



Virksomhedens politisering

Christian Frankel (red.) | Forlaget Samfundslitteratur

Virksomhedens politisering

Virksomhedens politisering

Christian Frankel (red.)

Forlaget Samfundslitteratur

Christian Frankel (red.)
Virksomhedens politisering

1. udgave 2004
E-bogen er udgivet i 2020

© Samfundslitteratur 2004

Omslag: SL grafik
Sats: SL grafik
E-bogsproduktion: PHi Business Solutions Ltd. (Chandigarh, India)

ISBN e-bog: 978-87-593-3716-5
ISBN trykt udgave: 978-87-593-1003-8

Samfundslitteratur
Rosenørns Allé 9
1970 Frederiksberg C
info@samfundslitteratur.dk
www.samfundslitteratur.dk

Alle rettigheder forbeholdes.

Kopiering fra denne bog må kun finde sted på institutioner, der har indgået aftale med COPY-DAN, og kun inden for de i aftalen nævnte rammer. Undtaget herfra er korte uddrag til anmeldelse.

Indhold

Forord	7
Christian Frankel: Indledning	9
Del 1: Den politiserede virksomhed	
Peter Kjær og Roy Langer: Virksomhed og politik i en mediestorm.	29
Steen Vallentin: Politiseringens offentlighedsaspekter	57
Eva Boxenbaum: Strukturelle koblinger i mødet mellem virksomhedens sociale ansvar og markedsøkonomien	81
Erik Højbjerg: Forvaltningspolitikens privatisering	103
Del 2: Den politiserende virksomhed	
Jesper Holm: Den politiske bager og økologipolitik.	137
Christian Frankel: Selvpolitisering – med fokus på LEGO Company og produktkvalitet	164
Nils Randrup: Mærkevarer med en mening	191
Del 3: Normative udfordringer	
Jacob Dahl Rendtorff: Værdier i den politiske virksomhed.	209
Niels Åkerstrøm Andersen: Supervisionsstaten og den politiske virksomhed	231
Forfattere	261

Forord

Virksomhedens politisering er en af de væsentligste udfordringer for vores samfund. Virksomheder er ikke kun markedsaktører, men bliver i stigende grad og på nye måder deltagere i udformningen af regulering; ansvarlige for vores fælles fremtid og fanget i meningskampe om hvad det overhovedet vil sige at være virksomhed. Virksomheder bliver ansvarlige for integration af nydanskere på arbejdsmarkedet, de bliver nødt til at tage ansvar for miljø, at være socialt og samfundsøkonomisk ansvarlige osv. Eksemplerne er mange, og i denne bog analyseres en række af dem.

I denne bog argumenteres for, at vi savner et sprog til at iagttage og forstå virksomhedens politisering. Er det et problem for demokratiet og staten, at virksomheder deltager direkte i at træffe politiske beslutninger, som fastsætter fremtidige konkurrencevilkår? Er det et problem, når virksomheder påtager sig et socialt ansvar og dermed tager stilling til, hvordan deres egeninteresse harmonerer med samfundsinteressen? Hvilke udfordringer ligger der i, at virksomheder formulerer forestillede rum om, hvordan vi skal forstå samfundet og dermed, hvad samfundsinteressen er for en størrelse? Hvilke udfordringer ligger i forholdet mellem virksomhed og offentlighed, når (massemedieret) kommunikation i stigende grad bliver modus for virksomhedens legitimitet og enhed?

Bogen er delt i tre. I bogens første del tematiseres den politiserede virksomhed i analyser af hvordan omverdenen gør virksomheder til genstand for politisering. I anden del studeres den politiserende virksomhed, dvs. hvordan virksomheder politiserer sig selv og deres omgivelser. Bogen afsluttes med bidrag, der diskuterer normative udfordringer i forbindelse med virksomhedens politisering ud fra dels et etisk og dels et politisk perspektiv.

Bogen er et resultat af et projekt ved Institut for Organisation på Handelshøjskolen i København. Bidragsyderne har mødtes regelmæssigt i løbet af nogle år og udfordret hinandens politikforståelser. Bidragsydernes forskellige baggrund – fra erhvervsøkonomi over kommunikationsteori, politologi og forvaltning til filosofi – har givet mange frugtbare diskussioner. Bogen er endvidere blevet til i et forskningsnetværk om politisk kommunikation ved Center for Corporate Communication på Handelshøjskolen i København.

Bogen er den tredje i en serie om politisk kommunikation, initieret af professor Niels Åkerstrøm Andersen. Den første bog *Organiseret kommu-*

nikation udkom i 2003, og den anden *Offentlig ledelse i managementstaten* i 2004.

