

BILDEN AV LEDAREN

En tolkning av fotografier i årsredovisningar

Examensuppsats Master's Thesis av Dordi Westerlund

Handelshögskolan i Stockholm
Institutionen för företagande och ledning
Handläggare Emma Stenström

Abstract

The visual representation of management (board of directors, chief executive officer and executive management) in annual reports is an area of scholarship that has not been explored much. In the present study a sample of 87 annual reports from business enterprises within a Swedish context, comprising about 300 photographs, was analyzed using an explorative method of analysis based on semiotics and grounded theory.

The influence of the context on images raises a question discussed in the study: Should the photographs in the annual report be categorized as portraits, advertisements and others or should the annual report be regarded as a genre of its own? The photographs showed patterns of homogeneity regarding gender, dress, gestures, colours, pictorial compositions et cetera. The position of the (male) CEO is privileged, but he is also connected to the group through various means like dress and style, thereby further underscoring management as a male enterprise and demonstrating the importance of the suit and necktie in creating homosocial bonds. The language of dress could be understood using theory of the language of the body. Anthropologist Jorun Solheim argues the body speaks through *mimesis*, imitation, and by establishing borders. In the theory about *the open body*, Solheim further argues that the (symbolic) female body is without borders and the masculine body is closed and impermeable. In the photographs, the suit and tie are covering and closing the body and simultaneously, through mimesis, articulating an (ideal) masculine body.

The study is expected to contribute to the creation of a frame of reference and add to the existing body of literature through applying Solheims theories in the analyses of dress.

Keywords

“annual report”, body, management, photography, suit

Framläggningsdatum 17 juni 2011 opponenter Anna Lansfjord och Leina Löwenberg

Innehållsförteckning

Inledning	5
Forskningsläget.....	5
Utgångspunkter.....	6
Empiri och avgränsningar.....	7
Motivering till val av empiri.....	8
Syften.....	9
Om metoden	10
Uppsatsens kvaliteter och svagheter	11
Uppsatsens disposition	12
Teoretiska utgångspunkter	13
Semiotik.....	19
Semiotik, klädsel och kropp	21
Metod	23
Bildtolkning	23
Grounded Theory.....	26
Tillvägagångssättet	28
Om beskrivningen	28
Om undantagen	30
Om tolkningen.....	30
Beskrivning av bilderna	32
Mönster i bildmaterialet.....	32
Tolkning del I:	
Vilken sorts bilder är årsredovisningens bilder?.....	38
Fotografier	39
Bilder för identifikation	40
Porträtt	41
Veckopressbilder	44
Reklambilder	46
Årsredovisningen – en egen genre?	49
Slutdiskussion om olika bildtyper och genrer	50
Om realism	51
Tolkning del II:	
Bilderna.....	53
Historien	54
Ledare	55
Olika ledartyper.....	57
Män och enstaka kvinnor.....	60
Kroppsspråk och leenden.....	64
Leenden och skratt	64
Stående och sittande	65
Prat och andra aktiviteter.....	67
Blicken och tilltal.....	69

Kropp och klädsel.....	72
Den öppna kroppens motsats.....	77
Klädsel och stil	78
Uniformer	79
Kvinnor och klädsel	80
Kostym och slips	81
Slipsen som maktsymbol?	85
Bakgrunder och attribut	87
Ljus, färg och form.....	91
Avslutning.....	92
Sammanfattande diskussion	92
Utveckling av teori om bilderna	94
Fortsatt forskning.....	94
Efterord.....	97
Källförteckning	98
Bildförteckning	
Förteckning över årsredovisningar	

Inledning

Under studietiden använde vi årsredovisningar i olika sammanhang i undervisningen. Det explicita syftet med årsredovisningar är att visa företagets finansiella situation, balans- och resultaträkningar m m. Därför förvånade det mig att vd, styrelser och ledningsgrupp brukade presenteras, inte bara med namn, andra uppdrag, utbildning eller liknande, utan också med fotoporträtt, ibland flera stycken. Varför finns dessa bilder med? Vilken ”funktion” har de – varför ha t ex gruppporträtt av styrelserna i årsredovisningar, eller en bild av vd i helfigur? Om poängen är att man ska lära sig att känna igen personerna kunde en mindre bild av ansiktet räcka; detta förekommer också i flera årsredovisningar. Om årsredovisningarna ska ge information om företaget, var kommer då bilderna in? Eller vilken funktion har årsredovisningar egentligen? Borde de till exempel ses som någon sorts reklam?

Vi lever i ett bildsamhälle. En explosion av bilder följde efter andra världskriget och vi möts dagligen av ett enormt bildflöde i tv, tidningar, på internet etc, förutom de hundratals reklambilder som vi i genomsnitt ser dagligen, bilder som är direkt utformade för att påverka oss och vårt beteende.¹ Men ofta är bilder oproblematiserade; det är märkligt tycker jag, att vi får så lite undervisning i skolan om hur bilder kan analyseras. ”Vi lever i en kultur där mediers definitioner av världen är alltmer avgörande. Medier väljer och vrakar bland händelser, skeenden och människor och låter oss sedan blicka in mot den värld de presenterar för oss.”² Så inleder mediaforskaren Anja Hirdman sin avhandling om veckopress, och hon skriver att bilderna har fått en allt större plats i media, särskilt fotografier.³ Det handlar inte bara om antalet bilder, det handlar om en speciell sorts seende, ett seende med en särskild relation till kunskap. Fotografiets objektiva status skapar en särskild roll för bilderna som kunskapsförmedlare, och som sanningssägare.

Forskningsläget

Organisations- och ledarskapsämnet är tvärvetenskapligt. Det finns en omfattande forskning om ledare, också med genusperspektiv, däremot är det till exempel fortfarande mindre vanligt att använda bilder som empiri. Empirin som är fokus för denna uppsats ledde till områden som inte är väl etablerade eller utforskade inom organisationsämnet. Det var min avsikt från början att försöka relatera ämnet till konstvetenskap, därför att jag har studerat det tidigare och särskilt intresserat mig för andra typer av bilder och uttryck än vad som traditionellt brukar kallas konst. Det finns forskning om bilder av ledare inom konstvetenskapen, men den handlar i första hand om historiska porträtt av t ex kungar och härskare.

¹ Yvonne Eriksson och Anette Göthlund s 17 ff, 109. Gert Z Nordström om explosionen av bilder efter andra världskriget, under ”Bildsemiotik” i Gidlunds uppslagsbok *Bildanalys*, se även Anna Sparrman, Ulrika Torell och Eva Åhrén Snickare s 13. Göran Sonesson om hur ”bilderna har blivit ett av de dominerande betydelsesystemen” s 23, s 11-12, 120-3.

² Anja Hirdman 2002 s 8.

³ Anja Hirdman 2002 kapitel 2, s 30 ff.

Det finns ingen forskning om årsredovisningens bilder av företagets ledare, åtminstone inte inom Sverige, det finns överhuvudtaget nästan ingen forskning om liknande bilder. Därför vände jag mig till andra discipliner utifrån bildernas innehåll, bland annat till forskningen om kläder, kropp och maskulinitet. Flera av dessa discipliner befinner sig i en stark utvecklingsfas, bara under 2000-talet har det hänt mycket inom den här forskningen. Jag sökte vidare inom närliggande områden som mode, media, reklam m m. Det är motsägelsefullt, men det faktum att ett område är utforskat och att det finns lite forskning och teori, leder till en ännu större teoribildning snarare än att minska den, eftersom det betyder att man behöver söka kunskap inom fler områden. Och det betyder att det kanske inte finns tydliga kopplingar mellan dessa discipliner, till exempel att terminologin kanske inte är jämförbar eller kompatibel. Det saknas en helhetsbild.

Det har förstås inte varit möjligt att läsa in all teori inom dessa områden. Detta har varit det största problemet att hantera i uppsatsen: Empirin är begränsad, men inte teorin. För att kunna avgränsa uppsatsen hade det behövts ett större forsknings-sammanhang, en helhet att relatera studien till. Men denna helhet har varit flytande och otydlig; jag har varit tvungen att skapa den. För att hantera den omfattande teorin och för att skaffa en överblick över de olika forskningsfälten, har jag använt forskningssammanfattningar och gjort en förenkling; man ska alltid gå till ursprungskällorna, men ibland har jag använt andrahandskällor (d v s andras tolkningar); allt detta finns nog angivet. Sammanfattningsvis finns det lite forskning om den här typen av bilder, samtidigt som teoribildningen som berör det specifika området sammantaget är omfattande och under stark utveckling.

Utgångspunkter

På grund av forskningsläget valde jag att göra vad som kan beskrivas som en "explorativ studie". När det finns lite kunskap och forskning inom ett område och/eller det inte finns förebildliga metoder, kan en första, "förberedande" studie göras med syfte att skapa en inblick och inleda ny forskning inom ett område. Det här är en *undersökande* studie med syfte att skapa grundläggande förståelse. Uppsatsens metod i sin helhet kan beskrivas som en version av "grounded theory", en metod som är användbar när det saknas teori, och istället utgår från det som finns, nämligen empirin. "Grounded theory" är en metod för att generera teori, som utgår från empirin (data). Tanken är att närma sig empirin utan hypoteser eller teori. Data kodas och de kategorier som uppstår jämförs och analyseras och så småningom bildas mönster i materialet; teorin uppstår ("emerge") ur empirin. Huvudkällor för "grounded theory" är *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods* och Birgitta Södergrens avhandling, *Decentralisering – Förändring i företag och arbetsliv*, som ger ett konkret exempel på hur "grounded theory" kan användas.

På grund av forskningsläget valde jag också att ha en mycket allmän utgångspunkt i teorin om "social konstruktion", d v s att verkligheten inte är direkt tillgänglig utan filtreras genom våra föreställningar och förväntningar, tillvaron konstrueras av

människan.⁴ De teoretiska utgångspunkterna behövde också kunna inkludera empirin, d v s innehållet i bilderna, män och kvinnor, kläder, kroppar, frisyrer, ansiktsuttryck, med mera; det behövdes t ex en definition av klädsel i vid bemärkelse, som inkluderar kroppslig utsmyckning och annan påverkan på kroppen. Social konstruktion kan inkludera män och kvinnor genom begreppen kön eller genus, som syftar på kulturellt konstruerade kategorier. Det finns också möjlighet att ta hänsyn till samspelet med andra sociokulturella kategorier än genus, som klass, etnicitet och ålder. Kroppen kan också inkluderas i en social konstruktion, och ändå finnas kvar som materiell realitet.⁵

Det finns en lång tradition av att analysera eller tolka bilder inom konstvetenskapen. Inom denna tradition bland annat, har teori om porträtt, fotografi och även i viss mån andra bildarter, som reklambilder utvecklats, liksom bildsemiotiken. Semiotik betyder ungefär ”teckenlära”. Den utvecklades från början som en teori om språket, där orden ses som tecken, men har senare överförts och tillämpats inom andra områden, t ex konst och bilder. Det är en teori om kommunikation. Bildsemiotiken är en annan utgångspunkt i uppsatsen och grunden för den bildanalytiska metoden. Huvudkällorna är Jan-Gunnar Sjölin *Att tolka bilder. Bildtolkningens teori och praktik med exempel på bildtolkningar från 1850 till idag* och Göran Sonesson *Bildbetydelser. Inledning till bildsemiotiken som vetenskap*. Även metoden bygger på, eller kan kombineras med, social konstruktion, både semiotik och ”grounded theory”.⁶

Empiri och avgränsningar

Materialet består av bilder (ca 300) från årsredovisningar (87 stycken), från ett år (2003). Studien omfattar bilder av vd, styrelseordförande, styrelse och företagsledning.⁷ Årsredovisningar innehåller förutom resultat- och balansräkningar o d, ofta mycket text, och förutom bilderna av vd m fl, kan det finnas många andra typer av bilder, t ex av andra människor, produkterna eller verksamheten. Uppsatsen begränsas till bilderna av organisationens ledare av olika skäl. Framför allt därför att det finns ett behov av att begränsa materialet för att passa en uppsats av det här formatet. Studien är inriktad på vissa bilder i årsredovisningarna, men dessa får sin betydelse av att de ingår där. Det skulle berika tolkningarna att ta hänsyn till hela materialet, och att vidga kontexten, men uppsatsen måste begränsas och jag tror att detta är en rimlig avgränsning, också utifrån några av de kännetecken jag funnit: Ett skäl är att det finns tydliga ”rubriker” som styr tolkningen, det står att dessa bilder föreställer vd, styrelseordförande, styrelse och ledning. Ett annat skäl är att bilderna är ganska likartade, d v s att årsredovisningen som helhet (denna större kontext), inte tycks ha något stort inflytande på bilderna. I vissa fall har företagets verksamhet undersökts

⁴ För en närmare definition, se avsnittet om de teoretiska utgångspunkterna. Flertalet forskare som refereras i uppsatsen utgår från någon typ av social konstruktion

⁵ Nina Lykke om ”intersektionalitet”, samspelet mellan sociokulturella kategorier t ex s 104 ff. Och om kroppsmaterialistisk genusteori m m s 83 ff. Innan begreppet intersektionalitet introducerades uppmärksammade många forskare olika samband mellan t ex kön och klass, som Griselda Pollock.

⁶ Sjölin, Sonesson, Eriksson och Göthlund, Abigail Solomon-Goudeau m fl, om semiotik och social konstruktion. Det finns också en ”constructivist grounded theory”, se Antony Bryant och Kathy Charmaz.

⁷ För att förenkla görs det inte skillnad på koncerner och andra företag, trots att det finns skillnader, se Sven-Erik Sjöstrand och Pernilla Petrelius. Koncernchefer kallas alltså för vd o s v.

och kunnat användas som en förklaringsvariabel, t ex för att förstå ovanliga attribut i bilderna (de kan vara företagets produkt).

Årsredovisningarna som ingår i studien kunde beställas gratis via t ex dagstidningen Dagens Nyheter, från deras annons med en beställningslista om ca 125 stycken. För att begränsa uppsatsen och för att få möjlighet att använda forskningen om företagsledare i näringslivet, anpassades materialet genom att alla årsredovisningar för statliga och kommunala verksamheter eller företag som är statligt eller kommunalt ägda togs bort. Det är viktigt t ex därför att vissa styrelser har en politisk sammansättning; tillsättningen av ledamöter och vd kan ha en grund i andra processer än vid rekryteringen till privata företag. Urvalet utgår alltså från beställningslistan, dels av praktiska skäl, dels därför att det samtidigt gav en slumpmässighet i urvalet av det årets årsredovisningar. Det finns ett visst bortfall, men det är acceptabelt. De olika företagen representerar många olika verksamheter, industri, IT, medicin, bank m m.⁸

Årsredovisningarna för de olika företagen numreras och finns i en enskild förteckning, de bilder som finns med i uppsatsen numreras också och företagsnamn och annan bildinformation finns i en bildförteckning. För mer information om företagen och personerna på bilderna hänvisas till företagens årsredovisningar.

Motivering till val av empiri

På vilket sätt hör dessa bilder hemma inom organisations- och ledarskapsämnet? Årsredovisningarna, med bilderna, kan ses som en del av organisationen. Organisationens gränser är diffusa.⁹ Ledarskap utövas också på andra arenor än de man "traditionellt" tänker sig.¹⁰ Bilderna kan också ses som bilder av "ledare": Vd, styrelseordförande, styrelse och ledning är alla viktiga ledare. Årsredovisningar vänder sig till och läses av många grupper i organisationens närhet eller förlängning: Aktieägare, kunder, lån- och kreditgivare, konkurrenter, leverantörer, arbetstagare, journalister och som sagt studenter och lärare med flera. De är lättillgängliga, eftersom de är gratis och distribueras på ett enkelt sätt eller finns på företagets hemsidor.

Den viktigaste motiveringen till valet av empiri handlar om att de här bilderna i årsredovisningarna inte har undersökts tidigare. Det är viktigt att uppmärksamma dessa bilders betydelser och, mer generellt, att uppmärksamma visuella aspekter av ledarskap och organisationer. Begreppet "estetik" och den estetiska dimensionen hos företag, tilldrar sig allt större intresse, både i företagsvärlden och forskningen. Ordet kommer från grekiskan och betyder ungefär "sinnesförnimmelse", men har framför allt använts om syn och hörsel och om "skönhet": "Estetisk" har betytt "sinnligt

⁸ Ur materialet uteslöt också LRF (Lantbrukarnas Riksförbund). Däremot ingår OK ekonomisk förening och Landshypotek, trots att de är ekonomiska föreningar, då de sysslar med affärsdrivande verksamhet (de har inte påverkat resultatet i sin helhet). Åtta av årsredovisningarna fick jag inte tag på, trots att jag försökte beställa dem igen, Boss media AB, JLT Mobile Computers, Mölnlycke Health Care AB, Netwise, Orgut Consulting AB, ReadSoft, Renova AB, Sign On i Stockholm AB.

⁹ Sven-Erik Sjöstrand och Mats Tyrstrup t ex s 14.

¹⁰ Sjöstrand och Tyrstrup s 9. Förbisedda arenor är t ex småprat s 9 ff, jakt, golfundan etc, s 21 ff.

tilltalande”. Nu tycks begreppet vidgas igen och det finns alltså en ökad medvetenhet och intresse för många olika sinnesförmimmelser, även känslor.¹¹

Ännu en anledning att studera dessa bilder, är att de kan sägas höra till en typ av bilder som är så vanligt förekommande att de nästan är osynliga eller självklara. Det är bilder som finns i liknande varianter i t ex ekonominyheter och dagstidningar, hämtade från affärsvärlden, men även från många andra områden, som politiken: Mannen i kostym. Eller rader av män i kostym. Och någon enstaka kvinna. Kostymen förtjänar också särskilt intresse, därför att användningen av kostymen har spridits över världen.¹² Eller som Mörck och Tullberg uttrycker det i sin studie av bolagsstämman: ”Vad berättar bruket av den till synes tidlösa mörka kostymen om maskulinitet just nu?”¹³

Denna uppsats handlar om årsredovisningar från år 2003. Det beror på att uppsatsen påbörjades för flera år sedan, men jag har valt att fortsätta analysen av dessa bilder av två skäl. För det första är de intressanta att undersöka därför att det är möjligt att den här typen av årsredovisningar i tryckt form redan tillhör historien, kanske kommer de att ersättas av digitala årsredovisningar. Det fanns redan år 2003 ett företag som skickade med en CD-skiva i pappersupplagan, om detta innebär rörliga bilder, ger det ytterligare dimensioner i analysen. Det andra skälet att upprätthålla sig vid just dessa bilder är att fotografiet genom digital teknik mer och mer närmat sig äldre bildtillverkning. Fotografiet som ett objektivt avtryck av verkligheten blir mer och mer problematisk. Framför allt gäller det frågan om vi ser på fotografiet som en avbild av verkligheten eller något vi själva tillverkar vid datorn? Den typ av fotografi som bilderna i årsredovisningen nog fortfarande representerar kanske tillhör historien?

Syften

Det övergripande syftet är att bidra till kunskapsutvecklingen om bilderna av företagsledare i årsredovisningar, dels genom att utifrån empirin beskriva och tolka bilderna, dels genom att – så långt det är möjligt inom ramen för denna mindre studie – skapa en referensram, som kan vara en utgångspunkt för vidare forskning.

Syfte I: Att göra en beskrivning av bildmaterialet.

Syftet är att göra en översiktlig *beskrivning* av empirin, med syfte att se mönster i bilderna. Detta är alltså ett empiriskt syfte. En frågeställning är: Hur ser bilden av ledaren ut?

Syfte II: Att öka förståelsen för och kunskapen om bildmaterialet.

Syftet är att göra en tolkning, som ger en fördjupad förståelse av beskrivningen och av frågeställningen: Hur ser bilden av ledaren ut? Syftet är också att utveckla teori (teori enligt ”grounded theory”) om bilderna.

¹¹ Philip Hancock, ”Introduction” och ”Aesthetics and Aestheticization”.

¹² Carla Jones och Ann Marie Leshkowich.

¹³ Magnus Mörck och Maria Tullberg s 2.

Först diskuteras frågeställningen: Vilken sorts bilder är det här? Det är inte tillräckligt att kalla dem ”bilder”, eftersom genretillhörighet eller bildtyp påverkar tolkningen: Är det till exempel fotografier, porträtt, reklam, eller är årsredovisningar en egen ”genre”? Bilderna diskuteras i förhållande till en större bildtradition. Andra frågeställningar är: Varför finns bilderna med i årsredovisningen? Vilken ”funktion” har de?

Syfte III: Att skapa en preliminär referensram som bilderna kan relateras till.

Syftet är att sammanföra de teorier och metoder som har direkt relevans för bilderna och att försöka hitta samband mellan dem. Särskild tonvikt läggs vid områden som inte redan är väl utvecklade inom organisationsämnet, framför allt teori om bildanalys, olika genrer och bildtyper, blickar och tilltal, klädsel och kropp. Bilderna i sig kan utgöra teoriutveckling som illustrationer eller ”bilder” av befintliga teorier.

Om metoden

Metoden kan beskrivas som en variant av ”grounded theory”. Att använda bilder som empiri kräver en metod för bildanalys och inom konstvetenskapen finns det flera att välja mellan. Bildanalysmodellen har valts utifrån semiotik eller närmare bestämt bildsemiotik. Den bygger på en metod utvecklad av Sjölin i två steg: Beskrivning och tolkning.

För att besvara syfte I, att göra en översiktlig beskrivning av bilderna, görs en genomgång av materialet, enligt steg ett i Sjölin's metod. Eftersom det handlar om många bilder går det inte att göra en detaljerad beskrivning av varje bild, det krävs någon sorts sammanfattande beskrivning, med fokus på mönster i bilderna. För att hantera detta stora material gjordes vad som kan beskrivas som en systematisk genomgång av hela materialet, vilket innebär att materialet gås igenom upprepade gånger, men utan att göra en exakt kvantifiering.¹⁴ Istället resulterar genomgången i en beskrivning, som består av ett mönster, med ett antal kännetecken eller ”kategorier” (en term från ”grounded theory”). Metoden utvecklades genom ”grounded theory”, bland annat för att få ledning i att arbeta med undantagen eller avvikelserna.

Beskrivningen blir också en metod för teorival till tolkning och teorigenerering (syfte II): Teorin väljs utifrån de mönster som karaktäriserar bildmaterialet som helhet. Enligt semiotisk teori är kunskap om kulturen viktig för tolkningen och enligt ”grounded theory” kan litteratur och forskning användas som data (empiri), ”all is data” (Glaser); kategorierna och den framväxande teorin kan i det här skedet jämföras med annan teori och forskning, som tillförs för att utveckla teorin. Annan forskning och teori kommer alltså in i slutet av processen, i motsats till många andra metoder som utgår från hypoteser och forskning.

Tolkningen blir samtidigt en metod för att besvara syfte III, att bidra till kunskapsutvecklingen genom att skapa en referensram och att hitta likheter och

¹⁴ Anja Hirdman 2002 s 22 ff.

samband mellan de olika teorierna. Genom att använda bilder som empiri och genom att använda metoder och teorier från andra discipliner än organisationsämnet, introduceras andra ämnesområden. Genom att *också* använda organisations- och ledarskapsteori öppnas möjligheter att hitta samband med dessa andra discipliner.

Uppsatsens kvaliteter och svagheter

Det finns ingen forskning om årsredovisningens bilder av vd, styrelse och ledning och nästan ingen om likartade bilder. Överhuvudtaget är visuella aspekter av organisationer och ledarskap ett område som behöver uppmärksammas mer. Det viktigaste bidraget till forskningen är att det har gjorts en explorativ studie inom området. Troligen är referensramen (den översikt som har skapats, med kopplingarna mellan olika teorier), den viktigaste delen av uppsatsen, i betydelsen att den är en möjlig utgångspunkt för framtida forskning.

Frågan om studiens kvalitet kan besvaras på många sätt. Enbart inom ”grounded theory”-traditionen finns det flera kvalitetsbegrepp. Enligt ”grounded theory” kan empirin skapa de olika förbindelserna mellan teorierna, utan pretentioner på att gälla all liknande empiri alltid. Frågan om generaliserbarhet är snarare en fråga för framtida forskning (mer om detta under ”Grounded Theory”). Den teori som utvecklas i denna studie bör ses som förslag. Poängen med explorativa, eller undersökande studier är *upptäckter*, det är ett kvalitetskrav. Mitt förhållningssätt till den här studien är ”att varje undersökning endast är en fas i en ständigt pågående kunskapsutveckling”.¹⁵

Det finns olika sätt att öka kvaliteten i studien och flera av dem har använts i uppsatsen. Ett är att redovisa forskningsprocessen noggrant. Det är centralt eftersom kunskapen skapas ur den processen. Presentationen av data blir också viktig och i uppsatsen har bilderna använts för att läsaren själv ska kunna bilda sig en uppfattning om tolkningarnas relevans och kvalitet.

Några mindre problem i uppsatsen är att referens- eller fotnotssystemet inte är helt konsekvent (t ex anges vissa andrahandskällor med årtal, andra inte) och att bilderna kunde ha bearbetats något mer (bilderna har scannats och några skador, som vikta kanter o d har retuscherats bort). Studiens svaghet är framför allt att metoden (grounded theory) inte är genomförd fullt ut. Studien har inte uppnått teoretisk mättnad (theoretical saturation), ett begrepp som i korthet handlar om att datainsamlingen (även i form av teori alltså) ska fortsätta tills teorin är ”mättad”, det vill säga tills nya data inte kullkastar teorin eller förändrar den påtagligt (marginalnyttan av ytterligare datainsamling är låg).¹⁶ Samtidigt är teoretisk mättnad en gradfråga, och i en studie kommer vissa teorier eller begrepp att ha uppnått större teoretisk mättnad än andra (se avsnittet ”Grounded Theory”). Framför allt beror detta på tidsbrist. Ämnet krävde ganska omfattande litteraturstudier för att skapa en överblick, efterforskningar som ibland rörde sig i periferin, bort från ämnet till

¹⁵ Eneroth enligt Södergren s 19.

¹⁶ Södergren s 12.

återvändsgränder, eftersom jag inte alltid visste var jag skulle leta eller vad jag skulle leta efter:

“It is as if the researcher must build a puzzle without a picture and starts sorting through the pieces of data.”¹⁷

Uppsatsens disposition

Första delen av uppsatsen innehåller en redogörelse för de teoretiska utgångspunkterna. Den viktigaste utgångspunkten är social konstruktion, som kan inkludera kroppen och annat som finns i bilderna. Forskningsläget beskrivs närmare. En definition av klädsel och kroppslig utsmyckning diskuteras. Semiotik, som är grunden för bildanalysmodellen, presenteras.

Metodgenomgången innebär att bildanalysmodellens två steg (beskrivning och tolkning) beskrivs utförligt utifrån semiotisk teori. Sedan diskuteras viktiga begrepp inom ”grounded theory”. Tillvägagångssättet, arbetet med att göra beskrivningen och tolkningen, går igenom närmare.

Beskrivningen av bilderna, som följer sedan, resulterar i ett bildmönster.

I tolkningen del I diskuteras beskrivningen utifrån frågan om vilken sorts bilder årsredovisningens bilder är: Fotografi, bilder för identifikation, porträtt, veckopressbilder och reklam går igenom. Olika typer av realism kännetecknar dessa genrer eller bildtyper. Möjligheten att årsredovisningen är en egen genre diskuteras kort.

I tolkningen del II diskuteras de mönster som finns i bilderna. Ny teori introduceras utifrån det som kännetecknar bilderna. De teoretiska utgångspunkterna vidareutvecklas, kunskapen om olika bilder och genrer används också, och samtidigt sammanförs de olika teorierna.

Avslutningsvis följer en diskussion som samtidigt är en sammanfattning och förslag på teorier om årsredovisningens bilder presenteras. Därefter följer ett avsnitt om idéer för framtida forskning.

Allra sist finns det en källförteckning, bilagor med bildförteckning och förteckning över de företag vars årsredovisningar ingår i studien.

¹⁷ Thomas Groenewald, “Memos and Memoing” s 505.

Teoretiska utgångspunkter

Begreppet ”social konstruktion” används ofta som en grund inom organisationsforskningen.¹⁸ Följande citat ger en allmän definition som är tillräcklig i detta sammanhang: ”Dess mest allmänna doktrin är att alla aspekter av vår verklighet som ’manlighet’, ’kvinnlighet’ ... ’familj’ eller ’ledarskap’ inte är objektivt givna utan något som människor konstruerar i det sociala samspelet.”¹⁹

Inom genusforskningen är det särskilt grundläggande att kön eller genus är sociala och kulturella konstruktioner.²⁰ Jag har valt att använda ordet *genus* eller *kön*, som synonymer, flera forskare inom organisationsteorin använder begreppet *kön*, men detta är en tvärvetenskaplig studie och genus används inom flera andra discipliner och har blivit ett mycket etablerat begrepp.²¹ Maskulinitetsforskningen har sina rötter i feministisk forskning (ordet ”feministisk forskning” har i princip ersatts av ”genusforskning”), men queerteori har också influerat den.²² Wahl m fl ser maskulinitetsforskningen som en del av den feministiska- eller genusforskningen, därför att den problematiserar genus eller kön och har ett maktperspektiv.²³ Den dominerande ansatsen inom maskulinitetsforskningen är att män och maskulinitet ses som sociala konstruktioner.²⁴ Connell och hans bok *Maskuliniteter* (1995) har haft stort inflytande.²⁵ Ämnet är etablerat, men är fortfarande en relativt ung disciplin, att flera namn existerar om vartannat kan vara ett tecken på det.²⁶

Det finns en etablerad forskningstradition om organisationer och ledarskap med ett genusperspektiv, alltsedan Kanter studie *Men and Women of the Corporation* (1977),

¹⁸ Begreppet social konstruktion brukar ledas tillbaka till Luckmann och Berger (se t ex Markus Kallifatides), men har utvecklats mycket. Exempel på forskare inom organisations- och ledarskapsforskningen som använder begreppet: Det är en utgångspunkt i volymen editerad av Sjöstrand och Tyrstrup, s 9 ff. Anna Wahl, Charlotte Holgersson, Pia Höök, Sophie Linghag s 43. Jörgen Sandberg gör en genomgång av olika teorier som skulle kunna rymmas under beteckningen ”social konstruktionism” och menar att flera grunder förenar dessa ansatser s 40 ff.

¹⁹ Sandberg s 39-40.

²⁰ Lykke t ex s 59 ff. Wahl m fl 2001, t ex s 36, 43-45, 135.

²¹ För diskussion om begreppen se bland annat Lykke s 9 ff, Wahl m fl 2001 s 49-52. Begreppet ”kön” kan föredras framför genus, just därför att det bibehåller betydelsen socialt och biologiskt kön. ”Kvinnlighet” och ”manlighet” kan bytas ut mot ”femininitet” och ”maskulinitet”, ”manlig” mot ”maskulin” och så vidare. Jag kommer att använda begreppen synonymt.

²² Thomas Johansson och Jari Kousmanen, inledning. Thomas Johansson s 24-5. Lykke s 120 ff.

²³ Wahl m fl s 51.

²⁴ Johansson s 22. Lykke s 120 ff. Jmf Wahl m fl s 125-6.

²⁵ Johansson och Kousmanen s 9-10. Lykke s 122 ff. Se även t ex Ewa Gunnarsson och Susanne Andersson s 67-8. Gunnarssons och Anderssons text är en presentation av mans- och maskulinitetsforskningen inom organisationsforskningen, s 66.

²⁶ Se Johanssons och Kousmanens inledning (om ”ständiga namnbyten” s 9). Gunnarsson och Andersson använder båda dessa begrepp samtidigt, mans- och maskulinitetsforskning, men det finns fler begrepp, Johansson och Kousmanen talar om *kritisk mansforskning* s 12, vilket de förmodligen hämtat från Collinson och Hearn, se Wahl m fl s 125-6. ”Kritisk” handlar om att inte okritiskt acceptera rådande föreställningar om kön. Även så sent som 2009 talar Lykke bl a om ”kritiska studier av män och maskuliniteter” (i plural obs), medan Magnus Mörek och Marie Nordberg 2007 börjar sin artikel om mode m m, med att ”reda ut relationen mellan mansforskning och maskulinitetsforskning”, det senare innebär kritisk mansforskning s 120 ff.

idag även med ett mer uttalat maskulinitetsperspektiv. Perspektivet med social konstruktion är också väl utvecklat.

Det är grundläggande att konstruktioner av kön skapas i processer mellan människor. Det är alltså en dynamisk process, som ger utrymme både för reproduktion och förändring. Denna tanke är grundläggande också för forskningsområdet organisation och kön. Teorier som beskriver samhällsstrukturer, t ex strukturalism och feminism, uppfattas ibland som statiska och oföränderliga, där individen blir som en viljelös bricka i en större struktur. Men det finns alltså utrymme för förändring och aktörskap. Ett sätt att teoretisera förändring och aktörskap är "doing gender";²⁷ fokus är på olika aktiviteter (i organisationer t ex) och de olika aktörer som är inblandade: "Kön ses här som en pågående aktivitet, det vill säga något som görs."²⁸

Den "sociala konstruktionen av ledarskap" pågår på många olika ställen. Liksom produktionen och reproduktionen av "ledare", "män" och "kvinnor".²⁹ Den sociala konstruktionen av verkligheten sker rent konkret genom många olika aktiviteter, t ex "småprat"³⁰; Sjöstrand och Tyrstrup skriver att småpratet innehåller berättelser, värderingar, ideal, normer och regler m m. "Genom prat länkas verklighetsuppfattningar till symboler – gemensam förståelse blir möjlig".³¹ Detta innebär att tala om hur det är, att skapa verklighet.³²

Teorier som bygger på social konstruktion och framför allt postmoderna eller poststrukturalistiska teoribildningar har beskyllts för att den materiella världen försvinner och teorierna endast fokuserar språket (att allt är "konstruktioner"). Konstruktivism av olika slag har t ex kritiserats för att kroppen blivit osynlig. Man kan se relationen mellan kropp och kön/genus som godtycklig, där kön, könsroll eller genus är socialt och kulturellt (konstruerat). Problemet med denna uppdelning, är att det sociala könet blir som något som "klistras på" en kropp. På det sättet finns risken att denna (feministiska) teori upprätthåller en föreställning om den könlösa individen, skild från kroppen, med ett helt godtyckligt förhållande till kroppen. Individen blir som ett fritt svävande medvetande. Själva essensen i detta att vara en individ blir könlöst, kroppslöst. Det biologiska könet finns fortfarande kvar, en (maskulin eller feminin) kropp, men det är osynliggjort och oproblematiserat. De egenskaper eller beteenden som uppfattas som positiva hos en man behöver t ex inte vara det hos en kvinna, de får en annan innebörd just genom (kvinno-) kroppen. Problemet är egentligen inte "kvinnligt" (konstruerat) genus, utan kvinnlighet tillsammans med kvinnokroppen. Kvinnan kan försöka inta mannens position som subjekt och individ,

²⁷ Se Wahl m fl s 132 ff, och "Kön 'skapas' i praktiken" s 142 ff. Gunnarsson och Andersson s 66-7, att "den övervägande delen av dagens mans- och maskulinitetsforskning delar perspektivets teoretiska rötter och även har en besläktad teoretisk utveckling." Lykke 2009 gör samma beskrivning av "doing gender" inom maskulinitetsforskningen s 120-1.

²⁸ Gunnarsson och Andersson s 67.

