

Advancing Together?



En kritisk diskursanalyse af stakeholderdialog på Bayer-
Monsanto-fusionens officielle hjemmeside
advancingtogether.com/de



Speciale

Aalborg Universitet

Maj 2017

Vejleder: Anne Grethe Julius Pedersen

Skrevet af: Clara Sune Buch





Clara Sune Buch (20151687)

Antal tegn: 192.000

Advancing Together? – En kritisk diskursanalyse af stakeholderdialog på Bayer-Monsanto-fusionens officielle hjemmeside advancingtogether.com/de
Speciale

International virksomhedskommunikation (tysk)

Aalborg Universitet

Vejleder: Lektor Anne Grethe Julius Pedersen

Maj 2017

Forsidebillede: http://www.huffingtonpost.com/2014/05/09/climate-change-crops-agriculture-public-health_n_5289109.html

RESUMÉ



Denne opgave søger at besvare, hvordan og i hvor høj grad Bayer går i dialog med stakeholdere på hjemmesiden *advancingtogether.com/de*, der indeholder information om den kommende fusion mellem Bayer og Monsanto, samt hvordan hjemmesiden legitimerer fusionen.

De videnskabsteoretiske metoder, der anvendes til at besvare problemstillingen, udgøres af den hermeneutiske cirkel og socialkonstruktivismen. Dertil anvendes kritisk diskursanalyse til at strukturere opgaven i tre analysedele, den sociale praksis, den diskursive praksis og tekst, for at undersøge hjemmesiden fra forskellige perspektiver og til sidst stykke delene sammen til en helhed.

Opgavens empiri består af forskellige artikler og indlæg vedr. Bayer og Monsanto specifikt og det kemiske landbrug i almindelighed, samt hjemmesiden, med fokus på struktur, og siden med spørgsmål-og-svar. Empirien er udvalgt for at analysere den samfundsmæssige kontekst fusionen af Bayer og Monsanto er offentliggjort i, i hvor høj grad hjemmesiden stiller muligheder for dialog til rådighed, og hvordan den direkte henvendelse til stakeholderne formuleres.


Teorierne, der anvendes i forbindelse med analysen, er inddelt efter den kritiske diskursanalyses tre dimensioner. Således anvendes teorien om risikosamfundet til at analysere den sociale praksis, teorier om internettet som medie og stakeholderteori til at analysere den diskursive praksis og teorier om dialogicitet og argumentation til at analysere den tekstuelle dimension.

Af analysen fremgår det, at både det kemiske landbrug og Bayer-Monsanto-fusionen passer ind i risikosamfundets rammer, da fusionen medfører usikkerhed i forhold til, hvor meget magt den fusionerede koncern vil få på verdensmarkedet, og hvad dette vil gøre ved miljø og sundhed. Hjemmesiden opfordrer kun i ringe grad stakeholderne til at stille spørgsmål og give deres mening til kende, mens siden med spørgsmål-og-svar henvender sig til et bredt udsnit af stakeholdere, men ikke leverer synderligt konkrete svar og frasiger sig ansvar ved brug af dialogicitet.

I diskussionen diskuteres det således, i hvor høj grad Bayer og Monsanto er interesseret i dialog, om internettets muligheder udnyttes optimalt, hvilken rolle de dialogiske formuleringer spiller, og hvorvidt udsagnene er tillidsskabende.

Det konkluderes, at dialogen med stakeholderne er begrænset og til dels ansvarsfralæggende i et samfund, der er splittet mellem globalisering og mistillid til globale organisationers handlen.

INDHOLD



INDHOLD	1
INDLEDNING	5
1.0 Problemformulering	6
VIRKSOMHEDERNE	7
1.0 Bayer	7
2.0 Monsanto	8
METODE	9
1.0 Hermeneutik og socialkonstruktivisme	9
2.0 Kritisk diskursanalyse	10
2.1 Diskurs som begreb	11
2.2 De tre dimensioner	13
Opsummering	16
EMPIRI	17
1.0 Data	17
1.1 Advancingtogether.com/de	17
1.2 Häufig gestellte Fragen	17
1.3 De vigtigste artikler	17
1.4 Bilag med screenshots fra advancingtogether.com/de	19
2.0 Inddeling i dimensioner	19
2.1 Samfundstendenser og reaktioner i forbindelse med Bayer-Monsanto-fusionen	19
2.2 Advancingtogether.com/de som informationsmedie	20
2.3 Spørgsmål, svar og ansvarsfraskrivelse	20
Opsummering	21

ANALYSEMODEL.....	22
1.0 Forklaring af analysemodel	23
1.1 Den sociale praksis og risikosamfundet.....	23
1.2 Den diskursive praksis, internetmediet og stakeholdere.....	23
1.3 Den tekstuelle dimension, dialogicitet og argumentation	24
SOCIAL PRAKSIS.....	26
1.0 Risikosamfundet.....	26
1.1 De utilsigtede konsekvensers tidsalder	26
1.2 Risiko og forventningen om fare.....	28
1.3 Globaliseringens betydning for risikoforståelsen	30
1.4 Den kulturafhængige tilpasning af risiko.....	31
1.5 Adskillelsen af tid og rum.....	32
1.6 Refleksivitet og spændingen mellem viden og ikke-viden.....	32
1.7 Behovet for tillid	33
1.8 Politikens rolle i risikosamfundet	34
1.9 Det moderne samfunds afhængighed af ekspertise	35
2.0 Bayer og Monsanto	36
2.1 Tillid til fusionen	36
2.2 Fremtidens konsekvenser	38
2.3 Et potentielt lobbypres	39
2.4 Forskelle på risikovurdering i EU og USA	40
2.5 Brugen af pesticider.....	41
2.6 Modstridende konklusioner	42
Opsummering.....	43
DISKURSIV PRAKSIS.....	45
1.0 Stakeholdere og de digitale medier	45

1.1 Public relations som brobygger	45
1.2 Stakeholderteoriens udgangspunkt	46
1.3 Kommunikationens rolle og beslutningstagning	47
1.4 Envejskommunikation, omdømme og kriser	48
1.5 Dialog som mål for organisationens kommunikation	49
1.6 At integrere dialog på internettet	50
1.7 Kontrol af organisationens meddelelser	53
1.8 Nye medier vs. gamle	54
1.9 To udgangspunkter for dialog på internettet	55
2.0 Bayer og Monsanto	55
2.1 Advancingtogether.com/de og dens stakeholdere	56
2.2 Advancingtogether.com/de og internettet som kommunikationsmiddel	57
2.3 Advancingtogether.com/de og udnyttelsen af internettets muligheder for dialog	59
Opsummering	60
TEKST	61
1.0 Dialogicitet og argumentation	61
1.1 Den dialogiske diskurs	61
1.2 Sprogets sociale aspekter	62
1.3 Diskursen som levende impuls	63
1.4 Retorikkens betydning for skabelsen af situationer	64
1.5 Præmisser og konklusioner i argumentationen	65
1.6 Retorisk argumentation	66
2.0 Bayer og Monsanto	69
2.1 De vigtigste spørgsmål (Bilag 12)	70
2.2 Shareholder Value (Bilag 13)	72
2.3 Engagement i USA (Bilag 14)	73

2.4 Medarbejdernes muligheder (Bilag 15).....	73
2.5 Innovative løsninger for landmænd (Bilag 16).....	74
2.6 Innovation og bæredygtighed (Bilag 17).....	76
2.7 De næste skridt (Bilag 18).....	77
2.8 Fremtidsorienterede udsagn (Bilag 19-20)	77
Opsummering.....	78
DISKUSSION.....	80
1.0 Häufig gestellte Fragen og ansvarsfraskrivelsen.....	80
1.1 Dialogicitet og konstrueret virkelighed	83
1.2 Risikoens tilstedeværelse på advancingtogether.com/de	84
1.3 Tillidsskabende udsagn	85
1.4 Stakeholderfokus.....	88
1.5 Aktivering af kontaktformularen.....	89
1.6 Internettet brugt som gammelt eller nyt medie?	91
Opsummering.....	92
KONKLUSION	94
LITTERATURLISTE	96

INDLEDNING



Den 14. september 2016 blev det offentliggjort, at den amerikanske kemi- og agrarvirksomhed Monsanto havde accepteret et bud på 66 milliarder dollars fra den tyske kemi- og medicin-koncern Bayer, og at denne ville fusionere med Monsanto (Zeit Online 2016) (Süddeutsche Zeitung 2016). Beløbet satte rekord i Tyskland, hvor der aldrig tidligere er blevet betalt så meget for en fusion mellem to organisationer (Zeit Online 2016) (Süddeutsche Zeitung 2016).

Det er imidlertid ikke hvem som helst, Bayer har budt på, da Monsanto er blandt verdens førende agrarkemikaliefremstillere og både kendt og berygtet for herbiciden ”Roundup” (Wikipedia 2017). Fremstillingen af kemiske midler til landbruget har bl.a. medført, at Monsanto gennem mange år er blevet kritiseret for at fremme miljøskadelig virksomhed, misbruge sin magt og ikke formår at mætte verdens befolkning (USCUSA 2012).

I lyset af denne tidligere kritik ville det ikke være utænkeligt, hvis fusionen medførte et tab i anseelse for Bayer, hvorfor det kan betragtes som en kontroversiel beslutning at byde på Monsanto. Det er heller ikke umuligt, at medarbejdere, kunder, medier og aktionærer er usikre på, i hvilken retning fremtidens Bayer-Monsanto vil udvikle sig og derfor har brug for information om og at stille spørgsmål til bevæggrundene bag beslutningen. Til dette og andre formål har Bayer oprettet hjemmesiden *advancingtogether.com/de*, hvor den besøgende bl.a. kan finde information om kombinationen af de to virksomheder, deres visioner for landbrugets fremtid, pressemeddelelser og videoklip.

På denne baggrund er det interessant at undersøge hjemmesiden *advancingtogether.com/de* og afsøge, hvordan Bayer forholder sig til fusionen, og hvordan organisationen henvender sig til sine stakeholdere. Dette har ført til følgende problemformulering:

1.0 Problemformulering

Hvordan og i hvor høj grad går Bayer i dialog med stakeholdere på hjemmesiden *advancingtogether.com/de*, og på hvilken måde sigter hjemmesiden til at legitimere fusionen med Monsanto overfor kritik fra medier og interesseorganisationer?

Problemformuleringen søges besvaret gennem en metodisk tilgang til kritisk diskursanalyse (CDA), der danner ramme for tre analysedele, der udarbejdes på baggrund af teorier om risikosamfundet, stakeholdere og digitale medier og dialogicitet og argumentation.

Det skal tilføjes, at ordet ”fusion” anvendes gennem opgaven til at beskrive det projekt, der skal føre Bayer og Monsanto sammen, selvom der både bruges ”Transaktion”, ”merger” og ”Übernahme” i medierne og af Bayer selv (bilag 15/16) (Huffpost 2016) (Zeit Online 2016). Begrundelsen herfor er, at projektet benytter sloganet ”Advancing Together”, der signalerer et ligeværdigt sammenhold, snarere end at en af organisationerne vejer tungere end den anden (Bilag 4).



VIRKSOMHEDERNE

Udgangspunktet for denne opgave er de to kemi- og agrarkoncerner Bayer og Monsanto, hvorfor dette kapitel kort præsenterer de to organisationer.

1.0 Bayer

Bayer (grdl. 1863) er en tysk multinational kemi-, farmaceut- og agrarvirksomhed med hovedsæde i Leverkusen i delstaten Nord-Rhein Westfalen i Tyskland med 115,200 medarbejdere på verdensplan (Wikipedia, Bayer 2017) (Bayer.com 2017). Organisationen har flere underafdelinger, hvoraf ”Bayer CropScience” står for at udvikle genmodificerede afgrøder og pesticider, frø og bioteknologi (Wikipedia, Bayer 2017). Afdelingen blev grundlagt i 2002, da Bayer overtog farmaceutkoncernen Aventis og fusionerede den med Bayer Pflanzenschutz, der producerede kemikalier til brug i landbruget (Wikipedia, Bayer 2017).

Ifølge Bayer er hovedformålet med ”Division CropScience” at tilpasse langtidsholdbare trends til landbruget (Bayer 2017). Afdelingen arbejder derfor for at tilbyde fremtidens landbrug innovative løsninger på problemet med at mætte den voksende verdensbefolkning og at opdyrke begrænsede landområder, sådan at alle kan få adgang til højkvalitetslevnedsmidler, foder og råstoffer (Bayer 2017).

Bayer har tidligere været udsat for kritik fra miljøorganisationer og NGO'er verden over. To eksempler inkluderer beskyldninger om, at virksomhedens neonicotinoid pesticider kan medføre alvorlig skade på bier og involvering i den hidtil største marketing- og finansielle skandale i den amerikanske ris-produktions historie, da ikke-godkendt genmodificeret ris blev opdaget i USA i 2006 (Energydesk 2016) (Greenpeace 2007).

2.0 Monsanto

Monsanto (grdl. 1901, Missouri, USA) er en multinational kemisk og bioteknologisk virksomhed med 20.000 medarbejdere, der producerer genmodificerede frø og er ophavsmand til det verdenskendte brand Roundup, der er et glyfosatbaseret herbicid (Wikipedia, Monsanto 2017) (Discover Monsanto 2017). Organisationens fokus ligger på at gøre både store og små landbrug i stand til at øge deres produktion og samtidig bevare naturlige ressourcer såsom vand og energi (Monsanto 2017). Derudover samarbejder Monsanto med landmænd, forskere, nonprofitorganisationer og universiteter for at finde løsninger på problemerne med at fremstille nok mad til en voksende verdensbefolkning på en bæredygtig måde (Discover Monsanto 2017).

En stærk kritik af Monsanto har bl.a. rettet sig mod fremstillingen af Roundup og større udgifter til lobbyarbejde end alle andre agrarkoncerner, 4,3 Millioner Dollars (Süddeutsche Zeitung, Darum ist der Ruf von Monsanto so schlecht 2016).

METODE

Dette kapitel vil belyse de videnskabsteoretiske metoder, der anvendes i opgaven: Den hermeneutiske cirkel og socialkonstruktivisme. Disse metoder er væsentlige for opgavens undersøgelse, da de er grundlæggende metoder indenfor tekstfortolkning og CDA, idet metoderne hver især udgør redskaber til at forstå tekster gennem en varig refleksion og fortolke samfundsstrukturelle sammensætninger, der kan sætte tekst og samfund i sammenhæng.

I tillæg hertil vil kapitlet anskueliggøre CDA, der ligeledes anvendes som metode. At finde sammenhænge mellem forskellige niveauer af tekstproduktion, dvs. fra det specifikke ord til mediet, det optræder i, og til det samfund, der både er afsender og modtager, er diskursanalysens formål. Da det er denne opgaves målsætning at undersøge hjemmesiden *advancingtogether.com/de* anvendes diskursanalysen således som metode for at danne et helhedsorienteret billede af den kontekst hjemmesiden er udgivet i, både på samfundsmæssigt og tekstuel niveau.

1.0 Hermeneutik og socialkonstruktivisme

Den hermeneutiske cirkel beskriver en kronologisk arbejdsgang, hvor emnet og overbevisningen i forhold til emnet, afgøres ud fra en forforståelse af de muligheder, der vil være i den forestående undersøgelse (Klausen 2016, 158). Forståelsen for det, man beskæftiger sig med, kommer således ved at forstå delene ud fra helheden (Klausen 2016, 158). Dette kunne f.eks. være en forforståelse for, at en bog er en seriøs politisk fagbog, men at læsningen af bogen viser, at der er tale om politisk satire. De enkelte kapitler har således vist sig sammenlagt at være mere satiriske overfor det politiske emne, der skildres, end de har vist sig at være faglige. Det samme gælder for en akademisk opgave, der som oftest påbegyndes ud fra en hypotese om, at en sag forholder sig på en bestemt måde, eller en generel undren over, at noget er på en bestemt måde. Gennem research af emnet udbygges forståelsen, idet de enkelte videnskabelige artikler og teorier udgør dele, der kobles til sammenhænge, som problematikken på ny kan forstås ud fra, hvorfor nye muligheder viser sig, der driver arbejdet og hypoteserne frem (Klausen 2016, 158-159). Dette fører til en ny

forforståelse, der ansporer til yderligere research og arbejde, hvorfor opgaven hele tiden bevæger sig frem ad nye veje og udbygget forståelse (Klausen 2016, 158-159). Ved at sammenholde de enkelte dele til et hele, forstår man også helheden ud fra delene, og der opstår således en vekselvirkning mellem de forskellige niveauer i forståelsen, så der hele tiden dannes nye erkendelser, der kan drive arbejdet frem (Klausen 2016, 158-159).

Socialkonstruktivismen retter også sit fokus mod erkendelser, og hvordan de aldrig er konstante (Klausen 2016, 174-176). Til forskel fra hermeneutikken er socialkonstruktivismen dog mindre fokuseret på, hvordan dele og helheder forstås ud fra mødet med andre dele og helheder, men beskæftiger sig med, hvordan mennesker konstruerer deres egen virkelighed gennem social konstruktion (Klausen 2016, 174). Opfattelsen af virkeligheden kommer således af de måder, hvorpå ting kategoriseres og beskrives (Klausen 2016, 174). Set fra et socialkonstruktivistisk perspektiv er det afgørende i videnskaben ikke verifikation og falsifikation af argumenter, men den sociale baggrund, argumenterne stammer fra, og dette kommer til udtryk i bestemte paradigmer, der betegner forskellige samfunds og historiske perioders måde at opfatte verden på (Klausen 2016, 175). Derfor kan man ikke sige, at forskellige historiske teorier om verden er forskellige bud på det samme problem, men derimod skal de opfattes som forskellige måder at spørge til og opfatte verden på (Klausen 2016, 176).

2.0 Kritisk diskursanalyse

Netop CDA beskæftiger sig med konstruktionen af det samfund, som tekster formuleres, distribueres og konsumeres i. Gennem de tre dimensioner, social praksis, diskursiv praksis og tekst, undersøges dele ud fra den helhed, de optræder i, og helheden får ny betydning ud fra de dele, den består af.

CDA udspringer af en erkendelse hos mange af samfundets discipliner af, at forandringer i sproget trækker paralleller til sociale og kulturelle processer (Fairclough 1992, 1). For at studere den sociale forandring gør CDA brug af lingvistiske studier, der indeholder vokabular, semantik, grammatik, pragmatik, men også af en social- og politisk tænkemåde (Fairclough 1992, 1).

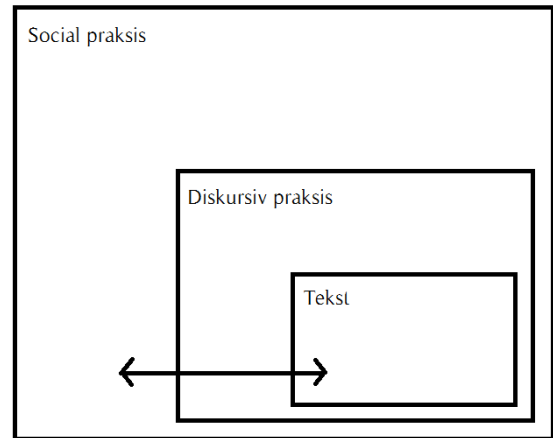
Diskurs er et begreb, der ikke bare reflekterer eller repræsenterer sociale relationer, men derimod konstruerer eller konstituerer dem (Fairclough 1992, 3). Diskursanalysen er således interesseret i at sammentænke sproganalyse med social teori og fokusere på den kombination dette medfører, nemlig i en lingvistisk orienteret diskursanalyse udgjort af en socialteoretisk tilgang og en tekstlig og interagerende tilgang (Fairclough 1992, 4). Denne form for diskurs lægger vægt på interaktionen mellem den talende og den taltale

eller mellem skribent og læser, og deraf fokuserer den på produktionen og fortolkningen af tale og skrift, ligeså vel som på den sociale kontekst, tale og skrift optræder i (Fairclough 1992, 3). På den måde bliver diskursen udgjort af en tredimensionel opbygning, da ingen af de tre dimensioner hver for sig kan udgøre en tilstrækkelig redegørelse for diskurs og social forandring. Studiet struktureres i en model, der illustrerer de tre dimensioner tekst, diskursiv praksis og social praksis (Fairclough 1992, 62).

2.1 Diskurs som begreb

Begrebet diskurs omfatter en form for social praksis i stedet for at se det som en ren individuel aktivitet eller en simpel refleks, fremprovokeret af forskellige variabler (Fairclough 1992, 63). For det første indikerer dette, at diskurs er en måde at handle på, en måde hvorpå mennesker reagerer på verden og hinanden, ligeså vel som det indikerer en måde at repræsentere sig selv på (Fairclough 1992, 63). For det andet indikerer det, at der findes et dialektisk forhold mellem diskurs og social struktur, hvor der mere generelt findes et sådant forhold mellem social praksis og social struktur (Fairclough 1992, 64).

På den ene side bliver diskurs formet og begrænset af social struktur, forstået i bredeste forstand og på alle tænkelige niveauer, dvs. af klasseforskelle og andre sociale relationer på samfundsplan, af de relationer, der henvender sig specifikt til institutioner såsom lov og uddannelse, af de



Fairclough 1992, 73

Three-dimensional conception of discourse

systemer, der klassificerer normer og konventioner osv. (Fairclough 1992, 64). På den anden side er diskurs socialt konstituerende (Fairclough 1992, 64). Diskurs er dermed vekselvirkende, idet den ikke kun bliver formet af sine omgivelser, men også selv er med til at forme dem. Diskursens funktion er altså ikke kun at repræsentere verden, men i lige så høj grad at give betydning til den, konstituere den og konstruere den til en verden af mening (Fairclough 1992, 64).

Der kan således skelnes mellem tre aspekter af de konstruerende effekter, diskursen har, nemlig at den først og fremmest bidrager til konstruktionen af det, der kan henvises til som social identitet for sociale subjekter (Fairclough 1992, 64). Et andet aspekt fokuserer på, hvordan diskursen konstruerer sociale relationer mellem mennesker og et tredje, hvordan diskurs bidrager til at opbygge systemer af viden og overbevisning (Fairclough 1992, 64).

Det er vigtigt at understrege, at forholdet mellem diskurs og social struktur bliver set som dialektisk, dvs. som antiteser, der afsluttes som en syntese af sammenvævede påstande. På den måde undgås det at lægge for meget vægt på den, på den ene side, sociale beslutsomhed i diskursen og på den anden side konstruktionen af det sociale i diskursen (Fairclough 1992, 65). Hvis dette ikke lykkes, vil det første anse diskursen som en simpel refleksion af en dybere social virkelighed, og det sidste vil betragte diskursen som kilden til det sociale (Fairclough 1992, 65). ”Sandheden” ligger dermed et sted midt i mellem diskursen som spejling af- og ophavsmand til social adfærd og forandring.

En kritik af CDA fremhæver, at den indeholder meget få detaljerede tekstuelle elementer og i stedet fokuserer på at kombinere tekst med de bredest mulige sociale sammenhænge (Haig 2013, 5). Herudover er det vigtigt, at CDA anvender kildekritik og bevisafsøgning ved at beskæftige sig med alternative fortolkninger for at afsøge så mange muligheder som muligt og indsamle belæg for analysens påstande (Haig 2013, 14).

For at imødekomme en sådan kritik er det netop hensigtsmæssigt at anvende CDA som metode, da det giver mulighed for at inddrage tekstfokuserede teorier og på den måde gå i dybden med tekstuelle elementer i analysen. Det er ligeledes muligt at benytte teorier indenfor de andre to diskursanalytiske dimensioner, der kan tjene til at danne et billede af den kontekst teksten befinder

sig i. Mht. kildekritik og alternative fortolkninger er dette discipliner, der altid er vigtige at benytte sig af for at sikre en så nuanceret tilgang til løsningen af en problemstilling som muligt.

2.2 De tre dimensioner

Den første af de tre dimensioner er teksten. Begrebet dækker over det skrevne eller talte produkt af den tekstuelle produktionsproces (Fairclough 1992, 3). Det er vigtigt at skelne mellem den potentielle mening i en given tekst og tekstens fortolkning (Fairclough 1992, 75). Tekster består nemlig af form, som tidligere diskursiv praksis, der siden er blevet til konventioner, har fyldt med meningsgivende potentiale (Fairclough 1992, 75). Formens meningsgivende potentiale er generelt set uensartet, dvs. kompleks og kan have modsætningsfyldt betydning, hvilket har den konsekvens, at tekster ofte er meget ambivalente med mulighed for mange og forskelligartede fortolkninger (Fairclough 1992, 75).

Der er også forskel på, hvordan en tekst bliver konsumeret, alt efter hvilken social kontekst den befinder sig i. En tekst er således også indbefattet af forskellige former for sprog, der bruges i varierende situationer, f.eks. avis-diskurs, klasselokale-diskurs og reklame-diskurs (Fairclough 1992, 3). Konsumering kan være individuel eller kollektiv, og det kommer an på, hvilken form, teksten har: Er en tekst f.eks. et kærestebrev produceres og læses den af væsentligt færre end hvis den havde været et officielt interview (Fairclough 1992, 79). Tekster har også forskelligt udbytte, der både omfatter det mere-end-diskursive og det diskursive (Fairclough 1992, 79). På den måde fører nogle tekster til krig eller til nedbrydelsen af atomvåben, andre igen kan føre til, at mennesker mister eller får arbejde og andre kan ændre folks holdninger, overbevisninger og adfærd (Fairclough 1992, 79). Tekster kan have en simpel distribution, et eksempel kunne være en afslappet samtale, der kun hører til den umiddelbare situationelle kontekst, den befinder sig i, og andre tekster kan have en kompleks distribution (Fairclough 1992, 79). Nogle tekster bliver således gemt for eftertiden, mens andre bruges kort og derefter smides væk (Fairclough 1992, 79).

Det er blevet kritiseret, at der findes en "overhængende fare" ved CDA, nemlig at den fokuserer for meget på, hvad tekstens forfatter i virkeligheden mente i stedet for at se på tekstens konkrete ordlyd (Tyrwhitt-Drake 2005, 21). Der efterspørges således en CDA, der lægger mere vægt på det deskriptive aspekt af analysen og mindre på det fortolkende og forklarende (Tyrwhitt-Drake 2005,

21). Han fremhæver desuden, at det kræver stor selvbeherskelse at forholde sig kritisk til selve teksten og ikke digte om forfatterens egentlige bevæggrund, hvis ikke der er direkte adgang til den (Tyrwhitt-Drake 2005, 22).

Det er naturligvis rigtigt, at en analyse af en tekst ikke kan vide, hvad tekstens afsender helt specifikt mente, da teksten blev formuleret. Det er ikke engang sikkert, at det kan afgøres ved at spørge afsenderen, da denne f.eks. kan vælge ikke at fortælle det. Et spørgsmål er således om fuldstændig objektivitet nogensinde kan opnås, og om dette er CDAs ønske. Det er nemlig svært at se CDA som fuldstændig objektiv, idet den mener, at diskurs skaber social praksis, og at social praksis skaber diskurs gennem en vekselvirkning. Der er således socialkonstruktivistiske elementer at finde i diskursanalysen, da vi selv er med til at skabe virkeligheden gennem vores beskrivelser, og vi samtidig præges til at formulere visse beskrivelser af den virkelighed, vi færdes i. Dette skal naturligvis underbygges i konkrete observationer af både tekst og social praksis, og det nytter ikke at komme frem til urimeligt subjektive fortolkninger, da dette ikke vil indeholde nogen væsentlige udsagn om en problemstilling. Det må således ses som CDAs formål at undersøge den sociale virkelighed, der findes, og forsøge at sammenholde den med den tekst, der danner genstand for analysen, dvs. arbejde hen imod at forstå socialkonstruktivistiske sammenhænge. Dette skal ikke ses ud fra et eget perspektiv, men ud fra et undersøgt og underbygget samfundsperspektiv, dvs. en tekst skal analyseres ud fra en viden om den sociale praksis, den er formuleret i, men samtidig skal den sociale praksis også forstås som konstitueret af og opretholdt af teksten.

