

OSLOMET

FORBRUKSFORSKNINGSINSTITUTTET SIFO

Åpenhetslovens mediediskurser

Erlend Hua Lun Kok

STORBYUNIVERSITETET
FORBRUKSFORSKNINGSINSTITUTTET SIFO

SIFO-RAPPORT 8-2024



© Forbruksforskningsinstituttet SIFO

OsloMet – storbyuniversitetet

Postboks 4 St. Olavs plass

0130 Oslo

sifo@oslomet.no

www.oslomet.no/om/sifo

Forsidefoto: Andrys Stienstra/Pixabay

SIFO utgir:

Rapporter som er kvalitetssikret og godkjent av SIFO ved instituttdirektør/forskningsleder

Notater som er godkjent av prosjektleder

Tittel:	Åpenhetslovens mediediskurser
Forfatter(e):	Erlend Hua Lun Kok
Antall sider:	29
Dato:	September 2024
SIFO-rapport:	8-2024
ISBN:	978-82-7063-574-0
Prosjektnummer:	203333
Finansiert av:	Barne- og familiedepartementet (BFD)

Sammendrag:

Denne rapporten tar for seg mediedekningen av åpenhetsloven. På oppdrag fra Barne- og familiedepartementet har SIFO gjennomført en medieanalyse. Analysen tar for seg de overordnede måtene å omtale loven på i media, hvem som har skrevet det, og hvordan mediedekningen har endret seg over tid. Vi er spesielt interesserte i hvordan forholdet mellom åpenhetslovens betydning for menneskerettigheter og arbeidsvilkår og lovens innvirkning på økonomiske hensyn fremstilles, i tillegg til hvilke forbrukerperspektiver som fremkommer. For å besvare disse problemstillingene benytter vi Atekst sitt mediearkiv og gjør en diskursiv analyse av tre tidsperioder: før loven ble vedtatt, perioden rundt og perioden etter lovens ikrafttredelse.

Studien viser at artikler som omhandler etterlevelse av åpenhetsloven har blitt mer fremtredende rundt og etter lovens fremtredelse, mens de andre diskursene har sett lite endring i utbredelse. Videre ser vi at diskursene om åpenhetsloven vektlegger svært forskjellige premisser. Den mest utbredte diskursen vektlegger loven som en beskyttelse av menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold. Andre vektlegger lovens styrking av forbrukeres makt, hvordan loven kan øke lønnsomheten til bedrifter gjennom å appellere til forbrukere som er opptatt av etikk i verdikjeder, eller eventuelt senke lønnsomheten gjennom overdrevne rapporteringskrav.

Studien viser også at de ulike diskursene i liten grad forholder seg til hverandre. Mer spesifikt er det begrenset overlapp mellom artikler som vektlegger hensyn til menneskerettigheter, arbeidsforhold og aktive forbrukere på den ene siden og hensyn til et effektivt og lønnsomt marked på den andre siden. De ulike diskursene fremmes også av ulike aktører. Med andre ord diskuteres i liten grad bekymringer for etisk praksis blant virksomheter og bekymringer for økte rapporteringskrav om hverandre. Et sentralt premiss i flere av diskursene er at forbrukere aktivt søker informasjon om virksomheters etiske hensyn og innretter deres forbruk deretter. Hvorvidt forbrukere er aktive politiske og etiske aktører er dermed et sentralt diskusjonspunkt.

Nøkkelord:

Åpenhetsloven, mediediskurs, medieanalyse, forbrukere, aktsomhetsvurderinger

Forord

Denne studien er finansiert av Barne- og familiedepartementet (BFD). Forskningsleder på SIFO, Silje Elisabeth Skuland, har kvalitetssikret rapporten.

En takk rettes til BFD og medlemmer av prosjektets ekspertgruppe, som har kommentert en tidligere utgave av denne rapporten: Eivind Pytte Ødegård (KPMG), Christoffer Bjørnum og Julie Nilsen Ødegaard (Forbrukertilsynet) og Carin Leffler (Framtiden i våre hender).

Oslo, september 2024

Forbruksforskningsinstituttet SIFO

OsloMet – storbyuniversitetet

Innhold

Forord	2
Figurer	4
Sammendrag	5
1 Innledning	6
1.1 Problemstillinger	7
1.2 Bakgrunn for studien	7
1.3 Rapportens gang	10
2 Metode	11
2.1 Medieanalyse	11
2.2 Datamateriale	11
2.3 Koding og analyse	12
2.4 Metodiske svakheter	13
3 Resultater	14
3.1 Åpenhetsloven i artiklene	14
3.2 Oversikt over diskursene	15
3.3 Aktørene og diskursene	16
4 Analyse	18
4.1 Diskursenes detaljer og overlapp	18
4.2 Underrepresenterte eller fraværende diskurser	20
4.3 Forbrukerens avgjørende rolle i diskursene	21
5 Diskursene sett i lys av tidligere forskning	23
6 Konklusjon	25
Referanser	26

Figurer

Figur 3-1 Åpenhetsloven i artiklene.....	14
Figur 3-2 Dominerende diskurser.....	15
Figur 4-1 Diskursenes overlapp	19

Sammendrag

Denne rapporten tar for seg mediedekningen av åpenhetsloven. På oppdrag fra Barne- og familiedepartementet har SIFO gjennomført en medieanalyse. Analysen tar for seg de overordnede måtene å omtale loven på i media, hvem som har skrevet det, og hvordan mediedekningen har endret seg over tid. Vi er spesielt interesserte i hvordan forholdet mellom åpenhetslovens betydning for menneskerettigheter og arbeidsvilkår og lovens innvirkning på økonomiske hensyn fremstilles, i tillegg til hvilke forbrukerperspektiver som fremkommer. For å besvare disse problemstillingene benytter vi Atekst sitt mediearkiv og gjør en diskursiv analyse av tre tidsperioder: før loven ble vedtatt, perioden rundt og perioden etter lovens ikrafttredelse.

Studien viser at artikler som omhandler etterlevelse av åpenhetsloven har blitt mer fremtredende rundt og etter lovens fremtredelse, mens de andre diskursene har sett lite endring i utbredelse. Videre ser vi at diskursene om åpenhetsloven vektlegger svært forskjellige premisser. Den mest utbredte diskursen vektlegger loven som en beskyttelse av menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold. Andre vektlegger lovens styrking av forbrukeres makt, hvordan loven kan øke lønnsomheten til bedrifter gjennom å appellere til forbrukere som er opptatt av etikk i verdikjeder, eller eventuelt senke lønnsomheten gjennom overdrevne rapporteringskrav.

Studien viser også at de ulike diskursene i liten grad forholder seg til hverandre. Mer spesifikt er det begrenset overlapp mellom artikler som vektlegger hensyn til menneskerettigheter, arbeidsforhold og aktive forbrukere på den ene siden og hensyn til et effektivt og lønnsomt marked på den andre siden. De ulike diskursene fremmes også av ulike aktører. Med andre ord diskuteres i liten grad bekymringer for etisk praksis blant virksomheter og bekymringer for økte rapporteringskrav om hverandre. Et sentralt premiss i flere av diskursene er at forbrukere aktivt søker informasjon om virksomheters etiske hensyn og innretter deres forbruk deretter. Hvorvidt forbrukere er aktive politiske og etiske aktører er dermed et sentralt diskusjonspunkt.

1 Innledning

I 2022 trådte åpenhetsloven i kraft (Åpenhetsloven, 2022). Lovens hensikt er «å fremme virksomheters respekt for grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold i forbindelse med produksjon av varer og levering av tjenester». Loven skal også «sikre allmennheten tilgang til informasjon om hvordan virksomheter håndterer negative konsekvenser for grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold». For å etterleve dette plikter virksomheter både til å gjøre og publisere aktsomhetsvurderinger for deres leverandørkjeder og informere om deres vurderinger når eksterne aktører etterspør informasjon. Eksempler på negative konsekvenser er sosial dumping, lønn det ikke går an å leve av, barnearbeid, tvangsarbeid og moderne slaveri, diskriminering og trakassering, også av sårbare og marginaliserte grupper, ødeleggelse eller forstyrrelse av urfolksområder, brudd på retten til personvern og privatliv, risiko for skade på liv og helse, for eksempel gjennom forurensning eller ulykker, og manglende rett til organisering og kollektiv lønnsforhandling (Forbrukertilsynet, 2024)

Loven er i skrivende stund til evaluering i Barne- og familiedepartementet. Som ledd i denne evalueringen har KPMG og SIFO fått i oppgave å gjennomføre studier med mål om å studere henholdsvis virksomhetenes og rettighetshaveres erfaringer med loven så langt. SIFOs studier av rettighetshavere vil omfatte undersøkelser av forbrukere, organisasjoner og media. Denne studien omhandler sistnevnte.

Hensikten med denne studien er å undersøke hva som har blitt uttalt om åpenhetsloven i media, hvordan det er gjort, og av hvem. Studien forsøker dermed å oppnå en forståelse for oppfatning av åpenhetsloven i mediene fra diskusjonen om den startet til i dag. Dette gjør vi ved å samle inn og lese totalt 405 nyhetsartikler gjennom mediearkivet Atekst, deretter kode bidragene og analysere dem.

Ettersom det i dag ikke foreligger forskning som tar for seg medienes dekning av åpenhetsloven, vil denne studien kunne frembringe kunnskap på et hittil lite kjent felt. Studien vil dermed kunne fungere som et nullpunkt for videre studier og evalueringer av åpenhetsloven sammen med de andre studiene SIFO gjennomfører om åpenhetsloven i 2024:

1. En gjennomgang av tidligere forskning der åpenhetsloven er nevnt (Borch, 2024).
2. En gjennomgang av tidligere forskning på forbrukeres forhold til åpenhet om, og forhold til, arbeidsvilkår i leverandørkjeder (Borch, 2024).
3. En studie av frivillige- og forbrukerorganisasjoners forventninger og erfaringer med loven.
4. En survey av forbrukeres oppfatninger knyttet til loven med søkelys på deres kjennskap til, erfaring med, og planer, om å ta i bruk loven.

1.1 Problemstillinger

Med mål om å få oversikt over mediedekningen benyttet vi til å begynne med følgende åpne og utforskende problemstillinger:

- 1.1. Hva er de overordnede diskursene i mediedekningen av åpenhetsloven?
- 1.2. Hvilke aktører fremmer disse diskursene og hvordan har de utviklet seg over tid?

Diskursbegrepet handler om hvordan vi tenker på, snakker og skriver om et tema. Makt er sentralt i diskursanalyse, og et hovedspørsmål er hvilke talspersoner som representerer ulike diskurser og hvordan de bruker språk for å legge føringer på hva og hvordan vi tenker om et tema (Keller, 2011). Diskusjoner, argumenter og synspunkter inngår i diskurser som individuelle tilfeller av kommunikasjon som bidrar til og er formet av en overordnet diskurs. Fordi diskurser former våre tankemåter er de svært viktige for å forstå hvorfor endringer i samfunnet skjer (Fairclough, 1992), eller eventuelt hvorfor endringer ikke skjer. I dette tilfellet er temaet åpenhetsloven og hvordan ulike aktører over tid har forsøkt å forme diskursene om, og dermed virkningen av, den nye loven.

Etter å ha fått kjennskap til de vesentlige trekkene ved mediedekningen, benyttet vi følgende problemstillinger for analysen:

- 2.1. Hvordan fremstilles forholdet mellom åpenhetslovens betydning for menneskerettigheter og arbeidsvilkår, og lovens innvirkning på økonomiske hensyn?
- 2.2. I hvilken grad finner vi forbrukerperspektiver i mediedekningen om åpenhetsloven, og hva innebærer de?

