

MED NOVO NORDISK I BAGHAVEN

EN CCO-ANALYSE AF KALUNDBORG SOM COMPANY TOWN

SPECIALE

NOVO NORDISK

MENNESKER
BORGERE ELLER
ARBEJDERE?

NOVO NORDISK
UDVIDER?!

ARBEJDSPLADSER
OG VÆKST TIL
BYEN

WEGOV TIL
FOLKET

ET SPÆND
MELLEM GODT OG
ONDT





AALBORG UNIVERSITET

Projekttitel	Med Novo Nordisk i baghaven – En CCO-analyse af Kalundborg som Company Town
Universitet	Aalborg Universitet København
Uddannelse	Kandidat i kommunikation
Semester	4. semester – Speciale
ETCS	30 ETCS
Speciale af	Mette Henriksen (20220940)
Gruppenummer	25
Vejleder	Maria Hvid Bech Dille
Afleveringsdato	31/05/2024
Antal sider	61,08 sider (146594 anslag)
Antal bilag	12

Abstract

Purpose/introduction: The city of Kalundborg – located in the western part of Sjælland – houses the biggest company in the EU: Novo Nordisk and the great presence of the big company is felt throughout the city. This study aims to investigate how the city of Kalundborg is constituted as a Company Town in the presence of Novo Nordisk. The study looks deeper into the citizens of Kalundborg and explores how it affects them to be living in a Company Town.

Design/methodology/approach: This study applies the CCO (Communicative Constitution of Organization) approach to explore how the Danish town Kalundborg is constituted as a Company Town by the citizens of the city and studies the effect of this on the citizens. The study also applies The Triple A-model and combines the two theoretical perspectives. The data used in the study is generated through qualitative methods and contains both ethnographically inspired observations and interviews with citizens of Kalundborg. One interview is conducted as a focus group. There is also a focus on doing ethnography-at-home, as the researcher is local to the city of Kalundborg. A thematical inspired analysis is used to create an overview of the great scale of data.

Findings: The findings indicate that Kalundborg is constituted in the interaction between different agents – human and non-human – all a part of an assemblage. Kalundborg is constituted as a Company town in more than one way. These are through the city's strong economy, the patriarchal role of Novo Nordisk in the city, through the presence of city development and finally Kalundborg is constituted as a modern Company Town. The citizens present a desire of more presence of Novo Nordisk in the local areas, but this does not go in order with the description of a modern Company Town. The citizens have trust in Novo Nordisk – created through a social contract. The citizens, the city and Novo Nordisk are all part of the city's culture – this results in the powerful position of Novo Nordisk in Kalundborg and the constitution of a Company Town.

Originality/value: This research contributes to the current research field of Company Towns by addressing how Company Towns emerge in a more modern framework. It studies

how the Company Town is constituted by different agents apart of an assemblage and when not every citizen in the city has an explicit relation to the big company.

Keywords: Company Towns, Modern Company Tows, Communicative Constitution of Organization (CCO), Organizing, Denmark.

Forord

Dette speciale er kulminationen på 18 år på skolebænken, og det er både med glæde og en smule vemod, at jeg nu går imod en fremtid hvor skolebøger, afleveringer, læringsmiljøer, viden og fagfællesskaber ikke nødvendigvis står i centrum. Jeg har altid holdt af at lære og har nydt hvert år under uddannelse. Nu banker fremtiden på, og jeg ser frem til at tage alt min viden med mig videre.

Kalundborg sætter ikke kun rammerne for dette speciale. Byen sætter også rammerne for min egen barndom, min opvækst og mine første voksenår. Selvom jeg ikke længere bor i byen, har den en speciel plads hos mig. Her føler jeg mig hjemme. Det er derfor en fornøjelse at sprede ordet om Kalundborg igennem arbejdet med dette speciale og introducere byen og ikke mindst dennes borgere for læseren.

Der skal lyde en stor tak til alle de mange mennesker omkring mig, som har fulgt specialet på sidelinjen, og som har holdt mig ved godt mod. Det er med gode råd – og lige så gode afbræk fra tiden foran computeren – at store dele af hjælpen er kommet. Der skal også lyde en særlig tak til de mange interviewpersoner, som har stillet sig op til interviews og delt deres tanker om Kalundborg. En endnu større tak skal dog lyde til min vejleder Maria Hvidt Bech Bille, som hele vejen igennem processen er kommet med faglig støtte og vejledning, der har hjulpet mig i den rigtige retning og godt i mål med specialet. Tak.

Indholdsfortegnelse

1. Indledning	2
1.1 Problemformulering	3
1.2 Læsevejledning	4
1.3 Casebeskrivelse.....	5
2. Litteraturreview	7
2.1 Fremgangsmetode.....	7
2.2 Company Towns bliver til	10
2.3 Mødet mellem virksomheden og borgerne i en Company Town.....	12
2.4 Company Towns i en nordeuropæisk sammenhæng	14
2.5 Opsamling på reviewet og positionering af specialet	15
3. Metode	18
3.1 Videnskabsteori – Socialkonstruktionisme	18
3.2 Undersøgelsesdesign	20
3.2.1 Kvalitative studier.....	20
3.2.2 Etnografisk inspireret casestudie	21
3.3 Generering af empirisk materiale.....	22
3.3.1 Kvalitative interviews	22
3.3.2 Etnografiske observationer	26
3.4 Behandling af empirien	28
3.4.1 Transskribering af interviews.....	28
3.4.2 Kodning af data: Tematisk inspireret analyse.....	29
3.5 Projektets videnskabelighed	33
3.6 Refleksion over egen forskerrolle og vidensproduktion	35
4. Teoretisk rammesætning.....	39
4.1 Definerings af CCO-perspektivet	39
4.1.1 De seks præmisser i CCO-forskningen	40

4.1.2 Montreal-skolen	43
4.2 Triple A-modellen	44
5. Analysestrategi	48
6. Analyse.....	51
6.1 Humane og non-humane aktører og deres relation.....	51
6.1.1 Identifikationen af humane og non-humane aktører	51
6.1.2 Opsamling og netværket i sin helhed	58
6.2 Aktørernes co-konstituering af Kalundborg som Company Town	60
6.2.1 Kalundborg: Et narrativ uden Novo Nordisk	60
6.2.2 Kalundborg: Et narrativ med Novo Nordisk	64
6.2.3 Konstituering af Kalundborg som en Company Town	69
6.2.4 Opsummering	70
7. Diskuterende analyse	72
7.1 Novo Nordisks magt over væsentlige instanser i Kalundborg	73
7.2 Tillid til Novo Nordisk blandt Kalundborgs borgere	75
7.3 En kultur der er forbinder borgere, byen og Novo Nordisk	76
7.4 Opsummering.....	78
8. Konklusion.....	80
9. Litteraturliste.....	83
10. Bilagsoversigt	93

KAPITEL 1

INDLEDNING

1. Indledning

Endestationen for regionaltoget, der kører vest på fra Københavns Hovedbanegård, er nok ikke den mest velkendte for den gennemsnitlige dansker. Men det er Novo Nordisk til gengæld. Og netop de to har noget tilfælles. Den vestsjællandske by Kalundborg er – udover at være endestationen – hjemsted for Europas største selskab Novo Nordisk (DR, u.å.). Byen kan til forveksling ligne mange andre mellemstore byer i 'Udkantsdanmark', men Novo Nordisk placerer byen og dens 17.000 indbyggere på verdenskortet. Mens Danmark i 2022 havde en vækst på 2,7 % i BNP, havde Kalundborg en vækst på ikke mindre end 26,8 % i BNP (DR, u.å.). Og det kan mærkes i den lille by, at virksomheden vokser og investerer mange milliarder i fabrikken, der ligger i udkanten af byen, og som mange har en relation til.

Da Novo Nordisk i 1969 byggede deres første fabrik på en tom mark i udkanten af Kalundborg (Tv2 Øst, 2019), begyndte de samtidig processen mod at forvandle byen til det, som den er i dag, en 'Company Town'. Company Towns defineres ved at være et bysamfund, hvor én enkelt virksomhed dominerer både økonomiske og sociale perspektiver i byen (Porteous, 1970). Men hvordan udfolder en Company Town sig i en nutidig kontekst? Hvordan bliver en Company Town til? Og hvilke indvirkninger har denne på byens mange borgere?

Ovenstående spørgsmål udgør specialets undren og rammesætter den problemstilling, som det ønskes at undersøge. Det er interessant at se nærmere på, hvorvidt Novos store betydning for Kalundborg og byens beskrivelse som en Company Town sætter byens borgere i en form for spændingsfelt, hvor de på den ene side kan være positivt stillet overfor virksomheds store vækst og nærmest ubeskrivelige betydning for byen, mens de på den anden side kan opleve, at samme vækst kan give lokale problemer – eksempelvis mangel på boliger og trafikale udfordringer (DR, u.å.). I store dele af den nuværende litteratur om Company Towns har hele byen og alle borgerne en tæt og eksplicit relation til den magtfulde virksomhed. På dette område skiller Kalundborg sig ud, hvorfor det også er interessant at bringe Company Town perspektivet ned over den vestsjællandske by.

På baggrund af ovenstående beskrivelse er følgende problemformulering og arbejdsopgave blevet formuleret:

1.1 Problemformulering

På hvilke måder skabes og opretholdes Kalundborg som Company Town og med hvilken effekt for byens borgere?

- Hvilke humane og non-humane aktører er til stede i Kalundborg som assemblage?
- Hvordan co-konstituerer de humane og non-humane aktører Kalundborg som en Company Town?
- Hvilke reaktionsmønstre forekommer hos borgerne i Kalundborg i lyset af Novo Nordisk tilstedeværelse i byen, og hvordan taler disse ind i den eksisterende viden om Company Town?

Dette speciale vil besvare ovenstående problemformulering igennem en undersøgelse, der tager udgangspunkt i interviews med borgere i Kalundborg samt en etnografisk undersøgelse bestående af observationer foretaget i byen. Undersøgelsen tager udgangspunkt i aktørernes kommunikation i håbet om at skabe en forståelse for, hvordan en Company Town skabes og opretholdes af aktører, ligesom det håbes at skabe et fokus på, hvordan det at leve i en Company Town påvirker byens mange borgere i et nutidigt dansk perspektiv.

1.2 Læsevejledning

I dette afsnit af vil de forskellige kapitler blive præsenteret og uddybet kort.

I **kapitel 1** ses specialet indledende kapitel. Her lægges der op til undersøgelsen og specialets problemformulering og arbejdsspørgsmål bliver fremlagt. Der ses en læsevejledning og en casebeskrivelse.

Kapitel 2 afdækker den eksisterende forskning om Company Towns som forskningsfelt. Dette gøres gennem et litteraturreview, hvor tilgangen til reviewet og en gennemgang af feltet præsenteres. Kapitlet afsluttes med en positionering af specialet.

Kapitel 3 er specialets metodekapitel og præsenterer både det videnskabsteoretiske ståsted, undersøgelsesdesignet, indsamling og behandling af empiri, projektets videnskabelighed og en refleksion over egen forskerrolle og vidensproduktion.

I **kapitel 4** præsenteres specialets teoretiske rammesætning. Kapitlet redegør først for CCO-perspektivet med et fokus på de 6 præmisser for CCO og følges op med en præsentation af Montreal skolen. Afslutningsvis præsenteres 'The Triple A-model'.

Analysestrategien præsenteres i **kapitel 5**. Her sættes der relation mellem det metodiske kapitel og den teoretiske rammesætning, ligesom der sættes rammer for, hvordan der gås til analysen i det efterfølgende kapitel.

Kapitel 6 er analysekapitlet. Her bliver den genererede empiri først analyseret i to delanalyser. Analysen bygger på en tematisk inspireret analyse, som er præsenteret i metodekapitlet.

Analysekapitlet efterfølges af **kapitel 7**, som præsenterer specialets diskuterende analyse, hvor der tages udgangspunkt i det tredje arbejdsspørgsmål, der stilles i forlængelse af problemformuleringen. Dette kapitel kan også ses som en tredje delanalyse.

Kapitel 8 afslutter specialet og fremsætter konklusionen på undersøgelsen. Her svares der på den overordnede problemformulering, der er fremsat i kapitel 1.

1.3 Casebeskrivelse

Dette afsnit har til formål at introducere til casen, som dette speciale tager udgangspunkt i. Først ses der en kort præsentation af hhv. Kalundborg og Novo Nordisk, dernæst en introduktion til Novo Nordisk tilstedeværelse i byen og afslutningsvis argumenteres der for, hvorfor Kalundborg som udgangspunkt opfattes og beskrives som en Company Town løbende igennem specialet.

Kalundborg er en gammel købstad på Vestsjælland og har i omegnen af 17.000 indbyggere. Byen lægger samtidig også navn til den omkringliggende kommune og er således en del af Region Sjælland. Kalundborg har flere attraktioner at byde på bl.a. Højbyen, som stammer tilbage fra middelalderen og den femtårnede Vor Frue Kirke, der er opført i 1200-tallet. Der findes en række større virksomheder i byen, heriblandt Ørsted (det tidligere Asnæsværket), Kalundborg Havn og ikke mindst Novo Nordisk (Wikipedia, 2024).

Novo Nordisk er en i dag en global lægemiddelvirksomheden, som blev grundlagt i 1923 lige uden for København (Novo Nordisk, 2024). I 1969 byggede virksomheden deres første fabrik i udkanten af Kalundborg og står i dag for omkring 50% af verdens insulinproduktion (TV2 øst, 2019). Der er mere end 4.000 ansatte på fabrikken i byen, hvilket svarer til knap 25% af Kalundborgs indbyggere. Novo Nordisk har investeret 60 milliarder kroner i nye fabrikker i Kalundborg, som skal bygges frem mod 2029. Hvert år betaler Novo Nordisk over 100 millioner kroner i selskabsskat til kommunen, et beløb der vokser sig større og større hvert år (DR, u.å.).

Novo Nordisk har en stor betydning for Kalundborg – både i kraft af de mange arbejdspladser, de stiller til rådighed for byens borgere, og i form af den store sum penge de betaler i kommuneskat. På disse præmisser tales der ind i beskrivelsen af Kalundborg som en Company Town. Det er således en antagelse i arbejdet med dette speciale, at Kalundborg er at sammenligne med en Company Town. Det betyder dog ikke, at der lukkes ned for muligheden for, at denne beskrivelse ikke er præcis, og at Kalundborg som Company Town blot er én måde, hvorpå byens borgere beskriver denne.

KAPITTEL 2

LITTERATURREVIEW

2. Litteraturreview

I dette kapitel vil der blive udført et litteraturreview. Litteraturreviewet har til formål at give et overblik over forskningsfeltet, der omhandler Company Towns, og som dette speciale har til hensigt at bidrage til. Reviewet har en central rolle i projektet, da det på baggrund af belysningen af eksisterende litteratur på området – her Company Towns – er med til at legitimere undersøgelsen (Bryman, 2014, s. 8; Massaro et al., 2016). Først vil der blive fokuseret på den metodiske del af reviewet. Det vil sige en gennemgang af fremgangsmetoden og søgestrategien i forbindelse med litteratursøgningen. Efterfølgende vil der blive foretaget en gennemgang af relevant litteratur inden for forskningsfeltet, som her er struktureret ud fra tre temaer. Afslutningsvis vil specialet blive positioneret i forskningsfeltet.

2.1 Fremgangsmetode

Før selve litteraturreviewet bliver præsenteret, vil fremgangsmetoden blive gennemgået her. I fremskabelsen af dette litteraturreview er den *semistrukturerede tilgang* (Snyder, 2019) blevet brugt. Forskningsfeltet, der her bliver afdækket, er med til at understøtte undersøgelsens problemformulering (Rowley & Slack, 2004, s. 31). Her vil den aktuelle forskning blive præsenteret i temaer, der er identificeret gennem en analyse af den litteratur, som litteratursøgningen har genereret, og som understøtter projektets problemformulering. Formålet med dette litteraturreview er at kortlægge forskningsfeltet 'Company Towns'.

Det indledende arbejde med litteratursøgningen har fokuseret på at skabe et overblik over og indblik i det pågældende forskningsfelt. Dette indebærer at fastlægge hvilke ord, termer og vendinger, der bruges, når der arbejdes og skabes viden inden for området (Bryman, 2012, s. 118). Der er blevet foretaget mock-søgninger i forskellige databaser for at skabe det bedste grundlag for en præcis søgning. Online databaser er en stor ressource i forhold til adgang til forskellige videnskabelige tidsskrifter (Bryman, 2012, s. 113). Disse tilgås igennem adgang fra AUB (Aalborg Universitets Bibliotek). Det indledende arbejde – og til dels også det efterfølgende arbejde – med litteraturreviewet bærer præg af en iterativ proces. Processen systematiseres ved strategisk at arbejde med *søgeblokke* (Rowley & Slack, 2004), som bruges til at identificere blokke af søgestrengte bestående af synonymer. Arbejdet med søgeblokke tillader en dækning af forskningsfeltet, der er mere gennemgående, da der bruges

forskellige beskrivelser i en enkelt søgeblok (Rowley & Slack, 2004, s. 35-36). Arbejdet med dette litteraturreview bestod i de fem følgende søgeblokke:

Blok 1: Company Town	Blok 2: Community	Blok 3: Conflict	Blok 4: CSR	Blok 5: Norden
(Single-industry towns (SITs))	Community building Community development Community engagement Public	Tension	Corporate Social Responsibility	Scandinavia Denmark Sweden Norway

Tabel 1: Søgeblokke.

I arbejdet med litteraturreviewet er følgende databaser blevet anvendt: EBSCOHost, ABI/Inform, og Aalborg Universitetsbiblioteks (AUB) søgedatabase Primo. For at få så præcise resultater som muligt er følgende søgekriterier blevet anvendt i processen: det skal være forskningsartikler, artiklerne skal være på engelsk, de skal være peer-reviewed, og de skal som udgangspunkt være udgivet efter år 2000 for at sikre et så relevant som muligt resultat. Søgekriterierne er med til at indsnævre antallet af resultater (Snyder, 2019, s. 337), hvilket giver artikler, der i højere grad er relevante for det pågældende forskningsfelt. Samtidig er søgningerne strukturerede med brug af *boolean operators* (Rowley & Slack, 2004, s. 34; Cronin et al., 2008), der fungerer som markører i søgningerne og igen er med til at præcisere søgeresultaterne. Der er også brugt 'anywhere except full text' (noft) med samme formål. Når der ses en forskel på antal af artikler i søgeresultatet og antallet af relevante artikler til selve litteraturgrundlaget, skyldes det et arbejde med inklusions- og eksklusionskriterier. Alle artikler, som ikke har 'Company Town' som tematik, er blevet ekskluderet. Grundet brugen af stjernesymbolet i forbindelse med søgeordet 'Company Town*' inkluderer det også resultater, hvor andre endelser af 'Town' indgår. Brugen af stjernesymbolet er for også at inddrage søgningen om 'Company Town(s)'. Artikler, hvor tematikken Company Town ikke indgår i hverken overskrift, abstract eller indledning, er blevet ekskluderet og er altså ikke relevante for arbejdet med dette litteraturreview, som har 'Company Town' som fokuspunkt. For at kunne præsentere et overblik over både databaser, søgeord, artikler og relevans præsenteres følgende tabel, der samler søgeresultaterne:

Database	Søgestreng	Artikler	Relevant	Dato
EBSCOHost	Company Town* AND Community development AND Tension OR Conflict	2	1	28.02.24
	Company Town* AND Public AND Tension OR Conflict	5	2	28.02.24
	Company Town* AND CSR OR Corporate social responsibility	6	3	28.02.24
	Company Town* AND Public AND CSR OR Corporate Social Responsibility	2	2	28.02.24
	Company Town* AND Sweden	27	3	13.03.24
ABI / Inform	Noft(Company Town*) AND Noft(Community building) AND Conflict	3	0	28.02.24
	Noft(Company Town*) AND Noft(Community development) AND Conflict	18	3	28.02.24
	Noft(Company Town*) AND Noft(public) AND noft(conflict)	7	1	28.02.24
	Noft(Company Town*) AND Noft(CSR)	15	2	28.02.24
	Noft(Company Town*) AND Noft(Corporate Social Responsibility)	34	4	28.02.24
	Noft(Company Town*) AND Noft(Norway)	5	2	13.03.24
Primo	Company Town* AND Community building AND Conflict	27	1	28.02.24
	Company Town* AND Community development AND Conflict	93	7	28.02.24
	Company Town* AND Community engagement AND Conflict	8	1	28.02.24
	Company Town* AND CSR	46	5	28.02.24
	Company Town* AND Denmark AND Public	24	0	13.03.24

Tabel 2: Litteratursøgninger.

Flere af artiklerne i databaserne findes flere steder og vil derfor gå igen i forskellige søgeresultater. En yderligere artikel er fundet væk fra søgekriteriet: udgivet efter år 2000. Ligesom en anden artikel er fundet væk fra søgekriteriet: artiklerne skal være på engelsk. Disse artikler skiller sig ud ved at være fundet gennem metoden *citation pearl growth* (Rowley & Slack, 2004, s. 35) og præsenterer en generel forståelse for det centrale begreb Company Town, der bygger grundlaget for dette litteraturreview, som dette speciale taler ind i. Efter at have frasorteret dubletter, gennemlæst overskrifter, abstracts og konklusioner endes der ud med 22 forskningsartikler. Igennem arbejdet med artiklerne kommer det til syne, at der findes tre overordnede temaer, som her kaldes: 'Company Towns bliver til', 'Mødet mellem virksomheden og borgerne i en Company Town' og 'Company Towns i en nordeuropæisk sammenhæng'. De tre temaer vil blive præsenteret her.

2.2 Company Towns bliver til

Company Towns defineres af J. D. Porteous (1970) som et bysamfund, hvor én enkelt virksomhed dominerer både de økonomiske og sociale perspektiver i byen. Historisk set har de især set dagens lys i industrier som minedrift (Vergara, 2003; Littlewood, 2014; Chesire et al., 2011; Vargas-Hernández, 2007; Muruviwa et al., 2020; Yagenova & Garcia, 2009; Caxaj & Ixtahuacan, 2018; Bell, 2009; Dagvadori et al., 2018; Keenan, 2004) men også traditionelt skovbrug har set mange Company Towns vokse. Den magtfulde virksomhed har i Company Towns både stor betydning for byens butikker, skoler og andre væsentlige instanser for medarbejderne i virksomheden og ikke mindst også deres familie, der er bosat i byen (Porteous, 1970; Demirkol, 2023; Cheshire et al., 2011).

