

Hvor kommer AI-markeder fra?

Temanummer: AI og demokrati

Med udgangspunkt i den økonomiske sociologis grundtanke om, at markeder opstår, når producenter har nok viden om hinanden til at kunne etablere relativt stabile handlemønstre, undersøger denne artikel, hvordan AI påvirker sådanne mønstre. Altså, hvordan former AI eksisterende markeder, og hvordan skabes nye AI-markeder? Ud fra tre empiriske eksempler identificeres internt forbundne kampe om ekspertise, status og kontrol, hvis konkrete udmøntning i relation til AI styrer markedsdannelsen. AI-markeder opstår, når 1) der gives autoritet og moralsk legitimitet til algoritmisk klassificering i nogle markeds kontekster og ikke andre; 2) der skabes vurderende infrastrukturer, som oversætter rodet data til markedsprodukter og -priser; og 3) der i udviklingen og implementeringen af AI-produkter og -services pågår asymmetriske forsøg på at centralisere kontrollen over data og markedspositioner.

Lad os begynde med et af den økonomiske sociologis mest klassiske spørgsmål: Hvor kommer markeder fra? (White 1981). Med udgangspunkt i simple markedsformer svarede Harrison White, at markeder opstår og stabiliserer sig, når producenter kan observere hinanden nok til at opdage kvalitative og kvantitative mønstre i deres adfærd. Producenterne overvåger hinanden for at afgøre, hvad de hver især er gode til, og priser fastsættes først derefter. Her er markedet ikke et svar på forbrugeres efterspørgsel, men på producenters behov for at koordinere deres udbud. Markedet eksisterer, når producenter reproducerer og genkender adfærdsmønstre.

Indenfor den økonomiske sociologi har man identificeret tre kampe, som bestemmer markeds mønstrenes indhold; kampe om 1) ekspertise, 2) status og 3) kontrol. Disse kampe udspiller sig selvfølgelig i tæt kontakt med hinanden, men de kan adskilles analytisk. For det første bruger producenter deres ekspertise til at kæmpe om, hvem der skal have lov til at producere hvad (Abbott 1988), og til at formgive, hvad der opfattes som værdifuldt indenfor markedet (Fourcade 2011), så vel som de mekanismer, der bruges til værdisættelse (Callon og Muniesa 2005; Callon 2021). De dominerende former for vurdering og beregning muliggør og begrænser, hvordan kvalitet og kvantitet kan udfoldes på markedet. For det andet afgør statusrelationer mellem købere og sælgere, hvordan markeder fungerer, ud fra graden af egocentrisk og altercentrisk usikkerhed ('jeg ved ikke, hvad jeg laver' vs 'jeg tror ikke, at du ved, hvad du laver') (Podolny 2005). For det tredje producerer de involverede aktører ver-



**LEONARD
SEABROOKE**

Department of Organization,
Copenhagen Business School,
Lse.ioa@cbs.dk,
(oversat af Sine N. Just)

densbilleder og juridiske rammeværk, der rummer en forestilling om kontrol, og blandt andet er formet af producenternes målsætninger for produktkvalitet, salgstal og/eller profitmaksimering (Fligstein 1990). Hvad der forstås som ekspertise, status og kontrol indenfor et marked, ændrer sig med relationerne mellem de involverede aktører, herunder hvad der opfattes som passende eller upassende for specifikke relationer (Zelizer 1994, 2005; Bandelj 2026). AI markeder er ikke spor anderledes, selvom hastigheden, hvormed disse markeder formes, vokser og påvirker andre markeder, er enorm.

Med udgangspunkt i den økonomiske sociologis klassiske forståelse af ekspertise, status og kontrol, vil jeg i denne artikel argumentere for, at AI markeder 'kommer fra' (det vil sige, opstår og reproducere gennem) tre forbundne processer: 1) der gives autoritet og moralsk legitimitet til algoritmisk klassificering i nogle markeds kontekster og ikke andre; 2) der skabes vurderende infrastrukturer, som oversætter rodet data til markedsprodukter og -priser; og 3) der pågår i udviklingen og implementeringen af AI-produkter og -services asymmetriske forsøg på at centralisere kontrollen over data og markedspositioner.