²⁹ Sjöstrand och Tyrstrup s 9 ff, s 21 ff, Sandberg s 43. Se också t ex Wahl m fl, Holgersson, Kallifatides, Pollock med flera.

³⁰ Sjöstrand och Tyrstrup s 15, 19-20.

³¹ Sjöstrand och Tyrstrup s 19.

³² Sjöstrand och Tyrstrup, jmf Sandberg s 46 ff om "livsvärlden", socialisering m m.

något som historiskt har förnekats henne. Men denna position är inte kroppslös utan konstitueras av mannen och en maskulin kropp. Samtidigt som kroppen inte försvinner ur denna konstruktion av individen, försvinner inte heller kvinnan. Tvärtom bildar de en (outalad) förutsättning för konstruktionen av individen och mannen.³³

Kroppen är ett ämne som länge förbisågs inom forskningen. Detta förändrades och det gav anledning att tala om "the bodily turn".³⁴ Det är svårt att ange en exakt tidpunkt, det är också olika inom olika discipliner, men forskningen om kropp och kroppslighet ökade och bl a Foucault var viktig för denna utveckling.³⁵ Inom organisationsforskningen var det länge så att människan "förlorade" sin kropp (och sin klädsel) när hon klev över tröskeln till organisationen.³⁶ Men fortfarande är organisationsstudier i regel "disembodied". Få större arbeten har publicerats inom området kropp, organisation och arbete, förutom artiklar och enstaka kapitel i böcker; "a small but steady stream of scholarship is growing around the body and work".³⁷

Olika försök har gjorts att formulera en "theory of the body", att förstå människan som förkroppsligad. Men det är komplicerat att försöka fånga kroppens dubbelhet, som både realitet och konstruktion.³⁸ Både Åse och Stenström menar att inom feministisk forskning har kroppen alltid varit närvarande på ett annat sätt. Åse menar att begreppen kön och genus inom feministisk teori just är ett försök att inkorporera detta.³⁹ Yvonne Hirdman skriver att genusbegreppet blev en utväg ur detta problem för henne, "att man söker nå en förståelse som kommer förbi den dualistiska uppdelningen kön/kropp – genus."⁴⁰ Social konstruktion behöver alltså inte innebära att kroppen försvinner. Connell har kritiserat Foucault för att överdriva kroppens foglighet. "Kroppen kan inte enbart beskrivas som objekt för en social process, vare sig symboliskt eller disciplinerande."⁴¹ Kroppen är en aktiv deltagare, med sina behov och egenskaper. Kroppar åldras, blir sjuka etc. "Kroppar har agens och kroppar är socialt konstruerade."⁴² Connell talar om *socialt förkroppsligande*: Kroppar agerar och är *samtidigt* socialt konstruerade. Och genus är ett socialt förkroppsligande. Detta kallar Connell ett "kretslopp", där kroppar och sociala strukturer förenas. Kroppar

³³ Gillian J Hewitson. Lykke s 78 ff, 84 ff. Angela Hope s 3 ff. Andra menar tvärtom, att just feministisk teori inte har gjort denna förenklade uppdelning, mer om detta senare.

³⁴ C Welton 1999 och D Casey 2000, enligt Emma Stenström s 90.

³⁵ Om "social theory": kroppen gjorde sitt inträde på 60-talet med bl a Goffman, Douglas och Foucault, Bryan Turner 1984 var också viktig, enligt Hope s 1, jmf Åse s 11. Om genusvetenskap, och om förändring inte minst sedan 1990-talets början Lykke s 35, se även Hope. Om forskning om kläder/mode och kropp: Dani Cavallaro och Alexandra Warwick s 1 ff, Joanne Entwistle och Elizabeth Wilson s (1)-3.

³⁶ Antonio Strati enligt Stenström.

³⁷ Hope (s 5), menar t o m att det bara är två större antologier: *Body and Organization* ed. Hassard, John and Holliday, Ruth and Willmott, Hugh 2000. *Organizing Bodies: Policy institutions and work* McKee and Watson 2000.

³⁸ Lykke s 83 ff. Cecilia Åse s 11-16.

³⁹ Stenström om organisations- och ledarskapsforskningen och Åse generellt om samhällsforskningen, kapitel 1. Åse s 13.

⁴⁰ Yvonne Hirdman 2001 s 14.

⁴¹ Robert W Connell 2003 s 57.

⁴² Connell 2003, citatet s 67, se också s 56 ff, 67 ff, 82 ff.

dras in i historien, men de slutar inte att vara kroppar, de blir inte tecken eller positioner: ”Kroppar transformeras i det sociala förkroppsligandet.”⁴³

Människan både är och har en kropp.⁴⁴ Kanske är det denna motsägelsefulla och komplicerade relation till kroppen, som har gjort att den har kunnat förbises i så mycket tidigare forskning? Eller beror det på att kroppen alltid har förknippats med kvinnan och intellekt och rationalitet med mannen (se om historien senare).⁴⁵ Men kroppar existerar inte isolerade, vilket framhävs av flera författare i *Body Dressing*, som här:

human bodies are *dressed* bodies. Dress is a basic fact of social life and this, according to anthropologists, is true of all human cultures that we know about: all cultures ‘dress’ the body in some way, be it through clothing, tattooing, cosmetics or other forms of body painting (Polhemus 1988, Polhemus and Proctor 1978). Conventions of dress transform flesh into something recognizable and meaningful to a culture and are also the means by which bodies are made ‘decent’, appropriate and acceptable within specific contexts. Dress does not simply merely serve to protect our modesty and does not simply *reflect* a natural body or, for that matter, a given identity; it embellishes the body, the materials commonly used adding a whole array of meanings to the body that would otherwise not be there.⁴⁶

Liksom flera andra forskare låter Entwistles beskrivning av ”dress” innefatta också andra sätt att ”påverka” kroppen (som tatueringar och frisyrrer). Denna uppsats handlar i stor utsträckning om kläder, klädsel och kroppar, eftersom bilderna visar klädda människor. Det har varit svårt att hitta ett lämpligt begrepp (särskilt på svenska); liksom inom ”maskulinitetsforskningen” existerar det flera begrepp; kanske av samma skäl, att ämnet inte är så etablerat? Edwards gör en uppdelning och egna definitioner av ”fashion”, ”dress” respektive ”clothing”, där ”fashion” är det större begreppet som inkluderar de två andra, men han konstaterar också att det är svårt att ringa in begreppet ”fashion”.⁴⁷ Andra författare använder något av dessa eller andra begrepp, t ex Kaiser som använder ”appearance”. Det verkar dock finnas en ungefärlig samstämmighet i vad som menas och undersöks, nämligen ”klädsel” i vid bemärkelse, inkluderat accessoarer som skor, smycken etc. Och även den påverkan på kroppen som t ex smink, frisyrrer eller vissa smycken kräver (hål i öronen t ex eller peircing). Och ”mode” i vid bemärkelse, inte endast ”haute couture”. Frågan om sociala konventioner kring vad olika klädesplagg m m anses ”betyda”, och vad som anses ”rätt”, ” snyggt” etc, kan innefattas i begreppet ”stil”. Stil handlar också om hur man använder kläder, accessoarer m m, och det kan innefatta hur man hanterar sin kropp och hur man rör sig. Alla har en ”stil”. Stil kan ses som ”a process or act of managing appearance in everyday life”.⁴⁸ Craik skriver bl a att ”fashion is conceived as a “body

⁴³ Connell 2003 s 67 ff, 82 ff, citatet s 70.

⁴⁴ Turner enligt Entwistle s 33. Cavallaro och Warwick s 4.

⁴⁵ Stenström ser detta som en förklaring till att kroppen förbisetts inom organisations- och ledarskapsforskningen.

⁴⁶ Entwistle s 33.

⁴⁷ Tim Edwards s 2.

⁴⁸ Citatet av Susan Kaiser s 80. Jacob Östberg om begreppet stil.

technique” which displays markers of social conduct”.⁴⁹ Jag kommer att använda begreppen ”klädsel”, ”klädsel och stil” eller ”kläder och stil”, men menar detta större begrepp, kläder (klädesplaggen), accessoarer som skor eller glasögon och påverkan på kroppen som frisyrer; ”stil” och även i viss utsträckning, sättet att röra sig.⁵⁰

Forskningen om mode och kläder har, liksom forskningen om kroppen, förändrats mycket. Tidigare var det ett område snarare för dräkthistoria och antropologi; men det har kommit att bli en del av bland annat sociologi och modern filosofi.⁵¹ I *Body Dressing* (2003) konstaterar författarna att det finns lite forskning om mode/kläder och kropp, och ett av bokens syften är att lyfta fram denna; ”the precise relationship of the body to dress and dress to the body remains unclear and under-theorized.”⁵² Äldre forskning om mode har mest varit fokuserad på (västerländsk) ”haute couture”, snarare än användandet av kläder i vardagen. Sedan länge har ”mode” inneburit kläder för kvinnor, mode har till och med förknippats med kvinnor och kvinnlighet. Mäns klädsel har varit föremål för mindre uppmärksamhet än kvinnors, även inom forskningen.⁵³ Mörck och Nordberg menar att forskning om män och mode inte har uppmärksamats tillräckligt i den svenska kontexten och att mode trivialiserats, också inom genusvetenskapen. ”Faktiskt vill vi hävda att modeforskarna underskattar kläderna och frisyrerna genom att de så sällan ser till att de faktiskt gör skillnad i praktiken.”⁵⁴ Liksom inom övrig forskning om mode och kläder var, enligt sociologen Tim Edwards, sociala, ekonomiska och psykologiska sammanhang frånvarande och ”has left the study of dress in an often free-floating state devoid of theory or explanation for its significance”.⁵⁵ Det är först på senare år som maskulinitet har studerats i samband med mode, stil och konsumtion.⁵⁶

Inom organisationsforskningen uppmärksammades inte heller klädseln, men med begrepp som ”aesthetic management/labour”, har det skapats en större medvetenhet om ”estetikens” betydelse i största allmänhet. Men det är fortfarande oetablerat som ämne; ”aesthetics and aestheticization might seem a curious one [topic] to be appearing in a discussion of corporate life.”⁵⁷ Det nämndes i inledningen att intresset

⁴⁹ Jennifer Craik s 9, se förord och kapitel 1, jmf definitionen av Cavallaro och Warwick s 31.

⁵⁰ Problemet med ordet ”mode” (vilket följer av diskussionen om forskningsläget bl a) är att man tänker ”haute couture”, att arbetskläder m m kan försvinna, och mannen försvinner också. Mörck och Tullberg skriver ”studiet av mode, dräkt och kroppslig utsmyckning.” (s 3) Jag ville ha ett kortare begrepp. Diskussionen om olika begrepp fortgår i inledningen till den svenska antologin *Modets metamorfoser* (2009), Lizette Gradén och Magdalena Petersson McIntyre. Ord som ”klädsel”, ”kläder” och ”stil” används åtminstone av vissa. Ordet ”stil” används också inom mode- och klädstudier enligt Östberg, se också Kaiser.

⁵¹ *Body Dressing*, se också Edwards t.ex. s 10-1, 24. Edwards menar att mode (i vid bemärkelse) framförallt studerats inom konst och design s 5.

⁵² Entwistle s 37.

⁵³ Se t ex Craik s 13, 176. Efrat Tseëlon s 103. Edwards och Anne Hollander behandlar dessa frågor utförligt.

⁵⁴ Mörck och Nordberg s 135.

⁵⁵ Edwards citatet s 5. Detta stycke bygger på Edwards, Entwistle och Wilson, ”Introduction” s 1 ff. Liknande tankar i Craik’s preface och kapitel ett. Även Warwick och Cavallaro presenterar texter om kropp och kläder i sin bok, se t ex förordet s XV. Mörck och Tullberg konstaterar också att forskningen om mode, respektive kropp och kläder har setts som något ytligt.

⁵⁶ Gradén och Petersson McIntyre s 19.

⁵⁷ Hancock s 46.

har ökat stort och Hancock ger några exempel, t ex estetiserandet av personalens kroppar och organisationens miljö eller omgivning; som arkitekturens, eller snarare rummets betydelse i formandet av identiteter, både för företaget och individen; ”production of space”, som en social konstruktion: ”imagined and material”.⁵⁸ Klädseln har blivit mer uppmärksammas som en del av organisationens image eller identitet. Det kan finnas uniformer och klädkoder eller liknande riktlinjer för anställdas klädsel och stil (t ex angående tatueringar, hår och make-up). Det finns studier med fokus på klädsel som kommunikation.⁵⁹ Mitt intryck är att den forskning som finns har närmat sig detta från ett mer praktiskt än renodlat visuellt perspektiv, t ex hur företag resonerar om klädkoderna för butiksanställda eller hur den omfattande litteraturen om ”dress for success” ger råd och tips; alltså inte utifrån forskningen om mode, kostymer, konstvetenskap etc, med begrepp som estetik kanske detta är på väg att ändras. Dessutom verkar intresset vara riktat mot ”personalen”, inte mot ledningen.

Det finns lite forskning om årsredovisningar, men den fokuserar på andra frågor. Den mest relevanta forskning som jag har hittat för min uppsats är en mindre studie: ”Catwalk för direktörer. Bolagsstämman – en performativ performance av maskuliniteter” av Mörck och Tullberg.⁶⁰ De har varit på bolagsstämmor och bl a undersökt vd:s och styrelseordförandes klädsel. De konstaterar hur forsknings-situationen ser ut: ”Styrelseproffsens maskulina habitus är ett föga undersökt ämne.”⁶¹ Överhuvudtaget är kläder och den klädda kroppen inte något som brukar tas på större allvar i samhällsprocesser, skriver de, särskilt när det gäller män. De vill ”knyta samman kritisk maskulinitetsforskning, organisationsforskning och studiet av mode, dräkt och kroppslig utsmyckning.”⁶² Maskulinitetsforskningens etablering har inverkat på andra discipliner, som forskningen om mode och kläder, liksom analysen av mannen i konst och bilder, utifrån ett mer renodlat maskulinitets- eller genus-perspektiv.⁶³

Inom det tvärvetenskapliga fält som kommit att kallas ”visual studies” har bilder börjat användas som empiri i kultur- och samhällsvetenskapliga sammanhang. Det handlar också om att undersöka det enorma bildflöde som inte är konst. Fera kallar detta en ”the pictorial turn”.⁶⁴ Sociologen Erwin Goffman använde bilder inom samhällsvetenskapen redan på sjuttioalet, men utvecklingen har gått långsamt.⁶⁵

⁵⁸ Hancock, ”Introduction” och ”Aesthetics and Aestheticization”.

⁵⁹ Dennis Nickson och Chris Warhurst om ”workwear”. Hancock, ”Introduction” och ”Aesthetics and Aestheticization”.

⁶⁰ Deras studie behöver också kompletteras tycker jag, bl a därför att de har ”affärskostymen” i fokus (en direktöversättning av engelskans ”business suit”) och inte går längre tillbaka än till sent 1800-tal och därmed tydliggörs inte hur kostymen kan kopplas ihop med mansideal, kroppssyn m m; den stora förändringen i mannens klädsel sker i slutet av 1700-talet, en tid av stora förändringar också inom andra områden (vilket kommer att utvecklas i uppsatsen).

⁶¹ Mörck och Tullberg s 2. Habitus är en term från Pierre Bourdieu, som jag valt att inte använda, men det betyder ungefär ”vana” enligt Sandberg s 45.

⁶² Mörck och Tullberg s 3.

⁶³ Eriksson och Göthlund s 43 och kapitel 3. Mörck och Nordberg.

⁶⁴ Anja Hirdman 2002 s 284, Eriksson och Göthlund s 21 och Sparrman m fl om ”the pictorial turn” s 12 ff, alltså att intresset vändes från språket till bilder. Enligt Sparrman m fl började detta inom konstvetenskapen.

⁶⁵ Erving Goffman, diskussion om hur bilder kan och inte kan användas i ”social analysis” s 24-6.

Inom konstvetenskapen å andra sidan har man länge använt sig av teorier från andra vetenskaper för att tolka konst och bilder. ”De flesta human- och samhällsvetenskapliga teorier kan appliceras på bilder och visuella fenomen.”⁶⁶

Inom olika forskningsområden används många olika begrepp. Ibland används begrepp inom olika traditioner, för företeelser och metoder som trots allt har stora likheter. Förutom de jag redan har gått igenom, återfinns en kommentar om några fler i fotnoten. Det är viktigt att inte fastna i begreppen utan istället fokusera på innehållet i dem, skriver Björkegren: ”Vad gäller språkanvändning rekommenderar Popper klarhet i resonemang istället för språklig precision vilket Popper ser som en utopi.”⁶⁷

Slutligen: Den sociala konstruktionen av ledare, och av män och kvinnor, pågår också i årsredovisningarnas bilder av vd, ledning och styrelser. Den enorma produktionen av bilder går kanske att jämföra med ”småprat”? Det repetitiva i dessa bilder kan ses som en viktig del av deras egenskap som tecken, upprepningen är central för tecken.

Semiotik

Semiotik handlar om *kommunikation*, och alla delar av kommunikationen är av intresse. Semiotik betyder ungefär ”teckenlära”. Det är en teoribildning som har sitt ursprung i teorier om språket, det vill säga om språket som ett *teckensystem* och ord som *tecken*. Semiotik kan också beskrivas som en teori om *betydelser*, vilket Sonesson föredrar (mer om detta nedan).⁶⁸ Ett tecken kan sägas bestå av två delar, det är både en artefakt/objekt av något slag (ett *uttryck*) och det har betydelse (*innehåll*). Förbindelsen mellan uttryck och innehåll kan vara av olika slag. I språket till exempel är den nästan alltid *godtycklig*, arbiträr: Innehållet: ”Hund”, kan benämnas med uttrycket (ordet): ”Hund”, men även andra ord kan användas, ”dog”, ”cane” etc. Eller betydelsen ”jag”, ”I”, ”ich”, ”io”. Koder för tecken, eller konventioner möjliggör kommunikation och meningsskapande.⁶⁹

Tecken kan också ha andra förbindelser mellan uttryck och innehåll. Det speciella med bildsemiotik är att de visuella tecknen ofta liknar något i verkligheten, de är inte godtyckliga på det sätt som ord brukar vara. Tecken som bygger på likhet kallas *ikoner*. Ikoner har alltså en *referent* i den yttre verkligheten (de har inte enbart

⁶⁶ Eriksson och Göthlund s 42.

⁶⁷ Dag Björkegren s 10. En del forskare använder t ex begrepp som ”roller” (Goffman, Kallifatides, Richard Brilliant m fl) och ”identitet” (många). Det kan ibland vara otydligt hur de ska förstå i förhållande till bl a genus och social konstruktion, som i sig kan förstås på många sätt. Alla definierar inte heller dessa begrepp, eller begrepp som ”förtroende”, ”makt” etc. Jag väljer då i första hand att tolka dem ganska öppet, så som orden används i vardagsspråket eller skulle beskrivas i en vanlig ordlista eller uppslagsbok.

⁶⁸ Sonesson s 44 ff, 77 ff.

⁶⁹ Sammanfattningen om semiotik bygger bland annat på Sjölin och Sonessons böcker, som handlar om semiotik, Sjölin t ex s 9, 19, 20, 36, 40. Se Nordström om ”semiotik” s 292-3 m fl uppslagsord som berör semiotik i Gidlunds Bildanalys. Eriksson och Göthlund s 12, 34-36. Med flera. Det finns olika skolor inom semiotiken och delvis olika begreppsapparat, de kan vara svåra att blanda, därför är (de svenska) begreppen hämtade från Sjölin i första hand och i viss mån Sonesson, till exempel för semiotikens ”tecken”, som brukar beskrivas olika hos olika tänkare/traditioner. Sjölin har valt att kalla tecknets delar för ”uttryck” respektive ”innehåll”.

betydelse/innehåll). Frågan om *likhet* visar sig dock vara komplicerad (hur mycket lik och lik på vilket sätt?); detta diskuteras närmare under fotografi och realism och jämför ovan om social konstruktion. Ytterligare ett tecken som har samband med en referent i verkligheten är *index*. Förbindelsen handlar här inte om likhet, utan om en orsaks- eller beröringsrelation: Rök är t ex index på eld.⁷⁰

En liknelse som används inom semiotiken är att tecknets uttryck och innehåll är som de två sidorna på ett pappersark, de är omöjliga att separera. Men detta är en liknelse, hur ska det förstås: Är de närvarande samtidigt? Eller växelvis, en papperssida i taget?⁷¹

En kritik mot semiotiken är att den kan uppfattas som atomistisk.⁷² Sjölin verkar ha denna kritik i åtanke när han skriver att vi måste se betydelsebildning som en process. Han menar också att bilden är en helhet, där bildens olika element påverkar varandra.⁷³ Sonesson föredrar att kalla semiotiken för en teori om betydelser. Detta beror bland annat på att tecken är svåra att definiera, som jag förstår Sonesson: ”Tecknet karaktäriseras traditionellt som ’något som står för något annat’”⁷⁴, jämför orden i språket (ett atomistiskt synsätt). ”Betydelse i allmännare mening är *samband*.”⁷⁵ I varseblivningsprocessen t ex fyller vi i sådant som fattas; om vi ser en gren ovanför en mur, antar vi att det finns ett helt träd. Problemet med tecken i bilder handlar också om att det finns betydelser som *inte* är tecken, t ex det *plastiska skiktet*. Enligt bildsemiotiken kan man säga att bilden har två nivåer, den plastiska och den ikoniska/föreställande; det plastiska skiktet är en sekundär teckenfunktion hos bilder; penseldrag, struktur, ibland även färgval och liknande. Man kan inte ”uttömmande tolka en bild genom att identifiera de ikoniska betydelser den uppvisar, dvs genom att i första hand tala om vad bilden liknar. Därmed skulle andra viktiga aspekter av bilden försummas,”⁷⁶ detta är snarare en av flera nivåer i bildanalysen, menar Sjölin.⁷⁷

De tecken som kallas ikoner antas bygga på likhet med ”verkligheten”, men det har visat sig vara komplicerat att bestämma vad den här likheten ska bestå av. Liknande komplikationer gäller begreppet *realism*. Realism innebär att ”skapa förväntningar på att en viss framställning presenterar en ’realistisk’ porträttering av personer,

⁷⁰ Sjölin s 91-101, och Nordström s 65.

⁷¹ Sjölin s 25-28, 46.

⁷² Mieke Bal och Norman Bryson: De använder begreppet *semiosis*, där man tänker sig att betydelse inte uppstår i det enskilda tecknet, utan i en process inom ett större sammanhang.

⁷³ Sjölin s 18-21, Sjölin s 166 ff.

⁷⁴ Sonesson s 80.

⁷⁵ Sonesson s 83.

⁷⁶ Sjölin s 99.

⁷⁷ Stycket bygger på Sonesson s 81, 72-3, 163 ff och kapitel 2 och 3. En annan kritik mot semiotiken är att den inte sysslar särskilt med frågan *varför* något betyder något, varför konventionerna ser ut just som de gör, enligt Anja Hirdman. Som jag förstår Sjölin och Sonesson kan man göra som Hirdman, och utöka analysen för att besvara den frågan, t ex med historiska efterforskningar eller, som Hirdman, med genusteori. En viktig kritik mot semiotiken, enligt Sjölin, är att den sysslar med det allmänna; i sin ”upptagenhet av det gemensamma som ligger till grund för betydelserna, dvs de konstanta relationer som utgör formen, ignorerar semiotiken lätt själva de företeelser som manifesterar betydelserna.”(s 41) Det vill säga att det finns en risk att det enskilda fallet reduceras till ett slags exempel på en ”högre verklighet” 41-2.

karaktärer eller händelser.”⁷⁸ Detta utvecklas under diskussionen om vilken sorts bilder årsredovisningens bilder är. En lösning på denna problematik, skriver Sjölin, kom under senare hälften av 1900-talet: ”Det vi kallar verklighet är inte självklart givet, utan något vi uppfattar genom ett kulturberoende teckensystem.”⁷⁹ Verkligheten kan ses som ”ett särskilt semiotiskt system”.⁸⁰ Likheten handlar då om en anspelning mellan olika teckensystem (verklighetens och bildens). För att uppfatta ”likhet” jämför vi med andra ”tecken” som vi lärt oss känna igen, i verkligheten eller i andra bilder.⁸¹ Ett sätt att förstå detta, menar jag, är perceptionsteori, att vad vi faktiskt ser och uppfattar beror på våra förväntningar och vår förförståelse. Denna tankegång finns också väl utvecklad inom organisationsämnet.⁸²

Bilderna tolkas som tecken för en annan verklighet som de liknar. Relationen är inte enkelriktad, att verkligheten kommer först och sedan bilden. Det finns ett växelspel, bilder liknar verkligheten, men verkligheten konstrueras också genom bilder (eller tecken). Det finns många forskare som skrivit om detta, Sjölin skriver om Griselda Pollocks bildanalyser: ”En bild är inte sann eller falsk i förhållande till en i förväg existerande realitet (i hennes studie kvinnan). Bilden bidrar nämligen själv till att skapa denna ’realitet’ sådan vi uppfattar den.”⁸³ Solomon-Godeau poängterar att även fotografier deltar i skapandet av den sociala verkligheten.⁸⁴ Det sker en ”social konstruktion” av verkligheten. Detta är en utgångspunkt i uppsatsen.

Semiotik, klädsel och kropp

Frågan om språk och kommunikation av betydelser kommer alltid upp i forskningen om kläder och kropp.⁸⁵ Att se mode eller kläder (och bilder) som ”språk” ger problem om man försöker att skapa ett regelsystem (en grammatik) med språket som förebild. I *Body Dressing* framhäver flera av författarna att kläder inte kommunicerar med så pass tydliga och avgränsade tecken som det talade språket. Kläder har mer otydliga betydelser och de kan inte sättas ihop till ”meningar” etc. Detta behöver inte vara en svaghet, tvärtom, med hjälp av detta teckensystem går det att kommunicera annat innehåll, sådant som kan vara svårt att kommunicera via t ex det verbala språket. Detta är kanske inte ett problem för kläderna och bilderna, men det kanske ger problem för den semiotiska analysmetoden? (Vad är t ex ett ”tecken” i en bild? Det går inte att avgränsa på samma enkla sätt som ett ord⁸⁶). Problemet leder till ”a process of continuous interpretation”, ett försök att förstå ”the activities of seeing and making sense as social practices, based on a wide range of conventions,” vilka beror på historia och sammanhang, eller kontext.⁸⁷

⁷⁸ Anja Hirdman 2002 s 39.

⁷⁹ Sjölin om Greimas, fransk semiotiker, s 96.

⁸⁰ Sjölin s 171, 172 och 96.

⁸¹ Sjölin s 96.

⁸² Tanken kan ses som en del av social konstruktion, men den finns också uttryckt mer renodlat. Sjölin, s 78 om att se/hitta likheter. Se även Wahl m fl 2001, s 43. Eriksson och Göthlund s 12, 36.

⁸³ Sjölin s 141, se Pollock 1998 s 446 ff.

⁸⁴ Solomon-Godeau s xxix.

⁸⁵ Cavallaro och Warwick förord, s xx.

⁸⁶ Bl a Nelson Goodman, enligt Sonesson s 156 ff.

⁸⁷ Cavallaro and Warwick förord, s xx

Eriksson och Göthlund menar helt enkelt: ”Eftersom kroppen alltid är mer eller mindre synlig och direkt tillgänglig, blir den också mycket betydelsefull i den visuella kommunikationen.”⁸⁸ Ansiktsuttryck, kroppsspråk och klädsel är visuell kommunikation och är alltså betydelsebärande. Det betyder att det går att ”dela upp den visuella ytan i mindre delar, i tecken och symboler, som kan *tolkas*.”⁸⁹ Inom konstvetenskapen har man länge tolkat bilder och porträtt med människor och deras klädsel, med olika metoder och teorier.⁹⁰ Om människor närmar sig t ex fotografier som avbilder av verkligheten och tolkar bilderna som verklighet (genom att samtidigt dela in ytan i mindre delar), då kan det ses som motiverat utifrån semiotisk teori, att göra det i bildanalysen (jämför om Greimas ovan).

En allmän kritik mot semiotiken skulle kunna vara, som antropologen Solheim skriver, att modern kunskapsteori ”gjort *språket* till huvudmodell för vår förståelse av tecken och meningsbildning. Men språket täcker inte den symboliska verklighet som är baserad på kroppsliga analogier och kopplingar.”⁹¹ Kroppen kommunicerar på andra sätt. Denna kritik utvecklas senare i diskussionen om kropp och klädsel och där diskuteras också möjligheten, att det kanske är rimligare att tolka klädernas språk med kroppens språk som förebild, än med det talade språkets?

⁸⁸ Eriksson och Göthlund s 46.

⁸⁹ Eriksson och Göthlund s 22-3.

⁹⁰ Se t ex Leppert och Hollander.

⁹¹ Jorun Solheim s 26. Lykke, bl a om Elisabeth Grosz s 89 ff.

Metod

Uppdelningen mellan teori och metod är inte självklar, särskilt när det gäller semiotik. Semiotiken presenteras i uppsatsen, som en av de teoretiska utgångspunkterna (ovan) och en grund för bildanalysmodellen. I genomgången av bildanalysmetoden beskrivs semiotiken mer utförligt. Uppdelningen mellan teori- och metoddelen utgår i första hand från syftet att göra semiotiken och metoden så åskådlig som möjligt för läsaren. Genomgången av de två metoderna, bildanalys och ”grounded theory”, avslutas med en beskrivning av tillvägagångssättet, där mer konkreta frågor i arbetet med beskrivningen och tolkningen av bilderna beskrivs.

Enligt Sjölin kan bildtolkningens traditioner delas in i två: De som studerar enbart språket och de som studerar språket *och* något utanför språket, ”förhållandet mellan tecken och värld”.⁹² Den här studien är alltså ett exempel på det senare, kontexten (sammanhanget) påverkar de enskilda bilderna. Själva årsredovisningen påverkar innehållet, inte enbart genom den övriga texten och bilderna, utan genom årsredovisningen som ”genre” (användning, spridning, format m m). Kontexten, i betydelsen den rådande kulturen, påverkar också bildernas innehåll. Tolkningen kommer att presenteras i två delar, i den första diskuteras bilderna som bildtyp och genre, och i den andra diskuteras bildernas innehåll utifrån beskrivningen av bilderna.

Bildtolkning

Det finns många sätt att analysera bilder på.⁹³ Sjölin har utvecklat en metod utifrån ett bildsemiotiskt förhållningssätt;⁹⁴ bildsemiotikens startpunkt är en text av Barthes 1964.⁹⁵ Det finns likheter med andra metoder inom den konstvetenskapliga traditionen. Även i äldre metoder sysslar man i stor utsträckning med att beskriva objekt i bilden, identifiera dem, och att sedan tolka dem på något sätt.⁹⁶ Men Sjölin menar att semiotiken är en grund för alla bildtolkningar, därför att alla bilder ”fungerar som tecken”, eller ”skiftande konstellationer av betydelsebildningar”.⁹⁷ Det finns också kritik mot bildsemiotik; men jag använder semiotik och en metod utarbetad av Sjölin, huvudsakligen därför att flera andra forskare har gjort det, inom

⁹² Sjölin s 153.

⁹³ Sjölin använder ordet ”bildtolkning”, men jag använder ordet ”bildanalys” synonymt, bland annat därför att ordet bildanalys används i bred bemärkelse som en tolkningsprocess bl a av Eriksson och Göthlund s 7, 14, 22 ff; som titel i Gidlunds uppslagsbok *Bildanalys*; se även Sven Sandström om ”Bildanalysens utvecklingslinjer” s 43-46. Jag använder Sjölin och Sonesson's semiotiska begrepp i övrigt. Förutom ordet ”kännetecken” (i vardaglig betydelse) eller ”kategori” (från ”grounded theory”), som jag använder för att beskriva enskilda delar i bildmönstren.

⁹⁴ Sjölin s 9.

⁹⁵ Roland Barthes analys av spagettimärket Panzani 1964. Se t ex Sonesson s 67.

⁹⁶ Gidlunds Bildanalys, Nordström: ”bildsemiotiken bygger på åtskilliga erfarenheter från konstvetenskapen. Det visar bl a alla de hänvisningar som görs till konsthistoriker som Panofsky” (m fl) s 67. Eriksson och Göthlunds text är exempel på detta, s 25-34. De skriver också uttryckligen att de ser inga direkta motsättningar mellan denna äldre tradition och semiotiken, s 35. Även Sjölin anknyter i stor utsträckning till äldre forskning, Panofsky kan nämnas som ett exempel, s 7, 53, 88, 98 ff, 146, se också Eriksson och Göthlunds genomgång av ikonologi, ikonografi, stilanalys etc s 22 ff.

⁹⁷ Sjölin s 9.

samhällsvetenskapen och i analys av andra bilder än konstbilder.⁹⁸ Semiotik är bra för medier som blandar t ex både text och bild, eftersom utgångspunkten är att de alla är *tecken* som kommunicerar.⁹⁹ Semiotik är också ett användbart redskap för att analysera fotografier.¹⁰⁰ Flera av de samhällsforskare och konstforskare som jag refererar här har studerat bl a fotografier med hjälp av semiotik.

Metoden för bildanalys är uppbyggd i två steg: *Beskrivning* och *tolkning*. Metoden hänger ihop med tecknets karaktär: Det är *uttrycket* som beskrivs; medan *innehållet* är tolkningens mål. Uppdelningen mellan beskrivning och tolkning kan kritiseras. Beskrivningar är samtidigt en sorts tolkningar (ska allt beskrivas, ska allt ges samma vikt, i vilken ordning, och med vilka ord?). Sjölin påpekar, att överhuvudtaget översätta från bild till ord, från ett teckensystem till ett annat, från ett medium till ett annat, kan kallas att tolka.¹⁰¹ Det borde vara liknande problem med andra beskrivningar av empiri inom empiriska vetenskaper, t ex intervjuer eller deltagande observation, där krävs en översättning från ljud och iakttagelser till ord.¹⁰² På grund av dessa svårigheter blir gränsen mellan beskrivning och tolkning flytande, men det är viktigt att försöka upprätthålla dessa två nivåer i analysen. Semiotiken förutsätter en separering av uttryck och innehåll. Om uppdelningen mellan uttryck och innehåll inte existerar, om de blandas ihop, och inte har separata identiteter, upphör de att vara tecken i semiotisk mening. Det blir inte längre en fråga om representation. Jämför den teologiska frågan om vinet och brödet i katolska nattvarden: Om det är en symbol för Jesu lekamen och blod, eller om det verkligen *är* detta, inte representation av verklighet utan verklighet, identitet.¹⁰³

Den centrala fråga som Sjölin identifierar är: Hur komma från uttryck till innehåll? Det vill säga, hur kan beskrivningen (av bilden) ge upphov till en tolkning? Svaret är att det måste ske en betydelsebildning, d v s att uttryck och innehåll kopplas ihop.¹⁰⁴ Tecknet har beskrivits ovan, det kan ha olika karaktär, kopplingen mellan uttryck och innehåll kan bygga på godtyckliga konventioner, likhet eller närhet. Det finns förstås en subjektiv aspekt i både beskrivningar och tolkningar. I mötet med empirin har man alltid en förförståelse. Samtidigt har vi gemensamma referensramar och detta är utgångspunkten för all kommunikation; kommunikation förutsätter konventioner: ”Ett tecken, det är det som upprepas. Utan upprepning finns inget tecken, för man skulle inte kunna känna igen det, och det är igenkännandet som ligger till grund för tecknet.”¹⁰⁵

⁹⁸ Anja Hirdman 2002, se t ex s 26-7 om semiotik och direkt referens till Sjölin s 24-5. Göthlund och Eriksson använder semiotik bl a s 12. Sparrman m fl, som hänvisar direkt till Sjölin för den som vill arbeta med bildtolkning s 11.