Forbrukerperspektiver viser til hva som blir uttalt om forbrukere og hvordan de fremstilles.

1.2 Bakgrunn for studien

I dette kapittelet gir vi en kort innføring i åpenhetslovens historiske bakteppe.

Åpenhetsloven ble vedtatt i Stortinget i juni 2021 og trådte i kraft 1. juli 2022. Loven er én av flere lover som pålegger virksomheter et aktsomhetsansvar for det de som er involvert i igjennom globale leverandørkjeder (Sjåfjell, 2022). Om lag 50 millioner mennesker antas å være utsatt for moderne slaveri, hvorav mer enn halvparten antas å befinne seg i situasjoner hvor de er påtvunget å arbeide (ILO, 2022). Påtvunget arbeid finner sted i de fleste sektorer, ikke minst i tekstil, bygg, jordbruk og gruvedrift (DOL, 2022; Meyer & Pham, 2023).

Lovens historiske bakteppe omfatter en rekke menneskerettslige styringsdokumenter (nasjonale og internasjonale juridiske og politiske instrumenter, retningslinjer og standarder) som omhandler mennesker og arbeidsforhold. Disse omfatter blant annet United Nations General Assembly's Universal Declaration of Human Rights (1948) og The Vienna Declaration and Program of Action (1993). Siden år 2000 har dokumentene hatt et økt fokus på virksomhetens ansvar (CSR, Corporate Social Responsibility), der OECD Guidelines on Multinational Enterprises (1976, oppdatert 2023) og OECD Guidance on Due Diligence (2018) har vært blant de viktigste. Retningslinjenes mål er å forhindre at aktiviteter får uheldige konsekvenser for menneskerettigheter, arbeidsstandarder, miljø og forbrukere. De innebærer blant annet at virksomheter skal evaluere risiko for slike negative konsekvenser i verdikjeden de inngår i.

FNs bærekraftsmål ble vedtatt i 2015. De innebærer en agenda for å endre verden fram mot år 2030, økonomisk, sosialt og miljømessig. Mål nr. 8 (av totalt 17) handler om anstendig arbeid, der

hensikten er å fremme varig, inkluderende og bærekraftig økonomisk vekst, full sysselsetting og anstendig arbeid for alle. FN-sambandet (2023) begrunner målet på følgende måte:

«Omtrent halvparten av verdens befolkning tjener så dårlig at ikke de kan leve av lønnen sin. Å skape arbeidsplasser av god kvalitet er en stor utfordring for alle land fram mot 2030. For å utrydde fattigdom og bekjempe ulikhet i verden må alle ha jobber. For at det skal kunne skje må vi skape en rettferdig økonomisk vekst og nye arbeidsplasser. Det betyr at vi må inkludere de unge i arbeidsmarkedet, sørge for et forutsigbart og trygt arbeidsliv, legge til rette for å få flere kvinner i arbeid og redusere uformelt og svart arbeid.»

I de senere år har nasjoner vedtatt en rekke lover med mål om å forplikte virksomheter til å iverksette aktiviteter for å forhindre uanstendige arbeidsforhold i verdikjeder. Eksempler på slike lover er California Transparency in Supply Chains Act (2010), UK Modern Slavery Act (2015), Frankrikes Loi Devoir de Vigilance (2017), Australia Modern Slavery Act (2018), Tysklands Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (2021) (Salcitos, 2023) og Åpenhetsloven.

Den siste i rekken er EUs nylig vedtatte lov, Corporate sustainability due diligence (CSDDD), som ikke bare regulerer virksomheters HRDD-aktivitet (*human rights due diligence*; håndtering av negativ innvirkning på menneskerettigheter i verdikjeden), men også deres håndtering av miljø. Virksomheters viktigste forpliktelser er å forebygge og redusere skade oppstrøms (produksjon og leveranse) og nedstrøms (distribusjon, transport og lagring) i verdikjeden. I tillegg skal virksomhetene lage og iverksette en plan for hvordan de skal bidra til å nå klimamålene i Paris-avtalen. Virksomheter som forårsaker skade i verdikjeden kan bli pålagt å kompensere økonomisk for dette. I løpet av de neste tre årene vil CSDDD omfatte virksomheter med mer enn 5000 ansatte og mer enn €1 500m i omsetning. Fjerde og femte år vil den omfatte virksomheter med henholdsvis 3000 ansatte/€900m og 1000/€450m. I løpet av de neste to årene vil EU opprette en autoritet som skal forvalte loven gjennom veiledning og sanksjonering (European Commission, 2024; European Council, 2024).

Den viktigste loven i denne rapporten er likevel åpenhetsloven. Bedrifter samfunnsansvar har lenge blitt debattert i norsk media, blant annet ved begrepene «aktsomhetsvurderinger» og «anti-slaverilov». Sistnevnte forsvant fra diskusjonen da åpenhetsloven kom på banen ved det navnet. I 2018 oppnevnte Barne- og familiedepartementet etikkinformasjonsutvalget til å vurdere om næringsdrivende skulle pålegges en informasjonsplikt knyttet til samfunnsansvar og etikk i leverandørkjeder. Etikkinformasjonsutvalget foreslo deretter en etikkinformasjonsplikt for dette, og de gjorde så forarbeidet til og foreslo «Lov om virksomheters åpenhets og arbeid med grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold (åpenhetsloven)».

Loven gjelder i all hovedsak det som i norsk sammenheng defineres som større virksomheter, dvs. virksomheter som omfattes av regnskapsloven § 1-5, eller som på balansedagen overskrider grensene for to av følgende tre vilkår: 1) salgsinntekt: 70 millioner kroner, 2) balansesum: 35 millioner kroner og 3) gjennomsnittlig antall ansatte i regnskapsåret: 50 årsverk (Åpenhetsloven, 2022). I dag omfatter loven om lag 9000 norske virksomheter (Ditlev-Simonsen, 2021). Disse plikter å gjøre regelmessige «aktsomhetsvurderinger», dvs. forankre ansvarlighet i virksomhetens retningslinjer; kartlegge faktiske og potensielle negative konsekvenser, iverksette og følge opp tiltak; kommunisere med berørte interessenter og å sørge for, eller samarbeide om, gjenoppretting og erstatning, der dette er påkrevd. Disse aktsomhetsvurderingene skal virksomhetene redegjøre for og tilgjengeliggjøre årlig, og virksomhetene plikter videre til å besvare skriftlige forespørsler om arbeidet med disse aktsomhetsvurderingene fra allmennheten. Et viktig prinsipp er at aktsomhetsvurderingen skal være «forholdsmessig», dvs. avhengig av virksomhetenes egenskaper og kontekst. Den skal også være «risikobasert», dvs. samsvare med

alvorlighetsgraden av, og sannsynligheten for, negative konsekvenser (Etikkinformasjonsutvalget, 2019).

Når det gjelder medieomtalen av åpenhetsloven, så inneholder Atekst sitt mediearkiv 1099 artikler som tilfredsstillende søkekriteriene våre fra 01.01.2009 til 01.05.2024. Mediearkivet viser til et bredt utvalg aktører, fra Stortinget til politiske partier og frivillige organisasjoner. Diskusjonen om åpenhetsloven skjøt fart da loven ble vedtatt i 2021, med 150 medieomtaler sammenlignet med 35 året før. I 2022 og 2023 var det henholdsvis 361 og 367 omtaler av loven, og i 2024 var det 107 omtaler fra 01.01. til 01.05.

Selv om åpenhetsloven har fått mye medieoppmerksomhet, foreligger det svært lite forskning om denne dekningen. Vi vet dog at bedrifters samfunnsansvar har vært mye diskutert i mediene tidligere (Madsen & Stenheim, 2014). Om åpenhetsloven spesifikt hevder juristene Haugse og Oftebro at åpenhetslovens suksess blant annet vil avhenge av at «virksomheter, forbrukere, journalister, interesseorganisasjoner og andre» tar loven i bruk – altså at lovvedtaket i seg selv ikke har noen effekt uten oppfølging fra befolkningen (Haugse & Oftebro, 2023, s. 245). En kan derimot påstå at åpenhetslovens suksess bare til grads avhenger av dette, ettersom virksomheter er pålagt aktsomhetsvurderinger uavhengig av om andre aktører tar loven i bruk. I samme tankebane som Haugse og Oftebro skriver Blechingberg-Kilpi og Grant (2020) at finske forbrukere mener at økt medieoppmerksomhet vil øke deres fokus på bedrifters sosiale ansvar. Forfatterne peker likevel på at finske forbrukere legger større vekt på pris og tilgjengelighet, et funn som resonnerer med hovedparten av forbruksforskning på sosialt og miljømessig ansvar slikt redegjort for i SIFOs første rapport om åpenhetsloven (Borch, 2024, s. 7–8; se også Devinney & Auger, 2007; Eckhardt et al., 2010). Fra markedssiden påpeker McGaughey m.fl. (2022, s. 267) at enkelte bekymret seg for at rapporteringskravene i australske, britiske og franske versjoner av åpenhetsloven ville bety mye papirarbeid med få eller ingen resultater for etisk praksis.

Kun én studie analyserer diskurser om «*human rights due diligence*», det vil si aktsomhetsvurderinger for menneskerettigheter, og deres fremtreden i media. Gustafsson m.fl. (2023) analyserer hvordan ulike diskurser er fremmet i media, lovverk og innspillsrunder i Frankrike og Tyskland etter EU vedtok obligatorisk aktsomhetskrav (EU, 2023). Gustafsson m.fl. vektlegger hvordan diskursene konkurrerer mot hverandre om oppmerksomhet og forrang om hva som skal menes om bedrifters sosiale ansvar for investeringer i utlandet. De identifiserer tre diskurser: en *stat-sentrisk diskurs* som vektlegger reguleringer og lovverk som avgjørende for bedrifters aktsomhet. I denne diskursen fremstiller sivilsamfunnsaktører og den politiske venstresiden bedrifter negativt: de påstår at bedriftene tjener på dårlige rettigheter i andre land og bruker eksempler som ulykken på Rana Plaza, en tekstilfabrikk i Bangladesh der 1138 mennesker omkom og over 2500 ble skadet, som eksempel på dette. Gustafsson m.fl. identifiserer også en *markedsreguleringsdiskurs* der kjernen er at markedet burde organisere seg selv. Her fremstilles det slik at bedrifter og den politiske høyresiden allerede bidrar til å fremme høye etiske standarder, og at aktsomhetsvurderinger vil gjøre bedrifter til ofre for overdreven rapportering. Den siste diskursen forfatterne identifiserer er en «*polysentrisk styring*», det vil si en styring av selskapers etiske ansvar fra to hold: statlige lover og regler og frivillige tiltak fra markedets side. Aktørene i denne diskursen er sertifiseringsorganer og revisorer som argumenterer for minimumsstandarder for aktsomhetsvurderinger. Minimumsstandardene vil angivelig treffe de minst etiske bedriftene, som da må opptre mer etisk, mens bedrifter som gjør mer enn minimum vil føre til et godt omdømme og dermed mer lønnsomhet.

