

[This is the final version of the paper before it was published.]

To cite: Fallan, E. (2017). *Miljøkatastrofer og strategisk miljørapportering*. Kapittel 15 i Hafting (red.): *Krisehåndtering. Planlegging og handling*. Fagbokforlaget.

Miljøkatastrofer og strategisk miljørapportering

Even Fallan

1. Innledning

The “legal agreement [the £288m settlement¹] that resolved claims related to the tragedy” in Bhopal is “fair and final” (Dow Chemical Company²)

I 1984 førte et giftutslipp fra Union Carbides (nå: Dow Chemical Company) plantevernmidelfabrikk i Bhopal i India til at tusenvis av mennesker døde, hundretusener ble invalidisert, samt at miljø og drikkevann ble alvorlig forurenset. Et stort antall mennesker er fortsatt rammet av alvorlige ettervirkninger, og et stort antall senere dødsfall og skader på nyfødte barn antas å være relatert til utslippet³ (Blacconiere & Patten, 1994). I 1989 gikk oljetankeren Exxon Valdez på grunn i Prins William-sundet i Alaska, og slapp ut store mengder tungolje. Utslippet dekket ca. 2000 km uberørt arktisk strandlinje, og ble regnet som det verste enkeltstående forurensningstilfellet i USAs historie. Forurensningen medførte alvorlige skader på fiskestammer, dyre- og plantelivet i og rundt sjøen. Mange fiskere og flere lokalsamfunn mistet livsgrunnlaget for kortere og lengre perioder. Skadene er fortsatt merkbare. De over hundretusen literne med tungolje fra utslippet som fantes i Prins William-sundet i 2006 reduseres kun med 4 % årlig, og forurenser ennå farvann i Alaska.⁴

Bhopal og Exxon Valdez er to av verdens største og mest kjente miljøkatastrofer forårsaket av mennesker. På verdensbasis skjer det hvert år miljøhendelser som har betydelige konsekvenser både for miljøet og for enkeltmennesker, lokalsamfunn og samfunnet generelt, lokalt eller regionalt. De har altså samfunnsøkonomiske konsekvenser. Denne artikkelen ser imidlertid på hvordan miljøkatastrofene påvirker selskapene som forårsaket dem. For disse selskapene er det ikke de eksterne effektene (samfunnsøkonomiske konsekvenser) som er relevante, men de bedriftsøkonomiske effektene (konsekvensene for selskapet selv). Selskaper vil foreta strategiske valg for å maksimere sin måloppnåelse (de bedriftsøkonomiske effektene).

Ifølge avisartikler har selskapene som hadde ansvaret for Bhopal og Exxon Valdez, henholdsvis Dow Chemical Company og Exxon, sluppet unna med å betale relativt beskjedne bøter

¹ “Dow has said Union Carbide's £288m settlement for those affected by the tragedy - which was paid in 1989 - is fair and final” (BBC, 23. januar 2012: <http://www.bbc.com/news/uk-16089139>)

² Pressemelding fra Dow Chemical Company, 28. februar 2011: http://www.dow.com/sustainability/debates/pdfs/Dow_statement_Regrding_Curative_Petition1.pdf

³ Newsweek, 14. januar 2012: <http://europe.newsweek.com/india-after-30-years-bhopal-still-simmering-288144?rm=eu>

⁴ The Guardian, 2. februar 2007: <http://www.theguardian.com/business/2007/feb/02/oil.pollution>

og erstatninger. Det samme gjelder oppryddingskostandene. Om Bhopal og Union Carbide/Dow Chemical Company:

“Although about \$470m (£300m) of compensation were eventually paid to victims, there is a widespread sense it was far too little. ... Families who lost relatives got an average of just \$2,000. For injuries, the payments were around \$800. And there was no agreement on who would pay for the difficult clean-up.”⁵

Om Exxon Valdez og Exxon:

“Exxon originally was ordered by a federal court to pay \$5 billion in punitive damages in 1994. A federal appeal in 2006 reduced it to \$2.5 billion. In 2008 the United States Supreme Court further reduced the damages to just over \$500 million. More than \$2 billion has been spent on cleanup and recovery. Exxon has paid at least \$1 billion in damages.”⁶

I tillegg til disse utbetalingene har selskapene dog hatt andre kostnader, for eksempel til advokater og granskninger. Exxon Valdez-hendelsen har også medført politiske kostnader for oljebransjen i USA, for eksempel strengere sikkerhetsstandarder for skip. Beløpene skissert i avisartiklene er imidlertid småpenger sammenlignet med selskapenes overskudd, som for Exxon i 2006 alene var på “\$39.5 billion.”⁷

Både Dow Chemical Company og Exxon lever i beste velgående og har tjent enorme beløp for sine eiere både før og etter hendelsene. Aksjekursene ble påvirket av katastrofene, men kun for en kort periode. De bedriftsøkonomiske kostnadene knyttet til miljøkatastrofene som selskapene har måttet dekke utgjør kun en brøkdel av de samfunnsøkonomiske kostnadene som selskapene har forvoldt. Selskapenes overlevelse skyldes imidlertid ikke kun at de har sluppet å betale de reelle kostnadene. Like viktig er det at de tjener penger på den daglige driften. Spørsmålet er hvordan de har klart dette.

Selskaper er avhengige av legitimitet for å overleve (Aldrich & Ruef, 2006; Suchman, 1995), altså at kundene fortsetter å kjøpe deres produkter, de tiltrekker seg viktig arbeidskraft og kompetanse, og de har gode rammebetingelser fra myndigheter og lokalsamfunn. I etterkant av en miljøkatastrofe forårsaket av et selskap er det derfor helt sentralt å sikre eller gjenvinne legitimiteten (O'Donovan, 2002). Ledelsen vurderer hvilke strategiske tiltak som er hensiktsmessige. Selskapets kommunikasjon med omverdenen er et viktig verktøy i denne sammenheng (Lindblom, 2010; O'Donovan, 2002). Denne artikkelen fokuserer på selskapers miljørapportering som informasjonskilde og strategisk virkemiddel for å sikre legitimitet i forbindelse med miljøkatastrofer. Både tilbydere og brukere av miljørapportering har nytte av kunnskap om selskapers rapporteringsatferd i en slik ekstremisituasjon.

Gjennom en metastudie setter artikkelen fokus på selskapers og bransjers bruk av miljørapportering i håndteringen av kriser som oppstår som følge av miljøkatastrofer. Dette gjelder både hvordan miljøkatastrofer påvirker de involverte selskapenes og bransjenes miljørapportering, og hvordan miljørapportering påvirket konsekvensene av ulykkene for selskapene og bransjene.

⁵ BBC, 30. mai 2012: <http://www.bbc.com/news/world-asia-18254334>

⁶ The New York Times, 3. august 2010:

http://topics.nytimes.com/top/reference/timestopics/subjects/e/exxon_valdez_oil_spill_1989/index.html

⁷ The Guardian, 2. februar 2007: <http://www.theguardian.com/business/2007/feb/02/oil.pollution>

Studien ser også på hvordan miljørapportering før krisene oppstod kan påvirke konsekvensene for selskapene i ettertid. I tillegg kan studien bidra mer generelt til å belyse hvilke faktorer som påvirker selskapers rapportering.

2. Miljørapportering

“Threat to ecology could last decades”⁸

Miljørapportering er selskapers rapportering om sin miljøpåvirkning og andre miljøforhold knyttet til virksomhetens organisering, produksjon og produkter. Temaer som selskaper kan rapportere om inkluderer for eksempel miljøpolicy, miljømålsettinger, miljøpåvirkning og -tiltak, organisering av miljøarbeidet, utslippstillatelser fra miljømyndigheter, miljøinvesteringer og -kostnader og hvordan markedsforhold på tilbuds- og etterspørselssiden påvirkes av miljøforhold. Miljørapportering har tradisjonelt vært nært knyttet til årsrapporten, men selskaper rapporterer også miljøinformasjon gjennom websiden og andre sosiale medier, separate miljørapporter, produktbrosjyrer, børsmeldinger etc.

I Norge er alle foretak som er regnskapspliktige etter regnskapsloven, flere hundretusen virksomheter, pålagt å rapportere miljøinformasjon. Selskapets styre skal rapportere i årsberetningen hvordan og hvor mye selskapet påvirker miljøet og hvilke tiltak som er eller er planlagt iverksatt for å begrense miljøpåvirkningen, ifølge regnskapsloven §§ 3-3 og 3-3a. Kravene er nærmere spesifisert blant annet i regnskapsstandarden NRS 16 Årsberetningen. Regnskapsloven § 3-3c krever at det skal redegjøres for retningslinjer for integrering av miljøhensyn i forretningsstrategier, hvordan disse skal omsettes til handling og resultater for dette arbeidet. Det finnes også enkelte krav om miljøinformasjon som skal gis i note til årsregnskapet, for eksempel forpliktelser knyttet til fjerning av oljeinstallasjoner. Loven stiller imidlertid få formkrav til kvalitative egenskaper ved informasjonen slik som for årsregnskapet. Miljøinformasjonen i årsberetningen må heller ikke revideres.⁹ I praksis er det en høy andel av store og børnoterte selskaper i Norge som ikke overholder miljørapporteringskravene i loven og regnskapsstandarden (Fallan & Fallan, 2009; Melting & Tungen, 2012; Vormedal & Ruud, 2009). Dette skyldes nok blant annet at kravene ikke håndheves. Innholdskravene i regnskapsloven omhandler kun noen få tema. Det meste av dagens miljørapportering er frivillig rapportering (Fallan, 2016b; Fallan & Fallan, 2009).

Enheter innen offentlig forvaltning, for eksempel kommuner og universiteter/høgskoler, har ingen miljørapporteringskrav. Mange av dem rapporterer likevel miljøinformasjon på frivillig basis (Fallan, 2016a, 2016b). I andre land varierer graden av regulering av miljørapportering vesentlig. Flere og flere land innfører imidlertid regulering, slik at ikke all rapportering er frivillig (Camilleri, 2015).