Den anden dimension er den diskursive praksis. Som tidligere nævnt er den indbefattet af produktion, distribution og konsumering. De processer, der foregår i forbindelse med produktion og fortolkning er socialt begrænset på flere måder (Fairclough 1992, 80). For det første er de begrænset af de ressourcer, der er adgang til, og som er effektivt tilegnede sociale strukturer, normer og konventioner (Fairclough 1992, 80). Dette inkluderer også rækkefølgen af diskurs og konventioner i forhold til produktion, distribution og konsumering af tekster, der er blevet slået fast af tidligere social praksis (Fairclough 1992, 80). For det andet bliver processerne begrænset af den specifikke karakter, der kendetegner den sociale praksis, som de er en del af, og dette

bestemmer, hvilke elementer af de ressourcer, der er til rådighed, der bliver gjort brug af (Fairclough 1992, 80).

Den sociale praksis udgør den tredje af diskursanalysens dimensioner, og her diskuteres diskurs i forhold til ideologi og magt, da institutioner har materiel eksistens, og derfor åbner op for at undersøge diskursiv praksis som materielle former for ideologi (Fairclough 1992, 86-87). En af de ideologiske effekter, der kan undervurderes af lingvister er konstitueringen af subjekter, fordi det hævdes, at ideologi forstyrrer subjekter (Fairclough 1992, 87). Ideologi og magt er vigtige aspekter i CDA, da ideologiske statsapparater (f.eks. uddannelse og medier) udgør en vigtig del af klassekampen, og derfor udgør en del af kampen om diskurs (Fairclough 1992, 87).

Der hører således flere dimensioner til den diskursive begivenhed: Den sociale praksis, som bl.a. er politisk og ideologisk, og teksten (Fairclough 1992, 71). Diskursiv praksis og social praksis er ikke kontraster, men den ene er en del af den anden, idet social praksis kan være fuldstændig indeholdt i den diskursive praksis (Fairclough 1992, 71). Den centrale udfordring er at finde forklarende forbindelser mellem måder, hvorpå tekster opbygges og fortolkes, hvordan de produceres, distribueres og konsumeres, og hvordan social praksis viser sin relation til sociale strukturer og -kampe (Fairclough 1992, 72).

Mellem tekst og diskursiv praksis kan der heller ikke skelnes skarpt, da man ikke rigtig taler om tekst uden også at tale om tekstproduktion og fortolkning (Fairclough 1992, 73). Det er vildledende at forsøge at lave en kategorisk skelnen, fordi en tekst analyseres samtidig med, at spørgsmål omkring form og mening opstår (Fairclough 1992, 74). De tre dimensioner er således forbundet, og den ene kan ikke analyseres uden den anden og den tredje.

De tre dimensioner anvendes i denne opgave som metode til at strukturere analysen i tre dele for både at undersøge det konkrete tekstmateriale Bayers hjemmeside *advancingtgether.com/de* har publiceret, men også for at udvide perspektivet og belyse valget af publiceringsmedie og de holdninger til fusionen, der ses i samfundet. Den tekstuelle dimension danner således rammen for en tekstnær analyse, der fokuserer på det, der udsiges af Bayer og Monsanto. Den diskursive dimension retter sit fokus mod hjemmesiden som instrument til at indgå i dialog med en

organisations stakeholdere og danner således ramme for en undersøgelse af stakeholderdialog. Den sociale dimension danner rammen omkring en analyse af det (globale) samfund, der har taget imod offentliggørelsen af fusionen og undersøger, hvilke holdninger, der her er at finde både til fusionen specifikt og det kemifhængige landbrug generelt.

Opsummering

CDA kan, som det fremgår af ovenstående, bruges som metode til at opdele en analyse i tre dimensioner, der kan bruges som ramme til at undersøge sociale konstruktioner og sammenhænge mellem den, der udtaler sig og det samfund, vedkommende udtaler sig i, og derfor hver for sig danner en forståelse, men også som helhed danner gentagende nye forståelser af en problemstilling.

Diskurs som begreb omhandler den betydning, vi tillægger ord og handlinger, og den måde hvorpå denne betydning tillægges. Det er derfor både de enkelte individer og samfundets institutioner, der udgør og former diskursen.

CDAs tre dimensioner udgøres af den sociale praksis, der er den magt, samfundet og dets institutioner har til at præge betydning, den diskursive praksis betegner produktion, distribution, og konsumering, og tekst betegner sprog. Alle tre dimensioner påvirker og bliver påvirket af hinanden.



EMPIRI

Empirien, der ligger til grund for denne opgave, undersøges fra tre forskellige perspektiver, der hver især passer til de tre dimensioner i CDA. Opgaven anvender forskellige teoretiske baggrunde til at undersøge hver af de tre dimensioner, hvilket betyder, at Bayer-Monsanto-fusionen kan analyseres fra flere vinkler. I det følgende præsenteres opgavens empiri, og hvordan de enkelte tekster passer til dimensionerne i CDA.

1.0 Data

1.1 *Advancingtogether.com/de*

- Fokus på opbygning og struktur

1.2 *Häufig gestellte Fragen*

- Spørgsmål 1, 11, 15, 18, 20, 22 og 26

1.3 De vigtigste artikler

Kritik af fusionen

Bayer und Monsanto, bleibt uns vom Acker!

18.01.2017

Bund – Friends of the Earth Germany

Traktoren und Hühner gegen Bayer

Publiceret: 21.01.2017

taz.de

Bayer-Übernahme: Mehrheit fürchtet um Umwelt

14.09.2016

Campact

Pesticider og GMOer

The Problem with Pesticides

Uden publiceringsdato

Toxics Action Center

Chemischer Pflanzenschutz sichert Erträge und schont Mensch und Umwelt

Uden publiceringsdato

Industrieverband Agrar

Glyfosat sandsynligvis kræftfremkaldende

20.03.2015

International Agency for Research on Cancer, WHO

Kommentar fra Werner Baumann, Bayer CEO

Bayer will keinen Genpflanzenzwang für Europa

10.10.2016

Zeit Online

Bayer to Buy Monsanto Creating World's Largest Seed and Pesticide Company

14.09.2016

EcoWatch

Lobbyisme

Bayer kauft Monsanto – Ein schlechter Deal für Mensch und Umwelt

16.09.2016

Greenpeace, Østrig

Bayer-Monsanto merger: Two-Washington-savvy companies get their game on

15.09.2016

Huffpost

Bayer AG bulks up lobbyist roster for Monsanto deal

21.09.2016

The Washington Post

Aktionærer

Monsanto-Aktionäre stimmen Milliardenübernahme durch Bayer zu

13.12.2016

Süddeutsche Zeitung

Monsanto-Aktionäre stimmen der Übernahme zu

13.12.2016

Handelsblatt

Landmænds brug af sprøjtemidler

Landwirte bleiben beim Pflanzenschutz häufig unter empfohlener Aufwandsmenge

27.02.2017

Topagrar

Bauern gehen verantwortungsvoll mit Pflanzenschutzmitteln um

27.01.2015

Pflanzenschützer.ch

Regulering

Widersprüchliche Studien verhindern einheitliche Regelungen

15.03.2017

Süddeutsche Zeitung

Gesunde Pflanzen

Uden publiceringsdato

Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft

1.4 Bilag med screenshots fra *advancingtogether.com/de*

Bilag 1-3: Facebookgrupper mod Bayer og Monsanto (social praksis)

Bilag 4-10: Menu (diskursiv praksis)

Bilag 11: Dr. Oetker Facebook (diskursiv praksis)

Bilag 12-18: *Häufig gestellte Fragen* (tekst)

Bilag 19-20: Ansvarsfraskrivelsen (tekst)

Bilag 21: *Nachhaltige Landwirtschaft* (diskussion)

Bilag: 22-25: Kontaktformular (diskussion)

2.0 Inddeling i dimensioner

2.1 Samfundstendenser og reaktioner i forbindelse med Bayer-Monsanto-fusionen

For at analysere den samfundsmæssige kontekst, der danner baggrund for den offentliggjorte plan om en fusion af Bayer og Monsanto, er det nødvendigt at se på de reaktioner, fusionen har fået i offentligheden. I den del af analysen, der beskæftiger sig med den sociale praksis, vil der derfor

indgå artikler og udsagn fra bl.a. miljøorganisationer, forskere, landmænd, forbrugere og aktionærer, der har udtalt sig direkte om fusionen, Bayer eller Monsanto eller generelt om kemisk landbrugsdrift og -udvikling. Dette vil bidrage til at tegne et billede af den sociale praksis, som fusionen er blevet offentliggjort i, og som Bayer og Monsanto må forholde sig til i kommunikationen med deres stakeholdere.

2.2 *Advancingtogether.com/de* som informationsmedie

For at analysere, i hvor høj grad der er tale om en dialogisk tilgang til fusionens stakeholdere gennem internettet, som *advancingtogether.com/de* er udgivet på, behandler opgaven selve hjemmesidens opbygning og handlemuligheder. I den del af analysen, der beskæftiger sig med den diskursive praksis, vil det således være hjemmesidens funktioner, herunder links, faner, overskrifter, tekster og henvisninger m.m., der fokuseres på. Dette sættes i sammenhæng med hvilke stakeholdergrupper, hjemmesiden henvender sig til, samt hvilke den i mindre grad henvender sig til. Det undersøges, hvorvidt internetmediet i tilfældet *advancingtogether.com/de* bliver udnyttet til at informere og skabe dialog med stakeholderne, og hvordan dette gøres. Det vil således forsøges illustreret, hvordan Bayer og Monsanto henvender sig til deres stakeholdere, og om de muligheder nutidens teknologi tilbyder i dette tilfælde udnyttes til at skabe et gensidigt tillidsforhold mellem organisationer og stakeholdere.

2.3 Spørgsmål, svar og ansvarsfraskrivelse

For at analysere den direkte henvendelse til stakeholderne på *advancingtogether.com/de* behandles teksterne i underfanen *Häufig gestellte Fragen*. Der er adskillige tekster på *advancingtogether.com/de*, der kunne analyseres, men teksterne i *Häufig gestellte Fragen* er udvalgt specifikt, da de kommer tættest på en reel dialog mellem organisation og stakeholder. Spørgsmål-og-svar-formen er en blanding mellem reel dialog og statisk envejskommunikation, da teksterne er stillet op med en spørger og en svarer, men selve dialogen på hjemmesiden er opstillet som ikke-dynamisk tekst. Idet opgavens formål er at undersøge Bayer og Monsantos dialog med deres stakeholdere i forbindelse med den offentliggjorte fusion, vurderes det at være relevant at udvælge den dialoglignende form med spørgsmål og svar som genstand for analysen.

Af hensyn til opgavens længdemæssige begrænsning, er der ikke plads til at analysere alle 27 spørgsmål og dertil hørende svar. Derfor er syv spørgsmål og tilhørende svar udvalgt efter et princip om at medtage det første spørgsmål fra hver ”gruppe” (spørgsmålene er inddelt i grupper med overskrifter, der signalerer hvilke stakeholdergrupper spørgsmålene henvender sig til).

I udarbejdelsen af analysen og de senere konklusioner må der naturligvis være en bevidsthed om, at ikke alle spørgsmål og svar i *Häufig gestellte Fragen* analyseres i denne opgave, og at der derfor kan være svar, der efterlyses i forbindelse med et analyseret spørgsmål, der findes under et af dem, der ikke analyseres. På trods af dette vil analysen udelukkende forholde sig til de spørgsmål og svar der bliver genstand for analyse og betragte ethvert svar som autonomt i forhold til dets spørgsmål, dvs. der søges svar på det, der specifikt spørges om i det pågældende spørgsmål, og spørgsmål og svar vurderes herefter.

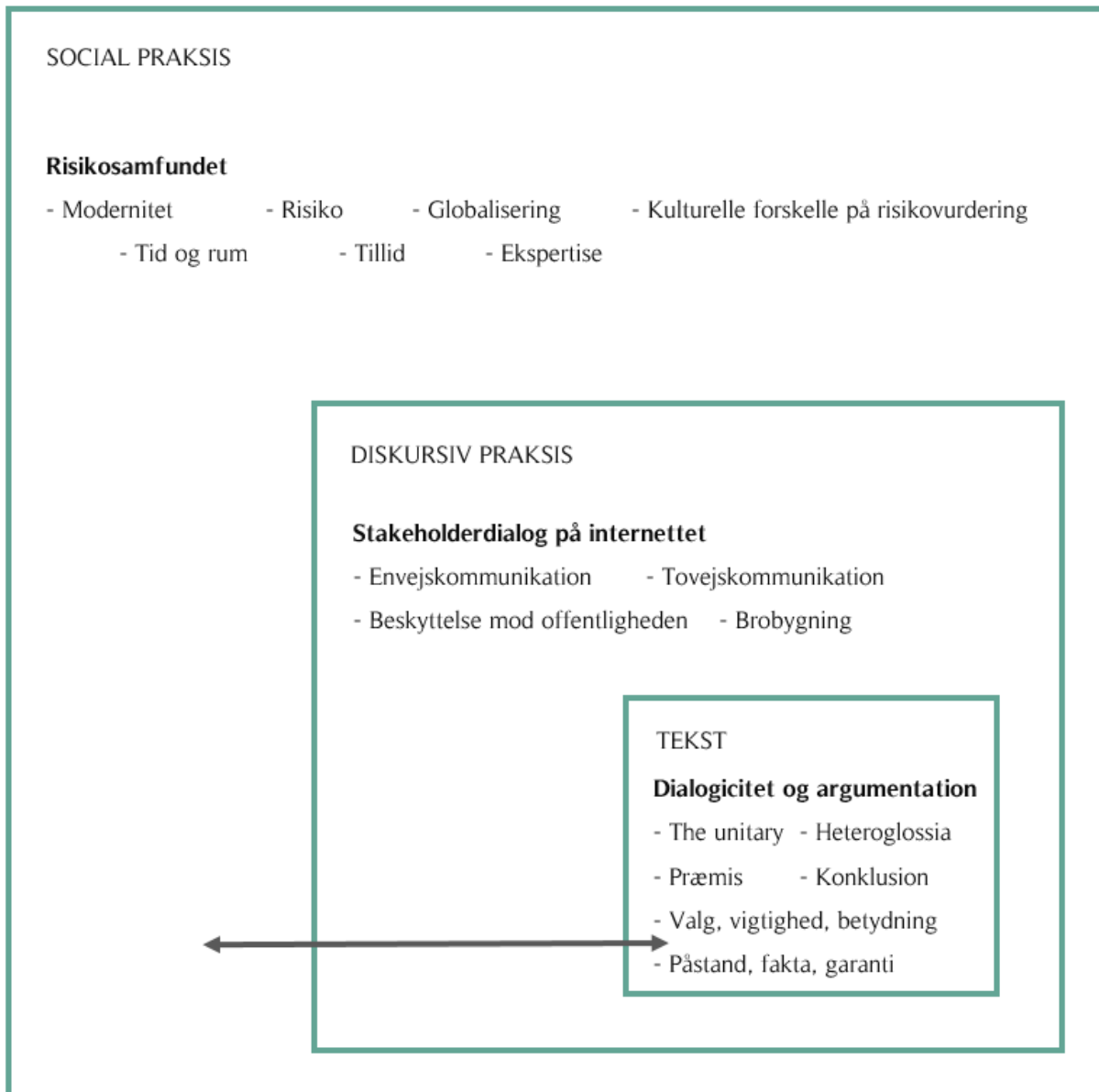
Slutteligt vil analysen af *Häufig gestellte Fragen* blive suppleret af en analyse af den ansvarsfraskrivelse, der dukker op første gang en besøgende finder vej til advancingtogether.com/de. Ansvarsfraskrivelsen medtages som en del af analysen af den tekstlige dimension for at give et udvidet perspektiv til de udsagn, der opsættes i *Häufig gestellte Fragen*, hvor der opsættes forventninger til de fremtidige forretningsresultater af Bayer-Monsanto-fusionen.

Opsummering

Empirien i denne opgave vil således bestå af offentlighedens reaktioner på offentliggørelsen af fusionen, samt varierende holdninger til det kemiske landbrug for at analysere den sociale praksis. Derudover vil den bestå af en analyse af advancingtogether.com/de's opbygning, samt dens henvendelse til stakeholderne for at analysere den diskursive praksis, og slutteligt bestå af en analyse af hjemmesidens *Häufig gestellte Fragen* og ansvarsfraskrivelse for at analysere den tekstuelle dimension i CDA.

ANALYSEMODEL

Modellen nedenfor illustrerer sammenhængen mellem opgavens metode og teorierne, der anvendes i analysen.



Analysemodel til kritisk diskursanalyse, inspireret af Fairclough 1992

Clara Sune Buch, 2017

1.0 Forklaring af analysemodel

Dette kapitel vil belyse sammenhængen mellem dimensionerne i analysemodellen og de teorier, der benyttes i forbindelse med analysen af hver dimension for at undersøge hjemmesiden *advancingtogether.com/de*.

1.1 Den sociale praksis og risikosamfundet

For at analysere den sociale praksis, der udgøres af de samfundsstrukturer, som Bayer og Monsanto har offentliggjort deres fusion i, benyttes teorien om risikosamfundet. Den sociale praksis betegner de strømninger og holdninger, der findes i samfundet til bestemte emner, dvs. hvordan vi på et overordnet plan i den offentlige samtale forholder os til vigtige emner, og ikke mindst hvilke emner, der bedømmes som vigtige og bliver debatteret (Fairclough 1992, 63-64).

Den sociale praksis handler således om de strukturer, der karakteriserer vores samfund til forskellige tider og forsøger at systematisere dem og forstå dem (Fairclough 1992, 86-87). Disse strukturer bliver i høj grad udgjort af institutioner, der har magt til at kunne præge samfundet i dets tanke og handling (Fairclough 1992, 86-87).

Den virkelighed, Bayer og Monsanto har offentliggjort deres fusion i, er, ifølge teorien om risikosamfundet, karakteriseret af en rivalisering om magtforhold blandt institutioner, dvs. videnskaben, eksperterne, miljøaktivisterne og de kemiske koncerner, der alle ønsker at positionere sig bedst muligt i forhold til at udvise troværdighed (Giddens 1999, 14) (Giddens 2009, 132-133). De kæmper om at komme til at præge den dominerende diskurs og forsøger derfor at navigere strategisk i de strukturer, der hele tiden dannes gennem f.eks. ekspertudsagn, virksomhedskampagner, NGO-aktivisme og almindelig samtale (Giddens 2002, 114-115).

1.2 Den diskursive praksis, internetmediet og stakeholdere

Teorier om internettet som et medie med potentiale til at føre dialog med stakeholdere og stakeholderteori benyttes til at analysere den diskursive praksis, der betegner produktion, distribution og konsumering (Fairclough 1992, 71). Den diskursive praksis befinder sig i et forhold af gensidig påvirkning med den sociale praksis, da det både er de gældende samfundsmæssige

forhold og de muligheder, der står til rådighed, der bestemmer, gennem hvilke medier, samt hvordan, produktion, distribution og konsumering af f.eks. information offentliggøres (Fairclough 1992, 65).

Distributionen af information om fusionen mellem Bayer og Monsanto foregår i stor udstrækning på hjemmesiden *advancingtogether.com/de*, der indeholder information om bevæggrunde og fremtidsplaner m.m. for de fusionerende organisationer. Derfor er det relevant at undersøge internettet og hjemmesiden som medier, samt disse mediers muligheder for at handle på andre måder end de traditionelle printmedier.

Konsumeringen af hjemmesidens information sker af mennesker, der interesserer sig for fusionen, dvs. organisationernes stakeholdere¹. Disse stakeholdere søger viden om emnet på hjemmesiden, og måske ønsker de at få deres tillid til fusionen som en god investering i fremtiden bekræftet eller måske få mistilliden til Bayer og Monsanto bestyrket. Det er således væsentligt at beskæftige sig med stakeholderteori og organisationers muligheder for at søge konstruktiv dialog med og skabe gode relationer til deres stakeholdere, og i sammenhæng med den tekstuelle dimension undersøge, hvordan og i hvor høj grad dette lykkes på *advancingtogether.com/de*.

1.3 Den tekstuelle dimension, dialogicitet og argumentation

Den tekstuelle dimension analyserer nemlig selve det sprog, der benyttes i tekster og giver anledning til at anvende teorier om sprogets dialogicitet og argumentation for at analysere teksterne på *advancingtogether.com/de*. Den tekstuelle dimension i CDA er tekstnær, hvilket vil sige, at den fokuserer på ords betydning og på den argumentation, der bliver brugt til at fremføre (Fairclough 1992, 3, 75).

Derfor danner dialogisk teori grundlag for analysen, da den giver et indblik i, hvordan ord kan have flere, og i nogle tilfælde modstridende, betydninger indeholdt i sig, og på den måde lader det være direkte eller indirekte op til modtageren at fortolke, hvad der menes (Bakhtin 1981, 292-293). Derudover suppleres der med argumentationsteori for at undersøge, hvordan de ord, der optræder

¹ Definition: Se side 46

i teksterne kædes sammen til at udgøre argumentation, samt hvilke argumenter *advancingtogether.com/de* gør brug af, når der informeres om den kommende fusion.

Den tekstuelle dimension danner dermed et rum, hvor teori om dialogicitet og argumentationsteori bliver relevante at anvende for at undersøge, hvordan Bayer og Monsanto udtrykker sig, hvilke ord og hvilken argumentation, der bruges for at legitimere fusionen, set i lyset af det samfundsmæssige baggrundstæppe, teksterne befinder sig foran, og mulighederne i det medie, de offentliggøres på.

Alle tre dimensioner i CDA påvirker hinanden gensidigt, hvorfor analysemodellen og de teorier, der anvendes i analysen skal betragtes som dele ud af en helhed, der består i en vekselvirkning, hvor hver del både påvirker og begrunder, men også bliver påvirket og begrundet af de andre dele.



SOCIAL PRAKSIS

Dette kapitel vil anskueliggøre det teoretiske grundlag for risikosamfundet gennem en fremlæggelse af risikobegrebet, den betydning globaliseringen har for tilstedeværelsen af risiko i vores samfund og risikobegrebets sammenhæng med modernitetens forhold til viden og ekspertise og samfundets magtfulde institutioner.

Anden del af kapitlet inddrager artikler vedrørende fusionen af Bayer og Monsanto, samt artikler, der på den ene eller den anden måde forholder sig til kemisk landbrug for at lave en analyse af, hvordan disse udsagn ses i forhold til risikosamfundet og tegne et billede af, hvilke diskurser, der kendetegner de samfund, Bayer og Monsanto har offentliggjort fusionen i.

1.0 Risikosamfundet

1.1 De utilsigtede konsekvensers tidsalder

Teorien om risikosamfundet er tæt forbundet med moderniteten, da det er i dette samfund, at risiko er blevet et allestedsnærværende fænomen. Der kan skelnes mellem den præ-moderne kultur, der kom før moderniteten, og den post-traditionelle/moderne kultur (Gauntlett 2002). Det præ-moderne samfund var præget af tradition og mente, at hændelser og valg blev bestemt af tidligere tiders struktur, hvorfor individuelle handlinger ikke blev analyseret i stor udstrækning eller bedømt individuelt (Gauntlett 2002). F.eks. overtog sønner som oftest deres fædres arbejde og bestemte handlemønstre, f.eks. det at blive gift, var indiskutabelt.

Moderniteten kan karakteriseres som de former for socialt liv eller organisering, der fremkom i Europa omkring det syttende århundrede og sidenhen har opnået verdensomspændende indflydelse (Giddens 1990, 1). I det post-traditionelle samfund lægger vi ikke på samme måde som tidligere vægt på sædvaner, der er bestemt af tidligere tiders tradition, og vi har mulighed for selv at træffe valg om, hvordan vores liv skal forme sig (Gauntlett 2002). Dette medfører en øget refleksion over, hvordan vi skal opføre os, og hvilke valg vi skal træffe, for der er ingen garanti for, at vores valg fører succes med sig (Gauntlett 2002). Med andre ord er det post-traditionelle, moderne

samfund karakteriseret af en nødvendighed af at løbe risici, da vi ikke lader tidligere generationer vælge for os, men selv træffer vores valg.

At være udsat for risiko er derfor en måde at være på og styre på i modernitetens verden, og det er menneskets vilkår at være udsat for en global risiko i det 21. århundrede (Beck 2006, 330). Risiko er ingenting uden visualiseringsteknikker, uden symbolik eller massemedier, og det er derfor irrelevant, om vi lever i en verden, der objektivt set er sikrere end nogensinde før, for hvis ødelæggelse og katastrofe forventes, motiveres vi til at handle (Beck 2006, 332). Moderne samfund skiller sig dog ud ved i høj grad at have haft succes med at kontrollere tilfældighed og usikkerhed f.eks. når det gælder ulykker, vold og sygdom (Beck 2006, 332).

I forklaringen af risiko er et af udgangspunkterne ødelæggelserne af det naturlige og humane miljø (Andersen og Kaspersen 2007, 459). Medierne beretter konstant om nye hændelser og fænomener, der ødelægger vores miljø og sundhed, og det er disse begivenheder, der udgør grundstenen til risikosamfundet (Andersen og Kaspersen 2007, 459). Forureningen af miljø, mennesker og dyrs sundhed er utilsigtede konsekvenser af industrisamfundet, hvilket viser, at vi i dag lever med risici (Andersen og Kaspersen 2007, 461) (Beck 1999, 308). Det klassiske industrisamfund havde en fordeling af rigdom, mens samfundet nu har udviklet sig til et risikosamfund, der producerer og fordeler risici (Andersen og Kaspersen 2007, 460-461). Vi lever således i de utilsigtede konsekvensers tidsalder (Andersen og Kaspersen 2007, 461).

Gennem udviklingen af moderne sociale institutioner har vi mennesker fået langt bedre muligheder for at nyde et sikkert og meningsfuldt liv end nogensinde før, men moderniteten har også en mørkere side (Giddens 1990, 7). Risiko er den ufrivillige konsekvens af kommunikation i en verden, der udgøres af uforenelige forskelle (Beck 2006, 339). Derfor nødvendiggør en offentligt forventet risiko kommunikation mellem parter, der normalt ikke vil have noget med hinanden at gøre (Beck 2006, 340). Som matematiske beregninger eller ulykke-scenarier hænger risiko uløseligt sammen med kulturelle definitioner af et lykkeligt eller ulykkeligt liv – i et risikosamfund må vi altså spørge os selv: Hvordan ønsker vi at leve? (Beck 2000, 215).

1.2 Risiko og forventningen om fare

Risiko betyder ikke katastrofe, men derimod *forventningen* om en katastrofe (Beck 2006, 332) (Beck 1999, 310). Dvs. at risiko findes som en permanent form for imitation, noget der ser ud til at være, men ikke er, og kun bringes på banen, når den bliver forventet (Beck 2006, 332). Risiko er med andre ord ikke virkelig, men er ved at blive til virkelighed (Beck 2006, 332). For når risikoen ikke længere er en forventning, er det fordi den har transformeret sig til noget andet, noget håndgribeligt, nemlig en fare eller en reel katastrofe.

Risiko er forbundet med sandsynlighed og usikkerhed, men er ikke lig med farer, da den kun betegner mulige fremtidige farer (Giddens 1999, 26). Derfor er risikobegrebet tæt forbundet med fremtidsorienterede samfund, da risiko forudsætter et samfund, hvis formål det er at bevæge sig væk fra fortiden (Giddens 1999, 26-27) (Beck 1999, 311). Den mobiliserende kraft i et samfund, der vil bestemme sin egen fremtid og ikke lade sig styre af gamle dages tradition eller kultur, består således af forestillingen om risiko (Giddens 1999, 28) (Beck 1999, 308). I det moderne, sekulære samfund tror vi således ikke længere på, at der er en højere mening med, hvordan vores liv falder ud – vi vil selv styre vores liv og have indflydelse på, hvordan de udvikler sig fremtidigt. Når man er særligt fokuseret på fremtiden nødvendiggør det, at man gør sig tanker om, hvordan denne kommer til at se ud, og man opstiller således prognoser, man kan handle ud fra. Men da man ikke med sikkerhed kan vide, om disse prognoser holder stik, løber man en risiko ved at handle i forhold til forventningen om bestemte fremtidige udfald.

Risikoens diskurs begynder, hvor tillid til vores sikkerhed og tro på udvikling slutter, fordi den holder op med at gælde, når en potentiel katastrofe dukker op (Beck 2000, 213). Risiko som koncept karakteriserer dermed et stadie mellem sikkerhed og ødelæggelse, hvor perceptionen af den truende risiko bestemmer tanke og handling (Beck 2000, 213). Det er dette lidt besynderlige stadie af ”ikke-længere-men-snart”, dvs. der hersker ikke længere tillid eller sikkerhed, men heller ikke endnu ødelæggelse og katastrofe, der udtrykker risiko og gør dens koncept til et offentligt referencepunkt (Beck 2000, 213).

