inspirasjon?
9. Hvem (stillinger) er ansvarlige for utforming og/eller innlemmelse, inkludert tolkningen/forståelsen, av CSR i deres selskap?
10. Hvordan vurderer dere kunnskapsnivået til de ansatte (kollegaer) når det kommer til CSR? Hva gjør dere for å sikre at alle kjenner retningslinjene godt? Hvor ofte/mye opplæring, for hvem?
11. Eventuelt: Sammenlikner dere dere med andre liknende selskaper i energisektoren? Hva er det eventuelt som skiller deres arbeid med bærekraft fra andre?

Utøvelse/etterlevelse, håndheving og kontroll

12. Hvem (stillinger) er ansvarlig for faktisk etterlevelse av prinsipper/retningslinjer dere har satt dere i virksomheten?
13. Hvordan utøver dere samfunnsansvar i selskapets daglige virksomhet?
14. Kan du nevne noen konkrete tiltak hvor dere har aktivt utvist/utviser samfunnsansvar, og hvilke konkrete resultater dere ser av det?
15. Er det dyrt for selskapet å «bry seg om miljø, klima og mennesker»/utøve samfunnsansvar, og hva er det eventuelt som koster?
16. Hvilken betydning har det at dere er statseid?
 16. b) Hvem sjekker f.eks. om dere etterlever forventningene i Eierskapsmeldingen?
17. Hvordan kontrollerer dere at alle etiske retningslinjer blir fulgt? / Hvilke rutiner for kontroll med egne verdier og retningslinjer har dere? (rapporter, tilsyn?)
18. Hva hvis det oppstår brudd med loven eller egne interne retningslinjer (enkeltansatte eller selskapet i helhet, eventuelt underleverandører)? Hvem følger med? Konsekvenser?
19. Har dere opplevd å bryte loven (bevisst eller ubevisst)? Hvilke konsekvenser fikk det?

Løfte blikket og se framover

20. Vanskelig å måle statistisk, men hva sier magesfølelsen/intuisjonen din om betydningen/virkningen av CSR i selskapene for verden? Hvis vi tar et overordnet blikk over norske selskaper, hvordan vurderer du **virkningen** av CSR i selskapene? (Vanskelig å måle, men en **magesfølelse/intuisjon**? Det er tross alt mye etikk og moral i dette...)
21. Hva er viktig for at selskaper i norsk næringsliv skal bli bedre eller fortsette i det gode sporet? «Gulrot eller pisk» (insentiver eller strenge straffer)?
22. *Eventuelt, hvis tid:* På hvilken måte tror du deres innsats har betydning for at andre kan følge deres gode eksempel?
23. *Eventuelt, hvis tid: Frivillighet:* Hvorfor tror du noen selskaper velger å gå inn for noe mer enn det loven strengt tatt krever (og andre ikke)?
24. *Eventuelt, hvis tid:* Ny lov er til utredning nå – er rettsliggjøring veien å gå?

Avsluttende bemerkninger

25. Er det noe du ønsker å legge til eller spørre om?

Si noe om veien videre, transkribering, rett til innsyn osv.

26. Kan jeg kontakte deg for å oppklare ting senere?

27. Hvordan opplevde du intervjuet? Tilbakemeldinger eller spørsmål til meg?

Helt til slutt: Tusen takk for at du tok deg tid og delte dine synspunkter og erfaringer med meg!

Intervjuguide kontrollorganer

Praktisk

Lyd/bilde ok?

SIKRE DOBBELT OPPTAK

Samtykke?

Hvor mye tid har vi?

Presentere meg selv

Litt om meg, bachelor, hvorfor interessert i temaet. *Jeg bruker forkortelsen «CSR» eller «samfunnsansvar» litt om hverandre.*

Innledende spørsmål

1. Du er jo med som representant for et kontrollorgan. Kan du fortelle litt om deg selv (bakgrunn), arbeidsplassen og jobben du/dere gjør?
2. Hva du tenker på når du hører «næringslivets samfunnsansvar»?