Jeg vil takke alle, der har bidraget til bogen. Anders Skjøtt takkes for både korrektur, hjælp og sparring i mit redaktionsarbejde. Tanja Verbik fra Forlaget Samfundslitteratur takkes for konstruktivt samarbejde. Og endelig tak til Institut for Organisation for støtte omkring projektet.

Virksomhedens politisering – en indledning

Christian Frankel

To lande, adskilt af et fælles sprog. Således karakteriserede forfatteren George Bernard Shaw (1856-1950) USA og England. På samme måde kan man sige at det fælles sprog om *samfundet* adskiller politik og virksomheder. I mange sammenhænge er en sådan adskillelse udmærket. Politik kan varetage sit, mens virksomheder kan varetage deres. Politik kan udstede regler og søge løsninger på samfundsmæssige problemer. Virksomheder kan lave forretning og søge at skabe profit. Og fra hver sin side af "Atlanten" kan de have deres særegne forståelser og misforståelser af hvad der sker på den anden side. Og det kan de vel at mærke have i det fælles sprog om samfundet fordi dette sprog adskiller samfundet i stat og marked og derved placerer politik og virksomheder på hver deres "kontinent", hvorfra de i samme sprog kan iagttage både sig selv og "den anden side".

Men adskillelsen kan også være u hensigtsmæssig. Den bliver u hensigtsmæssig for så vidt der er problemer og udfordringer der ligger lige i adskillelsen og måske ophæver adskillelsen. Og det er netop hvad der sker med virksomhedens politisering. Den er, for at blive i metaforen, et "transatlantisk fænomen" der kræver nye "transatlantiske sprog" for at kunne blive både håndteret og forstået. Der er fordi det fælles sprog om samfundet bliver nødt til at indplacere ethvert fænomen på enten det ene eller det andet "kontinent". Grunden til at dette ikke holder, er at politik eksploderer. Vi er i dag i stigende grad vidne til at politik ikke alene varetages af stater og andre formelt politiske institutioner. Politik eksploderer ud over den traditionelle adskillelse mellem stat og marked, og dermed åbnes der for virksomhedens politisering.

Virksomhedens politisering rejser mange udfordringer for virksomheder. Politiseringen indebærer nemlig at virksomheder kan deltage i at vedtage regulering af samfundet, ligesom virksomheder bliver ansvarlige for samfundets eller helhedens problemer (og ikke alene har til opgave at skabe profit på markedet).

I korte rids kan vi pege på tre former for politisering af virksomhed, der hver for sig skaber særlige udfordringer for virksomheder. De tre former for politisering beskriver jeg nedenfor som den institutionelle eksplosion, ansvars eksplosion og meningskampens eksplosion.

Den institutionelle eksplosion handler om at de (formelle) politiske institutioner ikke længere er eneste hjemsted for politiske beslutninger. Fokus er

med andre ord en forholdsvis specifik politikforståelse, hvor politik består i regeldannelse, og hvor politikken eksplosion fx viser sig i at retsakter i stigende grad suppleres med tekniske standarder, frivillige aftaler, rammestyring, udviklingskontrakter osv. Dette forhold diskuteres i litteraturen under overskrifter som devolution, governance (Jachtenfuchs 2001; Commission of the European Communities 2002), forhandlingsøkonomi (Pedersen 1998) og netværk (Castells 2000) – alle perspektiver som viser hvordan staten (og EU) er blevet ét center blandt andre i et polycentrisk samfund.

For virksomheder betyder denne type politisering at virksomheder kan deltage direkte i fastlæggelsen af politiske beslutninger. Og dermed bliver virksomheder – og ikke blot politikere – direkte afgørende for hvordan samfundet reguleres og hvordan samfundets problemer løses gennem regulering. Men den institutionelle eksplosion rejser også den udfordring at virksomheder kan konkurrere ift. fastlæggelse af regulering. Virksomheder konkurrerer altså ikke alene under givne politiske vilkår, men også om at fastlægge de politiske vilkår for konkurrence på markedet. Der er mange eksempler på virksomheder der politiseres gennem den institutionelle eksplosion, men et af de mest markante er måske LEGO, som er meget aktiv i forhold til standardisering som regulerer legetøjskvalitet.

Ansvarets eksplosion handler om at virksomheder i stigende omfang bliver gjort ansvarlige og/eller påtager sig et ansvar. Det kan fx være for miljøet i form af miljøledelse, for socialt svage grupper i form af at tage et socialt ansvar, for sundhedstilstanden i form af en rygepolitik eller for nydanskere i form af mangfoldighedsledelse (se fx www.copenhagencentre.org). I denne optik er politik blevet et spørgsmål om ansvarlighed, ansvarliggørelse og myndiggørelse.