For at illustrere de tre processer trækker jeg på forskning, der undersøger AI-teknologiers indtog på og nyskabelse af finans- og forsikringsmarkeder. Jeg har været så heldig at samarbejde med henholdsvis Alexander Gamerdinger, Ole Willers og Saila Stausholm om de tre studier.¹ De domæner, som forskningen dækker (livsforsikring, cybersikkerhed og skatterådgivning), viser, at AI-markeder ikke skabes af 'AI' alene. De opstår gennem kampe om, hvem der har lov at producere hvad med AI, hvilke former for AI-informeret mål der bygges ind i markedsinfrastrukturen, og hvordan markedsledere forsøger at kontrollere de markedsindsigter og andre data, som AI muliggør. AI-markeder udspringer fra og formes af disse kampe.

Første eksempel: AI's ujævne indtog på markedet for livsforsikring

Alexander Gamerdinger (2025) viser i sin forskning, at hvis AI-markeder generelt drives frem af 'dataimperativer' (Burrell og Fourcade 2021), så er markedet for europæisk livsforsikring i almindelighed og den danske version af dette marked i særdeleshed sært skuffende. Livsforsikring er et 'klassificeringstungt' marked, som har store mængder data og arbejder tæt op ad finansielle logikker, der historisk set er præget af kvantificering (Heide 2020). Alligevel er indførelsen af AI på markedet for livsforsikring ujævn. Gennem sit etnografiske arbejde giver Gamerdinger en klar forklaring på dette: Brugen af AI er ikke bare et teknisk valg men også en moralsk-professionel afgørelse – et spørgsmål om ekspertise. Der opstår AI-markeder, når nye professionelle grupper kan hævde moralsk autoritet gennem algoritmisk klassificering, og de bremser, når andre professioner kan fastholde deres egen autoritet og afvise værdien af de algoritmiske mekanismer.

Gamerdingen (2025) viser, hvordan aktuarer og dataloger forhandler ekspertise internt hos en dansk udbyder af livsforsikringer. Begge grupper klassificerer risiko for nedsat arbejdsevne, men i forskellige organisatoriske sammenhænge. Aktuarerne står for prisfastsættelse, mens datalogerne står for skadesforebyggelse. Denne deling er baseret på de to områders forskellige moralske og politiske kontekst (se også Gamerdingen og Willers 2025). Livsforsikringspræmier har stor offentlig bevågenhed: De har direkte effekt på kunderne og er under opsyn af myndigheder og andre interessenter. Skadesforebyggelse er et relativt afgrænset felt, hvor AI kan bruges til at igangsætte sundhedsfremmende tiltag, der ikke har direkte indflydelse på forsikringspræmien.

Fordelingen mellem aktuarers og datalogers domæne er opstået ved, at aktuarerne hævder deres moralske autoritet gennem et utilitaristisk fairnessprincip, som tilsiger, at individer skal betale præmier ud fra den risikogruppe, de tilhører. Dette princip er ikke blot en præference; tværtimod er det institutionaliseret i aktuarprofessionen via uddannelse, etiske retningslinjer og regulatoriske forventninger (Abbott 1988). Det er også bundet op på en forpligtelse på transparens, ikke bare som et spørgsmål om at overholde loven, men som et kulturelt anker for aktuarens ekspertise. Overfor denne etablerede faggruppe står datalogerne som en gruppe af professionelle nykommere (Brandt 2025). Deres autoritet kommer ikke fra et professionelt monopol, men kan i stedet siges at have sprunget henover en hel række af skridt, der ellers typisk er forbundet med en professions institutionalisering (Burrell og Fourcade 2021). Deres magt kommer fra evnen til at bevæge sig på tværs af traditionelle fagligheder og til at omsætte etiske spørgsmål til teknisk design, hvorefter de kommer frem.