⁹⁹ Eriksson och Göthlund s 41.

¹⁰⁰ Se t ex Solomon-Goudeau s 170, Eriksson och Göthlund, Pollock 1988 och 1998.

¹⁰¹ Sjölin s 17-8, 48-9, s 56-7.

¹⁰² Chaterine Riessman om olika metoder för transkription s 30 ff, om: ”Att överföra talat språk till skriven form” s 46.

¹⁰³ Sjölin s 32-4, 36-42, 78, 169. Därför kan också poesi, och dess motsvarighet i bilder, bli mer problematisk för semiotiken, Sjölin s 46-7.

¹⁰⁴ Sjölin s 19, 36-42, kapitel 2 s 46 ff.

¹⁰⁵ Roland Barthes 1982 i Sjölin s 40-1.

Flera författare menar att för att kunna tolka tecknen behövs de ses i en större kontext.¹⁰⁶ Vid tolkningen kan olika kontexter användas som bas; tanken är att här behålls de ursprungliga tecknen (uttrycken), istället för att översättas eller ersättas av andra tecken, sätts in i ett större sammanhang. Ungefär som lösryckta ord i ett samtal kan vara obegripliga, men få innehåll när hela samtalet återges. Olika element tillfogas, som ofta inte finns i den ursprungliga bilden, men som skapar det större sammanhanget och ger förståelse. Frågan är vilken kontext som ska väljas?¹⁰⁷ Detta utvecklas under diskussionen om vilken sorts bilder årsredovisningarnas bilder är.

Det behövs kunskap om kulturen och bildkonventionerna. För att t ex göra en rimlig tolkning av en bild av den korsfäste Kristus, behövs det en viss kännedom om kristendomen. Ibland i äldre porträttmåleri, finns det en liten knähund, den symboliserade äktenskaplig trohet. Kvaliteten i en semiotisk tolkning beror till stor del på kunskap om tecknen och den kultur, d v s den kontext, och de förhållanden som tecknen är en del av. Med ett semiotiskt förhållningssätt kan analyser och tolkningar vara mer eller mindre relevanta.¹⁰⁸ Därför är det viktigt med noggranna redogörelser av tolkningsprocessen (vilket även gäller ”grounded theory”).¹⁰⁹ Det finns också en mångtydighet, en tolkning är aldrig den enda möjliga. Betydelser behöver inte ses som fasta och statiska, tvärtom, en tolkning måste därför inte vara slutgiltig.¹¹⁰

Det finns ännu ett problem, som antagligen gäller alla sorters tolkningar, även inom andra vetenskaper, liksom problemet med att beskriva empiri, som jag nämnde ovan: Varje tolkning kan ses som en förvanskning, eftersom andra tecken än de ursprungliga används eller om kontexten ändras. Men om de ursprungliga tecknen skulle användas blir tolkningen identisk med det som ska tolkas. ”Tolkningen verkar då vara en teoretisk omöjlighet, för den förflyktigas på gränsen mellan det som är alltför likt och det som är alltför olik.”¹¹¹ Tolkningens begränsning är samtidigt dess styrka, menar Sjölin, i tolkningen lyfts vissa delar fram, ”det som ger den möjlighet att tydligare än förebilden uttrycka något av dennas innehåll.”¹¹²

Ett annat problem är sådant i bilden som inte har ”betydelse”, det som har karaktären av ”slag”, som inte har innebörd, det kan ignoreras och försvinna vid beskrivning och tolkning.¹¹³ (Jämför ovan om att ett tecken blir till genom upprepning, det är så vi lär oss att känna igen det). Motsatsen till att ignorera det avvikande skulle vara att som t ex Freud intressera sig för felsägningar, eller det misslyckade etc. Det kan ses som betydelsebärande och viktigt. Men för att kunna säga att något ”avviker” behövs det något att jämföra med, avvikelsern förutsätter en norm.

¹⁰⁶ T ex Eriksson och Göthlund s 19. Sjölin om att det finns olika kontexter att välja bland. Mer om kontext och semiotik i avsnittet med diskussionen om olika sorters bilder.

¹⁰⁷ Sjölin s 64-70. Se även kapitel 5 s 166 ff.

¹⁰⁸ Sjölin s 51, Liesbet van Zoonen s 85.

¹⁰⁹ Anja Hirdman 2002 s 25.

¹¹⁰ Flera författare framhäver detta, se t ex Sjölin s 19, 49-53.

¹¹¹ Sjölin s 60.

¹¹² Sjölin s 61.

¹¹³ Sjölin s 42.

En anledning att studera flera bilder är att undvika tillfälligheter, att sortera ut dessa. Ett tecken är det som upprepas, som Barthes sa.¹¹⁴ I en analys av enskilda bilder görs däremot en mer heltäckande analys, av *hela* bilden. När det gäller uppsatsen innebär det att de kännetecken som framkommer i beskrivningen är lösryckta ur sitt (bildens) sammanhang. Det ”finns” egentligen ingen bild, d v s att det blir en ”teoretisk” bild som tolkas, som har alla kännetecken, men inget ”slag”. Det finns alltså en viss ”atomism” i tolkningen. Det är också därför som genrefrågan blir viktig, att analysera t ex ”kostym” beror på hur, när och var. I uppsatsens slutskede, när jag hade hittat kännetecken eller mönster i materialet och började utveckla dem genom annan forskning blev också avvikelserna tydliga och även problematiska – var verkligen mina kategorier tillförlitliga? Var de alltför förenklade? Vad göra med undantagen eller avvikelserna? De krävde förklaring och motivering . Men hur ska man handskas med undantagen? Och när blir något ett undantag (max 5% ?). Här blev ”grounded theory” en lösning, ett sätt att ta sig vidare i analysen, eftersom avvikelserna också används i metoden.

Grounded Theory

”Grounded theory” är en kvalitativ metod som är etablerad inom socialvetenskaperna, även inom organisationsämnet. Glaser och Strauss utvecklade en metod att utifrån empiri kunna generera teori, ”grundad” teori (1967). Metoden har utvecklats sedan dess och det finns versioner som är förenliga med ”social konstruktion”. ”Constructivist grounded theory assumes that both the research process and the studied world are socially constructed through actions.”¹¹⁵

I bildanalysmodellen är beskrivningen och tolkningen uppdelad i två steg. I ”grounded theory” påbörjas först en ”kodning” av materialet. Kodningen ska vara förutsättningslös (open coding). Därefter kommer likheterna i form av olika kategorier att bli urskiljbara. Den (begynnande) teorin kommer att framträda i materialet (emerging theory). Det finns ett värde i att söka olikheter: Avvikelser eller undantag från mönstren har en funktion. De är viktiga för att testa den framväxande teorin; håller teorin för exempel som avviker? Det är ett sätt att uppnå teoretisk mättnad (theoretical saturation), som innebär att man kan se materialinsamlingen som tillräcklig; de avvikelser som framkommer påverkar inte teorin nämnbart. Det krävs en öppenhet inför data, och omkodningar och omprövningar av koder och begrepp. Metodens tillvägagångssätt handlar om ständiga jämförelser (constant comparisons). Processen är cirkulär, nya data kan t ex förändra kategoriindelningen.¹¹⁶

Den problematik som jag beskrev ovan utifrån semiotik, om den ”teoretiska” bilden, diskuterar Södergren indirekt genom att tala om bredd respektive djup. ”Genom att bygga upp kunskap om det som är vanligt når man gradvis även en förmåga att

¹¹⁴ Sjölin s 40-1.

¹¹⁵ Bryant och Charmaz, (constructivist) ”Grounded theory” s 376. Om Barney G. Glaser och Anselm L. Strauss s 374 ff. Södergren s 10 ff om Glaser och Strauss.

¹¹⁶ Se t ex Södergrens kapitel om ”grounded theory”. Bryant och Charmaz ”Grounded theory”. Även inom annan kvalitativ forskning, finns det en poäng i att söka motstridiga exempel. Heidi Julien, ”Content analysis” s 120 ff.

urskilja det intressanta, ovanliga och problematiska, en färdighet som är svårare att nå vid studiet av ett litet antal fall.”¹¹⁷

Inom ”grounded theory” närmar man sig alltså (insamlad) data utan hypoteser och även utan teori. Denna teorilöshet kan framstå som en positivistisk illusion, alla har förkunskaper, inte minst forskare. Detta problem har uppmärksammats av flera forskare inom ”grounded theory”, som menar att det är viktigt att medvetandegöra sina förföreställningar (sin ”bias”), lösningen är snarare självreflektion och andra personers reflektion eller kritik.¹¹⁸ Annan teori och forskning kan alltså användas som data och i teoriutvecklingen försöker man att inkorporera både data från den egna studien och från litteraturen. ”Med en Grounded Theory-ansats kan teoriarbete således betraktas som ett slags ’kompletterande empiri’”.¹¹⁹ ”Fokus ligger på upptäckandet (’discovery’) av nya samband, begrepp eller förklaringar.”¹²⁰

I den här studien kommer den ”teori” som genereras att vara av mer hypotetisk karaktär. Det beror framför allt på att arbetet har kommit olika långt när det gäller de olika kategorierna och undantagen som återfinns i bilderna. Frågan när man har uppnått ”teoretisk mättnad” är i sig en komplicerad fråga. Södergren tar upp denna problematik i detalj och konstaterar att teoretisk mättnad inte är ett absolut begrepp, utan måste vara en gradfråga. Och att de olika delarna av teorin har uppnått olika grad av teoretisk mättnad. Det tillkommer hela tiden nya aspekter och nya teorier. Det är snarare ett problem att veta när man ska avsluta datainsamlingen.¹²¹ Frågan om den genererade teorins vetenskapliga status, som generaliserbarhet, är föremål för diskussion: Är det ”hypoteser”, (substantiella) ”teorier” etc? Det är viktigt att den kunskap som genereras åtminstone är tillämplig på den empiri ur vilken den genererats (substantiell teori). Hypotesernas eller teorins generaliserbarhet kan testas i efterhand (genom falsifiering).¹²² ”Frågan om generaliserbarhet kan ersättas med överförbarhet. Den genererade teorin bör kunna användas och vara till hjälp i likartade situationer.”¹²³ Den teori som genereras i en ”grounded theory”-process bör ”inte ses som en definitiv teori utan är ett steg i en pågående kunskapsutvecklingsprocess.”¹²⁴

Kvalitet i arbetet kan bedömas på flera sätt, t ex ”att arbetet har lett till upptäckter av nya samband eller förklaringar (’discoveries’). Originalitet eller nyhetsvärde tillmäts stor betydelse. (Att vissa delar i en mer fullständig beskrivning uppfattas som välkända måste dock anses vara oundvikligt).”¹²⁵ Det är också viktigt ”att teorin skall anpassas efter data (’fit’). Data skall ej tvingas in i förutbestämda teoretiska kategorier

¹¹⁷ Södergren s 32.

¹¹⁸ Lisa M Given och Kristie Saumure ”Rigor in qualitative research” 795-6. Södergren om referenspersoner s 25.

¹¹⁹ Södergren s 201.

¹²⁰ Södergren s 11.

¹²¹ Södergren s 39.

¹²² Se t ex Popper enligt Björkegren.

¹²³ Södergren s 19-20, citatet s 20 enligt Johansson Lindfors 1989.

¹²⁴ Södergren s 20. Se även s 41-2 om detta stycke.

¹²⁵ Glaser och Strauss 1967, Glaser 1978 enligt Södergren s 20.

eller modeller.”¹²⁶ I kvalitativa studier kan kvaliteten i forskningsprocessen bland annat beskrivas genom begrepp som ”credibility”. ”Credibility can be defined as the confidence that can be placed in both the data and the analysis. Credibility is synonymous with validity in quantitative research”.¹²⁷

I uppsatsarbetet har olika verktyg använts för att öka studiens kvalitet. Ett sätt att uppnå ”credibility” är att redovisa forskningsprocessen noggrant, vilket jag har försökt att göra.¹²⁸ (Själv-) reflexivitet är ett sätt att handskas med sina egna förföreställningar (se ovan). För att komma till rätta med min egen ”bias” har jag framför allt valt att visa ett antal bilder för andra personer (referenspersoner med Södergrens ord), som kommenterat dem och mina tolkningar, dels (fyra) personer som arbetar med bilder på olika sätt och dels (två) personer som forskar inom området organisation och kön. Ett annat sätt öka kvaliteten är att använda ”memos”, minnesanteckningar av olika slag, som dokumenterar processen. Memos användes i olika former.¹²⁹

Representationen av data är också viktig. ”Ett vägval i avrapporteringsfasen rör i hur hög grad forskaren skall svara för slutsatser och förenklingar på en högre analysnivå respektive låta data tala för sig själva.”¹³⁰ Jag har valt att göra både och. Dels formulerar jag några teoriförslag om bilderna på en hög analysnivå, dels väljer jag att visa data i form av ett stort antal bilder. De kan inte göra anspråk på att vara de mest typiska bilderna, men illustrerar bildmönster och kännetecken i materialet. Läsaren ska få en (egen) uppfattning om bilderna, få en förståelse för vad ord som ”leende” etc kan innebära och kunna få möjlighet att bedöma tolkningen.¹³¹ Att lyfta fram undantagen ger ”credibility”. Många bilder kan ses som exempel på de olika teorier och teman som behandlas i uppsatsen. Det anges inte alltid, läsaren får dra sina egna slutsatser.

Tillvägagångssättet

Om beskrivningen

Bilderna uppvisade stor homogenitet. Efter att ha gått igenom bildmaterialet upprepade gånger hade jag fått en uppfattning om vilka kategorier som verkade återkomma. Det ideala hade varit att skapa ett kodschema och koda alla bilder. Att koda ett material innebär många avgränsningar. Särskilt vissa kategorier öppnade upp för ett stort tolkningsutrymme. Andra variabler (som konststillhörighet) var mer lättdefinierade.¹³² Några exempel från materialet, där tolkningsutrymmet var stort, får illustrera problematiken.

¹²⁶ Glaser och Strauss 1967, Glaser 1978 enligt Södergren s 20.

¹²⁷ Julien s 121.

¹²⁸ Se t ex Given och Saumure ”Rigor in qualitative research”, ”transparency”, ”reflexivity” med mera s 795.

¹²⁹ Se Groenewald ”Memos and memoing”.

¹³⁰ Södergren s 17.

¹³¹ Södergren s 42-3.

¹³² Om kvantitativ kodning använd inom mediaforskning på större material, se van Zoonen, Ett problem, som van Zoonen tar upp, är ålder, s 70, det är svårt att se hur gammal någon är. Visserligen ska man göra en noggrann kodning enligt ”grounded theory”, men det är en ”kvalitativ” kodning.



Bild 1. Styrelse. Ordförande längst till vänster. Vd nr 2 på översta raden. Bakgrunderna i porträttbilderna är färgade i gula toner. Kvinnan i mitten har fått en rosa bakgrund.

Det var vanligt att personerna på bilderna log och skrattade. Men vad som faktiskt är ett leende är inte så entydigt, det finns kvalitativa skillnader som måste tydas. På ett grupporträtt blir frågan också hur många som måste le eller skratta för att bilden som helhet ska kodas som "leende". På de passfotoliknande presentationerna arrangerade i grupp blir det samma problem. Och även om varje person ska kodas för sig kvarstår frågan om vad ett leende är.

De flesta män har kostym, men på vissa bilder ser man inte både byxor och kavaj, och kan inte veta säkert om det är en kostym (eller två separata plagg). Ska man koda de bilder där endast överkroppen syns, för sig, och ha bilderna i hel- och trekvartsfigur för sig? På grupporträtt ser man vissa personer i helfigur, medan andra endast syns delvis i bakgrunden, hur ska en sådan bild kodas? Och hur är det med detaljerna, måste t ex alltid slips ingå i "kostym-kittet", skjortan vara ljus och skorna ha samma färg som byxorna?

Arbetstagarrepresentanterna i styrelsen var också svåra att kategorisera. Bland de personer som avvek i klädsel och stil, var flera arbetstagarnas företrädare. Men många avvek inte bildmässigt, de smälte in i styrelsen med likartad klädsel och stil. De borde undersökas för sig, trots att styrelsen är en helhet. Två tendenser går att se, åtminstone bland de manliga arbetstagarrepresentanterna, de är lika eller avvikande, en kategorisering som inte är särskilt uttömmande, men ändå: Var går gränsen "lik" och "avvikande"?

Arbetet med att koda bilderna blev alltför omfattande för en uppsats av den här storleken, därför valde jag att göra upprepade genomgångar av materialet för att hitta

dominerande bildmönster.¹³³ Det betyder att bildernas karaktäristika dels är mycket allmänt formulerade, t ex ”leenden”, och det betyder att de inte är kvantifierade, t ex hur många procent av bilderna där alla ler.

Om undantagen

Det finns dessutom undantag av olika slag som behöver hanteras vid beskrivningen. Det handlar om att se mönster i bilderna, att de avviker på vissa sätt är självklart. I slutet av uppsatsarbetet blev ”grounded theory” en grund för att komma vidare i analysen, det gav en möjlighet att arbeta med undantagen. Här följer ett exempel från arbetet med avvikelser från bildmönstren:

Männen bär kostym, med skjorta och slips, men det fanns några undantag från detta mönster, framför allt har inte alla slips. I gruppbilderna var inte avvikelserna så framträdande och det fanns en möjlighet att dessa personer var arbetstagar-representanter, men det var särskilt påtagligt i de enskilda bilderna av vd. Dessa avvikelser skulle kunna vara ett problem för den framväxande teorin att alla ledare, framför allt vd, bär kostym och slips; kanske är inte normen så stark? I ett nästa steg granskades dessa avvikelser närmare. Det fanns fem bilder (företag nr 7, 49, 55, 62, 71) där vd visserligen uppträder utan slips med eller utan kostym, vid ”vd har ordet”, men samtliga har slips och kavaj/kostym när de uppträder som medlem av styrelsen. Vad som verkade vara avvikelser från bildnormen bekräftade istället normen. Samtliga vd visar att de visserligen kan uppträda lite okonventionellt, men att de accepterar och följer normerna. I tre bilder avvek vd konsekvent. En person bär vit skjorta (se bild 1 med styrelsen. I ledningsbilden har de andra en liknande stil, det kan ses som en lokal norm), den andra vd:n har skjorta och kavaj, men ej slips (där finns ej bilder av styrelse och ledning), den tredje avviker däremot mer konsekvent, genom att bära vinröd tröja och rödrutig flanellskjorta (företag nr 13, 31 och 32). Analysen skulle kunna fördjupas ytterligare.

Det fanns inte utrymme att gå in på alla avvikelser varken i beskrivningen eller i tolkningen. De undantag som har bidragit på något sätt till tolkningen har inkluderats i uppsatsen.

Om tolkningen

I den första delen av tolkningen diskuteras alltså bildernas plats i en större bildtradition, olika genrer och bildkategorier går igenom och årsredovisningarnas bilder jämförs kortfattat med dessa. Diskussionen om olika genrer och bildtyper används genom hela den andra delen av tolkningen. De teoretiska utgångspunkterna vidarutvecklas utifrån empirin; de fördjupas och relateras till annan teori inom andra discipliner. Teorierna relateras direkt till bilderna. Det finns en poäng att redogöra för teorin i samband med att bildmönstren diskuteras, för att kunna visa på sambanden mellan olika teorier och för att det ska bli tydligare för läsaren. Detta illustrerar också själva arbetsgången bättre (grounded theory). Hela processen har i praktiken varit ett växelarbete mellan beskrivningar, kategoriseringar och litteraturstudier.

¹³³ Anja Hirdman s 22 ff.

Under studien har jag gång på gång märkt hur jag har rört mig mellan att syssla med tecknen och referenterna, det är lätt att blanda ihop dem. Det vill säga, studien ska handla om bilderna, tecknen, inte om referenterna (som finns i verkligheten). Det är viktigt att hålla isär de här två nivåerna. Om man inte gör det riskerar man att fastna i fotografins magi: Att det är som om man hade verkligheten framför sig.¹³⁴ Samtidigt, som Sjölin, Solomon-Goudeau m fl skriver, påverkar de varandra. Sambandet är inte att bilden enbart avbildar, den skapar också.

¹³⁴ Jämför Solheim, om att sammanblanda kartan med terrängen s 15-6. Men jag är i gott sällskap, Sonesson skriver om Barthes kända analys av Panzanireklamen, att han gör just detta, lämnar bilden och analyserar referenterna istället s 192 ff.

Beskrivning av bilderna

Från 87 årsredovisningar valdes bilder av vd, styrelseordförande, styrelse och företagsledning: Mönstret är att vd framträder i början av årsredovisningen, med en egen text och med porträtt, under en rubrik som "Vd har ordet", "Koncernchefens kommentar" e l. Styrelse respektive ledning presenteras, med namn och annan kortfattad information och bild, i slutet av årsredovisningen. Det totala antalet bilder borde alltså vara runt 260, det exakta antalet beror på hur man räknar, vissa porträtt är små, mindre än passfoton, och sitter i grupper, andra är regelrätta grupporträtt; ibland visas vd med en bild, ibland med fler. Det finns även exempel på andra indelningar, men i beskrivningen söks de generella bildmönstren. Dessutom förekommer det fler bilder (med andra motiv) som kompletterar porträtten på samma uppslag. Om alla bilder medräknas blir antalet bilder cirka 300. Det kan också finnas fler personbilder inne i årsredovisningen.

Förutom vd har styrelseordförande en framträdande roll som en viktig ledare. Vid tio tillfällen framträder styrelseordförande i egen person efter vd:s framträdande (i några fall även före vd, i något fall tillsammans med styrelsen), med en egen text och bild, bilden kan vara av samma format och stil som vd-bilden eller annorlunda. Styrelseordförandes centrala plats som ledare bredvid vd, kan även markeras t ex genom att de båda har framträdande placeringar i grupporträtten. Styrelsen som grupp består av flera personer som inte har samma positioner, förutom ordförande och ordinarie ledamöter, finns det arbetstagarrepresentanter, vd ingår förstås i ledningen och oftast i styrelsen också (se avsnittet om ledare). Det kan finnas andra skäl till att positionerna inom grupperna är olika.

Mönster i bildmaterialet

Bilder

Fotografier

Text och rubriker: vd styrelse och ledning

Vd presenteras ensam

Styrelse och ledning presenteras i grupp

Män och enstaka kvinnor

Kroppar och kroppsspråk: Upprätt ställning

Leenden och andra ansiktsuttryck

Blickar mot betraktaren/kameran eller andra personer i bilden

Klädsel och stil: Kostymer

Bakgrund: Anonyma bakgrunder eller kontors- och arbetsmiljöer

Enstak attribut från arbetet

Ljusa och mörka partier

Likartat bildspråk och layout i bilderna (särskilt inom gruppen)

Bilder

Styrelser, vd och ledning presenteras med bild eller porträtt. Terminologin om porträtt kan ge en uppfattning om hur man kan beskriva och närma sig bilderna, helfigur, bröstbild, profilbilder m m.¹³⁵ Bilderna är fotografier, de flesta i färg, men det finns även svartvita. Bilderna är i storlek mellan en hel A4-sida till mindre än ett id-kort. Det är olika i format (t ex rektangulära, eller utan bakgrund, att personen syns mot textsidan), och de är av mindre eller större format. Själva årsredovisningen är i A4-format, eller något mindre, det förekommer även A5. Papperskvaliteten är påkostad, det är inte tunna papper som i tidningar och veckotidningar. Bildkvaliteten är generellt god.

Text och rubriker: Vd, styrelse, ledning

Det är texten, rubrikerna och sammanhanget som gör att vi vet att detta är "ledare". Namnen finns alltid angivna, vilka de är och om de är styrelseordförande, vd, arbetstagarrepresentant etc. Det kan också finnas ytterligare information, position (personalchef o d), födelseår, utbildning (civilingenjör, professor, gymnasieutbildning o d), aktieinnehav, hur länge de har arbetat i företaget och liknande. Vd har en egen rubrik, "vd har ordet" e l. Några årsredovisningar är på engelska.



Bild 2, styrelse. Nr 1 är ordförande, nr 7 är arbetstagarrepresentant och nr 8 är vd.

¹³⁵ Terminologin för att beskriva bilderna som porträtt är i första hand hämtad från Solfrid Söderlind. De kan delas in i enkel- och dubbelporätt, och gruppbilder Söderlind s 230 ff. Det finns också bröstbilder (en del av axelpartiet syns), midjeporätt, knästycken (bilden beskuren vid knäna), helfigursporätt; ansiktet kan visas i olika vinklar, profilbilder, en facebilder eller fasbilder (halv eller kvartsfas); den avbildade kan vara i en fryst rörelse eller i vila (ibid s 147 bl a) o s v.



Bild 3, styrelse. Ordförande överst till vänster. Vd ser mot oss, som nr två på andra raden. De fyra sista personerna är arbetstagarnas representanter.

Vd presenteras ensam

Vd framträder ensam i början av årsredovisningen och får stort utrymme att tala själv. Han återkommer sedan i gruppbilderna, ibland både i styrelsen och i ledningen. Dessutom presenteras vd ibland med flera små bilder eller med andra kompletterande bilder.

Gruppbilder

Styrelse och ledning visas i gruppbilder, eller i flera mindre bilder, som dock är placerade i "grupp". Där brukar porträtten vara lika stora och utformade på samma sätt. Det finns också kollage där personbilderna är olika stora och placeringen kan skilja sig åt. I grupporträtt gestaltas relationer och positioner; det händer att ordningen eller uppställningen i grupporträtten på olika sätt ger vissa personer, som styrelseordföranden eller vd, en särskild plats, jag har inte undersökt bilderna konsekvent med avseende på detta, men det har antagligen betydelse. Det förekommer också bilder där vd eller ordförande *inte* markeras. De flesta har blivit (eller ser ut att ha blivit) fotograferade vid ett särskilt tillfälle, t ex att alla poserar framför samma bakgrund eller i ett gemensamt grupporträtt.

Män och enstaka kvinnor

Det är nästan enbart män på bilderna. Kvinnorna finns i styrelse eller ledning. Alla vd är män. Alla styrelseordförande är män, utom i ett företag (nr 29), där två kvinnor är ordförande i bolagets två delar. I vissa bilder finns inga kvinnor alls. Det finns några gruppbilder där kvinnorna är nästan lika många som männen (3 av 7 eller 2 av 5).

Kroppar och kroppsspråk

Det finns bilder av enbart ansiktet (där bakgrunden är bortskuren), bröstbilder och ända upp till helfigursbilder. Större delen av kroppen är täckt med kläder, ansiktet syns alltid och ibland även händerna. Männen ser ut att vara från 30-årsåldern och uppåt, de flesta i femtioårsåldern. De är vita eller ljushyade. De har inga synliga handikapp, eller hjälpmedel och de är relativt normalviktiga. Kvinnorna liknar männen i dessa avseenden.

Det är tydligt att personerna visas upprätta, stående eller sittande, med ansiktet i fokus. I de små porträttbilderna kan man inte se om de står eller sitter. Det förekommer att personerna interagerar med varandra i grupporträtten eller med någon utanför bilden. Kroppsspråket har inte studerats i detalj, men några vanliga exempel är att stå och sitta bredbent, att ha händerna i fickorna m m. Sammantaget är männens kroppsspråk behärskat, men kvinnornas kroppsspråk är ännu mer tillbakahållet än männens.



Bild 4, ledning. Vd överst till vänster.

Leenden och blickar

Många, kanske de flesta, ler och en del skrattar. De flesta vänder sig mot kameran, betraktaren. Ibland vänder de sig mot varandra. I vissa bilder i dokumentär stil eller där de poserar för porträttet genom att interagera med varandra, ser de inte mot kameran, de är upptagna med något annat eller med varandra. Dessutom förekommer bilder med allvarliga eller mer avmätta ansiktsuttryck. Även kombinerat med bortvända blickar.

Kameravinklar och avstånd

Kameravinkeln (vårt blickperspektiv) är parallellperspektiv. Men det förekommer ovan- eller underifrånperspektiv. De flesta bilder är tagna rakt framifrån, men det finns bilder som är sneda. De flesta bilder är tagna i närbild eller på ett avstånd som innebär porträtt i halvfigur upp till helfigur. I enstaka bilder är avståndet långt, men det finns också närbilder.

Klädsel och stil

Männen har likartad klädsel och stil. Mörk kostym, ljus skjorta, slips, mörka skor. Det förekommer också byxa med avvikande kavaj och kostym utan slips. På ett flertal bilder har någon eller alla tagit av kavajen (den kan finnas med i bild, de kan bära kavajen, ha den på en stol). I princip alla har en kort, välklippt frisyr, de är slätrakade (skägg och mustasch är mindre vanligt), med en "naturlig" osminkad look, de har smycken i form av möjligen vigselringar, slipsnålar, klocka och/eller glasögon, näsduk i bröstfickan liksom några små märken med för mig okänd betydelse förekommer också. Det kan vara svårt att se alla detaljer.



Gående från vänster: Tapio Kultinen, Lars Wallén, Bo Heyman, Susanne Löfås-Hällman, Gert Karnberger, Rolf Andersson, Mats Bortas och Ola Aurlande.

Bild 5, större delen av företagsledningen. Vd nr fem från vänster. Kvinnan har inte tagit av sig kavajen. Hon håller sin arm nära intill kroppen, den arm som inte syns kanske bär en handväska? Kvinnan är lite inträngd mellan männen. Männens kroppsspråk är mer expansivt eller avslappnat.

Kvinnorna har inte samma klädsel och stil som männen; det finns två tendenser: Att de har en feminiserad variant av männens stil; de avviker ändå genom övrig klädsel, frisyrier (de har inte samma korta frisyr som männen), sminkning etc, så pass att deras könstillhörighet görs tydlig. Den andra tendensen är att de avviker mer markant, t ex genom feminint kodade klädesplagg, som kjol, sjal, décolletage, smycken eller färgval. Arbetstagarrepresentanternas klädsel har inte undersökts närmare, men lite förenklat tycks det finnas liknande tendenser som hos kvinnorna, att de (om de är män) är mycket lika de ordinarie styrelseledamöterna (närmast identiska), eller att de avviker, t ex med avseende på klädesplagg eller frisyrier, ibland bara i små detaljer, ibland mer radikalt. Kvinnorna som är arbetstagarernas företrädare tycks visa ett liknande mönster.

Bakgrunder och attribut

Bilderna visar alltså människor i fokus, den övriga delen av bilden kallar jag helt enkelt bakgrund, det kan också finnas olika föremål eller attribut. ”Seendet är konstruerat så att man i allmänhet sorterar in det som är i synfältet i förgrund och bakgrund.”¹³⁶ Miljön eller bakgrunden kan vara otydlig, t ex kan en vägg antydast, ett rum, eller det skulle kunna vara en skärm, som hos fotografen. Desutom finns det kontorsmiljöer d v s arbetsplatser. Ibland är det en utomhusmiljö. Förutom kontorsmiljöerna finns det ibland en mer direkt koppling till det specifika företags verksamhet, t ex genom att företags produkt förevisas eller skymtar i bakgrunden. Det förekommer några mer avvikande miljöer och attribut, som oftast får sin direkta förklaring av företags produkt eller verksamhet.

Likartat bildspråk och layout

Bilderna är ofta i samma stil, d v s samma format, samma bakgrund/plats, färgskala etc; d v s att alla i styrelsen (eller ledningen) presenteras på ett likartat sätt, t ex att alla

¹³⁶ Eriksson och Göthlund s 39.

porträtten kan ha en ram i samma färg. Men det förekommer också olika porträttbilder, som hålls samman på annat sätt, i ett kollage och/eller att de tonas i samma färgskala. Bilden av vd kan avvika, den är ofta större och det kan finnas skillnader i kroppsspråk, bildutsnitt, eller bakgrund/plats. Även styrelse respektive ledning kan presenteras på olika sätt (t ex den ena i ett grupporträtt, den andra i flera små bilder).

Ljusa och mörka partier

Det är en begränsad färgskala i bilderna. Det påverkas av att de till stor del upptas av ansikten (i färg i första hand, men ljusa) och av de klädda kropparna, som oftast består av mörka kostymer. I halv- till helfigursbilder dominerar alltså de mörka färgskalorna. Men där kavajerna har tagits av, blir färgskalorna ljusa genom de ljusa skjortorna. Vissa bilder har beskurits och visar endast ansiktet och en liten del av hals- eller axelparti; de är förhållandevis ljusa. Det finns också svartvita bilder, där färgskalan alltså har snärvats in ytterligare. Bakgrunderna är oftare ljusa än mörka. De ljusare partierna (ansikte och skjorta framför allt) finns alltså oftast i den övre delen av bilden, medan de mörkare partierna är i den nedre delen. I bröstbilden kan det skapas en ”trekant” med den mörkare kostymen som bas, och det ljusa ansiktet över. I grupporträtten kan de mörka kropparna bilda en liknande bred, rektangulär bas. Vd ensam, särskilt i helfigur eller i rörelse, bildar snarare (mörka) vertikaler.

Kvinnornas klädsel kan utgöra en avvikande färgklick. Liksom slipsarna. Starka färger kan också läggas till som bakgrund eller utanför bilderna, t ex som ramar. Det är enhetliga bilder, de är inte röriga, men det kan finnas rörelse, även i de små porträttbilderna, inte enbart genom att personerna rör sig, utan genom layout, sneda kameravinklar, bakgrunder med rörelse o s v.

Sammanfattning

Bilderna av vd, styrelse och ledning visar män i liknande klädsel, mörk kostym, skjorta och slips, kort hår, vårdad look. De ser mot kameran/betraktaren och ofta skrattar och ler de. Kameraperspektivet är parallellt, jämlikt. De visas på liknande sätt, enhetligt. Ibland finns det en direkt koppling till verksamheten, det som just detta företag sysslar med. Enstaka kvinnor finns, som avviker mer eller mindre från männen. Vd visas ensam, medan styrelse och ledning visas i grupp. Färgskalorna är ljusa (ansiktena), i övrigt domineras de av få, mörka färger, vilket de svart-vita bilderna förstärker. Bröstbilderna och grupporträtten kan vara utformade med en mörk, stabil bas. Det finns också rörelse i flera bilder, som dessutom kan tillföras utifrån, genom ljus, bildutsnitt etc.

Tolkning del I:

Vilken sorts bilder är årsredovisningens bilder?

Först diskuteras kort frågan varför det är väsentligt att undersöka olika bildkategorier eller genrer. Därefter följer en presentation av olika bildtyper och genrer och en jämförelse med årsredovisningen och bilderna där; genomgången avslutas med en sammanfattande diskussion där begreppet realism utvecklas. De bildtyper och genrer som diskuteras är fotografier, bilder för identifikation, porträtt, veckopressbilder, reklambilder och årsredovisningsbilder, som en egen genre.