Oprindeligt oplevede Company Towns en stor fremgang i slutningen af det 18. århundrede i det vestlige Europa og i områder og lande, hvor vestlige lande oprettede kolonimagter. Fremgangen af Company Towns i disse områder skyldes især en økonomisk fremgang i områderne (Porteous, 1970). Også i efterkrigstiden så man flere og flere minebyer blive oprettet i Australien (Cheshire et al., 2011). I et nutidigt perspektiv har flere byer på verdensplan også karakteristika af at være Company Towns. Eksempelvis kan Volkswagens tilstedeværelse i Wolfsburg i Tyskland beskrives som en Company Town (Moonesirust & Brown, 2021), ligesom LEGO i Billund også er et eksempel på en Company Town i en nutidig dansk kontekst (Gregersen, 2020). Det er også muligt at se, hvordan minedrift stadig skaber Company

Towns i dag eksempelvis i West Virginia i USA, hvor kulindustrien stadig har en central rolle for borgere i området (Bell, 2009).

I en Company Town er byens økonomi afhængig af virksomheden, som har stor magt på flere dele af byen blandt andet beskæftigelse og bolig (Porteous, 1970). Virksomheden lægger en slags monopol på området og kan i visse situationer ses som et magtregime (Moonesirust & Brown, 2021). Traditionelt set bruger virksomheden en patriarkalsk samfundsrolle i det omkringliggende miljø til at tilbyde gode faciliteter og andre fordele for medarbejderen, mens de samtidig opnår en kontrol over dennes liv væk fra arbejdspladsen. Dette er med til at skabe en følelse af afhængighed og sårbarhed blandt beboerne i byen (Porteous, 1970; Gregersen, 2020). Selvom dette tilsyneladende er skabt til at sikre medarbejdere, der er loyale overfor virksomheden, dygtige og effektive, har denne praksis af kontrol også vist sig at skabe medarbejdere, der er føjelige, og som mangler individualitet (Moonesirust & Brown, 2021).

I beskrivelsen af Company Towns pointerer Porteous (1970), at der ofte er tale om isolerede områder væk fra andre bymæssige centrummer. I beskrivelsen er denne isolering med til yderligere at styrke en virksomheds kontrol og store rolle i samfundet (Porteous, 1970). Denne tankegang bliver dog udfordret af mere nutidige beskrivelser af Company Towns. Der ses i dag eksempler på, at en Company Town kan skabe konflikter af mere social og økonomisk karakter mellem den pågældende by og andre nært omkringliggende byer (Vergara, 2003).

I Porteous' artikel fra 1970 slutter han af med at konstatere, at Company Towns vil opleve en tendens til at forsvinde i den vestlige verden som et resultat af den voksende og stabile økonomi, velfærdsstatens fremgang og øget mobilitet (Porteous, 1970; Gregersen, 2020). Men stadig til den dag i dag ses der Company Towns i den vestlige del af verden. Eksempelvis er Pittsburgh i USA, Ruhr i Tyskland og Lorraine i Frankrig ressourcebaserede områder og byer, hvor store dele af befolkningen arbejder inden for den samme industri eller for en enkelt virksomhed (Demirkol, 2023). På samme måde er Volkswagen i Wolfsburg (Moonesirust & Brown, 2021) og LEGO i Billund (Gregarson, 2020) eksempler på Company Towns i en nutidig kontekst. Kale (2020) beskriver, hvordan Company Towns i Indien i dag er blevet erstattet af Company Villages, ved at private selskaber har overtaget virksomheder, der

før var statsejede i Indiens mineralbælte og med denne overtagelse har de private virksomheder indskrænket mulighederne for ansættelse i byen. Med overgangen til en ny beskrivelse af Company Towns beskriver Kale (2020), hvordan der med dette kommer et nyt spørgsmål til syne i form af Corporate Social Responsibility (Kale, 2020).

Relevant dansk forskning på området beskriver, hvordan den moderne Company Town opstår i et sammenspil mellem byen og virksomheden og altså ikke kun som et resultat af virksomhedens behov som før set. I den moderne Company Town har virksomheden en mindre aktiv grad af indvirkning på byen og dens borgere. I den moderne Company Town har borgernes levede liv og hverdag større betydning for beskrivelsen af en Company Town, hvor der i dag er større fokus på fællesskabet og kulturen blandt borgerne i byen. Her kan der både være tale om bykvarterer, selvstændige bydannelser og forstadsbebyggelser. Fælles i den danske forskning på området bliver det pointeret, at byudvikling i områderne ikke var isoleret fra øvrig udvikling i landet. Etableringen af beboelse er sket i samspillet mellem virksomheden og den lokale kommune (Gregersen, 2020). En pointe der stiller sig i modsætning til den traditionelle beskrivelse af en Company Town.

2.3 Mødet mellem virksomheden og borgerne i en Company Town

I forskningen på området Company Towns kommer det til syne, at menneskerne i de pågældende byer og områder spiller en central rolle. Derfor bør der også arbejdes med mødet mellem virksomheden og borgerne i en Company Town.

Som beskrevet ovenfor har Company Towns sin oprindelse i områder med udvindingsindustri (Porteous, 1970) og i særdeleshed i forbindelse med minebyer (Vergara, 2003; Littlewood, 2014; Chesire et al., 2011; Vargas-Hernández, 2007; Muruviwa et al., 2020; Yagenova & Garcia, 2009; Caxaj & Ixtahuacan, 2018; Bell, 2009; Dagvadori et al., 2018; Keenan, 2004), og det faktum giver anledning til et møde mellem virksomheden og borgerne, som bærer præg af konflikt. Det kan både gøre sig gældende, når store internationale virksomheder øger deres tilstedeværelse i byer og områder, der har stor spirituel betydning for borgerne, uden at være følsomme omkring det faktum, at jorden har en special betydning for borgerne (Vargas-Hernández, 2007; Yagenova & Garcia, 2009), ligesom konflikten kan ses, når virksomheden negligerer deres stakeholders og agerer uden at tage holdninger og meninger fra disse med i overvejelserne omkring virksomheden (Muruviwa et al., 2020).

Problemet med fremdriften af konflikt i områder med Company Towns strækker sig også ud over den enkelte bys grænser. Også omkringliggende byer kan skabe konfliktsituationer af social og økonomisk karakter, der bygger på, at perifere byer ikke drager nogen fordel af virksomhedens tilstedeværelse – tværtimod det modsatte (Vergara, 2003).

For at undgå konflikt mellem virksomheden og borgerne i det pågældende område eller by bedst muligt peger Caxaj & Ixrahuacan (2018) på tre vigtige punkter for at skabe harmoni i en Company Town. 1) Der skal ses en gensidig anerkendelse fra begge sider. 2) Der skal være en accept af forfædres rødder og den stærke forbindelse, som borgere kan have til jorden. 3) Der skal være handling og fremdrift mod løsningerne i den pågældende Company Town (Caxaj & Ixrahuacan, 2018). Det er afgørende for virksomheden at bevare tilliden i byerne for at sikre, at der ikke opstår konflikter. Lav tillid blandt borgerne i byen vil sandsynligvis føre til konflikter, og derfor er det også vigtigt for virksomheden i en Company Town, at denne er i kontakt med lokalsamfundet, især med de grupper som vil blive påvirket af virksomhedens ageren (Dagvadorj et al., 2018; Muruviwa et al., 2020).

I mødet mellem virksomheden og borgerne kommer det i litteraturen også til syne, at borgere har forventninger til virksomheden. For det omkringliggende samfund kræver fordele. Dette kan eksempelvis være økonomiske fordele – især set i forbindelse med betalte jobs (Keenan, 2004; Brucher, 2011). Company Towns bringer altså også meget positivt med sig til de borgere, som bliver en del af byen og virksomheden. Her kan det eksempelvis pointeres, hvordan den direkte deltagelse af virksomheden er med til at vedligeholde og udvikle på væsentlige levevilkår for borgerne (Blam et al., 2016), hvordan borgerne skaber en identitet, der er knyttet til virksomheden (Moonesirust & Brown, 2021), socioøkonomisk fremgang (Demirkol, 2023), og hvordan virksomheden kontrollerer og vedligeholder infrastrukturer i byen heriblandt boliger og skoler (Cheshire et al., 2011). Brucher (2011) betegner dette som en *social kontrakt*, hvor borgerne tolererer de dele af virksomheden, som kan lægge op til konflikt, for til gengæld at opnå godt-betalte jobs, god økonomi og stabile leveforhold (Brucher, 2011).

Den sociale kontrakt (Brucher, 2011) beskriver en tvetydighed blandt borgerne i en Company Towns. Der er to sider af sagen, når en Company Town har indflydelse på borgerne i og omkring sig. Derfor er det centralt, at de enkelte tilfælde af Company Towns bliver

undersøgt, for at kunne beskrive hvorvidt og i hvilken grad virksomheden har indflydelse på borgerne. For at forstå magtforholdet mellem virksomheden og borgerne er det centralt at undersøge de enkelte Company Towns i dybden (Demirkol, 2023; Moonesirust & Brown, 20121).

2.4 Company Towns i en nordeuropæisk sammenhæng

Da dette speciale omhandler en Company Town i en dansk kontekst, er det også i særdeleshed relevant at se nærmere på forskning, der er tættere – rent fysisk – på Danmark. Derfor er det her relevant at arbejde med Company Towns i en nordeuropæiske og skandinavisk kontekst.

Som det kommer til syne i ovenstående beskrivelser af Company Towns på verdensplan, findes mange af byerne i udvindingsindustrien og derfor også i lande, hvor denne har en central rolle – eksempelvis i de nord- og sydamerikanske lande Chile (Vergara, 2003), Mexico (Vargas-Hernández, 2007) og Peru (Keenan, 2004) og de afrikanske lande Namibia (Littlewood, 2014) og Zimbabwe (Muruviwa et al., 2020). I disse dele af verden er det ikke ualmindeligt at støde på Company Towns. Men også i en nordeuropæisk sammenhæng ses der eksempler på, at enkelte virksomheder får uendelig stor betydning for én enkelt by og dens borgere, ligesom der også her lægges et anderledes perspektiv.

I Tyskland ses Volkswagens tilstedeværelse i Wolfsburg (Moonesirust & Brown, 2021), i den svenske by Skutskär spiller papirindustrien en central rolle (Sundström & Hyder, 2008), og Longyearbyen på Svalbard beskrives også som en tidligere Company Town (Tiller et al., 2022). Tilstedeværelsen af Company Towns i Sverige bliver startet i år 1900 i byen Kiruna – den første Company Town nord for polarcirklen. Kiruna er i dag stadig en Company Town, der fokuserer på mineindustrien. Byens borgere er stadig tæt knyttet til industrien (Stihl, 2024). Andre svenske byer oplever også mineindustrien have en central rolle i deres tilstedeværelse i dag (Fjellborg et al., 2022). På grænsen til Norge i udkanten af den russiske by Nikel ses også en Company Town, som både har betydning for den norske og russiske befolkning i området (Gerlach & Kinossian, 2017). I Danmark er det mest velkendte eksempel LEGO i Billund (Gregersen, 2020) og ikke mindst Novo Nordisk i Kalundborg, som dette special arbejder med.

Der ses ikke en stor mængde af forskning på området om mineraludvinding og ikke mindst modstand mod dette i en europæisk sammenhæng. Men i den forskning, der er foretaget på området, konkluderes det, at borgerne i områder med Company Towns med mineraludvinding især bruger civil ulydighed til at påvirke offentligheden og de politiske aktører, der har en rolle i samfundet (Fjellborg et al., 2020).

I en nordeuropæisk sammenhæng ses det især, at borgerne i Company Towns har et centralt behov for tillid til virksomheden, især når det handler om at tage et socialt ansvar. Det er vigtigt for borgerne, at ledelsen foregår i den lokale sammenhæng og ikke væk fra samfundet på et globalt virksomhedsniveau. Det traditionelle og patriarkalske ledelsessyn, som Company Towns ellers er kendt for (Gregerson, 2020), er for snævert i den nordeuropæiske selvforståelse og er ikke tilpasset nutidens medborgerskabsvirkelighed (Sundholm & Hyder, 2008). Anden forskning peger på, at høj social kapital også er vigtig for de skandinaviske borgere i en Company Town. Har byen lav social kapital vil basale egenskaber ikke være til stede. I Longyearbyen på Svalbard oplevede man lav social kapital og en høj udskiftning i borgere og et ung demokrati, som til sidst endte ud i, at byen ikke var katastrofedygtig, da en lavinekatastrofe ramte byen i en stor ulykke (Tiller et al., 2022).

Kultur har også en central betydning for de nordeuropæiske Company Towns og disses borgere. Her påviser forskningen, at byer med en kultur, der er stærkt forbundet til virksomheden, er mere modstandsdygtige overfor ændringer i byen. Den stærke kultur bliver indlejret i borgerne og deres selvforståelse og tillader således virksomheden en stor magt over for borgerne – en magt der ikke kun omhandler organisatoriske områder med også familierelationer og skoler eksempelvis. Den stærke tilknytning til virksomheden, som især binder sig op på den skabte kultur i byen, kan resultere i lave niveauer af iværksætteri i byen og en identitetsskabelse hos borgerne, der er påvirket af virksomheden. Gennem kulturen bliver borgerne tæt knyttet til virksomheden og byen, en tilknytning der kan kaldes for en form for ægteskab. Den stærke tilknytning resulterer i, at der ikke ses stærk modstand mod den pågældende virksomhed i disse Company Towns (Moonesirust & Brown, 2021; Stihl, 2024).

2.5 Opsamling på reviewet og positionering af specialet

Arbejdet med litteraturreviewet viser, at der inden for forskningsfeltet findes tre temaer om Company Towns, som er relevante for dette speciale: 'Company Towns bliver til', 'Mødet

mellem virksomheden og borgerne i en Company Town' og 'Company Towns i en nordeuropæisk sammenhæng'. Det indledende afsnit om hvordan Company Towns opstår, temaet om mødet mellem virksomheden og borgerne i en Company Town og det afsluttende fokus på et nordeuropæisk perspektiv giver projektet et godt udgangspunkt for at kunne beskrive, hvordan Kalundborg skabes og opretholdes som en Company Town.

Dette specialet har til hensigt at bidrage til forskningsfeltet ved at fokusere på Company Towns i en nutid dansk kontekst med fokus på Novo Nordisk i Kalundborg og igennem et fokus på den effekt, som en Company Town har på borgerne i den pågældende by. Specialet præsenterer et perspektiv på, hvordan en Company Town udfolder sig i et nutidigt (og moderne) perspektiv ved at undersøge, hvordan en Company Town bliver til, og hvad dette har af indvirkninger på den pågældende bys borgere. Specialet bidrager ydermere til forskningsfeltet ved at anvende et CCO-perspektiv til at besvare problemstillingen.

KAPITTEL 3

METODE

3. Metode

I dette metodekapitel præsenteres en gennemgang af det metodiske arbejde i undersøgelsen herunder med begrundelse for, hvorfor de pågældende valg er taget. Først beskrives den videnskabsteoretiske position, og efterfølgende introduceres selve undersøgelsesdesignet. Efter dette vil der følge en beskrivelse af den genererede empiri samt en gennemgang af behandlingen af denne. Metodekapitlet indeholder også et perspektiv på projektets videnskabelighed og bliver afsluttet med en refleksion over egen forskerrolle og vidensproduktion.

3.1 Videnskabsteori – Socialkonstruktionisme

I indeværende afsnit introduceres specialets videnskabsteoretiske position: *socialkonstruktionisme*. Formålet med dette afsnit er at anskueliggøre den videnskabsteoretiske forståelsesramme, som specialet baserer sig på, herunder de ontologiske og epistemologiske overvejelser, og hvordan de influerer de metodiske valg og teorirammen i specialet.

Når der i dette speciale arbejdes med den videnskabsteoretiske retning socialkonstruktionisme, så ses det samtidig i relation til et fravalg af socialkonstruktivismen. De to termer bliver i nogle tilfælde brugt omskifteligt, men Gergen (2018) bruger socialkonstruktionismen i sin position, da denne sættes i kontrast til det, han betegner som *konstruktivisme* (Burr, 1995, s. 2; Colin, 2014, s. 442). Der findes ikke en enkelt beskrivelse af, hvad socialkonstruktionisme er (Burr, 2015, s. 2). Mange forskellige teoretikere deler mange beskrivelser af retningen, men der er således ikke noget, som de alle har til fælles (Gergen, 2018, s. 3). Socialkonstruktionisme argumenterer for, at den måde, hvorpå vi forstår verden, ikke kommer fra en objektiv virkelighed men derimod fra andre mennesker – både før vores tid og i vores tid (Burr, 2015). En familiekonstellation kan bruges som eksempel på de forskellige beskrivelser af den videnskabsteoretiske retning. Familiemedlemmer kan dele enkelte træk – en næse der går igen hos mor og datter, eller en hårfarve der deles – men alle familiemedlemmer deler ikke alle træk – en næse kan også skille sig ud fra resten af familien (Burr, 1995, s. 2). Dog beskriver Burr (1995), hvordan centrale antagelser sætter rammerne for socialkonstruktionismen. Eksempelvis ses der et kritisk blik for ”taget-for-givet” viden om verden (inklusive viden om os selv). Socialkonstruktionismen opfordrer os til at være mistænkelige –

og overvejende – overfor vores egne antagelser om, hvordan verden egentlig er sammensat (Burr, 1995, s. 3). Samtidig er måden, hvorpå vi forstår verden, et resultat af vores egen forhistorie og vores kulturelle ophav, ligesom vi også selv er produkter af den selvsamme forhistorie og kultur. Det bør i forlængelse heraf derfor ikke antages, at *vores* måde at forstå verden eller 'noget' på er bedre end andre måder at forstå verden eller 'noget' på (Burr, 1995, s. 3-4). En tredje antagelse i socialkonstruktionismen bygger på, at viden er konstrueret af mennesker og i relationen og interaktionen mellem mennesker. Det, vi opfatter som 'sandt' (igen for vores egen forhistorie og kulturelle ståsted), er den nuværende accepterede måde at forstå noget på og er altså ikke en objektiv forståelse eller beskrivelse. 'Sandheden' skabes i interaktionen mellem mennesker. En interaktion der bygger på kommunikation, som kan opfattes som en forhandling af, hvad 'sandheden' skal være i den sociale sammenhæng. Det er igennem relationer, at verden bliver skabt som det, den er i vores øjne (Gergen, 2018, s. 4; Burr, 1995, s. 4). Det er, når vi kommunikerer med hinanden, at vi konstruerer den verden, vi lever i (Gergen, 2015, s. 5).

I forlængelse af dette fremsættes det således også, at der findes et utal af forskellige sociale konstruktioner af verden, ligesom en konstruktion også kan ændre sig over tid – som det eksempelvis er set og stadig ses med køn og racer. Den sociale konstruktion af disse to højst betydningsfulde begreber for vores selvforståelse som mennesker er til den dag i dag stadig noget, som bliver forhandlet mellem mennesker (Burr, 1995, s. 5; Colin, 2014, s. 419-420). Og som pointeret ovenfor vil det være forkert at antage, at den sociale konstruktion man selv er en del af, er den 'rigtige' eller den 'sande' (Burr, 1995, s. 3).

Gergen (2018) pointerer, at socialkonstruktionismen ikke fremsætter, at 'der findes intet' eller 'der er ingen virkelighed'. Pointen er, at når mennesker beskriver deres virkelighed, så kommer denne beskrivelse fra et specifikt synspunkt eller tradition for forståelse – altså med en forhistorie og en bagvedliggende kultur (Burr, 1995, s. 3-4). Der er ganske vist *noget*, men når man forsøger at beskrive, hvad det *noget* er, vil man uundgåeligt stole på en tradition for at skabe mening (Gergen, 2018, s. 5).

Dette speciale ser på socialkonstruktionismen som videnskabsteoretisk ståsted for nærmere at kunne undersøge de konstitueringer og konstruktioner, der foretages af borgerne i Kalundborg, når de i deres kommunikation konstituerer de organiseringer, der opstår omkring

Kalundborg som Company Town. I specialet ses der på aktørerne som medkonstruerende for Kalundborg og muligheden for, at denne er en Company Town. Samspillet mellem aktørerne taler både ind i socialkonstruktionismen som videnskabsteoretisk ståsted og i CCO-tilgangen til specialet, da fokuset ligger på, hvordan det er i relationen mellem aktørerne, at der inviteres til en handling.

Med socialkonstruktionismen som videnskabsteoretisk ståsted betyder dette, at der i arbejdet med dette speciale samtidig er en bevidsthed om, at der er tale om en konstrueret proces. Forståelsen af specialets rammesætning bygger på, at den 'virkelighed', som fremsættes i datagenereringen, analysen, diskussionen og konklusionen, er en, som er skabt i lyset af forskerens egen rolle som medkonstruerende. Denne rolle vil blive diskuteret yderligere sidst i metodekapitlet jf. afsnit 3.6 "Refleksion over egen forskerrolle".

3.2 Undersøgelsesdesign

I dette afsnit bliver specialets overordnede undersøgelsesdesign præsenteret. Det indebærer en gennemgang af undersøgelsens *kvalitative tilgang* og det *etnografisk inspirerede case-studie*.

3.2.1 Kvalitative studier

Dette speciale placerer sig inden for de kvalitative studier. Her er *casestudiet*, de *semistrukturerede interviews*, *fokusgruppeinterviewet*, og *deltagerobservation* i blandt de mest brugte metoder (Bryman, 2012, s. 68; Helles & Køppe, 2015, s. 537). Det er samtidig disse metoder, som denne undersøgelse bygger sig op om. Disse vil blive uddybet løbende i dette metodekapitel. I en kvalitativ undersøgelse er det væsentlig at reflektere over, hvilken videnskabsteoretisk tradition og position undersøgelsen vil placere sig i (Justesen & Mik-Meyer, 2010, s. 11). Derfor er dette kapitel også indledt med et fokus på socialkonstruktionismen.

I denne undersøgelse ønskes det – med henvisning til specialets teoretiske rammesætning inden for CCO – at komme så tæt på de kommunikative begivenheder som muligt, og det betyder, at den data, der genereres, så vidt muligt skal tage udgangspunkt i 'det lokale og det situerede', altså det levede liv, som det performes og forhandles i dagligdagen af borgere i Kalundborg, hvorfor valget af de kvalitative metoder er relevant. Den kvalitative metode

indebærer, at man kommer tæt på det enkelte individ eller grupper, som er omdrejningspunktet i en undersøgelse (Helle & Køppe, 2015, s. 537-541), ligesom man er interesseret i, hvordan et menneskeligt subjekt bl.a. gør, siger, forstår, agerer og oplever (Helle & Køppe, 2015, s. 569). I dette speciale gøres dette gennem casestudiet, de semistrukturerede interviews herunder fokusgruppeinterviewet og et etnografisk inspireret observationsarbejde.

3.2.2 Etnografisk inspireret casestudie

Casestudiet er som beskrevet en central metode inden for de kvalitative studier. Eftersom dette speciale bygger på en interesse i at undersøge, hvordan kommunikationen konstituerer former for Company Town organiseringer¹ – eksempelvis særlige praksisser eller tilhørsforhold i forbindelse med Novo Nordisks tilstedeværelse i Kalundborg, er det hensigtsmæssigt at gå til denne undersøgelse gennem et etnografisk inspireret casestudie.