Miljørapporteringspraksis i normalsituasjoner (utenom kriser eller katastrofer) varierer vesentlig mellom selskaper og over tid, både i Norge og utlandet (Fallan, 2013b, 2016b; Fallan & Fallan, 2009). Selskapets størrelse og bransje er de viktigste egenskapene ved selskapet som forklarer

⁸ The Guardian, 2. februar 2007: <http://www.theguardian.com/business/2007/feb/02/oil.pollution>
En studie av oljeutslippet fra Exxon Valdez 18 år etter at katastrofen inntraff, foretatt av eksperter fra the US National Oceanic and Atmospheric Administration, publisert i the Environmental Science and Technology journal.

⁹ Utover en kontroll av at det er skrevet noe knyttet til lovens innholdskrav.

miljørapporteringspraksis (Fifka, 2013). Ekstern kontekst som regulering av rapporteringen og tidspunkt/år kan også være viktig (Fallan, 2014, 2015b, 2016b; Fallan & Fallan, 2009; Frost, 2007; Larrinaga et al., 2002; Luque-Vilchez & Larrinaga, 2016). Ifølge legitimitetsteori skyldes dette at størrelse, bransje, regulering og tidspunkt påvirker legitimitetsrisikoen, mens det fra et agentteoretisk perspektiv forklares med at disse forholdene påvirker asymmetrisk informasjon og opportunistisk atferd.

Rapportert informasjon må ha visse kvalitative egenskaper for å være nyttig for brukernes formål (IASB, 2010; Ijiri, 1975; Snavely, 1967). Krav om relevans og troverdighet medfører blant annet at informasjon må utarbeides etter ensartede prinsipper av alle selskaper for å legge til rette for sammenlignbarhet, den må være fullstendig, gyldig, balansert og verifisert slik at brukerne vet at de kan stole på det bildet som gis av selskapets virksomhet osv. Rapporteringens kvalitet er derfor like viktig som spørsmålet om eller i hvilken grad selskaper rapporterer om ulike tema. I praksis har miljørapportering jevnt over svært lav kvalitet i normalsituasjoner. Fallan (2013b) viste at selskaper i større grad rapporterer informasjon som er enkel og billig å produsere, som ikke er bindende for selskapet og informasjon som er lovpålagt enn informasjon som er dyr og teknisk vanskelig å utarbeide og negativ. Generell informasjon rapporteres framfor selskapsspesifikk, og narrativ informasjon framfor kvantitativ eller monetær etc. Rapportering består i hovedsak av positiv informasjon, uavhengig av om selskapets miljøprestasjon er bra eller dårlig (Fallan, 2014, 2015b; Frost, 2007; Niskanen & Nieminen, 2001; Patten & Crampton, 2003). Selv ikke regulering får selskaper til å rapportere negativ informasjon i utstrakt grad (Larrinaga et al., 2002). Selskaper rapporterer generelt også kun en liten andel av relevant informasjon, slik at rapporteringens fullstendighet er lav (Clarkson et al., 2011). Disse trekkene synes å være i samsvar med opportunistiske legitimeringsstrategier (Lindblom, 2010).

Spørsmålet i denne studien er hvordan rapporteringspraksis er i krisesituasjoner, når informasjonen virkelig kan være vesentlig. Dette henger sammen med hvilke kommunikasjonsstrategier selskaper velger å bruke.

3. Teori knyttet til miljørapporteringens roller

"There is nothing newsworthy or significant in the report that has not already been addressed. The existence of some small amounts of residual oil in Prince William Sound on about two-tenths of 1% of the shore of the sound is not a surprise, is not disputed and was fully anticipated" [Mark Boudreaux, Exxon Mobil¹⁰]

Miljørapportering kan forklares ut fra samspillet mellom tilbuds- og etterspørselsforhold. Denne artikkelen fokuserer mest på tilbudssiden. Årsaken er at det er selskapet (tilbyderen av informasjon) som tar beslutningen om hvorvidt og hvordan de skal rapportere. Selskapets oppfatning av etterspørselen kan imidlertid være en viktig del av beslutningsgrunnlaget (Fallan, 2014, 2015b). Kunnskap om etterspørselen er derfor viktig også for analyse av tilbudet.

¹⁰ Exxon Mobils kommentar til en "study by US government scientists" som "concludes threat to ecology could last decades", The Guardian, 2. februar 2007:
<http://www.theguardian.com/business/2007/feb/02/oil.pollution>

Etterspørsel etter miljørapportering

Etterspørsel etter miljørapportering har i hovedsak to formål: ressursallokering og stewardship (Gjesdal, 1981). Ressursallokeringsformålet gjelder investorers og kreditorers behov for informasjon for å ta investeringsbeslutninger. Miljøforhold, og dermed miljøinformasjon, kan være relevant for ressursallokeringsbeslutninger (De Villiers & Van Staden, 2010; Deegan & Rankin, 1997; Fallan, 2013a; Guidry & Patten, 2010). Store miljøforpliktelser, for eksempel krav om rensing av forurenset grunn etter gruvedrift eller fjerning av oljeplattformer i Nordsjøen, påvirker økonomisk resultat. Da hele lakseoppdrettsnæringa i Chile ble lagt brakk i flere år på grunn av miljøforhold, påvirket det både økonomien til oppdrettsselskaper med drift i Chile (tap) og andre oppdrettere (gevinst på grunn av økt laksepris på verdensmarkedet). Forbud mot miljøgifter som PCB eller KFK-gasser i produkter kan påvirke etterspørselen etter selskapers produkter, og dermed økonomisk resultat. Myndighetene kan også påvirke slike valg gjennom insentiver, for eksempel gjennom å gjøre kjøp av elbil økonomisk gunstig. Likevel er dette i hovedsak ekstraordinære forhold og unntakstilfeller. Det er usikkert hvor ofte miljøforhold er viktige for investeringsbeslutninger. Enkelte norske analytikere indikerer at selv flere av forholdene nevnt ovenfor er uvesentlige (Fallan, 2013a).

Stewardship innebærer ansvar for forvaltning av noe på vegne av andre (Fallan, 2013a; Gjesdal, 1981; Ijiri, 1975). Naturmiljøet er et fellesgode. Politikerne har ansvar for å forvalte dette til beste for allmennheten, men også et selskaps miljøpåvirkning har betydning for samfunnet rundt. Denne typen etterspørsel reflekterer alle interessenters behov for å kontrollere eller evaluere handlinger, prestasjoner og planer til aktører som tar beslutninger på deres vegne eller som de berøres av. Dette kan skje både ved bruk av informasjonen som rapporteres til å vurdere selskapet og gjennom at (krav om) rapportering i seg selv kan gi selskapet insentiver for ønsket atferd fordi selskapet vet at synliggjøring av handlinger og resultater muliggjør kontroll (Fallan, 2013a). Men er denne typen miljøhensyn høyt prioritert når folk flest tar sine beslutninger? Det synes generelt som om den daglige etterspørselen etter miljøinformasjon og særlig selskapers miljørapportering er lav (Fallan, 2013a).

Betydningen av miljørapportering settes imidlertid på spissen i forbindelse med store katastrofer. Da øker etterspørselen etter informasjon vesentlig både utfra et ressursallokerings- og stewardship-perspektiv. Bhopal, Exxon Valdez og lignende hendelser er derfor interessante case for å studere selskapers bruk av miljørapportering.

Tilbud av miljørapportering

Tilbudssida reflekterer selskapets bruk av rapportering for å nå sine mål. Dette kan være for å sikre legitimitet (legitimitetsteori), skape konkurransefordeler gjennom grønt image eller for å imøtekomme interessenters behov for å redusere asymmetrisk informasjon vedrørende både ressursallokerings- og stewardshipformål eller som uttrykk for en opportunistisk atferd (agentteori). I denne artikkelen legges hovedvekten på legitimitetsperspektivet.

Legitimitetsteori er den mest brukte teorien for å forklare selskapers miljørapportering (Campbell et al., 2003). Selskaper er avhengig av legitimitet i samfunnet for å eksistere. Det kan oppnås ved at virksomheten er ønskelig, passende eller hensiktsmessig innenfor de gjeldende normer og verdier hos interessentene (Suchman, 1995). Selskapets handlinger må være i overensstemmelse med samfunnets forventninger (O'Donovan, 2002). Ledelsen i selskapet må vurdere hvilke tiltak som kreves for å kontrollere legitimitetsrisikoen i ulike situasjoner. Viktige

interessenter kan også ha motstridende interesser. Klimaspørsmålet og miljøvern kan sies å være viktig. Samtidig er det nok en allmenn oppfatning i Norge at oljeproduksjon er akseptabelt siden det finansierer velferdssamfunnet. Lakseoppdrett i sjøen har vesentlige miljømessige utfordringer. Oppdrettsnæringen har imidlertid valgt å føre kampen for sin legitimitet på flere fronter. På den ene siden prøver de å imøtegå eller bagatellisere miljøutfordringene. På den andre siden framhever de eget miljøarbeid, hvor ressurseffektivt det er å produsere fisk sammenlignet med kjøtt, og ikke minst næringens betydning for arbeidsplasser og skatteinntekter i distriktene og eksportinntekter. Legitimitet er altså nært knyttet til strategier for å øke, vedlikeholde eller reparere den (Aldrich & Ruef, 2006). Miljørapportering er en strategi som selskapsledelsen benytter for å påvirke folks oppfatning av selskapet, dets virksomhet og produkter (Fallan, 2014, 2015b, 2016b). Hvilken form for miljørapportering et selskap velger påvirkes av hvilken strategi det velger for å sikre legitimiteten (Lindblom, 2010). Lindblom (2010) skisserer fire strategier som selskaper bruker alene eller i kombinasjon.