I mødet mellem aktuarer og dataloger på markedet for livsforsikring har aktuarerne (foreløbig) bevaret autoritet over prisfastsættelsen og afvist anvendelsen af AI med henvisning til principperne om fairness og transparens. Til gengæld har datalogerne vundet indpas på forebyggelsesområdet, hvor der kan etableres moralsk legitimitet gennem frivillighed og med henvisning til et alternativt fairnessprincip, hvor lige muligheder etableres på individniveau og ikke ud fra store demografiske grupper. Det muliggør brugen af følsomme variable (fx køn og alder) og viser, hvordan AI-markeder ikke kun formes af en tørst efter stadig mere data (Fourcade og Johns 2020), men også ud fra ideen om, at der opstår vigtige indsigter, når data korreleres.

Gamerdingen (2025) viser, hvordan AI's ujævne indtog på markedet for livsforsikring kan forklares ud fra den moralske autoritet, som forskellige professioner (altså, eksperter) kan hævde: Hvem kan definere, hvad der er fair i forskellige klassificeringssituationer? Aktuarer forsvare gruppebaserede præmier ud fra deres moralske forpligtelse på fairness og transparens. Dataloger bygger AI-markeder for forebyggelse ved at kombinere omsorg med teknisk fairness og ved at vælge en niche, hvor de ikke er i direkte konkurrence med aktuarerne. Indtil videre kan aktuarerne holde datalogerne ude af centrale dele af markedet med hjælp fra en anden veletableret profession, juristerne

(Halliday 1987), og med henvisning til vigtigheden af databeskyttelse i både juridisk og etisk forstand (Beaumier og Gjesvik 2025).

Vi kan nu besvare første del af spørgsmålet om, hvor AI-markeder kommer fra: segmenterede moralske økonomier. AI overtager ikke etablerede markeder fra den ene dag til den anden, men finder indpas på områder og opgaver, hvor teknologiens legitimitet kan stabiliseres. Det sker sjældent på en gang og det sker typisk ikke med et brag. Tværtimod begynder AI-markeder ofte i bagkontorerne; de begynder med forebyggelse, med anbefalinger, med 'support' – steder, hvor det er lettere at tilsløre, hvad der er på spil, og hvor nye grupper kan få fodfæste (se også Brandt 2025).

Andet eksempel: Det ustabile AI-marked for cyberforsikring

Hvis markedet for livsforsikring viser, hvorfor AI ikke altid overtager et helt marked, så viser markedet for cyberforsikring, hvad der sker, når man virkelig gerne vil have AI-baseret vurdering til at virke for et helt marked, men kæmper med at realisere ambitionen. Eksemplet her er baseret på forskning, som jeg har udført i samarbejde med Ole Willers, hvor vi finder, at en afgørende udfordring for stabiliseringen af AI-markeder er, om de har kurs mod standardisering eller udvikling. Er målet at udbrede en standardiseret løsning, eller er strategien at forbedre teknologien, så nye muligheder kan opstå? (Willers og Seabrooke 2025). Det fører til en kamp om, hvad der er den bedste infrastruktur for risikoberegning, der rummer en mere konkret dyst om, hvem der er bedst til at bruge AI til at forstå markedets usikkerhed, og hvordan det hjælper dem til at højne deres status.

Vi følger udviklingen i markedet for forsikring mod cyberrisici i takt med, at AI introduceres på markedet, og finder, at markedet er ustabilt, fordi producenterne ikke har tilpasset sig hinanden og derfor ikke skabt en fælles ramme for sammenhængen mellem pris og kvalitet (jf. White 1981). Cyberrisikoforsikring har haft langvarige 'fødselssmerter' (Power 2015), fordi feltet prøver at bygge regimer for risikovurdering, men oplever sammenbrud på grund af mismatch mellem datamængde og epistemisk kvalitet. Igen er der både kampe om ekspertise, status og kontrol: Forsikringsprofessionelle ønsker (ligesom i første eksempel) at standardisere dataindsamlingen og fokuserer på at identificere kendte risici, så markedet kan skaleres, mens cybersikkerhedsprofessionelle, som samtidig kæmper med at etablere deres egen identitet (Hayes, Kulkarni og Kee 2023), søger at udvikle feltet ved at identificere nye risici (jf. Busco og Quattrone 2018).