Igennem casestudiet opnår forskeren en dybdegående og detaljeret indsigt i én enkelt case. Dette tillader en *ideografisk tilgang* til viden, hvor målet med undersøgelsen er at forstå ét enkelt fænomen og dermed ikke at opstille generaliseringer (Bryman, 2012, s. 66-67). Dog taler man stadig om analytisk generaliserbarhed inden for casestudier. Flyvbjerg (1991) beskriver, hvordan det er en misforståelse, at man ikke kan generalisere på baggrund af en enkelt case. Dette afhænger af, hvilken case der er tale om, og hvordan denne er udvalgt (Flyvbjerg, 1991, s. 145; Flyvbjerg, 2007, s. 391). I dette speciale ønskes det at se specifikt på Novo Nordisks tilstedeværelse i Kalundborg med fokus på, hvordan byen skabes og oprettholdes som Company Town, og hvordan dette har en effekt på byens borgere, og derfor er casestudiet valgt i undersøgelsesdesignet.

Når der i denne undersøgelse tales om et etnografisk inspireret casestudie, så bunder det ud i, at der i forbindelse med casestudiet er blevet foretaget observationer med inspiration fra den etnografisk forskning (Hammersley & Atkinson, 2007). Der er derudover blevet set på casen i en naturlig kontekst, hvilket Yin (2014) beskriver som fordelagtigt, når der arbejdes med casestudier. Indeværende case kan karakteriseres som en *repræsentativ*- eller *typisk case*, hvor der ses på omstændigheder og forhold i en hverdagssituation eller i et naturligt samfund. Bryman (2012) pointerer, at man også med fordel kan benævne denne type case

¹ Skelnen mellem 'organisering' og 'organisation' bygger på præmis 6 i CCO og uddybes i teorikapitlet.

som en *eksemplificerende case*, da 'repræsentativ' og 'typisk' kan skabe forvirring (Bryman, 2012, s. 70).

Valget af en specifik og eksemplificerende case, der forholder sig til en hverdagssituation, og som forsøger at forstå ét enkelt fænomen, betyder, at der her er tale om en case, der hverken er ekstrem eller usædvanlig (Bryman, 2012, s. 70).

3.3 Generering af empirisk materiale

Her præsenteres en gennemgang af de forskellige former for empiri, der er indsamlet i forbindelse med dette speciale. Specialets empiriske grundlag består af en samling af interviews – herunder et fokusgruppeinterview, fire enkeltpersons-interviews og et topersonersinterview, samt to etnografiske observationssessioner bestående af både nedskrevne observationer og billedmateriale. Løbende vil der blive argumenteret for, hvorfor den pågældende metode og empiri er relevant for undersøgelsen.

3.3.1 Kvalitative interviews

Første del af genereringen af empiri til dette speciale består af kvalitative interviews – både i form af enkeltpersons-interviews, et topersonersinterview og et fokusgruppeinterview. I dette afsnit gennemgås det semistrukturerede interview, fokusgruppeinterviewet, sampling og interviewguides.

3.3.1.1 Det semistrukturerede interview

Individuelle interviews konceptualiseres i denne undersøgelse som semistrukturerede interviews. Dette gør det muligt at have en mere fleksibel tilgang til interviewsituationen (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 39). Det semistrukturerede interview er fordelagtigt at bruge, når det ønskes, at interviewpersonen bliver en større del af interviewsituationen. Dette fremmes bl.a. ved bruges af åbne spørgsmål (Galletta, 2013, s. 45). Når der foretages semistrukturerede interviews, giver det interviewerens mulighed for at kombinere planlagte spørgsmål i en *interviewguide* med en åben dialog omkring interviewpersonernes egne perspektiver og oplevelser. Interviewformen gør det muligt for interviewpersonerne selv at bidrage med nye perspektiver og viden, ligesom de også selv kan vælge at fokusere på emner eller vinkler, som de synes er relevante i forhold til det, der spørges ind til. Når der arbejdes

med semistrukturerede interviews, er det centralt at have fokus på, at man ikke afviger for meget fra interviewguiden, som er gennemarbejdet inden interviewsituationen (Brinkmann & Tanggaard, 2020, s. 39-44; Galletta, 2013, s. 45). Se mere om de udarbejdede interviewguides i afsnittet 'Interviewguides' nedenfor. Det semistrukturerede interview skal ikke ses som en hverdagssamtale mellem interviewer og interviewpersonen eller interviewpersonerne, ligesom der heller ikke er tale om et lukket spørgeskema. I interviewsituationen forsøges det at skabe en dialog om forskellige tematikker, som er bygget op om åbne spørgsmål formuleret i interviewguiden (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 49). Nøglen til en effektiv og succesfuld interviewsituation ligger blandt andet i interviewerens opmærksomhed mod interviewpersonen, når denne svarer på spørgsmål (Galletta, 2013, s. 76). Der må gerne være plads til at spørge mere ind til områder, som interviewpersonen selv introducerer og dermed ændre i interviewguiden. Når dette sker i interviewsituationen, indtager interviewer selv en rolle i situationen, som det er værd at have et øje for (Galletta, 2013, s. 75). Det semistrukturerede interview er valgt i denne undersøgelse, da dette tillader en interviewsituation, der er struktureret ud fra tematikker, der taler ind i specialets vidensinteresse, men som samtidig giver mulighed for at forfølge tematikker, som interviewpersonerne bliver optaget af.

3.3.1.2 Fokusgruppeinterview

Udover de fire individuelle interviews og topersonersinterviewet vil der også blive foretaget et fokusgruppeinterview. Inden man beslutter sig for at bruge en fokusgruppe, er det en god idé at stille skarpt på problemstillingen (Halkier, 2016, s. 24). Dette er taget i betragtning i dette speciale. I fokusgruppen samles en gruppe personer, der sættes til at diskutere en række temaer (Justesen & Mik-Meyer, 2010, s. 78). Denne form for interview er især oplagt i en situation, hvor det ønskes at undersøge et emne, hvor interaktionen mellem mennesker er med til at producere den empiriske data (Halkier, 2016, s. 10-13). Dette gør sig gældende i dette speciale, eftersom der i problemformuleringen lægges op til et fokus på, hvordan borgere i Kalundborg bliver påvirket af at være bosat i en Company Town. Fokusgruppeinterviewet giver i denne sammenhæng en ny dimension til besvarelsen af problemformuleringen, da der med dette fokuseres på, hvordan borgerne sammen skaber deres mening om Novo Nordisk i Kalundborg og det at bo i en Company Town.

3.3.1.2.1 Deltagere i en fokusgruppe

Udvælgelsen af deltagere i en fokusgruppe er vigtig (Halkier, 2016, s. 29). Der er ikke noget endegyldigt svar på hvor mange deltagere, der skal deltage i et fokusgruppeinterview. Fokusgruppeinterviews med både færre deltagere (3-4 individer) og flere deltagere (10-12 individer) kan begge være succesfulde på hver deres måde (Justesen & Mik-Meyer, 2010, s. 84). Vil man gerne have de bedste forudsætninger for at bearbejde sin data i dybden, er det oplagt at bruge færre deltagere, da et stort antal deltagere kan gøre det sværere at foretage en dybdegående analyse, når der arbejdes inden for en bestemt tidsramme. Antallet af fokusgruppedeltagere har en betydning for den interaktion, der ses i interviewsituationen. Færre deltagere giver en mindre grad af interaktion og omvendt med flere deltagere (Halkier, 2016, s. 37-38). Arbejdet med fokusgrupper fungerer bedst, når interviewet optages og efterfølgende transskriberes. (Bryman, 2012, s. 504). I dette fokusgruppeinterview deltager fire personer. Det tillader en analyse, der går i dybden med dét, deltagerne hver især beskriver, imens det samtidig bliver gjort muligt at fokusere på, hvordan de fire deltagere interagerer og meningskonstruerer beskrivelser af Novo Nordisks rolle i Kalundborg og deres rolle som borgere. Fokusgruppeinterviewet er – ligesom de enkelte interviews – optaget på lyd og derefter transskriberet.

3.3.1.2.2 Moderatorrolle

Der er både fordele og ulemper ved at intervieweren eller moderatoren kender deltagerne i fokusgruppen på forhånd. Kender man ikke til deltagerne på forhånd, kan det være sværere at skabe et trygt miljø, og deltagerne kan have sværere ved at åbne op om de forskellige tematikker. Kender man derimod deltagerne på forhånd, kan det være nemmere at skabe et trygt miljø for deltagerne, ligesom de også vil være mindre tilbøjelige til at melde afbud (Halkier, 2016, s. 36-37). I en fokusgruppe er den indbyrdes interaktion mellem deltagerne vigtigere end interaktionen med moderatoren (Justesen & Mik-Meyer, 2010, s. 83; Halkier, 2016, s. 52). I dette fokusgruppeinterview kender undertegnede deltagerne på forhånd, og deltagerne kender også hinanden hver især. Det skaber en tryk interviewsituation, hvor der er en uformel tilgang til interviewet, og hvor alle deltagerne kan føle sig trygge i at formulere deres individuelle holdninger og perspektiver.

I fokusgruppeinterviewet er der plads til at få forskellige synspunkter og perspektiver frem omkring det emne, der er i fokus. Intervieweren – som i fokusgruppeinterviewpersonen også

kaldes for moderatoren – indtager en særlig rolle her, der handler om at skabe en interview-situation, hvor der er plads til de forskellige – og nogle gange modstridende – holdninger og perspektiver. For formålet med et fokusgruppeinterview er ikke at få deltagerne til at være enige om emnet men derimod at få de individuelle deltagere til at interagere i et samspil med hinanden (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 205-206). I fokusgruppeinterviewet træder interviewerens et skridt tilbage, der bruges færre direkte spørgsmål, og deltagerne får et større spillerum til at diskutere de forskellige emner, der lægges op til. Intervieweren kan vælge at bryde ind, hvis det vurderes, at fokuset kommer for langt væk fra emnet, men dette skal gøres forsigtigt, da der er stor chance for, at den igangværende pointe i et omfang er central for fokusgruppedeltagerne, i kraft af at den er blevet bragt på banen (Bryman, 2012, s. 508).

3.3.1.3 Sampling

Udvælgelsen af relevante interviewpersoner til interviewene er fortaget igennem *snowball-sampling* metoden, som kendetegnes ved, at man rækker ud til forskellige personer i sit personlige netværk med henblik på at rekruttere dem til interviewet, og de rækker videre ud til andre relevante personer i deres netværk (Bryman, 2012, s. 424). For at give de potentielle deltagere en idé om interviewets tematikker, inden de siger ja til at deltage i interviewet, er der blevet udformet en kort og præcis *populær-intro*, der beskriver undersøgelsens fokus og rammer (Halkier, 2016, s. 34-35). Eftersom undertegnede selv personligt kender alle interviewpersonerne blev populær-introen formidlet mundtlig og uformelt.

For at finde frem til relevante interviewpersoner er der samtidig også opstillet udvælgelseskriterier. Dette betyder, at der er arbejdet med *formålsbaseret sampling*, hvor udvælgelsen af interviewpersoner bygger på strategiske overvejelser, således disse er relevant for undersøgelsen (Staller, 2021, s. 888; Emmel, 2014, s. 888-889). Interviewpersonerne skal bo i Kalundborg på nuværende tidspunkt eller skal have boet i byen i størstedelen af deres liv. De skal kende til Novo Nordisk og herudover have en relation – stor eller lille – til fabrikken enten i deres privatliv eller i arbejdslivet. De skal også være over 18 år. Interviewpersonerne skal acceptere, at interviewet bliver optaget og transskriberet (navne bliver udeladt i materialet), de skal kunne deltage i interviews i løbet af april 2024 og skal være indstillet på, at deres udtalelser bliver brugt i forbindelse med udarbejdelsen af dette speciale. Disse kriterier opstilles for at opnå en blanding af individer, der er ansat eller har været ansat af Novo

Nordisk og individer, der ikke er eller ikke har været ansat af Novo Nordisk for at indsamle data, der præsenterer og repræsenterer forskellige synspunkter.

3.3.1.4 Interviewguides

Som forberedelse til de to interviewtyper er der fremstillet interviewguides. De to guides kan ses i hhv. bilag 10 og 11. De udarbejdede interviewguides er begge bygget op af tre koloner, der beskriver emne, tema/spørgsmål og formål. Der bruges to forskellige guides til de to forskellige slags interviewtyper, da formålet i de to er forskelligt. Som beskrevet før stiller man i fokusgruppeinterviewet skarpt på interaktionen mellem deltagerne og den fælles meningskonstruktion, og derfor ses der også en anden tilgang til interviewet i interviewguiden til fokusgruppeinterviewet sammenlignet med interviewguiden til enkeltpersonsinterviews. Hvor interviewguiden til de enkelte interviews bærer præg af at være spørgsmål og svar (dog stadig med fokus på at skabe en semistruktureret interviewsituation, hvor guiden således ikke følges til punkt og prikke), er interviewguiden til fokusgruppeinterviewet bygget op om emner og øvelser, som deltagerne bliver præsenteret for i løbet af interviewet.

De udarbejdede spørgsmål og emner i de to interviewguides er med til at sikre, at der opnås viden, som er relevant for undersøgelsens problemformulering (Justesen & Mik-Meyer, 2010, s. 59). Spørgsmålene skal være letforståelige ikke for lange og skal ikke indeholde akademisk sprog, der ikke er velkendt for interviewpersonerne (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 186). Spørgsmålene kan blive aktuelle i interviewet i en anden rækkefølge, end det oprindeligt var planlagt, da interviewpersonerne har muligheden for selv at formulere svar og tanker uden fastlagte rammer i lukkede spørgsmål (Bryman, 2012, s. 471). Interviewerens rolle i forhold til brugen af interviewguides i semistrukturerede interviews er at forholde sig fleksibelt til situationen og det, interviewpersonerne fortæller, og dermed også rækkefølgen af spørgsmål i guiden (Justesen & Mik-Meyer, 2010, s. 55; Bryman, 2012, s. 471).

3.3.2 Etnografiske observationer

Anden del af empirigenereringen består af etnografiske observationer og dertilhørende billeder, der er foretaget og taget af undertegnede.

Det etnografiske arbejde undersøger mennesker i hverdagssituationer, hvor den primære datagenereringsmetode kaldes feltarbejde (Hammersley & Atkinson, 2007). I feltarbejdet genereres data fra en række forskellige kilder, men observationer og uformelle samtaler eller interviews er som regel de mest centrale i en etnografisk undersøgelse. I det etnografiske feltarbejde ser man som regel på enkelte cases eller grupper af mennesker, hvilket er med til at skabe en mere dybdegående undersøgelse. Den efterfølgende analyse af datasættet vil typisk involvere fortolkning af betydninger og konsekvenser af menneskelige handlinger og institutionelle praksisser, og hvordan disse er impliceret i lokale sammenhænge (Hammersley & Atkinson, 2007, s. 3).

De etnografiske observationer foretaget i forbindelse med denne datagenerering giver et datagrundlag bestående af 84 billeder taget rundt i Kalundborg (Bilag 2) og nedskrevne observationer (Bilag 1). Udarbejdelsen af observationsnoterne har især været inspireret af det, som antropolog Clifford Geertz kalder for *thick descriptions*, der beskriver et observationsmateriale af et større og mere detaljeret omfang (Geertz, 1973; Bryman, 2012, s. 392). Derudover har strukturen i noterne være inspireret af Lofland & Lofland (1995), som udfoldes i nedenstående.

Observationerne og de tilhørende billeder er primært foretaget og genereret, inden der afholdes interviews som en måde at informere interviewene på ved at bringe data fra det levede liv ind i interviewsituation. De etnografiske observationer foretages primært i forbindelse med to gåture på to ruter i byen.

Rute A er igennem Kalundborg midtby og kommer forbi gågaden, byens torv, tre uddannelsesinstitutioner, byens kendte femtårnede kirke, svømmehallen, sportsstadion og supermarkeder. Rute B er nær Novo Nordisk fabrikken og er altså placeret længere væk fra byens centrum. Udover at komme helt tæt på Novo Nordisk kommer rute B også forbi nogle af byens centrale trafikale knudepunkter, andre virksomheder og boligområder. De to ruter kan ses kortlagt i bilag 3. Observationerne på de to fastlagte ruter er foretaget d. 23. marts 2024. De to ruter er valgt for at skabe et nuanceret datagrundlag, hvor både området omkring Novo Nordisk og byens centrum bliver observeret.

I forbindelse med observationsarbejdet på de to ruter er der foretaget løbende nedskrevne observationer – både før og efter arbejdet på ruterne. De nedskrevne feltnoter eller observationer er centrale at tage for at huske det, der observeres. De skal være detaljerede og umiddelbare refleksioner (Bryman, 2012, s. 447). Her bruges der *jotted notes* (også kaldet scratch notes), som er noter i stikordsform, imens observationerne foretages. Efterfølgende bruges *full field notes*, der er mere detaljerede og uddybende, og som skrives ned hurtigst muligt efter observationerne (Lofland & Lofland, 1995, s. 109-110; Bryman, 2014, s. 450). Ydermere bruges de 84 billeder, der er taget i forbindelse med genereringen af observationsmateriale, også som noter.

Formålet med hele det etnografiske observationsmateriale – de nedskrevne observationer og billedmaterialet – er at generere data, der viser, hvor og hvordan Novo Nordisk er til stede i byen. Observationsmaterialet vil både blive brugt som materiale i interviewsituationerne men også som datagrundlag for specialets analyse.

3.4 Behandling af empirien

Denne del af metodekapitlet vil beskrive behandlingen af empiri. Først beskrives transskriberingen af interviews, og herefter beskrives og gennemgås den tematisk inspirerede analyse, som Braun og Clarke (2006) præsenterer. Samtidig bruges også Bryman (2012) til at underbygge beskrivelserne af den tematiske analyse, der er blevet foretaget i forbindelse med behandlingen af empirien til dette speciale.

3.4.1 Transskribering af interviews

Alle interviews foretaget i forbindelse med udarbejdelsen af dette speciale er blevet lydoptaget med henblik på at kunne transskribere disse efterfølgende. I kvalitative undersøgelser er interviews som regel både optagede på lyd og transskriberede (Ayer, 2021, s. 280; Bryman, 2012, s. 482). Når et interview bliver transskriberet, går man fra en sprogform til en anden – fra det talte til det skrevne sprog, hvilket kræver en særlig opmærksomhed, da denne overgang kan bringe udfordringer med sig. Her er det vigtigt, at man er opmærksom på, at kropssproget ikke nødvendigvis bliver formidlet i de skrevne transskriberinger, der kun behandler det talte ord (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 235-237). Men eftersom der i kvalitative undersøgelser som regel også er et fokus på, *hvordan* noget siges, kan tone og kropssprog også

spille en rolle (Bryman, 2012, s. 482). Fokusgruppeinterviews kan være uoverskuelige at skulle transskribere, da deltagerne kan tale i munden på hinanden, afbryde sig selv eller afbryde andre. Derfor kan det være en hjælp at bruge værktøjer til denne proces (Halkier, 2016, s. 71), dette uddybes nedenfor. I disse interviews er det vurderet, at interviewpersonernes kropssprog ikke spiller en stor rolle, og derfor har der ikke været fokus på dette i transskriberingerne. Har der været nævneværdigt og betydningsfuldt kropssprog, er dette dog tydeligt markeret i de individuelle transskriberinger. De fulde transskriberede interviews kan findes i bilag 4-9.

Udfordringen ved at transskribere flere interview bunder ud i, at det tager lang tid, samt at det genererer store mængder data, som senere kræver analyse (Bryman, 2012, s. 484). For at optimere transskriberingen af interviews foretaget i forbindelse med dette speciale er der brugt AI-transskribering i form af programmet 'Whisper Transcription' til først at grovtransskribere. Efterfølgende er alle transskriberingerne blevet gennemgået af undertegnet og rettet til de steder, hvor transskriberingsprogrammet ikke har været præcis. I transskriberingerne er pauser og fyldord som "øh" og "øhm" udeladt, medmindre disse vurderes at have indflydelse på meningsindholdet. Ved centrale citater, der bruges i analysen, er der foretaget en nærtransskribering af det talte ord, så hele betydningen bliver fremsat. Der er ingen tvivl om, at digitale værktøjer – som AI-transskribering – har oplevet en stor udvikling inden for de seneste par år, men det er også et område, som ikke har oplevet stor og gennemgående diskussion inden for kommunikationsfeltet (Ayer, 2012, s. 287). Derfor ses det også i denne undersøgelse, at den digitale 'hjælp' ikke står alene, men bliver gennemgået af en menneskelig faktor igennem forskeren.

Efter transskriberingerne af alle interviews bliver disse en del af den tematisk inspireret analyse sammen med det etnografiske observationsmateriale.

3.4.2 Kodning af data: Tematisk inspireret analyse

I dette afsnit præsenteres den tematisk inspireret analyse til behandlingen af empiri, som dette speciale tager udgangspunkt i. Kodningen af data er her inspireret af Braun og Clarkes (2006) tematiske analyse.

Kodning er starten på mange kvalitative analyser (Bryman, 2012, s. 575) og bliver også brugt i dette speciale. Formålet her er at kategorisere store mængder af data ved at identificere forskellige mønstre på tværs af datasættet (Bryman, 2012, s. 580). Den tematiske analyse bliver i 2006 fremsat af Braun og Clarke som en guide til, hvordan en mængde af data kan kodes efter forskellige tematikker, der genereres i arbejdet med datasættet. Braun og Clarke beskriver efterfølgende i 2022, hvordan deres udlægning af den tematiske analyse ikke nødvendigvis skal ses som en fastlagt og trinvis proces, der altid vil ende med en god analyse, så længe alle trin følges. De fremsætter her, hvordan det er mindst lige så vigtigt at tænke aktivt over, hvordan man går til kodningsprocessen og analysen (Braun et al., 2022, s. 427).

Når den tematiske analyse bruges som inspiration til kodningen af data i dette speciale, er det med det formål at bruge metoden til systematisk at identificere mønstre i form af forskellige temaer i den genererede empiri. Disse temaer kommer til syne igennem gentagende processer, hvor forskeren både koder, finder temaer og hele tiden revurderer disse (Braun & Clark, 2006; Braun et al., 2022). I denne kodningsproces arbejdes der på et *latent niveau*, hvilket betyder, at der identificeres og undersøges underliggende ideer, antagelser og konceptualiseringer, der går ud over det *semantiske niveau*. I den latente tematiske analyse bliver temaer genereret igennem fortolkning af data. Denne tilgang til analysen har rod i det konstruktionistiske paradigme (Braun & Clarke, 2006, s. 84), som dette speciale taler ind i.