- I scenario 1 erkjenner selskapet at dets miljøstatus/-prestasjoner (produksjon, produkter, metoder og/eller mål) er dårligere enn interessentenes forventninger og normer for legitim atferd. Selskapet velger å endre sin virksomhet internt for å bedre miljøprestasjonene og dermed redusere eller lukke legitimitetsgapet. I tilfellet Exxon Valdez vil det si at Exxon iverksetter tiltak for å redusere risikoen for at slike hendelser skjer og rydder opp i skadene. I denne situasjonen kan miljørapportering brukes til å kommunisere *endringene* i selskapets miljøprestasjoner med formål om å informere og opplyse interessentene. Selv om rapportering fra selskapet i dette scenarioet ikke nødvendigvis er nøytral og balansert med hensyn til *miljøstatus*, vil selskapet altså være nøye på å rapportere om faktiske endringer (tiltak som iverksettes og forbedringer som følge av disse). Dette vil som et minimum vise at selskapet har fokus på interessentene og deres oppfatninger.
- I scenario 2 mener selskaper at dets miljøprestasjoner faktisk er i tråd med interessentenes forventninger, men at interessentene oppfatter det annerledes. I Exxon Valdez-eksemplet kan dette illustreres med at interessenter mener slike oljeutslipp er uakseptable, og har den oppfatning at sikkerhetsarbeidet i bransjen generelt er for dårlig, mens enkelte oljeselskaper mener at deres oljetransport er basert på strengere sikkerhetskrav og -rutiner (nyere skip med dobbelt bunn, annet sertifiseringsregime, bedre opplæring og rustesting av mannskap osv.) slik at sannsynligheten for eller konsekvensene av tilsvarende hendelse er mindre. Scenario 2 kan medføre en legitimeringsstrategi hvor selskapet prøver å demonstrere hensiktsmessigheten av mål, organisering, produksjon og produkter for interessentene gjennom informasjon og opplæring. Det er ikke miljøprestasjonene eller interessentenes forventninger som må søkes endret, kun interessentenes oppfatninger av status. Miljørapportering kan være et verktøy i denne sammenheng. Det er i selskapets egen interesse å rapportere reliabel og relevant informasjon (spesifikk, verifiserbar, balansert etc.) som reflekterer faktisk status for selskapets miljøprestasjoner. Rapportering av slik informasjon vil også i seg selv forplikte selskapet på miljøområdet (Fallan, 2014, 2015b), noe som styrker muligheten for å lykkes med strategien.
- I scenario 3 er selskapets miljøprestasjoner er dårligere enn interessentenes forventninger, og interessentene oppfatter at det eksisterer et slikt legitimitetsgap. Selskapets strategi kan da være å manipulere interessentenes oppfatning av selskapets miljøprestasjoner uten at selskapet har til hensikt å endre prestasjonene (eller interessentenes forventninger). De kan for eksempel søke å

bli identifisert med symboler med høy legitimitet ved å donere penger til miljøvernorganisasjoner eller velge en person med høy (miljø)integritet som styremedlem. En annen mulighet er å fokusere ensidig på positive aspekter ved selskapets miljøprestasjoner selv om disse er uvesentlige (sammenlignet med de negative). Selskapet kan prøve å framstå som ansvarlig ved å vise til en generell og uforpliktende policy om å verne miljøet. De kan også velge å lyve, benekte/underkommunisere problemet eller vektlegge usikkerhet om hva som er fakta. Miljørapportering brukes dermed som et manipulerende kommunikasjonsverktøy i stedet for å ha informasjons- og opplæringsformål. Rapporteringen vil da typisk være fullstendig dominert av positiv informasjon. Selv om rapporteringen ikke nødvendigvis vil være usann, vil den være villedende. (I tilfellet Exxon Valdez kan dog en strategi om å rapportere ensidig positiv, uvesentlig informasjon, som for eksempel papirsortering på kontoret i stedet for utslipp av titusener av tonn olje i et sårbart arktisk miljø, bli oppfattet useriøst når verden gjennom stort mediefokus vet hva som har skjedd.)

- I scenario 4 er selskapets miljøprestasjoner dårligere enn interessentenes forventninger og interessentenes oppfatning av miljøprestasjonene er korrekt, slik som i scenario 3. Her er imidlertid selskapets strategi å lukke legitimitetsgapet ved å forsøke å redusere interessentenes forventninger til selskapets miljøprestasjon. I Exxon Valdez-eksemplet har Exxon en vanskelig jobb siden konsekvensene er så enorme. De kan dog prøve å argumentere med at risikoen for at en slik ulykke skal skje er svært lav, samtidig som samfunnet er fullstendig avhengig av olje som energikilde, og dermed at en sjelden katastrofe av dette slaget er en beklagelig, men nødvendig konsekvens av det samfunnet vi lever i. De kan også argumentere for at selskapet bidrar med skatteinntekter, jobber i distriktene etc. (andre deler av samfunnsansvarsbegrepet), og dermed indikere at dette kan veie opp for dårlige miljøprestasjoner. Miljørapportering, som et naturlig strategisk virkemiddel, har dermed en dobbeltrolle. På den ene side vil selskapet gi relevant og reliabel informasjon om hva det mener er et fornuftig nivå på miljøprestasjonen og hvorfor interessentene bør akseptere dette – argumentere for å «lære opp» interessentene slik at de endrer forventning. På den annen side vil informasjon om faktisk status for miljøprestasjonen ikke nødvendigvis være relevant og reliabel.

Flere av disse strategiene kan kobles mot opportunistisk atferd, som beskrevet blant annet i agentteori (Fallan, 2015a). Det gjelder særlig scenario 3, men er i praksis mulig også for 4 og 1. Lindbloms (2010) legitimeringsstrategier viser at teorien kan sees som en tilbudssidemodell: selskaper bruker rapporteringen bevisst for å nå egne mål. Selskapers behov kan imidlertid spenne vidt. Som skissert ovenfor bruker oppdrettsnæringen alle de fire strategiene til Lindblom (2010) samtidig! Selskaper kan bruke rapportering til å benekte, rettfærdiggjøre eller forklare forhold på miljøområdet for å reparere legitimiteten, eller øke legitimiteten gjennom å rapportere for å møte interessenters informasjonsbehov, bygge et grønt image eller fordi rapportering og åpenhet anses som et ideal (O'Donovan, 2002; Suchman, 1995).¹¹ Katastrofer er ekstreme case som kan bidra til å belyse hvilke motivasjoner eller forklaringsmodeller som er relevante for rapportering.

¹¹ Dette er et vidt syn på legitimitet som inkluderer issues management, impression management, institusjonell teori og ressursavhengighetsbetraktninger. Andre prøver å skille legitimitet som er nødvendig for å eksistere fra omdømmebygging og utvikling av konkurransefordeler som kan gi et mersalg (Hooghiemstra, 2000). Da vil miljørapportering enten være en defensiv tilbudssidemekanisme for å legitimere selskapets handlinger eller et offensivt kommunikasjonsverkemiddel for å profilere selskapets omdømme, gjerne som et grønt selskap.

4. Metode

"We're not going to let someone bully us into taking responsibility for something that is not our issue"
(George Hamilton, Dow Chemical Company)¹²

Forskning på rapportering om samfunnsansvar, herunder miljørapportering, er et av de store forskningsfeltene innen regnskap (Fallan, 2013b; Fifka, 2013). Det store forskningstilfanget gjør det mulig å foreta en metastudie også av litt smalere temaer som sammenhengen mellom miljøkatastrofer (for eksempel Bhopal og Exxon Valdez) og slik rapportering. Den empiriske delen av denne artikkelen bygger både på eldre velkjente studier innen dette fagområdet (Deegan et al., 2000; O'Donovan, 2002; Patten, 1992; Walden & Schwartz, 1997) og nyere studier som fyller ut bildet (Cho, 2009; De Villiers & Van Staden, 2011; Vourvachis et al., 2016) Identifiseringen av nye studier er gjort ved direkte databasesøk på relevante stikkord og videre referanser i disse artiklene.

5. Sammenhenger mellom miljøkatastrofer og miljørapportering

"Reputation is important" [George Hamilton, Dow Chemical Company]¹³

Tidligere i denne artikkelen er det vist at miljørapporteringspraksis varierer vesentlig i normalsituasjoner. Videre at kvaliteten på miljøinformasjonen som selskapene rapporterer i det daglige er generelt lav. For svært mange formål er det ikke mulig å bruke informasjonen selv om dette er ønskelig (Fallan, 2013a). Strategiene til Lindblom (2010) viser at det er vanskelig for interessentene å vite om informasjonen som rapporteres er troverdig og relevant selv etter en katastrofe. Kunnskap om hvordan selskaper rapporterer om miljøforhold etter miljøkatastrofer som skyldes deres eller et selskap i deres bransjes aktivitet er derfor viktig for å sette interessenter bedre i stand til å vurdere om eller hvordan de skal tolke og bruke informasjonen.

Nedenfor presenteres resultater om sju ulike tema knyttet til rapporteringspraksis i forbindelse med miljøkatastrofer. Dette er ment å gi innsikt i hvordan selskaper rapporterer, i hvilken grad informasjonen er relevant og troverdig og i tillegg gi indikasjoner på hvorfor de rapporterer som de gjør.

Utviklingen i miljørapportering etter en miljøkatastrofe

Studier av sammenhengen mellom miljørapportering og miljøkatastrofer som for eksempel Exxon Valdez og Bhopal viser nokså entydige resultater. Det er en signifikant økning i miljørapporteringen etter slike hendelser, både i selskapet som er direkte involvert - hvor økningen er størst (jf. tabell 1a), selskaper som indirekte kan knyttes til hendelsen (Patten, 1992) og blant andre selskaper i samme bransje (jf. tabell 1b). Rapporteringen i bransjen øker mer jo større selskapet er (Patten, 1992). Eksepsjonelle miljøhendelser som Exxon Valdez medfører faktisk også signifikant økning i miljørapportering i andre bransjer med en eller annen form for miljørisiko (Walden & Schwartz, 1997).