1.3 Rapportens gang

Denne rapporten innledes med en gjennomgang av metodene som danner grunnlaget for våre funn om hvilke diskurser som dominerer, deres utvikling over tid, deres innbyrdes forhold og hvordan de fremstiller forbrukeren. I kapittel 2 diskuterer vi medieanalyse som metode, og påpeker begrensninger ved våre analyser. I kapittel 3 gir vi en kvantitativ framstilling andelen av vårt datamateriale som primært omhandler på åpenhetsloven, og av de ulike diskursene og de involverte aktørene. I kapittel 4 analyserer vi diskursene både hver for seg, og hvorvidt, og i så fall hvordan, de overlapper og kommer i kontakt med hverandre. Her legger vi særlig vekt på forholdet mellom menneskerettigheter og markedshensyn. Vi analyserer også de implisitte antakelsene om forbrukerengasjement i henhold til lovens informasjonskrav og drøfter hvor realistiske disse antakelsene er. kapittel 5 setter rapportens funn i sammenheng med eksisterende forskning for å kontekstualisere og utdype funnene våre. Rapporten avrundes med en oppsummerende diskusjon i kapittel 6.

2 Metode

I dette kapittelet redegjør vi for metodikken vi har brukt for å samle inn data og analysere den. Vi diskuterer også begrensninger i utvalget av data og i hvilke analyser vi kan gjøre på bakgrunn av den.

2.1 Medieanalyse

Studien følger en utbredt metode for kvalitativ dokumentanalyse som innebærer å bli kjent med konteksten og bakgrunnskunnskapen for temaet, for deretter å lese over datamaterialet, kode det, og til slutt analysere det (Altheide, 1996). Kvalitativ dokumentanalyse har som mål å forstå mening i dokumenter, i dette tilfellet hvilke diskurser som fremkommer om åpenhetsloven i media, hvilke aktører som fremmer diskursene og hvordan de har utviklet seg over tid. Mer spesifikt kan vi med medieanalyse se på forholdet mellom diskurser og hvordan de fremstiller visse aktører, som forbrukere. Diskurser er som tidligere nevnt definert som måter å forstå og snakke om et tema på. Dette betyr at vi i denne studien ikke er opptatt av semiotikk, det vil si dypdykk i individuelle artikler og hvordan tegn, antakelser og målsettinger kommer fram i dem. Vi er heller opptatt av det større meningsbildet; hva slags meninger artiklene formidler og hvordan de forholder seg til hverandre.

2.2 Datamateriale

Datamaterialet i denne studien er hentet fra Atekst som er et mediearkiv som inneholder totalt 1099 omtaler av åpenhetsloven fra den først ble nevnt i 2009 til vår sluttdato for søket første mai 2024. Vår primærdata er artiklene som dukker opp i søket i Atekst. Det vi omtaler som artikler reflekterer kildene som Atekst baserer seg på: hovedsakelig norsk redaksjonell media, da inkludert lokal- og regionalmedia som Drammens Tidende og Bergens Tidende, riksmidia som VG Nett og Aftenposten, i tillegg til fagmedia som Journalisten, magasiner som Datamagasinet og ikke-redaksjonell media som politiske partier og sivilsamfunnsorganisasjoners nettsider (for Ateksts komplette kildeliste, se Atekst sin mediearkivportal).

Søkestrengen vi benyttet var «etikkinformasjonsutvalg* OR anti-slaverilov* OR antislaverilov* OR åpenhetslov* OR CSDDD». Søkeordene utenom åpenhetsloven ble lagt til for å fange en tidsdimensjon: etikkinformasjonsutvalget var nemlig utvalget som gjorde forarbeidet og foreslo loven. Som nevnt ble «anti-slaverilov» mye brukt i diskusjoner om bedrifters samfunnsansvar før åpenhetsloven fikk sitt nåværende navn, og CSDDD har vært mye diskutert i henhold til den norske åpenhetsloven i norsk media. Bredere søkeord som menneskerettigheter, anstendig arbeid og HMS er utelatt fordi det ville resultert i en stor mengde artikler som ikke er direkte relevant for åpenhetslovens mediediskurser. I søket ble det også lagt inn flere eksklusjonskriterier for:

- Artikler hvor ingen av de definerte søkeordene var til stede i selve teksten. Dette oppstod på grunn av at flere nettstedet inkluderte anbefalinger eller lenker til relaterte artikler, ofte plassert i seksjoner merket med "les også". Søkeordene kunne forekomme i disse sekundære artiklene, noe som førte til at den opprinnelige artikkelen feilaktig ble inkludert i vårt søkeresultat. For å sikre relevansen av vårt datamateriale, ble slike artikler identifisert og deretter ekskludert fra det endelige datasettet.

- Artikler hvor vi ikke hadde tilgang. Dette problemet oppsto når kildene som Atekst refererte til enten hadde opphørt å eksistere eller var bak av en betalingsmur. Selv om det var mulig å kjøpe tilgang til innholdet bak betalingsmurene, vurderte vi det som upraktisk både i forhold til kostnader og tidsbruk, gitt det store antallet artikler dette gjaldt. Derfor ble disse artiklene utelatt fra vår analyse.

Det er verdt å påpeke at artikler som ble publisert flere ganger av ulike kilder ble registrert tilsvarende antall ganger. Dette er fordi vi ønsker å analysere omfanget av diskursenes fremtreden i media. Om artikler dukker opp flere ganger i flere medier, vil de ha en større innvirkning på mediebildet enn artikler som kun er trykket en gang.

Vi har begrenset utvalget med mål om å analysere åpenhetslovens medieomtale over tid. Tre tidsperioder ble valgt: før loven ble vedtatt, tidsrommet rundt og etter ikrafttredelse av loven. Totalt er 406 artikler lest og kodet. Av de samlede artiklene er 204 publisert i perioden fra 2009 til oktober 2021, og de dokumenterer lovens utvikling og vei mot vedtak. Videre består 102 artikler av materiale publisert mellom 01.05.2022 og 13.09.2022, som dekker tiden rett før og rett etter lovens ikrafttredelse. De siste 100 artiklene er hentet fra perioden 01.01.2024 til 01.05.2024 og gir innsikt i hvordan loven blir oppfattet og diskutert etter at den har vært i effekt over en lengre periode. Ved å analysere artikler fra disse tre distinkte periodene, får vi et helhetlig bilde av diskursene rundt åpenhetsloven. Dette inkluderer debatten som ledet til vedtaket av loven, samt eventuelle endringer i diskursen over tid etter at loven trådte i kraft. Det overordnede målet er å ha et bredt nok utvalg til å kunne si noe om diskursene til en bredere populasjon, altså norsk medias generelle dekning av åpenhetsloven.

2.3 Koding og analyse

Gjennomlesningen og kodingen ble gjort av én forsker, men resten av forskningsgruppen har kontrollert og kvalitetssikret alle ledd i prosessen. For å tilnærme oss datautvalget analytisk, startet vi med et sekundært utvalg på til sammen 50 dokumenter fra de tre ulike. Til dette sekundære utvalget formulerte vi spørsmål for å bli kjent med datamaterialet før vi leste gjennom artiklene. Dette inkluderte spørsmål som kan analyseres både kvantitativt og kvalitativt, som dato og aktør, men også om oppgitte årsaker til loven, mulige konsekvenser av den – i så fall hvor hva og hvem, lov-utforming og argumenter for og mot loven. Vi anså artiklene som en rekke utsagn av ulike aktører med ulike interesser, og at ingen uttalte seg «nøytralt» om loven, men heller hadde et ståsted.

Etter å ha testet og evaluert spørsmålene lagde vi et kodeskjema. Målet var å få en oversikt over diskursene i datamaterialet. Kodeskjemaet ble laget i Excel for kvantitativ registrering av eksempelvis medium, dato og aktør og kvalitativ koding av meningsinnholdet. Kodeskjemaet ble tilpasset noe underveis, hovedsakelig ved å opprette tydelige eksklusjonskriterier for å unngå irrelevante artikler og å opprette koder slik at alle som ytret seg i artikkelen og deres meninger ble kartlagt, ikke bare den primære meningsytteren og én eventuell motpart.

Etter at de 406 artiklene var kodet, leste vi gjennom kodeskjemaet og identifiserte de overordnede måtene å fremstille loven på. Like måter å fremstille loven på ble satt i samme kategori, og dette dannet grunnlaget for analysen av de overordnede diskursene. Vi leste deretter gjennom alle artiklene igjen og plasserte de innen diskursene, både for å få en fullstendig og kvantifiserbar oversikt over artiklene og å sikre at diskursene var gyldige for de nyeste så vel som de eldste artiklene.

Analysearbeidet startet med å besvare de overordnede problemstillingene om hva slags diskurser vi fant og hvem som representerte dem. Deretter laget vi nye problemstillinger om forholdet mellom diskurser om menneskerettigheter og arbeidsvilkår sett opp mot økonomiske hensyn og forbrukerperspektiver. Deretter sammenlignet vi både diskursene eksternt, det vil si sammenligninger av ulike diskurser med hverandre, og internt, det vil si sammenligninger av artikler innen samme diskurs. Eksterne sammenligninger tydeliggjorde forholdet mellom diskursene. De interne sammenligningene økte detaljnivået på diskursene, og lot oss se nyanser og motsigelser innad i samme diskurs. Vi sammenlignet til slutt analysen vår av diskursene med annen forskning.

2.4 Metodiske svakheter

Det er begrensninger ved å benytte Atekst til en mediegjennomgang. Atekst er mye brukt i forskning, men tidligere forskning har kommentert at det har forekommet avvik mellom antall og versjoner av artikler på nett og på papir (Srebrowska, 2005). I tillegg er det flere artikler der kilden er deaktivert og vi dermed bare har tilgang til et utsnitt som Atekst har lagret om artikkelen. Vi besluttet å ikke inkludere disse i datamaterialet, ettersom de ikke gir et helhetlig bilde av meningene som er ment å komme til uttrykk. En annen begrensning er at journalister kan ha benyttet åpenhetsloven uten å ha skrevet det i artikkelen, slik som nylige vinnere av SKUP-diplom i 2022 og 2023 (Helgheim & Krokene, 2022; Konstad et al., 2023). Slike artikler går vi glipp av i studien vår. Det sagt, så ville ikke journalisters bruk av åpenhetsloven påvirket diskursene om den. Dette er fordi journalistene som nevnt ikke skriver om loven eksplisitt som et verktøy å deres arbeid. Åpenhetsloven brukes av journalistene, men skrives ikke om.

Atekst er ikke et uttømmende arkiv for alle norske medier. Av den grunn er trolig enkelte nyhetskilder oversett, ikke minst ytringer på sosiale medier. Det samme gjelder medlemsblader, nyhetsbrev og ulike ikke-redaksjonelle mediekanaler. Å gjennomføre søk for å fange opp disse ikke-redaksjonelle mediene, samt uttalelser om åpenhetsloven i sosiale medier, ville vært utenfor denne studiens mandat og tidsramme. En metodisk svakhet ved søket vårt er at Forbrukertilsynet i perioden i slutten av 2022 og i løpet av 2023 behandlet flere prinsipielle saker om åpenhetsloven. Dette tidsrommet blir ikke fanget opp med vår tidsavgrensning, og det kan dermed hende at enkelte diskursive endringer ikke blir fanget opp før artiklene i vårt datamateriale fra 2024. Det betyr at enkelte trekk ved utviklingen av diskursene kan ha blitt utelatt fra analysen. Av de totalt 406 artiklene er det 279 artikler som nevner søkeordene spesifikt, og som vi har tilgang til.