Risikoens ironi viser sig imidlertid ved, at den rationalitet, der består af tidligere tiders erfaring, opfordrer os til at forvente den forkerte form for risiko, én vi tror, vi kan udregne og kontrollere,

men i virkeligheden opstår katastrofen ud fra det, vi ikke ved og ikke kan regne os frem til (Beck 2006, 330). Det er således de utilsigtede konsekvenser, der kommer til udtryk i risikosamfundet, og de ledsages af en fortrængning af givne problemer og risici (Andersen og Kaspersen 2007, 470). Der er ikke nogen bedre måde at styrke risikoens allestedsnærværelse på end ved at benægte dens eksistens (Beck 2000, 217). Hvis man derimod vælger den modsatte strategi og bruger en formodet viden eller mangel på samme som grundlag for at tage affære overfor risiko, åbner man op for frygtens væsen, og herefter bliver alt risikabelt (Beck 2000, 217).

Risiko er nemlig abstrakt og usynlig, og derfor mulig at benægte, da risiko er afhængig af viden (Andersen og Kaspersen 2007, 462). Derfor er risiko også på en gang reel og konstitueret gennem den samfundsmæssige perception og konstruktion, sådan så risiko aldrig vil være en objektiv størrelse, men afhænger af den ”værdi”, den bliver tildelt (Andersen og Kaspersen 2007, 462). Risiko består dog hverken alene af faktuelle påstande eller udelukkende af værdibaserede påstande (Beck 2000, 215).

Samfundet har altid været udsat for trusler, men det nye ved risikosamfundet er, at risiko opstår på systematisk vis (Andersen og Kaspersen 2007, 463). Det er den moderne civilisations produktion af risiko gennem industrien, der ligger bag denne systematik og i sidste ende stammer fra os selv (Andersen og Kaspersen 2007, 463). Truslerne i fortidens samfund kom f.eks. fra uforudsigelige naturkatastrofer og kunne ikke vha. videnskaben blive forbundet med menneskelig adfærd (Andersen og Kaspersen 2007, 463). I nutidens samfund er der dertil opstået vidtrækkende farer, der er så omfattende og komplekse, at de ikke kan begrænses tidligt, hvor det er vanskeligt at identificere den ansvarlige, og det ikke er muligt at forsikre sig mod dem, f.eks. global opvarmning eller hackerangreb (Andersen og Kaspersen 2007, 463).

Der kan derfor skelnes mellem to former for risiko: ydre- og fabrikeret risiko (Giddens 1999, 29). Den ydre risiko er en risiko, der opleves som udefrakommende, dvs. fra fænomener, der forklares gennem traditionen eller naturen (Giddens 1999, 29). Den fabrikerede risiko, derimod, er en risiko, der bliver skabt af os selv, af den indvirkning vores egen viden har på verden, et eksempel kunne være miljørisici (Giddens 1999, 29).

1.3 Globaliseringens betydning for risikoforståelsen

Globaliseringens tese er, at vi alle lever i én verden, hvor de globale risici nedbryder grænser og kobler det indfødte sammen med det fremmede (Giddens 1999, 14) (Beck 2006, 331). Dette sker ikke gennem mobilitet, men gennem risiko, da vi alle pludselig lever i den samme f.eks. forurenede verden, hvor hverdagslivet bliver kosmopolitisk, og vi mennesker må finde meningen med livet i den konstante udveksling med andre og ikke længere kun med ligesindede (Beck 2006, 331).

Den globale risiko er karakteriseret af tre ting: (1) De-lokalisering, hvor risikoens årsager og konsekvenser ikke er begrænset til en bestemt beliggenhed eller et bestemt sted, men i princippet er allestedsnærværende, (2) Uberegnelighed, hvor risikoens konsekvenser i princippet er uberegnelige, til syvende og sidst er det et spørgsmål om hypotetisk risiko, der også er baseret på videnskabelig ikke-viden og normativ uenighed og (3) ikke-kompensation, hvor risikoens konsekvenser ikke kan kompenseres, da de i flere tilfælde vil være irreversible, f.eks. hvis al indlandsisen smelter eller tungmetaller ikke kan forlade menneskekroppen igen (Beck 2006, 333-334).

Den globale risiko finder sted på tre niveauer: (1) Det rumlige niveau, hvor de nye risici ikke respekterer nationer, stater eller andre grænser, (2) det tidslige niveau, hvor de nye risici har en lang indvirkningsperiode, f.eks. atomaffald, så det ikke er til at forudsige, hvornår effekten træder i kraft, og (3) det sociale niveau, hvor de nye risici, takket være problemernes kompleksitet, længden af kædeeffekter og den svære ansvarsplacering, ikke længere er mulige at forudsige med nogen som helst sikkerhed, f.eks. finansielle kriser (Beck 2006, 334).

Teorien om risikosamfundet fastslår, at moderne samfund udgøres af nye former for risici, samt at deres samfunds fundament bliver rystet af den globale forventning om globale katastrofer (Beck 2006, 333). Globaliseringen kan nemlig mærkes overalt, nationerne har mistet meget af deres tidligere suverænitæt, og politikerne har mistet magt på globaliseringens bekostning (Giddens 1999, 14). Dette kan bl.a. ses ved, at mange dele af økonomien fungerer i netværk, der går på tværs af nationale grænser i stedet for at stoppe ved dem (Giddens 2009, 132). Transnationale koncerner udgør en del af kernen i den økonomiske globalisering, idet de står for to tredjedele af

verdenshandelen, de er bannerførere i skabelsen af ny teknologi i hele verden, og de er storspillere på de internationale finansmarkeder (Giddens 2009, 133).

Globaliseringen er et ”lige her”-fænomen, der ikke kun befinder sig langt væk, men påvirker vores hverdag (Giddens 1999, 17-18). F.eks. ses den i de kommunikative systemer, der har gjort det muligt at kommunikere mellem lande, udenom politiske processer og sætte dagsordener på tværs af nationale grænser (Giddens 1999, 16). Internettet f.eks. er det hurtigst voksende kommunikationsmiddel, der nogensinde er blevet fremstillet (Giddens 2009, 129). I 1998 var der på verdensplan 140 millioner internetbrugere, men i 2017 er det tal steget til mere end 3,6 milliarder (Internetlivestats 2017). Vi har således næsten alle mulighed for at kontakte mennesker på den anden side af Jorden og danne fællesskaber med ligesindede, vi ikke er i samme rum som eller aldrig har mødt.

Globalisering er hermed ikke en enkelt proces, men en kompleks række af processer, der strider mod hinanden (Giddens 1999, 18). Det, som de fleste kendetegner den ved, er hvordan statens magt og indflydelse bliver flyttet til den internationale scene, men det sker også omvendt, at lokalsamfund gennem globaliseringen kræver mere med- og selvbestemmelse (Giddens 1999, 18). Bredt sagt dækker globaliseringsbegrebet således over foreningen eller mødet mellem politiske, sociale, kulturelle og økonomiske faktorer på tværs af landegrænser (Giddens 2009, 127).

1.4 Den kulturafhængige tilpasning af risiko

De konflikter, der befinder sig i kølvandet på verdens risikosamfund er af kulturel karakter, da globaliseringen medfører, at de samme risici viser sig flere steder i verden (Beck 2006, 337). F.eks. adskiller de dominerende fortællinger om risiko og risikotendenser sig voldsomt mellem Europas og USA's regeringer (Beck 2006, 337).

Der bliver således lavet forskellige risikoanalyser på de forskellige kontinenter. Den risiko, der befandt sig et sted for et øjeblik siden, befinder sig nu et helt andet sted og har derigennem ændret udseende, og er blevet tilpasset forskellige kulturer, systemer, regioner og videnskabelige discipliner (Beck 2006, 340). Verdens risikosamfund er på den måde ambivalent og utilregneligt og karakteriseres af dens permanente transformation til noget andet, dvs. en formering af risici

(Beck 2006, 340). Med andre ord er det kulturel perception og definition, der udgør risiko (Beck 2000, 213).

1.5 Adskillelsen af tid og rum

Adskillelsen af tid og rum, og dermed dannelsen af mere standardiserede ”tomme” dimensioner, f.eks. standardiseringer af tidszoner over kæmpestore landområder, har skåret det overflødige væk fra social aktivitet og nødvendigheden af tilstedeværelse (Giddens 1990, 20). På den måde kan moderne organisationer skabe forbindelser til både det lokale og det globale og påvirke millioner af menneskers liv på måder, der havde været utænkelige i mere traditionelt orienterede samfund (Giddens 1990, 20).

I tidligere tider foregik livet i hjemmet og landsbyen, og man befandt sig fysisk og mentalt det sted, man var (Andersen og Kaspersen 2007, 433). Men gennem teknologi forholder vi os nu til ting, der ikke foregår i vores nærhed, f.eks. kan vi kommunikere via live streaming med venner og familie, der bor på den anden side af Jorden (Andersen og Kaspersen 2007, 433-434).

Dette har medført en ”udlejring” af de sociale systemer, hvor institutioner og handlinger ikke længere er afhængige af at befinde sig indenfor samme tid og rum, men kan udfoldes på tværs af disse (Andersen og Kaspersen 2007, 433-434). Her er penge et eksempel, da de udgør et symbolsk tegn, der sætter tiden i stå, idet de kan gemmes og bruges senere, men stadig har samme nutidsværdi (Andersen og Kaspersen 2007, 434). Yderligere gør penge, og ikke mindst digitaliseringen af penge, det muligt for mennesker, der aldrig fysisk mødes, at handle med hinanden og på den måde transcendere både tid og rum (Andersen og Kaspersen 2007, 434).

1.6 Refleksivitet og spændingen mellem viden og ikke-viden

En anden vigtig markør for moderniteten er det moderne samfunds refleksivitet, der defineres ved at være samfundets regelmæssige brug af viden til at debattere og legitimere beslutninger og forandringer (Andersen og Kaspersen 2007, 435). Dvs. at social refleksion henviser til, at verden i stigende grad bygges op omkring information i stedet for forudbestemte adfærdskrifter og traditioner (Giddens & Pierson 2002, 118). Især massekommunikationen har muliggjort

informationsindsamlingen og udbredelsen, der i stigende grad gøres brug af i den offentlige samtale, når samfundsforandringer finder sted (Andersen og Kaspersen 2007, 435).

Den store tilgang til viden, der er kommet som en følge af massemediernes udbredelse, betyder dog ikke, at samfundet og dermed tilværelsen er blevet lettere at kontrollere (Andersen og Kaspersen 2007, 435). Nærmere tværtimod, da refleksiviteten medfører en grundlæggende usikkerhed om det, vi får at vide, og hvorvidt vi kan stole på det (Andersen og Kaspersen 2007, 435). Vi oplever nemlig konstant, at ny viden før eller senere bliver revideret, suppleret eller afvist på baggrund af endnu nyere undersøgelser, hvilket efterlader os med en tvivl og en resignation overfor den information, vi bliver udsat for (Andersen og Kaspersen 2007, 435).

Den refleksive modernitet er udtryk for en ny tilstand af moderniseringsprocessen, hvor moderniteten i stigende grad begynder at forholde sig til sig selv og sine egne resultater, begynder at reflektere over risici og andre nye former for usikkerhed (Andersen og Kaspersen 2007, 468-469). I netop denne selvkonfrontation bliver moderniteten mere og mere refleksiv (Andersen og Kaspersen 2007, 469). Selvrefleksionen er en form for ikke-viden, der drives frem af en øget viden om samfundets destruktionspotentialer, men samtidig ikke om hvornår og hvordan (Andersen og Kaspersen 2007, 470) (Beck 1999, 314). Den livsfarlige ironi, som det evidensbaserede teknologiske samfund medfører som en konsekvens af dets succes, er hermed, at vi ikke ved, hvad det er, vi ikke ved (Beck 2006, 329). Risikosamfundet henviser således til et besynderligt sammenfald mellem viden og uvidenhed (Beck 2000, 216).

1.7 Behovet for tillid

For at navigere i et samfund præget af et spændingsfelt mellem viden og uvidenhed, er tillid en helt central egenskab. Alle mennesker har et behov for tillid, og tillidsrelationer er afgørende for et menneskes udvikling og handlemuligheder (Andersen og Kaspersen 2007, 435-436). Mennesker må således have tillid til deres egen stabilitet og den sociale og materielle stabilitet i de omkringliggende omgivelser for at forsikre sig om, at de rent faktisk eksisterer.

Fordi tillid er så grundlæggende for menneskets tro på sin egen eksistens, er begrebet også på et grundlæggende plan involveret i modernitetens institutioner, hvor der næres tillid til mere abstrakte

systemer (Giddens 1990, 26). Helt kort kan tillid beskrives som en form for ”tro”, hvor tilliden til et muligt udbytte kommer til udtryk i et engagement og en forpligtelse i modsætning til en ren kognitiv forståelse (Giddens 1990, 27).

I den moderne verden er der behov for tillid til abstrakte systemer, der bl.a. udgøres af institutioner (Giddens 1994, 75). Da man ikke kan kommunikere med en institution, må denne kommunikation foregå med en repræsentant for institutionen, en adgangsport (Giddens 1994, 75). På den måde personificerer adgangsportene på sin vis de abstrakte systemer og giver dem et ansigt (Giddens 1994, 75).

Tillid og risiko er stærkt forbundne, da forsikring og sikkerhed udgør den anden side af risiko (Giddens & Pierson, 2002, 105). Tillid indebærer et fremtidsorienteret forhold, idet tillid tilbyder sikkerhed i forhold til fremtidens usikkerhed (Giddens & Pierson, 2002, 111-112). På den måde binder tillid tid og rum sammen ved at kæde nutiden sammen med noget, der kan eller vil ske i fremtiden (Giddens & Pierson, 2002, 105). Derfor er tillid ikke væsentligt forskellig fra risiko, da det ikke er et følelsesmæssigt engagement, men derimod en form for kalkulation af, hvorvidt man vil nære tillid til en person eller et system (Giddens & Pierson, 2002, 112-113).

1.8 Politikkens rolle i risikosamfundet

Definitionen af risiko er et magtspil, der viser sig ved, at definitionernes ulighed gør det muligt for magtfulde aktører at maksimere risikoen for andre og minimere risikoen for sig selv (Beck 2006, 333). Det ses især, når vestlige regeringer eller magtfulde økonomiske aktører definerer, hvad risiko er for andre (Beck 2006, 333).

I risikosamfundet får politikerne en ny opgave, der adskiller sig fra den gamle velfærdsmaksimering, nemlig at forvalte risiko (Andersen og Kaspersen 2007, 467). Derigennem får politikerne et svært hverv, da de let kan komme til enten at overdramatisere en risiko eller bagatellisere den, eksempelvis flygtninge og immigration eller kunstgødning (Andersen og Kaspersen 2007, 467). Det bliver således et spørgsmål om at tage en beslutning ud fra en kontekst, der baserer sig på usikkerhed (Beck 2000, 217).

Samtidig foregår der en decentrering af politikken, således at der opstår en subpolitik, hvor almindelige borgere bliver til politiske forbrugere, der kan bruge deres pengepung til at stemme med og på den måde påvirke samfundet nedefra (Andersen og Kaspersen 2007, 467) (Beck 1999, 310). Politikken mister dermed sit forankringspunkt i statsapparatet, parlamentet og partisystemet til fordel for en forskydning ud i samfundet (Andersen og Kaspersen 2007, 467). F.eks. findes der facebookgrupper, hvor almindelige borgere tager stilling til spørgsmålet om Bayer-Monsantofusionen og opfordrer andre til at gøre det samme (Bilag 1, 2 og 3).

Til denne udvikling hører, at vi i stigende grad slutter os sammen i nye fællesskaber på tværs af partiskel og finder sammen i midlertidige interessegrupper baseret på støtte til en bestemt sag (Andersen og Kaspersen 2007, 468). Fællesskaberne får således en flygtig karakter, hvor det gælder om at kæmpe for enkeltsager uden, at man behøver være enig med de andres holdninger til andre sager (Andersen og Kaspersen 2007, 468). Industrisamfundets klasseopdelte politiske samfund bevæger sig i retning af et sæt nye politiske koordinater, hvor man skiftevis tilhører forskellige ”hold” med holdninger, der passer til den enkelte alt afhængig af den sag, der kæmpes for (Andersen og Kaspersen 2007, 468).

1.9 Det moderne samfunds afhængighed af ekspertise

Videnskaben spiller en central rolle i definitionen af risiko, og er hverken neutral eller værdifri (Andersen og Kaspersen 2007, 462). Dertil har risiko en grænseløs karakter, hvorfor det kan være svært at fastlægge sammenhænge, f.eks. lokalisere en forureningskilde eller fastlægge, hvorvidt genmodificerede fødevarer er skadelige, og det kan være vanskeligt at placere et ansvar (Andersen og Kaspersen 2007, 462). Vi er på den baggrund blevet afhængige af ekspertviden, der skal fortælle os, hvad vi kan tro, men eksperterne er langt fra altid enige (Andersen og Kaspersen 2007, 462).

I nutidens samfund hersker der en afhængighed af ekspertise, men samtidig gælder det generelt, at der ikke findes nogen autoritet over alle autoriteter, dvs. at der ikke er et bestemt ”sandhedsvidne” at vende sig mod, hvorfor vi alle bliver eksperter og lægmænd på forskellige områder af vores liv (Giddens & Pierson, 2002, 114). Det er således meget svært at vide, hvor man skal finde sine svar, og eksperter indenfor det samme felt er ofte uenige, hvorfor det skaber en stor usikkerhed at vælge den rigtige eller bedste løsning til et givent formål (Giddens & Pierson, 2002, 115). Vi kan

simpelthen ikke ukritisk acceptere videnskabsmændenes resultater, da de meget ofte er modstridende (Giddens 1999, 34).

Et eksempel ift. denne problematik kunne være genmodificering, hvor en given ekspertgruppe, der skal undersøge genmodificeringens påvirkning af mennesker og miljø slet ikke vil være i stand til at finde tilstrækkelige svar, da ingen har kendskab til de konsekvenser, der kan opstå på lang sigt (Giddens & Pierson, 2002, 117). Dette afspejler en form ironi, der gemmer sig i videnskabens, firmaers og regeringers løfte om sikkerhed, der ad omskrevne veje resulterer i en stigning af risiko (Beck 2006, 332) (Beck 1999, 314).

2.0 Bayer og Monsanto

Med fusionsaftalen mellem Bayer og Monsanto, der i skrivende stund stadig mangler regeringsgodkendelse, kan Bayer se frem til at have omkring 30% af markedsandelene på verdensplan indenfor bl.a. såsæd og pesticider (Bund 2017). Det betyder, at den nye koncern vil kunne kontrollere næsten en tredjedel af verdensmarkedet for såsæd og en fjerdedel af verdens pesticidmarked (Ø. Greenpeace 2016).

På den måde bliver en tysk ejet virksomhed og en amerikansk ejet virksomhed, der begge i forvejen har opkøbt udenlandske konkurrenter og har afdelinger rundt omkring i hele verden, forenet (Wikipedia, Bayer 2017) (Wikipedia, Monsanto 2017). Globaliseringen bliver i dette tilfælde i højeste grad tydeliggjort med den enorme markedsandel, den fusionerede virksomhed kommer til at råde over, fordi det bliver et enkelt firma, der producerer for og handler med en betydelig del af landmænd på alle Jordens kontinenter.

2.1 Tillid til fusionen

Som reaktion på offentliggørelsen af fusionen mellem Bayer og Monsanto blev der arrangeret en stor demonstration i Berlin i januar 2017 mod de to koncerner, der tiltrak over 10.000 deltagere (taz.de 2017). Demonstranterne tog aktivt stilling til, hvilken klode, de ønsker at leve på, en klode, hvor landbrugsjorden ikke tilføres pesticider, og samfundet ikke hilser fusioner mellem så store koncerner velkommen.

Demonstrationen foregik i Berlin, hvor det må formodes, at langt de fleste deltagere lever et komfortabelt liv med job, egen bolig og råd til de mest basale fornødenheder, hvis ikke mere. Alligevel føler disse mennesker sig i lyset af den bebudede fusion udsat for en risiko, der i værste fald kan ødelægge naturen, miljøet, maden og dermed deres egne liv. De har således følt sig nødsaget til at vise deres bekymring over fusionen og vrede over, at den højst sandsynligt vil ende med at få nok politisk opbakning til at blive gennemført og forandre den verden, de lever i.

Når Bayers administrerende direktør, Werner Baumann, svarer igen på bekymringerne over fusionen ved at love at respektere den europæiske modvilje mod at legitimere genmodificeret såsæd, taler han som repræsentant for Bayer og er således en adgangsport for det abstrakte system Bayer-institutionen er (Zeit Online, Bayer will keinen Genpflanzenzwang für Europa 2016). Ifølge ham, er det ikke Bayers intention at overtage Monsanto med henblik på at indføre genmodificerede planter i Europa (Zeit Online, Bayer will keinen Genpflanzenzwang für Europa 2016). I stedet retter han fokus mod den voksende verdensbefolkning og de udfordringer, der i fremtiden vil blive i forbindelse med at producere nok mad til alle (EcoWatch 2016). Denne udfordring vil Bayer ifølge Baumann være i stand til at imødegå med bioteknologi, der hjælper med at fremme udbyttet af høsten på en bæredygtig måde (EcoWatch 2016).

I sin udtalelse fokuserer Baumann på fremtiden, når han påpeger de problemer, der om nogle år vil opstå med fordeling af mad til verdens befolkning i takt med, at fødselstallet stiger i nogle dele af verden (Zeit Online, Bayer will keinen Genpflanzenzwang für Europa 2016). Som redning af den truende situation, der tegner sig i horisonten, indsætter han Bayer-Monsanto-koncernen, der, i kraft af dens størrelse og deraf følgende økonomiske og videnskabelige ballast, vil kunne sikre et fremtidigt landbrug i vækst med nok afgrøder til at mætte alle. Ved at fokusere på et verdensomspændende problem med sultkatastrofer og stigende fødselstal og understrege sit eget firma som løsningen på problemet, beror den oplevede usikkerhed på en beregning af, hvorvidt man vil sætte sin lid til Bayer-Monsanto-koncernen. Jo større et firma er, jo flere ressourcer må det nødvendigvis have til af skabe nye, forbedrede produkter, hvorfor en Bayer-Monsanto-fusion efter Baumanns beregninger er den sikre løsning på verdens sultproblemer.

Baumanns udtaler godt nok, at Bayer-Monsanto-koncernen ikke vil indføre genmodificerede afgrøder i Europa, men han nævner ikke noget om pesticider og andre kemisk fremstillede sprøjtemidler (Zeit Online, Bayer will keinen Genpflanzenzwang für Europa 2016). Bayers og Monsanto's fremstilling af pesticider og genmodificeret såsæd viser måske netop Baumanns behov for at udtale sig og skabe tillid. Tillid er nemlig forbundet med adskillelsen af tid og rum, da der ikke ville være nogen grund til at stole på nogen, hvis aktiviteter og processer var konstant synlige og gennemsigtige (Giddens 1990, 26-27).

2.2 Fremtidens konsekvenser

Dette ses i filfældet med Bayer-Monsanto-fusionen, hvor ingen med sikkerhed kan sige, hvad der reelt kommer til at ske, når og såfremt fusionen bliver godkendt. Denne udvikling på området indenfor verdens landbrug har gjort mange usikre, og især den tyske befolkning har givet udtryk for bekymring. Således viser en undersøgelse fra september 2016, lavet af den tyske NGO og borgerbevægelse Campact, at 70% af de tyske borgere frygter for negative konsekvenser for miljø og forbrugere, da de blev spurgt til den forestående fusion med Monsanto (Campact 2016). Dertil viser undersøgelsen, at Bayer står overfor en alvorlig risiko for at lide et tab i anseelse. Hele 63% af de adspurgte mente nemlig, at overtagelsen af Monsanto ville give negativt udslag i Bayers image (Campact 2016).

Dette potentielt negative image kan have sin begrundelse i den viden og ikke-viden, der findes om kemisk landbrug i en kombination med alt det, vi endnu ikke ved om, hvad fusionen af Bayer og Monsanto vil medføre. Rigtig mange borgere verden over er både informeret om risikoen for sygdomme og miljøforurening ved brug af pesticider, men ved samtidig ikke, hvornår eller om effekterne vil kunne mærkes på deres egen krop. Det er heller ikke til at sige, præcis hvilken betydning Bayer-Monsanto-fusionen vil få for verdenssamfundet, om det vil blive sværere at navigere udenom pesticidinficerede og genmodificerede madvarer eller om målsætningen om at mætte endnu flere mennesker verden over nås. Nu hvor fusionen endnu kun er offentliggjort, men endnu ikke gennemført, står vi med en viden om noget og en ikke-viden om en masse andet, der relaterer sig til fusionen.

Denne usikkerhed ift. hvad fusionen vil bringe af fremtidige resultater eller konsekvenser, skræmmer dog ikke Monsanto's aktionærer, der i december 2016 stemte for fusionen med 99% (Süddeutsche Zeitung, Monsanto-Aktionäre stimmen Milliardenübernahme durch Bayer zu 2016) (Handelsblatt 2016). Dette beskrives som forventet, da Bayers bud på 66 mia. dollars var langt over Monsanto's fastsatte aktieværdi (Süddeutsche Zeitung, Monsanto-Aktionäre stimmen Milliardenübernahme durch Bayer zu 2016). Aktionærerne må følgelig tro på, at fusionen vil få positive udfald for verdens landbrug, og at de to organisationer tilsammen kan generere en højere profit, der gør det værd fortsat at investere i dem.

2.3 Et potentielt lobbypres

Den globale risiko i forbindelse med Bayer-Monsanto-fusionen kan bl.a. ses ved den bekymring, der udtrykkes ift. det lobbypres en så stor global kemikoncern vil få mulighed for at udøve for at fremme brugen af f.eks. det ukrudtshæmmende middel glyfosat og andre pesticider. Den betragtelige markedsandel (30% på verdensplan), som Bayer køber sig til, kan nemlig forventes at resultere i et enormt lobbypres på EU's beslutningstagere, der ved udgangen af 2017 på ny skal tage stilling til, hvorvidt europæiske landmænds brug af Monsanto's pesticider endnu engang kan få særtilladelse i EU (Ø. Greenpeace 2016). Dette lobbypres kan især blive stort i Tyskland, da det ikke længere vil være et amerikansk selskab, der skal forhandle med politikerne, men et tysk (Ø. Greenpeace 2016).

Det er dog stadig usikkert, hvorvidt myndigheder verden over vil acceptere fusionen. Eksempelvis har EU-kommissionen udvist tilbageholdenhed med at godkende en fusion af kemigiganterne Syngenta og Chem-China (Handelsblatt 2016). Et andet eksempel ses i fusionen af DOW Chemical og Dupont, hvor den oprindelige tidsplan foreløbigt er sat i bero (Handelsblatt 2016). EU-kommissionen har således udvist foreløbige betænkeligheder ved at godkende disse fusioner og ønsker måske hermed at signalere, at den ikke er modtagelig for lobbypres.

Bayer og Monsanto er imidlertid kendte lobbyist-koncerner og tilsammen brugte de 120 millioner dollars indenfor det sidste årti på lobbyisme (Huffpost 2016) (The Washington Post 2016). Der er dermed risiko for, at den fusionerede koncern får en så stor økonomisk ballast, at den kan bruge endnu flere midler på lobbyisme og indsætte disse kræfter i flere lande. Hvis koncernen får

mulighed for at påvirke beslutningstagere verden over til at lempe reglerne for f.eks. pesticidfremstilling og -brug, er det selvsagt ikke kun enkelte befolkningsgrupper og lande, der vil mærke konsekvenserne.

Bayer-Monsanto-fusionen har således både et rumligt, et tidsligt og et socialt niveau, da lobbypresset fra en global kemi-koncern, der har 30% af verdensmarkedet, vil foregå i flere forskellige lande, ja over hele verden, og virkningen af dens produkter måske først vil vise sig om mange år og samtidig ikke er til at forudse med sikkerhed.