Først i den tematiske analyse skal man sætte sig ind i dataene. Dette indebærer at læse og genlæse datamaterialet, imens der søges efter mening og mønstre. Det er idealt at gennemgå hele datasættet mindst én gang, inden selve kodningen påbegyndes. Transskribering – som har gjort sig gældende i dette speciale – bliver beskrevet som en god måde til at gøre sig bekendt med sit data (Braun & Clarke, 2006, s. 87). I bearbejdningen af data i forbindelse med dette speciale er første fase af analysen fulgt efter Braun og Clarkes (2006) beskrivelser her.

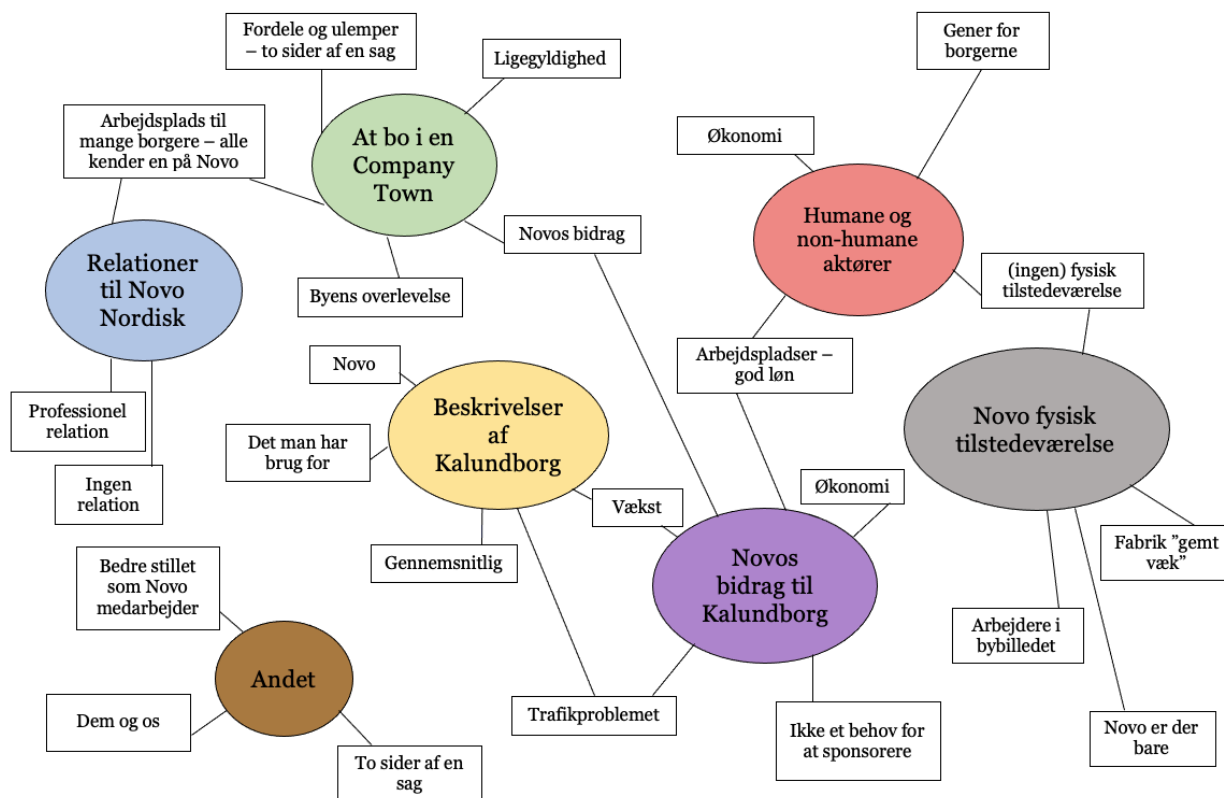
Næste skridt i arbejdet med den tematisk inspireret analyse er at generere indledende koder. Her bliver data inddelt i meningsfulde grupper (Braun & Clarke, 2006, s. 88). Kodningsarbejdet i dette speciale bærer præg af både at være *datastyret* men også *begrebsstyret*. Den datastyret kodning starter uden nogle fastlagte koder, disse bliver fundet gennem arbejdet med materialet. Den begrebsstyrrede kodning tager modsat udgangspunkt i begreber, der

er fastlagte på forhånd, og som der 'kodes efter' (Braun & Clarke, 2006, s. 89; Kvale & Brinkmann, 2015, s. 263). Eksempelvis er der blevet kodet efter forudbestemte koder som 'At bo i en Company Town', 'Beskrivelser af Kalundborg' og 'Humane og non-humane aktører', eftersom der er arbejdet med disse temaer både i problemformuleringen og i interviewsituationerne. Disse forudbestemte koder taler ind i CCO-perspektivet, som er den teoretiske tilgang til dette speciale. I arbejdet med flere omgang af kodning bliver der også sat fokus på at kode efter begreberne *assemblages*, *affordance* og *agency* (The Triple A-model jf. teori-kapitlet). Andre koder er generet gennem arbejdet med datasættet og kan ses nedenfor i tabel 3. Denne del af den tematisk inspireret analyse bliver rent praktisk udført ved at give hver kode en farve, som følger denne igennem hele datasættet:

Farve	Kode
 Grøn	At bo i en Company Town
 Gul	Beskrivelser af Kalundborg
 Rød	Humane og non-humane aktører
 Lilla	Novo Nordisk tilstedeværelse i Kalundborg
 Blå	Relationer til Novo Nordisk
 Grå	Novos bidrag til Kalundborg
 Brun	Andet

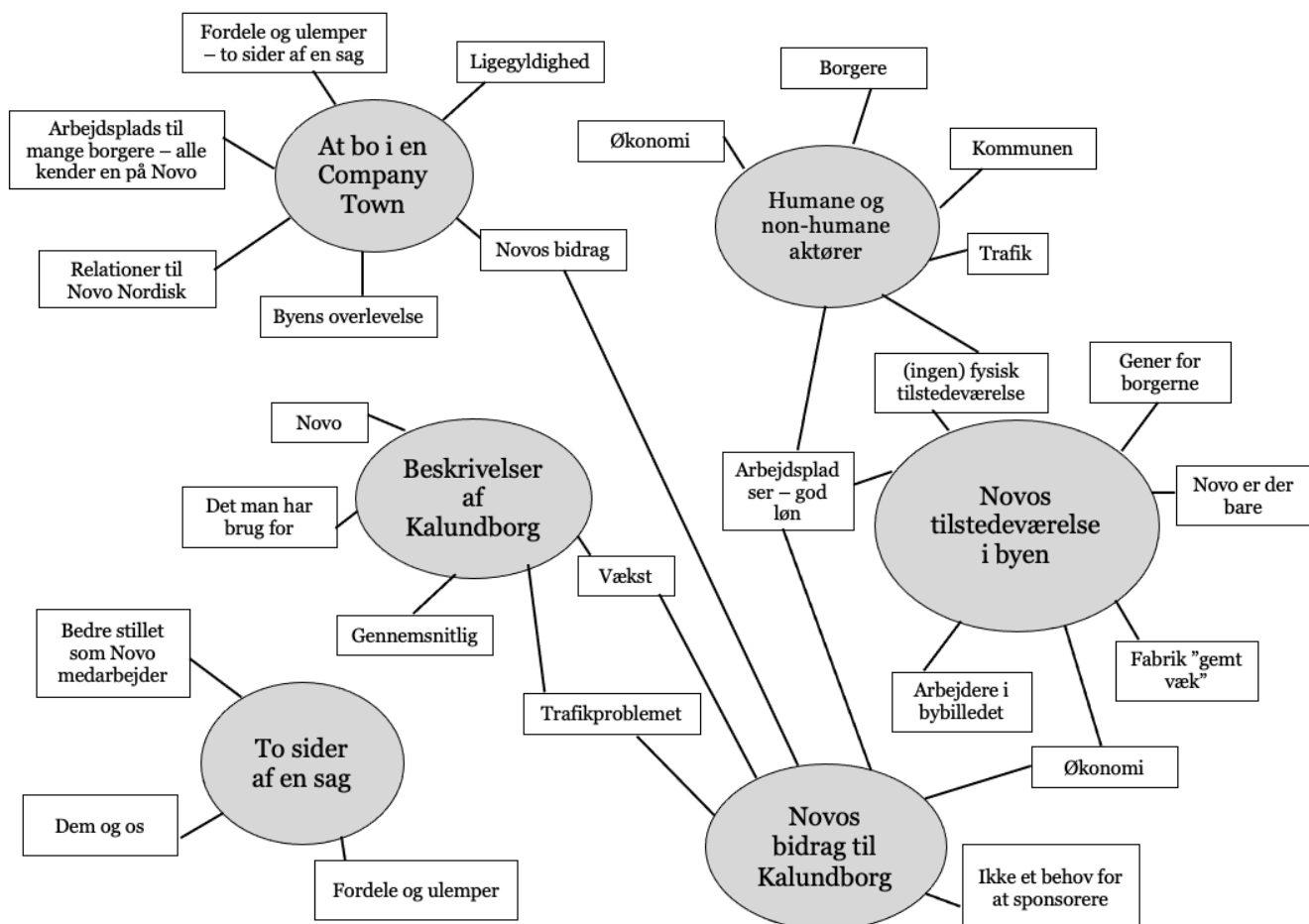
Tabel 3: Oversigt over farver for de indledende koder.

Når hele datasættet er gennemgået og er blevet inddelt i de pågældende koder, startes næste fase af analysearbejdet. Her ledes der efter temaer på tværs af koderne, og koderne bliver sorteret efter de temaer, der er blevet identificeret som potentielle for datasættet (Braun & Clarke, 2006, s. 89). Første gennemgang af datasættet resulterede i syv indledende temaer, som kan ses her afbilledet i cirklerne med tilsvarende farver fra tabel 3:



Figur 1: Første overblik over tematisk inspireret analyse – præsenterer syv temaer.

Efterfølgende bliver de indledende temaer gennemgået på ny, og der genereres nye og reviderede temaer. I denne proces bliver det tydeligt, at nogle temaer ikke rigtigt kan opfattes som temaer (eks. hvis de ikke har nok data tilknyttet, eller data peger i forskellige retninger), mens andre af de indledende temaer bliver kombineret og/eller udfoldet til nye (Braun & Clark, 2006, s. 91). I denne proces bliver det indledende tema 'Relationer til Novo Nordisk' kombineret med temaet 'At bo i en Company Town', temaet 'Novo fysisk tilstedeværelse' er blevet revideret og har fået det nye navn 'Novos tilstedeværelse i byen', og det indledende tema 'Andet' er blevet tildelt det nye navn 'To sider af en sag', dette tema skiller sig en smule ud fra de resterende temaer, da dette ikke i samme omfang 'går igen' i flere temaer. Det bedømmes dog, at temaet fylder for meget i den genererede data til ikke at blive set som et overtema i sig selv. Det reviderende arbejde med temaerne resulterer i seks nye overtemaer, som det ses nedenfor her afbilledet i cirkler:



Figur 2: Endeligt overblik over de seks temaer, der bringes med i det videre analyse arbejde.

For at sikre at hvert tema er meningsfuldt, foreslår Braun og Clarke (2022), at man stiller sig selv følgende spørgsmål: "does each theme capture a different core point, and some rich diversity and nuance about the dataset, that you want to convey in addressing your question? Is this pattern of viable theme?" (Braun & Clarke, 2022, s. 98). Dette spørgsmål er brugt løbende i det analytiske arbejde for at sikre, at de temaer, der endes ud med, er temaer, som kan bruges i det videre analysearbejde og dermed til at svare på specialets problemformulering. Ovenfor i figur 2 ses således de temaer, som den efterfølgende analyse baserer sig på. Essensen af hvert tema er blevet beskrevet, ligesom hvert tema også har fået sit endegyldige navn (Braun & Clarke, 2006, s. 92).

3.5 Projektets videnskabelighed

Dette afsnit af specialets metodekapitel vil omhandle projekts videnskabelighed. Til dette bliver begreberne *kohærens*, *transparens* og *refleksivitet* inddraget for at beskrive projektets videnskabelighed inden for det kvalitative paradigme. Indledningsvis vil der blive

foretaget en kort introduktion af begreberne *validitet* og *reliabilitet* og en begrundelse for, hvorfor disse ikke bruges som de primære begreber til at beskrive dette speciales videnskabelighed.

De to begreber validitet og reliabilitet er især udviklet med blik for den kvantitative forskning, hvor de udspringer fra naturvidenskabeligheden, positivismen og et ideal om streng objektivitet. Inden for det kvalitative paradigme sættes der derfor spørgsmålstejn ved, hvorledes det giver mening at arbejde med disse som kriterier for en undersøgelses videnskabelighed (Justesen & Mik-Meyer, 2010, s. 39-40). Da en direkte anvendelse af de to begreber på kvalitativ forskning ikke er ønskværdig, foreslås det – i varierende grader – at revidere kriterierne, inden de sættes i relation til en kvalitativ undersøgelse (Bryman, 2012, 397). I dette speciale er der taget et valg om ikke at beskrive videnskabeligheden ud fra disse to kriterier, da det vurderes mere relevant at inddrage kriterierne kohærens, transparens og refleksivitet. Disse beskrives nedenfor.

Når projektets videnskabelighed diskuteres her, er det først og fremmest med fokus på kvalitetskriterier. Dette er en normativ diskussion, som grundlæggende set handler om at kunne skelne mellem 'gode' og 'mindre gode' kvalitative undersøgelser. De fleste kan blive enige om, at vurderingskriterier er med til at give mening til en undersøgelse, men det er ikke ensbetydende med, at der er fuld enighed om hvilke kriterier, der bør lægges til grund for bedømmelsen af et akademisk arbejde (Justesen & Mik-Meyer, 2010, s. 37). Denne diskussion om projektets videnskabelighed og herunder kvalitetskriterierne skal ses i relation til specialets videnskabsteoretiske position: socialkonstruktionisme.

Der er bred enighed om, at kohærens er en væsentlig egenskab for enhver undersøgelse. En høj grad af kohærens i en undersøgelse betyder, at der er en sammenhæng mellem de enkelte dele af undersøgelsen (Justesen & Mik-Meyer, 2010, s. 38). I dette speciale er der arbejdet med kohærens ved at tage valg, der taler ind i hinanden. Eksempelvis bygger undersøgelsen på socialkonstruktionismen som videnskabsteoretisk position. Denne position taler sig ind i CCO-forskningen. Samtidig er der også arbejdet aktivt med at sikre, at alle delelementer er med til at svare på den overordnede problemformulering, som sammen med det teoretiske grundlag og den genererede empiri rammesætter specialet. Det er også forsøgt at tale ind i den videnskabsteoretiske position ved at være opmærksom på den generelle sprogbrug

løbende i specialets kapitler. Generelt set er der arbejdet med at præsentere en rød tråd gennem hele specialet.

Når en undersøgelses kvalitetskriterier skal bedømmes, er det væsentligt at både de metodiske og teoretiske valg er eksplicite og begrundede løbende i teksten. Dette krav betegnes som transparens (Justesen & Mik-Meyer, 2010, s. 39). Dette kriterier er der arbejdet med løbende igennem hele specialet i forskellige metatekstafsnit, som beskriver tilvalg, fravalg og ikke mindst grunden til disse til- og fravalg. I relation til dette er det også relevant at inddrage kriteriet refleksivitet, som på samme måde omhandler at lægge sine refleksioner åbent frem til læseren, men som tilføjer, at der også reflekteres over ens egen forskerposition (Justesen & Mik-Meyer, 2010, s. 49-50; Bryman, 2012, s. 393). I forbindelse med dette speciale tager undertegnede en forskerrolle, som er tæt knyttet til undersøgelsen. Denne uddybes og diskuteres nedenfor (jf. afsnit 3.6 Refleksion over egen forskerrolle og vidensproduktion).

3.6 Refleksion over egen forskerrolle og vidensproduktion

Som afslutning på dette metodekapitel vil der her blive reflekteret over egen forskerrolle og vidensproduktion i forbindelse med udarbejdningen af dette speciale.

Det er i særdeleshed relevant at diskutere min egen forskerrolle i forbindelse med denne undersøgelse, eftersom jeg selv er født og opvokset i Kalundborg og stadig har en tilknytning til byen, virksomhederne og borgerne – på trods af at jeg nu bor i København. Med afsæt i Alvessons begreb *at-home ethnography* (2013) har jeg reflekteret over denne rolle.

I de sidste par årtier er *at-home ethnography* blevet debatteret inden for forskningsområdet (Azher, 2012). En personlig relation til undersøgelsen kan komme med vanskeligheder, men det er ikke ensbetydende med, at undersøgelsen ikke bør foretages. Der kan argumenteres for, at den personlige involvering kan være en ressource, der kan arbejdes fordelagtigt med, omend dette kommer med et ansvar. (Alvesson, 2013, s. 156-157, 167). En fordel i etnografiske *at-home* studie er, at forskeren har en naturlig adgang og relation til casen, ligesom hun har erfaring og viden om undersøgelsesspørgsmålet (Alvesson, 2013, s. 159-164). Det etnografiske arbejde kræver sociale færdigheder, tillid og accept, når der skal interageres med individer, der er fokus for en undersøgelse (Azher, 2012). Jeg har et grundlæggende

fællesskab med de mennesker, som min undersøgelse omhandler – et fællesskab som jeg bruger aktivt i rollen som forsker, eksempelvis ved at bruge mit eget personlige netværk til at rekruttere interviewpersoner.

Som forsker i et etnografisk at-home studie er man en observerende deltager, som udnytter sin egen position og den situerede viden, der skabes. Man gør opmærksom på sin egen relation til undersøgelsen men sætter ikke sine egne oplevelser i centrum (Alvesson, 2013, s. 159). Jeg har i udarbejdelsen af dette speciale arbejdet med at lade dataene tale fremfor mine egne synspunkter. I det etnografiske at-home studie er det centralt for forskeren at 'bryde ud' fra omgivelserne, og det der tages for givet. Her skal man som forsker forsøge at skabe en afstand til omgivelserne for at opnå et andet perspektiv (Alvesson, 2013, s. 162).

Det er fordelagtigt at forsøge at skabe så meget afstand som muligt som forsker. Forskeren skal distancere sig selv fra de fastfrosne forskerpositioner, som er skabt af personlige erfaring (Alvesson, 2013, s. 168). Dette skal gøres samtidig med, at der ses en erkendelse af, at viden er situeret, og at der således ikke er tale om en fuld objektivitet (Haraway, 1988, s. 592), hvilket heller ikke er opnåeligt i et socialkonstruktionisme perspektiv.

Som forsker er man til stede i undersøgelsen og producerer viden som et situeret subjekt med hele sit 'jeg'. Det vidende selv er aldrig fuldendt og er altid konstrueret og positioneret af vores relationer og vores position i et samfund. (Haraway, 1988, s. 586). Når jeg undersøger min egen hjemby, er det altså med hele mit 'jeg', og derfor vil min vidensproduktion heller ikke være objektiv. Haraway (1988) beskriver, hvordan viden skabes i fællesskabet og i omgivelserne – altså en situeret viden – og hvordan den kulturelle kontekst og miljøet spiller en rolle i skabelsen af denne viden. Den vidensproduktion, der forekommer i forbindelse med udarbejdelsen af dette speciale, vil altså være påvirket af min egen forskerrolle. Der vil ikke blive skabt en objektiv eller neutral viden, fordi viden netop er situeret i konteksten, og det dermed også er umuligt at helt at 'bryde ud' fra omgivelser (Haraway, 1988, s. 587).

I dette speciale arbejdes der med at skabe *afstand* til undersøgelsesspørgsmålet. Et eksempel, på hvordan der forsøges at skabe distance i dette speciale, er, at jeg stiller mange spørgsmål til mig selv løbende. Jeg arbejder aktivt med ikke at tage noget for givet, ligesom jeg forsøger – så vidt muligt – at få interviewpersonerne og observationsmaterialet til at beskrive

og fortælle. Samtidig erkendes det, at 'rigtig' viden altid er konstrueret af de sociale relationer, som alle mennesker indgår i (Haraway, 1988, s. 593). Det vil sige, at der er ikke noget sted 'fri' for erfaringer, holdninger og levet liv, som jeg kan stille mig i. Jeg er en del af undersøgelsens vidensproduktion, når der her arbejdes med et etnografisk at-home studie.

KAPITTEL 4

TEORETISK RAMMESÆTNING

4. Teoretisk rammesætning

I dette teorikapital vil den teoretiske rammesætning for undersøgelsen blive fastlagt. Sammen med det genererede empiriske materiale vil disse to elementer danne grundlag for undersøgelsens efterfølgende analyse. I dette kapitel defineres det teoretiske CCO-perspektiv med fokus på relevante udvalgte begreber samt en gennemgang af de seks præmisser for CCO. I forlængelse af dette præsenteres CCO-retningen Montreal-skolen, som dette speciale taler ind i, samt relevante begreber i denne retning. Afslutningsvis præsenteres Triple A-modellen, som indeholder begreberne assemblages, affordance og agency, som ligeledes vil blive operationaliseret i forhold til den efterfølgende analyse.

4.1 Definering af CCO-perspektivet

1980'erne satte rammerne for at forskere inden for organisationskommunikationsfeltet begyndte at skifte fokus fra at se kommunikation være til stede i organisationer til at se organiserende træk ved kommunikationen. Flere forskere begynder på dette tidspunkt at argumentere for, at kommunikationen skaber og frembringer organisationen (Bisel, 2010, s. 124-125). Forskere inden for CCO-litteraturen bliver forenet af ideen om, at organisering påberåbes og vedligeholdes i og gennem kommunikative praksisser. Her fremsættes det, at organisationer og organisering først og fremmest ses som kommunikative fænomener (Schoenborn et al., 2014, s. 286).

Den generelle forståelse af CCO-perspektivet fremsætter Cooren et al., (2011) således:

the general claim is that if communication is indeed constitutive of organization, it cannot be considered to be simply one of the many factors involved in organizing, and it cannot be merely the vehicle for the expression of pre-existing 'realities'; rather, it is the means by which organizations are established, composed, designed, and sustained. Consequently, organizations can no longer be seen as objects, entities, or 'social facts' inside of which communication occurs. Organizations are portrayed, instead, as ongoing and precarious accomplishments

realized, experienced, and identified primarily – if not exclusively – in communication processes. (Cooren et al., 2011, s. 1150)

Når CCO-forskningen beskriver en **organisationstænkning**, så tager dette speciale udgangspunkt i, at denne organisationstanke kan overføres til en **organiseringstanke**. Dette gøres ved at referere til den 6. præmis i CCO-forskningen, som uddybes i nedenfor i afsnit 4.1.1.

I CCO-forskningen har dokumenter – og herunder dokumentanalyse – traditionelt set en betydelig rolle, da man i forskningen er interesseret i, hvad der ligger bag den kommunikative begivenhed. Denne tankegang ses i relation til, at dokumenter er med til at rammesætte kommunikationen, hvorfor de er en vigtig aktør i begivenheden (Cooren, 2004, s. 375-376). I dette speciale arbejdes der dog ikke med dette perspektiv, da sådanne dokumenter ikke har en rolle inden for undersøgelsen rammer.