Dokumentanalyse som metode kan heller ikke fastslå en sammenheng mellom tekst og tekstens innvirkning på de som leser den. Med dokumentanalyse kan vi identifisere og plukke fra hverandre diskurser og annet meningsinnhold, men vi kan ikke si noe om diskursenes effekt på mottakere av den. Påvirkningsevnen til en diskurs er med andre ord ikke lineær; det at en diskurs om åpenhetsloven dominerer i media behøver ikke å bety at diskursen også er like utbredt i befolkningen. Denne medieanalysen av åpenhetsloven viser med andre ord at noen med en agenda har ytret seg om loven og at denne ytringen er del av en større diskurs, ikke hvorvidt forbrukere og den øvrige befolkningen føyer seg etter samme tenkemåte.

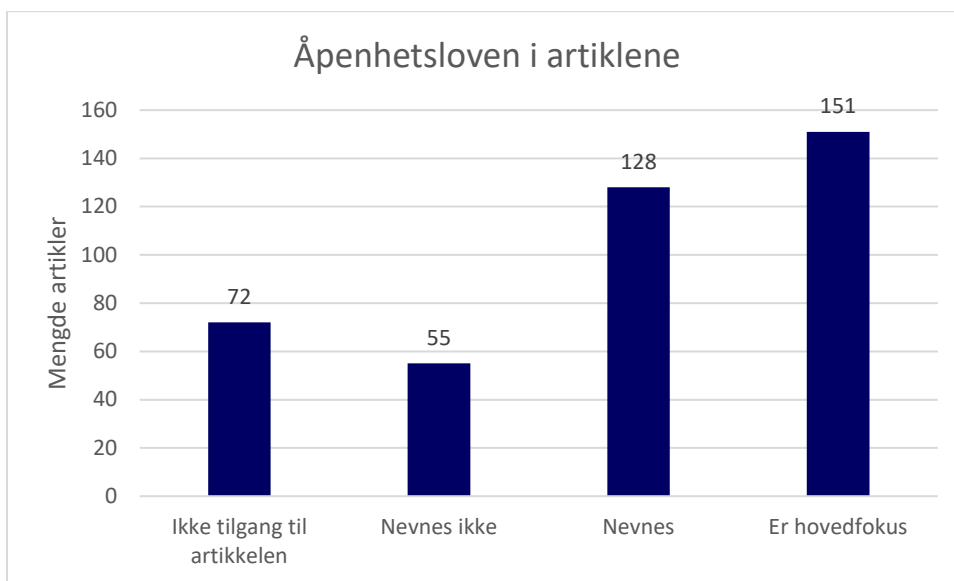
3 Resultater

I denne delen presenteres deskriptiv statistikk om artiklenes diskurser og deres meningsyttere. Vi viser først til i hvilken grad åpenhetsloven er det sentrale fokuset i artiklene vi har i datautvalget vårt, og deretter definerer vi de ulike diskursene og hvilke aktører som står bak dem. En inngående diskusjon av diskursene, hvorvidt de overlapper, og deres betydning tar vi for oss i neste kapittel, kapittel CYX

3.1 Åpenhetsloven i artiklene

Figur 3-1 under viser hvorvidt, og i så fall i hvilken grad, åpenhetsloven nevnes i artiklene i utvalget vårt. Den første søylen i figuren viser hvilke artikler som er oppgitt i Atekst sitt mediearkiv, men der nettløken er deaktivert, artikkelen slettet, eller bak en betalingsmur, og som vi derfor ikke har tilgang til. Samtidig viser den andre søylen artikler som dukket opp i søket i Atekst, men som ikke nevner åpenhetsloven. Disse artiklene dukket trolig opp fordi de inkluderer lenker til andre artikler og ytringer som har åpenhetsloven i sin tittel. Som nevnt er det 279 artikler totalt som nevner søkeordene og som vi har tilgang til.

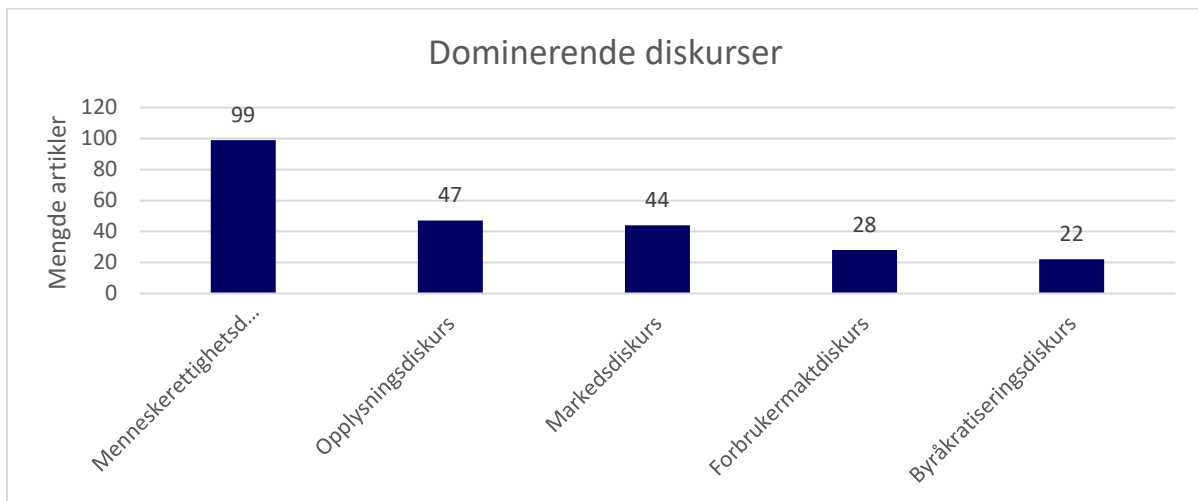
Figur 3-1 Åpenhetsloven i artiklene



3.2 Oversikt over diskursene

Figur 3-2 under viser oversikt over de største diskursene og tallfester disse. En detaljert diskusjon av diskursene, deres forhold til hverandre og hvilke mindre diskurser som fremkommer presenteres i kapittel 4. Analyse. Ut ifra figur 1.2 kan vi se at diskursen «menneskerettighetsdiskurs» er størst (99 artikler totalt). Dette er til sammenligning med de øvrige store diskursene.

Figur 3-2 Dominerende diskurser



3.2.1 Menneskerettighetsdiskurs

Menneskerettighetsdiskursen er den dominerende diskursen i utvalget. I denne diskursen framstilles åpenhetsloven som en lov som vil motvirke menneskerettighetsbrudd og dårlige arbeidsforhold, deriblant barnarbeid, tvangsarbeid og moderne slaveri. For enkelhetens skyld kalles denne diskursen for menneskerettighetsdiskurs heller enn menneskerettighet- og arbeidsforholdsdiskurs, selv om artiklene som benytter seg av den handler om både menneskerettigheter og arbeidsforhold. Loven framstilles som en nødvendighet på bakgrunn av argumentet om at markedsaktører heller søker profitt enn å ta etisk ansvar. Bekymringer for økte rapporteringskrav og lønnsomhet diskuteres i liten grad. Diskursen er jevnt representert i ulike medier. I diskursen fremstilles loven som en viktig del av arbeidet for menneskerettigheter og verdige arbeidsforhold.

3.2.2 Etterlevelse av lover og regler

Den nest største diskursen handler om etterlevelse av lover og regler. Diskursen forsøker å opplyse lesere om loven ved å gi en beskrivelse og analyse av lovens viktigste prinsipper og intensjon. Diskursen tar blant annet for seg hvem loven gjelder for og hva de må gjøre for å følge den. Det er viktig å påpeke at dette i seg selv utgjør diskursive rammer, det vil si hva som er legitimt innenfor lovens rammer og hvilke verktøy virksomheter og forbrukere har. Herunder er det verdt å merke at ytringene som inngår i diskursen hovedsakelig retter seg mot virksomheter heller enn mot forbrukere og andre som kan stille informasjonskrav. Diskursen ble mer fremtredende etter at loven trådte i kraft og er den diskursen som øker mest i andel artikler over tid. Loven framstilles her som et faktum og som et krav bedrifter må forholde seg til.

3.2.3 Markedsregulering

Artiklene som inngår i diskursen om markedsregulering framstiller åpenhetsloven som en lov som vil gi jevnere konkurransevilkår i markeds konkurransen, i tillegg til å bedre bedriftenes omdømme. I diskursen fremstilles loven som et positivt tilskudd til markedet. Loven framstilles også som en forsikring for at bedrifter oppfører seg etisk, selv om det hevdes at mange bedrifter alt gjør det. De som ikke gjør det vil dermed bli pålagt å følge et minstekrav for etisk praksis. Det er implisitt i diskursen at etisk praksis vil føre til mer profitt, og at dette vil styrke virksomheters arbeid for etisk praksis ytterligere. Diskursen er overrepresentert i forhold til de andre diskursene i nyhetskilder som Advokatbladet, Advokaten og Juridika.

3.2.4 Forbrukermaktdiskurs

Artiklene som inngår i forbrukermaktdiskursen framstiller åpenhetsloven som en lov som vil styrke forbrukeres makt ved å gi dem rettigheter til informasjon om bedrifters etiske vurderinger i leverandørkjeder. Loven framstilles som en mulighet for forbrukere til å både handle etisk selv og utøve press på bedrifter til å gjøre det samme. Det er med andre ord to ulike spor for forbrukere som kommer fram i forbrukermaktdiskursen, ett der forbrukere påvirker virksomheter ved å kjøpe produkter de ønsker og ett der forbrukere bruker lovens mulighet for informasjonskrav til politisk påvirkning. Implisitt i diskursen er det at forbrukere ønsker å handle etisk. Diskursen fremstiller loven positivt.

3.2.5 Byråkratiseringsdiskurs

Artiklene som inngår i byråkratiseringsdiskursen framstiller åpenhetsloven som noe som vil føre til økt rapportering for bedrifter. Loven framstilles som unødvendig og noe som pålegger bedrifter ulønnsomme ekstraoppgaver. Markedsaktører framstilles som om de i stor grad allerede tar etisk ansvar, og bekymringer for uetisk handel marginaliseres. I kjernen av diskursen er effektivitet som verdi. Diskursen er i likhet med markedsreguleringsdiskursen overrepresentert i forhold til de andre diskursene i nyhetskilder som Advokatbladet, Advokaten og Juridika. Diskursen fremstiller loven negativt eller med ambivalens, og flere aktører bak diskursen uttrykker at de gjerne ville begrenset loven eller vært foruten den.

3.2.6 Artikler uten diskurs

Enkelte artikler framstiller ikke åpenhetsloven på en spesifikk måte, men tar heller for seg hvem som sitter i Etikkinformasjonsutvalget, prosesser og redegjørelser for saker til møter i stortinget, og i enkelte tilfeller at loven er noe som jobbes med i offentlige instanser. Totalt 21 av de 279 artiklene som tar for seg åpenhetsloven kan ikke plasseres i de diskursene vi har identifisert i denne studien.

3.3 Aktørene og diskursene

Hvilke aktører er mest fremtredende i åpenhetslovens mediedekning, og hvilke diskurser tilhører disse aktørene? 150 aktører står bak de 279 artiklene om åpenhetsloven i datamaterialet. Det er stor rekkevidde på aktørene: fra frivillige organisasjoner og politikere til advokatfirmaer, bedrifter, mediehus og bransjeblader. Disse aktørene er som oftest representert ved en enkeltperson som representerer en større aktør, men i enkelte tilfeller står kun navnet på enkeltpersonene opplyst. Hovedaktør sikter her til noen som har enten forfattet artikkelen eller at deres uttalelser vektlegges i artikkelen.