¹² Uttalelse om giftutslippet i Bhopal, BBC, 23. januar 2012: <http://www.bbc.com/news/uk-16661107>

¹³ BBC, 23. januar 2012: <http://www.bbc.com/news/uk-16089139>

Tabell 15.1a: Endring i rapportering etter en katastrofe hos selskapet som forårsaket katastrofen

Artikkel	Signifikant endring i miljørapportering mv. hos selskapet som forårsaket katastrofen		
	Reduksjon	Ingen endring	Økning
Cho (2009)			X
De Villiers & Van Staden (2011)		X	X
Deegan et al. (2000)		(X)	X
Patten (1992)			X
Vourvachis et al. (2016)		(X)	X
Walden & Schwartz (1998)			X

Tabell 15.1b: Endring i rapportering etter en katastrofe hos selskaper i samme bransje

Artikkel	Signifikant endring i miljørapportering mv. hos andre selskaper i samme bransje		
	Reduksjon	Ingen endring	Økning
Deegan et al. (2000)			X
Patten (1992)			X
Walden & Schwartz (1998)			X

Disse resultatene støtter legitimitetsteori som forklaring på rapporteringspraksisen (Cho, 2009; Deegan et al., 2000; Patten, 1992). Ansvar for store miljøødeleggelser i sårbare områder og økonomisk ruin for fiskere og lokalsamfunn i Alaska er neppe i overensstemmelse med Exxons og oljebransjens implisitte samfunnskontrakt. Slike brudd på normer og regler påvirker interessentenes oppfatning av legitimitet. Oljeutslippet fra Exxon Valdez medførte derfor en økt legitimitetsrisiko for selskaper i oljebransjen. Til og med selskaper i andre bransjer fikk øynene opp for at miljørisiko er relevant og kan være en trussel mot legitimiteten etter Exxon Valdez, selv om risikoen er større jo nærmere knyttet selskapet er til hendelsen. Samme type argumentasjon gjelder også for de andre katastrofene som studiene har undersøkt. Dette bekreftes av studien til O'Donovan (2002, s. 361-362), hvor høytstående ledere i flere Australske selskaper på eget initiativ understreket hvordan oljeutslippet fra Exxon Valdez var en øyeåpner for forståelsen av miljøforholds betydning for selskaper. I slike situasjoner må selskapet umiddelbart reagere for å forsøke å reparere sin legitimitet, og det å unngå temaet er en lite aktuell strategi. Uavhengig av om selskapet faktisk egentlig gjør noe med sine miljøprestasjoner, må det framstå som om det er handlekraftig og tar ansvar (O'Donovan, 2002). Rapporteringen vil øke uavhengig av hvilke(n) av de fire legitimeringsstrategiene til Lindblom (2010) som velges. Hvilken type informasjon som rapporteres vil dog avhenge av valgt strategi, men det vil bli diskutert nærmere nedenfor. Agentteori kan også forklare rapporteringsøkningen, fordi katastrofen medfører større behov for å redusere den asymmetriske informasjonen mellom selskap og interessenter.

Funnene i tabell 1 er altså ikke overraskende isolert sett. Men de entydige resultatene for miljøkatastrofer står i sterk kontrast til studier av sammenhengen mellom selskapers miljørapportering og miljøprestasjoner i normalsituasjoner, jf. tabell 2. Selskapskapte miljøkatastrofer kan sies å være svært dårlige miljøprestasjoner. Resultatene i tabell 2 er heterogene.

¹⁴ Det er dermed ikke holdepunkter for en entydig sammenheng.¹⁵ Forskjellen mellom resultatene i tabell 1 og 2 kan tyde på at miljøprestasjoner har en klar påvirkning på rapporteringen først når de når et visst vesentlighetsnivå.¹⁶

Tabell 15.2: Studier av sammenhengen mellom selskapers miljørapportering og miljøprestasjoner

Studie	Signifikant sammenheng mellom selskapenes miljørapportering og miljøprestasjoner			
	Positiv	Ingen	Negativ	U-kurve
Abbott and Monsen (1979)	(X)			
Al-Tuwaijri et al. (2004)	X			
Bowman and Haire (1975)	X			
Brammer and Pavelin (2006)		X	X	
Brammer and Pavelin (2008)		X		
Buhr (1998)		(X)		
Cho and Patten (2007)			X	
Clarkson et al. (2008)	X			
Clarkson et al. (2011)			X	
Cormier et al. (2011)	X			
Dawkins and Fraas (2011a)	X			
Dawkins and Fraas (2011b)				X
De Villiers and Van Staden (2011)		X	X	
Deegan and Rankin (1996)			X	
Fekrat et al. (1996)		X		
Freedman and Jaggi (1982)		X		
Freedman and Wasley (1990)		X		
Fry and Hock (1976)			X	
Hughes et al. (2001)			X	
Ingram and Frazier (1980)		X		
Patten (2002a)			X	
Patten (2002b)			X	
Preston (1978)		X		
Rockness (1985)		X		
Wiseman (1982)		X		

¹⁴ Fire av studiene ser på rapportering og prestasjoner innen flere deler av samfunnsansvarsområdet, ikke kun ytre miljø.

¹⁵ En negativ sammenheng i tabellen betyr at dårlige miljøprestasjoner sammenfaller med mer miljørapportering.

¹⁶ Det må presiseres at målingen av miljøprestasjoner i artiklene i tabell 2 ikke må forveksles med bransje som er en viktig forklaringsvariabel for miljørapportering. Selskaper i bransjer med høy miljøpåvirkning rapporterer mer miljøinformasjon enn selskaper i bransjer med lav miljøpåvirkning ifølge Fikfas (2013) store metaanalyse. I hvilken grad selskaper tar miljøhensyn kan imidlertid variere vesentlig både innen og mellom bransjer. Eksempelene i tabell 2 viser at det finnes mye forskning på om miljørapportering har sammenheng med selskapers miljøprestasjoner/miljøstatus uavhengig av (eller innen en) bransje. Studiene i tabell 2 prøver å rangere selskaper basert på faktiske og/eller oppfattede miljøprestasjoner. Den type målinger er vanskelige. Miljøpåvirkning kan være støy, rømming av oppdrettslaks, utslipp av dioksiner, utslipp av CO² eller oppdemming av ei elv for kraftutbygging. Det er vanskelig å sammenligne så heterogene forhold, hva som er vesentlig etc. Disse måleproblemene er nok en del av forklaringen på de heterogene resultatene i tabell 2.

Ut fra legitimitetsteori er det naturlig å anta at selskaper med dårlige miljøprestasjoner har høyere legitimitetsrisiko og i større grad bruker miljørapportering som strategi for å sikre sin legitimitet. Forskjellen på resultatene i tabell 1 og 2 kan indikere at det skal endel til før legitimitetsrisikoen på miljøområdet oppfattes som vesentlig. En annen mulig forklaring på de heterogene resultatene i tabell 2 er at miljørapportering hos selskaper med gode miljøprestasjoner følger naturlig av deres ekte miljøengasjement eller som ledd i en aktiv strategi med å skape et grønt image.

Oppfattet vesentlighet: miljøforhold og mediefokus

Resultatene ovenfor antyder at vesentlighetsbetraktninger har betydning for om miljøforhold eller miljøprestasjoner påvirker rapporteringen. Det er imidlertid ikke noe fasitsvar på hva som oppfattes som vesentlig. Exxon Valdez hadde store konsekvenser for mennesker og natur. Dette samme hadde utslippet fra oljetankeren Kirki to år etter Exxon Valdez. Likevel skjedde det ingen endring i miljørapporteringen blant selskaper i oljenæringen etter Kirki (Deegan et al., 2000). En mulig forklaring kunne selvsagt vært at selskapene i bransjen allerede hadde økt miljørapporteringen på grunn av Exxon Valdez, men miljørapporteringen i bransjen økte også signifikant etter for eksempel oljeutslippet fra skipet Iron Baron som gikk på grunn i et korallrev i 1995 (Deegan et al., 2000). Utslipet fra Iron Baron utgjorde kun 2 % av Kirki-utslippet og miljøødeleggelsene var begrensede (Edgar & Barrett, 2000). Deegan et al. (2000) antyder at årsaken var at Kirki-hendelsen fikk langt mindre medieomtale enn katastrofene de undersøkte hvor rapporteringen endret seg signifikant (Bhopal, Exxon Valdez, Iron Baron og gruvelykken i Moura).¹⁷ Det er ikke alltid en 1:1 sammenheng mellom miljøprestasjon og mediefokus. Oljeutslipp fra grunnstøtte skip i sårbare korallrev (Iron Baron) er en god mediasak, samtidig som at det ikke alltid er lett å vite miljøkonsekvensene på det tidspunktet hendelsen skjer. Selv om det er sannsynlig at store hendelser påvirker rapporteringen i selskaper som er direkte involvert, kan ikke alle forventes å ha samme betydning for hele bransjen og eventuelt på tvers av bransjer. Tilsvarende hendelser kan få ulik medieoppmerksomhet og ikke i samme grad bli allmenne symboler på/øyeåpnere for risiko ved miljøforhold. Kirki som enlig tilfelle er ikke tilstrekkelig til å si noe om betydningen for miljørapportering av samspillet mellom miljøkonsekvenser og mediefokus i katastrofesituasjoner. Likevel synes det intuitivt fornuftig at en kombinasjon av alvorlige akutte miljøhendelser og stort mediefokus øker selskapers opplevde risiko og behov for å rapportere. Det er også i samsvar med nyhetsmedienes natur at akutte hendelser får større fokus enn enkelt-selskapers løpende virksomhet.

Både legitimitetsrisiko og muligheter for å skape konkurransefordeler gjennom et grønt image påvirkes av hvorvidt miljøforhold anses viktige av selskapets interessenter. Hvis miljøforhold ikke oppfattes som vesentlige er legitimitetsrisikoen og mulighetene for grønt mersalg lave. Det samme kan være tilfelle dersom selskapet (inkludert dets drift og produkter) er lite synlige. Selskapets miljøpåvirkning, relative og/eller absolutte miljøprestasjoner, betyr lite. Imidlertid kan dette endres raskt. Hvis en alvorlig miljøhendelse skjer blir selskapets handlinger viktige for omgivelsene. På samme måte kan mediefokus sette miljøforhold, selskaper og bransjer på dagsorden, påvirke opinionens virkelighetsforståelse og påvirke hvordan selskaper oppfatter betydningen av ulike interessenter og temaer (Deegan et al., 2002; Pollach, 2014). Vesentlighetsvurderingen endres. Mediefokus kan medføre at selskapers miljøprestasjoner selv i en

¹⁷ Deegan et al. (2000) fant følgende antall avisartikler per miljøkatastrofe i et utvalg Australske aviser: Bhopal (83), Exxon Valdez (49), Kirki (8), Moura (49) og Iron Baron (70).

normalsituasjon blir ansett som viktigere. Da vil legitimitetsrisikoen øke, og det samme vil behovet for miljørapportering.