Varför räcker det inte att bara se bilderna som ”bilder”? Därför att kontexten påverkar innehållet, vilket är en central tanke inom semiotiken (se ovan); att diskutera kontexten bidrar till tolkningen. Om man ser bilderna som reklam respektive konst eller något annat, placerar man bilden i ett sammanhang, i en situation, med olika sociala funktioner o s v. Det vill säga i en speciell kontext som i sin tur påverkar tolkningen. Sonesson skriver att bildanvändningen i sig kan tillföra bilden beydelser. ”En given bild är kanske inte öppen för alla användningar, men den lånar sig för många olika sådana”¹³⁷

Inför ett verk eller en bild ”frågar semiotiken först och främst vad detta har gemensamt med alla bilder och med vissa kategorier av bilder till vilka det kan tänkas höra”¹³⁸ Bildsemiotiken sysslar med frågan ”hur olika slags bildtecken skiljer sig åt.”¹³⁹ Vad karaktäriserar t ex fotografiet, vilka egenskaper avgränsar olika kategorier av bilder? Det finns alltid vissa förväntningar på hur en bild inom en viss genre eller avsedda för en viss funktion ska se ut. Normer eller bildkonventioner som kan vara uttalade eller outtalade. Dessa normer är särskilt beroende av andra bilder som producerats tidigare.¹⁴⁰ Det finns ingen anledning att göra skillnad på konst och icke-konstnärliga bilder, utom när det gäller kontexten.¹⁴¹ Solomon-Godeau skriver om kontextens betydelse för tolkningen när det gäller fotografier: Är det ett foto i en dagstidning, veckotidning eller på ett konstmuseum? Detta påverkar innehållet.¹⁴² Men de olika bildkategorierna är också influerade av varandra. Bilder ingår ofta i större helheter, som i modereportage med flera bilder.¹⁴³ I sin porträttstudie har Söderlind som utgångspunkt att porträtt måste studeras i en social kontext, och att det är viktigt att klarlägga i vilka situationer porträttet används.¹⁴⁴ Inom media används också begreppet *genre*. Att beskriva en genre handlar om ”att förstå de konventioner som under en bestämd tid skapar olika genrer och ger dem stabilitet.”¹⁴⁵ Det gör att en

¹³⁷ Sonesson s 98 och citatet 181.

¹³⁸ Sonesson s 12.

¹³⁹ Sonesson s 46.

¹⁴⁰ Sjölin s 175, Sonesson s 28, 109, 115.

¹⁴¹ Sjölin s 8. Eriksson och Göthlund s 10 ff.

¹⁴² Solomon-Godeau s xxix.

¹⁴³ Eriksson och Göthlund s 10.

¹⁴⁴ Söderlind s 34.

¹⁴⁵ Anja Hirdman 2002 s 44.

genre kan förstås av publiken och skiljas från andra (t ex en komedi från en western).¹⁴⁶

Texten¹⁴⁷ styr också tolkningen av bilden; rubriken ”ger en allmän identifikation av bildens motiv”.¹⁴⁸ Inom medieforskning har relationen mellan text och bild analyserats, och man har intensivt diskuterat frågan, ”kommer bildens betydelse ur dess kontext (text, medietyp, tidsanda) eller finns den redan i bilden själv?”¹⁴⁹ Inom konstavetenskapen har å andra sidan *olika* metoder för bildanalys utvecklats, Sjölin ger exempel på tolkningens olika grunder, som olika kontexter att välja mellan: Bilden i sig, konstnär/upphovsman (intentioner), betraktare/kritiker m fl (perceptioner), sammanhanget/historien m fl.¹⁵⁰ Kontexten som bas för tolkningen kan alltså existera på flera olika plan. Helheten påverkar de enskilda delarna, de gränsdragningar som görs kommer att påverka tolkningen. Inom vilken kontext ska tolkningen göras? Hur ska kontexten begränsas?¹⁵¹

Den centrala frågan inom semiotiken, hur man ska nå från uttryck till innehåll besvaras delvis av vilken sorts bilder det är: Kopplingen mellan uttryck och innehåll påverkas. Att undersöka bildens kategori- eller genretillhörighet är ett sätt att närma sig innehållet.

Fotografier

Fotografiet har en annan status än bilder tillverkade med andra tekniker, det har en närmare relation till den s k verkligheten, och därmed till ”sanning”. Fotografiet brukar ses som ett direkt avtryck av verkligheten, ”det är som om man stod inför verkligheten själv; uttrycket har med andra ord blivit inte bara genomskinligt utan direkt *osynligt*.”¹⁵² Det vill säga att vi är omedvetna om mediet och bara ser innehållet (vad det föreställer).¹⁵³ Föreställande bilder, särskilt fotografiet, är det tecken som tycks förkroppsliga idén om likhet, d v s ikonon, skriver Sjölin.¹⁵⁴ Men det finns flera forskare som menar att fotografiet tvärtom framförallt bygger på närhet, index, tecken som står i nära, direkta, kanske kausala förhållanden, till det som de betecknar, alltså själva fotografitillfället då bilden blev till. Idag anser de flesta att fotografiet är både ikoniskt och indexikalt och Sjölin framhåller att det handlar om olika funktioner som kan vara olika framträdande.¹⁵⁵

Fotografiet kan ha olika sorters sanningsanspråk, som ikonon, att vara likt verkligheten eller som index, att fotot ses som ett ”bevis” på att något har hänt eller

¹⁴⁶ Anja Hirdman 2002 s 44 ff.

¹⁴⁷ Ordet text används inte i semiotisk betydelse Sjölin s 173-4, Sonesson s 63, utan i vardaglig betydelse: skrift med bokstäver.

¹⁴⁸ Sjölin s 112, s 103 ff. Även inom media anses rubriken styrande för bildtolkningen, Hillesund refererad av Anja Hirdman 2002 s 25.

¹⁴⁹ Anja Hirdman 2002 s 26.

¹⁵⁰ Sjölin s 119 ff.

¹⁵¹ Sjölin s 64 ff, 166 ff, jmf Bal och Bryson.

¹⁵² Sjölin s 32.

¹⁵³ Sjölin s 32 ff.

¹⁵⁴ Sjölin s 94-5

¹⁵⁵ Sonesson s 70, 176. Solomon-Godeau förordet, s 169, 232-3. Sjölin s 97.

fanns, vid själva fototillfället, oavsett bildkvalitet, t ex snapshots eller övervakningskamera. Men Sjölin menar att fotografier *dessutom* bygger på konventioner, vilket vi normalt inte är medvetna om eftersom vi lärt oss dem.¹⁵⁶ Fotografins ”objektiva” karaktär kan ifrågasättas, å ena sidan är fotografiet något skapat av människan, å andra sidan har vi den yttre ”verkligheten”.¹⁵⁷ Vid en jämförelse är fotografiet: Tvådimensionellt, oftast förminskat/förstorat, involverar endast synsinnet, är statiskt/orörligt, utgör ett begränsat bildutsnitt av verkligheten, mer/mindre god färgåtergivning o s v.¹⁵⁸

Om verkligheten är ett teckensystem som vi måste lära oss att förstå, betyder det att det krävs inläring även när det gäller att se foton. Även sociologen Goffman menar att det är inlärd ”decoding practises” – vi lär oss att avkoda fotografier, på ett liknande sätt som vi lär oss att avläsa den tredimensionella verkligheten, vi lär oss att vara uppmärksamma på detaljer som är betydelsebärande.¹⁵⁹ Poängen här är att kontrastera föreställningen om fotografiets realistiska, objektiva karaktär, med att det är en konstruktion, en mänsklig skapelse: Det är en bild. Fotografier kan också bearbetas eller manipuleras med, det har man gjort sedan fotografiets barndom.¹⁶⁰

Bilderna i årsredovisningarna är fotografier. Jag menar att de hör hemma i en tradition där fotografiet ses som realistiskt, som en avbildning av ”verkligheten”, där fotot är taget vid ett särskilt tillfälle med verkliga personer (alltså både ikoniskt och indexikalt). Fotografiets retoriska funktioner förbises och de får en viktig men osynliggjord roll i att skapa verklighet. Den sociala konstruktionen av vd, styrelse och ledning pågår på många arenor, bilderna i årsredovisningarna är ett exempel på en ”(o-)synlig företagsledning”.¹⁶¹

Bilder för identifikation

Det finns porträttbilder som har som funktion att identifiera en person, som i ID-kort och pass, skriver Brilliant i sin bok om porträtt. Dessa bilder brukar ha tydliga och stränga krav, eller bildkonventioner. Ett exempel är ”the United States Immigration and Naturalization Service”: Ett nyligen taget fotografi, i färg, bestämda mått på bilden, högra örat ska synas (den vridningen av huvudet), etc. Ansiktet är viktigt för identifikation av en människa, konstaterar Brilliant, i sin bok om porträtt. Namn är också viktiga (för människans identitet), ”personhood, so strongly attached to names, faces, bodies, and roles”.¹⁶² Det finns gamla porträttkonventioner även för ID-bilden; det är en bröstbild, det viktiga är ansiktet, det anses tillräckligt för att identifiera personen. Genom att vrida bort huvudet blir ansiktet tydligare, men samtidigt inte lika psykologiskt nära (en bild taget rakt framifrån fungerar som en ”jag-du”-relation).

¹⁵⁶ Sjölin s 97.

¹⁵⁷ Sjölin s 96.

¹⁵⁸ T ex Sonesson s 138, 269-70, Sjölin s 96.

¹⁵⁹ Goffman s 11-2. Jämför Sjölin om Greimas ovan och om semiotik.

¹⁶⁰ Eva Dahlman om retuscherings av fotografier på 1870-talet.

¹⁶¹ Jämför boken *Osynlig företagsledning*, Sjöstrand m fl red.

¹⁶² Brilliant s 41 ff. Och Brilliant om ansiktets roll och identitet s 112, jmf s 29 ff, 46, 115.

Samtidigt syns en bit av axlarna, det är inte en nära "close-up", en sådan bild accepteras inte.¹⁶³

I årsredovisningarna finns det många porträttbilder med namn, som påminner om ID-kort eller snarare om skolkataloger o d, därför att bildkonventionerna i årsredovisningarna är inte så snäva som bilder med funktion för identifikation. Till exempel syns ansiktet ofta rakt framifrån, de kan skratta och le och det finns nästan alltid bakgrunder (inte enbart en vit fond). Blicken är riktad mot betraktaren och skapar en relation. Det finns dessutom många bilder som visar mer än ansiktet, ända till helfigur, gruppbilder och bilder med interaktion. Bildformaten är olika. Det finns också möjlighet att retuschera bilderna här, vilket kanske har skett, stilen är inte en ohöljd realism eller naturalism. Bilderna i årsredovisningarna fyller en viktig funktion genom att de befäster identiteten på flera sätt, namn, ansikten, kroppar och roller.

Porträtt

Porträttet är "en personavbildning utförd med hjälp av en bildteknik på ett visst material."¹⁶⁴ Porträttet har en utpekande funktion, vem det är. Namn är viktigt för porträttet.¹⁶⁵ När vi ser ett porträtt är det svårt att tänka på det som "bild" (eller konst), och att *inte* tänka på det som något annat, nämligen: Personen som avbildas. Det är en magisk effekt, skriver Brilliant.¹⁶⁶ Detta är en beskrivning av porträttet som liknar fotografiet: Att mediet tenderar att bli osynligt och att vi ser innehållet/betydelsen. I porträttet etableras och uttrycks en relation mellan porträttbilden och det mänskliga originalet. Denna relation brukar bygga på "likhet" (hur fritt tolkad denna likhet än kan vara). Men hur mycket eller lite likt måste det vara? Likhet handlar inte enbart om en yttre likhet, det handlar också också om individens "inre" egenskaper, om "personlighet", eller "identitet", kanske "själ". Men hur visas en persons "inre" i en bild? Porträtt har ofta haft som mål att visa en sorts central "kärna" hos människan och olika konstnärer har försökt lösa detta på olika sätt, till exempel med olika attribut. Personlig identitet är en "ambiguous constant",¹⁶⁷ identitet kan t ex förändras över tid, genom åldrande eller olika roller.¹⁶⁸

I den sociala världen har man en identitet, eller ett "själv", som man skapar själv och/eller tilldelas. I porträttet görs det sedan en gång till. Detta kompliceras ytterligare av att en person till blandas in, konstnären/porträttören. För att kunna fabricera ett själv krävs det en sorts överenskommelse socialt, om olika roller. "To take someone for a 'something' – an artist, a leader ... - is to place that person within the categories established by consensus to locate members of a society in the familiar roles".¹⁶⁹

¹⁶³ Brilliant s 41 ff. Günther Kress och Theo van Leeuwen s 117 ff, och Brilliant om bilder som skapar en "jag-du"-relation s 43.

¹⁶⁴ Söderlind s 115, jmf Brilliant s 8-9.

¹⁶⁵ Söderlind s 21, jmf Brilliant s 29, 46, 112.

¹⁶⁶ Brilliant s 20, 23 ff, jämför Söderlind s 21.

¹⁶⁷ Brilliant s 59.

¹⁶⁸ Stycket bygger på Brilliant, särskilt introduktionen och "the Authority of the Likeness", se bl a s 9, 25, 59, 67, jämför även Lepperts kapitel om porträtt, om likhet och om den abstrakta "identiteten" s 153 ff och s 173 ff.

¹⁶⁹ Brilliant, citatet s 90 och t ex s 31, 45 ff, 89-90.



Bild 6, vd. En av företagets produkter i bakgrunden.

"Portraits reflects social realities. Their imagery combines the conventions of behaviour and appearance appropriate to the members of a society at a particular time, as defined by categories of age, gender, race, physical beauty, occupation, social and civic status, and class."¹⁷⁰ För en utomstående kan rollerna se identiska ut, "as exotics do to strangers."¹⁷¹ Man kan fråga sig, om det någonsin kan finnas något verkligt individuellt i porträtt, "some finite and unique quality that cannot be reduced to a social norm. If the habits, manners, and customs of a society establish all the possible roles for its members and all the factors by which anyone is known, what is left to portray but some specific application of a general proposition? Perhaps only the face remains as the true foundation of portraiture".¹⁷²

Porträttet har en lång historia. Och genom tiderna har det funnits olika porträttkonventioner som styrt framställningen. Till bildkonventioner hör poser, attribut och bakgrundsgestaltning. Till bildkonventioner hör t ex också frågan om man ska le eller vara allvarig.¹⁷³ Bland porträttbilderna finns förutom realism, andra konsthistoriska stilar t ex romantik och naturalism.¹⁷⁴ Skillnaden mellan traditionellt porträtt och fotografi handlar om *tid* menar Brilliant, fotografiet visar ett ögonblick,

¹⁷⁰ Brilliant s 11.

¹⁷¹ Brilliant s 109.

¹⁷² Brilliant s 109.

¹⁷³ Brilliant s 10-13.

¹⁷⁴ Söderlind s 117.



Bild 7, ledning. Avgående vd nr två från höger.

men porträtt brukar göra anspråk på att visa något mer stabilt, essentiellt hos personen. Därför har man också undvikit att visa starka känslor, de har setts som tillfälliga.¹⁷⁵

De officiella porträttstyperna ”är gjorda för att ha en representativ funktion”, skriver Söderlind.¹⁷⁶ Brilliant konstaterar att personer som har viktiga positioner i samhället och därför ofta får ha rollen som förebilder, brukar visa allvarliga män och kvinnor, som även publiken ska respektera och ta på allvar. Under 1900-talet har den tidigare gränsen mellan offentligt och privat brutits ned och det har påverkat porträttkonventionerna inom de två sfärerna. Även porträtt som är avsedda för privat bruk uppvisar en liknande formalitet, och tvärtom.¹⁷⁷

¹⁷⁵ Brilliant s 58, 110 ff.

¹⁷⁶ Söderlind s 116.

¹⁷⁷ Brilliant s 10-12.

För grupporträttet är det centrala problemet ”det kompositionella arrangemanget av figurerna. Ju fler personer som avbildas, desto mer accentuerades behovet av en ordnande princip.”¹⁷⁸ Brilliant menar att grupporträtt inte är en slumpmässig sammanställning av människor, viktiga relationer mellan dem gestaltas i uppställningen; det finns ett samspel mellan individen och gruppen; ”each person in the group contributes to, and draws from, the presentational dynamic of the whole. Some conformity to the norms of the group, whatever these might be, affects all members, forcing each person to evince some significant degree of participation”.¹⁷⁹

Sammanfattningsvis är begreppet ”likhet” viktigt för porträttet och det är viktigt med (förändringar av) idén om vad identitet är. Detta komplicerar porträttet och frågan om likhet – och realism. Trovärdighet är viktigt, i betydelsen att det ska vara ”realistiskt”, man ska känna igen den avbildade. Brilliant ägnar ett helt kapitel åt ”The Authority of the Likeness”, men samtidigt, som en motsats, innebär porträttet ”self-imposed disguises allowing the wearer to impersonate someone, even himself, in a favourable guise.”¹⁸⁰ Personen som porträtteras brukar vilja framstå i god dager. Därför finns det en tendens att undertrycka individuella egenheter.¹⁸¹ Söderlind skriver om ”porträttbildens genrespecifika problem, såsom strävan efter idealisering, personkaraktärisering och yttre likhet.”¹⁸² Diskussionen om realism och representation, kan avslutas med detta, att det finns samtidiga tendenser till likhet och idealisering.

Årsredovisningens porträtt hämtar konventioner både från officiella bilder och privata, vilket inte är ovanligt i dagens porträtt. Porträttkonventioner kan förklara att de ser in i kameran och även att de skrattar och ler. Det finns också utrymme för ett ledigare kroppsspråk, än i de officiella porträtten. Men det finns också porträtt som är mer formella, med allvarliga ansikten och på flera sätt liknar de porträtt som ska skildra högt uppsatta personer. Starka känslor visas inte, vilket kan förklaras av porträttkonventioner, att det ska visa något mer essentiellt hos personen, men också att personerna ska framställas med värdighet. De iklär sig sina roller eller identiteter, här är de i första hand vd m m, representanter för företagen, inte privatpersoner, även om deras leenden och skratt och blicken stadigt i kameran, kan skapa en känsla av närhet. Porträtt reflekterar en social verklighet, med rådande konventioner. Årsredovisningens bilder är alltså viktiga kunskapskällor.

Veckopressbilder

Det finns många olika sorters tidningar inom veckopressen, men de har en sak gemensamt, de kännetecknas av ett ”personligt tilltal”. Det kan skapas på flera sätt, också i bilderna. Veckopressens bildgenre är viktig därför att den har spridits till många andra medier. Anja Hirdman för en lång diskussion om de olika sorters realism

¹⁷⁸ Söderlind s 234-5.

¹⁷⁹ Brilliant s 93.

¹⁸⁰ Brilliant citatet s 113, s 110 ff. Leppert menar att porträtt handlar mindre om *vem* en person är, utan *vad* en person är, s 166-7.

¹⁸¹ Brilliant s 11.

¹⁸² Söderlind s 117.

som kännetecknar denna genre. Nyhetsbilder vilar på den dokumentära bildtraditionen, med dess objektiva sanningsanspråk, men även veckopressbilden har anspråk på sanning, det är viktigt för att vara trovärdig. För att uppnå trovärdighet behöver det som vi läser eller ser vara förståeligt för oss. Materialet kan sägas vara hämtat från verkligheten (liksom nyhetsbilden) eller det kan ge igenkänning med personer och händelser. Det personliga tilltalet är ”uppbyggt kring igenkänning och första steget i denna process är att det vi ser och läser om uppfattas som plausibelt.”¹⁸³ Det är dels en informativ, dels en känslomässig form av realism.¹⁸⁴



Bild 8, vd.

Det handlar inte i första hand om ”att tillhandahålla objektiva sanningsbeskrivningar utan att nå fram, att ’inta’ mottagaren, att forma band av delaktighet, deltagande och gemenskap.”¹⁸⁵ Inom media är målgruppen mycket viktig för hur bilder och texter utformas. Det anses viktigt att skapa en känsla av tillhörighet med den tänkta målgruppen, det är viktigt att läsaren känner igen sig. Homosocialitet innebär i detta sammanhang att man skapar en könsspecifik gemenskap med läsarna. ”Det personliga tilltalet” är identifikationsskapande. Det finns olika sätt att tilltala publiken och i veckopressen finns det skillnader beroende på om publiken antas vara manlig eller kvinnlig, d v s ett homosocialt tilltal.¹⁸⁶

¹⁸³ Anja Hirdman 2002 s 43.

¹⁸⁴ Anja Hirdman 2002 s 17 ff, 28, 35 ff, 40-1. Goffman: för att uppnå trovärdighet behöver det vi ser vara förståeligt s 15.

¹⁸⁵ Carey enligt Anja Hirdman 2002 s 15.

¹⁸⁶ Anja Hirdman s 13 ff, 17-19, 24, 27, 38, 43. Kress och van Leeuwen, att när bilden skapar tilltal på olika sätt definierar den också betraktaren s 118.

En metod att skapa identifikation, tillhörighet och igenkännelse är att använda personbilder. Under 1900-talet har bildmaterialet ökat mycket i förhållande till textdelen.¹⁸⁷ I veckopressen är personbilden den vanligaste bildtypen. Bildens syfte är ”att skapa en mer direkt adressering och en personlig ton, där vi inte bara läser om, utan även kan se dem som ’talar’ till oss, eller se vad de gjort.”¹⁸⁸ Fotografiet används för att skapa en illusion om närhet. Det finns fler sätt att skapa relationer till betraktaren, t ex genom blickar, vilket kommer att beskrivas mer utförligt senare.

Årsredovisningar liknar veckotidningar och tidskrifter genom att det är ett tidskriftsliknande format. Papperskvaliteten är högre än i veckotidningar, som mer för tanken till en konsumtionsvara eller reklam. Årsredovisningarna innehåller både bilder och text som samverkar i läsarens tolkning, porträttbilderna är inte bara isolerade bilder. Rubrikerna blir viktigast här för förståelsen av bilderna. Homogeniteten, eller de tydliga bildkonventionerna, gör dem förståeliga och ger igenkännelse, vilket skapar trovärdighet och realism. Bilderna har ett personligt tilltal (vilket utvecklas närmare under rubriken Blickar och tilltal). Målgruppen är olika intressenter runt företaget. En utgångspunkt kan alltså vara att årsredovisningarna är utformade på ett sätt som skapar gemenskap med denna grupp, att läsarna känner igen sig etc: Det finns teman som identifikation och homosocialitet. Personbilderna fyller en viktig funktion i årsredovisningarna genom att skapa en personlig eller social relation till läsarna.

Reklambilder

”The task of the advertiser is to favorably dispose viewers to his product, his means, by and large, to show a sparkling version of that product: in the context of glamorous events. The implication is that if you buy the one, you are on the way to realizing the other”.¹⁸⁹ Ofta används bilder (fotografier), förutom text. Detta låter som en ganska snäv definition, men Goffman påpekar att också stater och organisationer, eller privatpersoner, har tillgång till och använder de bildverktyg en marknadsförare har. Det är alltså fel att säga ”that only advertisers advertise.”¹⁹⁰ Det finns olika begränsningar i reklamsituationen som påverkar uttrycket. Ofta måste till exempel bilden förstås av betraktaren snabbt. Inom reklam har olika bildkonventioner utvecklats för att handskas med dessa begränsningar. Goffmans utgångspunkt är att:

the job the advertiser has of dramatizing the value of his product is not unlike the job a society has of infusing its social situations with ceremonial and with ritual signs facilitating the orientation of participants to one another. Both must use the limited “visual” resources available in social situations to tell a story; both must transform otherwise opaque goings-on into easily readable form¹⁹¹

Med ”sociala situationer” menas tillfällen då människor är fysiskt närvarande inför varandra, men det kan även gälla en ensam person i en bild, genom betraktarens

¹⁸⁷ Anja Hirdman 2002 s 18, 28 ff.

¹⁸⁸ Anja Hirdman 2002 s 18.

¹⁸⁹ Goffman s 26, jämför Leppert, en liknande version av reklam s 3, Sonesson s 281 ff.

¹⁹⁰ Goffman s 27.

¹⁹¹ Goffman s 27.

MEDARBETARE



Bild 9, ledning. Vd i mitten.

närvaro blir det en "social situation". Personen på bilden är medveten om betraktaren och kommunicerar; bilden måste bli begriplig och meningsfull. På det sättet blir reklamens bilder som ett *skrivet språk*, där det *muntliga språket* är livets ritualer: "how social situations are employed as the scenic resource for constructing visually accessible, instantaneous portraits of our claimed human nature."¹⁹² Goffman undersöker "gender displays" och poängterar att de är enkla att använda i de här sammanhangen, för att de är lättfattliga för oss.¹⁹³

I årsredovisningens bilder finns det flera exempel på ritualiseringar, som underlättar förståelsen av bilderna. Den vanligaste är kanske "porträttkonventionen" (att sitta still och se in i kameran etc). Några av de mest tydliga ritualiseringarna, eller bildkonventionerna, finns i de bilder som visar "arbete". Det finns t ex grupporträtt med personerna sittande i ett möte, i telefon, i samtal o s v. Det här är tydliga ritualiseringar, men de kan vara betydligt mer subtila, och handla om blickar och leenden m m (detta beskrivs utförligt under enskilda rubriker). Den kanske *viktigaste* ritualiseringen är att mannen får "spela" ledaren, framför allt vd och ordförande (de högsta positionerna), en ritualisering som Goffman kallar "function ranking". I övrigt finns inte de övertydliga könsroller och skillnader mellan könen (gender display), som Goffman hittar i reklamen, tvärtom; men det är kvinnorna som efterliknar männen,

¹⁹² Goffman s 27.

¹⁹³ Goffman s 1, 27, 84, 8. "Kvinna" och "nationalitet" är de viktigaste betydelsebärande elementen i reklamen, menar en forskare; medan en annan framhäver att det är "män och kvinnor" och "sexualitet". Anja Hirdman 1996 s 7-9, refererar Judith Williamsson och Sut Jhally.

VD HAR ORDET



Bild 10, vd, första bilden.

både i klädsel och kroppsspråk. Det är tydligt att mannen är normen. Ett annat exempel från Goffmans studie som också återfinns här är "relative size", det är ett etablerat sätt att uttrycka en hierarki. Kvinnorna är ofta kortare än männen, kanske mindre också, det speglar hierarkin; men hierarkin kan också finnas eller uttryckas mellan män (tex bild 9).¹⁹⁴

Goffman kallar (det mesta av) reklamens bildspråk för "commercial realism"; betraktaren känner igen sig och engageras, även om det inte är en verklig värld, ungefär som på teatern. En skillnad mot "verkligheten", och även mot t ex porträttet, är att folk inte är (eller spelar) sig själva i reklamen. En annan aspekt är att det ofta är en idealiserad version av verkligheten som visas.¹⁹⁵ Men samtidigt bygger reklam på en form av *övertalning*, och på det sättet är den aldrig passiv, den framhäver vissa saker, och döljer andra.¹⁹⁶ Enligt Pollock arbetar kommersiella bilder som reklam med en "verklighetseffekt", där de skapar en illusion om en realistisk avbildning, samtidigt som de vädjar till fantasin.¹⁹⁷

Årsredovisningen kan ses som en del av företagets image. Reklam och annat tryckt material uttrycker företagets image tydligare än t ex arbetskläder.¹⁹⁸ Årsredovisningar är gratis, som reklam ofta är. De sprids som en "förbrukningsvara" (eller finns gratis på internet). Samtidigt är de påkostade, tjocka häften, papperskvaliteten är hög, de liknar mer tidskrifter än reklam. Men de innehåller betydligt mer material än det som krävs enligt lagen, både bilder och texter. Årsredovisningar kan ses som reklam eller marknadsföring, med tanke på målgruppen, där viktiga aktörer ingår, som man vill ska få en fördelaktig bild av företaget. Som reklam kan det viktigaste målet med årsredovisningens bilder vara att visa att de här personerna kan "leda" och "styra" (jmf bolagsstämman enligt Mörck och Tullberg). Enligt Goffman och Sonesson ska produkten förevisas och fördes med positiva egenskaper. Men vad är egentligen

¹⁹⁴ Goffman om "relative size" s 28-9 och "function ranking" s 32 ff.

¹⁹⁵ Goffman s 15, 8, 1ff, 23, 26 84.

¹⁹⁶ Anja Hirdman 1996 refererar Andén och Novak i sin beskrivning av vad reklam är s 7.

¹⁹⁷ Pollock s 448, i Sjölin red.

¹⁹⁸ Nickson och Warhurst.

produkten i bildernas fall? Är det själva årsredovisningen eller årets resultat etc? Är det företaget eller är det personerna, vd, styrelse och ledning? Vilken ”produkt” är det som ska framhävas? Goffman menar att om en känd person används i reklam för en produkt, kan man säga att de samtidigt ”säljer” varandra. Bilderna fyller i så fall en viktig funktion för företags image, samtidigt som årsredovisningarnas formella innehåll fyller en funktion för företagsledarnas image. Årsredovisningen kanske bidrar till ledarnas image som seriösa, hederliga, pålitliga eller viktiga, värderingar som återfinns bland ledaridealen (se avsnittet om ledare)?

I forskningen framstår reklambilden som komplex, den kan ses både som idealiserad och överklig eller realistisk. Som teater eller verklighet. Vi både tror och tror inte på den. I det här sammanhanget kommer upplevelsen av årsredovisningens bilder att påverkas även av andra aspekter, att bilderna *också* kan ses som porträtt, fotografi med mera, och av kontexten.

Årsredovisningen – en egen genre?

Årsredovisningen görs av olika företag enligt en viss mall, den ska åtminstone innehålla resultaträkning, balansräkning o d. De flesta företag har dessutom valt att inkludera bilder och annat material. Vid porträttbilderna finns det texter eller rubriker som också styr tolkningen. Detta kan ses som en del av årsredovisningens bildkonvention. Men betyder det att det är en egen genre? Ett sätt att definiera en genre är att den kännetecknas av olika ämnen, formalia och tilltal. Den är inte statisk utan beroende av t ex historisk tidpunkt och vilket sorts medieform (tal, bild ljud etc) som används.¹⁹⁹ Men bilderna är endast en del av årsredovisningens större kontext. För att kunna besvara frågan om årsredovisningen och/eller årsredovisningsbilderna är en egen genre behöver *hela* årsredovisningen studeras och sammanhanget omkring årsredovisningen.

I studien ”Catwalk för direktörer”, har forskarna varit på bolagsstämmor. De diskuterar hur företagen försöker kontrollera stämmorna, och de problem som kan uppstå, t ex storbildsskärmar som visar ofördelaktiga detaljer, aktieägare som säger och gör oväntade saker etc.²⁰⁰ I målgruppen för redovisningen ingår flera aktörer som är viktiga för företaget, aktieägare, kunder, långivare etc. Det är troligt att det delvis är samma målgrupp som för bolagsstämman och att företaget har liknande målsättningar. När det gäller bolagsstämman menar Mörck och Tullberg att det viktiga är att skapa *förtroende*, att visa att man är lämpliga ledare och att ge ett ”lämpligt” intryck på media.²⁰¹ Till skillnad från bolagsstämmorna kan årsredovisningar kontrolleras i högre grad. Det är därför rimligt att anta att årsredovisningarna visar en bild som ligger närmare företagets önskemål, eller ideal. Genom att införa bilder i årsredovisningarna tillför man något visuellt; bilden måste alltså ensam visa ledaren, förutom texten, men jämfört med t ex bolagsstämman finns det inte tillgång till rörelse, röst, tal, humor etc. De *måste* välja det visuella.

¹⁹⁹ Bruhn Jensen enligt Anja Hirdman s 46, se också s 44 ff.

²⁰⁰ Mörck och Tullberg s 4, 12 15.

²⁰¹ Mörck och Tullberg s 4, 12 15. Om att skapa förtroende etc s 11, s 20 ff.

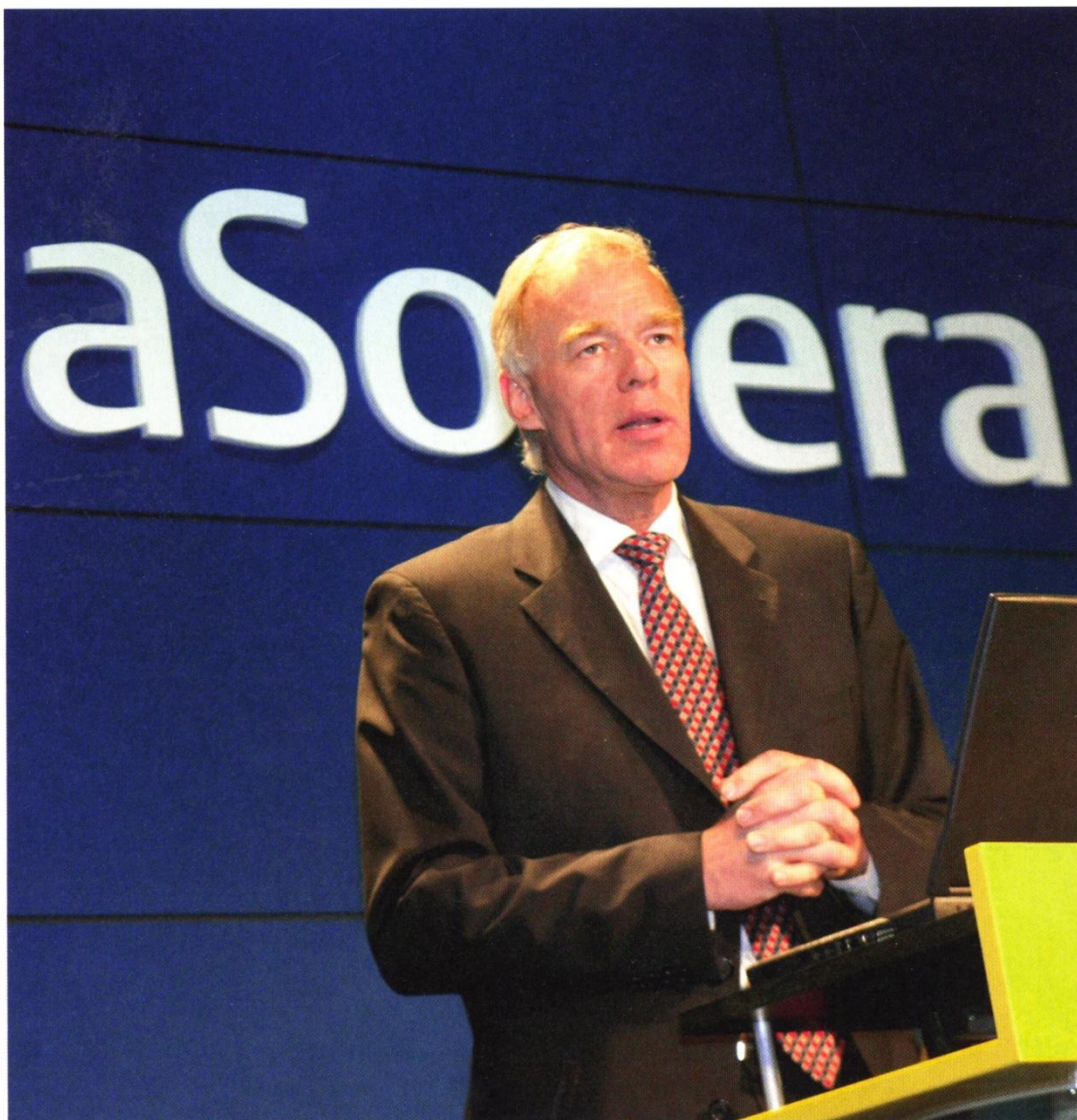


Bild 11, vd.

I denna bild, som skulle kunna vara hämtad från bolagsstämman, har företaget kunnat välja en enda bild av många möjliga (det finns en till mindre bild från samma tillfälle, med underifrånperspektiv och sned vinkel, men där står vd inte längre i talarstolen).