For virksomheder rejser ansvarets eksplosion den udfordring at det er svært at fastlægge hvilket ansvar virksomheden bærer (Andersen, 2001; Lassen, 2000). Når virksomheden ikke alene er ansvarlig overfor *shareholders* men også overfor *stakeholders*, hvilket ansvar har den så specifikt i forhold til miljøet, det nære samfund osv.? Og er det et ansvar som virksomheden påtager sig selv eller et den pålægges udefra? Hvorvidt kan Novo og Lundbeck fx gøres ansvarlige for at befolkninger i Afrika får adgang til AIDS-medicin, for at nævne et aktuelt eksempel.

Meningskampens eksplosion handler om at selvfølgeligheder opløses i det flydende samfund. Der kæmpes om hvordan det er meningsfuldt at være virksomhed, at beskytte miljøet, at være medarbejder (Cavanaugh 1997) osv. I denne sammenhæng dukker et politikbegreb op, ifølge hvilket enhver meningskonstitution er en politisk akt (Laclau, Mouffe et al. 1997).

For virksomheder rejser meningskampens eksplosion den udfordring at der

ikke er givne rammer for hvad det vil sige fx at handle rationelt, legitimt og ansvarligt, men at det løbende er en politisk kamp at fastlægge det. Det betyder på den ene side at virksomheder på nye måder befinder sig i usikkerhed, men også at de kan deltage i kampen om at fastlægge kriterier for rationalitet, legitimitet og ansvar. Et eksempel er debatter om genmodificerede organismer, der netop er kendetegnet ved uenighed om hvilke overordnede vurderingskriterier der skal gælde. Et andet eksempel, som behandles i denne bog, er kampen om hvad det vil sige rationelt at forvalte pensionskapital.

Til trods for disse udviklinger og praktiske bud på hvordan virksomheders politisering kan håndteres, er der ikke mange analyser som specifikt forholder sig til virksomheders politisering. Der er med andre ord behov for analyser, som kan give praktikere større forståelse og bedre sprog til at analysere de udfordringer som de møder. Det er et af formålene med denne bog.

Man kan med rette spørge til hvorfor der ikke er flere analyser af virksomheders politisering? En ikke helt fyldestgørende forklaring lyder, at det er en forholdsvis ny problematik, som endnu ikke er undersøgt i noget særligt omfang. Denne forklaring forholder sig dog ikke til tidligere eksempler på virksomheders politisering, som fx debatter om værnemagere i tiden omkring Anden Verdenskrig. En anden forklaring bringer os tilbage til *to lande adskilt af et fælles sprog*. Det er nemlig ikke alene politik og virksomheder der i høj grad adskilles af et fælles sprog. Dette samme gør sig gældende for politologi og erhvervsøkonomi; på trods af at politik og virksomheder i stigende grad nedbryder det fælles sprog om samfund for at kunne håndtere deres situation, så fastholdes adskillelsen af de videnskabelige discipliner som fokuserer henholdsvis netop på politik og virksomheder. Det fælles sprog om samfundet adskiller politologi og erhvervsøkonomi ved at gøre dem i stand til at fastholde hver deres fokus. Sproget gør statskundskaben i stand til at fastholde sit fokus på stater og statslig regulering, ligesom erhvervsøkonomien kan fastholde sit fokus på private virksomheder der konkurrerer på markedet.

På den ene side af adskillelsen har statskundskab kunnet fokusere på stater, folkevalgte forsamlinger (fx Folketinget), vedtagelse af lovgivning og hvordan regulering er blevet gennemført, hvor markedet og markedsaktører dukker op som genstande for regulering, høringsparter og lobbyister. Og set fra statskundskabens synsvinkel har virksomheder været relevante for lovgivningen, både når det gælder udarbejdelse og vedtagelse og gennemførelse.

På den anden side af adskillelsen har erhvervsøkonomi kunne fokusere på markedsaktører og deres forhold til markedet. For erhvervsøkonomi er staten dukket op som én blandt flere præmisser for produktets udformning, for produktion og for afsætning af produktet, som fx markedsføringsregler og regler for virksomhedsformer (Steiner & Steiner 2003). Og set fra erhvervsøkon-

miens synsvinkel har staten været relevant i forhold til profitabilitet, som muligheder og hindringer for at lave en god forretning. Erhvervsøkonomi kan i høj grad undlade eksplicit at beskæftige sig med staten, fordi den tages for givet som en stabil betingelse for at drive forretning. Tilspidset kan man sige at det i "den gode økonomi" skal være muligt for erhvervsøkonomi og virksomheder at glemme staten. Når fx transaktionsomkostningsøkonomi taler om kontrakter (Williamson, 1979, 1996), så gøres dette generelt uden at inddrage staten, som den myndighed der sanktionerer kontrakter. Og det betyder på den anden side også, at når staten eksplicit dukker op, så dukker den hyppigt op som problem i form af en slags uønsket indgriben (for en undtagelse, se fx Porter 1996 og Best 2001).