I lys av dette har forskere studert betydningen av mediefokus, for eksempel antall avisoppslag. Studiene presentert i tabell 3 viser ikke er en entydig sammenheng mellom miljørapportering og mediefokus i normalsituasjoner. Men det er få indikasjoner på en negativ sammenheng, altså at selskaper som opplever større mediefokus rapporterer mindre miljøinformasjon enn andre. Resultatene tyder på at det i mange situasjoner er en positiv sammenheng mellom medieoppmerksomhet og større grad av rapportering. Slik sett kan dette styrke vurderingen som Deegan et al. (2000) trakk på bakgrunn av eksempel med Kirki. Mediefokus forsterker betydningen miljøprestasjoner (inkludert alvorlige katastrofehendelser) har for selskapet gjennom å påvirke risikoen. Samspillet mellom miljøprestasjoner og mediefokus påvirker oppfatningen av vesentlighet og risiko i bransjen. Slike sammenhenger kan være nyttige for å forstå hvordan selskaper bruker rapportering for å håndtere kriser.

Tabell 15.3: Sammenhengen mellom medieoppslag og selskapers miljørapportering

Artikler	Signifikant sammenheng mellom miljørapportering og selskaps-spesifikke medieoppslag om miljøforhold		
	Positiv	Ingen	Negativ
Brobakken (2014)		X	
Pollach (2014)			
Karlsen (2013)		X	
Cormier et al. (2011)	X		
Deegan et al. (2002)	X		
Patten (2002a)	X		
Artikler	Signifikant sammenheng mellom miljørapportering og selskaps-spesifikke negative medieoppslag om miljøforhold		
	Positiv	Ingen	Negativ
Karlsen (2013)	(X)		
Neu et al. (1998)	X		X
Artikler	Signifikant sammenheng mellom miljørapportering med positivt innhold og selskaps-spesifikke negative medieoppslag om miljøforhold		
	Positiv	Ingen	Negativ
Brobakken (2014)		X	X
Deegan et al. (2002)	X		
Artikler	Signifikant sammenheng mellom miljørapportering og selskaps-spesifikke medieoppslag uavhengig av om det gjelder miljø		
	Positiv	Ingen	Negativ
Brobakken (2014)	X	X	
Reverte (2009)	X		
Brammer and Pavelin (2008)	(X)	X	
Brammer and Pavelin (2006)	X	X	
Artikler	Signifikant sammenheng mellom miljørapportering og bransjespesifikke medieoppslag om miljøforhold		
	Positiv	Ingen	Negativ
Brown and Deegan (1998)	X	(X)	
Artikler	Signifikant sammenheng mellom miljørapportering med positivt innhold og bransjespesifikke negative medieoppslag om miljøforhold		
	Positiv	Ingen	Negativ
Islam and Deegan (2010)	X	(X)	
Brown and Deegan (1998)	X	(X)	
	Signifikant sammenheng mellom miljørapportering og medieoppslag om miljøforhold generelt (uavhengig av selskaps- og bransjetilknytning)		
	Positiv	Ingen	Negativ
Pollach (2014)	X		
Fallan and Fallan (2007)	X	X	

Kvalitative egenskaper ved rapportert miljøinformasjon

Teoridelen ovenfor viste at miljøinformasjon kan være relevant for investerings-, styrings- eller kontrollformål. Bruk av rapporteringen krever imidlertid at informasjonen har visse kvalitative egenskaper (Fallan, 2013a; Gjesdal, 1981; IASB, 2010; Ijiri, 1975; Snavely, 1967). Det er ikke tilfeldig at utarbeidelsen av finansregnskapet er basert på faste prinsipper og regler. Regnskap er blant annet ment å være sammenlignbare og verifiserbare, og basert på fullstendig, gyldig og balansert informasjon. Det skal gi et rettviseende bilde av selskapets prestasjon i perioden og status. Regnskapet kan dermed for eksempel ikke utelate negativ informasjon eller annet som ikke er ønskelig, og det må finnes grunnlag for det (positive) som rapporteres. I noter og kommentarene til regnskapet må vesentlige forhold vektlegges. Videre er det avgjørende at brukerne vet hvilke prinsipper som er lagt til grunn for rapporteringen. I beskrivelsen av miljørapportering i starten av denne artikkelen ble det vist at miljørapportering i normalsituasjoner i liten grad oppfyller kriterier for nyttig informasjon.

Nesten all rapportert miljøinformasjon etter katastrofer er positiv! I den aktuelle bransjen knyttet til hver katastrofe som ble undersøkt utgjorde positiv informasjon i gjennomsnitt mellom 83 % og 100 % av all miljørapportering etter hendelsen (Deegan et al. 2000). I selskapene som var direkte involvert i hendelser var mellom 83 % og 94 % av informasjonen positiv (Vourvachis et al. 2016).¹⁸ Deegan et al. (2000) og Vourvachis et al. (2016) finner også at det rapporteres signifikant mer positiv informasjon etter enn før katastrofer.¹⁹ Dette stemmer overens med studier som viser at selskaper svarer med rapportering av positiv informasjon når de utsettes for negativt mediefokus på miljø saker (Brown & Deegan, 1998; Deegan et al., 2002; Islam & Deegan, 2010). Sett i lys av de store negative konsekvensene disse katastrofene har er en slik rapportering åpenbart ubalansert. Positiv informasjon brukes for å oppveie negative hendelser. Verdien av informasjon blir da lav for bruk til både ressursallokering og stewardshipformål (Rockness, 1985). Deegan et al. (2000) skriver at «resultatene støtter et syn om at selskaper benytter årsrapporten som et virkemiddel for å påvirke samfunnets oppfatning av sin virksomhet, og som et virkemiddel for å legitimere deres fortsatte eksistens». De vektlegger den strategiske karakteren til frivillig rapportering i årsrapporten. Rapporteringens lave kvalitet tyder på at den ikke er i tråd med Lindbloms (2010) legitimeringsstrategi 2. Resultatet er så ekstremt at det nesten kun synes forenlig med valg av strategi 3 som hovedstrategi i bransjene, selv om elementer av strategi 1 og 4 kan tenkes brukt. Egenskapene til den rapporterte informasjonen sammenholdt med de faktiske miljøforholdene er et tegn på opportunistisk atferd fra selskapets side. Dette aktualiserer bruk av agentteori som forklaringsmodell i tillegg til legitimitetsteori.

For de fleste av katastrofene analysert er det en liten økning også i rapportering av negativ informasjon det første eller andre året etter hendelsen i selskapet og i bransjen (Deegan et al. 2000; Vourvachis et al. 2016). Dette skulle dog bare mangle ut fra hva som har skjedd. Hovedtendensen er likevel økning i rapportering av positiv informasjon. Walden & Schwartz (1997) måler kvalitet i rapporteringen etter eksistensen av kvantitativ og spesifikk informasjon, vesentlighetsbetraktninger og hvorvidt informasjonen gjelder fortid, nåtid eller framtid. Med dette målet synes det som om kvaliteten i årsrapporten generelt øker både i selskapet som er direkte involvert, i samme bransje og i andre bransjer. Den studien har ikke sett på positiv og negativ informasjon. Selskapene vurderer

¹⁸ Bortsett fra en katastrofe hvor andelen var 64 %. Det forklares i artikkelen med at det tok lang tid før ansvarsforholdene ble avklart og at selskapet hadde vært involvert i en annen tilsvarende hendelse ikke lenge før.

¹⁹ I fire av fem katastrofer i Deegan et al. (2000) og i tre av fire katastrofer i Vourvachis et al. (2016).

kanskje at totalt fravær av realistiske elementer, kan virke mot sin hensikt i en krisesituasjon og at små elementer av Lindbloms (2010) scenario 1 og 2 benyttes. Likevel gjelder de vesentlige utfordringene ved rapportering av miljørapportering generelt knyttet til sammenlignbarhet, verifisering, fullstendighet etc. her også. Dette kan være mer kritisk når det har skjedd noe alvorlig enn i en normalsituasjon.

Legitimitet(srisiko) er nært knyttet til strategier for å sikre legitimiteten (Aldrich & Ruef, 2006). Resultatene ovenfor tyder på at selskaper etter miljøkatastrofer benytter miljørapportering som ett av virkemidlene for å sikre sin legitimitet. Hvilken form for miljørapportering et selskap velger påvirkes av hvilken strategi det velger for å sikre legitimiteten (Lindblom, 2010), som diskutert ovenfor. På samme måte kan rapportering indikere hvilke legitimeringsstrategier selskaper velger.

Kommunikasjonsmedium

De fleste studier konsentrerer seg om miljørapportering i årsrapporten (Fallan, 2013b). Årsrapporten er et kommunikasjonsmedium som kan oppfattes som ekstra pålitelig siden deler av innholdet er regulert av lovkrav og revidert. Resultater for årsrapporten som helhet er skissert ovenfor (Cho, 2009; Deegan et al., 2000; Patten, 1992; Vourvachis et al. 2016; Walden & Schwartz, 1997).

Noen studier har valgt å skille mellom miljøinformasjon som rapporteres i finansiell del og i ikke-finansiell del av årsrapporten (Patten, 1992; Walden & Schwartz, 1997). Walden & Schwartz (1997) påpeker at rapportering i den finansielle delen har fastere rammer siden den delvis er styrt av rapporteringsregler og revidert (regulatoriske virkninger) mens selskapet i den ikke-finansielle delen har større skjønsmessig handlingsrom til å imøtekomme (sosiale) forventninger fra mange viktige interessenter. Resultatene viser at det er en signifikant økning i volum og kvalitet i miljørapportering hos Exxon og selskaper i oljebransjen etter Exxon Valdez både i den finansielle og ikke-finansielle delen av årsrapporten (Patten, 1992; Walden & Schwartz, 1997). Det samme resultatet gjelder også for den ikke-finansielle delen av årsrapporten i andre bransjer som opplever en eller annen form for miljørisiko. Mindre økning i rapportering (skvalitet) i finansiell del for andre bransjer kan skyldes at andre bransjers regnskap og økonomiske risikovurderinger ikke påvirkes like direkte av en oljekatastrofe som oljebransjen (Walden & Schwartz, 1997).