Slutdiskussion om olika bildtyper och genrer

Denna studie handlar om enskilda bilder, men samtidigt är dessa bilder en del av en större helhet som skapar förväntningar, styr tolkningen och ger bilderna innehåll, själva årsredovisningen. Jämförelsen mellan de olika genrerna ovan är inte heltäckande, den visar snarare att dessa bilder samtidigt kan vara flera sorters bilder; olika bildkategorier eller genrer kan ha mycket gemensamt. Goffman menar till exempel att det är fel att säga att bara ”advertisers advertise”, andra bilder gör också reklam. Vi gör reklam för oss själva, oavsett om vi poserar för en bild eller agerar i vanliga livet.²⁰²

²⁰² Goffman s 84.

På passbilder och andra bilder för identifikation finns det kanske ingen anledning att skrattra och le, de behöver inte göra reklam eller uppfylla pressbildens försök att skapa en känslomässig relation, inte heller porträttets vilja att uttrycka "själen" eller att lägga till attribut för att förtydliga personens "identiteter". Årsredovisningens porträttbilder överskrider på flera sätt funktionen att identifiera personer (de kan inte helt reduceras till "information"). Goffman kallar reklamens stil för kommersiell realism och "hyper-ritualization", jämfört med vardagsverklighetens "ritualization". "The standardization, exaggeration, and simplification that characterize rituals in general are in commercial posings found to an extended degree";²⁰³ det är en idealiserad version, där allt som inte hör till idealet har tagits bort. Årsredovisningen öppnar liknande möjligheter för idealisering och ritualisering i bilderna.

Mörck och Tullberg beskriver bolagsstämman som en "performance", en teaterliknelse (jämför Goffman om det sociala livets ritualer och reklam: Det finns aktörer, manus, scenografi etc),²⁰⁴ den verklighetsdefinition som skapas där kallar de för "ett slags understruken realism ... man lämnar vardagen bakom."²⁰⁵ Den situation de beskriver, bolagsstämman, liknar porträttsituationen, det är en stämning av högtidlighet. Brilliant talar om förhöjd närvaro i porträttet.²⁰⁶ Denna högtidlighet återfinns även i årsredovisningarna. Porträttet har en samtidig tendens till idealisering och realism, en tendens man kan se i årsredovisningen. Idealiseringen kan inte drivas för långt, men inte realismen heller. Även inom media är realism viktig, men den kan etableras på flera sätt, genom att säga "vi var där" (en indexikal relation), men det finns också en känslomässig realism, som bygger på igenkännele: Årsredovisningens personbilder skapar igenkännele och realism genom upprepning, de liknar de andra årsredovisningarna. De kanske också skapar realism genom att spegla målgruppen?

Om realism

I den utsträckning bilder är föreställande (alltså inte abstrakta, icke-föreställande) förhåller de sig också till den s k verkligheten. När det gäller ikonerna är frågan: Hur yttrar sig likheten och hur likt måste tecknet vara? Liknande komplikationer gäller begreppet *realism*, som brukar användas både om bilder och andra medier, om skildringar som anses särskilt verklighetsnära. Pressbilder, reklam, porträtt etc skiljer sig åt i sitt förhållningssätt till verkligheten. Det verkar finnas olika sorters fotografier, som på en glidande skala mellan "identitet" och "ideal". Solomon-Godeau menar att den "dokumentära" fotogenren närmar sig fotografiets objektiva, vetenskapliga status, medan "konstfotografi" hör till den expressiva, subjektiva delen; det "dokumentära" fotografiet förutsätter sina motsatser, konstfotografi och det fabricerade reklamfotot.

Genreuppdelningarna döljer det faktum att alla handlar om fotografi, skriver Solomon-Godeau. Det finns fler likheter än skillnader mellan olika fotogenrer.²⁰⁷ Inom området reklam, läroböcker, veckotidningar, dagstidningar m m, är funktionen

²⁰³ Goffman s 84.

²⁰⁴ Goffman s 10 ff.

²⁰⁵ Mörck och Tullberg s 12.

²⁰⁶ Mörck och Tullberg s 14, liknande ordval hos Brilliant s 10.

²⁰⁷ Solomon-Godeau s 237.

hos alla typer av fotografier densamma: Att förankra och illustrera en text. Användningen av fotografiet är till för att garantera textens sanningshalt – och vice versa, skriver Solomon-Godeau. Inom mediaforskningen tvistar man om vad som är viktigast vid läsningen (tolkningen) och vad som kommer först, bild eller text? Förmodligen samverkar de, man läser ”tidningen” inte text och bild bitvis.²⁰⁸ Gäller det även årsredovisningar? Innebär det att bilderna av ledarna bidrar till årsredovisningens legitimitet? Deras funktion är i så fall viktig.

Flera personer är involverade i tillkomstprocessen av den här typen av bilder, personen som poserar framför kameran, fotografen, den som layoutar årsredovisningen, kanske väljer bilder o s v. Själva föreställningen om en ”upphovsman” kan kritiseras. Även porträttet blir till genom både beställarens och porträttörens arbete.²⁰⁹ I någon mening poserar personerna för fotografen (jmf porträtt, reklam och Goffmans resonemang om att vi alltid poserar i livet), medvetenheten om fotografen finns kanske alltid, de kanske har klätt upp sig för fototillfället. Efteråt görs det alltid ett val bland bilderna, då kan de också bearbetas, eller tas om. Bilden är inte ett enkelt avtryck av verkligheten, den är en konstruktion. Genom årsredovisningar kan blicken, vad man ser, kontrolleras mer. Det finns möjlighet att skapa en idealiserad version. Denna kontroll utövas, i sista hand, av ledarna själva, direkt eller indirekt. De kontrollerar ”bilden av ledaren”, av sig själva.

Fotografiet har en aura av realism. Fotografiet verkar vara ”sant”, det tycks vara ett avtryck av ”verkligheten”, och så fungerar alla typer av realism, skriver Solomon-Godeau.²¹⁰ Fotografiet är den dominerande bildtypen och bilden som avbild är den typiska bilden.²¹¹ Fotografiets sanningsstatus måste ifrågasättas, menar Pollock och Solomon-Godeau m fl, fotografiet medverkar i konstruktionen av den sociala verkligheten.

Min slutsats är att den viktigaste funktionen för årsredovisningen som helhet är en form av marknadsföring (det finns egentligen ingen anledning att göra så pass påkostade årsredovisningar om det inte är lönsamt) årsredovisningarna är också en del av företagets image. Bilderna är bara en del av årsredovisningen och de är mer mångtydiga, att bilderna ses som reklam innebär ingen motsättning till de andra bildtyper som diskuterats. Alla andra genrer kan dessutom underordnas reklam, tidningar, porträtt, fotografier med mera kan användas i eller som reklam. I årsredovisningarna skapas realism på flera sätt. I konstruktionen av (bildernas) verklighet används bildverktyg från många olika sorters bilder. Den realism som skapas speglar troligen bäst uppfattningen om fotografiet som ett avtryck av verkligheten.

²⁰⁸ Hirdman, Anja 2002 s 24-6, 39.

²⁰⁹ Om kritiken av upphovsmannen, Solomon-Godeau bl a s 117, kapitel 4, 5, 8; och Pollock 1988 t ex s 126, kapitel 6. Söderlind om ”begreppet porträtt” s 113.

²¹⁰ Solomon-Godeau s 180 ff. Pollock 1988 för ett liknande resonemang t ex s 25, 163, kapitel 4.

²¹¹ Sonesson s 79.

Tolkning del II: Bilderna

Beskrivningen av bilderna visar på en stor homogenitet i materialet. De små bilderna, är vanligast (i antal) i årsredovisningarna som helhet. Vad och hur mycket kan man ta bort i en representation och fortfarande kommunicera ett bestämt innehåll? Vad består den centrala kommunikationen av? De mönster som finns i beskrivningen återfinns också i dessa mindre bilder. Återkommande tecken är män, enstaka kvinnor, leenden och andra ansiktsuttryck, den upprätta hållningen, del av klädseln, skjorta, slips och kavaj dominerar, bakgrunder som kan beskrivas som anonyma och kontorsmiljöer, färgskalan är begränsad, dessutom finns det text som anger namn och position. Detta kan ses som den centrala kommunikationen i bilderna.

Styrelse och revisorer

Samtliga styrelseledamöter valdes in i styrelsen i början av 2001 utom Gunilla Jönson och Mats Pousette som valdes in våren 2003.



Ingvar Petersson

ordförande, född 1941. Styrelseordförande i Försäkringsbolaget Pensionsgaranti, ömsesidigt (FPG), Arbetsmarknadsförsäkringar, ömsesidigt kreditförsäkringsbolag (AMFK), och RAM One AB. Styrelseledamot i Econova AB. Innehav i Billerud: 8 000 aktier.



Meg Tivéus

född 1943, verkställande direktör och styrelseledamot i AB Svenska Spel. Styrelseledamot i Swedish Match AB, Cloetta Fazer AB, Kungliga Operan AB, Danderyds Sjukhus AB och Studieförbundet för Näringsliv och Samhälle. Innehav i Billerud: 100 aktier.

Gösta Brink

född 1942, arbetstagarrepresentant (PTK). Innehav i Billerud: 207 aktier och konvertibler motsvarande 1 305 aktier.



Per Lundberg

född 1943. Styrelseordförande i Sophiahemmet AB, styrelseledamot i Ledstjärnan AB, ledamot i Ekonomisk Historiska Forskningsinstitutet vid Handelshögskolan i Stockholm, Swedish American Chamber of Commerce i New York, Aktiemarknadsnämnden med flera. Innehav i Billerud: 1 500 aktier.



Per Nilsson

född 1946, arbetstagarrepresentant suppleant (PTK). Innehav i Billerud: 100 aktier och konvertibler motsvarande 87 aktier.



Björn Björnsson

född 1946, bedriver egen konsultverksamhet inom det finansiella området. Styrelseledamot i Skandia AB, Bure Equity AB och JM AB med flera. Innehav i Billerud: 2 500 aktier.

Bild 12, del av styrelse. Personernas roller framgår av texterna.

Kommunikation bygger på samband, i varseblivningsprocessen fyller vi i det som fattas, jämför liknelsen från semiotiken ovan, att om vi ser en gren ovanför en mur, antar vi att det finns ett helt träd. Det är möjligt att vi fyller i det som fattas även i de små porträttbilderna, om vi ser en bit av en kavaj och en skjorta antar vi kanske med andra ord att det finns en hel kostym med tillbehör (och kanske även annat innehåll av mer abstrakt karaktär?). Flera av de mindre bilderna avviker inte (från de större) på andra sätt än genom sin storlek (t ex bild 12), det kan t ex finnas plats för midjeporträtt, bakgrund och attribut, men i de större bilderna finns det generellt plats för fler tecken. Detta påverkar innehållet. Dessutom har de större bilderna sannolikt en starkare eller mer påtaglig effekt.

Historien

Denna genomgång blir en introduktion till tolkningen, genom historien kommer olika aspekter i bilderna att sammanföras. Det är viktigt att gå tillbaka så långt som till upplysningen och de sociala omvälvningarna under slutet av 1700-talet, därför att denna tid innebar stora förändringar. I och med den franska revolutionen, borgarklassens ökande dominans, motståndet mot adeln etc skapades ett nytt mansideal: Allvar, arbetsamhet, känslokontroll och behärskning. Aktivitet och handlingskraft. Borgerliga ideal. Individen fick en annan betydelse och begreppet identitet i modern bemärkelse uppstod. En social rörlighet blev möjlig. "The selfmade man" blev viktig för den nya medelklassen.²¹²

Även synen på kroppen förändrades från en- till tvåkönsmodell. Laquer visar att tidigare sågs kvinnan som en "likadan, men sämre" upplaga av mannen, men i tvåkönsmodellen ses de som helt motsatta. "Vägen till den moderna maskulinitetens konstruktion gick via utformningen av den manliga kroppen."²¹³ Tidigare var de yttre attributen centrala. Det var i denna miljö som den moderna mannens klädsel föddes. En klädedräkt som stått sig i cirka 200 år.²¹⁴

Det mansideal som skapades i slutet av 1700-talet dominerar fortfarande. Det dominerar socialt, politiskt och moraliskt; och det influerar allt, kläder bl a. Detta ideal kännetecknas bl a av rationella karaktärsegenskaper, som självkontroll, plikt-känsla, mod och handlingskraft. Det inre speglas i det yttre. Detta borgerliga ideal förstärks genom motbilder (t ex kvinnan, men också vissa män, den homosexuelle mannen m fl, som anses sakna maskulinitet). Rationaliteten är viktig och våld o d förpassas till kolonierna, både symboliskt och bokstavligt.²¹⁵ Detta ska inte förstås alltför statiskt som att det endast finns ett ideal (se ovan om sociala konstruktioner).

²¹² Detta stycke bygger på Connell, 1996 s 188 ff, George L. Mosse bl a enligt David Tjeder s 199 ff. Tjeder om "self-making" s 206 ff. Tjeder skriver att många forskare hänvisar till tiden runt 1800 som en viktig utgångspunkt för den moderna maskuliniteten s 23-4. Hollander och Craik, historien genom kläder och mode.

²¹³ Mosse enligt Möten med bilder s 76. Jämför Connell (senare om kropp och klädsel) om att maskulinitet utgår från kroppen idag.

²¹⁴ Thomas Laquer enligt Hollander s 74-6, Connell 2003 s 115. Hollander gör kopplingen mellan tvåkönsmodellen och de nya åtskilda idealen för mäns och kvinnors klädsel, mer om detta senare.

²¹⁵ Mosse m fl om "countertypes" enligt Tjeder s 21-2. Jämför Connell, bl a om att våld förpassas till periferin, 1996 s 188 ff. Lykke betonar att sedan 1700-talet har det funnits en besatthet av klassifikationer av människor, som använts för att legitimera hierarkier o s v s 46-7.

Det finns anledning, som många forskare gör, att tala om mansideal och maskuliniteter i plural.²¹⁶

En historisk genomgång visar hur även dagens ledarideal vuxit fram, från det sena 1700-talet, med borgarklassens ökande betydelse. Kanter betonar rationaliteten som ideal, jämför Connell ovan.²¹⁷ Det finns också en betydligt äldre idétradition, som går tillbaka till antiken, där mannen förknippas med ande, intellekt och kultur, medan kvinnan förknippas med kropp, känsla, natur.²¹⁸

Ledare

Många forskare betonar att ”kvinna” och ”man”, konstrueras i relation till varandra. De kan inte förstås ensamt, betydelserna skapas i en samtidighet; ofta i en direkt dikotomi, som varandras motsatser.²¹⁹ Ett sätt att beskriva denna relation är *genussystem*.²²⁰ I svensk forskning har Yvonne Hirdmans genusteori fått stort genomslag. Detta system kännetecknas av *åtskillnad/dikotomi* och *hierarki*, att den ena delen i dikotomin värderas högre.

”Inflytande” är alltid en del av traditionella definitioner av ledarskap.²²¹ Ledarskapet kännetecknas enligt ledarskapsforskningen av osäkerhet,²²² och av upplevelsen av osäkerhet, vilken bl a beror på att människor är olika och har olika verklighetsuppfattning; kommunikation, som småprat, är därför en grundläggande aktivitet i ledarskapet.²²³ Detta gäller alltså inte enbart den ensamma ledaren, även styrelsearbetet är i hög grad präglad av osäkerhet, och personliga relationer spelar stor roll.²²⁴ Det blir viktigt att omge sig av människor som liknar en själv, som är förutsägbara. Enligt Kanter teorier utmärks ledarskap förutom av osäkerhet och mycket kommunikation också av total hängivenhet – det blir ett centralt tecken för lojalitet och inget förtroende. Kanter menar att dessa faktorer ger upphov till konformitetstryck, sociala kriterier respektive kravet på lojalitet och hängivenhet blir viktiga.²²⁵

Män väljer alltså andra män, helst någon som liknar dem själva. Styrelseordförande söker vd inom ett begränsat nätverk. ”Och att ha den rätta stilen, de önskvärda dragen, det innebär att avspegla den bild som toppcheferna har av sig själva.”²²⁶ Det avspeglar också deras syn på ledarskap som något för män, och alltså av olika skäl inte lika

²¹⁶ Bland annat Tjeder, Wahl m fl, Charlotte Holgersson, Kallifatides, Mörck och Tullberg.

²¹⁷ Kallifatides s 61 ff. Connell om detta s 188 ff 1996. Rosabeth Moss Kanter s 18 ff, med fokus från det sena 1800-talet, utifrån Max Weber, ”who saw rationalization of social life as the thrust of Western history” s 22.

²¹⁸ Se t ex Lykke s 90. Stephen Linstead.

²¹⁹ Connell 1996, 2003. Yvonne Hirdman 1988. Lykke.

²²⁰ Yvonne Hirdman 1988. Wahl m fl, s 46.

²²¹ Alan Bryman enligt Wahl m fl s 100, Sjöstrand och Tyrstrup bl a s 24 ff.

²²² Se t ex Wahl m fl s 107, Sjöstrand och Petrelius: allt företagande kännetecknas av osäkerhet s 18, Kanter kapitel 3 om ”Managers” s 47 ff, Sjöstrand och Tyrstrup s 16 ff.

²²³ Sjöstrand och Tyrstrup s 16 ff, att chefer pratar mest s 19.

²²⁴ Sjöstrand och Petrelius kapitel 2.

²²⁵ Kanter kapitel 3 om ”Managers” s 47 ff, se även t ex Wahl m fl s 106-8. Sjöstrand och Petrelius för fram ungefär samma teorier.

²²⁶ Charlotte Holgersson och Pia Höök om den ideala vd:n under 5.3.1.

lämpligt för kvinnor.²²⁷ ”Gemensamt för dessa beskrivningar som görs indirekt och outtalat i näringslivet då kvinnliga chefer kommer på tal är att de i grunden är negativa. Kvinnor definieras som olika män, dvs sämre.”²²⁸ Inom ledarskapsteori med genusinriktning konstateras att det finns en direkt koppling mellan konstruktionen av ”ledaren” och ”mannen”. ”Manlighet ses inte som skild från ledarskap”.²²⁹ Detta innebär med andra ord att ledarskap är ”könsmärkt”.²³⁰ Kanter initierade detta tänkande, när hon undersökte olika positioner i ett stort företag och såg hur de var kopplade till idéer om femininitet och maskulinitet, och hur detta i sin tur påverkade människors beteende. Kanter menar att rationalitet är viktigt både i konstruktionen av ledarskap och maskulinitet.²³¹

En kritik mot teorin att osäkerhet m m gör att män ”reproducerar” sig på detta sätt, är att detta också kan förstås genom homosocialitet.²³² Begreppet homosocialitet, från Jean Lipman-Blumen, innebär att män identifierar sig med och orienterar sig mot andra män, bl a eftersom män tillhör den överordnade delen i hierarkin. Kvinnor orienterar sig därför också mot män (ett *heterosocialt* beteende).²³³ Begreppet har utvecklats och använts och flera betonar att dessa relationer är mycket emotionella.²³⁴

Homogeniteten i bilderna gäller också personerna. Det handlar om kön, ålder, kläder och stil m m. Upprepade studier, också i Sverige visar att den här gruppen ledare (på stora företag) är en mycket homogen grupp.²³⁵ Holgerssons avhandling *Rekrytering av företagsledare. En studie i homosocialitet* inleds med en beskrivning av den typiske vd:n, Lars, år 2002: ”en man, 52 år gammal, gift med 2,4 barn. Han har suttit på sin nuvarande post i 3,8 år och är rekryterad internt efter att ha jobbat i bolaget i 14,5 år. Innan dess har han befunnit sig i samma bransch sedan han blev färdigutexaminerad civilingenjör från KTH och ingen kan beskylla honom för att vara en hoppjerka.”²³⁶

²²⁷ Mäns (och då särskilt från ledarskikt i Sverige) syn på kvinnor och ledarskap eller chefsskap finns undersökt i t ex SOU 1994. Rapporter om styrelseordförande i rekryteringsprocesser, Holgersson och Höök. Olika åsikter som framförs är t ex att kvinnor föder barn, eller är ”väsentligt olika män”, Holgersson och Höök, under 5.3.3. Kanter: Kvinnor har inte samma hängivenhet till arbetet, de har dubbla lojaliteter, s 66.

²²⁸ Wahl 1996 s 25.

²²⁹ Wahl 1996 s 23. Se även Wahl m fl. Kanter.

²³⁰ Wahl m fl genomgång av feministisk organisationsforskning, kapitlet om ledarskap och s 140, 147-8 t ex. Wahl m fl s 60 om könsmärkning och alternativa begrepp..

²³¹ Kanter i inledningen, om hur arbetet/positionen påverkar människans agerande och tänkande; detta tema utvecklas genom hela boken. Wahl m fl om Kanter som den som var först s 147. Kanter om rationalitet historiskt s 18 ff. ”Women represent the antithesis of the rational manager.” s 25.

²³² T ex Witz och Savage 1992 enligt Holgersson s 46.

²³³ Jean Lipman-Blumen 1976 enligt t ex Wahl m fl s 81, Gerd Lindgren s 5.

²³⁴ Lindgren. ”Homosocial förförelse” mellan män har beskrivits av andra, se t ex Wahl m fl s 120 ff, och som ”homosocialt begär”, Roper enligt Holgersson s 46 ff, Roper enligt Kallifatides s 89. Roper visar hur relationer mellan män kan gestalta sig. Det är mycket emotionella relationer som handlar både om att bli utvald etc, och att bli utskäld eller förnedrad; Roper enligt Holgersson s 47, Roper enligt Kallifatides s 89, tre temata.

²³⁵ Kanter hänvisar till flera undersökningar redan 1977, och skriver: mest vita, protestantiska män från elitskolor s 53 ff. Wahl m fl s 107, maktutredningen (Sverige) 1996 enligt Holgersson s 32, en undersökning i Affärsvärlden 1994 enligt Johan Berglund s 6. Med flera.

²³⁶ Affärsvärldens undersökning 2002 enligt Holgersson s 1.



Bild 13, Ledning. Vd nr fem från vänster, heter Lars.

Homogeniteten i bilderna förstärker "bilden av ledaren" som en (speciell sorts) man. Bilderna visar också homosocialiteten (detta utvecklas i uppsatsen). Men det finns vissa skillnader mellan männen, snarare mellan grupperna än inom gruppen (vilket kan vara ett exempel på att ledarna väljer andra som speglar dem själva). Hur kan detta förstås?

Olika ledartyper

Det finns inte bara en ledartyp, de kan skifta beroende på flera olika faktorer, som företag, plats m m. En teori som Wahl m fl valt att redogöra för, är Collinsons och Hearn's: "De kopplar ihop olika konstruktioner av manlighet till olika ledarstilar som de identifierar i organisationer. Dessa olika manlighetsdiskurser, auktoritarism, paternalism, entreprenörism, karriärism och informalism, är idealtypiska varför de i praktiken överlappar varandra och samexisterar i olika sammanhang."²³⁷ Ropers studie om *the organizational men* i Storbritannien visar hur ett dominerande ledarskapsideal kommer till uttryck under 1900-talets mitt, ett tuffhetens ideal med starka band till företaget och dess produkter. Det uppstår en stor konflikt under 80-talet, med ett nytt ledarideal som representeras av (yngre) män med akademiska meriter, där ledarskapet alltså blir en generaliserad kunskap, som inte är knuten till teknik och en specifik verksamhet; det sker också en vändning från produkten till vinst. Den maskulinitet som *the organizational men* står för hittar också Kallifatides och Holgersson i sitt svenska, samtida material.²³⁸ Berglunds undersökning av ledarporträtten i en svensk affärstidskrift visar också en maskulinitet som liknar *the organizational men*; alla ledare formas till att passa in i detta ideal av "the practical man of action". Idealledaren har vissa egenskaper, "self-made", praktiska erfarenheter värderas högre än teoretiska kunskaper, handling är viktigare än ord.²³⁹

²³⁷ Wahl m fl s 123, jmf även Holgersson och Höök, under 6.6.

²³⁸ Roper enligt Connell 2003 s 133-4, och enligt Kallifatides s 87 ff. Holgersson bl a s 184-5.

²³⁹ Berglund s 7-12. Holgersson och Höök också om detta formande, i ledarutvecklingsprogram.



Bild 14, Ledning. Vd, nr två från höger.

I årsredovisningens bilder finns tecken på flera olika ledarstilar. ”The man of action” skulle kunna uttryckas genom rörelse, men också indirekt, t ex genom sammanhang, bakgrunder och attribut. De två ledarstilar som Roper påvisat kommer framför allt till uttryck i bilderna genom attribut och miljöer, vilket utvecklas under denna rubrik. Det finns också bilder som kanske visar på Collinsons och Hearnss ledarstilar (bild 9 auktoritarism och bild 14 informalism?). Den totala genomgången av bilderna kommer att ge en tydligare uppfattning om årsredovisningens ledartyper.

I diskussionen om ledartyper finns det en gradvis övergång mellan verklighet och ideal. Å ena sidan visar forskningen mätbar homogenitet (kön, ålder, utbildning, värderingar och så vidare), å andra sidan finns det ideal, som fungerar vägledande och formande, t ex vid ledarskapsutbildningar eller i frågan om ”den ideala vd:n” (vad styrelseordföranden föredrar). Några av de kriterier som Kanter ställde upp återfinns också, hederlig och lojal, med total hängivelse; och med ett stabilt familjeliv, där hustrun har en roll att spela.²⁴⁰ Holgersson relaterar idealen till borgerliga normer, där måttfullhet är viktigt, vilket ger ett ”seriöst och förtroendegivande intryck”.²⁴¹ Arbetsamhet är också centralt (jämför ovan om historien). .

Dessa ledare är dessutom en del av en *hegemonisk maskulinitet*, det innebär att de är med och formar ett ideal: Inom gruppen män finns hierarkier, Connell har skapat begreppet hegemonisk maskulinitet, för att beskriva den översta positionen i denna manliga hierarki. Denna överordnade maskulinitet är ett ideal, som män förhåller sig till; majoriteten män drar nytta av den utan att själv tillhöra den. ”De högsta nivåerna inom näringslivet, militären och staten erbjuder en tämligen övertygande *kollektiv* bild av maskulinitet.”²⁴² Detta begrepp har kritiserats,²⁴³ men jag kommer att använda det här, därför att det har använts i forskningen om just den grupp jag studerar.²⁴⁴ Connell menar att två ideal är framträdande idag i den hegemoniska maskuliniteten, å ena

²⁴⁰ Holgersson och Höök, under 5.3.4, Holgersson om vd-rekrytering. Berglund och Kallifatides analyserar också kopplingen mellan (den materiella) verkligheten och ideala (tanke-) konstruktioner.

²⁴¹ Holgersson bl a s 180-1. ”Måttfullhet tillhör en av de moderna dygderna” och är en grund i de borgerliga idealen, MacIntyre 1985 och Gustafsson 1992 enligt Holgersson s 180.

²⁴² Connell 1999 s 100 ff.

²⁴³ Se t ex Johansson och Kousmanen s 10, Gunnarsson och Andersson s 68, Lykke s 124 ff.

²⁴⁴ Holgersson och Höök om styrelseordförande, under 7.1, Mörck och Tullberg undersöker samma personer/ledare som finns i årsredovisningen, de menar också att dessa män konstruerar en hegemonisk maskulinitet s 5-7. Se även Berglund s 14-17, 21.



Bild 15, vd del 1.

sidan dominans (tuffhet, kraft etc) och å andra sidan tekniskt kunnande och expertis etc; de existerar ibland i samverkan, ibland i opposition.²⁴⁵

I bilderna finns vissa möjligheter att forma ledarna efter ideal (jämför Berglund ovan om affärstidningens formande). Medier skapar olika grader av blandning av fakta och fiktion. Gränsen mellan genrer, som nyheter och underhållning löses upp med detta synsätt.²⁴⁶ Det konstaterades tidigare att bilderna kan ses som reklam och porträtt, bildtyper som utmärks av en realism med inslag av idealisering. Det finns alltså skäl att tro att personerna på bilderna närmar sig ett ideal.

Årsredovisningarnas män är en del av en hegemonisk maskulinitet, men det kan vara så att bilden av vd är viktigast. Styrelsens roll är som bekant att representera ägarna och att leda företagets mer strategiska och långsiktiga målsättningar, medan vd ansvarar för den löpande verksamheten. Vd kan vara en del av styrelsen, och är det oftast enligt en lång, svensk tradition (men det är inte självklart, och en förändring kan vara på gång vid denna tidpunkt, 2003). Kopplingen mellan styrelse och företagsledning är med andra ord nära, inte bara enligt aktiebolagslagen.²⁴⁷ I årsredovisningen är vd den ledare som framhävs mest, det understryker bildkonventionerna på flera sätt. Enligt Sjöstrand och Petrelius finns det en tradition i Sverige, att vd har stor makt gentemot styrelsen. Sammantaget kan detta innebära att vd kan framstå som en viktigare eller ”riktigare” ledare. I styrelserna är makten trots allt delad på flera. Vd har ensam all den makt som tillkommer denna position.



Bild 16, vd del 2.

²⁴⁵ Connell 1996 s 190 ff.

²⁴⁶ Hirdman, Anja 2002 s 16, s k ”underhållning” karaktäriseras av eskapism och önskeuppfyllande.

²⁴⁷ Se kapitel 2, Sjöstrand och Petrelius. Ca 28% av vd var ej med i styrelsen år 2001. Särskilt koncernstyrelser varierar påtagligt i storlek s 24.

Bland vd-bilderna i detta material finns inga kvinnor. I övriga bilder är kvinnor i minoritet. Den största makten innehas av män. Alltså framstår ledarskapet som manligt könsmärkt, och det förstärks av årsredovisningarnas layout. Jämför bolagsstämman, där vd också lyfts fram och får uppträda ensam. Där har även styrelsens ordförande en framträdande roll.²⁴⁸ Det gäller även i viss mån årsredovisningarna, ordförande har också ordet, vid några tillfällen. Men ordförandes position kan framgå i gruppbilderna, t ex genom att ha en ordförandeplats i mötesbilder vid bord (se bild 24) eller att presenteras först i en samling små porträttbilder o s v. Styrelseordförandena är också män.

Arbetstagarnas representanter har en särskild plats i styrelserna, som en länk mellan styrelse och anställda. Det händer att placeringen avviker, att de presenteras sist i styrelsen, medan vd och styrelseordförande presenteras först, eller att vd och ordförande har mer dominerande platser i porträtten medan arbetstagarrepresentanterna inte har det. Men det gäller inte samtliga bilder. De avviker ibland även visuellt, vilket utvecklas senare (om kropp och kläder). Kvinnorna (om de ej är arbetstagarnas representanter) har formellt samma positioner som männen, men avviker på olika sätt. Mer om detta i nästa avsnitt.

Män och enstaka kvinnor

Ett enkelt sätt att uttrycka genussystemets två logiker, såsom Yvonne Hirdman beskriver dem, dikotomi och hierarki, är att hålla isär kvinnor och män, också på bildnivå och/eller att låta dem ha olika roller och tydliga positioner i hierarkin.²⁴⁹ Bilderna av styrelsen är komplicerade att analysera ur ett genusperspektiv, därför att kvinnor och män befinner sig i samma rum, och på formellt sätt samma nivå. Men vd har en viktigare position än de andra; vilket visades ovan. Genussystemet upprätthålls bildmässigt på det sättet. Också det faktum att kvinnorna är i minoritet upprätthåller åtskillnaden och bilden av ledaren som en man.

Den första kartläggningen av företagsledning och styrelser på toppnivå i Sverige finns i *Mäns föreställningar om kvinnor och chefskap* SOU 1994:3, då utgör de sex procent. De kvinnor som fanns med i styrelserna var då ofta fackliga representanter.²⁵⁰ År 2001 var andelen kvinnor i styrelsen 5,7 % bland de noterade bolagen. Siffror från ”elitundersökningen” 2007 jämfört med den då senaste elitundersökningen från 2001, visar att det inte hade skett någon förändring av antal kvinnor bland styrelseordförande och vd i privata storföretag: 3% 2001 och 2007. I en studie av samtliga 296 börsföretag i Sverige var andelen kvinnor som ordförande 3% och vd 2% både 2001 och 2007.²⁵¹ Uppsatsens årsredovisningar är från 2003 och de speglar ganska väl

²⁴⁸ Mörck och Tullberg s 14.

²⁴⁹ Goffman visar att det görs i reklambilderna.

²⁵⁰ Höök i SOU:1994 s 44 om kvinnor som arbetstagarrepresentanter tio år tidigare ungefär.

²⁵¹ Elitundersökningen (SOU 2007:108) s 63-4, 51. År 2001 var andelen kvinnor i styrelsen bland de noterade bolagen ca 5-6 %, de närmaste åren innan har det varit ca 5%, enligt Sjöstrand och Petrelius s 26. Statistiska centralbyråns (SCB) statistik över chefer inkluderar fler än detta toppskikt; enligt Holgersson och Höök definierar de ibland chefer på olika sätt (olika år). Detsamma gäller flera av de andra undersökningarna och statistiken över företagsledning.

statistiken. Kanter teori om antalet, innebär att det har betydelse huruvida personer tillhör en minoritet eller en majoritet i en grupp. Om personerna är mycket få till antal kallar Kanter dem för *token* eller tecken.²⁵² Detta ger upphov till tre olika perceptuella tendenser: Synlighet, kontrast och assimilering. Kanter utgick från perceptionsteori: I en grupp med X och O ser vi O:et därför att det avviker, men O:et kan också bli förbisett, eller skapa andra effekter. Här är Kanter exempel:²⁵³

X X x x X X O X x X

I uppsatsen kan Kanter teori föras tillbaka till perceptionsteorin och det visuella: I analysen av bilder är seendet åter i centrum. Kvinnorna skapar alltså synlighet (vilket kan vara positivt, men ofta innebär det att kvinnan syns som kön, inte kompetens), kontrast (vilket innebär att majoriteten blir medvetna om sig själva, samtidigt som de kan känna sig hotade, och därför framhäver de skillnader som de uppfattar) och assimilering (vilket gör att minoriteten, avvikarna, är så få att de blir bedömda efter stereotyper och liknande, inte som individer).²⁵⁴



Bild 17, ledning. Vd står rakt bakom kvinnan.

Vad betyder detta översatt till bilderna? Grupporträtten präglas generellt av harmoni, enhetlighet, men när det kommer med en kvinna i bilden riskerar detta visuella lugn att brytas: En avvikelse, eller en isolerad färglick, kan få bilden att kantra, rent visuellt. Det är något som styr blicken, naturligtvis, och kan skapa ett nytt fokus i bilden, från "helheten", alla X, till det där O:t. "Tokens" kan också bli förbisedda och de kan försöka handskas med sin ökade synlighet genom att bli mer osynliga. I bilderna finns många exempel på hur kvinnornas klädsel och stil liknar männens. Trots det är könstillhörigheten tydlig, skillnaderna mellan kvinnor och män framhävs i klädseln (se avsnittet om klädsel och kostym). Bild 5, 17, 28.

I bilderna blir "token"-positionen särskilt framträdande där det endast finns en kvinna i en grupp av män. Den rent visuella avvikelsen förstärks här genom att personerna grupperar sig så att kvinnan framhävs (kontrast), och att kvinnan är placerad bredvid

²⁵² Kanter s 208 ff.

²⁵³ Kanter s 210 ff.

²⁵⁴ Wahl m fl om kritik mot Kanter teori, s 71: Det finns studier som visar att kön – inte bara antal – har betydelse, t ex kan män i minoritetssituationer tjäna på att vara i minoritet.