Det fælles sprog, som har adskilt statskundskab og erhvervsøkonomi, bygger på en politikforståelse som vi kan kalde en *formel* politikforståelse. Som formel bestemmelse er den kort sagt kendetegnet ved at der står politik udenpå når der er politik indeni. Det er tydeligt hvilke institutioner der er politiske (fx Folketinget) og hvilke der ikke er det (fx virksomheder), ligesom det er tydeligt hvilke beslutninger der er politiske beslutninger (fx lovgivning) og dermed også hvilke beslutninger der ikke er politiske (fx virksomheders interne beslutninger).

Med afsæt i denne formelle definition kan Danmark beskrives som et parlamentarisk demokrati, hvor politik finder sted i samspil mellem institutioner som Folketing, regering, partier osv. I denne beskrivelse af politik er virksomheder ikke politiske: De træffer ikke politiske beslutninger. De politiske beslutninger træffes nemlig af borgerne (der stemmer til valg), af de folkevalgte (der fx vedtager lovgivning) og af regeringen (der fx fastlægger specifikke politikker). Derimod er virksomheder i denne beskrivelse *genstand for regulering*: Regnskabslovgivning, aktieselskabsloven, miljøregulering osv. regulerer virksomheder, og giver dermed muligheder (fx for at oprette et aktieselskab) og begrænsninger (fx for udledning af miljøfarlige stoffer).

Eftersom virksomheder er genstand for regulering, er det kun naturligt at de også inddrages i udformningen af regulering (Christiansen & Rommetvedt 1999). For det parlamentariske demokrati er det typisk at denne inddragelse sker uden at virksomheder *direkte* deltager i politiske beslutninger. Når virksomheder fx høres af Folketinget ved udarbejdelsen af ny regulering, når virksomheder lobbyer politikere i forbindelse med vedtagelse af ny lovgivning, og når virksomheder inddrages i såkaldte korporatistiske arrangementer (Streck & Schmitter 1991; Williamson 1989), så er der tale om indirekte påvirkning. Det er nemlig fortsat Folketinget som formelt vedtager lovgivning, ligesom det fortsat er politikere som afgiver deres stemme. Navnet *lobbyisme* indikerer at det – billedligt talt – foregår i lobbyen (og ikke i Folketingssalen) – men er

rettet mod at påvirke beslutningerne i salen (det samme gør sig gældende for lobbyisme i fx EU (Mazey & Richardson 1993; Van Schendelen 1998; Christiansen & Rommetvedt 1999; Dosenrode & Sidenius 1999)).

Fælles for virksomheders roller i det parlamentariske demokrati er således at de er kendetegnet ved indirekte deltagelse. *Indirekte* fordi rollerne handler om at påvirke andre, som direkte træffer politiske beslutninger (om hvem der skal vælges til parlamentet, eller om hvilken regulering der skal vedtages). Det betyder også at virksomheder i en vis forstand er garanteret politisk neutralitet og kan hellige sig deres operationer på markedet. Virksomheder har netop ikke nogen politisk rolle i den forstand at de udpeges til at træffe politiske beslutninger. At virksomheders roller her er indirekte, indebærer naturligvis ikke at de er ubetydelige. En indirekte indflydelse kan godt være mere betydelig end en direkte indflydelse.

Dette korte rids af formel politisk opbygning i et parlamentarisk demokrati er selvfølgelig forenklet, men viser hvordan det fælles sprog om stat og marked trækker på en ganske bestemt politikopfattelse, nemlig en formel politikopfattelse (Christiansen 1993; Christiansen & Nørgaard 2003; Rugman & Hodgetts 2003). Denne politikopfattelse præciseres hyppigt med den klassiske definition af politik som (potentialet til at træffe) *kollektivt bindende beslutninger* (Easton 1981). Lad os se nærmere på denne definition led for led. For det første *kollektivt*: Her dukker samfundet op i politikbestemmelsen. Politik handler altid om samfundet, og i den formelle politikforståelse lokaliseres virksomheder i samfundet forstået som den suveræne territorialstat. For det andet *bindende*: I den formelle politikforståelse er en kollektivt bindende beslutning bindende fordi overtrædelse heraf er forbundet med retlige sanktioner. Sanktionerne gives af staten, som netop har monopol på legitim vold i den pågældende territorialstat. For det tredje *beslutninger*: I den formelle politikforståelse er det typisk love eller andre retsakter.