Spesielt frivillige og ikke-statlige organisasjoner er fremtredende, med 110 artikler der disse er hovedaktør. Diskursen som er mest utbredt blant organisasjonene er menneskerettighetsdiskursen, etterfulgt av diskursen om etterlevelse av lover og regler, markedsreguleringsdiskursen og forbrukerdiskursen. Sistnevnte vektlegges mer blant organisasjonene enn i det totale utvalget av aktører. Særlig Framtiden i våre hender er tungt representert, med 30 artikler som de er hovedaktør i. Deretter følger organisasjoner som Etisk Handel og Amnesty. Det er også svært mange organisasjoner som kun har uttalt seg en gang. Samtidig er det verdt å nevne at privatpersoner uttaler seg i 26 artikler, men at flere av disse oppgir tilhørighet til en organisasjon som nevnt ovenfor.

Bedrifter er hovedaktør i 52 artikler. Bedrifter sikter her til aktører som tilbyr varer og tjenester på markedet med mål om profit. Bedrifter er spesielt fremtredende som hovedaktører i artikler i utvalgsperioden 01.01.2024 til 01.05.2024, det vil si etter at loven trådte i kraft. Innenfor «bedrifter» som kategori er det hovedsakelig advokater og advokatfirmaer som uttaler seg. Bedriftene fremmer i stor grad diskursen om etterlevelse av lover og regler, noe som gir uttrykk i at både bedrifter og diskursen om etterlevelse av lover og regler er spesielt godt representert i den siste utvalgsperioden enn tidligere perioder. Etter diskursen om etterlevelse av lover og regler er det markedsreguleringsdiskursen og byråkratiseringsdiskursen som er mest utbredt blant bedrifter.

Politikere og politiske partier er hovedaktør i 29 artikler. Disse har til felles at de fremmer menneskerettighetsdiskursen og forbrukermaktdiskursen, mens markedsreguleringsdiskursen og byråkratiseringsdiskursen nesten er helt fraværende. Her er spesielt representanter for Arbeiderpartiet fremtredende (17 ganger), etterfulgt av tidligere forbrukerminister Kjell Ingolf Ropstad (9 ganger).

4 Analyse

I dette kapittelet analyserer vi innholdet i diskursene. Hoveddelen av denne analysen tar for seg variasjoner innad i diskursene og overlapp mellom dem. Ettersom diskursive analyser tar for seg måter å tenke og skrive på, og ikke minst hvilke av disse måtene som er dominerende, stiller vi spørsmål ved hvilke perspektiver og diskurser som ikke kommer fram i datamaterialet vårt. Til slutt drøfter vi hvordan forbrukeren spiller en avgjørende rolle i flere av diskursene, og i hvilken grad forbrukeren faktisk oppfører seg slik diskursene antar.

4.1 Diskursenes detaljer og overlapp

Menneskerettighetsdiskursen er den mest fremtredende diskursen. Det er lite variasjon innad i diskursen, tross antallet artikler som inngår i den. Tross noe variasjon i argumentasjonen består alltid kjernen av at åpenhetsloven vil motvirke menneskerettighetsbrudd og dårlige arbeidsvilkår fordi bedrifter nå må ta ansvar. Variasjonen vi ser skyldes at menneskerettighetsdiskursen tidvis kommer til uttrykk i kombinasjon med andre diskurser, som oftest sammen med forbrukermaktdiskursen eller markedsreguleringsdiskursen, slik det er visualisert i figur 1.3.

Markedsreguleringsdiskursen rommer derimot en del variasjon. I 38 av de 44 artiklene som kjennetegnes av markedsreguleringsdiskursen anses åpenhetsloven som et potensielt «solid konkurransefortrinn» fordi «Folk bryr seg om menneskerettigheter og informasjon på temaet kan påvirke valget om hvilke produkter en velger å kjøpe» (Mork, 2022). Til sammenligning gir 6 artikler uttrykk for at åpenhetsloven kan svekke, heller enn å styrke, konkurransevilkår fordi bedrifter må redegjøre for varekjedene deres, og dermed avsløre konkurranse «hemmeligheter» ovenfor konkurrenter. Eksempelvis uttrykker Statkraft at de sammen med «andre norske gigantselskaper» konkluderer med at «selskapene er generelt positive til loven, men at det må gjøres avklaringer som sikrer selskapers rett til å holde tilbake sensitiv informasjon» (Kolsrud, 2020).

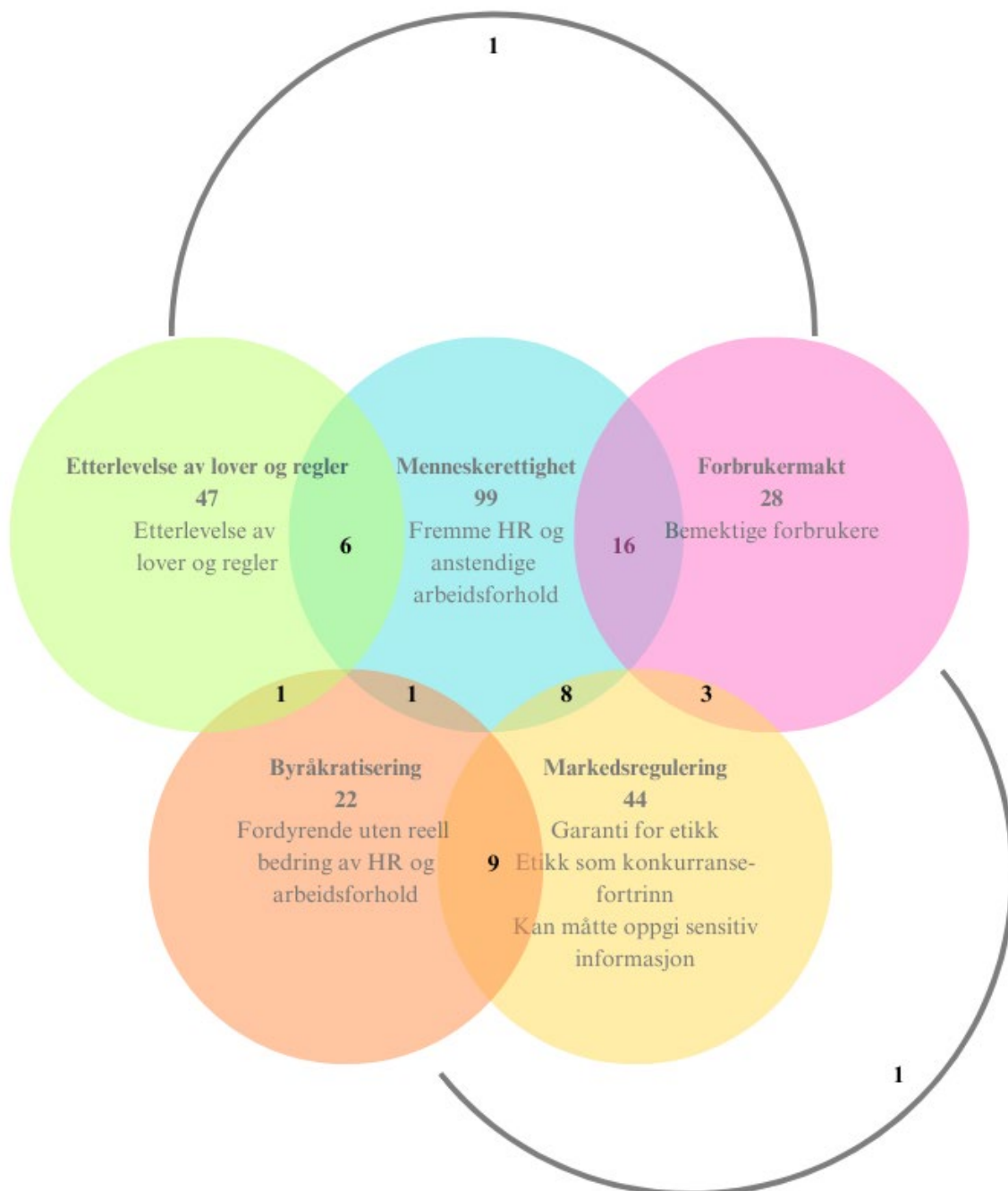
Denne negative markedsreguleringsdiskursen kombineres i 4 av 6 tilfeller med byråkratiseringsdiskursen. Kombinasjonen fremhever at både offentliggjøring av forretningspraksiser og økt rapportering vil svekke lønnsomheten. Hovedargumentet er at markedet bør regulere seg selv, og at markedsaktører i stor grad alt tar etisk ansvar (se eksempelvis Skjevestad, 2021). 6 av de totalt 22 artiklene som gir uttrykk for byråkratiseringsdiskursen påpeker at loven vil føre til økt rapportering, men at mengden er tålelig. I de resterende 18 artiklene ble økt rapportering derimot framstilt som uten effekt på menneskerettigheter og arbeidsforhold.

Forbrukermaktdiskursen har få interne kontraster. Med unntak av én enkelt artikkel representerer Framtiden i våre hender, her ved leder Anja Bakken Riise, diskursen godt: «Før denne loven trer i kraft, har vi som forbrukere vært nærmest hjelpeløse». Dette er til tross for at forbrukere lenge har vært opptatt av problematikken, hevder Riise. Loven «er et kjempeskritt i riktig retning», og loven gjør så forbrukere nå kan følge med på bedrifters praksis, noe som «har en skjerpene effekt, og det er en viktig pådriver til endring» (Bendiksen & Myklebust, 2022). Med andre ord er forbrukere her sett som mer enn personer som utelukkende kjøper varer, heller som personer som aktivt handler ut ifra en politisk eller etisk agenda. Kun én enkelt artikkel innen forbrukermaktdiskursen benytter ikke denne argumentasjonen. Denne artikkelen har heller et kritisk blikk om forbrukere et kompetente nok til å benytte loven og vurdere hvorvidt selskaper opptrer etisk eller ikke (Mahmood et al., 2021). Tross at dette poenget kun utgjør en av artiklene i

utvalget, peker advokatene som står bak artikkelen på et avgjørende diskusjonspunkt som vi kommer tilbake til.

Diskursen om etterlevelse av lover og regler er i større grad en deskriptiv diskurs. Det betyr ikke at den er ubetydelig, og som tidligere nevnt legger også opplysning om loven og dens intensjon føringer på hva man kan tenke og gjøre. Det er verdt å påpeke at bedrifter som fremmer denne diskursen kan nyte godt av å reklamere for sin kompetanse om loven. 7 av artiklene som fremmer denne diskursen trekkes andre diskurser også fram, og da er det med ett unntak menneskerettighetsdiskursen. Overlappet mellom diskursene er vist i figur 4-1 under.

Figur 4-1 Diskursenes overlapp



Slik som figuren ovenfor viser, er det tydelig overlapp mellom menneskerettighetsdiskursen og forbrukermaktdiskursen, og byråkratiseringsdiskursen og markedsreguleringsdiskursen. Det er

også en overlapp mellom menneskerettighetsdiskursen og markedsreguleringsdiskursen, der markedshensyn og menneskerettigheter sammen sørger for etiske hensyn i leverandørkjeder. Menneskerettighetsdiskursen overlapper også med diskursen om etterlevelse av lover og regler, som med dette unntaket kun overlappet en gang med byråkratiseringsdiskursen og en gang med forbrukermaktdiskursen. Samtidig viser figuren at byråkratiseringsdiskursen i liten grad overlapper med andre diskurser enn markedsreguleringsdiskursen. Med unntak av dette, overlapper byråkratiseringsdiskursen kun med tre andre diskurser i én enkelt artikkel. Et viktig funn er dermed at byråkratiseringsdiskursen, som i liten grad diskuterer bekymringer for etisk praksis blant virksomheter, og menneskerettighetsdiskursen, som ikke nevner utfordringer ved økte rapporteringskrav, ikke blir satt opp mot hverandre.