2.4 Forskelle på risikovurdering i EU og USA

Fusionen mellem Bayer og Monsanto er en fusion mellem to transnationale koncerner, der således støder på forskellige politiske, kulturelle, sociale og økonomiske erfaringer og holdninger, der ikke nødvendigvis kan overføres fra et land til et andet.

Når det kommer til lovgivning om genmodificerede fødevarer er EU og USA i høj grad forskelligt indstillet. EU's tilgang til genteknologi er blandt de strengeste i verden, og der bliver anvendt et forsigtighedsprincip i vurderingen af produkter (Europa-Kommissionen 2015). Forsigtigheden gælder krav om en før-markedsføringstilladelse for enhver GMO og miljøovervågning efter markedsføring af en enhver tilladt GMO (Europa-Kommissionen 2015). Kun en enkelt genteknologisk majs, MON 810, dyrkes således kommercielt i EU og blev tilladt tilbage i 1998 (Europa-Kommissionen 2015). Derudover findes der 58 GMO'er, der er tilladt til foderbrug og konsum i EU, heriblandt majs, bomuld, sojabønner, raps og sukkerroer (Europa-Kommissionen 2015). EU-lovgivningen foreskriver, at alle fødevarer og foderstoffer, der indeholder, består af eller er fremstillet vha. genteknologi skal varemærkes, medmindre indholdet er under 0,9%, og EU forbyder ikke anvendelse af "GMO-fri" mærkning (Europa-Kommissionen 2015).

I USA er der intet krav om, at varer skal mærkes, når de indeholder genmodificerede afgrøder, og virksomheder har ikke pligt til at oplyse, hvorvidt de fremstiller genteknologiske produkter (Time 2015). Det betyder dog ikke, at GMO'er ikke bliver fremstillet i stor stil (Time 2015). Genmodificeret såsæd blev første gang plantet i USA i 1996, og siden er antallet af

genmodificerede sojabønner og bomuld steget og udgør i dag 90% af den samlede produktion i USA (Time 2015).

Selvom USA's lovgivning historisk set har haft en tendens til at være mindre risikovillig end EU's lovgivning, når det gjaldt stoffer under mistanke for at være kræftfremkaldende, anvendes genteknologi steder i USA (Lynch og Vogel 2001) (Time 2015). Næsten tre fjerdedele af alle genmodificerede afgrøder produceres i USA, hvorimod næsten ingen fremstilles i Europa (Lynch og Vogel 2001).

2.5 Brugen af pesticider

Både Bayer og Monsanto fremstiller pesticider til brug i landbruget (Wikipedia, Bayer 2017) (Wikipedia, Monsanto 2017). Pesticider, der er en fællesbetegnelse for bl.a. gifttyperne ”insekticider”, ”herbicider” og ”fungicider”, er blevet forbundet med en lang række sundhedsskadelige effekter hos dyr og mennesker. De omfatter lettere symptomer såsom hovedpine og kvalme, men også alvorligere og kroniske problemer og sygdomme som barnløshed og kræft (Toxics Action Center 2015).

Selvom det generelt er et strengt reguleret område i de fleste af verdens lande, har man fundet frem til at 98% procent af sprøjtede insekticider og 95% af herbicider ender på en dyre- eller planteart, de ikke var tiltænkt anvendelse på, fordi de sprøjtes ud over hele marker og let spredes af vind og vejr (Wikipedia, Environmental impact of pesticides 2017). Andre pesticider er fedtopløselige og kan overføres til mennesker via komælk, eller når en kvinde ammer sit barn (Hedemand og Strandberg 2009). Fordi pesticider er fremstillet med henblik på at slå skadedyr ihjel, kan de også skade andre organismer, og selvom pesticider ikke alene er ansvarlige for, at naturen skades, har den en stor andel af skylden (Hedemand og Strandberg 2009).

Det er således vores egen landbrugsindustri, der sprøjter insekticider ud over jorden, hvor de lander på alle slags dyre og plantearter, der tilfældigvis også befinder sig i nærheden. Når vi køber frugt og grønt i supermarkedet, er risikoen for at indtage pesticidrester gennem maden dermed fremstillet af det samfund, vi alle er en del af.

Men det er kun en risiko, for der findes mange modstridende oplysninger. Selvom nogle kilder hævder, at pesticider mfl. lander andre steder, end der, hvor de er tiltænkt anvendelse, er der også kilder, der hævder, at denne risiko måske ikke er helt så stor, som den gøres til. Dette ses f.eks. i en undersøgelse publiceret i 2017 af Kleffmann Group, der dokumenterer, at mange landmænd i Tyskland gør sig umage for ikke at overskride de grænser for brug af pesticider, der er foreskrevet og følger grundsætningen for god faglig praksis: ”So viel wie nötig, so wenig wie möglich” (TopAgrar 2017) (IVA 2017). Undersøgelsen tilbageviser hermed anklager om, at pesticider bruges ukontrolleret i landbruget (TopAgrar 2017). Også i Schweiz er man i 2015 kommet frem til de samme resultater, nemlig at schweiziske bønder overholder reglerne for brug af pesticider (Pflanzenschützer.ch 2015).

Der findes naturligvis argumentation for, hvorfor pesticider er tilladt i Tyskland: Skadeorganismer truer planter både i haver og på marker og kan forringe høsten betydeligt og i værste fald i så høj grad, at der intet er tilbage at høste (BMEL 2017). Derfor er pesticider væsentlige at benytte for at undgå sådanne situationer, og deres tilladte brug bunder i omfangsrige undersøgelser af effekterne (BMEL 2017) (IVA 2017). Men fordi, der er en risiko for, at midlerne kan ende i miljøet eller i maden, er tilladelser og anvendelse blevet reguleret af de tyske myndigheder siden 1953 i DDR og 1968 i Den Tyske Forbundsrepublik (BMEL 2017).

2.6 Modstridende konklusioner

Som nævnt er der mange modstridende konklusioner, når det gælder farligheden af pesticider, og det ses tydeligt i spørgsmålet om glyfosat, et ukrudtsbekæmpende middel, der fremstilles af Monsanto (Süddeutsche Zeitung, Monsanto soll Glyphosat-Studien beeinflusst haben 2017). Det er et af de hyppigst brugte pesticider i det europæiske landbrug, selvom det i årevis har været diskuteret i videnskabskredse, hvorvidt glyfosat er kræftfremkaldende eller ej (Süddeutsche Zeitung, Monsanto soll Glyphosat-Studien beeinflusst haben 2017). Det Europæiske kemikalieagentur ECHA fremlagde i marts 2017 en undersøgelse, der konkluderede, at glyfosat ikke er kræftfremkaldende, hvilket den Europæiske fødevarerikkerhedsautoritet EFSA også tidligere har afgjort (Süddeutsche Zeitung, Monsanto soll Glyphosat-Studien beeinflusst haben 2017).

I marts 2015 derimod offentliggjorde WHO en undersøgelse baseret på videnskabelige studier, der konkluderede, at glyfosat og andre pesticider ”sandsynligvis” var kræftfremkaldende (IARC 2015). Pesticiderne bliver opdelt i to grupper hhv. 2A og 2B. Den første gruppe (2A) dækker over pesticider, hvor der findes begrænset bevismateriale for, at stoffet er skadeligt for mennesker (IARC 2015). Dette betyder, at der er blevet observeret sammenhænge mellem kræftfremkomst og pesticiderne, men at det ikke kan udelukkes, at der kan ligge andre omstændigheder til grund for sygdommens udbrud (IARC 2015). Den anden kategori (2B) betyder, at der findes overbevisende data for at konkludere, at det pågældende pesticid er kræftfremkaldende (IARC 2015). Glyfosat tilhører den første kategori 2A (IARC 2015).

Det er således svært og ikke mindst forvirrende for den enkelte forbruger at navigere rundt i de modstridende ekspertvurderinger, der i dette tilfælde kommer fra de officielle institutioner ECHA og WHO. Dette bliver ikke gjort lettere med kritikken af EU's procedure, der foreskriver, at det grundlæggende er op til producenterne selv at fremlægge risikovurderinger, der angår deres produkt, hvorfor uafhængige videnskabsfolk langt hen ad vejen spiller en noget nær ubetydelig rolle, når det gælder tilladelser af kemikalier og pesticider i EU (Süddeutsche Zeitung, Monsanto soll Glyphosat-Studien beeinflusst haben 2017).

Ikke desto mindre bliver der fremlagt modstridende konklusioner, som tilfældet er med ECHA og WHO, og det gør det heller ikke lettere for politikerne i EU at blive enige om, hvem de skal sætte deres lid til (Süddeutsche Zeitung, Monsanto soll Glyphosat-Studien beeinflusst haben 2017). Spørgsmålet er, om det er muligt at finde et endegyldigt svar.

Opsummering

Dette kapitel har gennemgået, hvordan teorien om risikosamfundet kan ses i lyset af den kommende fusion af kemi- og agrarkoncernerne Bayer og Monsanto. Risiko er nøglen til at forstå nogle af de mest grundlæggende karakteristika ved verden i dag, og det er menneskets vilkår at være udsat for en global risiko i det 21. århundrede. Risiko betyder ikke katastrofe, men derimod forventningen om en katastrofe, der opstår gennem moderniteten og dens medfølgende nødvendighed af at træffe valg og derved udsætte sig for risiko.

Risikosamfundet er særligt centralt i en globaliseret verden, hvor politiske, sociale, kulturelle og økonomiske faktorer mødes. Her er tid og rum adskilt, politikernes magt forskydes ud i samfundet, og eksperternes konklusioner er modstridende, hvilket danner grundlag for en refleksivitet i samfundet, hvor viden mest af alt afspejler alt det, der ikke er kendskab til.

Bayer-Monsanto-fusionen sætter et billede på risikosamfundet, hvor ingen med sikkerhed kan sige, hvad der reelt kommer til at ske, når fusionen bliver godkendt, hverken i forhold til den kommende organisations opbygning eller dens produkter. Der skabes således en usikkerhed om fremtidens kemiske landbrug, hvor både eksperter, regeringer, NGOer og almindelige borgere blander sig i debatten i et forsøg på at præge den offentlige samtale, og sidst, men ikke mindst, Bayer og Monsanto selv er kommet med et bidrag i form af *advancingtogether.com/de*.



DISKURSIV PRAKSIS

Dette kapitel belyser stakeholderteori og teori om dialog på digitale medier ved at fremlægge organisationers dialog som en etisk ledelses- og kommunikationsform, der øger værdiskabelse og stakeholderes gavn af samme. I dag foregår store dele af organisationers kommunikation på internettet, og der ses derfor på den betydning de digitale medier har for stakeholdere.

I anden del af kapitlet analyseres hjemmesiden *advancingtogether.com/de* for at undersøge, hvordan dens opbygning og brugerflade forholder sig til Bayer og Monsanto's stakeholdere, og hvordan der opfordres til/hvilke muligheder der gives for at indgå i en dialog med organisationerne.

1.0 Stakeholdere og de digitale medier

1.1 Public relations som brobygger

Begrebet public relations (PR) lægger vægt på opbygningen af forhold til offentligheden (Springer Gabler 2017). Det tyske public relations forbund, DPRG, definerer PR som ”das bewusste und legitime Bemühen um Verständnis sowie um Aufbau und Pflege von Vertrauen in der Öffentlichkeit auf der Grundlage systematischer Erforschung.“ (PR-Wörterbuch 2007). PR kan således defineres som en tillidsopbyggende og -plejende disciplin, der søger at skabe forståelse mellem organisationer og offentligheder og derfor investerer tid og ressourcer i at lære offentlighedens motiver og argumenter at kende.

Mange opfatter dog PR som et redskab til at udsende meddelelser, hvis formål det er at få organisationer til at se godt ud i medierne eller sælge produkter i stedet for som en ledelsesaktivitet, der forbedrer forhold mellem stakeholdere og organisationer (Grunig 2011,12). En kritik af denne holdning til PR går på, at organisationer, der handler sådan, tror på, at de kan sløre deres beslutninger og handlinger, så længe deres PR-aktiviteter skaber et godt indtryk, og at de således kan handle udelukkende efter, hvad deres ledelse mener og ikke tage sig af offentligheden (Grunig 2011, 13).

I stedet for at have en beskyttelsesfunktion, hvor PR blot tjener til at give et forskønnet billede udadtil, skal PR betragtes som havende en brobyggende funktion, der er designet til at bygge forhold til stakeholdere gennem en tovejskommunikation (Grunig 2011, 13). PR giver således organisationer en måde, hvorpå de kan styrke offentligheder i at tage ledelsesbeslutninger og på samme tid får organisationerne input til beslutninger, udvikling af produkter, services og i det hele taget til at foretage handlinger, der er accepterede og efterspurgt af deres stakeholdere (Grunig 2011, 15).

1.2 Stakeholderteoriens udgangspunkt

Robert Freeman har leveret en definition, ifølge hvilken begrebet stakeholder dækker over alle personer eller grupper af personer, der har indflydelse på en organisation eller bliver influeret af den (Dix 2005, 305). På denne måde består stakeholdere af en bred kategori af mennesker, der kan blive berørt af ledelsesbeslutninger eller selv påvirker disse beslutninger, f.eks. medarbejdere, borgere, kunder, aktionærer, medier, ledelse, bestyrelser m.fl. (Grunig 2011, 18) (Dix 2005, 317).

Stakeholderteorien er bl.a. et forsøg på at imødegå essentielle problemer indenfor organisationsledelse, hvor organisationer i nogle tilfælde betragtes som aktionærernes ejendom og derfor kun har en begrænset forpligtelse overfor andre (Freeman, et al. 2010, 4). Dette ses f.eks. ved et skifte i opfattelsen af organisationskultur i 1970'erne, hvor amerikanske økonomer udviklede ideen om, at maksimering af aktionærers udbytte var en organisations egentlige formål (PCP 2016). Denne tankegang har bl.a. været medvirkende til, at aktieudbyttet til aktionærer i Storbritannien er steget fra 10£ ud af hver 100£ i 1970 til 60-70£ ud af hver 100£ i dag (PCP 2016). Også i Danmark har Danske Bank været udsat for kritik for at udbetale profitten til sine aktionærer i stedet for at kanalisere den ind i en polstring af banken til brug i krisetider (Berlingske Business 2017).

Stakeholderteorien ønsker at være et alternativ til denne forestilling om, at aktionærerne (eller en hvilken som helst anden enkeltstående interessegruppe) er de vigtigste relationer for en organisation, og forsøger at afklare, hvordan der kan skabes værdi og samtidig skabes handel i en verden, hvor der sker en kontinuerlig forandring i organisationers relationer f.eks. indenfor en

national, industriel og samfundsmæssig kontekst (Freeman, et al. 2010, 4). Dette sættes i sammenhæng med kapitalismen, der fra tid til anden har problemer med at overholde en etisk opførsel og med ledelsers indstilling overfor at kombinere business og etik, der f.eks. er set ved brug af børnearbejde og moderne slaver i tredje verdenslande (Freeman, et al. 2010, 4). Hvis der dog fokuseres på relationer mellem en organisation og de grupper eller individer, der kan influere den eller blive influeret af den, kan problemerne med manglende etisk opførsel modvirkes, og der kan samtidig skabes handel (Freeman, et al. 2010, 5-6). Det er således ikke alene skabelsen af kundeværdi eller aktionærværdi, der skal tjene som ledelsens værdiorientering, men derimod skabelsen af stakeholderværdi, dvs. værdi både for kunder, medarbejdere og aktionærer mfl., sådan så alle parter, både organisation og stakeholdere, profiterer af organisationens eksistens (Dix 2005, 306).

1.3 Kommunikationens rolle og beslutningstagning

Kommunikation indtager en central rolle i ledelsen af stakeholder-forhold og det er dens opgave at tilbyde organisationens eksterne stakeholdere den information de har brug for (Dix 2005, 302). Det bliver dog også mere og mere nødvendigt for en organisation at opbygge et forhold til stakeholderne karakteriseret af gensidig tillid og i dialog med stakeholdergrupperne at tilegne sig nyttig viden, der kan hjælpe med organisationens succes på markedet (Dix 2005, 302). Ledelsen af forholdene til de eksterne stakeholdere bør baseres på kommunikativ udveksling, da forholdene uden kommunikation ikke resulterer i fordele for begge parter (Dix 2005, 303). Uden intern kommunikation kan en organisation ikke fungere, fordi de interne organisationsmedlemmer, f.eks. medarbejdere, ledelse og ejere, også skal betragtes som stakeholdere (Dix 2005, 303). Det betyder, at en organisation hverken kan fungere internt eller udadtil uden en klar planlægning af kommunikationen med dens stakeholdere (Dix 2005, 305).

Organisationer bør identificere offentligheder før beslutninger tages og forsøge at etablere forhold til de mennesker, der kan blive berørt af organisationens handlinger, for at undgå kriser (Grunig 2011, 19). Offentligheder, der ikke har mulighed for at forebygge skadelige konsekvenser, der kan opstå som følge af en organisations beslutninger, eller selv medvirke til positive forandringer, har generelt en tendens til at opfatte og formidle organisationens handlinger som problematiske, hvilket potentielt kan føre til kriser (Grunig 2011, 19). Derimod kan det resultere i forbedrede

forhold til stakeholderne, hvis problemer eller potentielle problemer diskuteres og forhandles med offentligheder gennem kommunikation (Grunig 2011, 19).

Et eksempel kunne være et firma, der ikke formår at kommunikere sin forandringsstrategi ordentligt til sine medarbejdere (PWC 2017). Hvis medarbejderne først bliver lovet, at der ikke bliver nogen fyringer som følge af forandringerne, men senere via intranettet eller upersonlige ”masse-emails” får at vide, at der alligevel skal foretages sparerunder, skaber det forvirring (PWC 2017). Medarbejderne føler ikke, at der bliver taget hånd om dem og bliver vrede og demotiverede, og der kan opstå rygtedannelse som led i den upersonlige og ukonkrete kommunikation (PWC 2017). I et sådant tilfælde, hvor medarbejderne føler sig overset og ført bag lyset, vil de ikke være motiverede til at kæmpe for, at de nødvendige forandringer, ledelsen har besluttet, bliver ført ud i livet, og firmaet vil være dårligt stillet med uengagerede og vrede medarbejdere (PWC 2017). Derfor er det vigtigt at sørge for, at medarbejderne inddrages i processerne og informeres klart og tydeligt, så rygter og tvivl kan reduceres til et minimum.

1.4 Envejskommunikation, omdømme og kriser

Det er vigtigt at skelne mellem at udbrede information og skabe en offentlig dialog (Kent & Taylor 1998, 325). Etisk PR handler ikke om at svare eller tale, men om at imødekomme offentlighedens behov gennem dialog og forståelse (Kent & Taylor 1998, 325).

Derfor kan principperne om integration og ansvarlighed også ses som stakeholderteoriens kernebudskab, fordi de personer, der beskæftiger sig med at skabe værdi gennem handel har et ansvar overfor de mennesker, deres handlinger påvirker (Freeman, et al. 2010, 9). Hvis der skal dæmmes op for kapitalismens problemer med etisk opførsel, som det f.eks. ses ved løndumping eller fremstilling af palmeolie, bør organisationer vise, at de kan skabe handel samtidig med, at de tager hensyn til og forpligter sig overfor de mennesker, de berører (Freeman, et al. 2010, 9).

Der ligger et stort ansvar forbundet med at kommunikere et afbalanceret hele af de flere forskellige sider, der kan være til en oplevet ”sandhed”, men den er ikke altid så let at definere, især ikke i PR, hvor der har været eksempler på, at der kan findes et noget fleksibelt forhold til den (Dix 2005, 320). For eksempel kom det i november 2015 frem, at bilfirmaet Volkswagen havde manipuleret

med software i deres dieselmotorer, for at bilerne kunne bestå bestemte miljøtests og sælges som miljøvenlige (Zeit Online, Was wir über den Abgasskandal wissen 2015). Her er det klart, at der var tale om, at bilernes egentlige miljøbelastning blev holdt skjult samtidig med, at de blev promoveret som overholdende de gældende regler for partikeludledning, hvilket sendte Volkswagen ud i en krise (Zeit Online, Was wir über den Abgasskandal wissen 2015). Derfor er det også desto vigtigere, at en organisation ikke udsender forskønnet information, fordi stakeholdere på denne måde mister muligheden for at handle på et kvalificeret grundlag, f.eks. købe en miljøvenlig bil (Dix 2005, 319).

Strategisk PR involverer altid krisebehandling af den ene eller den anden art, herunder også behandling af potentielle kriser (Grunig 2011, 22). En betragtelig del af alle kriser bliver påført organisationen af ledelsen selv pga. beslutninger i stedet for uheld eller naturkatastrofer, hvilket resulterer i, at de fleste kriser opstår, fordi ledelsen ikke var god nok til at kommunikere strategisk med offentligheder om potentielle problemer, før offentlighederne opfattede det som et problem og herefter en eventuel krise (Grunig 2011, 22).

For at få et godt omdømme, gælder det således om at pleje relationen til stakeholdere, da PR har en større langtidseffekt på relationer end på en organisations omdømme, idet omdømme langt hen ad vejen er et biprodukt af ledelsens opførsel og organisationens forhold til dens stakeholdere (Grunig 2011, 27).

1.5 Dialog som mål for organisationens kommunikation

Det teoretiske udgangspunkt for den gensidige symmetriske kommunikation er at bibringe organisationer og dets offentligheder en måde at kommunikere interaktivt på (Kent & Taylor 1998, 323). Dialog er en proces, ikke et produkt, dvs. at dialog ikke skal betragtes som en vej til et mål, men nærmere som målet i sig selv (Kent & Taylor 1998, 323-324). Den dialogiske proces fokuserer nemlig på de holdninger, deltagerne i en kommunikativ udveksling har til hinanden, og således bliver selve kommunikationen til målet for interaktionen (Kent & Taylor 1998, 324).

Dialog er ikke en kur mod alt ondt, og en dialogisk tilgang kan ikke tvinge en organisation til at opføre sig etisk forsvarligt (Kent & Taylor 2001, 24). Derimod kan dialog bruges med både

moralske og immoralske mål for øje (Kent & Taylor 2001, 24). Dialog er ikke en proces med en række af trin, der skal gennemføres, men skal ses som processen af kontinuerlig kommunikation og holdbare forhold (Kent & Taylor 2001, 24). Det er en proces, der indeholder tillid, risiko og sårbarhed, hvorfor deltagerne i en dialog også kan blive manipuleret af skrupelløse organisationer eller offentligheder (Kent & Taylor 2001, 24). Det, dialogen kan, er at forandre selve forholdet mellem organisation og offentlighed ved at placere fokus på forholdet mellem dem, hvorimod dialogen ikke kan gennemtvinge moralske handlinger eller få en organisation til at svare offentligheden (Kent & Taylor 2001, 24).

Der kan fremsættes fem punkter at orientere sig mod i dialogen for at styrke relationen mellem organisation og stakeholdere: *Gensidighed* (accept af organisationers og stakeholderes gensidige afhængighed), *nærhed* (at kommunikere før beslutninger træffes), *empati* (atmosfære af støtte og tillid i dialogen), *risiko* (villighed til at være sårbar i dialogen) og *forpligtelse* (hvor høj grad en organisation involverer sig i dialog, fortolkning og forståelse)² (Kent & Taylor 2001, 24-25).

Det er således vigtigt for en organisations relation til sine stakeholdere, at den udviser interesse og forståelse for de problemstillinger, der har høj prioritet hos stakeholderne. Hvis stakeholderne føler sig forstået, får de også en bedre indstilling til organisationen, idet de fleste mennesker danner sympati for nogen, der respekterer dem og vil dem det godt.

1.6 At integrere dialog på internettet

En virkelig stor del af verdens befolkning har nu adgang til internettet og bruger digitale medier, og også i udviklingslande ses en stigning i brugen af internet og digitale medier (Grunig 2009, 3). Derfor er størstedelen af PRs arbejdsområde blevet globaliseret, hvilket tvinger organisationer til at tænke globalt, når de planlægger deres PR-strategier (Grunig 2009, 3). Teknologi kan ikke i sig selv hverken skabe eller ødelægge forhold og interaktioner, men det er hvordan teknologien bliver brugt, der har en indflydelse på organisationers forhold til deres offentlighed (Kent & Taylor 1998, 324).

² *Mutuality, propinquity, empathy, risk, commitment*

PR har fået mere fokus på interpersonelle kommunikationskanaler foranlediget af den fragmentering, der er sket af mere envejskommunikative traditionelle medier, fordi der er kommet et stigende antal af medier, herunder i særlig grad internettet, hvor der via hjemmeside, email og sociale medier er en meget hurtigere og lettere mulighed for at komme i kontakt med organisationer (Kent & Taylor 2001, 23). Hvis sociale medier benyttes fuldt ud, kan de gøre PR mere global, strategisk, tovejsorienteret og interaktiv (Grunig 2009, 1).

Gennem de sociale medier er det nemlig muligt at kommunikere direkte med organisationer i et offentligt rum, hvor alle kan deltage i debatten, uanset hvor de befinder sig. Dette ses til daglig f.eks. på diverse organisationers facebooksider, hvor enhver kan skrive kommentarer, og organisationen som oftest svarer indenfor kort tid. F.eks. svarer Dr. Oetker på sin facebookside indenfor et døgn på et spørgsmål om, hvorvidt man kan købe spiselige dekorationsbogstaver på internettet eller i almindelige butikker (Bilag 11).

Organisationer og deres offentligheder befinder sig sammen i internet-styrede sociale netværker, men det betyder ikke, at PR ikke stadig drejer sig om en organisations forhold til sine offentligheder (Grunig 2009, 6). Dette princip gælder stadig, selvom organisationer naturligvis ikke har tid til at pleje relationer med alle og enhver, og derfor gælder det for organisationen om at pleje forholdet til individer og grupper, der har et tilhørsforhold til den, fordi konsekvenser af dens beslutninger påvirker dem på den ene eller anden måde (Grunig 2009, 6).

Internettet er et sted, hvor dialog i særlig grad kan understøtte opbygningen af relationer, og da der er så mange tilgængelige kommunikationskanaler, kommer det meget tæt på idealet om personlighed i kommunikationen (Kent & Taylor 2001, 31). Dette har sin begrundelse i, at internettet kan bruges til at kommunikere direkte med offentligheder ved at tilbyde direkte samtaler, feedback, kommentarspor, kilder med information om organisationen og kontaktinformation (Kent & Taylor 2001, 31). På den måde kan organisationer styrke deres forpligtelse til dialog og udvikle interaktionen med offentligheder ved at bruge disse kanaler (Kent & Taylor 2001, 31).

Det er vigtigt at give offentligheden en mulighed for at stille spørgsmål til organisationen (Kent & Taylor 1998, 326). Det er nemlig ikke nok at få information, hvis ikke organisationen er i stand til at tilbyde netop den information, offentligheden ønsker (Kent & Taylor 1998, 326). En dialog søger at opbygge holdbare, ægte og værdifulde forhold til dens offentligheder og bør således ikke operere udelukkende som et propaganda-, marketing- eller reklameværktøj for organisationen (Kent & Taylor 1998, 340). Derfor bør hjemmesider sørge for at inkludere information af almen interesse og værdi for alle offentligheder, da de besøges og genbesøges, fordi de har en kontinuerlig værdi at tilbyde de besøgende (Kent & Taylor 1998, 237-238). Hvis en hjemmeside med jævne mellemrum bliver opdateret med værdifuld information fremstår den troværdig og organisationen bag vil opfattes som ansvarlig (Kent & Taylor 1998, 329). Den kan også indeholde spørgsmål og svar, materiale til download, teknisk eller specifik information og links til firmaer eller anden information (Kent & Taylor 1998, 329). Information bliver gjort tilgængelig, ikke for at vinde en debat, men for at tillade offentligheden at engagere sig i en dialog med en organisation som en informeret partner (Kent & Taylor 1998, 328). På den måde kan forhold til offentligheden opbygges ved at adressere dens spørgsmål og bekymringer (Kent & Taylor 1998, 328).

Den kendsgerning, at strømmen af information fra offentlige og private kampagner, reklamer, nyheder m.m. hele tiden vokser og når ud til større og større befolkningsgrupper, bl.a. og især pga. internettet, understøtter den frie meningsdannelse hos modtageren (Dix 2005, 311). Der kan godt nok ikke betingelsesløst tales om en bedre informationskvalitet, men muligheden for frit selv at danne sin egen mening gennem det store udvalg af informationskanaler og muligheden for at sammenligne meninger vokser sig stadig større (Dix 2005, 311).