Opsamlende hviler det fælles sprog om stat og marked på en fælles og ofte ufortalt forståelse af den grundlæggende politiske orden, hvor samfundet er adskilt i stat og marked, og derfor kunne man beskæftige sig selektivt med enten stater eller markedsaktører, uden at stille spørgsmålstejn ved den overordnede ramme. Og ser vi nærmere på det fælles sprog, så har dette sprog brugt bestemmelsen kollektivt bindende beslutninger til at lukke af for spørgsmål. Det har nemlig været taget for givet hvad der skal forstås ved kollektiv eller samfund, hvilke beslutninger der er i fokus, ligesom det har været taget for givet på hvilken måde disse beslutninger er bindende.

Set i forhold hertil, så betyder virksomhedens politisering at politik eksploderer ud over de formelle grænser og bryder med det formelle politikbegreb.

For det første er det ikke længere en selvfølge at territorialstaten er den

mest afgørende måde at beskrive samfundet eller kollektivet på. Globalisering (WTO), europæisering (EU), regionalisering (Øresundsregionen), decentralisering, åbner ligesom *risikosamfund* og *funktionsdifferentiering* for spørgsmålet om hvilket samfund virksomheder er en del af. Er virksomheder fortsat primært del af et (eller flere) territorialstatsligt afgrænsede samfund, når den fx agerer ansvarsfuldt i forhold til den lokale by og dens opland, ser det som sin strategiske fordel at være placeret i Medicon Valley i Øresundsregionen og afsætter sine varer globalt i henhold til regler fastsat i WTO, EU og internationale tekniske standardiseringsorganisationer?

For det andet er det ikke længere en selvfølge at *hard law* – dvs. skrevet lov hvis overtrædelse er forbundet med retlige sanktioner – er den primære måde hvorpå politiske beslutninger gøres bindende. Virksomheder bindes i stigende grad af *soft law* – dvs. regler og normer, som ikke er egentlig lovgivning og hvor overtrædelse typisk ikke er forbundet med retlige sanktioner. Tilsvarende indfanges virksomheder i stigende grad i forskellige former for "frivillig selvregulering" med det formål at indløse politiske målsætninger (fx "Det Sociale Index"). Og dermed er det, for det tredje, heller ikke længere givet at politiske beslutninger tager rettens form. Forenklet sagt er det ikke længere selvfølgeligt at "kun når der står lov udenpå, så er der kollektivt bindende beslutning indeni".

Frem for os træder en verden hvor en mangfoldighed af institutioner, offentlige såvel som private, lokale, nationale, regionale og globale, konkurrerer om at være politisk regulerende, og dermed er det svært forlods at afgøre hvilke institutioner der er politiske og hvilke der ikke er det. Det er heller ikke givet hvilke politiske roller virksomheder tildeles og hvilke politiske roller virksomheder påtager sig (Pedersen, Andersen et al. 1992; Mandag Morgen 1996).

Dermed udfordres den adskillelse af statskundskab og erhvervsøkonomi som det fælles sprog om stat og marked leverede, og vi står over for en flersidet problemstilling. Problemstillingen handler nemlig ikke alene om virksomheders politiske roller, men også om politik og samfund. Samlet rejser disse udviklingstræk således i hvert fald tre udfordringer:

- Hvordan kan vi udarbejde beskrivelser af samfundet som er på omgangshøjde med de forandringer der har fundet sted?
- Hvordan kan vi analysere/bestemme hvad *politik* vil sige i dette samfund?
- Hvordan kan vi analysere virksomheder og de udfordringer og muligheder politisering indebærer for dem i dette flydende samfund?

Med andre ord: "Virksomhedens politisering" indikerer ikke at vi forlods ved hvad politik er – men derimod at vi vil undersøge hvad politik gøres til når virksomheder politiseres. Ej heller hvad samfund er – det er også et spørgsmål vi vil undersøge. Dermed står vi over for den udfordring at transformere det fælles sprog som adskilte statskundskab og erhvervsøkonomi, så det ikke adskiller længere. Det forsøger vi at gøre ved at analysere virksomheder og samtidig fastholde fokus på politik.