Bild 18, ledning. Vd till vänster om kvinnan i mitten. Hennes topp är starkt rosa under den svarta koftan. Mannen längst till vänster avviker från gruppen genom sin bruna klädsel.

eller nära vd (se bild 18, 17, även bild och företag nr 13, 25, 56). Det finns också exempel på hur den äldre kvinnan inte fokuseras särskilt, t ex genom att personerna poserar på rad. Det är framför allt de ensamma, yngre kvinnorna i detta material som framhävs. Ett möjligt sätt att förstå denna skillnad är att vissa kvinnor i organisationen, enligt Kanter, ses som "förförerskan" och andra som "modern" (detta är exempel på assimilering).²⁵⁵ Det verkar som om sexualiteten är central och är särskilt hotande och skapar "kontrast". Att kvinnorna är nära vd kan tolkas som en symbolisk relation, som får visualisera (och bekräfta) könsordningen i samhället (relationen chef-sekreterare är ett typiskt sådant exempel i organisationen). Kanter skriver att hon har observerat flera exempel på hur en man med hög status/position allierar sig med en kvinna som har rollen som förförerska; Mörck och Tullberg såg flera exempel på ett liknande beteende på bolagsstämman.²⁵⁶

Kvinnan är inte "en i gänget", jämför bilderna med enbart män (t ex bild 20, 7, 14, 26, 27). Kvinnan på bilderna splittrar snarare gruppen, genom att dela den i två (bild 18, där ett stort tomrum ovanför kvinnans huvud förstärker den effekten), eller genom att gruppen bildar en v-form med kvinnan närmast i bild (bild 17, liksom i företag nr 13, där de bildar en omvänd v-form med kvinnan mitt i bilden, men längst bort). När kvinnorna är två eller fler uppgår de i gruppen på ett annat sätt, genom att männen inte grupperar sig runt dem (ett undantag här är bild 9, där vd flankeras av två yngre kvinnor och tre yngre män sticker fram bakom dem).

De problem som bilderna gestaltar bekräftas i forskningen. Flera studier visar hur problematiskt det är för kvinnor att vara ledare. Hur ska de kunna axla rollen som

²⁵⁵ Kanter s 234-5.

²⁵⁶ Kanter kapitlet om "Secretaries" s 89 ff, om förförerskan s 234-5. Mörck och Tullberg s 27.

ledare, när detta att samtidigt vara kvinna betyder att vara motsatsen?²⁵⁷ Det går inte att bortse från att ledaren *syns*. Och att ledaren har en kropp, och könstillhörighet. Ledaren ska representera företaget och ledaren har en viktig roll som en synlig representant för företaget.²⁵⁸

Undantagen består av bilder där könsfördelningen är nästan jämn. I det ena fallet blir effekten uppenbar (bild 19): Gruppen splittras genom olikheterna mellan män och kvinnor i kläder och stil och genom mängden färger (kjol, röda handväskor, fladdrande hår i olika längd, etc). Gruppen är labil genom placeringen, personerna (se huvudena) bildar två sneda diagonaler. Mannen till vänster (vd) dominerar ändå gruppen, bl a genom sin storlek. Kvinnorna är kortare också, det speglar hierarkin (se ovan om reklambilder och "relative size", Goffman). Splittringen förstärks av att omgivningen är ovanligt rörig. I den andra bilden (företag nr 71) av en styrelse bestående av tre kvinnor (den fjärde kvinnan är frånvarande) och fyra män, är gruppen sammanhållen genom liknande dova färger i klädseln och placeringen vid två röda fåtöljer. Sittande och stående bildar de en cirkelformad grupp. Den jämna könsfördelningen i styrelsen (ej i ledningen) kanske förklarar detta? Samtidigt skapas enhetligheten i styrelsebilden genom att kvinnorna anpassat sig till männens klädnorm. Bilden kanske handlar om företagets image, bl a säger vd i en pratbubbla i bilden vid vd-ord: "Även om vi är ett teknikföretag [produktutveckling m m] ligger vårt fokus på människan", och på bilden av företagsledningen finns det mest ovanliga attributet i dessa bilder: En baby (namngiven), i knät på en av kvinnorna.



Bild 19, ledning. Vd längst till vänster i bild. Notera de röda handväskorna.

²⁵⁷ Se t ex Wahl m fl s 105 ff, 120 ff, Wahl 1996. Åse.

²⁵⁸ Robert Jackall enligt Holgersson, 1999 s 121.

Kroppsspråk och leenden

”In life as in portraits, we read people first and foremost via their facial features”.²⁵⁹ Det mest utmärkande angående kroppsspråket i bilderna är att ansiktet alltid syns och den upprätta kroppshållningen. Enligt Entwistle menade antropologen Mary Douglas att “the body is a highly restricted medium of expression, since it is heavily mediated by culture and expresses the social pressures brought to bear on it. Indeed, the body becomes a symbol of its cultural location. She gives the example of laughter arguing that the social situation determines the degree to which the body can laugh: the looser the social constraints, the more free the body is to laugh out loud.”²⁶⁰

Leenden och skratt

”Leendet bygger band av kompanjonskap ... ett välkomnande som uttrycker en längtan efter gemenskap, en bekräftelse på att tillhöra. Därför genomsyrar det också våra privata bilder på vänner och familj.”²⁶¹ Enligt Goffman kan ett leende hos en talare, eller i ännu högre grad, ett uppskattande skratt, också betyda att åhöraren hör till talarens krets.²⁶² Jämför Douglas ovan, att graden av frihet avgör hur mycket man skrattar, i bild 27 skrattar de mycket, särskilt den tredje mannen från vänster, vilket kan bero på den fria situationen ute i vildmarken, med kameran på långt avstånd.

Men leendet har samtidigt en annan aspekt. Goffman skriver om leendet under ”the ritualization of subordination”: “Smiles, it can be argued, often function as ritualistic mollifiers, signaling that nothing antagonistic is intended or invited, that the other’s act has been understood and found acceptable, that, indeed, the other is approved of and appreciated.”²⁶³ Kvinnor ler oftare än män i verkliga livet och det avspeglar sig i reklamens bildvärld, enligt Goffman. I västerländsk konst har leenden och skratt varit reserverat för lägre klasser, ”reading the gesture as a sign of social irresponsibility and lack of self-control ... The smile had nothing to do with issues of social power, and it betrayed too much of the interior life”²⁶⁴ I porträttkonsten, som per automatik berörde överklassen (på grund av den höga kostnaden bland annat): “The elite marked their identity not least by their physical reserve – their visual inaccessibility – a stance still very much adopted in the photographic portraiture of statesmen, business leaders, and other of stature.”²⁶⁵ Det finns flera exempel på detta också i årsredovisningarnas bilder. (Bild 6, 11, 34, 33. Även grupporträtt.)

Det motsägelsefulla är att i årsredovisningens bilder är det män ur den hegemoniska maskuliniteten, en elit, som skrattar och ler. Hur kan denna paradox förstås eller lösas (leende = underordning)? Ett sätt är att *tilltalet* blir jämlikt. Relationen är mer jämlik i ”business-to-business marketing”.²⁶⁶ I årsredovisningens målgrupp finns intressenter som är starka i förhållande till företaget (banker t ex). Det jämlika tilltalet kanske helt

²⁵⁹ Leppert s 159.

²⁶⁰ Entwistle s 37.

²⁶¹ Anja Hirdman s 49, jämför Goffman om privata och offentliga bilder s 10 ff.

²⁶² Goffman s 48.

²⁶³ Goffman s 48.

²⁶⁴ Leppert s 185.

²⁶⁵ Leppert s 9.

²⁶⁶ Julia Bristor and Eileen Fischer s 327-8.

enkelt är nödvändigt i detta sammanhang? Resultatet är, oavsett, ett inkluderande tilltal. Leendena kan tolkas som ett vi-tilltal, där vi inbjuds till en jämlik relation (till att identifiera oss, om vi kan). Det är ett homosocialt tilltal.

En annan tolkning är att porträttkonventioner kan förklara leendet, att det privata bildspråket har trängt in mer i det offentliga; att familjealbumet, där alla ler, avspeglar sig i årsredovisningens bilder. Det förekommer alltså ett flertal andra ansiktsuttryck, förutom leendena och skratten är den avmätta hållningen den vanligaste, den som präglar porträtt av högt uppsatta män och kvinnor (se om porträttet ovan), allvar, seriositet etc förmedlas, vilket kan skapa förtroende, och t ex illustrera ett äldre, borgerligt maskulinitetsideal, där respektabilitet är viktigt.

Det är inte anonyma människor som agerar på bilderna eller ler mot oss, som i en reklambild, eller en pressbild med ”vanliga” människor, anonyma, från något av världens hörn. Leppert skriver att ”there is a radical distinction between portraits, whether of individuals or small groups, and scenes from everyday life, especially those involving the lower social orders, representing not individuals, but types – simply ‘people’ defined en masse.”²⁶⁷ Personernas identitet som högt uppsatta ledare upprätthålls. Det kan vara ett sätt att hindra den underordning som leendet skulle kunna innebära.



Bild 20, del av ledning (se bild 5).

Stående och sittande

Oavsett om personerna sitter eller står har de en upprätt hållning, vilket är ett tecken på ”superiority”. ”A classic stereotype of deference is that of lowering oneself physically ... Correspondingly, holding the body erect and the head high is stereotypically a mark of unashamedness, superiority and disdain.”²⁶⁸ Det finns olika sätt att sitta och stå, t ex bredbent, vilket jag tolkar som ett kroppsspråk som uttrycker

²⁶⁷ Leppert s 173.

²⁶⁸ Goffman s 40.

maskulinitet, styrka och stabilitet; i bild 20 förstärker underifrånperspektivet ytterligare stabiliteten i den bredbenta kroppshållningen. I företag nr 78 sitter ett flertal personer i styrelsen på rad, de tre kvinnorna med knäna tätt ihop, medan flertalet män sitter bredbenta.

Det finns ett flertal bilder där männen står i grupp eller på rad, de står där "som en man". Ibland står de så tätt ihop att kropparna går över i varandra, och bildar som en vägg. De blir mycket kraftfulla och stadiga. De kommer definitivt inte att vackla vid motgångar. Jag tolkar detta som ett sätt att förmedla stabilitet. "Muren", "väggen" skulle kunna ses som en kraft i sig, eller som en förutsättning för aktivitet ("the man of action"). I bild 19, med flera kvinnor, bildar gruppen inte en kraftfull mur, den lutar dessutom betänkligt åt vänster, mot vd. Sittande i grupp kan ledningen också ge ett stabilt och massivt intryck (i en nästan trekantig eller rund form). I några bilder sitter vd medan de andra står runt omkring och bildar som ett stöd, jämför bilden med en kvinna i mitten som delar av gruppen (bild 18). En ensam person bildar en vertikal gestalt. Men gränserna är inte absoluta, även när personerna står ensamma blir gestalterna

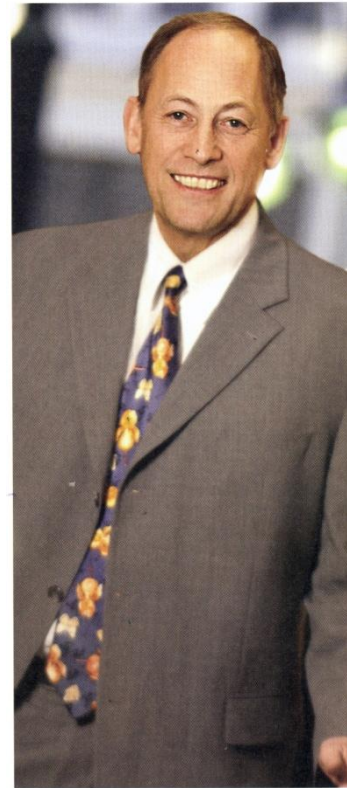


Bild 21, vd.



Bild 22, ledning. Vd längst till höger med orangeröd slips, något längre fram i bildplanet..

generellt stabila, vilket bl a har att göra med kostymens och skornas utformning, men också med kroppsspråket. Och i flera gruppbilder behåller personerna en stark, vertikal gestalt, särskilt när det finns rymd mellan personerna (t ex bild 29).

Ett sätt att förstå de här bildmönstren är att de bidrar till stabilitet respektive aktivitet. Utifrån Sonessons bildanalys av ett fotografikollage av Henri Cartier Bresson, med en vertikal gestalt till vänster och en rektangulär porträttbild till höger, skulle en jämförelse kunna göras mellan vertikalen (ensamme vd), kontra den vilande, rektangulära formen (grupporträtten med män i första hand, på rad). Sonesson menar att vertikalen uttrycker mer aktivitet, medan rektangeln liggande på långsidan uttrycker mindre aktivitet (en mer stabil form). Generellt är bilder med en bred bas mer stabila, jämför en triangel stående på sin bas eller på sin spets (upp och ner).²⁶⁹ I årsredovisningsbilderna förstärks vertikaliteten genom kostymen, slipsen och i vissa fall förstärks den ytterligare genom underifrånperspektiv och/eller byggnader (mer om detta i avsnitten om klädsel och om attribut).

Prat och andra aktiviteter

På ett flertal bilder pratar (eller lyssnar för tillfället, talandet kan deformera ansiktet i bild) personerna med en tänkt motpart, som kan befinna sig utanför bilden. I andra bilder kommunicerar personerna med varandra. Kommunikation är en viktig del av ledarskapet, prat är en huvudsysselsättning (se ovan om ledare). Handrörelser kan uttrycka engegemang, kraft, eller koncentration, allvar etc. ”I journalistiska bilder är dessa poser, i kombination med en bortvänd ’upptagen’ blick, vanligtvis förbehållna män eller grupper ur den samhälleliga eliten, medan s.k. vanliga människor ofta gestaltas stillasittande och med blicken riktad mot kameran.”²⁷⁰ Det finns bildexempel på den bortvända blicken (mer om blicken i nästa avsnitt), t ex bild 11, 10. Prat, handrörelser, läsande, gående och även sittande (vid ett mötesbord eller på en kontorsstol), kan ses som ”arbete”. Arbetsamhet är en viktig del av ett borgerligt maskulinitetsideal (jmf ”the man of action”). Samtidigt finns det starka bildkonventioner här som verkar i motsatt riktning, porträttsituationen och fotograferingen innebär



Bild 23, vd-bilder del 2 (se bild 10).

²⁶⁹ Sonesson s 235, Fernande Saint-Martin om triangeln enligt Sonesson s 261, bilden av Cartier Bresson s 40.

²⁷⁰ Anja Hirdman och referens till Ferguson s 49.



Bild 24, styrelse. Vd till vänster, därefter arbetstagarnas representanter som person nr 2, 3, 4, 10 (som har en orange skjorta och ring i örat). Styrelseordförande i mitten längst bort i rummet. I en detaljbild under den stora bilden finns ordförande gestikulerande (in action). Övriga styrelseledamöter i mindre bilder av ansiktet med namn och annan information.

att man måste stå still, att man *inte* ska befinna sig i rörelse. Det finns också andra tendenser i bilderna som uttrycker stabilitet och lugn, vilket också kan tolkas som en del av vissa ledarskapsideal.

Det finns olika exempel på avvikelser i kroppsspråket. Kvinnorna avviker t ex genom att sitta med knäna mycket tätt ihop (t ex bild 18), gå med handväska på armen och hålla i axelremmen (bild 19), le med huvudet på sned (det finns några exempel). Arbetstagarnas representanter avviker också ibland. I bild 24 har de inte händerna på bordet som de andra, äldre styrelseledamöterna har, med självklar auktoritet. Kvinnorna avviker framför allt genom vad de *inte* gör; jämför dessa exempel på mäns kroppsspråk: Stå och sitta bredbent (bild 20 del av ledning), en hand eller två i sidan (vd bild 31), luta sig avslappnat eller nonchalant, tala i talarstol (vd bild 11), bära kavajen över axeln. Kvinnorna har ett tillbakahålllet, behärskat kroppsspråk. Detta bekräftas i forskningen, kvinnor är mycket medvetna och omsorgsfulla i klädsel, tal och beteende (se fler exempel senare i texten om klädsel). Goffmans studie över ritualiseringarna i reklamen, visar hur kvinnornas kroppsspråk är mer lekfullt och varierat, men kvinnorna i årsredovisningarna har ett sparsmakat kroppsspråk, de uppträder med värdighet, de härmar i viss mån männen.

Blicken och tilltal

Det finns många teorier om blickarnas betydelse för t ex identifikation och tilltal, om olika sorters blickar och om själva seendet. Man kan skilja på två sätt att framställa blickar: Blicken som tecken och blicken som handling. Blicken som tecken är en bild av blicken och blicken som handling är det sedda, ur ett särskilt perspektiv.²⁷¹

Ofta kopplas seende ihop med makt: Vem får titta på vem, vem får ingående granska en annan? ”Simons visar att det inte är någon slump vem som kan ta sig rätten att titta på vem”.²⁷² Blicken har en roll i ett maktspel, ”för att bestämma subjektets och objektets positioner”,²⁷³ om man är den som kontrollerar blicken eller om man är föremål för den. Man kan se ögat som en aktör och aktivitet och handling är en del av manligheten, ”mannen framstår som ett aktivt ideal att identifiera sig med.”²⁷⁴ Denna blick, blicken som handling, är ”en projektion av subjektivitet på världen och utövning av auktoritet och dominans”.²⁷⁵ ”Ögat objektiverar och kuvar i högre grad än andra sinnen. Blicken upprättar avstånd och bibehåller avstånd.”²⁷⁶ Det är ovanligt att mannen visas på ett sådant sätt som kvinnan, och ovanligt att både män och kvinnor ser på mannen, framför allt avklädd.²⁷⁷ ”In a culture which has defined masculinity as strong, active, in possession of the gaze, and femininity as weak, passive and to be looked at, it is of course utterly problematic if not impossible for the male body to submit itself to the control of the gaze – by definition masculine”.²⁷⁸ ”Det som är kännetecknande för bilden av mannen är att han vanligtvis framställs som ett agerande subjekt.”²⁷⁹ Det är alltså kvinnan som har haft ett estetiskt värde.

Porträttet med den stillasittande mannen skulle kunna innebära en utmaning. Men dels finns det en lång (porträtt-) tradition att luta sig mot, dels kan det samtidigt finnas rörelse eller aktivitet i bilderna (även de små), dessutom har blicken betydelse. I bilderna ser männen oftast tillbaka på oss, med bestämda blickar. Eriksson och Göthlund skriver om den mötande blicken: ”Att ha blicken, att kunna titta tillbaka ... är enligt blickteorierna att inneha makt, aktivitet och möjlighet att framstå som ett subjekt. Detta gäller inte minst för porträtt”²⁸⁰ och tvärtom, att någon fräntas blicken blir att ”avhumanisera” henne, vilket kan vara meningen, eftersom blicken kan upplevas som hotande. Anja Hirdman ger en mer komplex bild av forskningen om blicken, t ex personer med hög status som ser bort från kameran, och tvärtom. I pressbilder kan den bortvända blicken också användas för att skapa känsla av autenticitet, där kameran bara tycks ”registrera” händelser. Sammanhanget och hur blicken returneras (vänligt, drömmande etc) påverkar betydelsen; detta kan förklara de olika

²⁷¹ Vibeke Pedersen s.17.

²⁷² Anna Lena Lindberg red. s 16.

²⁷³ Lindberg red. s 15.

²⁷⁴ Leena-Maija Rossi s 212.

²⁷⁵ Pedersen s 17.

²⁷⁶ Luce Irigaray citerad i Pollock 1988, översättningen från Lindberg red s 165.

²⁷⁷ van Zoonen s 97.

²⁷⁸ van Zoonen s 98. Edwards kommenterar det ökande bildflödet med män, även halvnakna, att det är en särskild manlighet som visas upp: ”if he was not a defensively heterosexual and aggressively muscular hunk, we could not look at him at all, as masculinity itself would be called into question” s54.

²⁷⁹ Eriksson och Göthlund s 77 och 84.

²⁸⁰ Eriksson och Göthlund s 59 ff.



Bild 25, vd.

teorierna i forskningen.²⁸¹ Kress och van Leeuwen (som både Eriksson och Göthlund, respektive Anja Hirdman hänvisar till) skriver att den mötande blicken innebär "demand" (krav), medan den bortvända blicken är ett "offer" (erbjudande); kravet innebär att man måste gå in i något slags "imaginary relation". Ögonkontakten skapar en relation, men vilken sorts relation det är beror på andra saker, t ex ansiktsuttryck, där leendet förstås ger social närhet (affinity). Relationen definierar också betraktaren som t ex maskulin, underlägsen med mera och exkluderar då andra betraktare. Några av de viktigaste aspekterna i tilltalet är enligt Kress och van Leeuwen:²⁸²

1 Blickar, mötande eller bortvända, "demand" eller "offer" (se ovan). Och blickar inom gruppen i grupporträtten.

2 Kamerans avstånd (jämför de olika porträttformaten, bröstbild, helfigur etc), från "very close-up" till "very long shot" (här inräknas också utrymme runt figurerna). Avstånd reflekterar närhet och distans, från personliga relationer, till sociala och offentliga. Avstånden mellan personerna i grupporträtten visar också olika relationer mellan personerna.

3 Kameraperspektiv (uppifrån, underifrån eller parallellt). Uppifrånperspektiv ger betraktaren symbolisk makt över den avbildade, medan underifrånperspektiv *inte* ger betraktaren makt; parallellperspektiv skapar en mer jämlik relation. I grupporträtten skapar positionerna olika sorters relationer.

²⁸¹ Anja Hirdman 2002 s 50-4.

²⁸² Kress och van Leeuwen s 117-148.

Bilder kan alltså skapa tilltal på olika sätt. Blicken innebär *ett* sorts tilltal. Kamerans avstånd och perspektiv kan också skapa olika relationer, bilder i närbild eller tagna på avstånd reflekterar ”socialt avstånd”. Kroppsretoriken påverkar också tilltalet, bland annat leenden, som skapar gemenskap. Men dessutom kan betraktarens blick styras antingen till objektifiering eller till identifikation.²⁸³ Denna identifikation kan t o m ses som *narcissism*, en känsla av närhet och igenkännelse.²⁸⁴ Eriksson och Göthlund påpekar att betraktaren blir ”delaktig”. Om någon är avbildad i närbild har vi lättare att identifiera oss med denna person.²⁸⁵

I årsredovisningsbilderna finns generellt ett jämlikt tilltal. Kameravinkeln skapar genom parallellperspektivet ett mer jämbördig tilltal, bilderna håller ett personligt eller socialt avstånd och i gruppbilderna finns ibland ett samspel mellan gruppmedlemmarna, på ett personligt eller socialt avstånd. Blickarna är ofta riktade mot betraktaren, det finns en medvetenhet om betraktaren och det leder till ett trevligt, inkluderande bemötande, eller möjligen ett mer korrekt, avmätt och seriöst. Bilderna uttrycker homosocialitet. Bildernas tilltal handlar om identifikation (snarare än objektifiering). Frågan är om eller hur kvinnor är inkluderade i detta tilltal? Åse skriver om ”det manliga tilltalet” som ett ”vi-tilltal”. Det skapar ett kollektivt manligt vi som innebär att kvinnor utesluts ur samtalet.²⁸⁶ Och män utanför den hegemoniska maskuliniteten? Enligt teorin drar även män utanför denna elit nytta av den. Bilderna kanske skapar en illusion om att tillhöra? ”Man” blir åtminstone inbjuden, tillfälligt.

Avvikelserna i bildmönstren kan också tolkas utifrån Kress’ och van Leeuwens teori:
1 Bortvända blickar: Blickarna kan vara vända mot andra personer i bilden eller en tänkt betraktare utanför bilden, vilket här kan betyda att personerna arbetar och/eller att de har nära eller sociala relationer (jämför Anja Hirdman ovan om pressbilder som ska ge autenticitet). Dessutom finns enstaka bilder med bortvända blickar som ingen möter, vd som tittar ut över havet (bild 10), vd som stirrar in i glödande, rött ljus (företag nr 50, som sysslar med värme) m fl. Den här typen av blickar är vanligen förbehållna en elit.²⁸⁷ Kress och van Leeuwen menar att den bortvända blicken är ett ”offer”. Här måste helheten beaktas; notera t ex underifrånperspektivet och det respektfulla avståndet i bilden med vd som ser ut över havet. Årsredovisningens bilder ger snarare uttryck för att det handlar om ”viktiga personer”.

2 Avstånd: Bild 27 utomhus, är ett av få exempel på riktigt långa avstånd, se även vd som vandrar på en kaj (bild 10). Det finns också exempel på ”very closeup”.

3 Kameravinkel: Det finns en del bilder med underifrånperspektiv, vd-bilder särskilt: Vd som ser ut över havet, vd framför skyskrapa, framför hus, i talarstol etc. Det finns några uppifrånperspektiv.

²⁸³ Eriksson och Göthlund s 62-4.

²⁸⁴ Se t ex van Zoonen s 89.

²⁸⁵ Eriksson och Göthlund om Kress’ och van Leeuwens teorier s 58.

²⁸⁶ Åse s 96. Anja Hirdman skriver att åtminstone veckotidningar vanligen arbetar utifrån ett grundantagande om publiken som bestående av män eller kvinnor. Och Kress och van Leeuwen alltså, att tilltalet skapar en position för betraktaren som utesluter andra s 118.

²⁸⁷ Se Anja Hirdman ovan om handrörelser och bortvända blickar.

Det komplexa samspelet mellan blickar, kameravinklar och kroppsspråk måste beaktas, menar Kress och van Leeuwen.²⁸⁸ Dessutom tillkommer alla andra aspekter i bilderna.

Kropp och klädsel

Bilderna visar en stor homogenitet med avseende på klädsel och stil, det finns inte många avvikelser. Det går att förstå detta utifrån teorier om reproduktion och homosocialitet. Men varför är just klädseln så viktiga i den ”spegling” som det talas om i den homosociala reproduktionen? Och varför just dessa kläder? Förutom ansikte och händer syns inte kropparna, men de gestaltas av kläderna; frågan är inte vilka kläder som passar dessa kroppar, utan tvärtom: Vilka *kroppar* passar dessa kläder? Forskningen om kroppen är omfattande; utifrån kläderna på bilderna (kostymen framför allt) söktes en teori om kroppen som skulle kunna ge större förståelse för klädseln.

Klädsel handlar om att skapa och presentera ett ”bodily self”: ”The ‘life’ of the body is played out through the technical arrangement of clothes, adornment and gesture.”²⁸⁹ Kläderna blir länken mellan identiteten och kroppen. Klädseln blir som ett fodral runt jaget, som en visuell symbol för identitet, ”dress is an embodied practice”.²⁹⁰ Kroppen är jagets hemvist ”and therefore something acted upon as part of the experience of selfhood.”²⁹¹ Detta måste inte reducera kroppen till ett tecken, utan låter den samtidigt vara något ”självupplevt” (jämför de teoretiska utgångspunkterna ovan). Många forskare menar att ”women are more likely to be identified with the body than men and this may generate differential experiences of embodiment.”²⁹²

Om klädernas funktion beskrivs som kommunikativ, semiotiskt, som tecken: Vad kommunicerar klädsel och stil? Enligt bl a Entwistle och Wilson kommunicerar kläderna idag först och främst könstillhörighet eller könsidentitet.²⁹³ De kommunicerar även andra tillhörigheter och identiteter. Några av de tydligaste exemplen är uniformer av olika slag (poliser, präster m fl). Olika sammanhang och situationer ger olika innebörd till klädseln, (bröllop, träning, arbete, jobbintervju, nattklubben).²⁹⁴ Platsen blir en viktig del av analysen, detta handlar om ”a situated bodily practice”.²⁹⁵ Kläderna formar då en viktig länk mellan individen och den sociala världen, det är t o m så att ”the body is both the property of the individual and the social world”.²⁹⁶ ”Dress lies at the margins of the body and marks the boundary between self and other, individual and society.”²⁹⁷ Men samtidigt är det så att

²⁸⁸ Kress och van Leeuwen s 138.

²⁸⁹ Craik s 1 ff.

²⁹⁰ Entwistle s 34 ff, s 43, 47. Se också Goffman enligt Entwistle s 43.

²⁹¹ Entwistle s 43.

²⁹² Entwistle s 46.

²⁹³ Entwistle and Wilson s 6, Tseëlon s 103 ff. Edwards bl a skriver att i västvärlden är kvinnors och mäns kläder alltid olika s 14-5. Hollander.

²⁹⁴ Entwistle s 45, 49, se även Tseëlon, Goffman i Entwistle s 49, Craik s 10.

²⁹⁵ Entwistle s 49, se även s 55.

²⁹⁶ Goffman enligt Entwistle s 47.

²⁹⁷ Entwistle s 37.

kläderna, genom att de är likartade (som jag förstår detta) "connects the individual self to the collective Other ... thus questioning the myth of a self-contained identity."²⁹⁸ Själva idén om en *gräns* ifrågasätts genom kläder, Cavallaro och Warwick har som utgångspunkt att "the body is both a *boundary* and *not a boundary*, that it is ambiguous" och denna tvetydighet, "ambiguity" gör relationen komplicerad mellan "self and non-self". Kläderna skapar identitet samtidigt som de skapar ett band mellan individen och gruppen. Kläderna skapar alltså gränsen, samtidigt som de hotar den. Gränsen mellan kropp och kläder löses upp, särskilt med praktiker som smink och piercing, är de en del av kroppen eller inte?²⁹⁹

Entwistle poängterar att "dress is fundamental to micro social order"³⁰⁰ och att det också innebär att nakenhet kan hota denna ordning och måste kontrolleras noggrant. Frågan om hur mycket hud som kan visas är till exempel central, det beror bl a på könstillhörighet, kvinnor visar mer hud.³⁰¹ Oklara gränser upplevs som oroande, de har varit föremål för kontroll i många kulturer, genom ritualer t ex, därför att gränserna vaktar ordningen. De har som uppgift att "safeguard purity". Vad betyder det? Antropologen Mary Douglas har visat att kroppens gränser är farliga, och det kan förklara varför kläder och andra utsmyckningar "which operates at these 'leaky' margins, are subject to social regulation and moral pronouncements."³⁰² "Hennes huvudtes är att kulturella meningsvärldar generellt bygger på en *differentiering* mellan kategorier, en sortering och avgränsning av det som hör ihop inom ett system gentemot det som är främmande och utanför. Det orena är det som flyter över gränserna, det som invaderar och sipprar ut, det öppna, formlösa och tvetydiga. Det orena är därför förbjudet och farligt, det hotar den etablerade symboliska ordningen – de distinktioner vi skapat för att ha verkligheten under kontroll."³⁰³ Det orena kännetecknas av "ambiguity".³⁰⁴

It is modernity's obsession with order that turned 'difference' into a problem. And it was this obsession which produced such imaginary fabrications as national and personal identity. At the root of identity production (whether social or individual) there are similar dynamics. Illusions of sameness and order are maintained at the cost of excluding the other, the different, or the stranger within oneself. Whether as the polluting object which is excluded from the social order described by Mary Douglas (1966) in *Purity and Danger*, or the unspeakable abject which is repressed into fantasy, according to Kristeva (1982, 1991), the stranger's presence challenges tools of order making. The stranger, maintains Bauman (1990, 1991, 1998), is singled out as a particular problem by the national state – to be excluded, not eliminated – because the stranger, unlike the enemy, poses a greater threat to the social (or psychic) order: it is the enemy within.

Exclusion of the Other is, thus, the basis of identity formation. Paradoxically, the insider and the Other are locked into a kind of symbiotic relationship. Identity

²⁹⁸ Cavallaro och Warwick s xvi.

²⁹⁹ Cavallaro och Warwick s xv, xvii, s 31.

³⁰⁰ Entwistle s 33-4.

³⁰¹ Entwistle and Wilson s 7 och Joanne B Eicher s 233 ff.

³⁰² Entwistle s 43, se även Solheim om Douglas s 140. Om uniformer och regleringar av klädsel, historiskt, Craik s 180.

³⁰³ Solheim s 116, se även 47.

³⁰⁴ Solheim s 73.



Åke Skeppner
Styrelseledamot
f.d. koncernchef Thule
(1990-2002)
Född 1951
Styrelseledamot
sedan 2002
Övriga styrelseuppdrag:
Metallfabriken Ljunghäll AB

Caspar Callierström
Styrelsesuppleant
Partner, EQT Partners
Född 1973
Styrelsesuppleant
sedan 1999
Övriga styrelseuppdrag:
Dahl International AB

Leif Östling
Styrelseordförande
VD & koncernchef,
Scania AB
Född 1945
Styrelseledamot
sedan 1999
Övriga styrelseuppdrag:
Scania AB,
BT Industries AB,
ADR Haanpää Oy

Anders Pettersson
VD & koncernchef
Född 1959
Koncernchef
sedan 2002

Peter Möller
Styrelseledamot
VD, Cardo Door AB
Född 1952
Styrelseledamot
sedan 2001
Övriga styrelseuppdrag:
Nederman Holding AB

Christer Wombell
SIF/LEDARNA:s
representant
Född 1969
Styrelsesuppleant
sedan 1999



Revisorer

Ernst & Young AB
Revisorer

Bild 26, styrelse. Positioner framgår av texterna.

requires an Other to exclude. It is Foucault's contention (1980) that the contained outsiders (mad, criminal, prostitute, sick, unruly) are what make the insiders insiders.³⁰⁵

Genom kläder och kroppslig utsmyckning skriver kroppen in sig i kulturen och blir ett meningsbärande tecken (för andra). Men vad kommunicerar kroppen? Har kroppen ett

³⁰⁵ Tseëlon s 104-5. Se även Cavallaro och Warwick som utvecklar Julia Kristevas teorier/teori om abjectet i samband med klädsel och kropp. Solheim om Kristeva/abject s 76 ff, 139, 140.