For de fleste PR-medarbejdere har udbredelsen af digitale medier således ændret den måde, de arbejder på, hen mod en meget mere interaktiv kommunikationsform, men for enkelte er et gammelt tankesæt blevet hængende, og deres tilgang til de digitale medier er den samme som til de traditionelle medier, hvor fokus lå på, hvad organisationen kan fortælle stakeholderne, men ikke også på, hvad stakeholderne havde at bidrage med til organisationen (Grunig 2009, 3).

Organisationskommunikation kan derfor i store træk betragtes som bevægende sig fra afsenderbaseret envejskommunikation til interaktive kommunikationsformer – en bevægelse mod

tovejskommunikation (Dix 2005, 312). Udviklingen fra ikke-interaktiv envejskommunikation til interaktiv tovejskommunikation kan ses som en udvikling fra en organisationskommunikation, der var afsenderorienteret, til en, der er stakeholder- og dialogorienteret (Dix 2005, 312).

1.7 Kontrol af organisationens meddelelser

I evalueringen af digitale medier, bliver der ofte argumenteret for, at hverken PR-medarbejdere eller journalister, der arbejder indenfor mere traditionelle mediediscipliner, kan kontrollere informationsstrømmen (Grunig 2009, 4). I dag kan enhver arbejde som journalist, det kræver bare en internetforbindelse, alle og enhver kan indgå i frie samtaler om organisationer, og information er i høj grad tilgængelig for den, der ønsker den (Grunig 2009, 4). Det er bestemt rigtigt, at digitale medier gør det noget nær umuligt at kontrollere kommunikation, men det skal ikke forstås som et tab af kontrol, da det er en illusion at tro, at der nogensinde har været en sådan kontrol indenfor PR (Grunig 2009, 4).

Denne illusion af kontrol over information kommer fra en traditionel opfattelse af, at PR har en meddelelses-, offentligheds-, informations- og mediefunktion (Grunig 2009, 4). Ud fra dette synspunkt er det muligt at kontrollere, hvilke beskeder offentligheden får tilgang til, hvilket hænger sammen med en tro på, at offentligheder kan overtales, og at deres holdninger og handlinger kan influeres gennem envejskommunikation, der er udformet specifikt til at fremme organisationens interesser uden tanke for offentlighedernes interesser (Grunig 2009, 4). Derimod skal PR betragtes som en deltager i organisatorisk beslutningstagning i stedet for at blive opfattet som en afsender af information om en allerede truffet beslutning (Grunig 2009, 4).

En holdning til dette er, at medlemmer af offentligheder altid selv har kontrolleret de meddelelser, de er blevet introduceret for, og det har altså ikke været organisationen eller medierne, selvom de udlægger intentionen med meddelelserne for dem (Grunig 2009, 4). Det er stakeholderne, der definerer organisationens værdi og ikke modsat (Grunig 2009, 5). Derfor er de forskellige offentligheder også blevet styrket af internetmediernes udbredelse, da de nu er mindre begrænset af den information, som de traditionelle medier vælger at udsende, eller som organisationer udsender enten direkte eller gennem medierne (Grunig 2009, 6).

Set fra en anden synsvinkel står kommunikationsmedarbejderne dog med et særligt ansvar i deres arbejde, da de gennem kommunikationsmetoder og -redskaber har mulighed for at præge stakeholderne (Dix 2005, 308). Der er med andre ord forskellige holdninger til, hvorvidt stakeholdere bliver influeret af de informationer, de får fra organisationer, dvs. om magten ligger hos organisationen gennem indflydelse, eller om den ligger hos stakeholderne gennem fortolkning. Det må være svært at sige med sikkerhed, at ingen nogensinde et blevet berørt af eller har fået udfordret sine holdninger af en reklamekampagne, men samtidig er det også bevist, at en kampagne, der skulle fremkalde en bestemt følelse hos sit publikum, er endt med at fremkalde en helt anden. Her er et godt eksempel Biancos reklamevideo fra 2017, der skulle sende et feministisk budskab, men blev beskyldt for at misbruge feminismen til at tjene penge (BT 2017). Hvorvidt det er op til organisationen eller stakeholderne at bestemme, hvordan et budskab opfattes, må således siges at være ”både og”, idet organisationen bestemmer indholdet og formen for kampagnen og derved leder opmærksomheden et bestemt sted hen, men stakeholderne i sidste ende bestemmer, om de tror på budskabet.

1.8 Nye medier vs. gamle

Mange organisationer bruger de digitale medier på samme måde, som de brugte de traditionelle, nemlig til at sende beskeder ud til den almene befolkning i stedet for at bruge dem som et strategisk redskab til at interagere med offentligheder og føre information fra forskellige miljøer ind i organisationens beslutningsproces (Grunig 2009, 1). Mange PR-medarbejdere brugte i begyndelsen internettet som en form for informationsholdeplads, hvor hjemmesider blev brugt til at udbrede information, og offentliggøre publikationer og nyhedsbreve (Grunig 2009, 7). Når de digitale medier bliver anvendt på samme måde som de traditionelle, er det blevet kaldt for Web 0.1, hvorimod en mere moderne brug af internetmedier, der tager højde for de interaktive og dialogiske muligheder, der tilbydes gennem de nye medier, kaldes Web 0.2 (Grunig 2009, 7). Det er dog ikke alle steder, at benyttelsen af internettet som Web 0.2 ses (Grunig 2009, 7).

De nye digitale medier har dialogiske, interaktive, relationelle og globale muligheder, der gør dem perfekt egnede til strategisk brug af PR, idet disse muligheder i stor udstrækning tvinger PR-medarbejdere til at forlade deres traditionelle envejs-, meddelelsesorienterede-, asymmetriske praksis (Grunig 2009, 6).

1.9 To udgangspunkter for dialog på internettet

For at forstå hvorfor nogle PR-medarbejdere anvender de nye digitale medier på gamle, mere traditionelle måder, kan der med fordel skelnes mellem to udgangspunkter: det fortolkende eller symbolske paradigme og opførsels- eller det strategiske ledelsesparadigme (Grunig 2009, 8).

Det symbolske paradigme betegner den tendens nogle PR-medarbejdere kan have med generelt at gå ud fra, at det er PRs formål at yde indflydelse på den måde, offentligheder betragter og relaterer til en organisation på (Grunig 2009, 9). Ifølge dette synspunkt, er det den kommunikative taktik at skabe et indtryk hos offentlighederne af organisationen, der gør den i stand til at beskytte sig mod sine omgivelser og samtidig tillader organisationen at opføre sig som den ønsker (Grunig 2009, 9). Det symbolske paradigme afspejler således tankegangen hos de PR-medarbejdere, der foretrækker at tage beslutninger uden indblanding fra offentligheder, og det repræsenterer en form for ønsketænkning, der tror, at meddelelser alene kan beskytte en organisation fra dens offentligheder (Grunig 2009, 9).

Det strategiske ledelsesparadigme derimod har sit fokus rettet mod brobygning, således at PR bliver opfattet som en aktivitet, der tjener til at opbygge forhold til offentligheder og samarbejde med dem, i stedet for at beskytte sig mod dem (Grunig 2009, 9). Det strategiske ledelsesparadigme understreger vigtigheden af mange forskellige former for tovejskommunikation for at give offentligheder en stemme i ledelsesbeslutninger samtidig med at skabe dialog mellem ledelse og offentligheder, både før og efter en beslutning er truffet (Grunig 2009, 9). Dette resulterer i, at meddelelser både reflekterer informationsbehov i offentligheden og behovet for argumentation hos organisationer (Grunig 2009, 9).

2.0 Bayer og Monsanto

I det følgende afsnit analyseres hjemmesiden *advancingtogether.com/de* med fokus på dens opbygning og brugerflade for at undersøge, hvordan den forholder sig til og kommunikerer med Bayer og Monsanto's stakeholdere. Der refereres således løbende til hjemmesidens struktur, hvorfor bilagene i opgavens appendiks er tænkt som en hjælp til orientering.

2.1 *Advancingtogether.com/de* og dens stakeholdere

Den information, der er at finde på Bayers hjemmeside *advancingtogether.com/de*, er rettet mod offentligheden, da den er publiceret online og derfor kan findes af enhver, det være sig dem, informationen er særligt tiltænkt og alle andre med internetadgang. Det står ikke direkte beskrevet, hvem hjemmesiden henvender sig til, men i menuen er der fire faner, der kan klikkes på med følgende titler: *Über den Zusammenschluss*, *Zukunft der Landwirtschaft*, *Über Bayer* og *Investoren und Medien* (Bilag 4). Gennem to af disse faner bliver der om ikke andet sat direkte ord på, hvem der er særligt vigtige for Bayer at henvende sig til, nemlig både nuværende og potentielle investorer og medierne, der skriver om fusionen med Monsanto. De får deres egen fane med underfaner, der henvender sig specifikt til hver af de to områder, og derudover er også pressemeddelelser og downloads tilgængelige under fanen *Investoren und Medien* (Bilag 5).

Den anden fane, der mere indirekte fortæller om den tiltænkte modtager af information om Bayer-Monsanto-fusionen er fanen *Zukunft der Landwirtschaft* (Bilag 6). I princippet kan en meget bred gruppe være genstand for fokus med denne formulering, da både journalister og investorer, men også landmænd, forbrugere, fødevarer virksomheder, miljøforkæmpere og kritikere af koncernerne kan have interesse i at undersøge, hvordan Bayer ser fremtiden for landbruget i lyset af fusionen med Monsanto.

Det samme gælder for fanen *Über den Zusammenschluss*, der bl.a. har underfanen *Werte schaffen für alle* (Bilag 7). Ligesom med fanen *Zukunft der Landwirtschaft*, kan denne fane henvende sig til alle og enhver med interesse i fusionen, uanset hvilken gruppe af samfundet, man tilhører, samt om man besøger hjemmesiden som privatperson eller i embeds medfør. Selv samme budskab leverer den nævnte underfane, da den klart lader vide, at hele samfundet, ”alle”, vil komme til at nyde godt af fusionen og de efterfølgende tiltag, den vil iværksætte.

Som nævnt i kapitlet ovenfor, er det ikke muligt for en organisation selv at bestemme, hvordan offentligheder skal opfatte den, samt hvilke værdier de forbinder den med (Grunig 2011, 27). Det betyder dog ikke, at en organisation ikke kan arbejde for at få et godt omdømme, men til syvende og sidst er det offentlighederne selv, der bestemmer, hvordan de tolker den information, de har

fået forærende (Grunig 2011, 27). En måde at pleje forholdet til sine stakeholdere på, er gennem kommunikation og ved at informere dem om det, der foregår i organisationen (Grunig 2011, 27).

Det må ses som et led i en sådan strategi, at Bayer har oprettet en hel hjemmeside kun med det ene formål at berette om den kommende fusion med Monsanto, da Bayer har en hovedhjemmeside i forvejen, hvor en sådan information også kunne findes. En hel hjemmeside med information om den kommende fusion skaber dog en fornemmelse af, at der er så meget information at give om fusionen, at den ikke kan indeholdes på hovedhjemmesiden, hvilket afføder en fornemmelse af, at Bayer er gået i dybden med offentliggørelsen af tekst og dokumenter og ønsker at give et fyldigt indblik i både proces og argumentation. Samtidig formidler oprettelsen af en selvstændig hjemmeside tyngden af beslutningen om en fusion og en viden om, at det er en stor begivenhed både i branchen og verden, men viser også, at der ikke nødvendigvis er tale om en indlemmelse af Monsanto i Bayerkoncernen, idet fusionsinformationen ikke er indlemmet i Bayers hovedhjemmeside.

Selve navnet ”Advancing Together” giver dog et indtryk af, at Monsanto ikke vil blive glemt, og at det ikke kun er Bayer, der vil stå tilbage, efter at fusionen er gennemført (Bilag 4). ”Together” er et ord, der giver konnotationer til sammenhold, venskab og styrke, og giver en fortælling om, at de to organisationer vil være sammen om arbejdet, de vil samarbejde. På den måde gives der et indtryk af et fremtidigt ligeværdigt forhold, da et samarbejde fungerer bedst, når alle parter respekterer og lytter til hinanden. Ordet ”Advancing” spiller på fremskridt, fremtiden og forbedringer, hvilket fortæller, at den fusionerede organisation har tænkt sig at gøre fremskridt indenfor sit felt og gå fremtiden i møde med ambition og ærgerrighed. Fusionsprojektets navn fortæller dermed, at Bayer og Monsanto vil gå fremtiden i møde sammen, i et ligeværdigt forhold, og styrket arbejde for at forbedre deres produkter og organisation til stakeholderens bedste.

2.2 *Advancingtogether.com/de* og internettet som kommunikationsmiddel

Som det fremgår af ovenstående er en meget stor del af de muligheder, internettet byder PR-medarbejdere, at kommunikere direkte med stakeholdere gennem samtale, feedback og kommentarspor m.m. Det lader dog til, at det ikke er den form for PR, der har været i fokus i oprettelsen af *advancingtogether.com/de*, da der ikke er nogen lettilgængelig mulighed for at

komme i samtale med hverken Bayer eller Monsanto gennem hjemmesiden. Den lægger med andre ord op til at læse, men ikke til at man selv skal give sin mening til kende eller stille spørgsmål, med mindre man er journalist og søger information til artikler og nyhedsindslag.

Helt øverst i venstre hjørne og helt nederst mod højre findes der et link, der hedder *Kontakt* (Bilag 4). Det er muligt at klikke på det, men man kommer til en side, der er blank. Det er således ikke muligt at kontakte hverken Bayer eller Monsanto gennem *advancingtogether.com/de*. For at kontakte Bayer er det nødvendigt at klikke på fanen *Über Bayer* og derefter på underfanen *Governance & Führungskräfte*, for derefter at følge linket til Bayers hovedhjemmeside, eller også kan følge det link, der befinder sig i øverste venstre hjørne af skærmen ved siden af *Kontakt*-linket, hvor et hyperlink *Bayer Global* også sender en videre til Bayers hovedhjemmeside (Bilag 8). Herfra skal man trykke på denne hjemmesides link *Kontakt* for at komme til en standardformular, man kan udfylde med spørgsmål og kommentarer. Det er med andre ord ikke decideret lettilgængeligt at kontakte Bayer via *advancingtogether.com/de*. For at kontakte Monsanto, skal man klikke på fanen *Über den Zusammenschluss* og derefter på underfanen *Über Monsanto Company*, hvor man til sidst i en kortere tekst om firmaet opfordres til at besøge Monsanto's hjemmeside og blog, følge organisationen på Twitter og abonnere på deres nyhedsbrev (Bilag 9). Der bliver ikke direkte opfordret til dialog ved f.eks. selv at sige sin mening eller stille spørgsmål.

(Dette var imidlertid tilfældet indtil begyndelsen af maj 2017, hvilket lektor Anne Grethe Julius Pedersen kan bekræfte. Her blev kontaktformularen pludselig aktiveret under *Kontakt*-linket, sådan så det sidenhen har været muligt at kontakte Bayer gennem hjemmesiden. Nærværende analyse blev dog skrevet før kontaktformularen var mulig at benytte, og aktiveringen er derfor ikke inddraget her, men behandles til gengæld i diskussionen (Bilag 22-25.)

Spørgsmål og svar kan findes under samme fane *Über den Zusammenschluss* og dens underfane *Häufig gestellte Fragen*, der opstiller 27 spørgsmål med adskillige svar til hvert spørgsmål. Her er nogle af hovedoverskrifterne: *Shareholder Value*, *Engagement in den USA*, *Chancen für die Mitarbeiter*, *Innovative Lösungen für Landwirte* og *Integration und Nachhaltigkeit* (Bilag 10). Disse overskrifter indikerer, hvem Bayer og Monsanto betragter som vigtige stakeholdergrupper, der skal informeres om lige præcis deres område for at få svar på eventuelle spørgsmål. Der bliver

således taget hensyn til både investorer, medarbejdere og landmænd, men også til amerikanere, der kan være bange for, at produktionen bliver sendt ud af USA, nu da Monsanto ikke længere vil være en amerikansk ejet organisation, og der bliver også helt til sidst fokuseret på bæredygtighed.

2.3 *Advancingtogether.com/de* og udnyttelsen af internettets muligheder for dialog

Som beskrevet tidligere, er det ikke alle steder på internettet, at mulighederne for interaktivt at søge dialog med stakeholdere bliver benyttet fuldt ud. *Advancingtogether.com/de* kan ses som et tydeligt eksempel på denne betragtning, da det ikke er muligt at komme i kontakt med Bayer direkte gennem hjemmesiden, men først via hyperlink til Bayers hovedhjemmeside. Ift. Monsanto, bliver der dog givet et direkte link til deres Twitter-profil, men det bliver ikke specificeret, at den skal bruges til kommentarer eller spørgsmål, og linket findes ikke under kontakt-fanen, men et helt andet sted under fanen med information om Monsanto.

Der er således ikke meget, der tyder på, at *advancingtogether.com/de* er blevet oprettet for at initiere en autentisk dialog med Bayers og Monsanto's stakeholdere. Dette er måske heller ikke det en hjemmeside skal kunne levere i dag, hvor der findes så mange kommunikationskanaler, heriblandt sociale medier, der er bygget op omkring interaktiv dialog, men der er end ikke en henvisning til Bayers facebookside eller andre sociale medier, der benyttes af kemikoncernen, hvor stakeholderne kan komme i kontakt med dens repræsentanter.

På den måde lader det til, at hjemmesiden fokuserer på at føre en mere asymmetrisk envejskommunikation, hvor meddelelser udsendes til offentligheder uden interesse i, at disse offentligheder responderer. Dette kunne passe til det symbolske paradigme, hvor organisationen ikke ønsker at indgå i dialog med offentligheder, men i stedet søger at influere dem gennem en udsendelse af meddelelser, der beskytter organisationen (Grunig 2009, 9). Når *advancingtogether.com/de* ikke har nogen kontaktformular (før maj 2017) og kun i et tilfælde linker til en Twitter-profil (Monsantos, ikke Bayers) uden dog at opfordre til, at den bruges til spørgsmål eller kommentarer, giver det et indtryk af, at de to organisationer ikke ønsker at give en lettilgængelig adgang til kontakt. Det er ikke fordi, der ikke er mulighed for at kontakte både Bayer og Monsanto gennem de sociale medier, men det fremgår ikke af *advancingtogether.com/de*, udover Twitter-linket til Monsanto's profil. Det blivende indtryk er således, at Bayer og Monsanto

er mindre interesserede i at uddele direkte kontaktoplysninger til de stakeholdere, der interesserer sig specifikt for fusionen og derfor besøger *advancongtogether.com/de*, end de er på deres respektive hovedhjemmesider, hvor disse oplysninger findes.

Opsummering

I dette kapitel er dimensionen diskursiv praksis blevet benyttet til at belyse stakeholderes betydning for en organisation. Dette er blevet suppleret med internettet og de digitale mediers indflydelse på og muligheder for en organisations kommunikation og dialogiske aktivitet med netop dens stakeholdere.

Stakeholdere er blevet defineret som alle grupper i et samfund, der bliver influeret af og eller kan yde indflydelse på en organisations beslutninger. For at sikre et solidt forretningsgrundlag, er det vigtigt for en organisation at pleje forholdet til dens stakeholdere, og dette gøres med fordel gennem en dialog, der tjener som brobygning mellem organisationer og offentligheder og hjælper med en gensidig forståelse af motiver og ønsker.

Til at facilitere en sådan dialog er internettet et vigtigt redskab, da det giver organisationen mulighed for at få kommentarer fra og besvare spørgsmål hos en langt større række mennesker og samtidig giver langt flere mennesker mulighed for at blive hørt. Meningen med dialog er ikke at skabe konsensus, men at forsøge at nærme sig hinanden og blive klogere på den anden parts argumenter, sådan at et samarbejde og en gensidig forståelse kan etableres.

Advancintogether.com/de fokuserer især på medier og investorer som stakeholdere ved at dedikere en hel fane på hjemmesiden til disse grupper, men er også interesseret i at nå ud til landmænd, medarbejdere, kritikere og amerikanere, der alle italesættes gennem underfanen *Häufig gestellte Fragen*. Derimod efterlader *advancingtogether.com/de* ikke et indtryk af, at en mere direkte og interaktiv kommunikation er ønsket, da der ikke findes nogen information under fanen *Kontakt* (før maj 2017), og der i øvrigt ikke linkes til andre sociale medier end Monsanto's Twitter-profil.

TEKST

Dette kapitel repræsenterer den tekstuelle dimension i CDA og vil i sin første del anskueliggøre teorier om dialogicitet og argumentation for at danne grundlag for analysen. Der vil blive lagt fokus på sproget som indeholdende flere impulser i sig, dvs. være dialogisk i sin essens, da sprog bliver influeret af sociale omgivelser og ikke eksisterer uafhængigt af sin afsender, og det vil anskueliggøres, hvordan opfattelsen af situationer skabes gennem retorik og argumentation.

Anden del af kapitlet vil analysere spørgsmål og svar fra *Häufig gestellte Fragen* og ansvarsfraskrivelsen på adcanvingtogether.com/de for at undersøge, hvordan Bayer og Monsanto forklarer den kommende fusion til deres stakeholdere, hvilke retoriske situationer, der skabes, og hvordan argumentationen for fusionen opbygges.

1.0 Dialogicitet og argumentation

1.1 Den dialogiske diskurs

Dialogicitet er et redskab til at formulere, hvordan diskurs kan studeres, så den ikke fremstår flad og abstrakt (Bakhtin 1981, 2). Diskurs er nemlig et socialt fænomen, hvor form og indhold hører sammen, hvilket vil sige, at indholdet danner formen, og formen samtidig danner indholdet af sprog (Bakhtin 1981, 2). På den måde kan sproget ses dynamisk og kan indeholde flere forskellige betydninger alt efter, hvordan form og indhold kombineres.

Sproget kan inddeles i to: *the unitary* (det ensartede) og *heteroglossia* (det uensartede) (Bakhtin 1981, 270-271). Det normale ensartede sprog, der udgør *the unitary*, er et system af lingvistiske normer og et udtryk for de lingvistiske kræfter, der modarbejder *heteroglossia* (Bakhtin 1981, 270-271). Disse modarbejdende kræfter forenes og centraliseres omkring en verbal-ideologisk tanke, sådan så en stabil lingvistisk kerne, et officielt anerkendt litterært sprog, kan fremelskes (Bakhtin 1981, 270-271). Det har ført til et ensartet sprog, der kan kontrolleres og opsættes i system, f.eks. har vi ordbøger, der beskriver, hvilket sprog, der er det korrekte at benytte sig af i officielle og

offentlige sammenhænge og som indeholder regler for ord, der kan benyttes officielt og ord, der ikke kan.

Heteroglossia kan på den måde forstås som alt sprog, der findes udenfor det officielle, godkendte sprog, alt sprog der får lov til at leve og bevæge sig, danne og omdanne sig uden at blive evalueret eller begrænset i sit udtryk. Disse ”sprog” af *heteroglossia* krydser hinanden på flere forskellige måder, der danner nye sociale ”sprog” (Bakhtin 1981, 291). Her kunne et eksempel være slang, der bruges og udvikles uden hensyntagen til ordbøgers definitioner.

1.2 Sprogets sociale aspekter

Det sociale aspekt i ord og sprog, ses dog ikke altid lige tydeligt, da et ord kan anses alene som et objekt (Bakhtin 1981, 352). Dialogismen bryder med denne tænkning, da den betragter sprog og de ord, sproget er opbygget af, som mere end rene objekter (Bakhtin 1981, 279). Ethvert sprog bliver influeret af dets sociale omgivelser, og enhver diskurs i alle dens dagligdags-, retoriske- og akademiske former, kan ikke lade være med at orientere sig mod det, der allerede er sagt, det allerede kendte, den herskende mening (Bakhtin 1981, 278-279). Objektet selv vil altid have indre modsætningspar og afsenderen vil opdage, hvordan den sociale *heteroglossia*, der omgiver objektet, udfoldes, og se, at objektets dialektik og den sociale dialog, der omgiver det, er sammenvævet (Bakhtin 1981, 278). Ethvert ytret eller nedskrevet ord, ethvert sprog, indeholder således en dialog i sig selv, dvs. indeholder en reference til noget indeni sig selv. For eksempel findes der en dialogisme i ordet ”forvente”, da det antyder, at det, der forventes, både kan falde positivt og negativt ud, det indeholder to muligheder.

Dialogismen kommer indefra, fra den forfatter, der bruger sit sprog til at fremføre sine pointer, og dette sprog vil adskille sig fra andres sprog, idet dialogismen og de interne referencer vil være anderledes, for sproget er, ligesom de konkrete omgivelser, forfatterens bevidsthed befinder sig i, aldrig ensartet (Bakhtin 1981, 288). Det er kun ensartet, hvis det ses som et abstrakt grammatisk system, der udgøres af en normativ form, men i det tilfælde bliver det betragtet som isoleret fra de konkrete, ideologiske konceptualiseringer, der former det (Bakhtin 1981, 288). Sproget er fuldt af muligheder, der omarrangeres med en klar hensigt, sådan at det kan anvendes med en specifik retning for øje og fyldes med specifikt indhold (Bakhtin 1981, 289). Sproget bliver således tilført

konkret værdibedømmelse og speciel meningsdannelse, og får en holdning til udtryk og stillingtagen. (Bakhtin 1981, 289).

Men også verdensordener og -perspektiver har mulighed for at udnytte de muligheder, der findes i sproget, gennem en specifik og konkret insisteren, eksempelvis gennem grupper, blade, aviser, signifikante kunstneriske værker og endda individuelle personer, der alle er i stand til at kategorisere sprog i forhold til deres sociale betydning (Bakhtin 1981, 290). De formår at tiltrække ord og form ind i deres sfære ved at bruge deres egne karakteristiske intentioner og egenskaber (Bakhtin 1981, 290). På denne måde fremmedgøres ordene og formen og skaber en afstand til andre tendenser, grupper, kunstneriske værker og personer (Bakhtin 1981, 290). Men det må også tilføjes, at alle sprog, der hidrører fra *heteroglossia*, uanset hvilket princip, der kendetegner dem, repræsenterer specifikke perspektiver på verden og er karakteriseret af deres egne objekter, betydninger og værdier (Bakhtin 1981, 291-292).

1.3 Diskursen som levende impuls

Diskurs skal betragtes som noget levende udenfor sig selv, som en levende impuls, der sender sin virkning ud mod et objekt (Bakhtin 1981, 292). Hvis vi afkobler os selv fra denne impuls, vil der kun være ”ordets nøgne skelet” tilbage, og på den måde kan vi ikke lære noget om den sociale situation eller om den skæbne, et givent ord går i møde (Bakhtin 1981, 292). At studere ordet uden at tage hensyn til den impuls, der rækker udover det, er det samme som at studere en psykologisk oplevelse uden hensyntagen til den sammenhæng, oplevelsen fandt sted i, og som prægede den (Bakhtin 1981, 292). Ordet må således nødvendigvis studeres ud fra den sociale sammenhæng, der er en del af den fortid, nutid og fremtid, der karakteriserer det.

Hermed findes der ikke nogen neutrale ord og ingen neutral form, da ord og form altid vil tilhøre noget, fordi sprog er fuldstændig overtaget af intentioner og betoning (Bakhtin 1981, 293). Hvert ord emmer af den sammenhæng, det optræder i, er socialt ladet og fyldt med intentioner (Bakhtin 1981, 293).

Som gennemgående træk, hører diskursen tæt sammen med, og er gennem dialogiciteten iboende i, ordet, sproget og formen. Dette kan knyttes til retorikken, idet den talendes diskurs er et af de

vigtigste emner indenfor retorisk tale. Den retoriske diskurs vil altid prøve at overliste mulige modsvar f.eks. ved at gå videre til næste punkt, kritisere en tale, en artikel, et perspektiv, dvs. ved at polemisere, udstille og latterliggøre (Bakhtin 1981, 353). Når den analyserer en handling for at gå til modangreb, blotlægger den de verbale motiver og perspektiverne som de er baseret på og formulerer en egen handling med ord, der får den rette understregning, det kunne være ironi eller indignation (Bakhtin 1981, 353). En sådan retorik vil altid være præget af det sociale menneske, hvis mest fundamentale bevæggrunde får betydning gennem ordet (Bakhtin 1981, 353). Retorik beror i stor grad på den livlige genbetoning af de ord, den videregiver og ofte bliver de forvrænget til et punkt, der passer til konteksten (Bakhtin 1981, 354).