Gennemgangen ovenfor viser at vi bliver nødt til at forstå politik bredere end "udformningen af lovgivning udstedt i en suveræn territorialstat". Men det betyder ikke at vi nødvendigvis skal opgive ideen om kollektivt bindende beslutninger. I modsætning til den formelle politikforståelse vælger vi ikke at se "kollektivt bindende beslutninger" som et svar på hvad politik er, men derimod som en måde at stille spørgsmål på. Som *ledetråd* kan bestemmelsen nemlig ordne måden hvorpå vi spørger ind til politik. Som allerede antydnet ovenfor kan vi spørge ind til hvilket kollektiv virksomheder indskrives i eller indskriver sig i; vi kan spørge ind til i hvilken forstand politiske beslutninger udpeges som bindende; og vi kan spørge ind til hvilke beslutninger der overhovedet udpeges som politiske.

Disse tre perspektiver er ikke tænkt som en udtømmende opremsning af mulige politikforståelser, men alene som en "appetizer", der kan pege på nogle af de afgørende perspektiver på politik der optræder i bogens bidrag. Kollektivt bindende beslutninger er netop en nyttig bestemmelse fordi den på én gang er forholdsvis præcis ved at sige noget om politikens funktion i samfundet, og samtidig er en åben definition i den forstand at den ikke siger noget om hvem der træffer politiske beslutninger, på hvilken måde og under hvilke betingelser. Denne åbenhed gør at vi kan spørge ind til hvordan politik *faktisk* tager form i det moderne samfund, og giver dermed et godt afsæt for analyser af "den politiske virksomhed": Vi kan spørge ind til hvilken rolle virksomheder har i fastlæggelsen af kollektivt bindende beslutninger i dag, vi kan spørge ind til hvilket kollektiv eller hvilket samfund der bindes af disse beslutninger, og vi kan spørge til i hvilken forstand de politiske beslutninger er bindende.

På trods af denne åbenhed i politikdefinitionen er der også et punkt hvor definitionen tilsyneladende er lukket. Eller mere præcist: Der er spørgsmål om "den politiske virksomhed" som definitionen i reglen lukker af for, og det gør den selvom det strengt taget ikke er nødvendigt. Her tænker jeg på forholdet mellem "bindende beslutninger" og "kollektivet" eller "samfundet". Definitionen er åben for at der findes meget andet i samfundet end politik. Der kan fx findes virksomheder med særlige produkter, budskaber, kulturer, markeder, fremstillingsprocesser, retlige forhold osv. Definitionen er også åben for at alle disse (ikke-politiske) forhold i samfundet kan være ordnet efter

egne principper. Men som modbevægelse til denne åbenhed står de kollektivt bindende beslutninger. At beslutningerne er kollektivt bindende betyder at andre forhold i samfundet underordnes beslutningerne. Dermed er vi inde i kernen af det politiske blik: Politik binder og underordner sig andre forhold i samfundet. Dette udtrykkes på flere forskellige måder: politik *sætter rammer* for eller *fastlægger betingelser* for samfundsforhold. Sagt i mere gængs sprogbrug: Politik *regulerer* eller *styrer*. Dette gælder både politiske og ikke-politiske forhold. Dvs. at ikke-politiske forhold i samfundet kan være ordnet efter egne principper, men kun for så vidt at dette finder sted indenfor politisk opstillede rammer. Ellers udgør de et politisk problem.

Dermed har vi også beskrevet en grænse for det politiske blik. Det politiske blik kan få øje på samfundet som regulering (i vid forstand, faktisk såvel som formel), men interesserer sig alene for andre former for samfundsmæssig orden for så vidt at disse står i forhold til regulering, hvad enten de dukker op som et styringsproblem eller som noget der faktisk styres. Det betyder også at det politiske blik kan være overbevist om at samfundet kan beskrives som en politisk orden, og at andre, ikke-politiske forhold eller ordener i samfundet som sådan ikke er interessante eller nødvendige for at beskrive samfundets orden.

Det politiske blik indsætter virksomheder i en politisk orden. Private virksomheder opererer dermed enten indenfor den politiske orden, eller udgør et politisk problem. Det politiske blik bliver med andre ord ufølsomt for hvordan virksomheder organiseres efter andre principper end netop politiske og for at studere virksomheder i andre kontekster end netop den politiske kontekst.

Men hvis vi vil iagttage hvorvidt dette blik overhovedet er relevant for virksomheder, bliver vi nødt til at tage et afsæt hvor der er andre muligheder end at iagttage med det politiske blik. Det forsøger Ulrich Beck med *subpolitik*. Subpolitik er ifølge Beck ikke politik, det er heller ikke ikke-politik. Det er simpelthen en betegnelse for en ny form for politik som ligger hinsides skellet mellem politik og ikke-politik (Beck 1995; Beck 1999). I bogen forsøger vi at håndtere denne udfordring på en anden måde, nemlig ved at lade kollektivt bindende beslutninger være en ledetråd. Ledetråden gør at de enkelte analyser i bogen ikke behøver at tage et bestemt politisk blik på sig. Derimod gør ledetråden det muligt systematisk at spørge ind til hvordan empirien forstår politik. Ledetråden muliggør med andre ord et andet ordens blik på politik, dvs. et blik som ikke selv er politologisk, men som iagttager hvordan politik iagttages.