For at forstå, hvorfor dette marked forbliver ustabilt, er det nødvendigt at se nærmere på, hvad der konkret evalueres i cyberforsikring, og hvem der har autoritet til at definere gyldige risikovurderinger. Her refererer 'evaluering' til forsikringsmæssig risikovurdering, der bruges til at fastsætte præmie, dæk-

ningsomfang og undtagelser. Evaluering af cyberrisici er teknisk udfordrende, fordi de centrale inputdata er ustabile: hændelses- og tabstal er ufuldstændige og rapporteres inkonsistent (jf. Chabosseau og Dobeson 2025), information om organisationers sikkerhedsniveau er i vid udstrækning selvrapporteret gennem ikke-standardiserede spørgeskemaer, og eksterne tekniske indikatorer (fx sårbarhedsscanninger) giver kun delvise og kontekstafhængige signaler om den faktiske eksponering. Hertil kommer, at cybertrusler udvikler sig hurtigt, hvilket vanskeliggør aktuarmodellering og begrænser risikovurderingers generaliserbarhed. Producenter har brug for at kunne sende hinanden klare signaler, men kan ikke gøre det i tilstrækkelig grad, når vurderingen af risici kræver håndholdt ekspertise og dømmekraft, men ikke alle kunder har ressourcer til så grundig vurdering. Som følge heraf sameksisterer kontekstspecifikke vurderinger, der kræver ekspertvurdering, i et spændingsforhold med standardiserede og skalerbare evalueringsmodeller. Det fører til differentierede udfald og et lagdelt marked, hvor store virksomheder kan betale for skræddersyede evalueringer, hvor AI kun i mindre grad assisterer de menneskelige eksperter, mens mindre virksomheder må nøjes med vurderinger, der benytter forenklede modeller, og giver mere begrænset dækning.

Når AI-markeder ikke stabiliserer sig, er det fordi deres infrastrukturer ikke kan holde til mængden af usikkerhed og gensidig afhængighed på markedet. Det peger igen på sammenhængen mellem ekspertise, status og kontrol i markedsdannelsen, men er her særligt fremhævet som et eksempel på, hvordan manglende enighed om tildelingen af status, fører til ustabilitet. Specifikt viser eksemplet, at AI-markeder er afhængige af infrastrukturer, der kan holde til stor usikkerhed. Uden dem vil indførelsen af AI forringe markedsforståelse og skabe forstyrrelser i værdikæden. Dem, der kan hævde at bruge AI bedst, er samtidig dem, der kan bruge deres status og ekspertise til at tage kontrol over og opnå dominans på markedet. Den pointe uddybes med det tredje eksempel.

Eksempel tre: AI omorganiserer markedet for skatterådgivning

Det bliver stadig mere tydeligt, at store amerikanske techvirksomheder aktivt forsøger at tilegne sig vidensmonopoler gennem deres adgang til og kontrol over kundedata (Rikap 2022, 2024; Baines og Hager 2025). AI forøger denne evne til at kontrollere markeder ved at koble platforme og 'stakkes' evne til værdiskabelse (Caliskan, MacKenzie og Callon 2025) sammen med juridisk og finansiel rådgivning, der søger at maksimere det 'juridiske råderum' og minimere skattegrundlaget (Grasten, Seabrooke og Wigan 2023). De fire store globale revisionsfirmaer, Deloitte, Ernst & Young, KPMG og PwC, er også involveret i denne dynamik, særligt via ambitionen om at kombinere AI med deres egen eksisterende og ekstensive brug af juridiske og organisatoriske kontrolmekanismer (Stausholm, Murphy og Seabrooke 2025).