Forståelse av CSR-begreper og innholdet knyttet til egen kontekst

3. Kan du si noe om **hvilke begreper om samfunnsansvar** dere (kontrollorganet) bruker, og hva dere legger i dem?
4. «**Bærekraft/bærekraftig**» det store, nye ordet for mange selskaper og organisasjoner. Hva ligger i det, og hvordan henger «samfunnsansvar»- og «bærekraft»-begrepene sammen i dag?
5. På hvilken måte er deres virksomhet knyttet til samfunnsansvar og bærekraft? (daglig drift, verdier/visjon osv.)
6. Når og hvorfor begynte dere å engasjere dere i det selskapene gjør (knyttet til CSR)?
7. I forlengelse av spørsmålet over, hvorfor mener du/dere at næringslivets samfunnsansvar viktig? Og på hvilken måte bidrar dere?
8. Hvordan er det egentlig å **jobbe med selskaper** (kanskje særlig de mer utfordrende) om miljø, klima, mennesker, rettferdighet osv.?
9. Hvilke andre kontrollorganer samarbeider dere med, og hvordan vurderer du dette samarbeidet?

Tolkning og innlemmelse av CSR

10. Hvilke **kilder for CSR-prinsipper** kjenner dere til, og hvilke tar dere selv i bruk for å hente informasjon eller inspirasjon når dere skal jobbe med CSR opp mot selskaper?
11. Hvilke CSR-rammeverk ser dere **selskaper ta i bruk**?
12. Er det **andre prinsipper eller lover** dere mener er eller bør være særlig gjeldende for norske selskaper?
13. Hvilke **deler av CSR** mener du er mest relevante for norske selskaper (helst da i industri, olje, energi)?
14. Selskapene har typisk noen **verdier eller visjoner** de fremmer. Hvilke verdier erfarer dere at selskaper ofte trekker frem i relasjon til CSR?

Utøvelse/etterlevelse, håndheving og kontroll

15. Hva vet dere om **hvordan selskaper jobber med samfunnsansvar**? Veldig åpent spørsmål, så bruk gjerne eksempler hvis det er lettere.
16. Når dere møter selskaper, hvem snakker dere med da (stilling), og kan du si noe om ditt **inntrykk av deres forhold til CSR**?
17. Hvordan går dere frem når dere **kontrollerer** (enkelte) selskaper?
18. Hvordan vurderer dere **kunnskapsnivået** til de ansatte når det kommer til CSR? Spiller dere en rolle i kunnskapsformidling?
19. Hvem tror du er typisk **ansvarlig for CSR** i selskapene?
20. Hvorfor velger noen selskaper å **gå lenger enn det loven** strengt tatt krever av dem, og andre ikke?
21. Er det dyrt for selskapet å «bry seg om miljø, klima og mennesker»/utøve samfunnsansvar? Hva tenker dere om dette med **kostnader**?
22. Hva skjer hvis selskapene bryter med CSR-prinsipper de har sluttet seg til/innlemmet i egen virksomhet? Hvordan følger dere med? **Konsekvenser**?
23. Hva er viktig for at selskapene skal holde hva de lover selv?
24. Er det noen selskaper, tiltak eller hendelser utmerker seg spesielt (positivt eller negativt) når det gjelder etterlevelse og faktisk implementering av CSR?

Overordnet blikk

25. Hvis vi tar et overordnet blikk over norske selskaper og resten av landet og verden ... hvordan vurderer du **virkingen** av CSR? (Vanskelig å måle, men en **magefølelse/intuisjon**? Det er tross alt mye etikk og moral i dette...)
26. Hva er viktig for at selskaper i norsk næringsliv skal bli bedre eller fortsette i det gode sporet? «Gulrot eller pisk» (insentiver eller strenge straffer)?
27. Veien videre for NGO-er, selskaper og samfunnsansvar: Det kan potensielt komme en ny menneskerettighetslov for næringslivet – er rettsliggjøring veien å gå?

Avsluttende bemerkninger

28. Er det noe du ønsker å legge til eller spørre om?

Si noe om veien videre, transkribering, rett til innsyn osv.

29. Kan jeg kontakte deg for å oppklare ting senere?
30. Hvordan opplevde du intervjuet? Tilbakemeldinger eller spørsmål til meg?

Helt til slutt: Tusen takk for at du tok deg tid og delte dine synspunkter og erfaringer med meg!