Peter Hambert
Chief Financial Officer
Född 1957
Anställd 1997
Bryssel, Belgien

Peter Kral
Divisionschef
Car Accessories
Europe/Asia
Född 1948
Anställd 1990
Hillerstorp, Sverige

Fred Clark
Divisionschef
Car Accessories
Nordamerika
Född 1959
Anställd 1993
Seymour, USA

Roland Schyllit
Teknisk direktör
Född 1954
Anställd 2002
Malmö, Sverige

Anders Pettersson
VD & koncernchef
Född 1959,
Anställd 2002
Malmö, Sverige

Ola Burmark
Group Treasurer
Född 1969
Anställd 2002
Malmö, Sverige



Bild 27, ledning. Vd står i mitten omgiven av två nästan lika klädda grupper. Jeep och sportartiklar. Detta är också en del av företagets produkt.

språk? Här återkommer jag till den kritik mot kön som konstruktion (ovan under teoretiska utgångspunkter) och språket (ovan om semiotik) som modell för meningsförståelse och tolkning av symboler och tecken, att "språket täcker inte den symboliska verklighet som är baserad på kroppsliga analogier och kopplingar."³⁰⁶

³⁰⁶ Solheim s 26. Det finns andra sätt att tolka tecken. "De klassiska antropologiska teorierna om magi var framför allt upptagna av hur det magiska tänkandet överallt tycks vara baserat på dessa två grundprinciper, som vi kan kalla för *likhetsmagi* och *beröringsmagi*." (s 68 Solheim) Beskrivningen är mycket lik semiotikens begrepp *ikon* och *index*. Närhet inom beröringsmagin kan t ex handla om "smitta" (jämför Douglas om "purity"). Man kan ha något annat än *språket* som grund för tolkning och

Kroppens symboler är mimiska symboler – de härmar; kroppens symboler är magiska, de kopierar sin referent. Men symbolisk meningskonstruktion handlar inte bara om att skapa förbindelser (närhet och likhet – jämför index och ikon) utan om att sätta gränser. Jämför ovan om hur distinktioner är ett sätt att dela in och förstå världen (hur man sorterar bort det som är främmande, Solheim om Douglas). Kroppar får mening genom skillnader, det vill säga kontraster, skiljelinjer; i kroppens gränser upplever vi konkreta fysiska erfarenheter.³⁰⁷

Vi upplever kroppens gränser som verkliga ... Denna gränsupplevelse är för mig grundläggande i strikt mening: den lägger grunden för vår verklighetsuppfattning ... Det är kanske därför som *det gränslösa* är det farligaste av allt. Om gränserna mellan dig och världen brister så upplöses verkligheten. All symbolism kretsar enligt min mening kring denna form av kroppslig-materiell gränsproblematik, där våra egna kroppserfarenheter så att säga står modell för tingens ordning.³⁰⁸

”Två av de universella kulturella symbolfält som finns för att markera gränser är just *mat* och *hygien*.”³⁰⁹ Båda refererar till kroppen. Mat intas, medan hygien snarare handlar om att göra sig av med. Mat är en djupt liggande symbol för *inkorporering*, att ta in något, t o m att ta in andra (genom gåvor eller, antar jag, via modersmjölken), det är som ett sakrament, skriver Solheim, ”*detta är min lekamen som jag ger dig att äta*.”³¹⁰ Kvinnokroppen är öppen, dels genom amningen, att kvinnan förknippas med mat och dels sexuellt, p g a kvinnans kön. Kvinnokroppen tycks ha en brist på gränser.³¹¹ Dessutom föder kvinnor *barn*, föder oss. Gränserna för kvinnans kropp överskrids, den är genomtränglig, inte bara fysiskt; att vara en individ betyder att vara en avgränsad, enskild person; (den gravida) kvinnan inte kan rymmas i det klassiska individbegreppet (som (samtidigt) en och två individer).³¹²

Det är svårgripbart, därför att kroppen och tingen är både symboliska och verkliga på samma gång (jämför ovan under teoretiska utgångspunkter). Men Solheim menar att kvinnokroppen har en alldeles speciell plats här: Den tycks själv framstå som *det gränslösa*. Det som inte har egna gränser. Denna symboliska kvinnokropp kallar hon för *den öppna kroppen*. Det kvinnliga får en särskild symbolik ”vars yttersta referens är *den öppna kroppen*.”³¹³ Solheim menar att denna symbol förutsätter den moderna synen på könen, med idén om absoluta könsskillnader (se under Historia om Laqueur). I förmoderna kulturer är könsskillnader generellt mer flytande och mångtydiga, t ex kan män (symboliskt) förvandlas till kvinnor.

meningsskapande (detta sätt att förstå tycks vara djupt grundat hos människan?). Kroppens språk utgår också från likhet och närhet.

³⁰⁷ Solheim s 65 ff, 67, 136. Solheim har använt teorier som sysslar med vad hon kallat

”*distinktionernas problematik*, framförallt de distinktioner som hänför sig till fenomen och figurer i den fysiska, materiella världen.” s 26.

³⁰⁸ Solheim s 20.

³⁰⁹ Solheim s 116.

³¹⁰ Solheim s 116.

³¹¹ Solheim s 49, 51.

³¹² Hewitson är nationalekonom, den individ som är huvudperson där är “the economic man”.

³¹³ Solheim ”den öppna kroppen” s 20, s 51 citatet.

Könssymboliken utgör en fundamental aspekt av kulturella meningssystem, kulturen är ”bekönad”.³¹⁴ Yvonne Hirdman skriver: ”Vad man bör understryka, tror jag, är dikotomins ’funktion’, dess enastående strukturerande förmåga.”³¹⁵ Genussystemet har en meningsskapande effekt, det skapar ordning i världen.

Den öppna kroppens motsats

”Sann maskulinitet förväntas nästan alltid utgå från mäns kroppar”.³¹⁶ Kroppen styr, t ex föreställningen att män är mer aggressiva av naturen än kvinnor och därför kan göra okontrollerade våldshandlingar, och kroppen sätter gränser, t ex idén att män inte vill ta hand om spädbarn, eller inte vill ha homosexuella relationer. Därför menar Connell att den första uppgiften är att undersöka detta samband mellan mäns kroppar och maskulinitet.³¹⁷ Kvinnans kropp är alltså gränslös. Här använder jag teorin om dikotomi, om kvinnans och mannens motsatthet, som en metod: Vad är motsatsen till öppen? Johansson menar att idealet för mannens kropp idag är den *hårda* kroppen och han skriver om föraktet för den *mjuka* kroppen.³¹⁸ (Den hårda kroppen är ett ideal också för kvinnor). En annan möjlig motsättning skulle kunna vara: Öppen, gränslös, (och mjuk?) eller ogenomtränglig och stängd (och hård?). Solheim menar också att kvinnans kropp är öppen och att mannens är sluten.

Men vad har dessa teorier från antropologin, om kroppar och mat med mera, att göra med organisationen och ledarskapet? Organisationsforskaren Linstead skriver att “from the time of the Greeks, men have been associated with dryness, solidity, firmness and containment – the male body was a body of parts, of organs that were self-contained and connected in a machine way, a body to be mastered and controlled ... As the male body is phallicized ... it becomes sealed up and impermeable.”³¹⁹ Organisationens ”kropp (-sbild)” är modellerad efter den maskulina kroppen och finns (embodied) i strukturer, system, artefakter med mera. Kvinnans kropp däremot förknippas med föränderlighet och ”fluidity”, som är något otydligt, på gränsen mellan fast och flytande, och därför farligt; den feminina kroppen är ett hot mot ordning och stabilitet.³²⁰ ”Fluidity” handlar om en öppen kropp: ”Bodily fluids are reminders of the permeability of the body and the presence of the un-specifiable within, which occasionally leaks out.”³²¹

Flera forskare påpekar att maskulinitet ska ses ”in constant relation to its opposites of femininity, otherness and the stigmatization of women, gay men and black

³¹⁴ Solheim s 33.

³¹⁵ Yvonne Hirdman 1988 s 52.

³¹⁶ Connell 2003 s 69.

³¹⁷ Citatet Connell 2003 s 81. Se även s 69 och 81 ff. Kvinnan har förknippats med kropp och natur, medan män förknippats med intellekt och andlighet (se ovan om historien). Connell (kapitel 2, 2003) ska antagligen förstås i ett annat, samhälleligt sammanhang; han menar att tidigare var det religionen som legitimerade patriarkatet (genussystemet), men när religionen försvagades trädde biologin in för att legitimera patriarkatet.

³¹⁸ Johansson 2000 s 97 ff och 85.

³¹⁹ Linstead s 31-5.

³²⁰ Linstead s 31-33, bl a Elizabeth Grosz 1994, enligt Linstead.

³²¹ Elizabeth Grosz enligt Linstead s 33.

sexuality.”³²² (Jämför citatet av Tsaëlon ovan, om ”other” och Mosse, under historien). Hope skriver att ”bodies become othered” i organisationen, utifrån kön, men också utifrån ras, etnicitet ålder med mera. Gränserna mellan olika kategorier blir viktiga. Ett tydligt tecken i dessa bilder är ringen på ringfingret, som symboliserar äktenskap. Detta lilla tecken pekar bort mot en värld utanför företaget och arbetet. Bland annat Kanter har visat hur viktigt det är för män i dessa höga positioner att vara gifta.³²³ Men ringen är också ett tecken på att männen är heterosexuella. Ledarskapet konstrueras som maskulint och heterosexuellt. Homosexualitet hotar, bl a därför att relationerna mellan männen är mycket känsloladdade (se ovan om ledartyper och om kvinnors klädsel nedan). Ibland är arbetstagarnas representanter identiska med den övriga styrelsen (t ex bild 29), men ibland avviker de visuellt, genom t ex kläder, kofta, orange skjorta, smycken (ring i öronen), frisyren, lugg (t ex bild 12, 24, 2). Hollander menar att håret är det mest prominente och det viktigaste i den kroppsliga gestaltningen. Men det är ett område som inte har uppmärksamats, forskningen om frisyren har bara påbörjats.³²⁴ Arbetstagarnas representant kan också hamna i en ”token”-position (om det inte syns i bilden, framgår det av texten). Är ”arbetaren” en ”other” att avvärja? En ”annan” sorts man?

Sammanfattningsvis: Det är en särskild kropp som visas, en man, vit, heterosexuell, ingen påtaglig övervikt, inga funktionshinder. Mannens kropp är slutet medan kvinnans kropp är öppen. Samtidigt innebär denna öppenhet en gränslöshet som är skrämmande. Kvinnan är gränslös, saknar gränser, skriver Solheim. Gränser är oroande. De är föremål för ritualer. Det orena är det som går över gränsen, det orena är hotande. Linstead kopplar också samman ”fluidity and pollution”. Vi vill ”safeguard purity”. Kläderna skapar ett ”bodily self”, de skapar och kommunicerar identitet, samtidigt länkar de individen till gruppen. Men kläderna skapar gränsen och hotar gränsen.

Klädsel och stil

I slutet av 1700-talet förändras mannens klädmode till att mer likna dagens. Peruk och puder, spetsar och dekorationer försvann och dova, mörka färger gjorde sitt intåg. Kvinnans klädsel framstod nu som en motsats. Denna övergång sker samtidigt som synen på kroppen förändras radikalt, till att se mannens och kvinnans kroppar absoluta motsatser (se ovan om historien).³²⁵ Mode blev synonymt med kvinnlighet och dessutom med ytlighet och flärd. Mode brukar kännetecknas av förändring. Genom att förneka mode, förändring och dekorationer, förnekas det feminina, skriver Craik angående framväxten av den manliga stilen. Den var också mot aristokratin och de värden som förknippades med aristokratin. Idén att män och mode inte hör ihop kan ifrågasättas och det är i så fall en företeelse begränsad i tid och rum. Mäns

³²² Edwards s 41 hänvisar här till bl a Connell. Edwards kallar detta ”ill-defined”, se även Tjeder s 21-2, som kritiserar Mosse för att göra alltför stora generaliseringar (det finns flera maskuliniteter och det finns konflikter).

³²³ Kanter s 104 ff. Den äkta maken, detta har olika innebörder för män respektive kvinnor, är i högsta grad delaktig i mannens arbete. Jämför Holgersson om svenska förhållanden idag.

³²⁴ Hollander s 183. Marie Nordberg om frisyren i *Modets metamorfoser. Den klädda kroppens identiteter och förvandlingar*, enligt Gradén och Petersson McIntyre.

³²⁵ Hollander poängterar detta i sin kostymstudie.

klädmode har genomgått förändringar sedan 1800-talet, om än långsammare.³²⁶ I slutet av 1800-talet fick kostymen en delvis ny ”look”, genom tillskärningen blev den mer ”fyrkantig” och materialen blev stelare och tåligare. Den mörka kostymen och ljusa skjortor med slips och kravatt, blev det enda rätta valet. ”The overall impression conveyed the serious disposition of men locked into the industrialising economy.”³²⁷ ”The business suit” var ett tecken på auktoritet och status, t o m en spegling av personens uppträdande, och i förlängningen, av moraliska kvaliteter. Mäns mode har hört ihop med arbete och med arbetsplatsen. ”The suit has remained the basis of the male wardrobe throughout the twentieth century.”³²⁸

Uniformer

I en studie om polisens uniformer, undersöker Åse de olika skriftliga föreskrifterna till polisklädseln och dess tillbehör. Det finns alltså regler för hur poliserna ska vara klädda. Inom företagsledning och styrelser finns det förstås inga explicita regler, men man kan se resultatet av vars och ens eget val som ett implicit regelverk, normer eller konventioner. Ur materialet kan man utläsa, eller konstatera, *hur* företagsledare klär sig. I sin studie av bolagsstämmor använder Mörck och Tullberg teorier om uniformen för att förstå den dominerande kostymen. Detta ger upphov till ett dilemma: Varför har män ur den hegemoniska maskuliniteten ”samma uniform”? Att männen har så likartade kläder kan tyckas motverka deras individualiteter, menar Mörck och Tullberg och hänvisar till hur uniformer suddar ut individualiteten. Men kostymen kanske inte bör förstås som en uniform? Hollander menar att männen bara blir *mer* individualiserade genom kostymen, att ansiktet, alltså individen, betonas då. Vi ser ansiktena, inte kläderna, eftersom kläderna ändå är så likartade.³²⁹ Ansiktet är viktigt för identiteten (se ovan om bilder för identifikation, om porträttet, om att vi ”läser” människor utifrån ansiktet i första hand och om betydelsen av den uppräta hållningen och den mötande blicken).³³⁰

Geom att klä sig likartat överbryggas männen i första hand gränserna mellan det (avskilda) individuella och det kollektiva. Band skapas mellan män. Band som samtidigt utesluter kvinnor. Mörck och Tullberg menar att kostymens roll är att skapa

³²⁶ Stycket bygger på Craik s 182-3, 108 ff, 197, Entwistle s 39, se även Hollander, Edwards, *Body Dressing*. Mannens klädsel, kostymen, kom på 1700-talet, för alla samhällsklasser, men fortfarande mycket dekorerad, Craik s 181: ”But, over time, men’s dress became less elaborate, less decorative, and less variable.” s 182. Och om dén att bara kvinnor pyntar sig, att det inte är så i andra kulturer (s 179) och alltså inte före tiden runt 1800. Inom tidigare forskning särskilt, har mode setts som något specifikt västerländskt, och förknippats med kapitalismen, konsumtionssamhället och moderniteten. Detta har ifrågasatts, för Craik är det en huvudfråga, Hollander däremot hävdar att mode innebär ett speciellt förhållningssätt, som hör ihop med västvärlden, något hon förknippar med ”modernitet”.

³²⁷ Craik s 188. Den ideala maskuliniteten var inte längre ”gentlemanen” utan ”a young man filled with ambition and courage: ‘energetic, athletic, ambitious and less concerned with style than action’”, Paoletti i Craik s 188.

³²⁸ Craik s 189.

³²⁹ Hollander s 8-9.

³³⁰ Genom att använda Foucaults teorier om uniformen och disciplin m m, s 75 ff, komplicerar Cavallaro och Warwick frågan om uniformens roll (de skriver t ex att uniformen skapar hierarki, inte likhet) och kommer fram till att uniformen både kan skapa likriktning och *samtidigt* kan skapa differentiering (alltså *inte* vara avindividualiserande). Gunn Hasvén har också diskuterat kostymen som uniform.

homosocialitet och att förkroppsliga den hegemoniska maskuliniteten. Tidigare (om kropp och klädsel) beskrevs problematiken, att genom sin klädsel samtidigt urskilja sig som en individ (skapa gränser) och bli en del av ett kollektiv (överskrida, upplösa gränser?); kanske har kostymen som klädesplagg löst det problemet? Kostymen förenar personen med gruppen, men samtidigt framhäver kostymen ansiktet, individualiteten. Ansiktet framhävs rent visuellt genom den vita skjortan, som drar uppmärksamheten mot ansiktet, vilket även slipsen gör genom sin avvikande färg och tydliga form. Kostymerna smälter ihop i bilderna, det är skjorta och slips som avskiljer kropparna från varandra (de skulle vara en mörk massa annars, särskilt i bild, se t ex bild 22).

Polisen är ett yrke där kroppen spelar en central roll, i sin egenskap av att vara synlig för allmänheten i olika sammanhang. Åse visar hur uniformen används för att gestalta mannens kropp som polis, och de olika värden som polisen ska stå för, och hur problematiskt det blir när yrket öppnas för kvinnor och de, kroppsligt, ska gestalta "lagens förlängda arm", statens våldsmonopol. Åses analys av polisens uniformer visar hur små skillnader i klädseln (som tillskärning, form, detaljer som fickor m m) har använts för att upprätthålla skillnader mellan män och kvinnor som poliser (personer som formellt har samma position). Underordningen gestaltas med små medel.



Bild 28, ledning. Vd nr sju från vänster. Detta är en av två bilder. I den andra poserar de genom att låtsas ringa i telefon och titta på klockan o d. De två styrelsebilderna är uppbyggda likadant.

Kvinnor och klädsel

Genom historien har kvinnor härmat mäns kläder. Hollander beskriver hur mannens klädedräkt gått före från medeltiden, och hur kvinnan sedan tagit efter. Män har i princip inte övertagit något från kvinnors kläder. Dräkten och kostymen för kvinnor kan ses som feminiserade varianter av mannens kostym, med en skärning som

framhäver kvinnokroppen, men utan slipsen.³³¹ Även som chefer eller ledare härmar kvinnor män, för att hantera situationen som avvikare. Kvinnor som är chefer upplever ofta en ”splittring mellan yrkesroll och kön. Kvinnorna berättade hur de balanserade mellan kvinnliga och manliga uttryck i *klädsel*, språk och beteende.”³³² (min kursivering) Wahl m fl beskriver den tidiga litteraturen om kvinnor som chefer och hur kvinnorna får rådet att anpassa sig, även om rådet ges med ambivalens ses det som ett nödvändigt ont. ”Ju mer kvinnor avviker från normen, desto viktigare blir det för dem att visa att de accepterar de dominerande värderingarna och att de inte kommer att opponera sig. Författarna exemplifierar ofta anpassningen med *klädsel*, beteenden, tankar och tal.”³³³ (min kursivering) Det finns också forskning som visar att ledarskap har ett inslag av sexuell identitet – maskulin och heterosexuell (jämför ovan om ”other”). Men att mannens sexualitet är osynliggjord, medan kvinnan får ”bära” sexualiteten.³³⁴

Enligt flera forskare kommunicerar kläder idag först och främst könsidentitet. Förutom att kläder visar könstillhörighet medföljer det alltså föreställningar om män och kvinnor, som i alla andra sammanhang. Det kan förklara varför kvinnorna i exemplen ovan resonerar som de gör. I bilderna upprätthålls genussystemet genom klädseln.

När kvinnor härmar män, bland annat deras klädsel, verkar det finnas gränser för hur långt de kan gå. Vissa attribut i polisuniformen har inte kvinnor fått bära, som sabeln (sabel bäres inte till kjol). Det påminner om ett annat falliskt tecken som kvinnor inte brukar bära: Slipsen. I sin analys av polisen är Åses analytiska fokus hur kvinno- och manskroppen *formas* till att bekräfta och berättiga under- och överordning. Inom samma roll skapades skillnader med små medel rent visuellt, genom uniformens utformning. För ledare skapas också skillnader med små medel, kvinnans kostym är lite feminiserad, kvinnan har inte slips, kvinnan kan också ha fler och större smycken, längre hår, smink med mera. Kvinnan gestaltas som *annorlunda*, vilket bekräftar forskningen om ledarskap som manligt könsmärkt, att kvinnor inte kan vara riktiga ledare.

Inga (köns-) gränser överskrids i klädseln. Gränsöverskridanden är hotande, vi vaktar gränserna. Och klädseln visar först och främst könsidentitet. Om kläder tidigare kopplades ihop med makt och var viktiga för att markera klassgränser, kanske mode idag ”[is] playing a crucial role in policing the boundaries of sexual difference.”³³⁵

Kostym och slips

Bilderna visar människor, alltså kroppar, männens kroppar är i stor utsträckning täckta av kläder, ofta syns endast huvud och händer, kvinnorna visar ibland mer hud.

³³¹ Hollander s 40 ff, 113-4. Entwistle s 53. Före medeltiden var den västerländska klädedräkten, för både män och kvinnor, ganska stor, hängig, kroppen var inte så accentuerad, men det blev den sedan och mäns och kvinnors klädsel började bli mer olikartad.

³³² Wahl 1996 s 23.

³³³ Wahl m fl s 152.

³³⁴ Pia Höök 1999. Wahl m fl om Acker s 156. Hollander skriver samma sak om kostymen.

³³⁵ Entwistle s 39.

En mans kroppslighet blir mindre påtaglig genom volymen och formen på kostymen. Kostymen täcker kroppen från halsen till fötterna.³³⁶ Hollander menar att kostymen med sin släthet också tar bort kroppens olikheter och på det sättet gör den individuella kroppen osynlig. Min tolkning är att bakom kostymen kan många olika kroppar finnas, smala och tjocka, unga och gamla, vältränade och otränade. Kostymen gör kropparna mer lika varandra. Kostymen används också över generationerna, av både gamla och unga; kostymen är ålderslös och bygger band mellan generationer. I bilderna är ålderskillnaden stor, men kläderna och stilen är likartad. Mannen kan ha "samma" kostym genom livet – som får gestalta "samma" kropp: Breda axlar, släta ytor.

Kostymens axelvaddar och eventuell övrig vaddering, tillsammans med de raka byxorna, döljer kroppen och ger den samtidigt en viss kantighet, till och med hårdhet och speglar, eller "härmar" därmed ett kroppsligt ideal. Kostymen har utmanats i försök att bredda det smala utbudet av kläder för män, t ex genom andra, mer praktiska kläder. Men lösa mjuka kläder, med kortare ärmar, eller en rundad manlig silhuett etc kunde inte längre skapa den "visuella auktoritet" som kostymens rektangulära look hade fått.³³⁷ Ett flertal experiment visar att kantiga former och figurer uppfattas som hårda, medan rundade, böljande linjer uppfattas som mjuka.³³⁸



Paul Govaart. Lelf Rogersson. Stellan Werne. Peter Cowling. Ton Spoor.

Bild 29, del av styrelse. Arbetstagarnas representant i mitten. Bilden är något beskuren till vänster, där bilden fortsätter in på nästa sida.

³³⁶ Eicher s 233, 243-4.

³³⁷ Craik s 190.

³³⁸ Detta är alltså exempel på att vi översätter mellan olika sinnen (från syn till känsel), Sonesson s 168. I bilderna avspeglas idealet också i de avskalade miljöerna, med bord utan dukar, fönster utan gardiner och liknande.

Kostymen, eller "the corporate power look" visar samma kropp som visas i "the outdoor casual", ofta i jeans, där fokus är på det fysiska, på kroppen, menar Edwards. Alltså är det två sidor av samma mynt och denna look (de båda sidorna av myntet) var – och är – *hegemonisk*.³³⁹ Trots att antalet bilder av män ökar, så utvecklas de kring dessa två teman.³⁴⁰ Mannen som "sexy, muscular and well dressed is constantly reinforced."³⁴¹ Se bilderna 26, 27, i den ena bilden är männen inomhus i en kontorsmiljö iklädda mörka kostymer, i den andra bilden är de utomhus iklädda fritids- eller sportkläder. Det är en karg natur, de är ensamma, det finns något äventyrligt över bilden, och en association till den starka, vältränade kroppen.

Eicher skriver, "in downplaying the sexed body, men's dress indicates power and social standing."³⁴² Men både Edwards och Hollander menar att kostymen är sexig: Kroppen gestaltas av kläderna, och anas under kläderna. Kostymen breddar skuldror och bröst och accentuerar den "manliga" kroppen och slipsen är en sexuell symbol, som förbinder adamsäpple med skrevet (larynx and crotch).³⁴³ I början av kostymens historia var kavajen eller rocken mer lik en frack, den var öppen framtill och byxorna var ljusa och tajta. Härigenom exponerades hela benen och skrevet. Den här klädseln var svårburen och så småningom gjordes byxorna bredare och rakare och kavajen slöts framtill. Samtidigt blev kravatten mer markerad och färgstark, slipsen föddes genom att den mjuka, rosettliknande kravatten gjordes stelare och senare fick "an exciting vertical thrust".³⁴⁴



Bild 30. En ung och välbyggd man som Lord Grantham har inga problem att bära upp de tajta byxorna, som stoppats in innanför stövlarna; notera den diskreta kravatten, kanske i samma färg som skjortan. Eller har konstnären förskönat mannen för att passa det antika kroppsidealet? Teckning av J.A.D. Ingres 1816.

³³⁹ Edwards s 41-4. Se även Hollander s 8.

³⁴⁰ Edwards s 54-5.

³⁴¹ Edwards s 54. Edwards studie utgår från 80-talets mode, och kan verka vara en historisk parentes, vilket han själv påpekar, men säger att den har större betydelse än så; på 80-talet skapade kostymen en sexig look, s 42 bla, men det var "a return to traditional masculine values of money, work and success."

³⁴² Eicher s 244.

³⁴³ Edwards förordet och om "the power look" s 21, 42. Finkelstein om slipsen enligt Craik s 190.

Hollander om klassicism, att de antika kroppsidealen syns i utformningen av kostymen s 95 bl a.

³⁴⁴ Hollander s 55, 101 om slipsens födelse som ett behov av kompensation när kostymen förändrades.

När kavajerna tas av eller knäpps upp blir slipsen synligare och mer markerad (bild 31, 20, 7). Kvinnorna däremot saknar slips. De tar inte av sig kavajen, för att "blotta" slipsen: "her suit may work to cover her body and reduce its sexual associations (the jacket is the most crucial aspect of female professional dress, covering the most sexualized zone, the breasts",³⁴⁵ kvinnor tar av kavajen i sitt privata kontorsrum, men tar på den på möten och ute på arbetsplatsen (för att täcka kroppen), och förhindra oönskade sexuella blickar. De är mycket medvetna om sina kroppar; men de lyckas aldrig helt dölja den, menar Entwistle, därför att kvinnans kropp är alltid "kvinnlig" och alltså sexualiserad.³⁴⁶ (Se tex bild 5).



året kan vi glädja oss åt företagets försäljningsutvecklingen bra. Lönsa.

2003 blev ännu ett år i raden med Nocom del blev det dock ett år av Vägen tillbaka till lönsamhet har varit under de senaste åren. Ofta krävs kriser, nyemissioner, lönsamhetspraktiser och uttryck är det lätt att ta en bärande affärsidé, att arbeta långt mot marknads behov. Nocom är glädja sig åt stabilitet i den dagliga framtida färdriktningen.

Vår ställning som vä bygger på försäljning inriktat oss på att veckla nya samarbetsprocesser blir extra viktiga i slagning i återförsäljning.

Vi ser de de. I Nocom WRQ:s primära inom IT-säl under året. En ledande IT-säl inomslag i försäljning.

Valet av Symantec är en Vi söker tekniskområde stor potential - säkerhet ihåg att valet är ömsesidigt. En röntör inom IT-säkerhet. En avancerade säkerhetslösning och återförsäljare. Att de val Vi kan möta deras krav på tekniskt dessutom väletablerat i Norden till ett stort antal kvalificerade åt

Bild 31, vd.

³⁴⁵ Entwistle s 54.

³⁴⁶ Entwistle s 50, 53.

Slipsen som maktsymbol?

Kostymen har fått sin betydelse från ett större samhälleligt sammanhang, menar Edwards. Om den har fått sin elegans genom kontinuitet och design, "its eroticism comes more from its emphasis of the male form and, most importantly, from its associations with commerce, success and corporate power".³⁴⁷ Maktinnehav är en del av den konventionella maskuliniteten, skriver Connell. Maktutövande är maskulinitet i dess mest nakna form.³⁴⁸ Makt kan definieras som förmåga att få saker gjorda, enligt Kanter, och ledarna i hennes studie ser "förtroende" hos en företagsledare, som makt och kompetens.³⁴⁹ Flera författare påpekar att ledarna ska inge förtroende, det skulle kunna innebära att de ska utstråla makt och kompetens? Som framgår ovan är kostymen, "the business suit", ett självklart klädval.

Kroppens språk är kanske en bättre utgångspunkt för att förstå klädernas språk (se ovan om kritiken mot språket som modell för meningsförståelse). Antropologen Solheim menar alltså att kroppen kommunicerar genom mimesis (härkning) och genom distinktioner. Kostymen "härmar" på flera sätt (idealet om) en hård, avgränsad och sluten kropp. Enligt flera klädforskare är slipsen en sexuell symbol; härkningsaspekten är närmast övertydlig.

Slipsen framhävs rent visuellt: Mörk kostym och ljus skjorta, vitt och svart, skapar skarpa kontraster. Slipsen är placerad väl synlig på skjortans vita trekant, nästan i ögonhöjd. Den syns extra tydligt därför att den övriga klädseln består av den mörka, släta massa som kostymen utgör (särskilt i bild). Inte heller skorna avviker i färg och kan distrahera blicken (jämför kvinnor med kjolar som visar benen i tunna strumpbyxor eller väl synliga skor). Slipsen stänger på ett definitivt sätt in kroppen, genom att knyta runt halsen, medan en blus med ett par uppknäppta knappar är möjlig att "öppna" på ett helt annat sätt, liksom en urringning "öppnar" (se t ex bild 18, med den halvöppna blixtlåsöppningen, bild 17 m fl). Slipsen döljer dessutom på ett elegant sätt skjortknäppningen och den möjliga öppning som finns där. Kostymen saknar också synliga sömmar och som Hollander påpekar, överlappar plaggen varandra.



Bild 32, ledning. Kvinnan till höger har en grön sjal som flyter ut. Vd i mitten med röd slips, händerna ihop.

³⁴⁷ Edwards s 21.

³⁴⁸ Connell 2003 s 65. Om makt s 82 ff.

³⁴⁹ Kanter s 166 ff.



Bild 33, vd.

Teorin om ”den öppna kroppen” utvecklades i förra avsnittet, genom att relateras till teorin om ”fluidity”, kläder är viktiga för att kontrollera ”these leaky margins”. Kostymen och slipsen stänger in kroppen, men släpper heller inte in något. Solheim skriver att medan kvinnans kropp representerar ”ofullständighet, öppenhet och oordning”, representerar mannens kropp ”fullständighet, slutenhet och ordning”.³⁵⁰ Utifrån Douglas skriver Solheim, om idén att det heliga inom den judisk-kristna traditionen handlar om att vara separat och åtskild, att vara hel, fullkomlig och ett med sig själv. För att vara ”lik” Gud, för att uppnå perfektion och vara en ”perfekt” människa, ska man vara ”hel och fullt innesluten i sig själv som en separat person” och det betyder att ”*den öppna kvinnokroppen* i sig är en styggelse ... Den strider mot föreställningen om det gudomliga”.³⁵¹

Det finns två bilder som är närmast religiösa (bild 11 och 33). Kameraperspektivet är underifrån och det finns också ett närmast gudomligt ljus i båda bilderna. I bild 33 finns det ett övernaturligt eller artificiellt ljus, som kommer från två motsatta håll i tydliga strålar. I bildens nästan absoluta mitt finns slipsen i gult (gyllene?) (inte ansiktet). Det fokus som finns i denna bild på slipsen, kan tolkas som att slipsen har en mycket viktig betydelse. Den skulle kunna ses som en maktsymbol. Underifrån-perspektivet förstärker maktsymboliken. Den är/blir en maktsymbol. Den kan också ses som en symbol för maskulinitet; makt och maskulinitet är/blir synonyma. Kvinnor bär inte slips. I bilderna har många av kvinnorna mörka kavajer med en vit blus eller topp under. Denna vita, tomma trekant lyser av frånvaro.

³⁵⁰ Solheim s 52.

³⁵¹ Solheim, citaten s 48-9.

I bild 11 liknar vd snarast en präst och talarstolen liknar en prediksstol. Vd ”talar” i alla årsredovisningar och det innebär att tala om hur det är, att producera verklighet (jmf ovan om ledare). ”Maktpositioner kan därför definieras som att ha rätten att prata och att producera de texter och historier som ger upphov till allmänt spridda uppfattningar.”³⁵²

Att koppla slipsen (och kostymen) till ”helighet” och idén att upprätthålla en gemenskap mellan män via en starkt sexualiserad symbol kan verka långsökt, men helighet ska snarare förstås som perfektion och fullkomlighet. Och när Solheim utvecklar teorierna om den öppna kroppen skriver hon om den (judisk-kristna) religiösa gemenskapen mellan män, via omskärelse, ritualer och invigningar (gemenskapen mellan människan och Gud upprättas via mannens omskärelse, enligt gamla testamentet). Kvinnor blir ”gränskorsare som hotar den ’rena’ gemenskapen mellan män.”³⁵³ Men, skriver Solheim, detta är bara möjligt i ett system där släkten är viktigast. Idag spelar inte släkten samma roll, familjen och individen är istället centrala enheter. Samtidigt påminner Solheims beskrivning om beskrivningarna av gemenskapen mellan män i organisationen, om ”reproduktion”, konstruktion av maskulinitet i slutna rum och broderskap (se nästa avsnitt om bakgrunder, rum och attribut) och kanske även den hegemoniska maskuliniteten? En samtida, globaliserad gemenskap mellan män kan inte byggas upp på samma sätt som förr. Men kostymklädseln kanske upprättar en större gemenskap, som män kan känna över generationsgränser och andra skillnader, mellan länder och kulturer?

Bakgrunder och attribut

Till bildkonventioner i porträttet hör poser, attribut och bakgrundsgestaltning.³⁵⁴ Attribut fungerar ofta som ett sätt att underlätta betraktarens identifiering av bilden. och som ett sätt att karaktärisera människor med hjälp av synliga ting.³⁵⁵ Ovan under semiotik nämndes exempel på detta, bildkonventioner som den lilla knähunden. Det finns alltså olika sätt att tillföra bilderna innehåll, att tillföra något mer till de avporträtterade personerna, något som går utöver den enkla bilden som identifikation; något som går utöver kroppspråk, kläder o s v, som alternativt förstärker eller försvagar, bildens innehåll. Det går kanske inte att uppställa en generell regel om ”bakgrunder”, eftersom det innefattar allt i bilden som inte är personerna som finns avbildade eller attributen. Och gränsen mellan bakgrund och attribut är inte heller alltid självklar.

Den viktigaste förklaringen till bristen på attribut och ”bristen” på bakgrunder (d v s tomma, vita, enfärgade) är kanske bildkonventioner, både för id-kort och porträtt tagna hos fotografen med en fond e d. Medan pressfoton och familjealbum oftare har bakgrunder, eftersom fotografierna inte är tagna i en ateljé. Andra bakgrunder visar i första hand arbetsplatser, kontorsmiljöer, några industri- eller verkstadsarbetsplatser.

³⁵² Sjöstrand och Tyrstrup s 20.

³⁵³ Solheim s 99.

³⁵⁴ Söderlind s 117.

³⁵⁵ Brilliant s 59, 99 ”this impulse to characterize someone by externals”.

Det finns attribut som bord, stolar, pärmar, pennor o l, som hör till kontorsmiljön, men som inte kan knytas till en särskild verksamhet. Det finns också utomhusmiljöer som inte är identifierbara med en särskild plats, t ex ute i staden, eller i naturen. Bild 26, 18, 14 m fl.



Bild 34, vd ensam ute i vildmarken vid bilen. Se även bilden med ledningen, bild 27. Den övre bilden skulle kunna gestalta vilken vd som helst, men den lilla bilden berättar om företagets produkt.

Avsaknaden av identifierbara, särskiljande bakgrunder och attribut gör de olika bilderna utbytbara. De skulle kunna gestalta vilken vd, styrelse, ledning som helst, i vilket företag som helst. Detta gäller även bolagsstämman, för den oinvidde skulle det vara svårt att veta vad de sysslar med, skriver Mörck och Tullberg.³⁵⁶ En möjlig tolkning är att bilderna visar det ena av Ropers två ledarideal, den ledare som är expert på att leda, och att produkterna och verksamheten därför ofta inte är representerad? Det är alltså "ledare" som visas, det går inte att se om det är ledare som arbetar i stålindustrin eller med leksakstillverkning eller vad det nu kan vara. Detta ger inte heller någon anknytning till en speciell plats. Avsaknaden av attribut ger också en tidlöshet: Som om ledarna kunde existera var som helst i tid och rum. Det faktum att bilderna verkar vara hämtade från idévärlden snarare än från en konkret verksamhet, gör att de verkar illustrera en ideal maskulinitet. Detta skulle kunna tolkas som en idealisering, som ett försök att aspirera till "ledaren" och, eller "mannen" som ideal och idé; det vill säga till en hegemonisk maskulinitet?