Sammen med Saila Stausholm har jeg undersøgt, hvordan 'de fire store' har inkorporeret AI i deres skatterådgivningsservices og promoveret 'TaxTech' som en ny produktlinje, der både tilbydes til private virksomheder og til offentlige myndigheder (Seabrooke og Stausholm 2026). AI muliggør, at kontrol samles yderligere hos producenter, som allerede er dominerende indenfor deres felt. Og brugen af AI gør samtidig disse dominerende producenter mere synlige for hinanden, så de bedre kan fordele markedet imellem sig.

Udviklingen og implementeringen af TaxTech betyder, at det traditionelle billede af skatterådgivning som en slags 'katten efter musen' forandrer sig. Traditionelt har det være sådan, at 'de fire store' hjælper deres klienter med at øge informationsasymmetrier mellem klienterne og de beskattende myndigheder (Christensen, Seabrooke og Wigan 2022; Elemes, Blaylock og Spence 2021; Ajdacic, Heemskerk og Garcia-Bernardo 2021). Men nu udbyder revisionsvirksomhederne AI-behandlet skattedata til både private kunder og myndigheder, så der opstår en delt platform, hvor revisorerne orkestrerer betingelserne for at behandle, dele og handle på skattedata (Seabrooke og Stausholm 2026). I denne nye organisering er kontrol ikke længere et spørgsmål om at begrænse eller sløre information, men handler i stedet om at forme de infrastrukturer, der i det hele taget muliggør transparens (Bernards og Campbell-Verduyn 2019).

Med dette eksempel ses det, hvordan AI omorganiserer markedet for skatterådgivning, så dominerende aktører får under mere kontrol. Specifikt har vi (Seabrooke og Stausholm 2026) identificeret tre former for TaxTech, der alle er under udvikling hos 'de fire store': 1) Blockchainbaserede infrastrukturer, der lover kontinuerlig verificering og revision af alle transaktioner, hvor revisorerne er udbydere og dermed kommer til at bevogte infrastrukturen. 2) Generative AI systemer, der lover effektivisering af dokumentation for efterlevelse af regler og håndtering af kontroverser – områder, der historisk set tager lang tid og kræver dyb ekspertise (Radcliffe et al. 2018; Christensen og Seabrooke 2022). 3) Algoritmisk scenarieplanlægning, der integrerer skattedata med andre strategiske data, for at modellere forskellige udfald under ændrede regler, strukturer og betingelser. Særligt for de to sidste former er AI en central mekanisme, der forstærker de store revisionsvirksomheders evne til at hævde deres ekspertise, status og kontrol over markedet. For alle tre former gælder det, at de er afhængige af standardisering af data, hvilket giver magt til de aktører, der kontrollerer de nødvendige infrastrukturer. Her er tale om en særligt ambitiøs form for markedsdannelse, der omorganiserer hele feltet og ændrer de logikker, som både private virksomheder og offentlige myndigheder opererer efter (jf. Rana og Cordery 2024). Med dette eksempel får vi altså forståelse for, hvordan nogle aktører kan bruge AI til at omorganisere markeder, så de øger deres egen kontrol med markedsdannelsen.

Så, hvor kommer AI-markeder fra?

Når vi holder de tre eksempler op ved siden af hinanden, kan de hjælpe os med at svare på spørgsmålet om, hvor AI-markeder kommer fra. Som White forklarer, har producenter brug for tilstrækkelig adgang til gensidigt at observere hinanden for at kunne danne handlingsmønstre, der stabiliserer markedet kvalitativt og kvantitativt. Og hvad der anses for kvalitet og kvantitet afgøres i kampe om ekspertise, status og kontrol. AI-markeder opstår i og med stabiliseringen af tre forbundne kampe: etablering af moralsk legitimitet og autoritet til at klassificere data, opbygning af infrastrukturer til at vurdere data og centralisering af kontrol over data og markedsposition. Her er ikke tale om adskilte trin i en lineær sekvens men om gensidigt forstærkende arenaer, hvor producenter holder øje med hinanden, prøver grænser af og forsøger at gøre egne fordele til egentlige og gentagelige markedsmønstre.