4.1.1 De seks præmisser i CCO-forskningen

Seks præmisser kendetegner især CCO-forskningen. Dette speciale taler sig ind i alle præmisserne og særligt i den sjette præmis, som fremsætter, hvordan der ikke skelnes mellem hhv. organisation og organisering (Cooren et al., 2011) jf. ovenstående afsnit. Først præsenteres her en gennemgang af de fem første præmisser for CCO og en efterfølgende gennemgang af den sjette præmis med fokus på, hvordan disse praktiseres i forhold til specialet.

1. Præmis: CCO scholarships studies communicational events. I CCO-forskningen er man interesseret i at undersøge hele den kommunikative begivenhed. Det vil sige, at der ikke kun undersøges sprog eller diskurser men også interaktioner og aktører – humane som non-humane – som byggesten for den organisatoriske og organiserende virkelighed (Cooren et al., 2011, s. 1151). I dette speciale udfolder denne præmis sig ved, at fremanalysere alle aktører, og gennem et fokus på hvordan disse igennem deres beskrivelser og fortællinger konstituerer de organiseringer, som opstår og skaber kalundborg som en Company Town.

- 2. Præmis: CCO scholarship should be as inclusive as possible about what we mean by (organizational) communication.** CCO-forskningen erkender, at kommunikation kommer i alle former. Det kan eksempelvis være tekstuelle elementer, menneskelige elementer, værdier, viden, det folk siger, og hvordan de siger det. Og her tales der ikke kun om det menneskelige aktører gør, men også det ikke-menneskelige aktører gør – eksempelvis teknologier, møbler eller dokumenter. Det er således alt i den kommunikative begivenhed, som undersøges jf. 1. præmis (Cooren et al., 2011, s. 1151-1152). I dette speciale udfolder denne præmis sig ved ikke at skelne imellem de forskellige aktører. Der inddrages både humane og non-humane aktører i undersøgelsen og i analysen, og der fokuseres på, hvordan de sammen konstituerer organiseringer.
- 3. Præmis: CCO scholarship acknowledges the co-constructed or co-oriented nature of (organizational) communication.** I CCO-forskningen ses kommunikation ikke som en individuel handling. Det er tværtimod et socialt fænomen, hvor mening hele tiden konstitueres og konstrueres af forskellige humane og non-humane aktører. Enhver handling er lige så meget et resultat af den aktør, der udfører den (Cooren et al., 2011, s. 1152). Her i specialet udfolder denne præmis sig ved, at det undersøges, hvordan de forskellige aktører co-konstruerer organiseringer, ligesom denne præmis også taler ind i specialets videnskabsteoretiske ståsted socialkonstruktionismen, der arbejder med de sociale fænomener og mening, der bliver konstitueret og konstrueret (Burr, 1995).
- 4. Præmis: CCO scholarship holds that who or what is acting always is an open question.** I forlængelse af præmis 2 og præmis 3 beskriver et CCO-perspektiv, at der ikke kun fokuseres på, hvad humane aktører gør. Non-humane aktører agerer og kommunikerer også. Derfor bør man være så inkluderende som muligt med henblik på hvad eller hvem, der deltager i konstitueringen af organisatoriske eller organiserende processer (Cooren et al., 2011, s. 1152-1153). I dette speciale bliver denne præmis udfoldet ved at give non-humane aktører lige så meget plads til at beskrive og konstituere, som de humane aktører har det. Der går til analysen med et blik for at være så inkluderende som muligt.
- 5. Præmis: CCO scholarship never leaves the realm of communicational events.** CCO-forskning opererer kun inden for den kommunikative begivenhed. Der er

ikke noget uden for den kommunikative proces, og 'området' eller begivenheden kan ikke forlades. Her inviteres der til at identificere alle aktører, der deltager i konstruktionen og konstitueringen af organisationen eller de organiserende processer (Cooren et al., 2011, s. 1153). Denne præmis udfoldes i dette speciale ved at tage højde for den kommunikative begivenhed, der arbejdes inden for. Der arbejdes med at identificere alle aktørerne, som deltager i konstitueringen af de organiseringer, der konstruerer Kalundborg som en Company Town.

6. Præmis: CCO scholarship favors neither organizing nor organization. CCO-forskningen skelner ikke imellem at undersøge, hvordan mennesker bliver organiseret, og hvordan organisationer bliver skabt og genskabt gennem handling (Cooren et al., 2011, s. 1153). Denne præmis udfoldes som nedenstående i dette speciale.

Dette speciales organisationsforståelse taler som beskrevet indledningsvist særligt ind i 6. præmis for CCO-forskningen. Her er man ikke interesseret i at undersøge en entitet – i dette tilfælde Novo Nordisk – som organisation. Det, som optager denne undersøgelse, er de organiseringer, der opstår i beskrivelserne af Kalundborg og i muligheden for at disse beskrivelser konstituerer byen som en Company Town. Her ses der således heller ikke på en Company Town som en entitet eller en enhed. Denne er derimod sammensat af forskellige organiseringer og forskellige praksisser. Det er disse praksisser, som dette speciale er interesseret i at undersøge, med fokus på hvordan de skaber Kalundborg som en Company Town.

Organisering kan ses som et plenum af forskellige aktører – humane som non-humane, som alle taler sammen, udnytter plads og bruger teknologier. Den menneskelige handling, hvor objekter 'taler' eller 'allerede siger noget' beskrives som *ventriloquism* (Schoeneborn et al., 2014, s. 289-290) og er afgørende for konstitueringen af en organisation (Ashcraft et al., 2009, s. 36-37) og kan i organiseringsperspektivet, der tales ind i her i dette speciale, beskrives som et plenum af forskellige praksisser – altså forskellige former for organiseringer, der alle er med til at skabe Company Towns. Praksisserne er på samme måde flydende og består både af de humane og de non-humane aktører, også når der tales om organisering. Altså konstitueres og konstrueres en Company Town på baggrund af de organiseringer, der skabes gennem interaktioner, og som er relaterede til meningsforhandlingsprocesser mellem aktørerne i deres konstituerende organiseringer (Schoeneborn & Vásquez, 2017, s. 6).

De seks beskrevne præmisser ovenfor skal ikke ses som en tjekliste for CCO-forskningen men derimod som en måde, hvorpå perspektivet kan defineres på en inkluderende måde (Schoeneborn & Vásquez, 2017, s. 5).

4.1.2 Montreal-skolen

I CCO-litteraturen har især tre forskellige videnskabelige 'skoler' vundet frem (Schoeneborn et al., 2014, s. 286). Der er tale om hhv. 1) Montreal-skolen (Cooren et al., 2011; Taylor & Van Every, 2000), som er stærkt influeret af pragmatismen (Cooren et al., 2016, s. 517), denne uddybes yderligere efterfølgende i dette afsnit. 2) Four-Flows-modellen (McPhee & Zaug, 2000), der er baseret på Giddens strukturationsteori. Og 3) Luhmanns teori om sociale systemer (Luhmann, 2003), som beskriver, hvordan sociale systemer er systemer af kommunikation (Taylor et al., 1996) (Cooren et al., 2016, s. 517). De tre udbredte videnskabelige skoler deler enkelte grundlæggende udgangspunkter i CCO-perspektivet – eksempelvis den formative brug af sproget, men på flere andre centrale områder er skolerne uenige (Schoeneborn et al., 2014, s. 287).

James Taylor, Francois Cooren og Van Every fra Université de Montréal er sammen grundlæggere for Montreal-skolen. De fremsætter det epistemologiske ophav som relationel og pragmatisk med tråde primært tilbage til Charles Sanders Peirce og John Dewey. Montreal-skolen sætter spørgsmålstejn ved subjektivismen og idealismen på den ene side og empirisme og materialismen på den anden side ved at nægte at bestemme et udgangspunkt eller en start i handlingen omkring at vide, spørge eller undersøge. I stedet er man nødsaget til at engagere sig i den menneskelige interaktion eller objektet, som er genstand for en undersøgelse (Schoeneborn et al., 2014, s. 288).

Inden for Montreal-skolen defineres kommunikation først og fremmest som handling. Taylor & Van Every (2000) frembringer også ideen om en transaktionel dimension af kommunikation, der antyder en asymmetri i kommunikationshandlingen. Dette skaber en følelse af forpligtelse eller forventning hos de aktører, der er en del af udvekslingen. Den transaktionelle dimension af kommunikation bruges eksempelvis i forbindelse med transaktionsanalysen, som traditionelt set analyserer på, hvad individer gør og siger til hinanden (James & Jongeward, 2004, s. 29). Denne analyse bygges op af tre egotilstande: forældre egotilstand, voksen egotilstand og barne egotilstand (James & Jongeward, 2004, s. 31). I en analyse her

kan alle transaktioner klassificeres som værende enten komplementære, krydsede eller skjulte. I en komplementær transaktion bliver et budskab afsendt fra en egotilstand til en anden med den forventede effekt. I en skjult transaktion er et budskab sendt afsted under en anden socialt accepteret transaktion. Og ved de krydsede transaktioner sker der en uventet reaktion på budskabet, og modtageren indtager ikke den forventede rolle, som afsenderen havde ved budskabets start (James & Jongeward, 2004, s. 37-42). Det er ved denne ikke-forventede rolle, at asymmetrien i kommunikationshandlingen, som Taylor & Van Every (2000) taler ind i, når de frembringer deres idé om en transaktionel dimension af kommunikation, kommer til syne.

Montreal skolen fremsætter, at kommunikation ikke kun indebærer en agent eller en afsender og en modtager men også en agent, som handler for eller på vegne af nogen eller noget andet (Schoeneborn et al., 2014). Mange forskellige agenter tager del i den kommunikative konstituering af en organisering (jf. præmis 2 og 4 ovenfor for CCO-forskning). Denne tanke finder inspiration i aktør-netværksteorien (ANT) (Cooren & Sheild, 2022) og fremsætter organisering som et plenum af agency, hvilket indebærer, at handling ses som en sammenslutning af humane og non-humane bidrag. Det er i denne forbindelse at ventriloquism (Schoeneborn et al., 2014, s. 289-290) introduceres (Schoeneborn & Vásquez, 2017, s. 6). Her er kommunikation ikke kun en menneskelig handling. Andre objekter kan også kommunikere selv og kan kommunikere på vegne af andre eller andet igennem ventriloquism. Eksempler på dette kan være følelser, ideer, værdier, situationer, fakta og realiteter (Schoeneborn et al., 2014, s. 289-290). I dette speciale kan det eksempelvis ses, når de non-humane aktører, som vil blive præsenteret i analysekapitlet, kommer til syne ved brugen af ventriloquism og dermed også bliver en del af konstitueringen, der ligger grund for konstitueringen af Kalundborg som en Company Town. Dette speciale følger Montreal-skolens rammesætning for CCO-forskningen, hvor denne opfatter kommunikation som en relationel proces, hvor både humane og non-humane aktører har betydning for handlingen (Putnam, 2002, s. xxxii).

4.2 Triple A-modellen

Relationen mellem forskellige aktører bliver eksemplificeret af Gulbrandsen & Just (2017). Her bruges skiltene på et offentligt toilet som eksempel. Her ses det, hvordan et skilt kan opfordre borgere til enten at gå til 'herretoilettet' eller 'dametoilettet', altså bliver det menneskelige køn kategoriseret i to køn. Denne rammesætning af to køn kan bringe ubehag for

borgere, som ikke identificerer sig i en af de to 'kasser', men samtidig kan introduktionen af et toilet for alle køn også bringe ubehag med sig hos andre borgere. Eksemplet med offentlige toiletter viser, hvordan materialiteter og symboler sammen kan have en påvirkning på mennesker og de måder, hvor en handling (i eksemplet at gå på toilettet) og en sociale norm og kategori (i eksemplet adskillelse af kønnet) virker sammen (Gulbrandsen & Just, 2017, s. 318).

Gulbrandsen & Just (2017) udvider deres arbejde med relationen mellem aktører med begreberne assemblages, affordance og agency – også kendt som 'The Triple A model' (Gulbrandsen & Just, 2017, s. 329). Modellen ses nedenfor i figur 3:

A	Assemblages <i>Who is involved?</i>	Macro <i>Configuration of the organization</i>
A	Affordances <i>Which options do they have?</i>	Meso <i>Ability to invite</i>
A	Agency <i>Which options are they choosing?</i>	Micro <i>Willingness to participate?</i>

Figur 3: The Triple A model (Gulbrandsen & Just, 2017, s. 329).

Assemblages stiller spørgsmålet om, hvem de involverede aktører er og hvad deres relation til hinanden er (Gulbrandsen & Just, 2017, s. 318). Vendes der tilbage til ovenstående eksempel, vil disse være borgerne, toiletterne og de kønsopdelende skilte. I en CCO-sammenhæng vil man her blandt andet tale ind i præmis 1, der beskriver arbejdet med den kommunikative begivenhed, og hvordan der arbejdes med både humane og non-humane aktører som værende til stede i den kommunikative begivenhed (Cooren et al., 2011, s. 1151).

Affordance stiller spørgsmålet om, hvilke muligheder for handling aktørerne har, uanset om der handles på disse eller ej. Her kan der argumenteres for, at affordance også kan opfordre til en bestemt handling (Gulbrandsen & Just, 2017, s. 325-327). I ovenstående eksempel er mulighederne således enten at gå mod 'herretoilettet' eller 'dametoilettet', og opfordringen bygger på at tage stilling til køn igennem valget af enten den ene eller anden handlemulighed. Affordance taler i en CCO-sammenhæng ind i forståelsen for et plenum af

forskellige praksisser eller forskellige former for organiseringer, som alle kan være med til at skabe konstruktionen på enten én eller en anden måde.

Agency stiller spørgsmålet om, hvilken mulighed aktørerne vælger. Det er den realiserede handlemulighed. Agency er relationel, hvor forholdet mellem aktørerne (assemblages) tillader en mulighed for handling (affordance). En aktør vil aldrig handle alene (Gulbrandsen & Just, 2017, s. 323). I eksemplet kommer agency til udtryk igennem, hvad en borger vælger eller deres lyst til at deltage igennem valget. En borger kan vælge enten handlingen 'herretoilettet' eller handlingen 'dametoilettet' – men de kan også helt fravælge de to toiletter og kun vælge at gå mod et unisex-toilet som mulighed. I dette speciales CCO-sammenhæng vil agency komme til udtryk igennem konstitueringen af de organiseringer, som opstår og skaber Kalundborg som en Company Town, det er den realiserede handlemulighed for aktørerne.

Specialets analysestrategi (jf. kapitel 5) bygges op om Gulbrandsen & Justs (2017) 'The Triple A-model' – herunder med fokus på relationen mellem de tre A'er, som i kombination med CCO-begreberne: organisering, humane og non-humane aktører og ventriloquism udgør den teoretiske rammesætning for specialet.

KAPITEL 5

ANALYSESTRATEGI

5. Analysestrategi

I dette kapitel vil specialets analysestrategi blive præsenteret. Denne vil gå i dybden med, hvordan projektets genererede empiri vil blive analyseret ved at fastlægge det teoretiske afsæt, som analysen bygges op om.

Målet med analysen er at undersøge måderne hvorpå, kommunikation konstituerer forskellige former for Company Town organiseringer – eksempelvis særlige praksisser eller tilhørsforhold i forbindelse med Novo Nordisks tilstedeværelse i Kalundborg og effekterne heraf for byens borgere. Forinden analysen bliver til, er der blevet foretaget en tværgående tematisk inspireret analyse, der bygger på Braun & Clarke (2006), af hele datasættet (jf. specialets metodekapitel). Denne har resulteret i identifikationen af forskellige overtemaer på tværs af datasættet relaterende til specialets overordnede vidensinteresse og problemformulering. Disse temaer har været med til at skabe strukturen i analysen. I analysen skelnes der ikke mellem interviewdata og observationsdata, og begge typer af data vil blive brugt til at besvare problemformuleringen og de tilhørende arbejdsspørgsmål.

Første delanalyse

I første delanalyse arbejdes der med det første arbejdsspørgsmål i problemformuleringen: *"Hvilke humane og non-humane aktører er til stede i Kalundborg som assemblage?"* Denne analyse tager udgangspunkt i den tematisk inspireret analyse og vil inddrage forskellige datanedslag som illustrationer på humane og non-humane aktører i den genererede data. Her er der således tales om en fremanalyse af assemblage. Det vil også blive fremanalyseret, hvordan de forskellige aktører ses i relation til hinanden med fokus på at kunne besvare første del af det overordnede spørgsmål i problemformuleringen: *"På hvilke måder skabes og opretholdes Kalundborg som Company Town?"* I denne første delanalyse bliver begreberne assemblage, humane aktører, non-humane aktører og ventriloquism operationaliserede. De styrende overtemaer for denne analysedel fra den tematisk inspirerede analyse er: 'Humane og non-humane aktører', 'Novos tilstedeværelse i byen', 'To sider af en sag' og 'Beskrivelser af Kalundborg'.

Anden delanalyse

I anden analysedel arbejdes der med det næste arbejds spørgsmål: *"Hvordan influerer de humane og non-humane aktører co-konstitueringen af Kalundborg som en Company Town?"* Her tages der først udgangspunkt i affordance-begrebet, hvorfor det er interessant at fremanalysere, hvordan assemblages inviterer til forskellige typer af narrativer om Kalundborg. Agency-begrebet inddrages efterfølgende for at beskrive, hvordan de forskellige affordances – som i analysen kommer til syne i en række narrativer – skaber og opretholder Kalundborg som en Company Town. I anden delanalyse bliver der gået i dialog med litteraturreviewet, når Kalundborg frames som en Company Town i arbejdet med agency. Denne delanalyse tager ligeledes udgangspunkt i den tematisk inspirerede analyse og inddrager datanedslag som illustrationer på, hvordan aktørerne influerer organiseringerne, der opstår og skaber Kalundborg som en Company Town. De styrende overtemaer for denne analysedel fra den tematisk inspirerede analyse er: 'At bo i en Company Town', 'To sider af en sag', 'Novos bidrag til Kalundborg' og 'Humane og non-humane aktører'.

Analysekapitlet afsluttes med en opsummering af de centrale punkter for delanalyse 1 og 2 og præsenterer en introducerende overgang til det efterfølgende kapitel.

Tredje delanalyse: Diskuterende analyse

Tredje og sidste analysedel præsenterer en diskuterende analyse, der omhandler, hvilken effekt, det har på borgerne i Kalundborg at bo i en Company Town. Denne diskuterende analyse binder sig således op på det tredje arbejds spørgsmål i problemformuleringen: *"Hvilke reaktionsmønstre forekommer hos borgerne i Kalundborg i lyset af Novo Nordisk tilstedeværelse i byen, og hvordan taler disse ind i den eksisterende viden om Company Town?"*. Denne diskuterende analyse går videre i dialog med det eksisterende forskningsfelt om Company Towns og bidrager til dette på baggrund af analysen ved at diskutere fund af reaktionsmønstre hos borgerne. De styrende overtemaer for denne diskuterende analyse er: 'At bo i en Company Town', 'Novos bidrag til Kalundborg' og 'To sider af en sag'. Der vil også løbende blive refereret tilbage til delanalyse 1 og 2.

KAPITEL 6

ANALYSE

6. Analyse

I dette analysekapitel vil specialets analytiske arbejde blive præsenteret. Kapitlet består af to delanalyser, som hver især bygges op omkring det genererede empiriske datagrundlag. Løbende i teksten vil der blive refereret til forskellige datanedslag, som kan ses i deres fulde form i det pågældende bilag. Først præsenteres delanalyse 1, som behandler fremanalysen af humane og non-humane aktører tilstede i empirien og således fremanalysen af assemblage. Dernæst præsenteres delanalyse 2, som udvider brugen af Triple A-modellen igennem begreberne affordance og agency. Delanalyse 2 vil også gå i dialog med litteraturreviewet. Hele analysen er bygget op omkring de overordnede tematikker, som er kommet til syne i arbejdet med den tematisk inspireret analyse jf. afsnit 3.4.2 Kodning af data: Tematisk inspireret analyse.

6.1 Humane og non-humane aktører og deres relation

Indledningsvist vil denne analyse arbejde med arbejdsspørgsmål 1, der behandler identifikationen af humane og non-humane aktører i Kalundborg. Der arbejdes således med begrebet assemblage, da der sker en identifikation af de involverede aktører i Kalundborg og deres relation. Afsnittet tager først udgangspunkt i identifikationen af de humane aktører og sætter således løbende disse i relation til de non-humane aktører. Afsnittet afsluttes med et perspektiv på assemblage i sin helhed.

6.1.1 Identifikationen af humane og non-humane aktører

Når det skal fremanalyses, hvilke aktører der er med til at konstituere de organiseringer, der opstår og skaber Kalundborg som en Company Town, er det naturligt at starte analyseperspektivet omkring borgerne som humane aktører. I defineringen af Company Towns beskriver Porteous (1970), hvordan virksomheden blandt andet dominerer de sociale perspektiver i byen, hvorfor både medarbejdere i virksomheden og deres familie spiller en stor rolle for den magtfulde virksomhed.

Grundlæggende set kan de humane aktører inddeles i tre: 1) Borgere uden relation til Novo Nordisk, 2) Nuværende medarbejdere hos Novo Nordisk og 3) Tidligere medarbejdere hos Novo Nordisk.

Selvom flere af interviewpersonerne beskriver, at de ikke oplever en direkte relation til Novo Nordisk: ”Jeg har ikke nogen relation til Novo, næ den er der bare” (Bilag 4, L. 30), ”Jeg tror ikke rigtig jeg har nogen relation til Novo udover at den er en del af byen” (Bilag 9, L. 77-88) og ”... men har ikke selv noget arbejdsrelateret ud dertil, udover de kunder, jeg har på mit arbejde” (Bilag 7, L. 25-26), så kan der argumenteres for, at de som aktør stadig er med til at konstituere de organiseringer, som opstår og skaber Kalundborg som en Company Town, da de på lige vilkår med andre humane aktører, der har en mere eksplicit relation til Novo Nordisk, er med til at skabe byen og dermed også konstituere denne som en Company Town.

I et traditionelt Company Town-perspektiv har alle borgerne i den pågældende by en eksplicit relation til virksomheden – som regel igennem deres arbejde eller familiemedlemmers arbejde (Porteous, 1970). De humane aktører uden eksplicit relation til virksomheden, som kommer til syne i denne undersøgelse, er altså et mere ukendt empirisk dataudslag. Der kan her argumenteres for, at der er behov for at revurdere rammerne for Company Towns og de aktører, der er en del af konstitueringen af disse, eftersom det her kommer til udtryk, at aktøren ’borgere uden relation til Novo Nordisk’ også er med til at konstituere de organiseringer, der skaber byen som en Company Town. Dette behov for at revurdere rammerne for Company Towns uddybes i den tredje delanalyse.