1.4 Retorikkens betydning for skabelsen af situationer

Netop det at få et sine ord til at passe til konteksten beskæftiger retorikken sig med. Enhver situation bliver opfattet på en bestemt måde ved at tilpasse en handling til en kategori, og denne kategori findes ofte inde i hovedet på den observerende (Vatz 1973, 154). Således kan ingen situation eksistere uafhængigt af den måde, dens observatør fortolker den på, ligesom situationen ikke kan opstå uafhængigt af den retorik, der bruges til at karakterisere den (Vatz 1973, 154). Retorikken skaber således situationen.

Det involverer en todelt proces at skabe en situation: *valg (choice)* og *vigtighed (salience)* på den ene side og *betydning (meaning)* på den anden side (Vatz 1973, 156-157). Først gælder det om at vælge hvilke handlinger, der skal kommunikeres i en verden, der er fuld af handlinger og events (Vatz 1973, 156). Enhver retoriker beskæftiger sig med denne udvælgelse, uanset om det er en redaktør, der udvælger historier til sin avis, eller det er en taler, der udvælger fakta om de personer, der indgår i hans tale (Vatz 1973, 156). Når valget af handling er taget, gælder det om at indgyde handlingen vigtighed (Vatz 1973, 157).

Den anden del i at kommunikere en situation er at tilføre informationen betydning (Vatz 1973, 157). Sprog er altid værdiladet, f.eks. med adjektiver, der beskriver en situation, ikke som den ”virkelige situation”, men som noget, der er oversat til en virkelighed (Vatz 1973, 157-158). Dette er en kreativ handling, der kræver fortolkning og en retorisk genskabelse (transcendence) af grænserne for, hvad handlingen skal indeholde, for handlinger bliver kun betydningsfulde for deres

publikum gennem lingvistisk gengivelse (Vatz 1973, 157). Kunsten at skabe *betydning* og *vigtighed* (*salience*) er retorikkens eksistensgrundlag, og på den måde er retorik ikke en effekt af, men en årsag til betydning (Vatz 1973, 160).

1.5 Præmisser og konklusioner i argumentationen

Når andre mennesker kommer med udsagn, eller vi selv føler os overbeviste om noget, kan disse overbevisninger og udsagn føres tilbage til følgeslutninger (Schlüsse) (K. Bayer 1999, 15). F.eks kan vi, når en mand siger, hans kone er syg, gå ud fra, at han er gift (K. Bayer 1999, 15). Eller vi kan gå ud fra, at en kat, der ligger og sover, kan finde ud af at klatre i træer, simpelthen ud fra vores viden om og erfaringer med katte (K. Bayer 1999, 15). Vi er således nærmest altid overladt til at danne følgeslutninger som disse, når vi bruger vores almene viden til at begå os i verden (K. Bayer 1999, 16).

Når vi skal argumentere for vores følgeslutninger, bruger vi argumenter, og de skabes, når vi i vores sproglige udtryk bevæger os fra det kendte til det nye (K. Bayer 1999, 16). Et argument består således altid af flere sætninger: En *konklusion*, vi ønsker at begrunde, og en eller flere *præmisser*, der skal understøtte konklusionen (K. Bayer 1999, 16).

Et argument kunne bestå af følgende: 1. Præmis: ”Alle katte kan klatre”, 2. Præmis: ”Tina er en kat” og konklusionen: ”Katten Tina kan klatre”.

Ud fra dette eksempel kan det således slås fast, at argumenter udgøres af en mængde sætninger (K. Bayer 1999, 16). Et argument skal dog ikke forveksles med argumentation, der må betragtes som sproglige handlinger, der indeholder et argument eller flere argumenter, der er knyttet til hinanden (K. Bayer 1999, 16).

Så snart et eller flere argumenter fremsættes, udsætter de sig for at blive kritiseret (K. Bayer 1999, 17). Når dette sker, må vi spørge os selv om argumentet er formuleret tilstrækkeligt præcist, om præmisserne eller konklusionen er holdbare, hvad vi egentlig ønsker at opnå med det fremsatte argument, hvorfor vi fremhæver nogle præmisser frem for andre og slutteligt, hvorvidt vores motiv er at udøve magt over andre gennem argumentet (K. Bayer 1999, 17).

1.6 Retorisk argumentation

Den retoriske argumentation tilpasser sig den sammenhæng, argumentationen fremstilles i, og modstår de prøvende spørgsmål, den kan blive udsat for, idet en person, der påstår noget, også forventer at blive taget seriøst (Toulmin 2003, 11). Dette er selve udgangspunktet for argumentationens kunst; at kunne svare kvalificeret igen på spørgsmål, der udfordrer ens argument. Hvor seriøst det fremsatte argument bliver taget afhænger af mange omstændigheder, f.eks. hvem der fremsætter det og dennes generelle anseelse og troværdighed (Toulmin 2003, 11).

Hver gang en person påstår noget, udsætter han sig selv for en risiko (Toulmin 2003, 13). Han risikerer nemlig at blive spurgt direkte ”hvad har du at have det i?” (”what have you got to go on?”), og dernæst er det op til ham at fremsætte den relevante fakta, eller hvad der ellers måtte være relevant, for at underbygge påstanden (Toulmin 2003, 13).

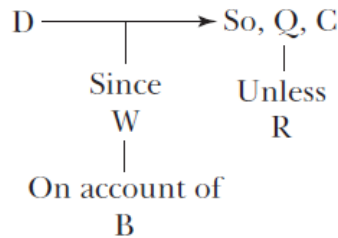
Der findes flere distinkte faser, når det gælder om at underbygge en påstand (Toulmin 2003, 16). Først skal et problem identificeres, og det kan gøres ved at stille et klart spørgsmål (Toulmin 2003, 16). Herefter følger selve forsvaret af påstande og dertil findes der en række af stadier, der kan kaldes modaludtryk (Toulmin 2003, 17).

Første stadie kaldes *mulighed* (*possibility*) (Toulmin 2003, 17). Begrebet dækker over at give plads til at overveje andre muligheder for et givent svar på det spørgsmål, der var udgangspunktet for den fremsatte påstand (Toulmin 2003, 17). Man skal således være klar til at bruge lidt tid på at gennemgå bevismaterialet for andre mulige påstande end ens egen, som svar på det oprindelige spørgsmål, (Toulmin 2003, 17). Et andet stadie er *det umulige* (*impossibility*), hvor et af de foreslåede alternative påstande fra *det muliges* stadie bliver afvist på baggrund af at være umuligt (Toulmin 2003, 20).

Et tredje stadie i argumentationen er *nødvendighed* (*necessity*) (Toulmin 2003, 19). Her er man nået frem til, at der kun kan findes et svar på det spørgsmål, der var genstand for det påståede, og der argumenteres gerne med, at noget ”bliver nødt til” at være sådan eller det ”nødvendigvis” må forholde sig sådan (Toulmin 2003, 19). Til sidst er der stadiet med *antagelser* (*presumptions*), hvor

det antages, at noget forholder sig sådan og som konsekvens deraf må føre til en specifik påstand (Toulmin 2003, 21). Her kunne eksempel være, at en person, der er sprunget ud af et vindue, må kunne antages at være faldet ned på jorden (Toulmin 2003, 21).

I gennemgangen af et arguments opbygning, er det nødvendigt at introducere C (*claim/conclusion*), der betegner *påstanden*, der vha. argumentation skal underbygges og D (*data*) for *fakta*, der danner selve grundlaget for argumentationen (Toulmin 2003, 90). Fakta (D) gør det muligt at fælde en påstand (C), dvs. at hvis fakta er D må påstanden være lig med C (Toulmin 2003, 91). Men det kan være, at det ikke er nok, og der kræves yderligere bevis for påstandens rigtighed (Toulmin 2003, 90). Her må W (*warrants*) introduceres, der betegner *garanti* (Toulmin 2003, 91).



Toulmin 2003, 97

The Layout of Arguments

Fakta (D) besvarer således det tidligere stillede spørgsmål ”hvad har du at have det i?” (”what have you got to go on?”), der bliver stillet med det formål at besvare påstanden, mens garantien (W) står for ”hvordan fandt du frem til det?” (”how do you get there?”) (Toulmin 2003, 91). Garantien (W) bør betragtes som et udsagn, der besvarer ”fordi” (since). En eksempelsætning kunne være: Harry blev født på Bermuda (D), så Harry er en britisk statsborger (C), fordi en mand, der er født på Bermuda bliver britisk statsborger (W) (Toulmin 2003, 92). C er påstanden, D er fakta og W står som garantien for, at påstanden er sand.

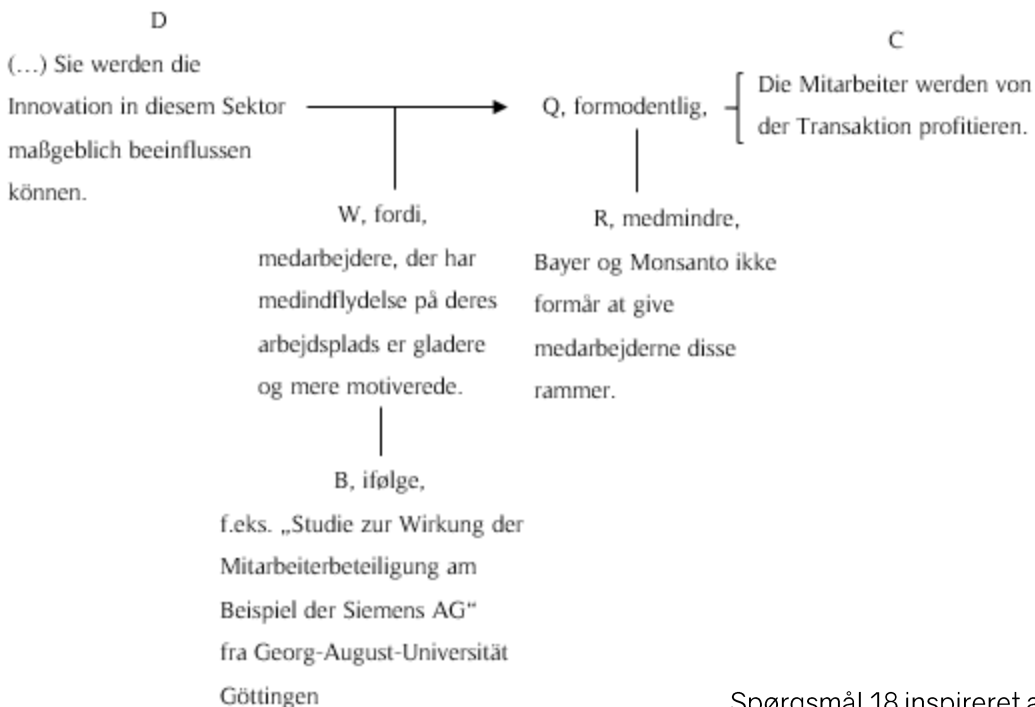
Forskellen på fakta (D) og garanti (W) er, at fakta bliver udtrykt eksplicit, mens garantien er implicit og dermed usagt (Toulmin 2003, 92). Derudover står garanti (W) som en generel betragtning, der ikke kan bestrides og som kan anses for at være gældende som sand i alle argumenter, der har den rette relevans for påstanden (Toulmin 2003, 92).

2.0 Bayer og Monsanto

I det følgende analyseres syv spørgsmål og tilhørende svar fra *Häufig gestellte Fragen* og ansvarsfraskrivelsen på *advancingtogether.com/de* (BILAG 12-20).

Hvert spørgsmål er inddelt efter den stakeholdergruppe, det tilhører, f.eks. medarbejdere eller landmænd. Selvom spørgsmålene er opstillet som netop spørgsmål, dvs. udsagn, der ikke er underbygget, før svarene er accepteret, kan de dog betragtes som en slags indirekte konklusioner i en argumentation, hvor svarene udgør præmisserne.

Et eksempel kunne være spørgsmål nummer 18: ”Wie werden die Mitarbeiter von der Transaktion profitieren?” (Bilag 15). Gennem udsagnets form som spørgsmål lægges der op til, at det endnu ikke er givet, at medarbejderne vil blive tilgodeset gennem fusionen – det er den spørgende i hvert fald ikke helt sikker på. Svarene tjener dog alle til at overbevise spørgeren om, at medarbejderne rent faktisk vil få noget positivt ud af fusionen, og på den måde bliver spørgsmålet til et konkluderende udsagn, understøttet af præmisserne/svarene.



Spørgsmål 18 inspireret af Toulmin 2003
Clara Sune Buch, 2017

Spørgsmålet kan på den måde inddeles som en påstand C: Fusionen vil gavne medarbejderne. Dertil vil svarene (svar nr. 1 i dette eksempel) udgøre fakta D, da de begrundes spørgsmålets/påstandens rigtighed: Medarbejderne vil få gavn af fusionen gennem en øget indflydelse på organisationens innovation. D underbygges af den udtalte garanti W, nemlig at medarbejdere er glædest, når de kan få lov at præge deres eget arbejdsliv. Dette er en udbredt opfattelse og kan ses begrundet i videnskabelige studier, hvilket bakker op B om garantien W. Der er naturligvis en risiko forbundet med udsagnet, da der kan opstå faktorer, der medfører, at medarbejderne ikke får den bebudede indflydelse Q og R. Dette kan f.eks. ses i modalverbet ”können” i svar 1/D, der udtrykker en dialogicitet, idet udfaldet kan blive positivt eller negativt. Således har Bayer argumenteret for, at de nye tiltag gennem fusionen vil gavne medarbejderne. Argumentet (D er lig med C) giver mening, fordi modtageren selv udfylder de udtalte forklaringer i tankerne (W, B og R).

2.1 De vigtigste spørgsmål (Bilag 12)

Første spørgsmål i gruppen ”de vigtigste spørgsmål” omhandler, hvorfor Bayer har besluttet at købe Monsanto. Der fremsættes fem svar, der hver især behandler en forskellig præmis for, hvorfor Bayer-Monsanto-fusionen ønskes gennemført. Svarene behandler disse fem emner: landbrug, udfordringer, Crop Science, førerposition og det næste logiske skridt.

I forbindelse med *landbruget*, skabes der i det første svar, en situation, hvor verden mangler mad. Det er det første svar og må derfor kunne opfattes som en præmis, der er prioriteret højt af Bayer og danner et væsentligt grundlag for fusionen. Dette indikerer, hvad Bayer ser som særlig vigtigt og ønsker at gøre noget ved. Betydningen af den udfordring, landbruget står overfor, er at finde i det personlige pronomen ”wir”, der ikke bliver brugt i forbindelse med Bayers navn specifikt og derfor kan være henvendt til landbruget som sådan, men også til alle, der læser det, og derved signalerer, at det er en fælles opgave, der skal løses. Der bliver derudover talt til følelserne, da udsagnet om, at endnu tre millioner mennesker skal brødfødes, bliver stillet som et spørgsmål, der henvender sig direkte til læseren og opfordrer til, at man selv tænker over problemstillingen og derved sympatiserer med dem, der ikke har mad.

I andet svar bliver der lagt vægt på de *udfordringer*, der er at finde i samfundet. I svaret fortæller Bayer, at organisationen har gjort det til sin opgave at tage store, samfundsmæssige udfordringer på sig. Brugen af ”aufnehmen” vidner om en form for opofrelse, idet det ligger i ordet, at Bayer ikke behøvede at tage udfordringen op, men har valgt at gøre det, fordi organisationen er sit samfundsansvar bevidst. Både brugen af ”Aufgabe” og ”große gesellschaftliche Herausforderungen“ supplerer dette, men siger samtidig noget om, at Bayer er en stor og ressourcestærk organisation, der kan magte at lægge sig ud med samfundsanliggender og ikke er bange for at gå ind i en svær udfordring.

Tredje svar behandler Bayers underafdeling *Crop Science*. Ved at bruge formuleringen ”wir haben stets betont” trækker svaret tråde tilbage til tidligere tiders udsagn, og på den måde viser Bayer, at organisationen har en kontinuerlig arbejdsmoral og holder sine løfter. Fusionen bliver således en konsekvens af Bayers Crop Science-afdeling.

Fjerde svar retter sit fokus mod *førerpositioner* og lader til at fremføre en mere personlig præmis for at købe Monsanto, nemlig at Bayer vil være størst og opnå „führende Positionen“. Når man læser formuleringen ”überzeugende Gelegenheit”, lader det næsten til, at beslutningstagerne ikke har kunnet modstå muligheden for at blive blandt de allerstørste koncerner på markedet. Det bliver dog ikke udtrykt direkte, men gennem genitivformen ”wäre”, hvilket udtrykker en form for tilbageholdenhed samtidig med en viden om, at fusionen endnu ikke er gennemført.

Det næste logiske skridt for Bayer er genstand for fokus i det femte svar. Organisationen påstår ikke hårdnakket, at fusionen er den rigtige løsning, men giver udtryk for, at det er den rigtige løsning set ud fra deres synspunkt ved at skrive ”für uns”. Dette supplerer organisationen ved at skrive ”nächste logische Schritt in unserer Entwicklung“, for endnu engang gives der udtryk for, at fusionen er en konsekvens af tidligere tiders arbejde og strategi, en uundgåelig følge af den måde organisationen eksisterer og vokser på. Derudover tales der igen om en ”Gelegenheit“, hvorved der igen lægges vægt på, at fusionen har stået som en mulighed for Bayer, og når man har en mulighed for at realisere noget, er det oftest dumt ikke at gribe den. På den måde bliver det nemmere at se fornuften i Bayers beslutning, da de færreste, der bliver præsenteret for en mulighed, takker nej. Derudover benyttes ordet ”führenden” igen, hvorved Bayer endnu engang giver udtryk

for sin størrelse og position på markedet, men også italesætter en følelse, mange har, nemlig at man gerne vil være med og tage del i en førerposition. Til sidst viser Bayer endnu engang sit sociale engagement, ”nächsten Generation”, ved at italesætte den kommende generation og vise, at Bayer tager ansvar for fremtiden.

2.2 Shareholder Value (Bilag 13)

Det første spørgsmål i gruppen *Shareholder Value* fokuserer på det forventede overskud, Bayer vil få efter fusionen, og hvorvidt Bayer kan sætte et tal på. Dette bliver der dog ikke gjort, idet svaret er mere vævende og ikke nævner nogen konkrete tal. Første sætning omhandler første års målsætning, når fusionen har fundet sted, og det fremgår, at der regnes med ”einem positiven Beitrag” til aktionærerne. ”Positivt” må betyde et beløb, der ikke går i nul eller ender i underskud, men mere end det, lover Bayer ikke i det første år. ”Positiv” kan dog også forstås som, at aktierne stiger, hvorfor det efterlader et indtryk af, at fusionen vil komme aktionærerne til gode. Selve formuleringen ”einem positiven Beitrag” er derfor lidt tvetydig, da noget, der er positivt, forbindes med noget godt, men der sættes ingen konkrete tal eller ord på (som f.eks. ”stigning”, ”betydelig”, ”stor”), og der bliver således ikke slået et større brød op end, at aktierne ikke vil falde i værdi. Dette understøttes ved brugen af ordet ”erwartet”, der præciserer, at Bayer ikke vil stå til regnskab for det positive bidrag til aktionærerne. Der bliver således skabt en sproglig, dialogisk situation, hvor aktionærernes aktier stiger, men Bayer ikke direkte lover noget.

I første sætning bruges endvidere formuleringen ”langfristigen Wertschaffungspotenzial”, der består både af forhåbning/udnyttet mulighed (potenzial) og et indirekte ønske om tålmodighed (langfristigen). Herved gives der udtryk for, at Bayer ser et stort potentiale i fusionen, hvorfor der er grund for aktionærerne til at være optimistiske, men samtidig bliver det også en form for helgardering af Bayer, da organisationen kan henvise til forbeholdene om en lang opstartstid for afkastene, hvis de ikke kommer så hurtigt som forventet. I svarets anden sætning gentager formuleringen sig med ”ein positiver Beitrag” og ”erwartet”. Her gives der dog et mere konkret bud på aktionærernes kommende afkast, ”im zweistelligen Prozentbereich”, om end der stadig ikke sættes tal på, og Bayer således ikke direkte kan holdes ansvarlig for udsagnene.

2.3 Engagement i USA (Bilag 14)

Spørgsmål nummer 15 i gruppen *Engagement i USA* stiller spørgsmålet, hvad godt fusionen vil medføre for USA. I det første svar lægges der vægt på, at USA får en nøglerolle i de kommende tiders udfordringer med at sikre nok føde til den voksende verdensbefolkning. Derfor skal de amerikanske landbrug bruge innovative løsninger for at klare denne udfordring.

Det andet svar understreger, at fusionen først og fremmest handler om at sikre innovation, vækst og investeringer – det handler ikke om at sænke udgifter. Dette svar og svar nummer fire er identiske med svar nummer et og to i den følgende stakeholdergruppe *medarbejdernes muligheder* og bliver behandlet i det følgende afsnit.

I det tredje svar lægges der vægt på det stærke engagement Bayer har udvist i USA, helt bestemt har firmaet haft interesser i landet gennem 150 år. Dette kan ses som et forsøg på at berolige de medarbejdere og landmænd i USA, der måtte være bekymrede for, at fusionen vil medføre fyringer og højere produktpriser, idet Bayer indirekte udtrykker, at når organisationen har været så mange år i USA, vil den ikke bare glemme amerikanerne fra den ene dag til den anden.

2.4 Medarbejdernes muligheder (Bilag 15)

I gruppen *medarbejdernes muligheder* lyder spørgsmål 18, hvordan medarbejderne vil blive tilgodeset gennem fusionen. Det første svar fokuserer på de muligheder medarbejderne får. Fusionen er ”eine großartige Gelegenheit” for medarbejderne, lyder det i svarets introducerende sætning. Det er således ikke bare en mulighed, men en storartet en af slagsen, hvorfor det lyder som om, der venter medarbejderne noget, ganske vist usagt, men særdeles godt i fremtiden. I anden sætning ligger fokus på ”Innovation”, og hvordan medarbejderne kan være med til at influere udviklingen af produkter og services, ”maßgeblich beeinflussen”. Innovation er et ord, der indeholder fremtid, kreativitet, nyskabelse og forandring, og det har således positive og spændende konnotationer. Ordet kobles sammen med udsagnet om, at medarbejderne selv kan være med til at præge organisationens innovative sektor, hvorfor det vidner om en fremtidig arbejdsdag, hvor det er muligt både at udfolde sit potentiale og tage del i organisationens udvikling. Formuleringen lægger med andre ord op til, at medarbejderne får en central plads i den fusionerede organisation, hvor de får tildelt ansvar og bliver lyttet til.

Det andet svar på spørgsmål 18 beskæftiger sig med at mane eventuel tvivl og usikkerhed hos medarbejderne i jorden. Første sætning begynder med at konstatere, at det er ”uns wichtig zu betonen”, hvorved Bayer viser, at organisationen bekymrer sig om sine medarbejdere og tager dem alvorligt. Det, der er vigtigt at understrege, er, at fusionen gælder ”Innovation, Wachstum und Investition”. Alle disse ord har positive konnotationer – de er forbundet med kreativitet, økonomisk styrke og overskud, hvorfor det må ses som positivt at arbejde for en sådan organisation. Det måske vigtigste udsagn kommer dog i sætningens sidste del, hvor det fastslås, at fusionen ikke handler om at sænke udgifter. Sammen med formuleringen ”es ist uns wichtig zu betonen”, viser dette sidste udsagn, at Bayer har set en risiko for, at medarbejderne kunne blive usikre på, hvorvidt fusionen baner vej for fyringer eller nedgang i løn og derfor ønsker at forsikre om, at det ikke er tilfældet.

Dette synspunkt understreges i det tredje svar, der tager tråden op fra det forrige svar om at mane usikkerhed og tvivl i jorden ved at give udtryk for, at Bayer fokuserer på ”sichere und attraktive” arbejdspladser. For at underbygge påstanden om sikre og attraktive arbejdspladser, benyttes formuleringen ”unserem langjährigen Engagement” for at minde om, at Bayer i mange år har haft medarbejderne i fokus, og at dette ikke stopper nu.

2.5 Innovative løsninger for landmænd (Bilag 16)

I gruppen *Innovative løsninger for landmænd* behandler spørgsmål 20 så godt som samme problemstilling som sås i spørgsmål 18, nemlig hvordan landmændene vil blive tilgodeset gennem Bayer-Monsanto-fusionen. Fire svar bliver fremsat, der henholdsvis beskæftiger sig med vækst og innovation, plantebeskyttelse eller pesticider, produkter og fortjeneste og miljø/bæredygtighed.

I det første svar forklarer Bayer, at fusionens formål er at skabe ”Wachstum” til ”unseren Kunden” og at bibringe dem ”innovative Lösungen”. Som tidligere nævnt er innovation behæftet med en lang række positive konnotationer, der indeholder begreber som fremtid, udvikling og chancer/muligheder, og når dette kobles sammen med vækst, skaber det en arbejdsverden, der succesfuldt vil træde ind i de kommende tider med både økonomisk og intelligensbaseret ballast. Landmændene bliver her omtalt som ”unseren Kunden”, hvilket skaber et bånd mellem dem og

den fusionerede organisation, idet der gives udtryk for, at landmændene i rollen som kunder er en vigtig brik i organisationens eksistens. Derudover bliver sammenlægningen af Bayer og Monsanto betegnet som ”angestremt”, hvilket viser en tilbageholdenhed med at love for meget, da fusionen endnu ikke er godkendt og det i sagens natur endnu ikke vides, om den bliver godkendt. På den måde formår Bayer at holde en dialogisk afstand til udsagnene i svaret, da de kun gælder, hvis fusionen bliver en realitet.

I svar nummer to bliver landmændene endnu engang betegnet som ”die Kunden”, hvorfor det fra sætningens begyndelse må antages, at der er tale om, at svaret behandler et forhold, hvor der sælges produkter. Det handler således også om, at Bayer og Monsanto gennem fusionen vil komme med et ”Angebot” om ”Saatgut- und Pflanzenschutzprodukten”. Dette tilbyder de to organisationer i forvejen, så derfor er sætningens vigtige del, de adjektiver, der knytter sig dertil, nemlig ”umfassenden”, ”optimal adgestimmten” og ”hervorragenden”, der alle er overmåde positive. De to første adjektiv-konstellationer betegner en ordenssans og systematik, der fremstiller den fusionerede organisation som en arbejdsplads med sans for orden og grundighed, hvor eksperter vil lave omfattende undersøgelser for at kunne afstemme deres produkter optimalt. Gennem adjektivet ”hervorragenden” gives der udtryk for, at produkterne er af højeste kvalitet, og indirekte står der også, at de kan måle sig med konkurrenterne – ja måske endda er endnu bedre. Derudover bliver de kemiske produkter, der også findes under betegnelsen pesticider, her betegnet som ”Saatgut- und Pflanzenschutzprodukten”. Her er der tale om en eufemisme, hvor det negativt ladede ord ”pesticid”, bliver udskiftet med et ord, der har en positiv ladning, nemlig ”beskyttelse”. Når ”Pflanzenschutz” benyttes dirigeres læserens fokus således over på beskyttelsen af planten, og der fokuseres mindre på de miljøskadelige konsekvenser, brugen af produkterne potentielt kan have. Bayer, Monsanto og landmændene bliver således snarere iscenesat som beskyttere af befolkningens mad end som potentielle miljøforurenere.