For det første kræver AI-markeder autorisation. Algoritmisk klassificering kan kun skabe markeder, når dem, der bruger algoritmerne, kan forsvare denne brug i forhold til konkrete relationer, fx mellem forsikringsudbyderen og kunden (Gamerding 2025), mellem forsikringsudbyderen og myndigheden (Gamerding og Willers 2025), mellem rådgiver og klient eller mellem myndighed og skatteyder (Seabrooke og Stausholm 2026).

For det andet kræver AI-markeder infrastruktur. Selv når den algoritmiske klassificering har fået autoritet, kan markederne ikke stabilisere sig medmindre den vurdering, der baseres på klassifikationen, kan gøres sammenlignelig, skalerbar og kan styres. Eksemplet med forsikring af cyberrisici illustrerer problemet med svage infrastrukturer: Data kan måske nok bevæge sig rundt i markedet, men de sætter sig så at sige ikke fast; markedet bliver ikke stabilt (Willers og Seabrooke 2025). Her kan AI måske nok forstærke produktionen af kvantificerbare risikoscorer, men disse løser ikke konflikterne mellem forskellige professionelle grupper, som er uenige om, hvad formålet med risikovurdering er, og hvordan det hænger sammen med markedskonsolidering. AI får med andre ord ikke nok status til at kunne afløse menneskelig ekspertise. Hvor infrastrukturerne ikke kan holde usikkerheder i skak, dukker de op andre steder i markedet med store konsekvenser for fordelingen af risici, værdi, etc. – fx i form af udelukkelse, merudgifter, nedskæringer og lagdelt adgang.

For det tredje inviterer AI-markeder til centralisering af magt og kontrol hos dem, der dominerer markedsdannelsen. Bevægelsen mod AI øger incitamentet til både at eje 'rørene' (datastandarder, platforme og systemer, der medierer operationaliseringen af transparens) og 'prismerne' (de linser, gennem hvilke forhold som fx beskatning opfattes af producenterne) (Podolny 2001). Eksemplet med TaxTech viser, hvordan rådgivere kan omorganisere markedet via AI, idet de positionerer sig som den platform, hvor både private virksomheder og offentlige myndigheder henter information (og udveksler information med hinanden) (Seabrooke og Stausholm 2026). Her er markedsdannelse

ikke bare et spørgsmål om innovation, men også om at skabe afhængighed og omorganisere autoritet.

Det fører os tilbage til Whites klassiske spørgsmålet, men svaret får et twist. Markeder kommer stadig fra producenter, der holder øje med hinanden og finder sammen om genkendelige mønstre for kvalitet og kvantitet. Men i AI-markeder etableres vilkårene for, hvad og hvordan der observeres, i stigende grad gennem klassificeringssystemer, evalueringsmekanismer og datainfrastrukturer, der hver især er formet af kampe om ekspertise, status og kontrol. AI-markeder tydeliggør dermed en større økonomisk sociologisk pointe: når værdisættelse uddelegeres til algoritmiske systemer, skifter betingelserne for markedsdannelse til fordel for dem, der kan definere fairness, bygge standarderne for databaseret evaluering og kontrollere de systemer, som gør det muligt at handle på data. Det er ikke bare en økonomisk pointe med relevans for samfundet, men også en politisk pointe med relevans for, hvordan vi bør organisere demokratiske institutioner i relation til AI-markeder.

Noter

1. Vores arbejde er støttet af Velux Fondens og Villum Fondens bevilling 'Algoritmer, Data og Demokrati' (#37102/#39017).