Forbrukermaktdiskursen overlapper i liten grad med annet enn menneskerettighetsdiskursen. Forbrukermaktdiskursen blir altså ikke konfrontert med byråkratiseringsdiskursen og dens argumenter eller omvendt. Det er kun én enkelt artikkel som fremhever begge disse diskursene (ikke visualisert). Forholdet mellom forbrukermaktdiskursen og markedsreguleringsdiskursen er interessant. Et hovedargument i markedsreguleringsdiskursen er at forbrukere ønsker å prioritere bedrifter med god etisk praksis og at åpenhetsloven dermed vil føre til økt lønnsomhet for disse på aggregatnivå (se f.eks. Micheletti et al., 2004). En kunne dermed tenkt at det ville være en overlapp mellom diskursene, der forbrukerens aktive rolle fremheves i markedsreguleringsdiskursen. Tross dette fremstilles forbrukeren som passive mottakere av bedrifters profilering, noe sistnevnte kan kapitalisere på.

Konsekvensen av lite overlapp mellom enkelte av diskursene er at deres premisser og argumenter i liten grad konfronterer hverandre. Menneskerettighetsdiskursen og forbrukermaktdiskursen snakker forbi byråkratiseringsdiskursen, og det samme gjelder motsatt. Det betyr at det er svært få artikler som gir uttrykk for begge diskursene og deres tilhørende argumentasjon samtidig. Dette gjelder spesielt for markedsreguleringsdiskursen og byråkratiseringsdiskursen som i større grad enn de andre diskursene er overrepresentert i enkelte medier. Diskursene er riktignok ikke isolert fra hverandre ettersom det er noe overlapp mellom menneskerettighetsdiskursen og markedsreguleringsdiskursen. Allikevel er det få kontaktflater for sentrale uenigheter om for eksempel åpenhetslovens størrelseskrav, altså størrelsen på virksomheter som skal omfattes av loven, og hvorvidt produksjonssted burde oppgis.

4.2 Underrepresenterte eller fraværende diskurser

Tre diskurser er i langt mindre grad representert enn de som er drøftet så langt. Det er i det hele tatt tvilsomt å kalle disse diskurser ettersom de er lite utbredt og dermed ikke har samme diskursive effekt på måter å tenke og handle på som diskursene presentert hittil. Tross det har de trekk som er like diskursene ovenfor i at de har en hovedpåstand om lovens virkning og konsekvenser. For enkelhetens skyld er de her kalt diskurser.

Én diskurs framstiller åpenhetsloven som er mulighet for Norge å bli et foregangsland internasjonalt på etikk i verdikjeder. I diskursen vektlegges etikken i seg selv, og at Norge som aktør kan bli internasjonalt anerkjent for arbeidet med dette, heller enn muligheten til å kapitalisere på det – slik det vektlegges i markedsreguleringsdiskursen. Det er totalt tretten artikler der denne diskursen kommer til syne, og den blir nevnt av ulike aktører: advokater, bistandsorganisasjoner, sivilsamfunnsorganisasjoner og politikere. Diskursen komplimenterer ofte artikkelens primære diskurs i form av ett enkelt avsnitt for deretter å ikke bli nevnt igjen. Den samme spredte anvendelsen av argumentet om Norge som et foregangsland benyttes også i

høringsinnspillene til lovforslaget (*Videokonferansehøring: Prop. 150 L (2020-2021) Lov om virksomheters åpenhet og arbeid med grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold, 2021*). Grunnverdien i diskursen er nasjonalisme, nemlig at Norge har en mulighet til å være «best» på etikk i verdikjeder.

Journalistdiskursen fremkommer fire ganger og er lik forbrukermaktdiskursen i det at den framstiller loven som et nyttig verktøy for en gruppe, her journalister, til å avdekke eventuelt uheldige sider ved virksomheters praksis. Journalistdiskursen inkluderer også muligheten for gode journalistiske resultater. Selv om den kun dukker opp fire ganger i utvalget kan vi anta at den er langt mer utstrakt på konferanser og kurs som er rettet mot journalister heller enn allmenn media.

En diskurs om natur og miljø fremkommer fire ganger. Diskursen framstiller loven som en gylden mulighet for miljø- og naturvern hvis dette inkluderes i lovteksten. Det at diskursen kun fremkommer i to artikler kan være på grunn av føringer lagt av fraværet av disse hensynene i Etikkinformasjonsutvalgets lovforslag. Det kan også tyde på at miljøkampen blir tatt andre steder, og at det er grunnen til at typiske aktører for miljø- og naturhensyn ikke er fremtredende i utvalget. Riktig nok er Framtiden i våre hender, en organisasjon som vektlegger etisk og bærekraftig forbruk, framtredende i ytringene om åpenhetsloven. Det sagt, så vektlegger de også i liten grad natur og miljø i sammenheng med åpenhetsloven. Det samme kan sies om de to artiklene som vektlegger norske arbeidsvilkår, altså at diskusjonen rundt dette er koblet opp mot andre diskusjoner og lover, som arbeidsmiljøloven.

4.3 Forbrukerens avgjørende rolle i diskursene

Forbrukerperspektivet i diskursene er variert: markedsreguleringsdiskursen framstiller forbrukere som passive kunder som ønsker å bli solgt etiske varer og tjenester, forbrukermaktdiskursen framstiller forbrukere som aktive politiske aktører, menneskerettighetsdiskursen nevner forbrukere lite med mindre det er i kombinasjon med forbrukermaktdiskursen, og byråkratiseringsdiskursen nevner dem ikke. Det sistnevnte er med unntak av den ene artikkelen som ble nevnt tidligere der forfatterne stiller spørsmålsteget ved om forbrukere har kompetansen til å benytte loven (Mahmood et al., 2021). At forbrukere er aktive i å søke informasjon om menneskerettigheter og arbeidsforhold i virksomheter er et premis i markedsreguleringsdiskursen, forbrukermaktdiskursen, og ikke minst i selve åpenhetsloven. Loven skal nemlig «sikre forbrukere, organisasjoner, fagforeninger og andre tilgang til informasjon om grunnleggende menneskerettigheter og arbeidsforhold i virksomheter og i leverandørkjeder», og sammen med arbeid i virksomheter «skal dette, ..., kunne bidra til forbedring av arbeidsforhold» (Åpenhetsloven, 2022, s. kap. 7.1.1). På lik linje med at loven forutsetter at virksomheter skal opptre etisk, forutsetter altså loven at forbrukere skal gjøre det samme. Det er med andre ord mye som beror på at forbrukere er aktive i å søke informasjon om etisk praksis og handler deretter. Om forbrukere ikke gjør dette, vil loven i praksis kun bestå av virksomheters aktsomhetsvurderinger og virksomheters plikt til å svare på informasjonskrav – da ikke fra forbrukere, men andre aktører som virksomheter og journalister. Spørsmålet om forbrukeres kjennskap til og bruk av åpenhetsloven er tema i SIFOs tredje rapport om åpenhetsloven.

Selv om vi ikke har datagrunnlaget for å konkludere på spørsmålet om forbrukeres engasjement i denne rapporten, kan tidligere forskning gi en indikasjon på svaret. Mange forbrukere oppgir at de ønsker tilgjengelig informasjon om etiske sider ved forbruket deres (Hiscox & Smyth, 2011). Samtidig har ikke forbrukere nødvendigvis tillitt til at informasjonen de får om merker og deres

bærekraft er dokumentert og sann (Jacobsen et al., 2011). I tillegg resonnerer ikke forbrukeres kjøpsatferd nødvendigvis med hva de gir uttrykk for, og store mengder forskning påpeker at forbrukere heller velger det tilgjengelige og billige alternativet heller enn det mest etiske (Berg, 2009; Borch, 2024; Eckhardt et al., 2010; Laitala & Klepp, 2016; Lavik & Borgeraas, 2017; Young & McCoy, 2016). Forbrukere ser i stor grad også bort fra uetiske sider ved deres forbruk ved å fraskrive seg ansvar eller fornekte problematiske arbeidsforhold (Carrington et al., 2021). Avslutningsvis anser norske forbrukere det i stor grad som myndighetenes rolle å sørge for god klima- og miljøpraksis (Tangeland et al., 2017), noe som også kan gjelde arbeidsforhold i leverandørkjeder.

Det er selvfølgelig enkelte forbrukere som er spesielt engasjerte i etisk forbruk. Disse etisk-politiske forbrukerne (Torjusen et al., 2006) tar flere aktive valg enn den jevne forbruker gjennom eksempelvis boikott, å velge bærekraftige alternativer eller å redusere forbruk. I tillegg finnes det organisasjoner som forsøker å representere forbrukeres interesser om åpenhetsloven, som Framtiden i våre hender. Et avgjørende spørsmål blir om organisasjoner og etisk-politiske forbrukere påvirker virksomheter i tilstrekkelig grad, slik åpenhetsloven og mediediskursene om den har som premiss (se f.eks. Melucci, 1988). Et klart svar på dette uteblir, men kollektive bevegelser for etisk forbruk har tidligere hatt stor effekt (Ferrell, 2004; McMurrian & Matulich, 2016). I Norge er det tydeligste eksempelet palmeolje-kampanjen til Grønn Hverdag og Regnskogfondet som ledet til at palmeoljebruken i Norge ble redusert med mer enn to tredjedeler (Regnskogfondet, 2024).

Forbrukerens rolle er med andre ord avgjørende for diskursene og åpenhetsloven, men diskusjonen ovenfor fører ikke frem til et klart svar. Det er også viktig å påpeke at vesentlige deler av forskningslitteraturen på feltet ikke omhandler forbrukeres forhold til virksomheters aktsomhetsvurderinger, håndtering av arbeidsforhold i verdikjeder og informasjonskrav. I tillegg er det en blanding av norsk og utenlandsk litteratur, der mye risikerer å være foreldet. Det er dermed et behov for oppdaterte, norske studier på dette.

5 Diskursene sett i lys av tidligere forskning

Hvordan er åpenhetslovens mediediskurser sammenlignet med tidligere forskning? Under diskuterer vi vår analyse av åpenhetslovens mediediskurser med annen forskning på tilgrensede temaer. Vi gjør dette for å kontekstualisere analysen over og for å vise hvordan diskursene om åpenhetsloven er annerledes innen sektor, her forskningssektoren og media, og hvordan diskursene skiller seg fra diskurser om lignende lovgivning internasjonalt. I dette henseende er det spesielt to aktuelle forskningsbidrag å sammenligne denne studien med: Borch (2024) sin rapport om diskurser i vitenskapelige publikasjoner og bøker der åpenhetsloven er nevnt, og Gustafsson m.fl. (2023) sin artikkel om ulike diskursive framstillinger av aktsomhetsvurderinger i forkant av implementeringen av nasjonale aktsomhetslover i Frankrike og Tyskland. Gustafsson m.fl. benytter medieuttalelser, lovforslag og lovtekster som sitt datamateriale. Som redegjort for i kapittel 1.2, bakgrunn for studien, identifiserer Gustafsson m.fl. primært tre diskurser: en stat-sentrisk diskurs, en markedsbasert diskurs og en diskurs om polysentrisk styring.