Det tredje svar omhandler også den fusionerede organisations produkter, men retter fokus mere i retning af landmændenes egne muligheder for bidrag og indflydelse, samt i retning af morgendagens nye teknologier. Således vil fusionen resultere i ”innovative Lösungen” og ”ein optimiertes Produktangebot”. Her vidner „optimiert“ om, at landmændene kan forvente bedre produkter gennem den innovation, der vil udvikle sig, når de to organisationer er blevet fusioneret,

da der vil ske en optimering. Denne optimering af produkterne vil ske ”auf Basis landwirtschaftlicher Beratung und Analyse”, og der åbnes hermed op for en reel dialog med denne gruppe af organisationens stakeholdere, der ifølge dette udsagn vil få mulighed for at rådgive/påvirke om produktionens udvikling. Der lægges således op til, at landmændene vil få indflydelse på de produkter, de køber, hvilket vil komme både organisationen og landmændene til gavn, da Bayer-Monsanto kan producere, hvad deres stakeholdere ønsker, og kunderne købe, hvad de har brug for. Til sidst tilføjes det, at fusionen vil kunne tilbyde en benyttelse af det digitale landbrug. Det fremgår hermed, at Bayer og Monsanto følger med tiden og er parate til at gå fremtiden i møde med den teknologi, det kræver. Som kunde hos den fusionerede organisation er man således med i førersædet, hvad angår morgendagens landbrug. Dette understøttes af svarets begyndelse, der konstaterer, at forbedringerne har en ”mittel- und langfristige” holdbarhed, hvorfor landmændene kan forvente, at se resultater både på kortere og længere sigt.

Det fjerde og sidste svar i spørgsmål 20 er en slags opsamling af de tre forrige svar og omhandler, hvad landmændene vil få ud af de ovenfor skitserede fornyelser. Det fremgår således, at landmændene vil få ”erheblichen und dauerhaften” gavn af fusionen. Dette konkretiseres vha. en „einfacheren Beschaffung und Handhabung“ og et „höheren Ertrag“. Dertil kommer en „besseren Schutz der Umwelt“ og „mehr Nachhaltigkeit“. Det bliver således både lettere at være landmand, og det vil resultere i højere udbytte og gevinst. Den nye optimering af løsninger til landmændenes produktion vil derudover medføre en mindre miljøbelastning og mere bæredygtighed, der kan betyde alt fra miljø til bedre arbejdsvilkår, da bæredygtighed som begreb dækker over mange forskellige aspekter af holdbarhed og modstandsdygtighed. Selve svaret begynder med verbet ”erwarten”, der endnu engang signalerer dialogicitet, og at Bayer ikke ønsker at blive holdt ansvarlig for udsagnene. En forventning er ikke en lovning, og da ingen reelt med hundrede procents sikkerhed kan vide, hvordan det vil gå, når fusionen er gennemført, stiller Bayer sig på den sikre side ved at give udtryk for netop dette.

2.6 Integration og bæredygtighed (Bilag 17)

Det 22. spørgsmål, der er at finde i gruppen *integration og bæredygtighed*, beskæftiger sig med, hvornår processen med at integrere de to organisationer begynder, samt hvordan tidsplanen for integrationen ser ud. Det første svar fokuserer på selve tidsplanen, der ikke kan konkretiseres

fuldstændig, hvilket fremgår af verbet ”erwarten”. Derudover fremgår det, at integrationsprocessen vil begynde efter, at fusionen er blevet godkendt, og der sættes således ikke nogen dato på, hvornår selve procesen er fuldført. Indtil integrationsprocessen er gennemført, forbliver Bayer og Monsanto dog ”zwei unabhängige” organisationer, hvilket må betyde, at svarene på de forrige 21 spørgsmål først vil gælde fra det tidspunkt, de to organisationer er integreret. Herved udsættes de forventede optimeringer og gevinster, fusionen ifølge de forrige svar vil medføre, og Bayer og Monsanto kan således ikke holdes til regnskab for en forsinket påbegyndelse af initiativerne.

Det andet svar på spørgsmål 22 retter fokus mod Bayers erfaringer. Det fremgår, at Bayer er ”sehr erfahren” i flere forskellige aspekter af virksomhedsintegration, og dette svar virker derfor som en forsikring til stakeholderne om, at integrationsprocessen ikke er noget at bekymre sig om. Dertil kommer Bayer med en konkret lovning på fremtidig handlen, idet organisationen ”bleibt(...)verpflichtet” til ”Innovation, Nachhaltigkeit und sozialen Verantwortung”. Her garanteres altså, at innovation, bæredygtighed og socialt ansvar behandles som vigtige indsatsområder for organisationen. Men det kan ikke betragtes som en risiko for Bayer at give denne lovning, da verbet ”bleibt” viser, at det er en videreførelse af en allerede eksisterende forpligtelse. På denne måde sættes der ikke noget væsentligt på spil gennem dette udsagn, men Bayer får vist ansvarlighed ved at fremhæve, at organisationen forpligter sig.

2.7 De næste skridt (Bilag 18)

Spørgsmål 26 befinder sig i gruppen *de næste skridt* og behandler de næste skridt på vejen mod den gennemførte fusion. Det fremgår, at der ikke er meget, Bayer selv kan gøre, da gennemførelsen ”unterliegt den üblichen Vollzugsbedingungen”. Det er dermed et juridisk anliggende, hvor de to organisationer må følge reglerne. Anden sætning i svaret opsummerer det første svar i spørgsmål 22 og må opfattes som vigtige informationer, siden de gentages: Godkendelsen forventes i slutningen af 2017, og at de to organisationer forbliver uafhængige indtil da.

2.8 Fremtidsorienterede udsagn (Bilag 19-20)

Når man første gang ankommer til hjemmesiden *advancingtogether.com*, vises der en tekst, i hvilken Bayer fraskriver sig ansvaret for ethvert udsagn på hjemmesiden, der forholder sig til og/eller opsætter forventninger til den fremtidige fusionerede organisations tilbud og muligheder.

Denne tekst består af en første del, linje 1-3, der fastlægger, at alle fremtidsorienterede udsagn ikke står for Bayers regning, men må opfattes som potentialer, der kan vise sig ikke at falde ud præcis som beskrevet. Anden del af teksten, linje 3-28, består af en opremsning af de udsagn (dette gælder også Bayer og Monsanto's hovedhjemmesider), de to organisationer ikke forpligter sig til at føre ud i livet.

Ansvarsfraskrivelsesteksten er kendetegnet ved en dialogicitet, hvor der bruges ord og formuleringer, der indeholder en usikkerhed for at understrege, at hjemmesidens udsagn ikke forpligter Bayer og Monsanto til en bestemt adfærd, og at organisationerne ikke kan stilles til ansvar for beregnede udbytter. Der bruges således en mængde modalverber, såsom: "kann", "können" og "werden", men også verber som: "erwarten" og "abweichen", samt adjektiver som: "mögliche" og "beabsichtigten". Ydermere benyttes substantiver, der udtrykker en usikkerhed ved et givent udfald: "Einschätzungen", "Risiko" og "Erwartungen". Alle disse ord indeholder muligheden for mere end ét udfald og garanterer dermed Bayer og Monsanto, at de ikke skal stå til ansvar for resultatet af hjemmesidens udsagn.

Opsummering

Dette kapitel har vist, hvordan sprog kan ses som dialogisk, da det indeholder flere indre modsætningspar, og derfor kan have forskellige betydninger, alt efter hvor, hvordan og af hvem, det benyttes. Ord indeholder således en indre impuls, der skaber betydning, og ord og form vil derfor aldrig være neutrale, da de er fyldt med intentioner og betoning.

Sprog er ikke en enkel størrelse, men består af to dialogiske dele, *the unitary* og *heteroglossia*, der repræsenterer hhv. det officielle, regulerede sprog og det uofficielle, uregulerede, "levende" sprog. Fordi sprog tales og formes af mennesker, bør det ikke behandles adskilt fra det sociale miljø, det tilhører eller optræder i, uanset om det er reguleret eller ureguleret, ligesom det ikke bør opfattes som et ensartet grammatisk system uden eget liv.

Den måde, vi opfatter situationer på, skabes også af sprog, nærmere betegnet af retorik og argumentation. Når vi drager en følgeslutning ud fra en observation, bruger vi præmisser til at

strukturere vores argumenter og underbygge vores konklusion. Gennem argumenterne skaber vi fortællingen om den situation, vi har observeret og former på den måde virkeligheden vha. påstande, fakta, garantier og tilbagevisninger.

Bayer og Monsanto bruger *Häufig gestellte Fragen* til at imødekomme bekymringer, stakeholderne eventuelt måtte have ved udsigten til fusionen. Det forklares f.eks. hvorfor medarbejderne vil få noget godt ud af fusionen, hvorfor Bayer køber Monsanto, og hvornår integreringen af de to organisationer begynder. Både svarene og ansvarsfraskrivelsen er karakteriseret af en dialogicitet, idet der som et gennemgående træk direkte eller indirekte gives udtryk for, at teksternes udsagn er fremtidsorienterede og derfor er forventninger til, hvilke resultater fusionen vil føre med sig, og ikke sikre kendsgerninger. Teksterne indeholder således hele tiden to betydninger: At fusionen vil medføre bestemte resultater, men at det ikke kan garanteres.



DISKUSSION

Dette kapitel diskuterer elementer fra analysen såsom dialogformen i *Häufig gestellte Fragen*, kontaktformularens fravær og aktivering, tillidsskabelse og risikoaspekter i forbindelse med brugen af dialogicitet. Teori- og analyseafsnittene var inddelt efter dimensionerne i CDA, men diskussionen fremstilles i et enkelt kapitel for at behandle diskussionsemnerne fra de tre analysedele samlet, i et forsøg på at danne en helhed ud fra delene.

1.0 *Häufig gestellte Fragen* og ansvarsfraskrivelsen

Den tekst, der kommer tættest på en dialog på advancingtogether.com/de, må være de spørgsmål og svar, der findes i underfanen *Häufig gestellte Fragen*. Ved spørgsmål og svar er der en person, der stiller spørgsmålet og en anden, der besvarer det. Derfor lader teksten til at fremstille en dialog, da læseren får fornemmelsen af, at der er to, der snakker sammen.

Det fremgår dog ikke noget sted, hvem der spørger, og hvem, der svarer. Som nævnt er underfanens titel *Häufig gestellte Fragen*, men det udspecificeres ikke i teksten, hvem der ofte stiller de oplyste spørgsmål, hvorfor det må være op til læseren selv at bedømme. En nærliggende formodning ville være, at spørgerne udgøres af de stakeholdere, der nævnes af de forskellige overskrifter, der inddeler hver gruppe af spørgsmål. Således vil spørgsmålene om aktier komme fra aktionærene og spørgsmålene om arbejdsforhold komme fra medarbejderne. Bayer og Monsanto må i forbindelse med forhandlingerne om en mulig fusion således have været i dialog med deres stakeholdere og have modtaget spørgsmål mht. den fremtidige drift og planlægning, der kunne sammenfattes i spørgsmål og svar.

Da det dog ikke fremgår direkte, hvor spørgsmålene kommer fra, og der i øvrigt ikke er en overvældende opfordring til, at hjemmesidens besøgende skal kontakte Bayer og Monsanto (kontaktformularen blev først aktiveret i begyndelsen af maj 2017), er der ikke nogen garanti for, at spørgsmålene kommer fra stakeholdere. Teoretisk set, kan det være kommunikationsmedarbejderne selv, der finder på spørgsmålene for at undlade en kritisk dialog eller simpelthen for at spare tid. Dette er selvfølgelig et spekulativt udsagn, og der er heller intet bevis for dets rigtighed, men samtidig er der heller ikke bevis for det modsatte. Spørgsmålet må i

så fald være, hvordan spørgerne er kommet i kontakt med Bayer, da det gennem et halvt års tid ikke har været muligt at kontakte organisationen gennem *advancingtogether.com/de*. De må altså være kommet i dialog med Bayer gennem andre kanaler.

Der findes ingen regler for, at en hjemmeside skal have en spørgsmål-og-svar-side, og underfanen *Häufig gestellte Fragen* kunne ligeså godt være udeladt. Svarene kunne i stedet være udgivet som tekster i stil med teksterne i fanen *Zukunft der Landwirtschaft*, der forklarer en stakeholdergruppe, hvorfor fusionen er gunstig for dem. Den samme information kunne således være offentliggjort bare uden den dimension, hvor en ukendt person stiller et spørgsmål, og det herefter bliver besvaret af Bayer og Monsanto. Der må således være en grund til, at informationen er opstillet som spørgsmål og svar – og den grund kan være at give et indtryk af dialog. På den måde sendes et signal om, at organisationerne lytter til stakeholdernes spørgsmål og interesserer sig både for deres bekymringer og almene forståelse af fusionsprojektet.

En udgivelse af den information, der findes i svarene i underfanen *Häufig gestellte Fragen*, som almindelige tekster og ikke som del af en spørgsmål-svar-udveksling, ville rigtig nok give Bayer og Monsanto samme mulighed for at udsende deres information til offentligheden, men teksterne ville antage en form af envejskommunikation. Den udveksling og dynamik, som kombinationen af spørgsmål og svar giver udtryk for, ville gå tabt.

Hvorvidt der dog er tale om en egentlig villighed til dialog eller snarere en forklædning af samme er op til fortolkning. Spørgsmål og svar er som princip en dynamisk handling, da der aktivt stilles et spørgsmål og aktivt gives et svar. Former som underfanen *Häufig gestellte Fragen* er dog i sin opsætning statisk, da der ikke er mulighed for at få yderligere svar eller stille opfølgende/andre spørgsmål, hvis den besøgende ikke har fået svar på sit specifikke spørgsmål. Men hvis det spørgsmål, den besøgende har, findes på siden, spares der tid både for den besøgende, der ikke behøver lede rundt på hjemmesiden for at finde en kontaktformular, og for kommunikationsmedarbejderen, der ikke behøver at bruge tid på at besvare spørgsmålet. Det er en fordel for begge parter.

Den statiske form, hvor dialogen har udspillet sig et andet sted end på hjemmesiden, og spørgsmål og svar først senere udgives, giver hjemmesidens afsender mulighed for at redigere i den information, der lægges ud. Der redigeres naturligvis altid i information, der lægges ud på hjemmesider, men selve spørgsmål-og-svar-formen giver udtryk for en uredigeret dialog, hvor svarene måske nok er gennemtænkt, men spørgsmålene bliver stillet frit og uredigeret og offentligt. Denne frie dialog-form underbygges heller ikke af den manglende opfordring til kontakt i underfanen *Häufig gestellte Fragen*.

Den besøgende opfordres altså ikke til at indsende sit eget spørgsmål, hvis det ikke var at finde blandt de 27 spørgsmål, der findes på *advancingtogether.com/de*. Men hvorvidt der rent faktisk svares på de spørgsmål, der er opstillet, er en anden problemstilling. Den kendsgerning, at der som oftest er opstillet mere end et svar pr. spørgsmål, vidner om, at Bayer og Monsanto er klar over, at der kan indeholdes flere forskellige perspektiver i et spørgsmål og derfor også i et svar. Dette tages der således hensyn til gennem de mange svarmuligheder pr. spørgsmål. På den måde lader det også til, at der bliver forsøgt svaret fra så mange vinkler som muligt, for at den besøgende blandt svarene kan finde et, der passer til dennes informationsbehov.

Det er dog ikke ethvert af de analyserede spørgsmål, der ledsages af konkrete svar på trods af mængden af svar pr. spørgsmål. Når det gælder den gevinst, medarbejdere og landmænd i spørgsmål 18 og 20 vil få ud af fusionen, ligger vægten på innovation, vækst, attraktive arbejdspladser og fremragende såsæd og plantebeskyttelse. Dette beskriver selvfølgelig, hvad medarbejdere og landmænd kan forvente sig, når fusionen er gennemført, men svarene giver ikke nogle konkrete bud på, hvordan og hvorfor disse forbedringer kommer specifikt som følge af Bayer-Monsanto-fusionen.

Hvis man holder de analyserede svar fra underfanen *Häufig gestellte Fragen* op imod ansvarsfraskrivelsen, der dukker op på forsiden af *advancingtogether.com/de*, bliver der måske ikke givet så mange svar, når alt kommer til alt. Under alle omstændigheder fremgår det i hvert fald klart, at svarene til stakeholderne ikke skal betragtes som garantier.

Der skrives således på den ene side, f.eks. i fjerde svar i spørgsmål 18, at man vil orientere sig mod sikre og attraktive arbejdspladser, hvorimod der i ansvarsfraskrivelsen samtidig står, at der kan komme et muligt tab af vigtige nøglemedarbejdere i Monsanto (Bilag 15 og 19-20). Derudover står der generelt i ansvarsfraskrivelsen, at Bayer og Monsanto ikke står til ansvar for nogen af de fremtidsorienterede udsagn, der gives udtryk for på *advancingtogether.com/de*. Da det, der gives udtryk for på hjemmesiden, gælder den kommende fusion, der endnu ikke er gennemført, og derfor må siges at ligge ude i fremtiden, er det nok ikke helt forkert at konkludere, at selve hjemmesiden er fremtidsorienteret. På denne måde er Bayer og Monsanto næppe ansvarlige for udsagnene hverken hver for sig eller i deres helhed.

Men hvis ansvarsfraskrivelsen alligevel mere eller mindre indirekte giver udtryk for, at der ikke findes nogen garanti for, at hjemmesidens udsagn bliver realiseret, hvorfor så opstille den dialoglignende form med spørgsmål og svar, hvor der gives udtryk for Bayer og Monsanto's hensyntagen til stakeholderne? Måske fordi det vurderes, at det kan hjælpe med en accept af fusionen i offentligheden. Som nævnt i den teoretiske del af denne opgave, kan en stakeholderdialog være med til at imødekomme og dæmme op for kriser, da parterne kommer tættere på en viden om og forståelse af den andens bevæggrunde og handlingsmønstre (Grunig 2011, 19). Derudover er de stakeholderorienterede svar, når de læses uafhængigt af ansvarsfraskrivelsen, en måde for Bayer og Monsanto at give udtryk for, at fusionen også medfører mulige gevinster for stakeholderne.

1.1 Dialogicitet og konstrueret virkelighed

Den ”virkelighed”, der møder læseren på *advancingtogether.com/de*, er således blandet, da den ser forskellig ud, alt efter om kun de *Häufig gestellte Fragen* læses eller ansvarsfraskrivelsen også læses. Er det kun spørgsmålene og svarene, der kigges på, bliver den besøgende mødt af en virkelighed, hvor fusionen skaber vækst og innovation. Som det også fremgår af analysen, benyttes dialogiske ord i svarene, især verbet ”erwarten”, så der bliver, selv uden en gennemlæsning af ansvarsfraskrivelsen, givet udtryk for, at de udsagn, der er publiceret i *Häufig gestellte Fragen*, har en risiko for at ende ud på en anden måde end beskrevet.

Alligevel kommer udsagnene dog til at virke mindre troværdige, når ansvarsfraskrivelsen læses i forlængelse af dem, da den er fyldt med dialogiske formuleringer, der for det første indeholder risiko og usikkerhed og for det andet direkte frasiger ansvaret for de fremtidsorienterede udsagn. På den ene side skal dette måske ikke tages så alvorligt, da det er normal juridisk praksis at fremsætte en ansvarsfraskrivelse, og ingen som bekendt kan spå om fremtiden. Det ville således ikke være fair at forvente, at Bayer og Monsanto skulle stå til ansvar for enhver prognose ift. fusionens resultater, da der kan opstå faktorer, ingen kunne beregne eller forudse. På den anden side giver denne form for ”helgardering” af hjemmesidens udtalelser dog også muligheden for at pynte lidt på de gevinster, de to organisationer forventer at opnå for stakeholderne gennem fusionen. Dermed ikke sagt, at der rent faktisk er udskrevet en mere positiv prognose for fusionens resultater, men muligheden for at undlade noget potentielt negativt eller lægge ekstra stor vægt på noget potentielt positivt er teoretisk til stede, da organisationerne ikke tager ansvar for de fremtidsorienterede udsagn.

Når de to organisationer på den måde fritager sig selv fra ansvaret for det, der står, vedrørende den fusionerede organisations fremtid, må man som læser gå ud fra, at der er en vis usikkerhed forbundet med udsagnene. Denne usikkerhed ligger til dels i de dialogiske ord og til dels i ansvarsfraskrivelsen. Herigennem skabes der en retorisk virkelighed, hvor risiko og usikkerhed bliver to faktorer, der indrammer alle hjemmesidens udsagn, da udsagnene nødvendigvis må læses som prognoser, der har en sandsynlighed for at opfyldes, men også en sandsynlighed for ikke at gøre det.

1.2 Risikoens tilstedeværelse på *advancingtogether.com/de*

På trods af risikoen for, at fusionen ikke fører de resultater med sig, som Bayer og Monsanto forventer, er det ikke et begreb, der forekommer meget i de analyserede tekster. Ordene ”Risiko” og ”Risiken” er kun at finde i ansvarsfraskrivelsen og optræder således ikke i de analyserede spørgsmål og svar. Det er på den måde en mere indirekte fremskrivning af risiko og usikkerhed, der findes i teksterne gennem de dialogiske ord og ansvarsfraskrivelsen.

På den ene side kan det måske opfattes som om, Bayer og Monsanto i de analyserede spørgsmål og svar ikke er villige til at give udtryk for den egentlige risiko, der kan være forbundet med

fusionen, idet der ikke står skrevet direkte, at det f.eks. kan være, der går længere tid end forventet, eller at afkastene bliver mindre m.m. Dette gives der til gengæld udtryk for i ansvarsfraskrivelsen, hvor ethvert udsagn på advancingtogether.com/de bliver behæftet med en risiko for, at det ikke går som beskrevet. Det kunne indvendes, at disse risici ikke kun burde stå i ansvarsfraskrivelsen, men at det burde understreges mere direkte end med verber som ”erwarten” i svarene under *Häufig gestellte Fragen*, at der er en risiko for, at udsagnene ikke holder stik. Det må jo være i stakeholdernes interesse at kende til den fulde risikoanalyse og ikke udelukkende høre om alle de gode fremtidige tiltag og resultater.

På den anden side må man gå ud fra, at en stor organisation som Bayer har dygtige, professionelle folk ansat med stor erfaring i sager som disse, der kan udvikle strategier for fusionen og regne på, hvilke resultater den vil føre med sig. Bayer ville sandsynligvis tabe en hel del anseelse, hvis de publicerede udsagn viste sig at være meget langt fra de endelige resultater af fusionen, og derfor er det formodentlig kun udsagn, der er meget sikre, der publiceres.

Set fra et tredje perspektiv er det måske ikke hjemmesidens pligt at oplyse om enhver risiko forbundet med fusionen, idet det ikke kan siges med sikkerhed, hvilke problemer eller udfordringer sammenlægningen kan støde ind i undervejs. Ligesom det ikke er muligt at sige med hundrede procents sikkerhed, hvilke gevinster fusionen vil føre med sig, er det heller ikke muligt at sige med hundrede procents sikkerhed, hvilke tab, der vil følge. Derudover er hjemmesiden udgivet af Bayer selv, hvorfor den må kunne forventes at være oprettet for at tale fusionens sag. Set ud fra et sådant perspektiv, er det naturligvis ikke i hjemmesidens interesse at fokusere mere end absolut nødvendigt på den risiko, der kan være forbundet med fusionen.

1.3 Tillidsskabende udsagn

Hvorvidt udsagnene på advancingtogether.com/de er troværdige og tillidsskabende, er en anden problematik. I det hele taget må selve spørgsmål-og-svar-formen ses som et forsøg på at skabe tillid, da alle svarene forsøger at give information om fusionen og derved dæmme op for en usikkerhed, den spørgende, og hjemmesidens besøgende, måtte have. De analyserede spørgsmål fokuserer alle på den ene eller anden måde på, hvad fusionen vil medføre af goder for den enkelte stakeholdergruppe, f.eks. udbyttevækst for aktionærerne og gevinster eller fordele for

medarbejderne. Svarene fokuserer på bevæggrunde for og fremtidige resultater af fusionen, der alle peger på et positivt aspekt ved beslutningen om at sammenlægge de to organisationer. Det nævnes bl.a. i svarene til spørgsmål 1, at Bayer ser det som sin opgave at tage sig af store samfundsmæssige anliggender og i svarene til spørgsmål 22, at Bayer har en lang tradition for og stor erfaring med at arbejde med innovation, bæredygtighed og at tage socialt ansvar (Bilag 12 og 17).

Således bliver der trukket på Bayers store erfaring som koncern, hvilket giver stakeholderne mulighed for at stole på, at Bayer er opgaven voksen. Det sætter udsagnene i et andet lys, når stakeholderne er klar over, at det ikke er den første store opgave Bayer har taget på sig. På den måde får udsagnene tilført en betydelig vægt, da det er lettere at stole på nogen, der har erfaring med det, de har sat sig for, end på nogen, der ikke har prøvet det før, og måske derfor ikke ved, hvad de har begivet sig ud i.

Yderligere beskrives det i svarene til spørgsmål 1, at fusionen er det ”næste logiske skridt” i udviklingen af Bayer som koncern. Dette kan ses som en legitimering af fusionen, der skal være tillidsskabende, idet logik er en størrelse, der ikke er til diskussion, noget der betragtes som objektivt, og hvis fusionen er et logisk skridt, må det objektivt være en god fremgangsmåde. Det må nærmest være uundgåeligt. På sin vis kan dette vække en tillid til fusionsprojektet, da det logiske perspektiv kan gøre det lettere for den enkelte stakeholder at lægge sin eventuelle usikkerhed til side. Dette fordi, det beror på en beslutning, hvorvidt man vil nære tillid til noget eller nogen, og denne beslutning lettere tages, hvis der er noget, der viser sig som objektivt mere rigtigt end noget andet (Giddens 1990, 27). Når fusionen hævdes at være et logisk skridt for Bayers udvikling og samtidig vil gøre organisationen førende indenfor sit felt, er det således en kombination af logik og erfaring, der har taget beslutningen om fusionen, hvorfor der ikke bør være meget at sige imod den.

Tillid skabes dog ikke kun af erfaring alene, men information og viden om sagsforhold er også i høj grad med til at bestemme, hvordan stakeholderne forholder sig til en organisations forandringer (Andersen og Kaspersen 2007, 462). Det er til dels nogle store, bredtfavnende spørgsmål, der bliver stillet i *Häufig gestellte Fragen*, f.eks. i spørgsmål 15: ”Hvorfor er denne fusion god for

USA?” (Bilag 14) Det er et meget bredt spørgsmål, der retter sig mod alle amerikanere med engagement i Monsanto. Derfor afspejler længden af de fire svar, hhv. fire og to linjer pr. svar, måske heller ikke behovet for information om et så stort spørgsmål blandt stakeholderne.

På den anden side kan for meget information virke på nogenlunde samme måde som for lidt, da en informationsoverflod kan efterlade læseren med det indtryk ikke at kunne huske noget af alt det, der stod skrevet – og derfor være lige sådan stillet, som hvis der næsten ikke havde stået noget. Det kan af samme grund være en bevidst strategi fra Bayers side at søge at holde svarene så korte som muligt for ikke at oversvømme læseren med information om resultater og risici, men i stedet præsentere et let overskueligt indhold.

Det skal naturligvis også medregnes, at der er to spørgsmål mere med flere svar til hver indenfor kategorien USA, men det ændrer ikke ved kendsgerningen, at spørgsmålet om, hvorfor fusionen er en god ide for USA besvares med ti sætninger. Det er spekulativt at vurdere, hvorvidt ti linjer dækker behovet for information om lige præcis denne problemstilling hos alle stakeholdere, men selve indholdet af sætningerne er ikke synderligt konkrete. Det betones bl.a., at USA spiller en nøglerolle for fremtidens landbrug, og at de amerikanske landmænd skal udstyres med innovative løsninger. Det uddybes dog ikke, hvilke innovative løsninger, eller om dette indebærer robotter, der i værste fald kan koste arbejdspladser. Dette kan ikke være entydigt tillidsvækkende.

Både i svarene til spørgsmål 15 og 18 fortælles det, at fusionen er fokuseret på at skabe innovation og vækst og ikke på at sænke omkostninger (Bilag 14 og 15). Det står dog ikke tydeligt, at der ikke kommer til at være nogen sparerunder og sammenholdt med ansvarsfraskrivelsen, hvor der tydeligt står, at der ikke findes nogen garanti mod ”der mögliche Verlust wichtiger Schlüsselmitarbeiter von Monsanto”, virker dette ikke stort mere betryggende, end hvis medarbejdernes ansættelser slet ikke var blevet nævnt.

Når der regnes med fremtidige variabler, kan man naturligvis aldrig love noget med sikkerhed, og derfra er der forskellige grader af forsikringer for, at noget bliver på en bestemt måde. Bayers udsagn om, at fusionen handler om vækst og ikke besparelser, er holdt i et forholdsvis neutralt sprog, der ikke lover, at organisationen vil gøre alt i sin magt for at holde på medarbejdere og

kunder. Dog står der, at det er ”uns wichtig zu betonen”, hvilket indikerer, at stakeholderne ikke er ligegyldige for Bayer, men at der tages hensyn til dem. Men tilliden til at fusionen resulterer i vækst for alle stakeholdere, må skulle findes i Bayers erfaring med hidtidige fusioner og organisationens størrelse og i mindre grad i andre udsagn i *Häufig gestellte Fragen*.