Referencer

- Abbott, Andrew. 1988. *The System of Professions*. Chicago: University of Chicago Press.
- Ajdacic, Lena, Eelke M. Heemskerk og Javier Garcia-Bernardo. 2021. "The Wealth Defence Industry: A Large-Scale Study on Accountancy Firms as Profit Shifting Facilitators." *New Political Economy* 26 (4): 690–706. <https://doi.org/10.1080/13563467.2020.1816947>.
- Baines, Joseph og Sandy Brian Hager. 2025. "Rentiership and Intellectual Monopoly in Contemporary Capitalism: Conceptual Challenges and Empirical Possibilities." *Socio-Economic Review* 23 (4): 1705–1733. <https://doi.org/10.1093/ser/mwae076>.
- Bandelj, Nina. 2026. *Overinvested: The Emotional Economy of Modern Parenting*. Princeton: Princeton University Press.
- Beaumier, Guillaume og Lars Gjesvik. 2025. "Digital Governance in a Rubber Band: Structural Constraints in Governing a Global Digital Economy." *Global Studies Quarterly* 5 (2): ksaf043. <https://doi.org/10.1093/isagq/ksaf043>.
- Bernards, Nick og Malcolm Campbell-Verduyn. 2019. "Understanding Technological Change in Global Finance through Infrastructures: Introduction to Review of International Political Economy Special Issue 'The Changing Technological Infrastructures of Global Finance.'" *Review of International Political Economy* 26 (5): 773–789. <https://doi.org/10.1080/09692290.2019.1625420>.
- Brandt, Philipp. 2025. *Inside Data Science: Hackers and the Making of a New Profession*. New York: Columbia University Press.
- Burrell, Jenna og Marion Fourcade. 2021. "The Society of Algorithms." *Annual Review of Sociology* 47 (2021). <https://doi.org/10.1146/annurev-soc-090820-020800>.
- Busco, Cristiano og Paolo Quattrone. 2018. "In Search of the 'Perfect One': How Accounting as a Maieutic Machine Sustains Inventions through Generative 'in-Tensions.'" *Management Accounting Research* 39 (2018): 1–16.
- Caliskan, Koray, Donald MacKenzie og Michel Callon. 2025. "Stacked Economization: A Research Program for the Study of Platforms." *Journal of Cultural Economy* 18 (2): 304–331. <https://doi.org/10.1080/17530350.2024.2423687>.
- Callon, Michel. 2021. *Markets in the Making: Rethinking Competition, Goods, and Innovation*. Princeton, NJ: Zone Books.
- Callon, Michel og Fabian Muniesa. 2005. "Economic Markets as Calculative Collective Devices." *Organization Studies* 26(8). *Organisation* 26 (2005): 1229–1250.
- Chabosseau, Tom og Alexander Dobeson. 2025. "Platform Failures: How Conflicting Data Conceptions Under-