En gruppe af humane aktører, som i højere grad følger rammerne for en traditionel Company Town, er ’nuværende medarbejdere på Novo Nordisk’. Disse har – i sagens natur – en arbejdsmæssig relation til virksomheden, som det er velkendt fra de teoretiske beskrivelser af en Company Town. Teorien om Company Towns beskriver, hvordan denne gruppe af mennesker vil have en stor loyalitet overfor virksomheden, som på et plan også kan gå hen og blive føjeligt (Moonesirust & Brown, 2021). Den eksplicitte relation til virksomheden ses eksempelvis her: ”Jamen jeg arbejder ude på Novo. Jeg arbejder som procesoperatør og har gjort det i mange år nu” (Bilag 9, L. 58-59) og her ”Jeg arbejder også på Novo Nordisk. Jeg er også procesoperatør” (Bilag 9, L. 63-64). Det kommer også til syne, at disse aktører får opfyldt forskellige behov i kraft af at være medarbejdere i virksomheden: ”for mig betyder det jo også arbejde. Ja, og penge. (...) jeg vil have svært ved at overleve og kunne give mine børn det jeg har lyst til at give mine børn, hvis det ikke var for Novo” (Bilag 9, L. 300-302), og ”for mig har det også betydet meget, for at jeg blev ved med at bo i Kalundborg” (Bilag 9, L. 290-291). Hvor den første interviewperson her beskriver dennes arbejde på Novo som en

helt central del i hverdagen ift. økonomi og at kunne give sine børn det, som de har brug for, beskriver den anden interviewperson efterfølgende, hvordan Novo Nordisk som arbejdsplads har holdt personen fra at flytte fra Kalundborg.

Den sidste gruppe af humane aktører, der er med til at konstituere de organiseringer, der skaber Kalundborg, er 'tidligere medarbejdere hos Novo Nordisk'. Her beskriver to tidligere medarbejdere, hvordan deres relation til Novo Nordisk startede:

Interviewer: Ja, hvordan kom i ind derude?

Interviewperson 4: Hun fik mig ind, jeg var på Carmen.² Og der var jeg ude 22 år, og så holdt den, den lukkede så, og blev flyttet til USA og sådan noget der. (...)

Interviewperson 3: Altså, jeg fik det ved, jeg var, jeg gik arbejdsløs et halvt år. Det er det eneste, jeg har altid kunnet finde mig noget arbejde. Så var jeg på det der, hvad hedder det, noget kursus, vi skulle på. Og der skal du ud i praktik, og der var to, der kunne komme i praktik ude på Novo. Og der fik jeg fedtet mig rigtig godt og grundigt, så jeg fik så job derude, og så var det så. (Bilag 6, L. 470-486)

I ovenstående uddrag ses det, hvordan interviewperson 3 og interviewperson 4 i samspil italesætter deres relation til Novo Nordisk. Samme slags samspil kom også til syne mellem interviewperson 7 og 8, som deltager i samme fokusgruppeinterview (Bilag 9), når de i ovenstående taler om deres nuværende arbejdsmæssige relation til Novo Nordisk.

De tre humane aktører 'borgere uden relation til Novo Nordisk', 'tidligere medarbejdere på Novo Nordisk' og 'nuværende medarbejdere på Novo Nordisk' har alle det til fælles, at de er borgere i Kalundborg. Men de har også det tilfælles, at de skal ses i sammenhæng med de

² "Carmen" refererer til Carmen Curlers, som havde fabrik i Kalundborg i 1960'erne. Fabrikken tilblivelse, vækst og betydning er blevet beskrevet i DR's dramaserie "Carmen Curlers".

non-humane aktører. Nedenfor ses fremanalysen af de non-humane aktører, som er at finde i det genererede datasæt.

En non-human aktør, som kommer til syne igennem ventriloquism er 'naturen'. Først beskrives følgende eksempelvis: "Så ville jeg for det første fremhæve naturen" (Bilag 6, L. 186) og "Jeg synes, jeg vil fremhæve naturen her" (Bilag 9, L. 159), da der spørges ind til, hvad interviewpersonen vil fremhæve om Kalundborg. Samtidig fremsættes følgende i fokusgruppeinterviewet:

Interviewperson 8: Jeg kan godt lægge lidt ud. Det ser ud som om, at vi er lidt klar alle sammen. Jeg synes, jeg vil fremhæve naturen her, ja. Jeg er rigtig glad for at komme ud i naturen og være ude og løbe og opleve både vandet her og strandene og skovene. Jeg synes, vi har en rigtig dejlig natur.

Interviewperson 9: Der er jeg helt enig. Jeg er også selv rigtig glad for at bruge meget af tiden udenfor og virkelig nyde, at vi har lidt af hvert her. (Bilag 9, L. 158-164)

Her ses det, hvordan interviewperson 8 og interviewperson 9 sammen skaber et narrativ, som her beskriver naturen som en non-human aktør, der på lige fod med de humane – og igennem brugen af ventriloquism – indgår i Kalundborg som assemblage.

En anden non-human aktør i assemblage er 'byens økonomi'. Når økonomi bliver beskrevet som non-human aktør, så er det især med fokus på, hvordan Novo Nordisk spiller en helt central rolle i denne sammenhæng: "De bringer mange penge til byen" (Bilag 4, L. 252), "Og der finder man ud af, hvad det betyder at have sådan en virksomhed som Novo (...) og det er Novo, der er grundlaget for, at vi har den økonomi" (Bilag 5, L. 97-106), og "Altså, det har jo givet et stort økonomisk boost" (Bilag 7, L. 233). Det er især også i forbindelse med konstruktionen af byens økonomi som en non-human aktør, at Novo Nordisk store rolle i Kalundborg kommer til syne. 'Novo Nordisk' som aktør bliver berørt senere i dette afsnit. I

forlængelse af byens økonomi som en non-human aktør, konstrueres der også et narrativ i det genererede datamateriale, der beskriver 'byudvikling' som en non-human aktør, der deltagere i Kalundborg som assemblage. Her taler interviewperson 2 ind i relationen mellem økonomi og udvikling:

Økonomien bestemmer jo rigtig meget, hvordan vi skal køre hjemmeplejen. Hvordan skal byen se ud osv. Så den udvikling, der har været i Kalundborg fra lidt udkantsprovinsby, meget provinsagtig, og så til i dag. Og den udvikling, der er i gang endnu. Og i øjeblikket, der eksploderer den udvikling. (Bilag 5, L. 117-120)

Her ses der en relation mellem de to non-humane aktører, som gennem ventriloquism opnår deres pladser i Kalundborg som assemblage.

En yderligere non-human aktør kan ses i de fordele, der potentielt set er for medarbejderne – nuværende og tidligere – hos Novo Nordisk i Kalundborg. Og det er ikke kun de humane aktører 'tidligere medarbejdere på Novo Nordisk' og 'nuværende medarbejdere på Novo Nordisk', som ses i relation til den non-humane aktør 'fordele for medarbejdere'. Det ses også i relationen til den tredje gruppe af humane aktører 'borgere uden relation til Novo Nordisk', som det ses her i datasættet med interviewperson 1, som hører til sidstnævnte aktør: "Interviewer: Tjener man godt ud på Novo? Interviewperson 1: Det tror jeg. Jeg tror, at du ligger på, altså bare en elevløn ligger jo på tror jeg 20 måske tusind ikke, eller 25.000 før skat" (Bilag 4, L. 282-285). Her ses det fordelagtige lønniveau beskrevet af en borger, som hører til den humane aktør 'borgere uden relation til Novo Nordisk'. Medarbejderfordelene bliver også både beskrevet af de 'tidligere medarbejdere på Novo Nordisk' – her interviewperson 3: "ja, det er jo faktisk, mine goder, det er jo aktierne" (Bilag 6, L. 332-333), ligesom interviewperson 4 følger op og fortæller: "vores goder var dengang, det var, at vi kunne købe billige aktier. Og det har vi levet fedt af fået mange til rejser og sådan noget" (Bilag 6, L. 341-442). Det kommer til syne, hvordan fordelene stadig til den dag i dag er betydningsfulde for de tidligere medarbejdere, og de bliver en del af det narrativ, som fremsættes. Det er dog i denne sammenhæng værd at nævne, at der ikke tales ind i det samme narrativ om fordele

hos de to 'nuværende medarbejdere på Novo Nordisk', som deltager i fokusgruppeinterviewet (Bilag 9). Der kan argumenteres for, at den eksplícit konstruktion af 'fordele for Novo Nordisk-medarbejdere', som ses i narrativerne hos de 'tidligere medarbejdere på Novo Nordisk' og til dels også hos 'borgerne uden relation til Novo Nordisk, er med til at konstruere fordelene som en non-human aktør. Men der kan også i forlængelse af dette argumenteres for, at manglen på dette narrativ hos de 'nuværende medarbejdere på Novo Nordisk' i samme grad også er med til at konstruere disse 'fordele (eller manglen derpå) for medarbejderne' som en non-human aktør i Kalundborg som assemblage gennem en negation.

Endnu en non-human aktør er 'trafikale udfordringer'. I observationsmaterialet udfolder dette sig blandt andet igennem observationerne foretaget inden observationerne på de fastlagte ruter ved introduktionen af en artikel på facebook med overskriften "Kø i sneglefart: Movia træffer drastisk beslutning":



(Bilag 1, L. 9-2)

Observationsmaterialet beskriver også følgende omkring de trafikale udfordringer i byen:

Jeg har selv gennem hele min opvækst, mine tidlige skoleår og mine gymnasieår kendt til problemet. Det er efter min opfattelse et problem, som alle, der enten bor i Kalundborg eller arbejder i byen, kender til og bliver påvirket af. Alle veje ind mod byen både fra Holbæksiden og Slagelsesiden har store og lange kødannelser både om morgenen og om eftermiddagen. (Bilag 1, L. 34-38)

Ligesom det også beskrives af interviewperson 2 – som er en del af den humane aktør 'borger uden arbejdsmæssig relation til Novo Nordisk':

For nu, ikke at der står Novo på dem, men alle dem, der skal til og fra Novo, det vil sige arbejdere, bygningsentreprenører og varebiler, der kan man jo ikke komme ud og ind af Kalundborg, men kan ikke komme ind i Kalundborg om morgenen, man kan ikke komme ud af kalundborg om aftenen, på grund af den trafik. (Bilag 5, L. 225-228)

Og de 'trafikale udfordringer" bliver også understreget som en non-human aktør af interviewperson 1:

Jamen, de lukker jo byen fuldstændig. Hvis de skal møde, et hold skal møde, når klokken er 07, tror jeg måske, de skal møde, så når klokken den er 06, så kan du holde 6-10 km i kø for at komme ind til Kalundborg. Og så er det sgu lige meget, om du arbejder på Novo, eller om du bare skal ind og åbne op i en forretning. Men så skal du altså bare lige huske at køre hjemme fra en time før. Og det er eskaleret her de sidste år eller to. Og det er jo lige sådan også, når du skal ud af byen, ikke? Det tager en krig at komme ud. Fordi der er simpelthen så meget trafik. (Bilag 4, L. 350-356)

Det kommer her til syne, hvordan de trafikale problemer i Kalundborg, som i høj grad sættes i forbindelse med Novo Nordisks tilstedeværelse i byen, igennem ventriloquism bliver en del af assemblage som en non-human aktør.

En sidste non-human aktør, som skiller sig ud i forhold til eksplicit tilstedeværelse i det genererede datasæt, kan argumenteres for at være 'Novo Nordisk' – og 'ikke-Novo Nordisk'. Det er således manglen på Novo Nordisk – en 'ikke-Novo Nordisk' – som beskrivende for Kalundborg og manglen på den fysiske tilstedeværelse, som ses i datamaterialet, som konstruerer 'Novo Nordisk' som en non-human aktør. Det er især i det genererede observationsmateriale, at dette kommer til syne:

Generelt set observerer jeg, at Novo Nordisk ikke er til stede nogle steder på den fastlagte rute. Jeg støder ikke ind i hverken skilte, navne, logoer, sponsorer eller andet, der har relation til Novo Nordisk på rute A. Inden jeg startede mit observationsarbejde, havde jeg på forhånd en fornemmelse af, at der ikke vil være en overflod af tilstedeværelse fra Novo Nordisk, men jeg er alligevel overrasket over, at jeg ikke finder noget overhovedet på ruten. (Bilag 1, L. 109-114)

Også hos interviewperson 1 ses det, hvordan der er en bevidsthed om, at Novo Nordisk er til stede i byen, men at det samtidig ikke ville være virksomheden, som et narrativ om byen skulle kredse om: "Nej, det skulle ikke være Novo, der skulle, at jeg ville sige til folk, at de skulle flytte til Kalundborg, næ. Det synes jeg ikke" (Bilag 4, L. 136-137). Altså når det fremsættes, at det *ikke* er Novo Nordisk, der skulle fremhæves, og når Novo Nordisk *ikke* er fysisk til stede i observationsmaterialet, så er disse datanedslag stadig med til at konstruere 'Novo Nordisk' som en non-human aktør, der gennem ventriloquism bliver en del af Kalundborg som assemblage.

6.1.2 Opsamling og netværket i sin helhed

I det ovenstående afsnit er de humane og non-humane aktører blevet fremanalyseret. Det er disse aktører, som tilsammen og i relation med hinanden udgår Kalundborg som assemblage. De fremanalyserede aktører er: 'borgere uden relation til Novo Nordisk', 'nuværende

medarbejdere på Novo Nordisk', 'tidligere medarbejdere på Novo Nordisk', 'naturen', 'byens økonomi', 'byudvikling', 'fordele for medarbejderne', 'trafikale udfordringer' og '"ikke" Novo Nordisk'. Aktørerne ses samlet i nedenstående figur:



Figur 4: Kalundborg som assemblage.

Figuren skal ses som en oversigt over de forskellige aktører, som alle er en del af Kalundborg som assemblage. Figuren skal ikke læses som forskellige adskilte aktører, som hver især bidrager til assemblage. Men derimod som et netværk der indgår i relationer med hinanden, og som gennem disse relationer konstituerer Kalundborg. Der er således tale om en fremanalyse af assemblage, der beskriver de involverede aktører og deres relation til hinanden.

6.2 Aktørernes co-konstituering af Kalundborg som Company Town

I forlængelse af delanalyse 1 bliver delanalyse 2 præsenteret i dette afsnit. Her fokuseres der på arbejds spørgsmål 2: ”*Hvordan co-konstituerer de humane og non-humane aktører Kalundborg som en Company Town?*”.

I delanalyse 1 er assemblage fremanalyseret gennem et fokus på de forskellige humane og non-humane aktører i Kalundborg, ligesom relationen mellem disse også er præsenteret (jf. figur 4). Analysearbejdet udvides med brugen af affordance-begrebet i denne delanalyse 2 ved at fremanalysere, hvordan denne assemblage inviterer til forskellige narrativer (affordances) om Kalundborg, og dermed hvordan den fremanalyserede assemblage dermed har indflydelse på konstitueringen af byen. Agency-begrebet inddrages efterfølgende, når det fokuseres på, hvordan de forskellige affordances konstituerer Kalundborg som en Company Town.

Med udgangspunkt i det genererede empiriske datamateriale kommer der to overordnede affordances – eller narrativer – til syne. Disse er *Kalundborg: Et narrativ uden Novo Nordisk* og *Kalundborg: Et narrativ om Novo Nordisk*. Under disse overordnede affordances findes der flere under-affordances, som her vil blive gennemgået. Når der i det videre analysearbejde tales om narrativer, er der således tale om affordances – disse forstås som ens.

6.2.1 Kalundborg: Et narrativ uden Novo Nordisk

Den første kategori af affordances kommer til syne i forskellige narrativer om Kalundborg, der ikke – som udgangspunkt – behandler Novo Nordisk. Disse konstruerer Kalundborg som en gennemsnitlig og naturskøn by, der rummer mere end Novo Nordisk. Hver af disse affordances bliver her gennemgået.

6.2.1.1 En gennemsnitlig by

Det kommer til syne i det genererede datamateriale, at Kalundborg beskrives som en gennemsnitlig by: ”Jeg tror, at byen er meget gennemsnitlig. Der er ikke sådan vildt meget at foretage sig” (Bilag 8, L. 60-61) og ”Jeg synes også, at det er meget gennemsnitligt” (Bilag 9, L. 115). Her ses der en forholdsvis vag beskrivelse af byen, som hverken er negativ eller positiv. Konstruktionen af Kalundborg som en gennemsnitlig by bliver også understreget ved

brugen af ordet *okay*: ”Jamen jeg synes, at det er en okay by” (Bilag 4, L. 40). Det er her værd at understrege, at alle interviewpersonerne er borgere i byen og derfor har en tæt relation til denne. Alligevel er det den gennemsnitlige, som kommer til syne i beskrivelserne af byen. Der kan dog argumenteres for, at den gennemsnitlige beskrivelse er at forvente: ”Jeg vil sige, at i alle byer af den her størrelse, hvor vi er 14000 indbyggere, hvis vi tager selve Kalundborg købstaden Kalundborg så ligner vi nok meget alle de andre byer” (Bilag 5, L. 129-131). Som by skiller Kalundborg sig ikke ud i forhold til de omkringliggende byer, og et narrativ som gennemsnitlig kan argumenteres for at være gældende.

Her ses det, hvordan der fremsættes et narrativ – eller en affordance – hvor den non-humane aktør ’(mangel på)byudvikling’ får betydning for assemblage, og for måden hvorpå Kalundborg bliver konstitueret. Det bliver samtidig tydeliggjort, hvordan den non-humane aktør bruger ventriloquism for at opnå samspillet i assemblage.

6.2.1.2 En naturskøn by

Et andet narrativ, som kommer til syne i datamaterialet, er Kalundborg som en naturskøn by. Dette narrativ går igen flere steder i materialet: ”Så ville jeg for det første fremhæve naturen. Vi har simpelthen jeg ved ikke hvor mange kilometer kystlinje” (Bilag 5, L. 186-187) og ”Det er jo naturperler, som man ikke kan finde næsten nogen andre steder” (Bilag 5, L. 189-190). Narrativet om Kalundborg som en naturskøn by ses også her: ”Men vi har rigtig meget natur, altså skøn natur, som vi godt kan lide at bruge” (Bilag 8, L. 64-65), ligesom det tilføjes: ”Jeg synes, jeg vil fremhæve naturen her, ja. Jeg er rigtig glad for at komme ud i naturen og være ude og løbe og opleve vandet her og strandene og skovene” (Bilag 9, L. 159-160).

Her ses der en affordance igennem et narrativ, hvor den non-humane aktør ’naturen’ får betydning for det overordnede assemblage, og på den måde også for hvordan Kalundborg bliver konstitueret. Som ved ovenstående ses det, hvordan den non-humane aktør bruger ventriloquism for at opnå samspil i assemblage.

6.2.1.3 En by der rummer mere end Novo Nordisk

Den sidste affordance, der taler ind i en konstruktion af Kalundborg, hvor Novo Nordisk ikke spiller en rolle, beskriver Kalundborg som en by, der rummer mere end Novo Nordisk. Som det allerede ses i benævnelsen af dette narrativ – eller affordance – så får Novo Nordisk alligevel en rolle i denne konstruktion af byen. For beskrivelsen af Kalundborg som en by, der rummer mere end Novo Nordisk, bliver fremsat i forbindelse med en Novo Nordisk-negation. Det kommer blandt andet til syne her: ”Nej, det skulle ikke være Novo, der skulle, at jeg ville sige til folk, at de skulle flytte til Kalundborg, næ” (Bilag 4, L.136-137). Det er altså *ikke* Novo Nordisk, der skal beskrive byen, og med det fokus bliver Novo Nordisk altså alligevel en del af narrativet, som oprindeligt set slet ikke handler om Novo Nordisk. Argumentet opbygger også rygdækning i observationsmaterialet. Det observeres blandt andet, at man skal helt tæt på Novo Nordisk, før man kan se fabrikken (Bilag 1). Narrativet bliver således, at Novo Nordisk kommer til at spille en rolle i konstitueringen af Kalundborg, i kraft af at virksomheden *ikke* er at finde i bybilledet. Her ses et udvalg af billeder fra midtbyen, hvor Novo Nordisk ikke er til stede:



(Bilag 2, billede 2)



(Bilag 2, billede 7)



(Bilag 2, billede 13)



(Bilag 2, billede 21)

Billederne fra observationsmaterialet viser, hvordan Novo Nordisk ikke er til stede i det generelle bybillede (billede 2 og 7 ses her som eksempler på dette), ligesom Novo Nordisk heller ikke er at finde på en sponsurvæg ved byens stadion (billede 13), som ellers præsenterer andre virksomheder – store som små – i byen. Der er heller ikke noget tegn på Novo Nordisk ved et løbearrangement i byen (billede 21), hvor andre af byens virksomheder viser sig frem. På baggrund af ovenstående narrativ, der inddrager Novo Nordisk i en negation, og det indsamlede observationsmateriale, der tydeliggør en mangel på tilstedeværelse i byen, kan der argumenteres for, at Kalundborg konstrueres som en by, der rummer mere end Novo Nordisk.

Her ses det, hvordan den non-humane aktør 'Ikke Novo Nordisk (Negation)' får betydning for assemblage og i samspil her konstituerer Kalundborg som en by, der rummer mere end Novo Nordisk. Det ses, hvordan den non-humane aktør bliver en del af samspillet ved brugen af ventriloquism.

I ovenstående analyse kommer det til syne, at Kalundborg: Et narrativ uden Novo Nordisk bliver konstrueret af tre forskellige affordances, som alle konstruerer Kalundborg. Disse konstruerer Kalundborg som en gennemsnitlig og naturskøn by, der rummer mere end Novo Nordisk. Den sidstnævnte affordance behandler brugen af Novo Nordisk i en negation, som resulterer i, at Novo Nordisk alligevel får en rolle i konstruktionen af byen. Dette leder denne analyse videre til det næste afsnit, som behandler fremanalysen af den overordnede affordance Kalundborg: Et narrativ med Novo Nordisk.

6.2.2 Kalundborg: Et narrativ med Novo Nordisk

Denne anden overkategori af affordances kommer til syne i forskellige narrativer om Kalundborg, der behandler Novo Nordisk og virksomhedens tilstedeværelse i byen. Disse narrativer konstruerer Kalundborg som en økonomisk stærk by i udvikling, hvor man er godt stillet som medarbejder på Novo Nordisk, men som står overfor store trafikale udfordringer på daglig basis. Hver af disse affordances bliver her gennemgået.