I Gustafsson m.fl. sin stat-sentriske diskurs fremstilles lover og reguleringer som avgjørende for at virksomheters verdikjeder skal være etisk forsvarlige (2023, s. 897). Her stilles statlig regulering som det foretrukne alternativet til den dominerende og nyliberale tilnærmingen til etikk i verdikjeder (2023, s. 895). Dette ligner menneskerettighetsdiskursen, der det i likhet med Gustafsson m.fl. sin stat-sentriske diskurs påstås at virksomheter prioriterer profitt fremfor etikk. Den mest betydelige forskjellen i forhold til menneskerettighetsdiskursen er at Gustafsson m.fl. påpeker at den politiske venstresiden er aktørene bak den stat-sentriske diskursen, i tillegg til sivilsamfunnsaktører. For menneskerettighetsdiskursen er det i hovedsak sistnevnte i tillegg til Arbeiderpartiet og KrF, spesielt da tidligere forbrukerminister Kjell Ingolf Ropstad.

Gustafsson m.fl. identifiserer også en markedsreguleringsdiskurs der bedrifter og den politiske høyresiden påstår at markedet burde organisere seg selv og alt har tilfredsstillende etiske standarder. I motsetning til den stat-sentriske diskursen påstås det her at den dominerende og markedsdrevne måten å opptre etisk i verdikjeder på er foretrukket fremfor statlig innblanding. Sistnevnte hevdes å begrense markedets legitime agens (2023, s. 895). Diskursen Gustafsson m.fl. identifiserer skiller seg fra diskursen som i denne rapporten er kalt markedsreguleringsdiskursen. Den norske mediediskursen er nemlig mer positiv til statlige reguleringer, her i form av åpenhetsloven. I tillegg vektlegges det lønnsomhet som potensiell gevinst for virksomheter som er spesielt dyktige til å følge åpenhetsloven og gjøre aktsomhetsvurderinger, noe som ikke gjelder Gustafsson m.fl. sin markedsreguleringsdiskurs. Heller enn at denne diskursen er lik markedsreguleringsdiskursen i denne rapporten, således ligner den mer på byråkratiseringsdiskursen. I likhet med byråkratiseringsdiskursen hevdes det i Gustafsson m.fl. sin markedsreguleringsdiskurs at aktsomhetsvurderinger gjør bedrifter til ofre for overdreven byråkratisering (2023, s. 898). Dette er likt bekymringen uttrykt av selskaper angående rapporteringskravene i australske, britiske og franske aktsomhetslovgivninger, der det også uttrykkes at aktsomhetsvurderinger ikke nødvendigvis vil ha positive ringvirkninger for arbeidsforhold i verdikjeder (McGaughey et al., 2022, s. 267). Allikevel er det mer passende å kalle byråkratiseringsdiskursen for nettopp det heller enn en markedsreguleringsdiskurs, ettersom det som vektlegges er en byråkratiseringseffekt heller enn markedets rett til å regulere seg selv.

Gustafsson m.fl. sin polysentriske styringsdiskurs om aktsomhetsvurderinger ligner derimot mer på markedsreguleringsdiskursen om åpenhetsloven. Gustafsson m.fl. beskriver den polysentriske styringsdiskursen som en mellomposisjon på et kontinuum mellom deres to andre diskurser, altså den stat-sentriske diskurs og markedsreguleringsdiskursen. Den polysentriske styringsdiskursen framstiller statlige forsøk på å støtte og rettlede virksomheter som et kompliment til frivillige, altså markedsaktørers, tiltak for etisk praksis (2023, s. 896). Gode aktsomhetsvurderinger vil angivelig

gi økt lønnsomhet (2023, s. 898). Dette er med andre ord likt som store deler av åpenhetslovens markedsreguleringsdiskurs, spesielt de 8 artiklene som kombinerer denne diskursen med menneskerettighetsdiskursen. Det sagt så er det flere diskurser om åpenhetsloven enn tre, og det er vanskelig å rangere disse på et kontinuum. I tillegg skiller markedsreguleringsdiskursen seg fra den polysentriske diskursen ved at det ikke bare vektlegges en kombinasjon av tiltak fra stat og markedet, men også at handlinger i tråd med åpenhetslovens intensjoner vil gi økt lønnsomhet.

Tross noen forskjeller ligner enkelte av diskursene om åpenhetsloven mye på Gustafsson m.fl. sine diskurser om aktsomhetsvurderinger: menneskerettighetsdiskursen (Gustafsson m.fl. sin stat-sentriske diskurs), byråkratiseringsdiskursen (Gustafsson m.fl. sin markedsreguleringsdiskurs) og markedsreguleringsdiskursen (Gustafsson m.fl. sin polysentriske styringsdiskurs). Forskjellen er ikke bare i navngivningen og detaljene ovenfor, men også i at forbrukermaktdiskursen ikke er nevnt i Gustafsson m.fl. sin artikkel. Dette kan være fordi informasjonskravet i åpenhetsloven ikke ble diskutert i utstrakt grad i det franske og tyske oppløpet til aktsomhetslover.

SIFO sin første rapport tar for seg hvilke diskurser som finnes i vitenskapelige publikasjoner der åpenhetsloven er nevnt (Borch, 2024). Det betyr at de akademiske diskursene Borch identifiserer er rettet mot et langt mer spisset publikum enn det åpenhetslovens diskurser i media er. Det er allikevel noen likheter mellom de ulike typene diskurser. Både Borch (2024) og denne rapporten identifiserer en menneskerettighetsdiskurs der menneskerettigheter og brudd på dem er en viktig årsak til utviklingen av HRDD-lovverk (human rights due diligence). Til forskjell er åpenhetsloven kun nevnt i Borch sin menneskerettighetsdiskurs.

En annen likhet er at diskursen om etterlevelse av lover og regler ligner på den akademiske diskursen Borch kaller «Åpenhetslovsdiskursen» (2024). Borch beskriver at «Åpenhetslovsdiskursen har opplysning som mål idet den i all hovedsak gir en beskrivelse og analyse av lovens viktigste prinsipper og antatte virkning» (2024, s. 32). Den vesentlige forskjellen på denne diskursen og diskursen om etterlevelse av lover og regler er at det i sistnevnte ikke diskuteres hvorvidt «loven bør gjelde små og mellomstore bedrifter (SMB) og om ansvaret både er oppstrøms (bakover i verdikjeden) og nedstrøms (frem mot forbrukere)» (2024, s. 32), noe det gjøres i Åpenhetslovsdiskursen. Diskursen om etterlevelse av lover og regler er altså mer deskriptiv fordi den ikke går inn på annet enn en beskrivelse av loven og dens intensjon.

Det er flere forskjeller mellom de akademiske diskursene og mediediskursene. En av disse er at det ikke er én enkelt forbrukersentrert diskurs i de akademiske diskursene. Forbrukere nevnes heller som en del av andre diskurser, ofte i en passiv rolle (Borch, 2024, s. 31–32). Med andre ord er forbrukerperspektivet bedre representert i media enn i akademiske tekster. De akademiske diskursene inneholder derimot en bærekraftsdiskurs som blant annet handler om «hvilke ansvar styret, direktører og aksjeholdere har i den bærekraftige utviklingen» (2024, s. 31) og en arbeidsforholdsdiskurs som handler om forholdet mellom nasjonale HRDD-lover og EUs CSDD, i tillegg til hvor grensen går mellom det private markedet og statens ansvarsområde. Disse to diskursene er ikke representert i media. Spørsmålet om bærekraft er, som diskutert i kapittel 4.2, i stor grad fraværende. Spørsmålet om hvem som skal ha ansvar for etisk praksis, markedet eller staten, tas derimot implisitt opp i menneskerettighetsdiskursen, markedsreguleringsdiskursen og byråkratiseringsdiskursen. Som diskutert i henhold til Gustafsson m.fl. (2023), reflekterer disse tre diskursene en holdning for statlig regulering og mot markedets autonomi, for markedets autonomi og mot statlig regulering, og en mellomposisjon. Både de akademiske diskursene og mediediskursene viser på denne måten at de tar sted innen større diskursive rammer og kamper mellom stat og marked, i tillegg til overordnede diskurser om menneskerettigheter og arbeidsforhold.

6 Konklusjon

Denne studien viser til fem utbredte diskurser med ulike premisser og tankemåter: menneskerettighetsdiskursen, diskursen om etterlevelse av lover og regler, markedsreguleringsdiskursen, forbrukermaktdiskursen og byråkratiseringsdiskursen. Fra åpenhetsloven begynte å bli diskutert i media har ulike aktører vektlagt ulike diskurser. Organisasjoner og sivilsamfunnet har vektlagt muligheten til å være en vaktbikkje for etisk ansvar i virksomheters leverandørkjeder. Bedrifter har i større grad vektlagt loven som et supplement til et allerede etisk marked, i tillegg til muligheten til å kapitalisere på etisk praksis. Bedrifter har samtidig argumentert mot loven og dens medførte rapporteringsarbeid og dets påkrevde ressursbruk. De ulike forståelsene og uenighetene kan vise til større diskurser i samfunnet der hensyn til menneskerettigheter og arbeidsforhold står i motsetning til hensynet til lønnsomhet. Dette påpeker også Gustafsson m.fl. at er tilfellet i Frankrike og Tyskland (2023).

I sentrum av den diskursive kampen er forholdet mellom økonomiske målsetninger som markedets egenrådighet, vekst, konkurranseevne og effektivitet, og kravene til statens myndighet, menneskerettigheter, bærekraft og anstendige arbeidsforhold. Denne overordnede todelingen innebærer også at motstridende diskurser i liten grad opptrer i samme artikkel, og heller snakker forbi hverandre: menneskerettighetsdiskursen nevner i liten grad mulige utfordringer for bedrifter som økte rapporteringskrav, mens byråkratiseringsdiskursen marginaliserer bekymringer for uetisk praksis.

Numerisk sett går den diskursive «seieren» til menneskerettighetsdiskursen. Diskursen om etterlevelse av lover og regler, som er nest størst, har også en påvirkningskraft ved å spre lovens sentrale trekk og intensjon. Denne intensjonen kan ses som en støtte til menneskerettighetsdiskursen i at loven skal fremme «virksomheters respekt for grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold» (Åpenhetsloven, 2022, § 1). Det er også diskursen om etterlevelse av lover og regler som har økt mest i utbredelse etter at loven tredde i kraft. Utover dette er det få tegn til endring i andelen av medieomtale som diskursene utgjør. Da igjen kan en ikke sette likhetstegn mellom omfanget av en diskurs og dens effekt.

De ulike diskursene kommer høyst sannsynlig til å gjenspeiles i videre diskusjoner om åpenhetsloven, etisk handel, virksomheters aktsomhet, samt andre regelverk som CSDDD. Den samme splittelsen mellom hensyn til menneskerettigheter og arbeidsforhold på den ene siden og markedsverdier på den andre vil trolig gjelde her også. Om utstrakt diskusjon er et mål, vil det være hensiktsmessig å i større grad føre de ulike diskursene i samtale med hverandre.

Det fremkommer fra flere av diskursenes forbrukerperspektiv at de forutsetter en aktiv forbruker som er opptatt av etikk, og ikke minst retter forbruket sitt deretter. Dermed burde videre forskning og evaluering av åpenhetsloven rette seg mot spørsmålet om forbrukere vet om og benytter seg av åpenhetsloven og annen informasjon om etiske sider ved virksomheters leverandørkjeder, og hvorvidt de handler basert på denne kunnskapen. SIFOs tredje rapport i evalueringen av åpenhetsloven tar for seg dette.