Sammenfattende er bogen *afsøgende*. Den afsøger både hvad virksomhedens politisering vil sige, hvad politik vil sige, og hvordan samfundet har udviklet sig. Den afsøgende karakter gør at vi ikke forsøger at bestemme omfanget af

virksomhedens politisering. For at bestemme et sådan omfang må man først lægge sig fast på en forståelse af virksomhedens politisering, som fx Christiansen og Nørgaard (2003), der lægger sig fast på et formelt politikbegreb i deres analyse af store danske virksomheder. Denne bogs ærinde er derimod at udarbejde og tilbyde forståelser af virksomhedens politisering som går ud over det formelle politikbegreb, og dermed bidrage til at transformere sproget, der så længe har adskilt politisk videnskab og erhvervsøkonomi. Til forskel fra Christiansen og Nørgaard (2003) er tilgangen i denne bog i langt højere grad "bottom-up" i den forstand at der spørges til hvilke politikformer der faktisk praktiseres. På denne baggrund er størstedelen af bogens bidrag case-baserede analyser. Case-tilgangen har netop en force i at kunne vise eksempler på hvad der er tilfældet, dvs. hvordan politik faktisk praktiseres, og dermed bidrage til at rejse videre spørgsmål: Hvis dette er tilfældet, så må meget andet være muligt!

Gennemgang af bidragene

Bogen falder i tre dele. Første del om den *politiserede* virksomhed fokuserer på hvordan virksomheder politiseres af deres omverden, som fx gennem medierne. Anden del om den *politiserende* virksomhed fokuserer på hvordan virksomheder politiserer. Tredje del fokuserer på normative udfordringer som virksomhedens politisering stiller.

Den politiserede virksomhed

At virksomheder i dag politiseres skal ses i forhold til at vi typisk tager for givet at virksomheder ikke er politiske, men derimod økonomiske aktører. Set historisk er dette imidlertid en forholdsvis ny situation. Under lavsvæsenet i Danmark var virksomheder politiske i den forstand at økonomisk virksomhed var underlagt en politisk orden. Det var lavene der afgjorde hvem der kunne producere hvad i hvilket omfang ud fra privilegier givet af kongen. I lavenes organisering af virksomhed var sociale hensyn afgørende, og man forestod omfordeling, som fx støtte til enker. Først efter Grundlovens indførelse i midten af 1800-tallet blev virksomheder økonomiske enheder, og dermed blev økonomisk orden adskilt fra den politiske orden. Denne forandring skete ikke fra dag til dag, men var gennem årtier genstand for kamp, og først efterhånden dukkede den økonomiske virksomhed, som ikke skulle følge andet end sin egeninteresse, op (for en skitse af denne udvikling, se Andersens bidrag i denne bog). Afpolitiseringen betød med andre ord at virksomheder kunne

beskæftige sig primært med profit, og ikke, som under lavsvæsenet, med at sikre samfundsmæssige målsætninger.

Også efter adskillelsen af økonomisk og politisk orden er der eksempler på politiserede virksomheder. Et af de måske mest markante eksempler er de såkaldte naturlige monopoler, som postudbringning, jernbanedrift og telefoni, der blev anset for samfundsmæssigt afgørende. Det var samfundets interesse at få etableret infrastruktur som jernbanenettet, og dette var ikke en opgave at overlade til markedet. Selvom forståelsen af naturlige monopoler har ændret sig afgørende i de seneste årtier, har vi stadig denne form for politisering, hvor enkelte virksomheder er retligt reguleret for dermed både at fremme udviklingen af infrastruktur, og kompensere for fraværet af konkurrence. Generelt har virksomheder kunne agere økonomisk uden at blive gjort til politiske aktører, og er netop ikke som monopoler underlagt "særlove" men derimod landets generelle lovgivning. For så vidt som virksomheder har villet varetage politiske interesser, er dette typisk sket gennem brancheorganisationer, og brancheorganisationerne er i dag rutinemæssigt inddraget i udarbejdelsen af lovgivning osv.