6.2.2.1 En økonomisk stærk by i udvikling

Det kommer til syne i datamaterialet, at Kalundborg konstrueres som en økonomisk stærk by i stor udvikling, ligesom det også bliver tydeliggjort, at denne udvikling i høj grad binder sig op på Novo Nordisks tilstedeværelse i byen. Det ses eksempelvis, hvordan skatten i byen især har en betydning for dette narrativ: "Folk tjener nogle gode penge, betaler noget god kommunalskat, plus at Novo betaler deres selskabsskat til kommunen" (Bilag 5, L. 91-92). Novo Nordisks rolle for den gode økonomi bliver også understreget her: "og der kommer Novo ind som den helt store aktør (...) og det er Novo, der er grundlaget for at vi har den økonomi" (Bilag 5, L. 82, 106). Den stærke økonomiske position bliver påpeget som en, der har været en del af byen over en længere periode. Dette kommer til syne, når narrativet beskriver at: "mange af de ældre, der er i byen, som har arbejdet derude før i tiden, har det også godt økonomisk nu" (Bilag 7, L. 312-313). Når der her beskrives *derude*, så er det med henvisning til Novo Nordisk. Det stærke økonomi er således noget, som smitter af på de borgere i byen, som har været ansat på Novo Nordisk.

Udviklingsnarrativet kommer også til syne i datamaterialet. Det ses blandt andet i etableringen af en masse nye boliger: "Med 600 nye boliger på vej" (Bilag 5, L. 121) og "Der er flere

grunde, som har stået tomme i området, som der bliver udviklet boliger til både i flere etager, så også nogle seniorboliger” (Bilag 7, L. 122-123). Udviklingen i byen bliver også eksplicit fremstillet: ”Men ellers så synes jeg jo, det er en by i udvikling” (Bilag 4, L. 41-42) og dette sættes i et perspektiv for Kalundborg: ”Vækst er vel altid positivt” (Bilag 8, L. 387). Der kan argumenteres for, at byens store vækst kommer i forlængelse af den vækst, som Novo Nordisk gennemgår. Novo Nordisks vækst kommer til syne i observationsmaterialet igennem de følgende fire billeder. Billede 45 viser kranerne på byggepladsen i det fjerne, billede 68 er taget tættere på Novo-sitet ved en sekundær indgang og viser også indgangen til en byggeplads, billede 70 viser de midlertidige barakker, der er sat op i forbindelse med byggepladsen, og billede 84 viser, hvordan man kører forbi byggepladsen, når man tager toget ud af byen.



(Bilag 2, billede 45)



(Bilag 2, billede 68)



(Bilag 2, billede 70)



(Bilag 2, billede 84)

Opsummerende ses det her, hvordan den humane aktør 'tidligere medarbejdere på Novo Nordisk' og de non-humane aktører 'byens økonomi', 'byudvikling' og 'Novo Nordisk' får betydning for Kalundborg som assemblage og i samspil konstituerer Kalundborg som en økonomisk stærk by i udvikling. Igen bliver de non-humane aktører en del af samspillet ved brugen af ventriloquism.

6.2.2.2 En by hvor man er godt stillet som medarbejder på Novo Nordisk

Et andet narrativ, der kommer til syne i datamaterialet, konstruerer Kalundborg som en by, hvor man er godt stillet som medarbejder på Novo Nordisk. Det ses til dels i forlængelse af ovenstående afsnit, der har fokus på økonomisk stabilitet for medarbejderne, som det beskrives her: "mange af de ældre, der er i byen, som har arbejdet derude før i tiden, har det også godt økonomisk nu" (Bilag 7, L. 312-313) – her skal *derude* igen forstås som Novo Nordisk. Dette er et narrativ, som også bliver fremsat af to tidligere medarbejdere på Novo Nordisk. Her taler disse om deres goder i forbindelse med ansættelsen på fabrikken: "Mine goder, det er jo aktierne" (Bilag 6, L. 332-333) og "Vores goder var den gang, det var, vi kunne købe billige aktier" (Bilag 6, L. 341-421). På samme måde er de gode lønninger også en del

af narrativet: "Ja, mange gode lønninger og mange goder" (Bilag 6, L. 327). Muligheden for at købe aktier til en fordelagtig pris og de gode lønninger fylder altså i de narrativer, som de tidligere medarbejdere fremsætter. Det er samtidig også et punkt, som fremhæves af interviewperson 1, som er en del af de humane aktører, der ikke har nogen eksplicit relation til Novo Nordisk: "Interviewer: Tjener man godt ud på Novo? Interviewperson 1: Ja, det tror jeg" (Bilag 4, L. 282-284). At være godt stillet som (tidligere)medarbejder på Novo er således et narrativ, som fremsættes i datasættet.

I forlængelse af det narrativ, der fremstiller Kalundborg som en by, hvor man er godt stillet som medarbejder på Novo Nordisk, ses der også en form for afstand eller splittelse mellem de humane aktører. Eksempelvis fremsættes det, at Novo Nordisk gør meget for deres medarbejdere, men at det kun er medarbejderne, som får del i dette: "Så det er jo ikke fordi, de ikke gør noget. Men det er lige, når de gør noget, så er det jo for deres ansatte. Det er jo ikke for byen så" (Bilag 4, L. 207-208). Der ses et skel – en form for 'os' og 'dem'. Dette er også noget, som en tidligere medarbejder fremsætter i forbindelse med spørgsmålet om, hvordan menneskerne omkring denne kan finde på at tale i 'drillende' vendinger: "Nå, du er nok på Novo" (Bilag 6, L. 389) og "Ja, du har penge nok, du har været på Novo" (Bilag 6, L. 407-408). Der er således tale om et skel mellem to grupper af mennesker, som begge er repræsenterede som borgere i Kalundborg.

Her ses det, hvordan de alle humane aktører 'borgere uden relation til Novo Nordisk', 'tidligere medarbejdere på Novo Nordisk' og 'nuværende medarbejdere på Novo Nordisk' og de non-humane aktører 'fordele for medarbejderne' og 'Novo' får betydning for Kalundborg som assemblage og i samspil konstituerer Kalundborg som en by, hvor man er godt stillet som medarbejder på Novo Nordisk. Igen bliver de non-humane aktører en del af samspillet ved brugen af ventriloquism.

6.2.2.3 En by med trafikale udfordringer

Det sidste narrativ, der kommer til syne i datamaterialet, beskriver Kalundborg som en by med trafikale udfordringer. Det kommer også til syne, hvordan disse udfordringer ses som et problem, der er skabt af Novo Nordisk. Denne beskrivelse ses blandt andet her: "Jamen de lukker jo byen fuldstændig" (Bilag 4, L. 350), her forstås *de* som Novo Nordisk, og det uddybes, at man skal: "holde 6-10 km i kø for at komme ind til Kalundborg" (Bilag 4, L. 352).

Narrativet udfoldes også således: ”kan ikke komme ind i Kalundborg om morgenen, man kan ikke komme ud af Kalundborg om aftenen, på grund af den trafik der” (Bilag 5, L. 227-228). Det ses også, hvordan de trafikale udfordringer ses som en dårlig ting i forhold til, at denne kommer som et resultat af Novo Nordisks store rolle i byen: ”Ja så de der trafikproblemer, tror jeg, det er jo sådan en negativ ting de har givet” (Bilag 8, L. 328-329). Det kommer også til syne i narrativet, at der ikke er tale om et problem, der pludselig er opstået: ”Trafikken har været et problem siden vi var små og er blevet endnu værre nu” (Bilag 8, L. 438-439). Dette bliver også bakket op af observationsmaterialet, der beskriver, hvordan udfordringerne med trafikken har været et længerevarende problem (Bilag 1), ligesom den negative stemning overfor trafikken ses i et uddrag af facebookkommentarer til den beskrevne artikel på Facebook:



(Bilag 1, L. 40-61)

Opsummerende ses det her, hvordan det er alle borgerne i Kalundborg – altså alle de humane aktører og de non-humane aktører 'trafikale udfordringer' og 'Novo Nordisk', der får betydning for Kalundborg som assemblage og dermed konstituerer Kalundborg som en by med trafikale udfordringer.

6.2.3 Konstituering af Kalundborg som en Company Town

I ovenstående del af analysen er det blevet præsenteret, hvordan assemblage 'afforder' særlige narrativer om Kalundborg. I dette afsnit bliver agency-begrebet inddraget, og der fokuseres på, hvordan de forskellige affordances konstituerer Kalundborg som en Company Town.

Der kan argumenteres for, at Kalundborg bliver realiseret og konstitueret som en Company på fire forskellige måder igennem agency.

Først ses det, hvordan den stærke økonomiske position, som Kalundborg opnår i kraft af Novo Nordisk tilstedeværelse i byen, er med til at konstituere byen som en Company Town. Forskning inden for Company Town-litteraturen beskriver netop, hvordan en bys økonomi er afhængig af virksomheden (Porteous, 1970), som det kommer til syne i ovenstående analyse af Novo Nordisk rolle i Kalundborg og i narrativet 'Kalundborg som en økonomisk stærk by i udvikling'. Samtidig beskriver forskningen på området også, hvordan en virksomhed dominerer de økonomiske aspekter i byen (Porteous, 1970), hvilket der også kan argumenteres for at gøre sig gældende, når man ser på Novo Nordisk og Kalundborg.

Dernæst ses det også, hvordan Novo Nordisk indtager en patriarkalske samfundsrolle – som er kendetegnet for en traditionel Company Town (Porteous, 1970; Gregersen, 2020) i Kalundborg. Her har den magtfulde virksomhed stor betydning for medarbejderne og deres familier i den pågældende by (Porteous, 1970), som det kommer til syne i den ovenstående analyse – blandt andet under narrativet 'en by hvor man er godt stillet som medarbejder på Novo Nordisk'. Kalundborg bliver altså også konstitueret som en Company Town igennem denne affordance.

Yderligere kommer det også til syne, hvordan udviklingen i Kalundborg er med til at konstituere byen som en Company Town. I det ovenstående analysearbejde ses det, hvordan

udviklingen i Kalundborg især kommer til udtryk igennem nye boliger og flere arbejdspladser til byen. I et traditionelt Company Town perspektiv har virksomheden stor magt over både beskæftigelse og boliger (Porteous, 1970). Her ses det igen, hvordan Kalundborg konstitueres som en Company Town – blandt andet med narrativet 'Kalundborg som en økonomisk stærk by i udvikling' – her med fokus på boligdelen.

Afslutningsvis kan der argumenteres for, at Kalundborg konstitueres som en Company Town i et mere nutidigt perspektiv. Det gør sig eksempelvis gældende i Kalundborg, at byen opstår som en Company Town i et samspil mellem byen og Novo Nordisk. Det adskiller sig fra den traditionelle måde en Company Town opstår på, hvor denne skabes som et resultat af virksomhedens behov (Gregersen, 2020). Et andet eksempel gør sig også gældende, når det i nutidige Company Towns ses, at der kan skabes konflikt i byen (Vergara, 2003), som det ses med trafikken i Kalundborg. Denne konstituering af Kalundborg som en mere nutidig Company Town kommer til syne i narrativet, der beskriver Kalundborg som en by, der rummer mere end Novo Nordisk, og i narrativet der beskriver en by med trafikale udfordringer.

Disse fire konceptualiseringer af Kalundborg som en Company Town fremstilles gennem agency og på baggrund af de affordances (narrativer) som aktørerne i assemblages er en del af.

6.2.4 Opsummering

Denne delanalyse 2 besvarer arbejdsspørgsmålet: "*Hvordan co-konstituerer de humane- og non-humane aktører Kalundborg som en Company Town?*" I analysen kommer det til syne, at de humane og non-humane aktører i samspil konstituerer Kalundborg som en gennemsnitlig og naturskøn by, der rummer mere end Novo Nordisk, men som i kraft af Novo Nordisk store tilstedeværelse i byen også oplever en sund økonomi og vækst, ligesom det også ses, at byen konstitueres som en by, hvor det er fordelagtigt at være medarbejder på Novo Nordisk, men hvor fabrikken også giver trafikale udfordringer – både for medarbejderne og for de borgere, som ikke har en eksplicit relation til virksomheden. Der kan argumenteres for, at der i konstitueringen af byen, der ikke primært ses i lyset af Novo, stadig er en

overordnede tilstedeværelse af Novo Nordisk i beskrivelserne – disse kommer til udtryk igennem negation.

Med inddragelse af agency-begrebet bliver Kalundborg herefter konstitueret som en Company Town igennem den patriarkalske samfundsrolle, som Novo Nordisk indtager i Kalundborg. Denne resulterer i en økonomisk stærk by, som er i udvikling – især med fokus på beskæftigelse og boligmarkedet. Novo Nordisks patriarkalske rolle i Kalundborg giver medarbejdere i virksomheden gode faciliteter og fordele – blandt andet fordelagtige priser på aktier. Konstitueringen af Kalundborg som en Company Town igennem Novo Nordisks patriarkalske rolle i byen er en traditionel måde at opfatte Company Towns på. I en mere nutidig kontekst bliver Kalundborg også konstitueret som en Company Town igennem spillet mellem Kalundborg og Novo Nordisk og igennem konflikter – her udformet i trafikken.

I forlængelse af delanalyse 1 og delanalyse 2 præsenteres der i næste kapitel en diskuterende analyse, der behandler tredje arbejdsspørgsmål: *”Hvilke reaktionsmønstre forekommer hos borgerne i Kalundborg i lyset af Novo Nordisk tilstedeværelse i byen, og hvordan taler disse ind i den eksisterende viden om Company Town?”*. Denne tredje delanalyse ser nærmere på, hvordan borgerne i Kalundborg opfatter det at bo i en Company Town.

KAPITEL 7

DISKTUTERENDE ANALYSE

7. Diskuterende analyse

I dette diskuterende analysekapitel vil der blive svaret på tredje og sidste arbejdsspørgsmål i problemformulering: *"Hvilke reaktionsmønstre forekommer hos borgerne i Kalundborg i lyset af Novo Nordisk tilstedeværelse i byen, og hvordan taler disse ind i den eksisterende viden om Company Town?"* Løbende i kapitlet vil der blive refereret tilbage til den udførte analyse, ligesom der også vil blive inddraget nye datanedslag fra det genererede datasæt. Datanedslagene kan ses i deres fulde form i de pågældende bilag. Denne diskuterende analyse er bygget op omkring de styrerende temaer: 'At bo i en Company Town', 'Novos bidrag til Kalundborg' og 'To sider af en sag' (jf. afsnit 3.4.2 Kodning af data: Tematisk inspireret analyse). Først præsenteres hver af de pågældende reaktionsmønstre og sættes løbende i relation til den eksisterende viden om Company Towns, som er introduceret i litteraturreviewet i kapitel 2. Der afsluttes med en opsummering.

7.1 Novo Nordisks magt over væsentlige instanser i Kalundborg

Et reaktionsmønster, som kommer til syne blandt borgerne i Kalundborg, bliver skabt i lyset af Novo Nordisks magt over væsentlige instanser i byen. Forskning på Company Town-området beskriver, hvordan den pågældende virksomhed i en Company Town opnår stor magt over væsentlige instanser i byen – eksempelvis butikker, skoler, boliger og infrastruktur (Porteous, 1970). En reaktion fra borgerne i denne forbindelse er dog et ønske om, at Novo Nordisk gjorde mere i det lokale samfund og for borgerne i Kalundborg:

I forhold til Novo Nordisks tilstedeværelse i byen påpeger hun, at hun synes, det er ærgerligt, at de (Novo Nordisk) ikke giver noget tilbage til byen. Hun mener, at virksomheden "snildt kunne have gjort noget for kulturlivet", uden at det vil have haft en større indflydelse for dem. (Bilag 1, L. 243-246)

I samme argument beskrives det også, hvordan Novo Nordisk ikke er med til at rette op på problemet med boligmangel, som byen står overfor: "Interviewer: Er det noget, Novo ligesom er med ind over at få til at løse sig? Interviewperson 5: Ikke til min forståelse. Så er det

mere private virksomheder” (Bilag 7, L. 115-117). Dette reaktionsmønster bliver også fremsat som et, der bliver delt af en mere generel gruppe af borgere i byen:

Folk snakker jo nu om, at Novo godt kunne være med til at bygge nogle flere boliger, fordi der er boligmangel. De skulle bygge og bruge noget af de grunde, som de køber og så bygge nogle boliger, fordi det er svært at få noget at bo i her, fordi der er så mange, som arbejder på Novo. (Bilag 4, L. 274-277)

Det kommer således til syne, at Novo Nordisk ikke er med til at bekæmpe problemet med boligmangel, på trods af at det er et problem, som de er med til at skabe igennem deres vækst. Borgernes reaktion på dette er et ønske om, at det var anderledes.

En anden central instans, som Novo Nordisk på samme måde er med til at påvirke i det, der kan argumenteres for, er en negativ retning, omhandler de trafikale problemer, som har været et gennemgående tema i analysekapitlet. I delanalyse 2 fremanalyseres det, at de trafikale problemer er med til at konstituere Kalundborg, ligesom det også konkluderes, at Novo Nordisk er skyld i den tunge trafik. På dette område er der dog tegn på, at Novo vælger at bruge deres magtfulde position i byen:

Ja, de har snakket noget om at de skulle have et sted i hvert fald mod Holbæk, der tror jeg de skulle have et sted, om det var i Svebølle eller hvad fanden det var. Hvor de så skulle køre til, og så ville de blive hentet i busser derfra og så kørt til Novo, så man ligesom var fri for alle de biler. Men om det blev til noget? Det ved jeg sgu nok. Jeg tror ikke det er endnu. (Bilag 4, L. 366-370)

Det lyder altså som om, at der fra Novo Nordisks egen side af er opmærksomhed på problemet, men igen kan der argumenteres for, at det er et problem, som endnu ikke er blevet løst – hverken af den magtfulde virksomhed eller den omkringliggende by eller kommune. Reaktionen hos borgerne her er igen et ønske om, at dette var anderledes, og at Novo Nordisk gjorde noget for at komme problemet til livs.

Der er ingen tvivl om, at Novo Nordisk har en magtfuld rolle i Kalundborg, det kommer til syne i både delanalyse 1 og delanalyse 2. Men det kan diskuteres, hvorvidt Novo Nordisk bruger denne magtfulde rolle fordelagtigt i borgernes øjne. Både når der tales om at skabe nok boliger til alle og til at sikre, at den lokale infrastruktur fungerer i en acceptabel grad. På den ene side kan der argumenteres for, at et større engagement fra Novo Nordisk side af i forhold til de væsentlige instanser i byen – her er boligmarkedet og infrastrukturen blevet berørt – vil være at foretrække for borgerne i Kalundborg. Men på den anden side taler denne magt over væsentlige instanser ind i en gammeldags opfattelse af en Company Town. Det kan diskuteres, hvorvidt Novo Nordisk har valgt ikke at sprede deres magt for meget i byen, for at tale ind i et mere nutidigt Company Town perspektiv, hvor der er større fokus på at opbygge tillid mellem borgerne og virksomheden – blandt andet igennem et socialt ansvar (Gregersen, 2020), og hvor virksomheden ikke indtager en patriarkalsk samfundsrolle.

7.2 Tillid til Novo Nordisk blandt Kalundborgs borgere

Et fokus på tillid til Novo Nordisk blandt borgerne i Kalundborg sætter rammerne for det næste reaktionsmønster, der kommer til syne blandt borgerne i byen. Her ses det, at der tales ind i det, som kaldes for en social kontrakt (Brucher, 2011). Her vælger det omkringliggende samfund at se bort fra og acceptere de negative punkter og problemer, som den pågældende virksomhed bringer med sig, hvis borgerne til gengæld opnår fordele, som vejer op for dette (Brucher, 2011). Der kan altså argumenteres for, at tilliden gror sig større, jo stærkere den sociale kontrakt mellem Novo Nordisk og borgerne i Kalundborg er. Når der her tales om et reaktionsmønster, som viser en stor mængde af tillid til Novo Nordisk fra borgerne i byens side af, så bærer det præg af flere af de fremanalyserede punkter i delanalyse 2 jf. kapitel 6. Eksempelvis viser analysen, at Kalundborg og byens borgere – i særdeleshed de borgere som har/har haft en arbejdsmæssig relation til virksomheden – er økonomisk stærk. Der er penge i kommunekassen og en økonomi – som sammenlignet med andre kommuners – er helt i top. Det er en økonomisk situation, som smitter af på borgerne i byen. Analysen viser også, hvordan væksten i byen isoleret set opfattes som positiv for byen. At denne kommer med sine egne bi-problemer, er noget, der kan argumenteres for, at borgerne til dels ser bort fra i kraft af den indgået sociale kontrakt. Samme pointe kan fremsættes i forbindelse med de mange arbejdspladser, som Novo Nordisk skaber i byen. De tre fordele:

god økonomi, vækst og arbejdspladser er således de fordele, som vejer op for det ovenstående reaktionsmønster, som beskriver, at borgerne ville foretrække, at Novo Nordisk gjorde mere for det lokale samfund og borgerne i Kalundborg. Det ses her, hvordan borgerne i Kalundborg og Novo Nordisk er indgået i en social kontrakt.

Det er her oplagt at diskutere, hvor stærkt Novo Nordisk rent faktisk står i kraft af den indgåede sociale kontrakt. Som det ser ud lige nu, så er der ikke umiddelbare tegn på, at den er ved at blive nedbrudt. Men en væsentlig pointe, der fremhæves i mere nutidig forskningen på Company Town-området, er, at en stor del bevarelsen af tillid i byen for virksomheden kommer som et resultat af, at virksomheden tager et socialt ansvar, og at ledelsen foregår i en lokal sammenhæng (Gregersen, 2020). Med andre ord skal virksomheden – i dette tilfælde Novo Nordisk – være tæt på borgerne, som lever omkring denne. Den pointe relaterer sig tilbage til, at borgerne ville foretrække en større lokal tilstedeværelse. Det sociale ansvar er et, som kan udfolde sig igennem diverse CSR-projekter. Behovet for et direkte fokus på CSR i lokalsamfundet i Kalundborg er ikke et, som fylder i datasættet. Men det kunne være interessant og relevant at følge denne tankegang længere ud i fremtiden og således undersøge, hvorvidt CSR-projekter ville være interessante og relevante for Novo Nordisk i Kalundborg for at opretholde den gode sociale kontrakt og dermed tillid, der er til stede mellem virksomheden og byens borgere på nuværende tidspunkt, i fremtiden.