Referanser

Altheide, D. L. (1996). *Qualitative Media Analysis*. SAGE Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781412985536>

Bendiksen, J., & Myklebust, A. G. (2022, juli 1). Åpenhetsloven og kleskrav: Nå kan du sjekke hvor klærne kommer fra. *NRK*. https://www.nrk.no/tromsogfinnmark/apenhetsloven-og-kleskrav_-na-kan-du-sjekke-hvor-klaerne-kommer-fra-1.16023969

Berg, L. (2009). *Forbrukerkompetanse 2005-2009. Hvor godt holder forbrukerne seg orientert på ulike markeder?* (Prosjektnotat 7, 2009). SIFO.

Blechingberg-Kilpi, P., & Grant, D. B. (2020). Corporate and Social Responsibility Perspectives of Finnish Fashion Retailers and Consumers. I S. O. Idowu & C. Sitnikov (Red.), *Essential Issues in Corporate Social Responsibility* (s. 55–71). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-39229-1_5

Borch, A. (2024). *Åpenhetsloven og forbrukeres forhold til arbeidsvilkår i verdikjeden. To kartleggingsoversikter* (s. 1–55). SIFO.

Carrington, M., Chatzidakis, A., & Shaw, D. (2021). Consuming Worker Exploitation? Accounts and Justifications for Consumer (In)action to Modern Slavery. *Work, Employment and Society*, 35(3), 432–450. <https://doi.org/10.1177/0950017020926372>

Devinney, T., & Auger, P. (2007). Do What Consumers Say Matter? The Misalignment of Preferences with Unconstrained Ethical Intentions. *Journal of Business Ethics*, 76, 361–383. <https://doi.org/10.2139/ssrn.901861>

Ditlev-Simonsen, C. D. (2021, oktober 5). Hvordan bidrar åpenhetsloven – og hva innebærer den for din bedrift? *Magma*. <https://nye.econa.no/faglig-oppdatering/medlemsbladet-magma/5-2021/hvordan-bidrar-apenhetsloven--og-hva-innebarer-den-for-din-bedrift/>

DOL. (2022). *2022 list of goods produced by child labor or forced labor*. US Department of labor. https://www.dol.gov/sites/dolgov/files/ILAB/child_labor_reports/tda2021/2022-TVPRAL-List-of-Goods-v3.pdf

Eckhardt, G., Belk, R., & Devinney, T. (2010). Why Don't Consumers Consume Ethically. *Journal of Consumer Behaviour*, 9, 426–436. <https://doi.org/10.1002/cb.332>

Etikkinformasjonsutvalget. (2019). *Åpenhet om leverandørkjeder Forslag til lov om virksomheters åpenhet om leverandørkjeder, kunnskapsplikt og aktsomhetsvurderinger*. Etikkinformasjonsutvalget. <https://www.regjeringen.no/contentassets/6b4a42400f3341958e0b62d40f484371/195794-bfd-etikkrapport-web.pdf>

EU. (2023). *Corporate due diligence rules agreed to safeguard human rights and environment* | News | European Parliament. <https://www.europarl.europa.eu/news/en/press-room/20231205IPR15689/corporate-due-diligence-rules-agreed-to-safeguard-human-rights-and-environment>

- European Commission. (2024). *Corporate sustainability due diligence—European Commission*. https://commission.europa.eu/business-economy-euro/doing-business-eu/sustainability-due-diligence-responsible-business/corporate-sustainability-due-diligence_en
- European Council. (2024). *Corporate sustainability due diligence: Council gives its final approval*. Consilium. <https://www.consilium.europa.eu/en/press/press-releases/2024/05/24/corporate-sustainability-due-diligence-council-gives-its-final-approval/>
- Fairclough, N. (1992). *Discourse and social change*. Polity Press. https://bibsyst-almaprimo.hosted.exlibrisgroup.com/primo-explore/fulldisplay?docid=BIBSYS_ILS71464678420002201&context=L&vid=HIOA&lang=no_NO&search_scope=default_scope&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=default_tab&query=any,contains,Discourse%20and%20Social%20Change%20&mode=Basic
- Ferrell, O. C. (2004). Business ethics and customer stakeholders. *Academy of Management Perspectives*, 18(2), 126–129. <https://doi.org/10.5465/ame.2004.13836176>
- FN. (2023). *Anstendig arbeid og økonomisk vekst*. <https://fn.no/om-fn/fns-baerekraftsmaal/anstendig-arbeid-og-oekonomisk-vekst>
- Forbrukertilsynet. (2024, april 23). Dette er åpenhetsloven. *Forbrukertilsynet*. <https://www.forbrukertilsynet.no/vi-jobber-med/apenhetsloven/dette-er-apenhetsloven>
- Gustafsson, M., Schilling-Vacaflor, A., & Lenschow, A. (2023). Foreign corporate accountability: The contested institutionalization of mandatory due diligence in France and Germany. *Regulation & Governance*, 17(4), 891–908. <https://doi.org/10.1111/rego.12498>
- Haugse, M. K., & Oftebro, O. A. (2023). Innebærer åpenhetsloven en plikt til aktsomhetsvurderinger knyttet til nedstrøms aktiviteter? *Lov og Rett*, 62(9), 607–612. <https://doi.org/10.18261/lor.62.9.6>
- Helgheim, A. E. I., & Krokene, A. (2022). Prisen for fri frakt. Metoderapport SKUP 2022. *Klassekampen*, 28.
- Hiscox, M. J., & Smyth, N. (2011). *Is There Consumer Demand for Fair Labor Standards? Evidence from a Field Experiment* (SSRN Scholarly Paper 1820642). <https://doi.org/10.2139/ssrn.1820642>
- Jacobsen, E., Borgen, S. O., & Heidenstrøm, N. (2011). *Seleksjon og ignorering* [Report]. Oslo, SIFO. <https://oda.oslomet.no/oda-xmlui/handle/20.500.12199/5259>
- Keller, R. (2011). The Sociology of Knowledge Approach to Discourse (Skad). *Human Studies*, 34(1), 43–65. <https://doi.org/10.1007/s10746-011-9175-z>
- Kolsrud, K. (2020, april 14). Regelrådet om etikkforslag: – Svært byrdefullt for næringslivet. *Rett24*. <https://rett24.no/articles/regelradet-om-etikkforslag--svaert-byrdefullt-for-naeringslivet>
- Konstad, M., Lynum, S., Rasmussen, E., Petter Ness, R., & Ellingsen, L. (2023). Milliardæren. Metoderapport SKUP 2023. *Adresseavisen*, 39.
- Laitala, K., & Klepp, I. G. (2016). *Klesforbruk i Norge* [Report]. Oslo: Forbruksforskningsinstituttet SIFO. <https://oda.oslomet.no/oda-xmlui/handle/20.500.12199/5331>

- Lavik, R., & Borgeraas, E. (2017). *Forbrukstrender 2017* [Report]. Oslo: Forbruksforskningsinstituttet SIFO. <https://oda.oslomet.no/oda-xmlui/handle/20.500.12199/5974>
- Lov om virksomheters åpenhet og arbeid med grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold (åpenhetsloven) (2022). <https://lovdata.no/dokument/NL/lov/2021-06-18-99>
- Madsen, D. Ø., & Stenheim, T. (2014). *Is Corporate Social Responsibility a Management Fashion in Norway? Some Preliminary Evidence* (SSRN Scholarly Paper 2474552). <https://papers.ssrn.com/abstract=2474552>
- Mahmood, M., Lie, N. K., & Oftebro, O. A. (2021, oktober 27). Innlegg: «Alt blir bra» med åpenhetsloven? *DN*. <https://www.dn.no/innlegg/jus/apenhetsloven/menneskerettigheter/innlegg-alt-blir-bra-med-apenhetsloven/2-1-1089646>
- McGaughey, F., Voss, H., Cullen, H., & Davis, M. C. (2022). Corporate Responses to Tackling Modern Slavery: A Comparative Analysis of Australia, France and the United Kingdom. *Business and Human Rights Journal*, 7(2), 249–270. <https://doi.org/10.1017/bhj.2021.47>
- McMurrian, R. C., & Matulich, E. (2016). Building Customer Value And Profitability With Business Ethics. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 14(3), 83–90. <https://doi.org/10.19030/jber.v14i3.9748>
- Melucci, A. (1988). Social movements and the democratization of everyday life. I J. Keane, *Civil Society and the State* (s. 245–260). Verso Books.
- Meyer, B., & Pham, I. (2023). Exploring US Millennial consumers' consumption values in relation to traditional and social cause apparel product attributes and purchase intentions. Human Rights in Supply Chains. An Overview of Due Diligence Obligations for Austrian Firms. *Austrian Institute of Economic Research*.
- Micheletti, M., Follesdal, A., & Stolle, D. (2004). *Politics, Products, and Markets: Exploring Political Consumerism Past and Present*. Transaction Publishers.
- Mork, J. (2022, juli 23). Fokus på menneskerettigheter for alle. *Sunnmørsposten*. <https://www.smp.no/meninger/kronikk/i/IVBE1G/fokus-paa-menneskerettigheter-for-alle>
- Regnskogfondet. (2024). *Forbrukersuksess uten sidestykke*. <https://www.regnskog.no/no/nyheter/forbrukersuksess-uten-sidestykke>
- Sjåfjell, B. (2022). *Selskapsrett og et Feministisk Bærekraftsperspektiv (Company Law and a Feminist Sustainability Perspective)* (SSRN Scholarly Paper 4028365). <https://papers.ssrn.com/abstract=4028365>
- Skjevestad, H. (2021, september 13). - Klarer ikke bærekraft-omstillingen uten konsernadvokatene. *Advokatbladet*. <https://www.advokatbladet.no/haavind-konsernadvokat/klarere-ikke-baerekraft-omstillingen-uten-konsernadvokatene/166919>
- Srebrowska, U. (2005). ATEKST kan lede på villspor. *Norsk medietidsskrift*, 12(1), 40–43. <https://doi.org/10.18261/ISSN0805-9535-2005-01-04>

Tangeland, T., Heidenstrøm, N., & Vittersø, G. (2017). *Endringer i forbruksutviklingen i Norge* [Report]. Oslo: Forbruksforskningsinstituttet SIFO. <https://oda.oslomet.no/oda-xmlui/handle/20.500.12199/5347>

Torjusen, H., Vittersø, G., Jacobsen, E., & Terragni, L. (2006). *Etisk-politisk forbruk*. <https://oda.oslomet.no/oda-xmlui/handle/20.500.12199/6018>

Videokonferansehøring: Prop. 150 L (2020-2021) Lov om virksomheters åpenhet og arbeid med grunnleggende menneskerettigheter og anstendige arbeidsforhold (2021). <https://www.stortinget.no/no/Hva-skjer-pa-Stortinget/Horing/horing/?h=10004338>

Young, M. E., & McCoy, A. W. (2016). Millennials and chocolate product ethics: Saying one thing and doing another. *Food Quality and Preference*, 49, 42–53. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2015.11.014>

Forbruksforskningsinstituttet SIFO har et spesielt ansvar for å bidra til kunnskapsgrunnlaget for forbrukerpolitikken i Norge. Instituttet utvikler ny kunnskap om forbruk, forbrukerpolitikk og forbrukernes stilling og rolle i samfunnet.

SIFOs kjerneområder:

- Bærekraftig forbruksutvikling
- Klær
- Markedsbasert velferd
- Mat, matkultur og ernæring
- Teknologi og digitalisering

Forbruksforskningsinstituttet SIFO, OsloMet
ISBN 978-82-7063-574-0
www.oslomet.no/om/sifo