Begge eksempler ovenfor peger på at retlig regulering er en afgørende kanal for politisering af virksomheder, hvad enten det specifikt reguleres hvordan enkelte virksomheder skal drives, som i tilfældet naturlige monopoler, eller ved at virksomheder forholder sig til lovgivning under udarbejdelse eller under revision. De former for politisering som bidragene i denne bog peger på, har imidlertid en anden karakter. Bogens bidrag viser "kanaler" for eksplosion af politik, som ligger hinsides den formelle statsform. I bogens første to bidrag er medierne kanal for politisering.

I bogen første bidrag sætter Peter Kjær og Roy Langer fokus på en virksomhed i mediestorm. Kapitlet præsenterer en diskursanalyse af mediernes håndtering af kartelsagen mod SAS og Mærsk i 2001. Gennemgangen af sagsforløbet gør det tydeligt at der i medierne stilles forventninger eller krav om sanktioner som går ud over den bøde som Europa-Kommissionen gav de to virksomheder. Det gør det nærliggende at spørge ind til mediernes politiske rolle i samfundet. Udfaldet af dette spørgsmål afhænger imidlertid afgørende af hvilken samfundsforståelse man abonnerer på. På den baggrund diskuterer artiklen politik med afsæt i tre forskellige samfundsdiagnoser, og kommer frem til tre forskellige bud på (medie)virksomhedernes politisering.

Hvor Kjær & Langer viser hvordan enkeltvirksomheder politiseres i et forholdsvis afgrænset forløb, fokuserer Steen Vallentin i den næste artikel på hvordan nogle virksomheder – pensionskasser – mere kontinuerligt politiseres gennem offentlighed. Man kan måske tale om en rutinemæssig politisering gennem offentlighed, bl.a. gennem offentlig debat om etiske investeringer. I dag

er etiske politikker vidt udbredt blandt pensionskasser, men det betyder ikke at politiseringen nødvendigvis får konsekvenser for hvordan der investeres. Pensionskasser er nemlig gennem lovgivning forpligtet til at investere ud fra økonomiske hensyn. Her er med andre ord et eksempel på at lovgivning afpolitiserer virksomheder ved at fastlægge hvilke hensyn de skal operere ud fra. Vallentin viser at trods lovgivningen, så politiseres pensionskasser gennem offentlighed. Samlet giver artiklen således både et bidrag til den teoretiske forståelse af offentlighed, ligesom den giver bidrag til politiseringens offentlighedsaspekter.

Virksomhedens sociale ansvar er omdrejningspunktet i Eva Boxenbaums bidrag. Boxenbaum viser hvordan nogle virksomheder knytter an til såvel statslige politikker, FN og private parter, som opfordrer virksomheder til systematisk at blive socialt ansvarlige, og peger dermed på at virksomheder politiseres ad mange kanaler. Analysen viser også hvordan virksomhedens sociale ansvar kan have radikalt forskellige betydninger i henholdsvis det økonomiske og det politiske system. Dermed bliver "virksomhedens sociale ansvar" til en udfordring om at koble systemers radikalt forskellige betydningsuniverser. På denne baggrund udvikler bidraget en analytik af polyfoni, dvs. af organisationer, der knytter an til radikalt forskellige betydningsuniverser, og viser på baggrund af et etnografisk studie hvordan mangfoldighedsledelse udvikles til et polyfont begreb.

Med afsæt i forvaltningspolitikens opkomst fokuserer Erik Højbjerg i sit bidrag på tendensen til at forvaltningspolitikken politiserer konsulentvirksomheder på særlige måder. Her er kanalen for politisering på et vist sæt offentlig regulering, men på en ganske anden måde end i eksemplet naturlige monopoler, eftersom forvaltningspolitik er en politik om hvordan politikker skal gennemføres. Forvaltningspolitik er med andre ord en anden ordens politik, som også er kendetegnet ved ikke at have en fast institutionel forankring, men derimod er afgrænset diskursivt. Det betyder at mulighederne er åbne for at eksempelvis konsulenthuse præger forvaltningspolitikken og dermed bliver kastet ud i et særligt strategisk terræn. Politiseringen af konsulentvirksomheder betyder nemlig at de ikke alene kan afsætte færdige produkter (udviklingskoncepter eller lign.), men også kan præge den forvaltningspolitiske kontekst, som afgør hvilke produkter der efterspørges.

Den politiserende virksomhed

Historisk set er politiserende virksomheder ikke nogen nyhed. I dansk sammenhæng er de mest spektakulære eksempler nok Påskekrisen i 1920, hvor erhvervslivet spillede en ikke uvæsentlig rolle da kongen afsatte regeringen og indsatte en midlertidig regering, og Højgaard-kredsen (en kreds af fremtrædende