Det finnes flere kommunikasjonsmedier enn årsrapporten. De Villiers & Van Staden (2011) undersøker forskjeller mellom selskapers miljørapportering i årsrapporten og på websiden. Årsaken er at ulike medier kan ha ulike egenskaper. Websiden kan ha en løsere form, har ingen plassrestriksjoner og er godt egnet til å nå raskt ut med informasjon. Utgivelsen av årsrapporten kan være opptil et år unna. Tilgjengeligheten er lik for begge medier siden årsrapporten publiseres på websiden. De Villiers & Van Staden (2011) argumenterer også med at kommunikasjonskanalene kan nå ulike interessenter. Websiden kan ha en lavere brukerskel enn den finansielle delen av årsrapporten. Hovedmålgruppen for sistnevnte medium er tradisjonelt investorer og kreditorer (IASB, 2010). I realiteten er imidlertid ulike interessenters bruk av medier heterogent (Fallan, 2013b). Investorer og kreditorer bruker ikke kun årsrapporten som informasjonskilde. De tar løpende hensyn til relevant informasjon uavhengig av informasjonskanal. På samme måte viser studier at for eksempel miljøorganisasjoner (Tilt, 1994), myndigheter (Fallan, 2013a), media (Brown & Deegan, 1998) og ansatte (Johansen, 2010) også er brukere av årsrapporten. I forbindelse med miljøkatastrofer er myndigheter, miljøorganisasjoner og media viktige premissleverandører som kan medføre politiske kostnader for selskaper og bransjer.

De Villiers & Van Staden (2011) finner at selskaper som plutselig opplever en «miljøkrise» rapporterer signifikant mer på websiden enn de som ikke opplever en slik akutt krisesituasjon. Dette virker naturlig siden krisesituasjoner kan medføre et behov for å gi informasjon raskt for å iverksette legitimeringsstrategier og redusere informasjonsasymmetrier. Det er websiden godt egnet til. Imidlertid finner studien også at det ikke er en signifikant forskjell mellom de to gruppenes rapportering i årsrapporten. Det resultatet synes lite intuitivt siden årsrapporten blant annet er ment å oppsummere årets vesentlige hendelser. Websiden og årsrapporten er mer komplementære enn substitutter. Selskaper som opplever en krisesituasjon håndterer den økte moralske, kognitive og pragmatiske legitimitetsrisikoen (Fallan, 2016b) og asymmetriske informasjonen gjennom frivillig rapportering både i årsrapporten og på websiden. Selskapene er også pålagt å rapportere om slike hendelser i årsrapporten og har dermed en regulatorisk legitimitetsrisiko i tillegg (Fallan, 2016b). Det siste tilsier at forskjeller er minst like sannsynlige i årsrapporten. De Villiers & Van Staden (2011) funn vedrørende årsrapporten er også i strid med Cho (2009), Deegan et al. (2000), Patten (1992), Vourvachis et al. (2016) og Walden & Schwartz (1997). Riktignok finner disse studiene at rapporteringen øker også ellers i bransjen og til dels i andre bransjer etter en krise, men effekten er størst for selskapet som er direkte involvert i hendelsen. En mulig forklaring på resultatene i De Villiers & Van Staden (2011) er knyttet til deres operasjonalisering av krisebegrepet.²⁰

Selv om selskaper rapporterer mer miljøinformasjon både på websiden og i årsrapporten etter en miljøkatastrofe de har forårsaket betyr ikke det at de rapporterer nøyaktig den samme informasjonen begge steder. Det er mulig at legitimeringsstrategien(e)/informasjonsstrategien(e) som brukes umiddelbart etter hendelsen (les websiden) er justert når årsrapporten kommer på et senere tidspunkt.

I litteraturen om rapportering etter katastrofer er også selskapers pressemeldinger (Cho, 2009) og separate samfunnsansvarsrapporter (Vourvachis et al. 2016) studert. Dette omtales nærmere nedenfor.

Tidspunkt for rapporteringen

Selskapers legitimeringsbehov kan endre karakter over tid etter en katastrofe. I tråd med dette kan også informasjonsstrategiene endre seg, jf. Lindbloms (2010) fire legitimeringsstrategier. Resultatene gjengitt ovenfor, med en hovedvekt av positiv informasjon som respons på alvorlige, negative hendelser, kan tyde på at opportunistisk atferd i tråd med Lindbloms scenario 3 i stor grad brukes i tiden rett etter en katastrofe. Samtidig kan andre strategier bli ansett for å være mer hensiktsmessige etter en viss tid eller ved flere etterfølgende hendelser.

Selv om datagrunnlaget i disse studiene er begrenset finnes det indikasjoner på at tidsaspektet har betydning. Den signifikante økningen i miljørapportering i den finansielle delen av årsrapporten skjer først i andre regnskapsavleggelse etter Exxon Valdez for to av tre bransjer utenfor oljenæringen (Walden & Schwartz, 1997). Det argumenteres i artikkelen for den økningen kan

²⁰ En mulig årsak til resultatet i De Villiers & Van Staden (2011) er målekriteriet for hva som er en krise. Krise måles som en stor økning i utslippstall funnet i miljømyndighetenes forurensningsdatabase. Dette sier imidlertid ikke nødvendigvis noe om vesentlighet for verken miljøkonsekvenser, eventuelt brudd på konsesjoner, myndighetsreaksjoner, mediefokus/hvor mange som vet om forholdet etc. Det er sannsynligvis få av de 60 identifiserte selskaps-spesifikke «krisene» i datasettet til De Villiers & Van Staden (2011) som innebærer miljøkatastrofer på linje med Exxon Valdez, Bhopal etc. som Cho (2009), Deegan et al. (2000), Patten (1992), Vourvachis et al. (2016) og Walden & Schwartz (1997) undersøker.

skyldes nye reguleringer det tar tid å innføre. Selskapene i disse to bransjene valgte i stedet å rapportere i den ikke-finansielle delen av årsrapporten rett etter hendelsen. Tilleggsanalyser av resultatene i Deegan et al. (2000) tyder på at rapportering av negativ informasjon relativt til positiv informasjon reduseres det første året etter katastrofen, men øker noe det andre året (selv om den fortsatt utgjør en liten andel). Dette funnet er i tråd med antagelsen om at strategier kan endres over tid.

Cho (2009) undersøker tidsaspektet på en annen måte. Han studerer rapporteringen til oljeselskapet Total over en tidsperiode hvor de opplever to store, negative miljøhendelser. Selskapet økte miljørapporteringen i årsrapporten vesentlig etter forliset og det store oljeutslippet fra tankskipet Erika i 1999, men hendelsen var kun omtalt i to pressemeldinger fra selskapet inntil en dødelig eksplosjon i et kjemikalieanlegg i 2001. Fra det tidspunktet slapp selskapet innen kort tid en stor mengde pressemeldinger både angående eksplosjonen og Erika. Miljørapporteringen i årsrapporten økte også til et nytt rekordnivå etter kjemikalieeksplosjonen. Cho (2009) argumenterer for at flere hendelser medfører et økt legitimitetspress som krever bruk av flere legitimitetsstrategier samtidig. På den annen side finner Vourvachis et al. (2016) at Air France reduserer sin rapportering etter flystyrten over Atlanterhavet i 2009, i motsetning til hva som skjedde etter Concordulykken i 2000. De hevder dette kan skyldes at det tok tid før ansvaret for hendelsen i 2009 ble klarlagt. Uansett er Cho (2009) og Vourvachis et al. (2016) kun to mindre casestudier. Det behøves mer forskning for å belyse betydningen av flere etterfølgende hendelser.

En annen dimensjon ved tidsaspektet er forskjellen på akutte miljøkriser og langvarig miljøpåvirkning fra normal drift. Motsatt av for krisesituasjoner finner De Villiers & Van Staden (2011) at selskaper med dårlig miljøomdømme over lang tid rapporterer signifikant mer miljøinformasjon i årsrapporten enn de som har et bra miljørenomme, mens det ikke er forskjell mellom de to gruppene for rapportering på websiden. Med referanse til diskusjonen ovenfor kan dette skyldes regulatoriske forhold og de skisserte egenskapene ved de to mediene. Likevel bør problemstillingen undersøkes av flere studier.

Det er også interessant at miljøkonsekvensene av for eksempel oljeutslippet fra Exxon Valdez vedvarer i mange tiår, mens det i Exxons utslippstall og rapportering i all hovedsak er et tilbakelagt kapittel.

Rapportering av andre typer samfunnsansvarsinformasjon

I litteraturen om samfunnsansvar og rapportering blir det diskutert om gode prestasjoner på et samfunnsansvarsområde kan oppveie for dårlige på et annet (Dowling, 2014). Slike tradeoffs tilsvarer Lindbloms (2010) scenario 4. Det er derfor naturlig å undersøke om studiene sier noe om utviklingen i rapportering om andre typer samfunnsansvar etter katastrofen.

Selskaper rapporterer mer miljøinformasjon etter en miljøkatastrofe. Mer spesifikt øker rapporteringen av informasjon om det eller de samfunnsansvarstemaene katastrofen gjelder, for eksempel miljø etter Exxon Valdez og helse og sikkerhet etter Moura (Cho, 2009; De Villiers & Van Staden, 2011; Deegan et al., 2000; Patten, 1992; Vourvachis et al., 2016; Walden & Schwartz, 1997). Når det gjelder tradeoffs med rapportering om andre samfunnsansvarstemaer er materialet begrenset og funnene motstridende. Deegan et al. (2000) finner at det ikke er en signifikant økning i rapportering etter katastrofen om samfunnsansvarstemaer som hendelsen ikke gjelder. Motsatt av

dette finner Vourvachis et al. (2016) at rapportering knyttet til andre samfunnsansvarsområder øker etter diverse flykatastrofer, dog ikke like mye som rapporteringen om helse og sikkerhet.