1.4 Stakeholderfokus

De stakeholdere, der er tydeligst defineret på *advancingtogether.com/de*, har alle deres egen fane på hjemmesiden: Landmændene, aktionærerne og medierne. Det må derfor være rimeligt at opfatte dem som de stakeholdere, Bayer og Monsanto fokuserer mest på at oplyse om fusionen, og derfor de stakeholdere, der er vigtigst for de to organisationer. Som nævnt i analysen henvender fanen *Über den Zusammenschluss* og *Über Bayer* sig til alle, der har en interesse for fusionen, men da disse stakeholdere ikke er ligeså klart defineret gennem disse faner, ligger det lige for at opfatte dem som værende mindre vigtige for Bayer og Monsanto.

Der er ikke nogen decideret fane i menuerne rettet mod miljøforkæmpere eller andre kritikere af de to organisationer. De stakeholdere, der måtte interessere sig for disse aspekter ved Bayer og Monsanto's arbejde, må lede i teksterne for at finde information. Det er således muligt at finde kommentarer knyttet til bæredygtighed og kritik i underfanen *Häufig gestellte Fragen* i svarene til spørgsmål 22, 23, 24 og 25 og i underfanen *Innovative Ansätze für globale Herausforderungen*, hvor der nederst på siden er et afsnit dedikeret til *Nachhaltige Landwirtschaft* (Bilag 21). Her fokuseres der på, at 10 mia. mennesker vil befolke Jorden omkring år 2050, og at dette bliver en stor udfordring for fødevareindustrien. Derudover henvises der til Bayers hjemmeside *Heute für morgen*, der er en informationshjemmeside omhandlende Bayers kamp for biers velfærd.

Der er således ikke som sådan fokus på at informere de kritiske stakeholdere med interesse for miljø, i hvert fald ikke på samme måde som der er fokus på at informere landmænd og investorer. På den ene side bliver der altså ikke gjort meget for at indgå i en dialog med miljøforkæmpere om selve fusionen af Bayer og Monsanto, men de bliver derimod guidet videre til informationssiden om bier. Dialog som et redskab til at komme kriselignende situationer i forkøbet, bliver således ikke benyttet på *advancingtogether.com/de* med hensyn til de stakeholdergrupper, der betegner sig som miljøforkæmpere.

På den anden side ville et fokus på netop denne stakeholdergruppe åbne op for en dialog, Bayer og Monsanto måske ikke er interesserede i at deltage i. De stakeholdergrupper, der tydeligt bliver talt til gennem *advancingtogether.com/de*, landmænd og investorer, er begge grupper, der skyder penge ind i organisationerne. Bayer og Monsanto må således have vurderet, at det bedre kan betale sig at bruge ressourcer på at informere disse stakeholdergrupper, da deres indflydelse må opleves som større, end den indflydelse kritiske miljøaktivister forventes at kunne få på fusionens gennemførelse.

1.5 Aktivering af kontaktformularen

Som det fremgår af analysen, er der ikke nogen særligt direkte opfordringer på *advancingtogether.com/de* til at deltage i debatten eller stille egne spørgsmål til Bayer og Monsanto. Det tætteste hjemmesiden kommer på dette, er at opfordre den besøgende til at følge Monsanto på Twitter.

Siden starten af maj 2017 har *advancingtogether.com/de* dog haft en funktionsdygtig kontaktformular, selvom denne ikke har været at finde fra september 2016 til slutningen af april 2017 på trods af, at der var oprettet en fane, kaldet *Kontakt* (Bilag 22-25). Mellem september 2016 og slutningen af april 2017 viste denne fane dog en blank side med et enkelt ord skrevet i blå: *Kontakt*.

Det var altså gennem omkring otte måneder ikke muligt at kontakte Bayer på *advancingtogether.com/de*, selvom hjemmesiden indeholder information om den planlagte fusion mellem Bayer og Monsanto. Det må dog skabe en vis undren, at kontaktformularens fane virkede, og at det var muligt at kalde siden frem gennem alle disse måneder, blot var der ikke nogen formular at udfylde, men en blank side. Det er tydeligvis en professionelt opbygget hjemmeside af to grunde: For det første er den tidssvarende sat op med en let overskuelig brugerflade, behagelige farvevalg og et logo designet specielt til formålet. For det andet er afsenderen kemigiganten Bayer, hvorfor man må kunne gå ud fra, at der afsættes ressourcer til at få professionelle folk til at designe en sådan hjemmeside, der skal bære organisationens navn. Derfor virker det også

desto mere besynderligt, at kontaktformularen ikke har virket i så mange måneder, til trods for, at der var et link til kontaktsiden.

På den ene side kan der være sket det, som altid kan ske: Der kan være sket en fejl. Alle mennesker kan fejle, selv de allermest professionelle, og derfor kan den manglende kontaktformular have været en menneskelig fejl. Hjemmesidedesignerne og de kommunikationsansvarlige for fusionen kan have planlagt at indsætte en kontaktformular og i forvirringen omkring offentliggørelsen af fusionen have glemt at aktivere selve formularen. Den kendsgerning, at linket kaldet *Kontakt* har stået på hjemmesiden hele tiden, og at det har været muligt, at kalde den blanke side frem, kunne tyde på, at det altid har været meningen, at hjemmesidens besøgende skulle kunne kontakte Bayer.

På den anden side virker det en anelse usandsynligt, at Bayer og hjemmesidens øvrige ansvarlige ikke har opdaget den manglende kontaktformular gennem de omkring otte måneder, der gik, før den dukkede op på hjemmesiden. Der kan ikke herske nogen tvivl om, at det har været meningen at offentliggøre den, da linket til den blanke side, som nævnt ovenfor, hele tiden har virket. Men der er gået så tilpas langt tid, før kontaktformularen blev aktiveret, at det er svært ikke at få den indskydelse, at det har været meningen først at aktivere den så sent. Dette kunne have sin begrundelse i, at det var forventet, at fusionens offentliggørelse ville medføre en strøm af kritik fra stakeholdere, især miljøorganisationer og -aktivister, hvorfor en kontaktformular på fusionens officielle hjemmeside måske ville blive oversvømmet med henvendelser i dagene efter offentliggørelsen. Disse henvendelser ville naturligvis skulle besvares, hvilket kræver personale og deraf ressourcer. Ved at undlade at lægge en kontaktformular op på *advancingtogether.com/de*, ville Bayer og Monsanto kunne undgå at få en strøm af henvendelser, både fra kritikere, journalister og almindeligt interesserede. Hvis det var forventet, at fusionens offentliggørelse ville medføre en sådan strøm af henvendelser, ønskede Bayer og Monsanto måske at undgå denne ekstra udgift og har derfor udelukkende koncentreret sig om at besvare henvendelser fra de stakeholdere, der fandt vej til organisationernes respektive hovedhjemmesider.

Denne opgave kan ikke levere bevis for, at det var en bevidst handling først at offentliggøre kontaktformularen omkring otte måneder efter hjemmesidens oprettelse, men mener, det er en vinkel, der er værd at nævne, da offentliggørelsen af fusionen har mødt en masse kritik, der i vid

udstrækning har været forventelig, eftersom både Bayer og Monsanto gennem tiderne har haft mange miljøorganisationer og -aktivister imod sig (Wikipedia, Bayer 2017) (Wikipedia, Monsanto 2017).

1.6 Internettet brugt som gammelt eller nyt medie?

Når der, som det har været tilfældet på *advancingtogether.com/de* de sidste omkring otte måneder, ikke findes nogen direkte måde til at kontakte det bagvedliggende firma på en hjemmeside, der tjener til at informere dens besøgende, og der ikke direkte opfordres til at give sin mening til kende eller stille spørgsmål på de sociale medier, kan det være svært at se hjemmesidens oprettelse som led i en udnyttelse af de muligheder for dialog digitale medier byder.

Set fra ud fra ét perspektiv virker et besøg på *advancingtogether.com/de* således som at læse i et printet katalog, da der, som på print, findes tekster, der kan læses, men ikke findes særligt gode muligheder for selv at bidrage ved at bringe sin mening eller sine spørgsmål i spil. Det kan således ses som en kommunikation, der kun går en vej på hjemmesiden; fra Bayer til stakeholderne. På den måde virker hjemmesidens udsagn mest som information, der gives med det formål at overtale læserne til at forstå Bayer og Monsantos argumentation og blive enige med den dvs. en envejskommunikation.

Set ud fra et andet perspektiv, er det dog ikke uvæsentligt, at informationen om den kommende fusion af Bayer og Monsanto er udgivet i internetformat. For det første giver udgivelsen på internettet mennesker fra hele verden mulighed for at tilgå informationen – garanteret mange flere mennesker, end f.eks. et husstandsomdelt katalog ville gøre.

For det andet tilbyder *advancingtogether.com/de* en række af muligheder, om end den er kort, hvorved hjemmesidens besøgende kan kontakte Bayer og Monsanto eller læse mere på andre hjemmesider. Direkte links til Bayer Global, Discover Monsanto eller Bayers hjemmeside for bevarelsen af bier ville naturligvis ikke kunne indsættes i et katalog. I forlængelse af disse links er kontaktformularen nu også blevet aktiveret, således at en kontakt til Bayer gennem *advancingtogether.com/de* er mulig, selvom det ikke er en kontakt gennem de sociale medier, hvor både spørgsmål og svar, kritiske som rosende, er synlige for offentligheden. Selvom der er åbnet

for dialog med stakeholderne gennem aktiveringen af kontaktformularen, er der ingen direkte opfordring til at sende Bayer en besked gennem de sociale medier, hvor en dialog ville kunne følges offentligt og andre stakeholdere ville kunne blande sig.

Det ser ud til at *advancingtogether.com/de* bruges som et medie, der ligger et sted imellem de gamle printbaserede envejskommunikative medier og de nye internetbaserede tovejskommunikative medier, da det er muligt at få Bayer i tale, men der ikke opfordres direkte til det, og det ikke er muligt at gøre det offentligt.

Opsummering

Dette kapitel har beskæftiget sig med aspekter fra de tre analysedele for at diskutere, hvordan de kan betragtes i forhold til teorierne om risikosamfundet, stakeholdere og digitale medier og dialogicitet og argumentation.

Siden med *Häufig gestellte Fragen* på *advancingtogether.com/de* ser ved første øjekast ud som et udtryk for dialog mellem organisationer og stakeholdere, men ved nærmere eftersyn er det ikke sikkert, at en autentisk, uredigeret dialog udspiller sig, da spørgsmål og svar står statisk tilbage på siden og der ikke opfordres til, at læseren selv deltager.

I det hele taget udnytter hjemmesiden ikke de muligheder, der findes på de digitale medier til at søge en offentlig dialog med sine stakeholdere og har først omkring otte måneder efter hjemmesidens publicering aktiveret en kontaktformular. Dette kan bunde i menneskelige fejl eller måske en vurdering af, at Bayer gennem en kontaktformular ville modtage mange flere henvendelser, end medarbejderne ville kunne besvare.

Både ansvarsfraskrivelsen og *Häufig gestellte Fragen* anvender i høj grad dialogiske formuleringer i argumentationen for, hvorfor den kommende fusion er gavnlig for stakeholderne. Derfor er risikoen en evig tilstedeværende faktor for den læsende, da der gives fortællinger om, hvilke positive resultater fusionen vil medføre, men ikke gives nogen garantier. Dette kan på den ene side

have sin begrundelse i, at Bayer ikke ønsker at hæfte for udsagn, der er forbundet med usikkerhed og på den anden side bunde i, at der aldrig kan gives garantier med hundrede procents sikkerhed.



KONKLUSION



Det har været denne opgaves formål at besvare, hvordan og i hvor høj grad Bayer går i dialog med sine stakeholdere på advancingtogether.com/de, og derigennem undersøge, hvordan hjemmesiden legitimerer fusionen.

For at kunne besvare disse spørgsmål er empirien blevet behandlet metodisk fra tre forskellige perspektiver: den sociale praksis, den diskursive praksis og tekst. Dette har givet anledning til at analysere empirien gennem teorier om risikosamfundet, stakeholderteori og digitale medier og dialogicitet og argumentation.

Ifølge teorien om risikosamfundet lever vi i en post-traditionel/moderne verden, hvor samfundet er globalt og fremtidsorienteret, hvilket forøger risikoen ved at træffe forkerte valg og beslutninger (Gauntlett 2002). Det er i denne virkelighed Bayer og Monsanto har offentliggjort deres fusion, og da udmeldingen er baseret på fremtidsprognoser om, hvilke resultater, fusionen vil føre med sig, er projektet naturligt behæftet med en risiko. Både Bayer og Monsanto er store internationale koncerner og deres produkter kommer på den ene eller anden måde i berøring med mange menneskers liv gennem lobbyisme, produktion, anvendelse på marker eller rester i maden (The Washington Post 2016) (Süddeutsche Zeitung, Darum ist der Ruf von Monsanto so schlecht 2016). Da risikosamfundet er karakteriseret af en afhængighed af ekspertise, men eksperterne ikke er enige, er det svært at vide, hvem man skal have tillid til (Giddens & Pierson, 2002, 115). Dette ses eksempelvis når tusindvis af demonstranter går på gaden for at protestere mod fusionen, mens regeringer verden over samtidig tillader brugen af sprøjtemidler (BMEL 2017) (taz.de 2017).

For at imødekomme kritik og varetage en etisk virksomhedsførelse er stakeholderdialog en teoretisk ramme, der kan styrke relationer mellem organisationer og deres stakeholdere gennem en øget forståelse for den anden parts motivationsmønstre (Dix 2005, 302-303). Især har de digitale medier styrket mulighederne for dialog mellem stakeholdere og organisation – en dialog, der kan være offentlig, spontan og dynamisk (Grunig 2009, 3). Disse muligheder benyttes ikke fuldt ud på advancingtogether.com/de, hvor der først meget sent efter hjemmesidens oprettelse blev indsat en

kontaktformular, og der derudover kun i meget lille grad opfordres til, at stakeholderne stiller spørgsmål og giver deres mening til kende.

Set fra et mere tekstnært perspektiv, forholder *advancingtogether.com/de* sig dog på sin vis til stakeholdernes konkrete spørgsmål på siden med *Häufig gestellte Fragen*, der har en dialogisk form, men ikke opfordrer til, at der stilles yderligere spørgsmål. Her bruges der dialogiske ord og formuleringer, der indeholder flere betydninger, der direkte eller indirekte giver udtryk for at teksterne udtaler sig om fremtidsorienterede forhold (Bakhtin 1981, 292-293). Dette understøttes af ansvarsfraskrivelsen. Gennemgående argumenteres der for, hvorfor fusionen er den rette fremgangsmåde bl.a. ved at plædere for, at den er det "næste logiske skridt", og at fokus for den er innovation og vækst til gavn for kunder, medarbejdere og aktionærer. Bayer forholder sig gennem de dialogiske formuleringer til den risiko, der er forbundet med fusionens gennemførelse, men det er i forhold til fusionens fremtidige resultater, at der gives udtryk for en usikkerhed og ikke i forhold til organisationernes produkter.

Bayer går følgelig i dialog med sine stakeholdere gennem kontaktformularen (siden maj 2017) og den tilsyneladende dialogiske *Häufig gestellte Fragen*, men giver kun begrænset mulighed for at deltage aktivt i dialogen. Det samfund, Bayer og Monsanto har offentliggjort fusionen i, er globalt og karakteriseret af usikre fremtidsprognoser og modstridende ekspertudsagn, der øger usikkerheden om konsekvenser i forhold til organisationers handlen. Denne usikkerhed spejler *advancingtogether.com/de* gennem en dialogisk brug af ord og formuleringer.



LITTERATURLISTE

- Andersen, Heine, og Lars Bo Kaspersen. *Klassisk og moderne samfundsteori*. København: Hans Reitzels Forlag, 2007.
- Bakhtin, M. M. *The Dialogic Imagination*. Texas, USA: University Press of Texas, 1981.
- Bayer, Klaus. *Argument und Argumentation*. Opladen/Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, 1999.
- Bayer, Science For A Better Life. *Crop Science*. 22. 02 2017. <https://www.bayer.de/de/crop-science-division.aspx>.
- Bayer.com. *Working at Bayer: Excellent Perspectives*. 2017. <https://www.bayer.com/en/working-at-bayer.aspx>.
- Beck, Ulrich. *Living in the World Risk Society*. A Hobhouse Memorial Public Lecture, London School of Economics. 15. 02 2006.
- Beck, Ulrich. »Risk Society Revisited: Theory, Politics and Research Programmes.« I *The Risk Society and Beyond: Critical Issues for Social Theory*, af Barbara Adam, Ulrich Beck og Joost van Loon. London, Thousand Oaks, New Delhi: Sage Publications, 2000.
- Beck, Ulrich. »Weltrisikogesellschaft, ökologische Krise und Technologiepolitik.« I *Der unscharfe Ort*, af Ulrich Beck, Martin A. Jaher og Sven Kesselring. Opalden: Leske + Budrich, 1999.
- Berlingske Business. *Er festen i finanser lig med fornuften i finanser?* 17. 02 2017. <http://www.business.dk/debat/er-festen-i-finansen-lig-med-fornuften-i-finansen>.
- BMEL, Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft. *Gesunde Pflanzen*. 05 2017. https://www.bmel.de/DE/Landwirtschaft/Pflanzenbau/Pflanzenschutz/_Texte/GesundePflanzen.html;jsessionid=DCF3FFC8A1D005318604AB7B33F2C96E.1_cid358.
- BT. *Dansk skomærke i modvind efter ny reklame: I forsøger at sælge sko i ligestillingens navn*. 23. 01 2017. <http://www.bt.dk/danmark/dansk-skomaerke-i-modvind-efter-ny-reklame-i-forsoeget-at-saelge-sko-i>.
- Bund, Friends of the Earth Germany. *Bayer und Monsanto, bleibt uns vom Acker*. 18. 01 2017. <https://www.bund.net/aktuelles/detail-aktuelles/news/bayer-und-monsanto-bleibt-uns-vom-acker/>.

- Campact. *Bayer-Übernahme: Mehrheit fürchtet um Umwelt*. 14. 09 2016. <https://www.campact.de/presse/mitteilung/monsanto/appell/20160914-pm-bayer-uebernahme/>.
- Discover Monsanto. *Who Is Monsanto?* 2017. <http://discover.monsanto.com/who-is-monsanto/>.
- Dix, Gerald. »Ethische Grundlagen von Unternehmenskommunikation und Stakeholderdialog.« I *Ethisches Management: Grundlagen eines werteorientierten Führungskräfte-Kodex*, af A. Brink og V.A Tiebrus. Bern: Haupt Verlag, 2005.
- EcoWatch. *Bayer to Buy Monsanto Creating World's Largest Seed and Pesticide Company*. 14. 09 2016. <https://www.ecowatch.com/bayer-buys-monsanto-2004657068.html>.
- Energydesk, Greenpeace. *Neonicotinoids: Unpublished industry studies detail harm to bee health*. 22. 09 2016. <http://energydesk.greenpeace.org/2016/09/22/neonicotinoids-bayer-syngenta-bees/>.
- Europa-Kommissionen. *Faktablad: Spørgsmål og svar om EU's politik vedrørende GMO'er*. Bruxelles, 2015.
- Fairclough, Norman. *Disclourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press, 1992.
- Freeman, R. Edward, Jeffrey S. Harrison, Andrew C. Wicks, Bidhan Parmar, og Simone de Colle. *Stakeholder Theory - The State of the Art*. Cambridge: University Press, 2010.
- Gauntlett, David. »Anthony Giddens: Modernity, post-modernity and the post-traditionel.« I *Media and Identity: An Introduction*, af (<http://www.theory.org.uk/giddens3.htm>). London og New York: Routledge, 2002.
- Giddens, Anthony. *En løbsk verden*. London: Profile Books Ltd., 1999.
- . *Modernitetens konsekvenser*. København: Hans Reitzels Forlag, 1994.
- . *Sociology*. Cambridge: Polity Press, 2009.
- . *The Consequences of Modernity*. Cambridge: Polity Press, 1990.
- Giddens, Anthony, og Christopher Pierson. *Samtaler med Anthony Giddens: At forstå moderniteten*. København: Hans Reitzels Forlag, 2002.
- Greenpeace. *Costs of Bayer GE rice scandal could exceed 1.2 billion USD*. 6. 11 2007. <http://www.greenpeace.org/international/en/news/features/bayer-rice-scandal071106/>.
- Greenpeace, Østrig. *Bayer kauft Monsanto - Ein schlechter Deal für Mensch und Umwelt*. 12. 09 2016. <http://www.greenpeace.org/austria/de/News/Aktuelle-Meldungen/Gentechnik-News/2016/Bayer-kauft-Monsanto---Ein-schlechter-Deal-fur-Mensch-und-Umwelt/>.

- Grunig, James E. »Paradigms of Global Public Relations in an Age of Globalization.« *PRism* (6)2, 2009.
- . *Public Relations and Strategic Management: Institutionalizing Organization-Public Relationships in Contemporary Society*. University of Maryland, USA, 2011.
- Haig, Edward. *Some Observations on the Critique of Critical Discourse Analysis*. Nagoya, Japan: Nagoya Universities, 2013.
- Handelsblatt. *Monsanto-Aktionäre stimmen der Übernahme zu*. 13. 12. 2016. <http://www.handelsblatt.com/unternehmen/industrie/bayers-milliardendeal-monsanto-aktionaeere-stimmen-der-uebernahme-zu/14970438.html>.
- Hedemand, Trine, og Morten Strandberg. *Pesticider - påvirkning i naturen*. Danmarks Miljøundersøgelser, Aarhus Universitet, forfatterne og Forlaget Hovedland, 2009.
- Huffpost. *Bayer-Monsanto merger: Two Washington-savvy companies get their game on*. 15. 09. 2016. http://www.huffingtonpost.com/opensecrets-blog/bayer-monsanto-merger-two_b_12033326.html.
- IARC, International Agency for Research on Cancer. *IARC Monographs Volume 112: evaluation of five organophosphate insecticides and herbicides*. 20. 03. 2015. <http://www.iarc.fr/en/media-centre/iarcnews/pdf/MonographVolume112.pdf>.
- Internetlivestats. *Internet Users*. 2017. <http://www.internetlivestats.com/internet-users/>.
- IVA, Industrieverband Agrar e.V. *Chemischer Pflanzenschutz sichert Erträge und schont Mensch und Umwelt*. 2017. <http://www.iva.de/praxis/pflanzenschutz>.
- Kent, Michael L., og Maureen Taylor. »Building Dialogic Relationships Through the World Wide Web.« *Public Relations Review*, 24(3), 1998.
- Kent, Michael L., og Taylor Maureen. »Toward a Dialogic Theory of Public Relations.« *Public Relations Review* (28), 13 2001.
- Klausen, Søren Harnow. *Hvad er videnskabsteori?* København: Akademisk Forlag, 2016.
- Lynch, Diahanna, og David Vogel. *The Regulation of GMOs in Europe and the United States*. Council on Foreign Relations Press, 2001.
- Monsanto. *Monsanto at a Glance*. 2017. <http://www.monsanto.com/howeare/pages/default.aspx>.

- PCP, The Purpose of the Corporation Project. *Behind the Purpose of the Corporation Infographic*. 13. 6 2016. <http://www.purposeofcorporation.org/en/news/5009-behind-the-purpose-of-the-corporation-infographic>.
- Pflanzenschützer.ch. *Bauern gehen verantwortungsvoll mit Pflanzenschutzmitteln um*. 27. 01 2015. <https://pflanzenschuetzer.ch/bauern-gehen-verantwortungsvoll-mit-pflanzenschutzmitteln-um/>.
- PR-Wörterbuch. *PR-Definition*. 30. 05 2007. <http://www.pr-woerterbuch.de/wiki/index.php/PR-Definition>.
- PWC. *Neue Wege gehen: Wieso Unternehmen ihre Mitarbeiter einbinden müssen*. 2017. <https://www.pwc.de/de/prozessoptimierung/neue-wege-gehen-wieso-unternehmen-ihre-mitarbeiter-einbinden-muessen.html>.
- Springer Gabler, Wirtschaftslexikon. *Public Relations (PR)*. 2017. <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/public-relations-pr.html>.
- Süddeutsche Zeitung. *Darum ist der Ruf von Monsanto so schlecht*. 14. 09 2016. <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/bayer-uebernahme-von-monsanto-darum-ist-der-ruf-von-monsanto-so-schlecht-1.3161270>.
- . *Monsanto soll Glyphosat-Studien beeinflusst haben - Widersprüchliche Studien verhindern einheitliche Regelungen*. 15. 03 2017. <http://snip.ly/qskk5#http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/glyphosat-monsanto-soll-glyphosat-studien-beeinflusst-haben-1.3420577>.
- . *Monsanto-Aktionäre stimmen Milliardenübernahme durch Bayer zu*. 13. 12 2016. <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/uebernahme-monsanto-aktionaere-stimmen-milliardenuebernahme-durch-bayer-zu-1.3293569>.
- . *Rekord-Übernahme: Bayer Kauft Monsanto für 66 Milliarden Dollar*. 14. 09 2016. <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/bayer-und-monsanto-rekord-uebernahme-bayer-kauft-monsanto-fuer-milliarden-dollar-1.3161549>.
- taz.de. *Traktoren und Hühner gegen Bayer*. 21. 01 2017. <http://www.taz.de/!5376760/>.
- The Washington Post. *Bayer AG bulks up lobbyist roster for Monsanto deal*. 21. 09 2016. https://www.washingtonpost.com/news/powerpost/wp/2016/09/21/bayer-ag-bulks-up-lobbyist-roster-for-monsanto-deal/?utm_term=.08a83ba14418.

- Time, Health. *These Charts Show Every Genetically Modified Food People Already Eat in the U.S.* 30. 04 2015. <http://time.com/3840073/gmo-food-charts/>.
- TopAgrar. *Landwirte bleiben beim Pflanzenschutz häufig unter empfohlener Aufwandsmenge.* 27. 02 2017. <https://www.topagrar.com/news/Acker-Agrarwetter-Ackernews-Landwirte-bleiben-beim-Pflanzenschutz-haeufig-unter-empfohlener-Aufwandsmenge-7789115.html>.
- Toulmin, Stephen E. *The Uses of Argument.* Cambridge: Cambridge University Press, 2003.
- Toxics Action Center. *The Problem with Pesticides.* 2015. <http://www.toxicsaction.org/problems-and-solutions/pesticides>.
- Tyrwhitt-Drake, Hugh. *A Critique of Critical Discourse Analysis.* Reading, Berkshire: University of Reading, 2005.
- USCUSA, Union of Concerned Scientists, USA. *Eight Ways Monsanto Fails at Sustainable Agriculture.* Januar 2012. http://www.ucsusa.org/food_and_agriculture/our-failing-food-system/genetic-engineering/eight-ways-monsanto-fails.html#.WSfwhmiGPb0.
- Vatz, Richard E. »The Myth of the Rhetorical Situation.« *Philosophy & Rhetoric* 6(3), 1973.
- Wikipedia. *Bayer.* 14. 05 2017. <https://en.wikipedia.org/wiki/Bayer>.
- . *Environmental impact of pesticides.* 19. 05 2017. https://en.wikipedia.org/wiki/Environmental_impact_of_pesticides.
- . *Monsanto.* 21. 05 2017. <https://en.wikipedia.org/wiki/Monsanto>.
- Zeit Online. *Bayer Kauft US-Saatguthersteller Monsanto.* 14. 09 2016. <http://www.zeit.de/wirtschaft/unternehmen/2016-09/bayer-kauft-us-saatguthersteller-monsanto>.
- . *Bayer will keinen Genpflanzenzwang für Europa.* 10. 10 2016. <http://www.zeit.de/wirtschaft/unternehmen/2016-10/monsanto-bayer-genpflanzen-europa>.
- . *Was wir über den Abgasskandal wissen.* 21. 09 2015. <http://www.zeit.de/wirtschaft/2015-09/vw-abgase-manipulation-faq>.