- mine Digital Collaboration.” *Competition & Change*, August 11, 2025, 10245294251366588. <https://doi.org/10.1177/10245294251366588>.
- Christensen, Rasmus Corlin, Leonard Seabrooke og Duncan Wigan. 2022. “Professional Action in Global Wealth Chains.” *Regulation & Governance* 16 (3): 705–721. <https://doi.org/10.1111/rego.12370>.
- Christensen, Rasmus Corlin og Leonard Seabrooke. 2022. “The Big 4 under Pressure: Scanning Work in Transnational Fields.” *Contemporary Accounting Research* 39 (4): 2941–2969.
- Elmes, Anastasios, Bradley Blaylock og Crawford Spence. 2021. “Tax-Motivated Profit Shifting in Big 4 Networks: Evidence from Europe.” *Accounting, Organizations and Society* 95 (2021): 101267. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2021.101267>.
- Fligstein, Neil 1990. *The Transformation of Corporate Control*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Fourcade, Marion. 2011. “Cents and Sensibility: Economic Valuation and the Nature of ‘Nature.’” *American Journal of Sociology* 116 (6): 1721–1777. <https://doi.org/10.1086/659640>.
- Fourcade, Marion og Fleur Johns. 2020. “Loops, Ladders and Links: The Recursivity of Social and Machine Learning.” *Theory and Society* 49 (5–6): 803–832. <https://doi.org/10.1007/s11186-020-09409-x>.
- Gamerding, Alexander. 2025. “Moral Authority over Risk Classifications: How Data Professionals Shape the Uneven Algorithmization of Life Insurance.” *Socio-Economic Review* 23 (4): 1661–1682. <https://doi.org/10.1093/ser/mwaf033>.
- Gamerding, Alexander og Johann Ole Willers. 2025. “Solving AI Ethics? Hybrid Expertise and Professional Power in EU Ethics Governance.” *Journal of European Public Policy*, May 12, 2025, 1–28. <https://doi.org/10.1080/13501763.2025.2499113>.
- Grasten, Maj, Leonard Seabrooke og Duncan Wigan. 2023. “Legal Affordances in Global Wealth Chains: How Platform Firms Use Legal and Spatial Scaling.” *Environment and Planning A* 55 (4): 1062–1079.
- Halliday, Terence. 1987. *Beyond Monopoly: Lawyers, State Crises, and Professional Empowerment*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Hayes, Cassandra, Chaitra Kulkarni og Kerk F Kee. 2023. “The Situational Window for Boundary-Spanning Infrastructure Professions: Making Sense of Cyberinfrastructure Emergence.” *Journal of Professions and Organization* 10 (2): 182–198. <https://doi.org/10.1093/jpo/joad007>.
- Heide, Arjen van der. 2020. “Making Financial Uncertainty Count: Unit-linked Insurance, Investment and the Individualisation of Financial Risk in British Life Insurance.” *The British Journal of Sociology* 71 (5): 985–999. <https://doi.org/10.1111/1468-4446.12783>.
- Podolny, Joel M. 2001. “Networks as the Pipes and Prisms of the Market.” *American Journal of Sociology* 107 (1): 33–60. <https://www.jstor.org/stable/2781237>.
- Podolny, Joel M. 2005. *Status Signals: A Sociological Study of Market Competition*. Princeton University Press, 2005.
- Power, Michael. 2015. “How Accounting Begins: Object Formation and the Accretion of Infrastructure.” *Accounting, Organizations and Society* 47 (2015): 43–55. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2015.10.005>.
- Radcliffe, Vaughan S., Crawford Spence, Mitchell Stein og Brett Wilkinson. 2018. “Professional Repositioning during Times of Institutional Change: The Case of Tax Practitioners and Changing Moral Boundaries.” *Accounting, Organizations and Society* 66 (2018): 45–59.
- Rana, Tarek og Carolyn J. Cordery. 2024. “Digitalization as a Form of Marketization: The Performativity of Calculative Practices in Framing and Overflowing NGO Performance and Accountability.” *The British Accounting Review* 56 (1): 101176. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2023.101176>.
- Rikap, Cecilia. 2022. “Amazon: A Story of Accumulation through Intellectual Rentiership and Predation.” *Competition & Change* 26 (3–4): 436–466. <https://doi.org/10.1177/1024529420932418>.
- Rikap, Cecilia. 2024. “Varieties of Corporate Innovation Systems and Their Interplay with Global and National Systems: Amazon, Facebook, Google and Microsoft’s Strategies to Produce and Appropriately Artificial Intelligence.” *Review of International Political Economy* 31 (6): 1735–1763. <https://doi.org/10.1080/09692290.2024.2365757>.
- Seabrooke, Leonard og Saila Stausholm. 2026. “How TaxTech Rewires Global Wealth Chains.” *Finance and Society* 12 (2026): forthcoming.
- Stausholm, Saila, Richard Murphy og Leonard Seabrooke. 2025. “Big 4 Offshore: Transparency Arbitrage across Legal and Geographical Boundaries.” *Contemporary Accounting Research* 42 (4): 2523–2549. <https://doi.org/10.1111/1911-3846.70001>.
- White, Harrison C. 1981. “Where Do Markets Come From?” *American Journal of Sociology* 87 (3): 517–547. <https://doi.org/10.1086/227495>.
- Willers, Johann Ole og Leonard Seabrooke. 2025. “Standardization versus Augmentation in Market Emergence: Expert Dissonance over Cyber Risk Insurance.” Mimeo. Frederiksberg: Copenhagen Business School, 2025.
- Zelizer, V. 1994. *The Social Meaning of Money*. Basic Books.
- Zelizer, V. 2005. *The Purchase of Intimacy*. Princeton University Press.