Det virker lite sannsynlig at Exxon etter Exxon Valdez hadde som hovedstrategi å overbevise samfunnet om at slike oljeutslipp var akseptable fordi de bidro med skatteinntekter til statskassa, sponset det lokale basketballaget i landsbyen i Alaska eller eventuelt hadde gode resultater innen likestilling. Selv henvisning til at produktet olje er viktig for samfunnet synes å være tonet ned. Det er også intuitivt forståelig at Lindbloms (2010) strategi 4 er vanskelig gjennomførbar etter en plutselig oppstått katastrofe av slike dimensjoner. Strategien er nok lettere å bruke for eksempel for et selskaps løpende utslipp av CO₂ til luft fra normal drift. Men selv om det ikke er enkelt å argumentere med det kort tid etter hendelsen, medfører politiske beslutninger som tillater oljetransport i Alaska at samfunnet er villig til å ta risikoen for hendelser som Exxon Valdez. Samfunnet har gjort en kostnad-nyttevurdering.

Selskapets verdi og regnskapsmessige resultat

Studier av katastrofer og kriser som Bhopal, Tylenol (medisin) og Three Mile Island (atomkraft) viser at aksjekursen både til selskapet som er direkte involvert og i bransjen synker på kort sikt og til dels på noe lengre sikt (Blacconiere & Patten, 1994; Bowen et al., 1983; Dowdell et al., 1992; Hill & Schneeweis, 1983). På samme måte viser Patten & Trompeter (2003) at selskaper i bransjen øker skjønsmessige avsetninger for tap/nedskrivninger i årsregnskapet etter en katastrofe, noe som reduserer årsresultatet. Studiene knytter denne utviklingen til frykten for (og faktisk innførte) reguleringer av bransjens virksomhet som vil øke kostnadsnivået.²¹

Studier av de berørte bransjene som har kontrollert for selskapers miljørapportering før katastrofen skjedde finner at selskaper som har rapportert (mer) miljøinformasjon har lavere verdifall og lavere regnskapsmessige nedskrivninger (Blacconiere & Patten, 1994; Patten & Nance, 1998; Patten & Trompeter, 2003). Artiklene argumenterer med at rapporteringen blir tolket som et signal om at selskapet er bedre i stand til å kontrollere (miljørisikoen og særlig) risikoen for framtidige reguleringer.

Konklusjon

Denne artikkelen sammenholder resultater fra studier av sammenhengen mellom miljøkatastrofer og selskapers miljørapportering. Studiene gir en sterk indikasjon på at selskapet som er involvert i hendelsen, selskaper i samme bransje og delvis også selskaper i andre bransjer med miljørisiko etter en miljøkatastrofe bruker rapportering av positiv miljøinformasjon som en legitimeringsstrategi. Kontrasten mellom alvorlige miljøkonsekvenser og positiv informasjon tyder på at hovedlegitimeringsstrategien rett etter katastrofen ofte er en informasjonsstrategi basert på opportunistisk atferd (scenario 3). To andre strategier, hvor opportunistisk atferd er mulig, synes å være aktuelle samtidige bi-strategier (scenario 1 og 4). Studiene tyder på at rapportering er et ledd i selskapenes kommunikasjonsstrategi for å sikre legitimitet eller bygge omdømme heller enn å møte ressursallokerings- og stewardshipetterspørsel etter informasjon. Videre indikerer studien at valget

²¹ Verden er likevel ikke alltid så enkel. Ovenfor ble det beskrevet hvordan miljøkrisen som la hele laksenæringen i Chile brakk økte lakseprisene på verdensmarkedet. På samme måte finner Patten & Nance (1998) at oljeprisen steg etter Exxon Valdez, noe som medførte at verdien av selskaper i oljebransjen (andre enn Exxon) økte som følge av katastrofen.

av legitimeringsstrategier kan endres seg med tida etter katastrofen og i tillegg bli påvirket av eventuelt flere etterfølgende hendelser.

Studier av ekstreme hendelser kan også bidra til å forklare selskapers rapporteringspraksis i normalsituasjoner ved å tydeliggjøre aktørers prioriteringer. Det er for eksempel ikke funnet noen entydig sammenheng mellom selskapers miljøprestasjoner og miljørapportering eller mellom mediefokus og miljørapportering i forbindelse med normal drift. Miljøkatastrofer forårsaket av selskaper innebærer imidlertid ofte en kombinasjon av ekstreme miljøkonsekvenser/forurensning (dårlig miljøprestasjon) og ekstrem medieomtale. Forskningsartiklene fanget opp i denne studien viser en entydig sammenheng mellom miljøprestasjon, mediefokus og miljørapportering i slike katastrofescenarioer. Det kan tyde på at miljøprestasjoner og mediefokus først får betydning når vesentlighetsgraden overstiger en viss terskel. Eksemplet med Kirki (Deegan et al., 2000) og kontrasten mellom funn for miljøkatastrofer og miljøprestasjoner i normalsituasjoner (tabell 1 og 2) kan indikere at det er selve kombinasjonen av ekstrem forurensning (negativ hendelse) og medieomtale (stor offentlig kjennskap) som er avgjørende for rapporteringen, mer enn de to forholdene hver for seg.

Resultater tyder også på at miljørapportering før katastrofen kan bidra til å redusere verdifall i selskapet etter hendelsen. Enkelte av resultatene i denne metastudien, bortsett fra det vedrørende økningen i rapportering etter en katastrofe, er basert på relativt få observasjoner. I hvilken grad resultatene kan generaliseres til miljøkatastrofer generelt er dermed usikker.

Referanser

- Abbott, W. F., & Monsen, R. J. (1979). On the Measurement of Corporate Social Responsibility: Self-Reported Disclosures as a Method of Measuring Corporate Social Involvement. *Academy of Management Journal*, 22(3), 501-515.
- Al-Tuwaijri, S. A., Christensen, T. E., & Hughes II, K. E. (2004). The relations among environmental disclosure, environmental performance, and economic performance: a simultaneous equations approach. *Accounting, Organizations and Society*, 29, 447-471.
- Aldrich, H., & Ruef, M. (2006). *Organizations Evolving* (2nd ed.). London: Sage Publications.
- Blacconiere, W.G., & Patten, D.M. (1994). Environmental disclosures, regulatory costs, and changes in firm value. *Journal of Accounting and Economics*, 18, 357-377.
- Bowen, R.M., Castanias, R.P., & Daley, L.A. (1983). Intra-Industry Effects of the Accident at Three Mile Island. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 18(1), 87-111.
- Bowman, E. H., & Haire, M. (1975). A Strategic Posture Toward Corporate Social Responsibility. *California Management Review*, XVIII(2), 49-58.
- Brammer, S., & Pavelin, S. (2006). Voluntary Environmental Disclosures by Large UK Companies. *Journal of Business Finance & Accounting*, 33(7/8), 1168-1188.
- Brammer, S., & Pavelin, S. (2008). Factors Influencing the Quality of Corporate Environmental Disclosure. *Business Strategy and the Environment*, 17, 120-136.
- Brobakken, M. (2014). *Medieomtale og miljørapportering: Hvordan vil medieomtale i norske aviser påvirke miljørapporteringen til norske selskaper notert på Oslo Børs?* Siviløkonomoppgave, Trondheim Økonomiske Høgskole, Trondheim.
- Brown, N., & Deegan, C. (1998). The public disclosure of environmental performance information - a dual test of media agenda setting theory and legitimacy theory. *Accounting and Business Research*, 29(1), 21-41.
- Buhr, N. (1998). Environmental performance, legislation and annual report disclosure: the case of acid rain and Falconbridge. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 11(2), 163-190.

- Camilleri, M.A. (2015). Environmental, social and governance disclosures in Europe. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 6(2), 224-242.
- Campbell, D., Craven, B., & Shrides, P. (2003). Voluntary social reporting in three FTSE sectors: a comment on perception and legitimacy. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 16(4), 558-581.
- Cho, Charles H. (2009). Legitimation Strategies Used in Response to Environmental Disaster: A French Case Study of Total SA's Erika and AZF Incidents. *European Accounting Review*, 18(1), 33-62.
- Cho, C. H., & Patten, D. M. (2007). The role of environmental disclosures as tools of legitimacy: A research note. *Accounting, Organizations and Society*, 32(7-8), 639-647.
- Clarkson, P. M., Li, Y., Richardson, G. D., & Vasvari, F. P. (2008). Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: An empirical analysis. *Accounting, Organizations and Society*, 33, 303-327.
- Clarkson, P. M., Overell, M. B., & Chapple, L. (2011). Environmental Reporting and its Relation to Corporate Environmental Performance. *Abacus*, 47(1), 27-60.
- Cormier, D., Ledoux, M.-J., & Magnan, M. (2011). The informational contribution of social and environmental disclosures for investors. *Management Decision*, 49(8), 1276-1304.
- Dawkins, C. E., & Fraas, J. W. (2011a). Coming clean: The impact of environmental performance and visibility on corporate climate change disclosure. *Journal of Business Ethics*, 100(2), 303-322.
- Dawkins, C. E., & Fraas, J. W. (2011b). Erratum to: Beyond Acclamations and Excuses: Environmental Performance, Voluntary Environmental Disclosure and the Role of Visibility. *Journal of Business Ethics*, 99(3), 383-397.
- De Villiers, C., & Van Staden, C.J. (2010). Shareholders' requirements for corporate environmental disclosures: A cross country comparison. *The British Accounting Review*, 42, 227-240.
- De Villiers, C., & Van Staden, C.J. (2011). Where firms choose to disclose voluntary environmental information. *Journal of Accounting and Public Policy*, 30, 504-525.
- Deegan, C., & Rankin, M. (1996). Do Australian companies report environmental news objectively?: An analysis of environmental disclosures by firms prosecuted successfully by the Environmental Protection Authority. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9(2), 50-67.
- Deegan, C., & Rankin, M. (1997). The materiality of environmental information to users of annual reports. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 10(4), 562-583.
- Deegan, C., Rankin, M., & Tobin, J. (2002). An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997: a test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 312-343.
- Deegan, C., Rankin, M., & Voght, P. (2000). Firms' disclosure reactions to major social incidents: Australian evidence. *Accounting Forum*, 24(1), 101-130.
- Dowdell, T.D., Govindaraj, S., & Jain, P.C. (1992). The Tylenol Incident, Ensuing Regulation, and Stock Prices. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 27(2), 283-301.
- Dowling, G. (2014). The Curious Case of Corporate Tax Avoidance: Is it Socially Irresponsible? *Journal of Business Ethics*, 124, 173-184.
- Edgar, G.J., & Barrett, N.S. (2000). Impact of the Iron Baron Oil Spill on Subtidal Reef Assemblages in Tasmania. *Marine Pollution Bulletin*, 40(1), 36-49.
- Fallan, E. (2013a). *Exploration of resource allocation decision-making demand and stewardship demand for environmental disclosure*. In E. Fallan (Ed.), *Issues on supply and demand for environmental accounting information* (PhD Series 41-2013, 123-168). Frederiksberg: Copenhagen Business School.
- Fallan, E. (2013b). *The representativeness of the annual report as data source in CSR reporting research*. In E. Fallan (Ed.), *Issues on supply and demand for environmental accounting information* (PhD Series 41-2013, 21-60). Frederiksberg: Copenhagen Business School.
- Fallan, E. (2014). The constructs of compatibility, trialability, complexity, observability and relative advantage: prediction of adoption rates of environmental disclosure content categories by exploration of innovation adoption theory. Retrieved from www.efallan.no