7.3 En kultur der er forbinder borgere, byen og Novo Nordisk

Der kan argumenteres for, at den sociale kontrakt mellem Novo Nordisk og borgerne i Kalundborg er stærk og robust. Dette kan videreføres i en kultur-tankegang, som fører denne diskuterende analyse hen til det sidste reaktionsmønster blandt borgene, som binder sig op på, at Kalundborg er Novo Nordisk og Novo Nordisk – for borgerne i Kalundborg – er Kalundborg. Der kan argumenteres for, at virksomheden er indlejret i byen, og at disse ikke kan skilles ad uden store konsekvenser. Den tætte relation mellem virksomheden og byen ses blandt andet her:

Og når nu Novo har ansat så mange mennesker, som de har, så findes der ikke en borger i byen næsten uden de har en eller anden forbindelse med Novo. Enten er de direkte ansat, eller også har de noget familier, der er ansatte, eller også er det

naboen, eller nogle venner, så alle er i det der net, der hedder Novo på en eller anden måde. (Bilag 5, L. 439-442)

Ligesom der også er et fokus på, at Novo holder Kalundborg i live: ”Ja, det er overlevelse ja. Hvis ikke vi havde Novo, så kunne jeg godt tænke mig at vide, hvordan fanden det så så ud” (Bilag 6, L. 320-321). Forskningen om Company Towns beskriver, hvordan byer med en kultur, der er stærkt forbundet med virksomheden, er mere modstandsdygtige over for ændringer i byen. Den stærke kultur bliver indlejret i borgerne og i deres selvforståelse og giver således virksomheden den store magt over borgerne og byen (Moonesirust & Brown, 2021; Stihl, 2024). Novo Nordisks indlejring i Kalundborg beskrives af flere borgere:

Altså jeg har altid været klar over, at der har ligget en stor fabrik, selv da jeg var yngre, som man ikke kunne undgå at se i bybilledet også, når man kørte ud af byen. Så har det været meget tydeligt, at der lå noget stort, når man kørte forbi. Så jeg har altid været klar over, at den har ligget der. (Bilag 7, L. 30-33)

Også her ses indlejringen: ”Jeg kender mange, der arbejder derude” (Bilag 4, L. 31) og her:

Men jeg kender rigtig mange, som har arbejde derude. Både folk på min alder, men også især rigtig mange af mine venner og veninders forældre har arbejdet derude i rigtig mange år. Det er jo ligesom en fabrik, der ligesom altid har været der. (Bilag 8, L. 44-47)

Der ses altså et reaktionsmønster hos borgerne, der tydeligt beskriver, hvordan Novo Nordisk er indlejret i Kalundborg. Der kan argumenteres for, at Novo Nordisk dermed også bliver indlejret i borgerne og i deres selvforståelser og også her opnår magt. Novo Nordisk som en del af kulturen i byen refererer tilbage til den magtfulde position, som virksomheden indtager, som dette kapitel startede ud med at præsentere.

7.4 Opsummering

Der er her fundet frem til tre reaktionsmønstre hos borgerne i Kalundborg i lyset af Novo Nordisks tilstedeværelse i byen. Disse taler alle tre ind i den eksisterende viden om Company Towns.

Borgerne i Kalundborg har et ønske om, at Novo Nordisk gjorde noget mere i det lokale samfund og for borgerne i Kalundborg. Eksempler, der er trukket frem i denne sammenhæng, behandler boligmangel og trafikale udfordringer i byen. På den ene side kan der argumenteres for, at et større engagement ville være at foretrække for borgerne. Men på den anden side ville sådan en ageren fra Novo Nordisks side af tale ind i en forældet beskrivelse og forståelse af en Company Town. Det kan diskuteres, om Novo Nordisk vælger ikke at sprede deres store magt for meget i byen for at tale ind i et mere moderne Company Town perspektiv.

Samtidig har borgerne i byen en stor tillid til Novo Nordisk, som især skabes i den indgået sociale kontrakt mellem virksomheden og borgerne. Denne tillid gror sig stærkere igennem en stærk social kontrakt. I dette reaktionsmønster er det interessant at udfordre den gældende sociale kontrakt ved at se nærmere på hvordan et CSR-perspektiv kan inddrages med fokus på fremtiden i Kalundborg. CSR-perspektivet er et, som fylder i den mere nutidige beskrivelse af Company Towns, hvor borgere har et voksende behov for, at virksomheden tager et socialt ansvar, men dette er endnu ikke et behov, der ses eksplicit blandt borgerne i denne undersøgelse.

Til sidst ses det, at borgerne er en del af en kultur, der forbinder borgere, byen og Novo Nordisk. I dette reaktionsmønster kommer det til syne, at Novo Nordisk er en integreret og indlejret del af Kalundborg og borgerne. Denne position som en integreret del af kulturen er med til at fremme den magtfulde position, som Novo indtager i Company Townen Kalundborg.

KAPITTEL 8

KONKLUSION

8. Konklusion

I dette afsluttende kapitel vil undersøgelsens konklusion blive fremsat. Dette speciale undersøger, hvordan byen Kalundborg bliver skabt og opretholdt som en Company Town, ligesom det også undersøges, hvilken effekt det har på borgerne at bo og leve i en Company Town.

Først konkluderes det, at assemblage i Kalundborg består af en række humane og non-humane aktører. Disse er: 'borgere uden relation til Novo Nordisk', 'nuværende medarbejdere på Novo Nordisk', 'tidligere medarbejdere på Novo Nordisk', 'naturen', 'byens økonomi', 'byudvikling', 'fordele for medarbejderne', 'trafikale udfordringer' og "ikke" Novo Nordisk'. Assemblage skal her forstås som et netværk af aktører, der indgår i relationer med hinanden og som gennem disse relationer konstituerer Kalundborg.

Hernæst konkluderes det, at denne assemblage inviterer til forskellige narrativer (affordances) – først i konstitueringen af Kalundborg og efterfølgende i konstitueringen af Kalundborg som en Company Town. Det er i konstitueringen af Kalundborg som en Company Town, at der opnås agency. Af aktørerne konstitueres Kalundborg som en gennemsnitlig og naturskøn by, der rummer mere end Novo Nordisk, men som i kraft af Novo Nordisk store tilstedeværelse i byen også oplever en sund økonomi og vækst, ligesom det også ses, at Kalundborg konstitueres som en by, hvor det er fordelagtigt at være medarbejder på Novo Nordisk, men hvor fabrikken giver trafikale udfordringer. Kalundborg bliver konstitueret som en Company Town på fire forskellige måder gennem agency. Den stærke økonomiske position, som Kalundborg opnår i kraft af Novo Nordisk tilstedeværelse i byen, konstituerer denne som en Company Town. Den patriarkalske samfundsrolle som Novo Nordisk indtager i Kalundborg – en rolle som er et kendetegn for Company Towns – konstituerer Kalundborg som en Company Town, og udviklingen i Kalundborg konstituerer byen som en Company Town. Til sidst konkluderes det, at Kalundborg konstitueres som en Company Town i spillet mellem byen (Kalundborg) og virksomheden (Novo Nordisk), hvilket taler ind i et nutidigt og moderne blik på Company Town perspektivet.

Afslutningsvis konkluderes det, at der finder tre primære reaktionsmønstre sted hos borgerne i Kalundborg i lyset af Novo Nordisks tilstedeværelse i byen. Det konkluderes, at Kalundborgs borgere har et ønske om, at Novo Nordisk gjorde mere i det lokale samfund og for borgerne i byen. På den ene side argumenteres der for, at et større engagement ville være at foretrække for borgerne. På den anden side vil denne ageren fra Novo Nordisk side af tale ind i en forældet forståelse af Company Towns. Det diskuteres, hvorvidt Novo Nordisk i stedet vælger at tale ind i den mere moderne forståelse af en Company Town. Det konkluderes, at borgerne i byen har stor tillid til Novo Nordisk. En tillid som skabes igennem en social kontrakt med borgerne på den ene side og virksomheden på den anden. Til sidst konkluderes det, at borgerne, byen og Novo Nordisk alle er integrerede dele af byens kultur. Novo Nordisks integrerede rolle i byen resulterer i virksomhedens magtfulde position overfor både borgere og byen.

KAPITEL 9

LITTERATURLISTE

9. Litteraturliste

- Alvesson, M. (2013). At-Home Ethnography: Struggling with Closeness and Closure. I Ybema, S., Yanow, D., Wels, H. & Kamsteeg, F. (Red.), *Organizational Ethnography: Studying the Complexities of Everyday Life* (s. 156-174). SAGE.
<https://doi.org/10.4135/9781446278925>
- Ayer, D. (2021). Transcribe or Not Transcribe? I Costa, A. P., Reis, L. P., Moreira, A., Longo, L., & Bryda, G. (Red.), *Advances in Intelligent Systems and Computing* (s. 280-291). Springer International Publishing AG.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-70187-1_20
- Azher, H. Q. (2021). At-Home Ethnography: A Native Researcher's Fieldwork Reflections. *Qualitative Research Journal*, 21(1), 51-64.
<https://doi.org/10.1108/QRJ-03-2020-0019>
- Bell, S. E. (2009). "There Ain't No Bond in Town Like There Used to Be": The Destruction of Social Capital in the West Virginia Coalfields. *Sociological Forum*, 24(3), 631-657.
<https://doi.org/10.1111/j.1573-7861.2009.01123.x>
- Bisel, R. S. (2010). A Communicative Ontology of Organization? A Description, History, and Critique of CCO Theories for Organization Science. *Management Communication Quarterly*, 24(1), 124-131.
<https://doi.org/10.1177/0893318909351582>
- Blam, I., Vitálisová, K., Borseková, K., & Sokolowicz, M. (2016). Peculiarities of Corporate Social Responsibility Development in the Monotowns in Post-Communist Countries. *Social Responsibility Journal*, 12(3), 463-483.
<https://doi.org/10.1108/SRJ-07-2015-0099>

- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
<https://doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>
- Braun, V., Clarke, V. & Hayfield, N. (2022). 'A Starting Point for Your Journey, Not a Map': Nikki Hayfield in Conversation with Virginia Braun and Victoria Clarke About Thematic Analysis. *Qualitative Research in Psychology*, 19(2), 424-445.
<https://doi.org/10.1080/14780887.2019.1670765>
- Brinkmann, S. & Tanggaard, L. (2020). Interviewet: Samtalen som forskningsmetode. I Brinkmann, S. & Tanggaard, L. (Red.), *Kvalitative Metoder: En Grundbog* (s. 33–64). Hans Reitzels Forlag.
- Brucher, W. (2011). From the Picket Line to the Playground: Labor, Environmental Activism, and the International Paper Strike in Jay, Maine. *Labor History*, 52(1), 95-116.
<https://doi.org/10.1080/0023656X.2010.528995>
- Bryman, A. (2012). *Social Research Methods* (s. 1-155, 377-606). Oxford University Press.
- Burr, V. (1995). *An introduction to Social Constructionism* (s. 1-16). Routledge.
- Burr, V. (2015). *Social Constructionism* (s. 1-30). Routledge.
- Caxaj, C. S., & Kolol Qnan Tx'otx' Parroquia de San Miguel Ixtahuacan. (2018). A Community-Based Intervention to Build Community Harmony in an Indigenous Guatemalan Mining Town. *Global Public Health*, 13(11), 1670–1681.
<https://doi.org/10.1080/17441692.2018.1427273>
- Cheshire, L., Everingham, J. A., & Pattenden, C. (2011). Examining Corporate-sector Involvement in the Governance of Selected Mining-intensive Regions in Australia. *Australian Geographer*, 42(2), 123–138.
<https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1080/00049182.2011.569986>

- Collin, F. (2014). Socialkonstruktivisme i humaniora. I Collin, F. & K ppe, S. (Red.), *Humanistisk Videnskabsteori* (s. 417-457). Lindhardt og Ringhof.
- Cooren, F. (2004). Textual Agency: How Texts Do Things in Organizational Settings. *Organization*, 11(3), 373-393.
<https://doi.org/10.1177/1350508404041998>
- Cooren, F. & Sheidl, D. (2022). THE THEORETICAL ROOTS OF CCO. I J. Basque, N. Bencherki & T. Kuhn (Red.). *The Routledge Handbook of the Communicative Constitution of Organization* (s. 27-42). Taylor & Francis Group.
- Cooren, F., Bartels, G. & Martine, T. (2016). Organizational Communication as Process. I A. Langley and H. Tsoukas (Red.), *The SAGE Handbook of Process Studies* (s. 513-528). SAGE Publications Ltd.
- Cooren, F., Kuhn, T., Cornelissen, J. & Clark, T. (2011). Communication, Organizing and Organization: An Overview and Introduction to the Special Issue. *Organization Studies*, 32(9), 1149–1170.
<https://doi.org/10.1177/0170840611410836>
- Cronin, P., Ryan, F., & Coughlan, M. (2008). Undertaking a Literature Review: A Step-By-Step Approach. *British Journal of Nursing*, 17(1), 38-43.
<https://doi.org/10.12968/bjon.2008.17.1.28059>
- Dagvadorj, L., Byamba, B., & Ishikawa, M. (2018). Effect of Local Community’s Environmental Perception on Trust in a Mining Company: A Case Study in Mongolia. *Sustainability*, 10(3), 614.
<https://doi.org/10.3390/su10030614>
- Demirkol, A. (2023). Shifting Policies, Changing Lives: The Local Development and Privatization Nexus in Single-industry Towns. *Amme Idaresi Dergisi*, 56(4), 14–28.

DR (u.å). *Novo Nordisk er livsnerven i Kalundborg: Uden dem falmede byen.*

Lokaliseret: 16.05.23 på: <https://www.dr.dk/nyheder/penge/novo-nordisk-er-livsnerven-i-kalundborg-uden-dem-falmede-byen>

Emmel, N. (2014). Purposeful Sampling. I N. Emmel (Red.), *Sampling and Choosing Cases in Qualitative Research: A Realist Approach* (s. 33-44). SAGE.

Fjellborg, D., Beland Lindahl, K., & Zachrisson, A. (2022). What to Do When the Mining Company Comes to Town? Mapping Actions of Anti-extraction Movements in Sweden, 2009–2019. *Resources Policy*, 75.

<https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1016/j.resourpol.2021.102514>

Flyvbjerg, B. (1991). *Rationalitet og magt. Bind I: Det konkrete videnskab.* (s.137-158). Akademisk Forlag.

Flyvbjerg, B. (2007). Five Misunderstandings About Case-study Research. I Searle, C. (Red.), *Qualitative Research Practice* (s. 390-404). SAGE Publications Ltd.

<https://doi.org/10.4135/9781848608191>

Galletta, A. (2013). *Mastering the Semi-Structured Interview and Beyond: From Research Design to Analysis and Publication.* (s. 45-118). NYU Press.

Geertz, C. (1973). Thick Description: Toward an Interpretive Theory of Culture. I C. Geertz (Red.), *The Interpretation of Cultures.* (s. 310-323). Basic Books.

Gergen, K. J. (2018). *An Invitation to Social Construction* (s. 1-33). SAGE Publications Ltd.

Gerlach, J., & Kinossian, N. (2017). Exploring Arctic Diversity by Hitting the Road: Where Finland, Norway, and Russia Meet. Focus on Geography, 60. *Published online.*

<https://doi.org/10.21690/foge/2017.60.1f>

- Gulbrandsen, I.T. og Just, S.N. (2017) Theorizing Strategizing I I.T. Guldbrandsen og S.N. Just (Red.) *Strategizing Communication: Theory and Practice* (s. 311-335). *Samfundslitteratur*.
- Halkier, B. (2016). *Fokusgrupper*. *Samfundslitteratur*.
- Hammersley, M. & Atkinson, P. (2007). *Ethnography: Principles in Practice*. (s. 1-20) *Routledge*.
- Haraway, D. (1988). Situated knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective. *Feminist Studies*, 14(3), 575-599.
<https://doi.org/10.2307/3178066>
- Helles, R. & K ppe, S. (2014). Kvalitative metoder. I Collin, F. & K ppe, S. (Red.), *Humanistisk videnskabsteori* (s. 535-573). *Lindhardt og Ringhof*.
- James, M., & Jongeward, D. (2004). *Født vinder*. *Transaktionsanalyse med gestalteksperimenter* (s. 15-55). *Borgens Forlag*.
- Justesen, L. & Mik-Meyer, N. (2010). *Kvalitative metoder i organisations- og ledelsesstudier*. *Hans Reitzels Forlag*.
- Kale, S. S. (2020). From Company Town to Company Village: CSR and the Management of Rural Aspirations in Eastern India's Extractive Economies. *The Journal of Peasant Studies*, 47(6), 1211–1232.
<https://doi.org/10.1080/03066150.2020.1825290>
- Keenan, K. (2004). The New Conquistadores: Multinational Mining Companies Face Off Against Disgruntled Communities in Peru. *Alternatives Journal*, 30(2), 37-40.
<https://www.proquest.com/scholarly-journals/new-conquistadores-multinational-mining-companies/docview/218740910/se-2>

- Kvale, S. & Brinkmann, S. (2015). *Interview - Det kvalitative forskningsinterview som håndværk* (s. 45-69, 177-214, 235-265). Hans Reitzels Forlag
- Littlewood, D. (2014). "Cursed" Communities? Corporate Social Responsibility (CSR), Company Towns and the Mining Industry in Namibia. *Journal of Business Ethics*, 120(1), 39–63.
<https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1007/s10551-013-1649-7>
- Lofland, J., & Lofland, L. H. (1995). *Analyzing Social Settings: A Guide to Qualitative Observation and Analysis*. (s. 108-116). Waveland Press, Inc.
- Luhmann, N. (2003). Organization. I T. Bakken & T. Hernes (Red.) *Autopoietic organization theory: Drawing on Niklas Luhmann's social systems perspective*. (s. 31-52). Copenhagen Business School Press.
- Massaro, M., Dumay, J., & Guthrie, J. (2016). On the Shoulders of Giants: Undertaking a Structured Literature Review in Accounting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 29(5), 767-801.
<https://doi.org/10.1108/AAAJ-01-2015-1939>
- McPhee, R.D. & Zaug, P. (2000). The Communicative Constitution of Organizations: A Framework for Explanation. I Putnam, L. L., & Nicotera, A. M. (Red.), *Building Theories of Organization: The Constitutive Role of Communication* (s. 21-47). Routledge Taylor & Francis Group.
- Moonesirust, E., & Brown, A. D. (2021). Company Towns and the Governmentality of Desired identities. *Human Relations*, 74(4), 502–526.
<https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1177/0018726719887220>

- Muruviwa, A. T., Wilson, A., & Nekhwevha, F. H. (2020). Debating Stakeholder Reciprocity: Understanding the Stakeholders' Duties in Corporate Social Responsibility in a Zimbabwean Mining Town. *Environment, Development and Sustainability*, 22(3), 1787-1809.
<https://doi.org/10.1007/s10668-018-0263-3>
- Novo Nordisk (2024). *Om Novo Nordisk. Hvem vi er*.
Lokaliseret: 16.05.24 på: <https://www.novonordisk.dk/about/who-we-are.html>
- Putnam, L. L. (2022). The Emerging Paradigm of Communication Constitutes Organization (CCO). I J. Basque, N. Bencherki & T. Kuhn (Red.), *The Routledge Handbook of the Communicative Constitution of Organization* (s. xxvi - xxxix). Taylor & Francis Group.
- Rachel, G. T., Ross, A. D., & Nyman, E. (2022). Social Capital and Institutional Complexity in Svalbard: The Case of Avalanche Disaster Management. *Disaster Prevention and Management*, 31(4), 425-439.
<https://doi.org/10.1108/DPM-05-2021-0168>
- Rowley, J., & Slack, F. (2004). Conducting a Literature Review. *Management Research News*, 27(6), 31-39.
<https://doi.org/10.1108/01409170410784185>
- Schoeneborn, D., & Vásquez, C. (2017). Communicative Constitution of Organizations. *The International Encyclopedia of Organizational Communication*, 1-21.
<https://doi.org/10.1002/9781118955567.wbieoc030>
- Schoeneborn, D., Blaschke, S., Cooren, F., McPhee, R. D., Seidl, D., Taylor, J. R. (2014). The Three Schools of CCO Thinking: Interactive Dialogue and Systematic Comparison. *Management Communication Quarterly*, 28, s. 285-316.
<https://doi.org/10.1177/0893318914527000>

- Snyder, H. (2019). Literature Review as a Research Methodology: An Overview and Guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Staller, K. M. (2021). Big enough? Sampling in qualitative inquiry. *Qualitative Social Work*, 20(4), 897-904.
<https://doi.org/10.1177/14733250211024516>
- Stihl, L. (2024). Local Culture and Change Agency in Old Industrial Places: Spinning Forward and Digging Deeper. *European Planning Studies*, 32(3), 586–606.
<https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1080/09654313.2023.2222145>
- Sundström, A. C., & Hyder, A. S. (2008). Local Management Response to Corporative Restructuring: A Case Study of a Company Town. *Business & Society Review*, 113(3), 375–402.
<https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1111/j.1467-8594.2008.00325.x>
- Taylor, J. R., Cooren, F., Giroux, N., & Robichaud, D. (1996). The Communicational Basis of Organization: Between the Conversation and the Text. *Communication theory*, 6(1), 1-39.
<https://doi.org/10.1111/j.1468-2885.1996.tb00118.x>
- Taylor, J.R. & Van Every, E.J. (2000). The Emergent Organization: Communication as Its Site and Surface. *Lawrence Erlbaum Associates Publishers*, 10(4), 468-474.
- TV2 Øst (2019). *Se den vilde udvikling - 50 år med Novo Nordisk og Novozymes i Kalundborg*.
 Lokaliseret: 16.05.23 på: <https://www.tv2east.dk/kalundborg/se-den-vilde-udvikling-50-ar-med-novo-nordisk-og-novozymes-i-kalundborg>

- Vargas-Hernández, J.,G. (2007). Co-operation and Conflict Between Firms, Communities, New Social Movements and the Role of Government v. Cerro De San Pedro Case. *International Journal of Social Economics*, 34(5), 320-344.
<https://doi.org/10.1108/03068290710741589>
- Vergara, A. (2003). Company Towns and peripheral cities in the Chilean Copper Industry: Potrerillos and Pueblo Hundido, 1917-1940s. *Urban History*, 30(3), 381-400.
<https://doi-org.zorac.aub.aau.dk/10.1017/S0963926804001415>
- Wikipedia (2024). *Kalundborg*.
 Lokaliseret: 16.05.23 på: https://da.wikipedia.org/wiki/Kalunborg_-_cite_note-45
- Yagenova, S. V., & Garcia, R. (2009). Indigenous People's Struggles Against Transnational Mining Companies in Guatemala: The Sipakapa People vs GoldCorp Mining Company. *Socialism and Democracy*, 23(3), 157-166.
<https://doi.org/10.1080/08854300903208795>
- Yin, R.K. (2014). *Case Study Research. (s. 3-19). Design and Methods*.

KAPITTEL 10

BILAGSOVERSICHT

10. Bilagsoversigt

Bilag er vedhæftet som filer i afleveringsportalen.

Bilag	Bilagsnavn
1	Nedskrevne observationer
2	Billeder fra observationsarbejde
3	Ruteoversigt
4	Transskribering 1
5	Transskribering 2
6	Transskribering 3
7	Transskribering 4
8	Transskribering 5
9	Transskribering 6
10	Interviewguide til individuelle interviews
11	Interviewguide til fokusgruppeinterview
12	Litteraturgodkendelse