- Fallan, E. (2015a). Corporate social responsibility and tax aggressiveness: a test of legitimacy theory. *Social and Environmental Accountability Journal*, 35(3), 198-200.
- Fallan, E. (2015b). Explaining the variation in adoption rates of the information content of environmental disclosure: an exploration of innovation adoption theory. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 11(2), 247-268.
- Fallan, E. (2016a). Miljørapportering i offentlig sektor: en studie av kontroll- og tillitsbasert styring. In H. C. Høyer, S. Kasa, & B. S. Tranøy (Eds.), *Tillit, styring, kontroll* (153-170). Oslo: Universitetsforlaget.
- Fallan, E. (2016b). Environmental reporting regulations and reporting practices. *Social and Environmental Accountability Journal*, 36(1), 34-55.
- Fallan, E., & Fallan, L. (2007). A longitudinal and cross-sectional analysis of volume and content of corporate environmental disclosure in Norwegian companies: A research note on innovativeness and adoption. 2007:5 TØH-serien Trondheim Business School.
- Fallan, E., & Fallan, L. (2009). Voluntarism versus regulation: lessons from public disclosure of environmental performance information in Norwegian companies. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 5(4), 472-489.
- Fekrat, M. A., Inclan, C., & Petroni, D. (1996). Corporate environmental disclosures: competitive disclosure hypothesis using 1991 annual report data. *The International Journal of Accounting*, 31(2), 175-195.
- Fifka, M. S. (2013). Corporate Responsibility Reporting and its Determinants in Comparative Perspective - a Review of the Empirical Literature and a Meta-analysis. *Business Strategy and the Environment*, 22, 1-35.
- Freedman, M., & Jaggi, B. (1982). Pollution Disclosure, Pollution Performance and Economic Performance. *Omega The International Journal of Management Science*, 10(2), 167-176.
- Freedman, M., & Wasley, C. (1990). The association between environmental performance and environmental disclosure in annual reports and 10Ks. *Advances in public interest accounting*, 3(2), 183-193.
- Frost, G. R. (2007). The Introduction of Mandatory Environmental Reporting Guidelines: Australian Evidence. *Abacus*, 43(2), 190-216.
- Fry, F., & Hock, R. J. (1976). Who claims corporate responsibility? The biggest and the worst. *Business and society Review*, 18(Summer), 62-65.
- Gjesdal, F. (1981). Accounting for Stewardship. *Journal of Accounting Research*, 19(1), 208-231.
- Guidry, R.P., & Patten, D.M. (2010). Market reactions to the first-time issuance of corporate sustainability reports: Evidence that quality matters. *Sustainability Accounting Sustainability and Policy Journal*, 1(1), 33-50.
- Hill, J., & Schneeweis, T. (1983). The Effect of Three Mile Island on Electric Utility Stock Prices: a Note. *The Journal of Finance*, 38(4), 1285-1292.
- Hooghiemstra, R. (2000). Corporate Communication and Impression Management—New Perspectives Why Companies Engage in Corporate Social Reporting. *Journal of Business Ethics*, 27, 55-68.
- Hughes, S. B., Anderson, A., & Golden, S. (2001). Corporate environmental disclosures: are they useful in determining environmental performance? *Journal of Accounting and Public Policy*, 20(3), 217-240.
- IASB (2010). The Conceptual Framework for Financial Reporting: IFRS Foundation and International Accounting Standards Board.
- Ijiri, Y. (1975). *Theory of accounting measurement*. Sarasota, FL: American Accounting Association.
- Ingram, R. W., & Frazier, K. B. (1980). Environmental Performance and Corporate Disclosure. *Journal of Accounting Research*, 18(2), 614-622.
- Islam, M.A., & Deegan, C. (2010). Media pressures and corporate disclosure of social responsibility performance information: a study of two global clothing and sports retail companies. *Accounting and Business Research*, 40(2), 131-148.

- Johansen, T. R. (2010). Employees, Non-financial Reports and Institutional Arrangements: A Study of Accounts in the Workplace. *European Accounting Review*, 19(1), 97-130.
- Karlsen, K. (2013). *Medieomtale som drivkraft for implementering og rapportering av samfunnsansvar blant norske børsnoterte selskaper*. MSc-oppgave, Universitetet for miljø- og biovitenskap, Ås.
- Larrinaga, C., Carrasco, F., Correa, C., Llena, F., & Moneva, J. M. (2002). Accountability and accounting regulation: the case of the Spanish environmental disclosure standard. *The European Accounting Review*, 11(4), 723-740.
- Lindblom, C.K. (2010). The Implications of Organizational Legitimacy for Corporate Social Performance and Disclosure. In R. Gray, J. Bebbington, & S. Gray (Eds.), *Social and Environmental Accounting* (2, 51-63): Sage.
- Luque-Vilchez, M., Larrinaga, C. (2016). Reporting models do not translate well: Failing to regulate CSR reporting in Spain. *Social and Environmental Accountability Journal*, 36(1), 56-75.
- Melting, E., & Tungen, Ø. (2012). *Miljørapportering og lovverk : har rapporteringspraksis utviklet seg etter endelig innføring av Norsk RegnskapsStandard 16 i 2007?* Siviløkonomoppgave, Trondheim Økonomiske Høgskole.
- Neu, D., Warsame, H., & Pedwell, K. (1998). Managing public impressions: Environmental disclosures in annual reports. *Accounting, Organizations and Society*, 23(3), 265-282.
- Niskanen, J., & Nieminen, T. (2001). The objectivity of corporate environmental reporting: a study of Finnish listed firms` environmental disclosures. *Business Strategy and the Environment*, 10, 29-37.
- O'Donovan, G. (2002). Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 344-371.
- Patten, D.M. (1992). Intra-industry environmental disclosures in response to the Alaskan oil spill: A note on legitimacy theory. *Accounting, Organizations and Society*, 17(5), 471-475.
- Patten, D. M. (2002a). Media exposure, public policy pressure, and environmental disclosure: an examination of the impact of tri data availability. *Accounting Forum*, 26(2), 152-171.
- Patten, D. M. (2002b). The relation between environmental performance and environmental disclosure: a research note. *Accounting, Organizations and Society*, 27(8), 763-773.
- Patten, D. M., & Crampton, W. (2003). Legitimacy and the internet: an examination of corporate web page environmental disclosures in: *Advances in Environmental Accounting & Management* (2, 31-57): Emerald Group Publishing Limited.
- Patten, D.M., & Nance, J.R. (1998). Regulatory cost effects in a good news environment: The intra-industry reaction to the Alaskan oil spill. *Journal of Accounting and Public Policy*, 17, 409-429.
- Patten, D.M., & Trompeter, G. (2003). Corporate responses to political costs: an examination of the relation between environmental disclosure and earnings management. *Journal of Accounting and Public Policy*, 22, 83-94.
- Pollach, I. (2014). Corporate Environmental Reporting and News Coverage of Environmental Issues: an Agenda-Setting Perspective. *Business Strategy and the Environment*, 23(5), 349-360.
- Preston, L. E. (1978). Analyzing Corporate Social Performance-Methods and Results. *Journal of Contemporary Business*, 7(1), 135-150.
- Reverte, C. (2009). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms. *Journal of Business Ethics*, 88, 351-366.
- Rockness, J.W. (1985). An assessment of the relationship between US corporate environmental performance and disclosure. *Journal of Business Finance & Accounting*, 12(3), 339-354.
- Snavely, H.J. (1967). Accounting Information Criteria. *The Accounting Review*, 42(2), 223-232.
- Suchman, M.C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571-610.
- Tilt, C.A. (1994). The Influence of External Pressure Groups on Corporate Social Disclosure: Some Empirical Evidence. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 7(4), 47-72.

- Vormedal, I., & Ruud, A. (2009). Sustainability Reporting in Norway – an Assessment of Performance in the Context of Legal Demands and Socio-Political Drivers. *Business Strategy and the Environment*, 18, 207-222.
- Vourvachis, P., Woodward, T., Woodward, D.G., & Patten, D.M. (2016). CSR disclosure in response to major airline accidents: a legitimacy-based exploration. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 7(1), 26-43.
- Walden, W.D., & Schwartz, B.N. (1997). Environmental Disclosures and Public Policy Pressure. *Journal of Accounting and Public Policy*, 16, 125-154.
- Wiseman, J. (1982). An evaluation of environmental disclosures made in corporate annual reports. *Accounting, Organizations and Society*, 7(1), pp. 53-63.