Bild 35, vd med företagets produkt.

Det finns också bilder med attribut som är direkt förknippade med företagets produkt som bil, jeep, maskiner av olika slag, truck, grävmaskin, trädstammar

³⁵⁶ Mörck och Tullberg s 11.

(pappersindustri), medan objekt som en mobiltelefon eller en ryggrad (biomedicin) behandlas skämtsamt, är andra objekt frånvarande från denna bildvärld (smink, vård m m). Vissa attribut tycks alltså vara mer attraktiva. Ledarna kan också befinna sig ute i en verksamhet som är mer eller mindre identifierbar (t ex ute på verkstadsgolvet, bild 13). Kanske visar detta Ropers äldre ledarskapsideal? Enligt detta fanns närmast en ”produktfetischism”, en stolthet över produkten och en vilja att vara lojal och tycka om sitt företag, till och med identifiera sig med produkten, medan det nya ledarskapsidealet inte är förknippat med en speciell verksamhet, och det finns inga bindningar till ett specifikt företag. I årsredovisningarna som helhet förekommer det bilder från verksamheten och bilder av produkterna, vilket kan indikera att det här idealet är starkare än vad som framgår i de isolerade personporträtten.

Kanter beskriver miljön på företaget hon studerar som både mer traditionell, med marmorbordsskiva för högre chefer och modern, med avskalade väggar (jmf bild 23).³⁵⁷ ”There were few signs of personal occupancy of space, except around the secretaries’ desks.”³⁵⁸ Hon beskriver männens kontor som avskalade och opersonliga, förutom ett antal fotografier. Det var sekreterarna som gav en personlig prägel åt miljön, ”a resource of the human inside the bureaucratic.”³⁵⁹ Bilderna bekräftar på det sättet ett maskulint rum. Bakgrunderna eller miljöerna förstärker maskuliniteten (jämför Linstead ovan om kroppen, att organisationens delar är präglade av maskulina ideal). Även klädseln, eller kostymen, har en plats i den här miljön. Kostymen liknar en bil, eller modern arkitektur, menar Hollander. Det är helt centralt för att förstå kostymens position, att kostymen är genuint modern, som modern design, ”a new abstract look”. Den tar ett helhetsgrepp om kroppen. Kroppen framstår inte som bestående av osammanhängande delar (som kvinnans kropp framställdes och framställs).³⁶⁰ Ovan fördes en diskussion om kostymen som uniform. Hasvén menar att kostymen både uttrycker tydliga värderingar och samtidigt är gränsöverskridande i betydelsen att bäraren kan uppfattas som ålderslös och klasslös. ”Samtidigt som kostymbärandet gav identitet, uppgick den enskilde i ett större sammanhang. Genom denna symboliska *utplåning av den personliga identiteten* kunde mannen *upphöjas till idealens nivå*.”³⁶¹ Kostymen kan alltså dessutom förstärka tendensen till idealisering.

Det finns en annan aspekt på rummet i bilderna. Den miljö som visas är generellt slutet, d v s den är inte offentlig.³⁶² Det är som om vi får titta in på företag, i styrelserum t ex. I ett par bilder är till och med persienner och gardiner fördragna (bild 36, ledningen i företag nr 61), jämför styrelsen (i samma företag, bild 24), där ljuset släpps in. I bilden finns också kvinnor och arbetstagarrepresentanter. Den bild som är tagen i den mest offentliga miljön är bild 19, där ledningen är utomhus i en stad, på en gata. När vd för samma företag placerar sig utomhus, syns inte längre några andra

³⁵⁷ Kanter s 34-5.

³⁵⁸ Kanter s 34.

³⁵⁹ Kanter s 70 citatet och s 69.

³⁶⁰ Hollander s 5 ff, 84 ff, 196. Om kostymen och arkitekturen, vd som poserar framför ett hus t ex, Cavallaro och Warwick kopplar samman teori om arkitektur (Foucault) med kostymen och modernism: Den rena, avskalade ytan (inte den dekorerade), är den som utstrålar makt s 83-4.

³⁶¹ Hasvén s 271.

³⁶² Mörck och Tullberg skriver att dessa män inte syns så ofta i offentligheten.



Bild 36, ledning. Persiennerna stänger ute ljus och insyn. Det långa bordet bildar en gräns mot oss. Rummet är mycket avskalat. Den märkliga formen i mitten av bordet dominerar.

människor och han upptar en större del av bildytan (se också utomhusbilden 27 i en helt isolerad miljö).

Jag tolkar de här slutna rummen med enbart män, som ett exempel på bl a Lindgrens beskrivning av "Broderskapets logik", "i synnerhet hur de tillsammans söker tillfällen att 'konstruera' manlighet i enkönade rum. ... Männens egna rum är enligt Holter dock till för något annat än arbete ... 'Jobbet magnetiserar det manliga hos självet'".³⁶³ Lindgren skriver att den homosociala gruppen på arbetsplatsen är ett "viktigt och för männen lustfyllt maktcentrum". Männens jargong handlar om en bekräftelseritual, som resulterar i en "fantom", en idealbild, som män tvingas förhålla sig till. Jämför

³⁶³ Lindgren utifrån Holter s 9.

Connells begrepp, den hegemoniska maskuliniteten, den sammanfaller här med ”fantomen” då årsredovisningens män tillhör denna elit.

Ljus, färg och form

Hittills har tolkningen mest handlat om människorna och om miljöer och attribut. Men det finns andra sätt att tillföra innehåll i en bild:

- 1 Bakgrunder och attribut kan bestå av färger och former, som kan vara otydliga och svårdefinierade, t ex arkitektoniska detaljer; ljus och skugga kan också användas.
- 2 Kameraperspektiv kan användas på flera sätt, förutom över- och underifrånperspektiv kan bilder fotograferas rakt och stabilt eller snett. Det finns också några exempel med suddiga bilder eller bakgrunder.
- 3 Ibland tillförs färger med mera genom en färgad bakgrund, att bilden i sig färgas eller beskärs (snett, i små cirklar o s v), eller att färg och bakgrunder läggs till utanför bilden. Det är även en fråga om hur mindre bilder arrangeras på en större yta (i raka rader, snett, omlott etc). Bildens bakgrund kan också beskäras eller tas bort så att personen framträder direkt mot pappret och texten.

Det går naturligtvis att tala om bildkonventioner, men det är viktigt att försöka förstå vad som de facto händer i bilderna. Vad bidrar färgade bakgrunder, sneda kameravinklar och så vidare med? Vad samverkar med, förstärker eller motverkar bildernas innehåll? Det finns många aspekter, men en tendens är att de skapar stabilitet och lugn respektive rörelse.

Det är enhetliga bilder, de är inte röriga, de är uppbyggda enligt en enkel komposition som vi känner igen (porträttet). Blicken dras till ansiktet och ögonen. Bilderna är harmoniska. Det finns inte heller något överraskande eller oroande i bilderna. Den enhetliga färgskalan bidrar till detta (både i personernas klädsel och i den övriga bilden). Det harmoniska och stabila i bilden samverkar med idealet om ledaren som stabil och pålitlig. Detta kommer till uttryck i grupporträtten, med kraften och stabiliteten i den rektangulära ”muren” och den trekantiga formen, som bildar en stabil bas i flera bilder. Rörelsen i bilderna däremot samverkar med bilden av ledaren som aktiv och samverkar med ett ideal som närmar sig ”the man of action”. Även bilderna med rörelse är harmoniska och kraftfulla, men inte lika lugna och stabila. Särskilt Vd-bilderna bygger på höjden (vertikaler), några gånger förstärkta av underifrånperspektiv och/eller hus; men även i gruppbilderna finns ofta vertikaliteten kvar i de enskilda gestalterna (jämför resonemanget tidigare om kroppsspråk och att vertikalen i bild innebär större ”aktivitet”, medan den liggande rektangeln innebär större lugn). Tidigare konstaterades att förtroende är viktigt för ledaren. Frågan är sedan vad förtroende innebär – innebär förtroende stabilitet, eller handlingskraft eller något annat? Bilderna uttrycker framför allt stabilitet, ett förtroendeingivande lugn, men det finns också utrymme för handlingskraft och rörelse.

Avslutning

Sammanfattande diskussion

Det är anmärkningsvärt att bilderna i årsredovisningarna är så lika varandra. Detta faktum kanske kan illustrera semiotikens grundantagande att ett tecken är det som upprepas, och att bilderna är tecken i ett ”språk”? De kanske kan jämföras med ”småprat”, som har stor betydelse för att skapa verklighet. Den homogenitet som beskrivs i forskningen om ledare återfinns i dessa bilder. Här är det en visuell homogenitet i kön, ålder, klädsel med mera. Dessutom är årsredovisningarna homogena med avseende på bildmaterialet, lay-outen och hur porträtten är iscensatta: Blickar, kroppsspråk, bakgrunder och attribut. Det tycks finnas starka konventioner för bilderna och deras placering i årsredovisningarna. Kanske är homogeniteten ännu större rent visuellt än den som beskrivs i forskningen?

Genom forskningen om hur kostymen förknippas med ”business” och ”success”, kan kostymen kopplas direkt till affärsvärlden, och det öppnas en möjlighet att se kostymens roll inom organisations- och ledarskapsämnet. Det har betydelse hur ledarna klär sig, t ex för de som väljer dem. Styrelseordförandenas syn på hur vd ska se ut och klä sig är mycket konkret: (dessutom) ”bör VD också hålla en viss stil vad gäller sitt yttre och sin person. Varken kläder, hår eller skäggväxt får väcka för mycket uppmärksamhet och vederbörande förväntas också kunna föra sig väl och umgås med människor. ... Chefer, skriver Jackall, måste skapa och förstärka de sociala reglerna för sina anställda samtidigt som de måste förkroppsliga företagets offentliga image.”³⁶⁴ Holgersson och Höök konstaterar att detta särskilt borde gälla vd, som verkligen ska representera företaget utåt.

Bilderna visar en majoritet män och enstaka kvinnor (vilket bekräftas av tidigare forskning och statistik). Den man som visas kontrasteras mot olika ”other” framför allt kvinnor och möjligen ”arbetare”. Flera författare har visat hur problematiskt det är för kvinnor att ”iklä sig” ledarrollen, en roll som i sig är manligt könsmärkt. Berglund menar i sin studie av ”årets ledare” att de två ledare som avviker, ”must be transformed, i.e. made more masculine”,³⁶⁵ för att kunna utses till årets ledare; på detta sätt upprätthålls idealet. Kvinnornas plats som minoritet ger bland annat upphov till synlighet, vilket är uppenbart i dessa bilder. De strategier som kvinnor använder, till exempel att försöka efterlikna majoriteten, kan rent visuellt inte fullföljas. Kvinnor kan klä sig i mörka kostymer med ljusa skjortor, men de kan inte ta på sig en kostym designad för en mans kropp med slips och klippa håret som en man etc. De kommer att avvika visuellt. Kvinnans kropp tillåts inte att bli osynlig, kvinnans kropp är ett hinder. Underordningen gestaltas med små medel. Kostymen har uppenbarligen en viktig, och underskattad, roll i ledarskapet. Kostymen ”gör” fortfarande mannen. ”It remains a potent symbol of success, virility and maturity”.³⁶⁶

³⁶⁴ Holgersson och Höök 5.3.4.

³⁶⁵ Berglund s 17.

³⁶⁶ Edwards s 22, se även s 17.

Den långa diskussionen om kroppen handlar framför allt om att visa hur viktig kroppen är, hur laddad kroppen är med betydelser eller symbolik, och hur betydelsefull den är som en del av identiteten; och hur viktig klädseln då blir, när man ska skapa ett "bodily self". Kroppen existerar i det sociala rummet. Kläderna blir gränsen, det synliga tecknet för identitet. Teorin om den öppna kroppen kan ge ytterligare bidrag till förståelsen för klädseln och varför klädnormen är så stark.

Det är möjligt att mannens kostym aspirerar på något "evigt", som om den här klädseln är självklar och oproblematisk, som om detta är "svaret"; och att den alltså uttrycker "sanning", och kanske också skönhet (eviga värden). Kostymens utbredning över världen förstärker intrycket att detta är (det enda och rätta?) svaret på frågan om mannens klädsel. Hollander menar att kostymen är verkligt "modern", att den alltså hör ihop med moderniteten (inte med det post-moderna samhället). Liksom inom modern design har kostymen fått en allt större enkelhet i utformningen. Kostymen och slipsen framstår som "rena", särskilt i bild, de enkla och tydliga formerna och den svartvita färgskalan bidrar till denna "renhet". "Det 'orena' är det som flyter över gränserna, som inte håller sig till sin egen kategori – det oklara, formlösa och tvetydiga. Sådana gränsöverskridanden signalerar fara, de hotar med kaos och upplösning och ger upphov till omständliga ritualer".³⁶⁷ Kostymen har en "irritating perfection", skriver Hollander i inledningen till sin bok *Sex and Suits*. Möjligheten att kostymen och slipsen utgör en länk till en "högre" verklighet, ska kanske inte förstås som en "gudomlig" verklighet, men den handlar kanske om fullkomlighet och perfektion?

Dessa ledare är en del av en hegemonisk maskulinitet, alltså en del av en ideal maskulinitet. På det sättet handlar de här bilderna inte endast om en liten (men inflytelserik) grupp i samhället. De har konsekvenser för förståelsen av mannen i samhället i stort. Bilderna på vd är enkelporträtt, men vd är också oftast med på gruppbilderna och länkas på det sättet till gruppen. Dessutom sker ofta förbindelser mellan vd och gruppen på andra sätt (genom kläder och stil, layout etc). De olika tecknen i bilderna samverkar på flera sätt och förstärker varandra: Män, kostymer, slipsar, arbetsplatser, avskalade miljöer, enstaka attribut från arbetet/produktionen, dova färgskalor, stabila grunder. Leendena och skratten bidrar till ett inkluderande tilltal i bilderna. Men är alla inkluderade, eller är det (i första hand?) män som inkluderas i denna gemenskap? Grupporträtten är viktiga, också som kunskapskälla: "Such groups make ideological statements about the values, attitudes, and practices shared by their members ... In effect, that shared ideology binds the individuals together in some *transcendent association*".³⁶⁸ (min kursivering).

I inledningen ställdes frågan: Varför finns bilderna med i årsredovisningarna? Vilken funktion har de? Det faktum att alla årsredovisningar har bilder, tyder på att de är viktiga (eller åtminstone, att det finns en tvingande eller stark norm?). En tolkning är att årsredovisningarna i sin helhet är en form av marknadsföring. Bilderna kan

³⁶⁷ Solheim s 47.

³⁶⁸ Brilliant s 96.

användas som verktyg för att skapa ett personligt tilltal, och forma band till och identifikation med målgruppen. De har en representativ funktion, och bilderna (som de är utformade) bekräftar föreställningar och ideal om ledaren. Fotografiets status som en objektiv avbildning av verkligheten, och porträttets nästan magiska förmåga att framkalla en persons närvaro, tillsammans med leendena och blickarna, gör att dessa bilders retoriska karaktär lätt försvinner. Trots allt är det en specifik *bild* av ledaren som visas. Och bland annat på grund av dessa bilders funktion som reklam, finns det anledning att tro att bilderna visar ett ideal. ”Medierna skapar en artificiell men dock inte mindre realistisk symbolisk ordning som verkar genom att tillhandahålla bekräftelse och inte information i första hand. Den främsta funktionen blir således att upprätthålla en kulturellt präglad världsbild som publiken kan förstå och känna igen.”³⁶⁹

Det är viktigt att komma ihåg att bilderna kanske inte ger en rättvisande framställning av de personer som avbildas. Bilden av ledaren som vänlig, auktoritär etc, behöver inte betyda att personen verkligen är sådan.

Utveckling av teori om bilderna

Bilden av ledaren är homogen

Inom denna homogenitet kan olika ledartyper finnas

Vd framhävs bland ledarna

Styrelse och ledning framställs som en grupp (men individualiteten bibehålls)

Vd länkas samtidigt till gruppen

Kvinnan är inte en del av gruppen på samma villkor (kvinnan har en token-position)

Det finns ett homosocialt tilltal

Mannens kropp är sluten och kvinnans är öppen

Solheims teori om den öppna/slutna kroppen kan ge förståelse för kostymen som klädesplagg

Solheims teori om kroppens språk kan användas för att förstå klädernas språk

Bilderna fyller en viktig funktion för att skapa förtroende och legitimitet

Fortsatt forskning

Inom humaniora och konstvetenskap är det kanske en självklar utgångspunkt att alla tolkningar i någon bemärkelse är subjektiva. Nils Brunsson menar att syftet med samhällsvetenskaplig forskning inte är *avbildning* utan *språkbildning*, och han visar på hur problemen med en avbildande vetenskap lett till en övergång till en vetenskap som snarare syftar till förståelse eller tolkning.

Årsredovisningarna skulle kunna studeras mer i sin helhet, och inkludera både text och andra bilder. Det finns en bok om texten ”vd har ordet” i årsredovisningar, *Corporate Bullshit*, av språkforskaren Lars Melin, som skulle kunna användas för att utveckla bildtolkningen också. Porträtten kan dessutom relateras till det övriga bildmaterialet. I den utsträckning det finns människor på dessa bilder, är frågan vilka människor som finns avbildade där, och på vilket sätt? Det finns bilder (men jag kan

³⁶⁹ Anja Hirdman 1996 s 8.



Bild 37, "vd har ordet"? Bilden fortsätter till vänster in på nästa sida, och täcker stor del av uppslaget, sida 0 till 1.

inte säga hur vanliga de är) på människor som inte är namngivna, som är anonyma, t ex arbetstagare, kvinnor och barn(!) och även människor avbildade på ett sätt som är långt ifrån de porträttnormer som präglar bilderna av vd, styrelse och ledning. I

porträtten av ledarna är ansikte och öppna ögon självklara, liksom den upprätta positionen, men det finns andra typer av bilder. Det viktiga är denna kontrast, som beskrivits så väl i forskningen, mellan de namnlösa, massorna och en elit, och den omfattande forskning som beskrivit hur kvinnor har avbildats och avbildas. För att verkligen förstå ledarbilderna, skulle de behöva kompletteras med dessa andra bilder. Här är ett exempel, för att problematiken ska bli synlig; det är inte en vanlig bildtyp, men det var inte den enda bilden i det här slaget.

Det är inte uppenbart för mig vad detta företag sysslar med? (laminatgolv) Observera att denna bild finns på sidan noll till ett, före ”vd-ord”, direkt när vi öppnar årsredovisningen möter denna bild, av företagets ”produkt” (golvet?). Redan på 70-talet visade Goffman i sin reklamstudie att kvinnor oftare avbildas liggande (och män stående). Annan forskning har visat hur kvinnor avbildas blundande, med bortvända blickar, passiva (liggande är en extrem form av passivitet, liksom blundande), med kroppen i fokus och så vidare.³⁷⁰ Vi kan alltså anta att det finns djupt liggande bildkonventioner och föreställningar bakom den här typen av bilder. Att utrymmet för ”slump” och tillfälligheter är begränsat, och att bilderna i själva verket har betydelse (jämför också resonemanget ovan om ”other”). Även om den här typen av bilder inte är vanliga, kan de alltså fylla en funktion. Kvinnor utgör ”den nödvändiga periferin” i organisationen och ledarskapet.³⁷¹

Flera, eller alla teorier och andra tankegångar i uppsatsen, skulle kunna utvecklas genom fortsatt forskning. Ett sätt att förstå de här bilderna och homogeniteten i dem skulle kunna vara att använda teorier om att följa normer, som Nils Brunsson har utvecklat, eller teorier om imitation, som Barbara Cziarnawska har forskat om.³⁷² Jämför så kallade bildkonventioner: Att tala ett språk, är det att imitera, följa normer eller att ha rutiner? Bilderna och semiotikämnet skulle kanske kunna sammanföras med denna del av organisations- och ledarskapsämnet. Andra exempel är att teorin om kroppsspråk skulle kunna utvecklas betydligt, särskilt om beskrivningen också görs på en mer detaljerad nivå. Det finns många olika ingångar till bilderna. En grundläggande referensram, med förslag på metoder och forskning, underlättar den typen av fördjupningar.

³⁷⁰ Se förutom Goffman, t ex Pollock, Eriksson och Göthlund, Solomon-Goudeau, Anja Hirdman, van Zoonen, Lindgren red.

³⁷¹ Holgersson om bl a porrklubsbesök 1998. Det finns också metoder för att använda det som är (helt) frånvarande, t ex genom antagandet att man tänker i motsatser (vitt-svart, gott-ont, kvinna-man etc).

³⁷² Barbara Czarniawska och Guje Sevón red. *Translating organizational change* Walter de Gruyter, Berlin, New York 1996.

Efterord

We wear our bodies

Jennifer Craik

Bilderna av dessa ledare visar huvudsakligen män i kostym. Det är en bild som är viktig att undersöka närmare. Jag tror att man behöver närma sig frågor om klädsel utifrån flera perspektiv, ekonomiska möjligheter, estetiska aspekter, men också utifrån omedvetna motiv och behov som klädseln kan uppfylla i olika samhällen: Kostymen har sina rötter och sin betydelse i ett globalt sammanhang, där Sverige är ett undantag, som ett av världens mest jämställda, och sekulariserade, länder. Själv har jag upplevt frågan: "Vad ska jag ta på mig idag?" som både svår, viktig och existentiell. Som, till sist, en fråga om vad man ska göra av sin kropp, och hur man ska finnas till med, eller i den, i världen. Samtidigt som kläder och mode kan vara något enkelt, kreativt och lustfyllt. Men jag undrar: Hur är det att gå klädd i kostym varje dag, år ut och år in? Jag föreställer mig att man vet vad man ska ta på sig på morgonen? Och jag har undrat hur det känns att ha kostym? Hur det känns att ha nästan samma kläder som andra man möter?

Jag vill tacka min handledare Emma, som godkände detta ämnesval och som jag känner har uppmuntrat mig genom att finnas kvar som handledare. Och vänliga Susanne Reenstierna på administrationen, som har ordnat respit på grund av min sjukfrånvaro. Tack också till de personer som har sett bilderna och gett intressanta och bra kommentarer.

Källförteckning

- Bal, Mieke and Bryson, Norman "Semiotics and Art History" (pp 174-208) *Art Bulletin* LXXIII nr 2, 1991.
- Berglund, Johan "The Practical Men of Action The Construction of Masculinity and Model Leaders in Business Magazines" *Centre for Advanced Studies in Leadership, Stockholm School of Economics, Research Paper Series 1999/4* Stockholm, 1999.
- Björkegren, Dag "Företagsekonomisk kunskapsproduktion inom områden med låg teoribildning" *Centre for Advanced Studies in Leadership, Stockholm School of Economics, Research Paper Series 6356* EFI,, Handelshögskolan i Stockholm 1988.
- Brilliant, Richard *Portraiture* Reaktion books, London 1991.
- Bristor, Julia and Fischer, Eileen "A feminist poststructuralist analysis of the rhetoric of marketing relationships" (pp 317-331) *International Journal of Research in Marketing* Vol. 11 No 4 September 1994.
- Brunsson, Nils "Företagsekonomi – avbildning eller språkbildning" (s 100-112) *Företagsekonomi, sanning eller moral? Om det normativa i företagsekonomisk idéutveckling* Brunsson, Nils, red. Studentlitteratur, Lund 1981.
- Bryant, Antony and Charmaz, Kathy "Grounded theory" (pp 374-6) *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*, Given, Lisa M Ed. Sage, Thousand Oaks CA, London, New Delhi, Singapore 2008.
- Cavallaro, Dani and Warwick, Alexandra *Fashioning the Frame. Boundaries, Dress and Body* Berg, Oxford, New York 1998.
- Connell, Robert W. *Maskuliniteter* Daidalos, Göteborg 1996.
- Connell, Robert W. *Om genus* Daidalos, Göteborg 2003.
- Craik, Jennifer *The face of fashion Cultural studies in fashion* Routledge, London, New York 1993.
- Dahlman, Eva "Kvinnliga pionjärer osynliga i fotohistorien" *Kvinnovetenskaplig tidskrift* nr 3-4 1993.
- Edwards, Tim *Men in the Mirror. Men's Fashion, Masculinity and Consumer Society* Cassell, London, 1997.
- Eicher, Joanne "Dress, Gender and the Public Display of Skin" (pp 233-252) *Body Dressing* Entwistle, Joanne and Wilson, Elizabeth ed. Berg, Oxford, New York 2001.
- Entwistle, Joanne "The Dressed Body" (33-58) *Body Dressing* Entwistle, Joanne and Wilson, Elizabeth ed. Berg, Oxford, New York 2001.
- Entwistle, Joanne and Wilson, Elizabeth ed. "Introduction" *Body Dressing* Berg, Oxford, New York 2001.
- Eriksson, Yvonne och Göthlund, Anette *Möten med bilder: analys och tolkning av visuella uttryck* Studentlitteratur, Lund 2004.
- Given, Lisa M, Saumure, Kristie "Rigor in qualitative research" (pp 795-6) *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*, Given, Lisa M Ed. Sage, Thousand Oaks CA, London, New Delhi, Singapore 2008.

- Goffman, Erving *Gender Advertisement* Harvard University Press, Cambridge Massachusettes 1979.
- Gradén, Lizette och Petersson McIntyre, Magdalena "Inledning" *Modets metamorfoser. Den klädda kroppens identiteter och förvandlingar*, Gradén och Petersson McIntyre red. Carlsson, Stockholm 2009.
- Groenewald, Thomas "Memos and memoing" (pp 505-6) *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*, Given, Lisa M Ed. Sage, Thousans Oaks CA, London, New Delhi, Singapore 2008.
- Gunnarsson, Ewa och Andersson, Susanne "Spegling och problematisering av mansforskning i arbetsliv och organisationer" *Manlighetens många ansikten – fäder, feminister, frisörer och andra män* red. Johansson, Thomas och Kousmanen, Jari. Liber, Malmö 2003.
- Hancock, Philip "Introduction" (pp 1-9), "Aesthetics and Aestheticization" (pp 46-63) *Understanding Corporate Life* ed. Hancock, Philip and Spicer, André. Sage. London, Thousand Oaks CA, New Delhi, Singapore 2009.
- Hasvén, Gunn *Den grå kostymen. Bilder av herrmodet genom 200 år* Gleerups, Malmö 1992.
- Hewitson, Gillian J. *Feminist economics: interrogating the masculinity of rational economic man* Elgar, Cheltenham 1999.
- Hirdman, Anja *Tilltalande bilder Genus, sexualitet och publiksyn i Veckorevyn och Fib aktuellt* Atlas, Stockholm 2002.
- Hirdman, Anja "TV-reklam i Sverige 1990 och 1995 maskulinitet, femininitet och etnicitet" *Rapport 199596:43*, Konsumentverket, Stockholm 1996.
- Hirdman, Yvonne "Genussystemet – reflexioner kring kvinnors sociala underordning" (s 49-62), *Kvinnovetenskaplig tidskrift*, nr 3 1988.
- Hirdman, Yvonne *Genus – om det stabila föränderliga former* Liber, Malmö 2001.
- Holgersson, Charlotte "Den nödvändiga periferin" (s 49-66) *Ironi & Sexualitet. Om ledarskap och kön* Wahl, Anna; Holgersson, Charlotte och Höök, Pia Carlsson, Stockholm 1998.
- Holgersson, Charlotte "Rekrytering som konstruktion av företagsledare" (s 113-130) i *Osynlig företagsledning*, red Sjöstrand, Sven-Erik m fl, Studentlitteratur, Lund 1999.
- Holgersson, Charlotte *Rekrytering av företagsledare En studie i homosocialitet* EFI, Handelshögskolan i Stockholm, Stockholm 2003.
- Holgersson, Charlotte och Höök, Pia "Chefsrekrytering och ledarutveckling som arenor för konstruktion av ledarskap och kön" i SOU 1997:135 *Ledare, makt och kön*, Kvinnomaktutredningen Fritzes, Stockholm.
- Hollander, Anne *Sex and Suits* Kodansha International, New York, Tokyo 1994.
- Hope, Angela "The Body: A Review and a Theoretical Perspective" *Handbook of Gender, Work, and Organization* Jeanes, E. and Knights, D. and Martin, P eds. Blackwell/Wiley Publishing 2011. thealogyanddeasophy.academia.edu 15/5-2011.
- Höök, Pia "Ledarskap som okontrollerbar sexualitet" (s 154-172) i *Osynlig företagsledning*, red Sjöstrand, Sven-Erik m fl, Studentlitteratur, Lund 1999.
- Johansson, Thomas och Kousmanen, Jari *Manlighetens många ansikten – fäder, feminister, frisörer och andra män* Liber, Malmö 2003.

- Johansson, Thomas *Det första könet? Mansforskning som reflexivt projekt* Studentlitteratur, Lund 2000.
- Jones, Carla and Leshkovich, Ann Marie "Introduction: The Globalization of Asian Dress: Re-Orienting Fashion or Re-Orientalizing Asian Dress?" (pp 1-48) *Re-Orienting Fashion. The Globalization of Asian Dress*, Niessen, Sandra; Leshkovich, A. M. and Jones, C. ed. Berg, Oxford, New York 2003.
- Julien, Heidi "Content analysis" (pp 120-1) *The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods*, Given, Lisa M Ed. Sage, Thousand Oaks CA, London, New Delhi, Singapore 2008.
- Kaiser, Susan "Minding Appearances: Style, Truth and Subjectivity" (pp 79-102) *Body Dressing* ed Entwistle, Joanne and Wilson, Elizabeth. Berg, Oxford, New York 2001.
- Kallifatides, Markus *Modern företagsledning och omoderna företagsledare* EFI, Handelshögskolan i Stockholm, Stockholm 2002.
- Kanter, Rosabeth Moss *Men and Women of the Corporation* Basic Books, New York 1977.
- Kress, Günther and Leeuwen, Theo van *Reading Images: The Grammar of Visual Design* Routledge, New York, Oxon, (1996) second edition 2006.
- Leppert, R. *Art and the committed eye: the cultural functions of imagery* Westview Press, Boulder; Oxford 1996.
- Lindberg, Anna Lena red: *Konst, Kön och Blick. Feministiska bildanalyser från renässans till postmodernism* Norstedts, Stockholm 1995.
- Lindgren, Gerd "Broderskapets logik" (s 4-14) *Kvinnovetenskaplig tidskrift* Vol 17 (1) 1996.
- Linstead, Stephen "Dangerous Fluids and the Organization-without-organs" (pp 31-51) *Body and Organization* Hassard, John; Holliday, Ruth and Willmott, Hugh ed. Sage, London, Los Angeles, New Delhi 2000.
- Lykke, Nina *Genusforskning – en guide till feministisk teori, metodologi och skrift* Liber, Stockholm 2009.
- Mörck, Magnus och Tullberg, Maria "Catwalk för direktörer. Bolagsstämman en performativ performance av maskuliniteter" *CFK rapport* 2004:02a, Centrum för konsumentvetenskap och Handelshögskolan vid Göteborgs universitet, 2004.
- Mörck, Magnus och Nordberg, Marie "Maskulinitet och mode som genusvetenskaplig och etnografisk utmaning" (s 119-140) *Tidskrift för genusvetenskap* nr 1-2 2007.
- Nickson, Dennis and Warhurst, Chris "Workwear: clothing within corporations, corporate clothing, employees and company image" *Paper to the 21.st Standing Conference on Organizational Symbolism* University of Cambridge 9-12 July, 2003.
- Nordström, Gert Z "Bildsemiotik" (s 64-7), "Semiotik" (s 292-3) *Bildanalys. Teorier, metoder, begrepp* red. Peter Cornell et al., Gidlunds (1985) tredje upplagan 1992.
- Pedersen, Vibeke "Kön och blickar i Miami vice" (s 16-26) *Kvinnovetenskaplig tidskrift*, nr. 3 1988.

- Pollock, Griselda *Vision and difference. Femininity, feminism and histories of art* Routledge, London, New York 1988.
- Pollock, Griselda "Saknade kvinnor. Omprövning av de första tankarna om kvinnobilder (1990)" Sjölin, Jan-Gunnar red. *Att tolka bilder. Bildtolkningens teori och praktik med exempel på tolkningar av bilder från 1850 till i dag* Studentlitteratur, Lund, andra upplagan 1998.
- Riessman, Chaterine K. "Berätta, transkribera, analysera – en metodologisk diskussion om personliga berättelser i samhällsvetenskaper" (s 31-62) *Att studera berättelser. Samhällsvetenskapliga och medicinska perspektiv* Hydén, Lars-Christer och Hydén, Margareta red. Liber, Stockholm 1997.
- Rossi, Leena-Maija "Att re-turnera blicken" (s 211-228) *Konst, Kön och Blick. Feministiska bildanalyser från renässans till postmodernism* Lindberg, Anna Lena red. Norstedts, Stockholm 1995.
- Sandberg, Jörgen "Konstruktioner av socialkonstruktionism" *Osynlig företagsledning* Sjöstrand, Sven-Erik m fl red. Studentlitteratur, Lund 1999.
- Sandström, Sven "Bildanalysens utvecklingslinjer" (s 43-6) *Bildanalys. Teorier, metoder, begrepp* red. Peter Cornell m fl, Gidlunds (1985) tredje upplagan 1992.
- Sjölin, Jan-Gunnar red. *Att tolka bilder. Bildtolkningens teori och praktik med exempel på tolkningar av bilder från 1850 till i dag* Studentlitteratur, Lund (1993) andra upplagan 1998.
- Sjöstrand, Sven-Erik och Tyrstrup, Mats "Synlig och osynlig företagsledning" Sjöstrand, Sven-Erik m.fl. red. *Osynlig företagsledning* Studentlitteratur, Lund 1999.
- Sjöstrand, Sven-Erik och Petrelius, Pernilla *Rekrytering av koncernstyrelser Nomineringsförfarande och styrelsesammansättning med fokus på kvinnors ställning och möjligheter* EFI och SNS Förlag, Stockholm 2002.
- Solheim, Jorun *Den öppna kroppen Om könssymbolik i modern kultur* Daidalos, Göteborg 2001.
- Solomon-Godeau, Abigail *Photography at the dock Essays on Photographic History, Institutions, and Practices* University of Minnesota Press, Minneapolis 1991.
- Sonesson, Göran *Bildbetydelser. Inledning till bildsemiotiken som vetenskap* Studentlitteratur, Lund 1992.
- SOU 1994:3 *Mäns föreställningar om kvinnor och chefskap* Utredningen om kvinnor och chefskap Fritzes, Stockholm.
- SOU 2007:108 *Kön, makt och statistik* Betänkande av Utredningen om kvinnor och män på maktpositioner i det svenska samhället Fritzes, Stockholm 2007.
- Sparrman, Anna och Torell, Ulrika och Åhrén Snickare, Eva red: *Visuella spår Bilder i kultur- och samhällsanalys* Studentlitteratur, Lund 2003.
- Stenström, Emma Body "Body business: projects for Weight Watchers" (pp 89-105) *Aesthetic Leadership: Managing Fields of Flow in Art and Business* ed. Guillet de Monthoux, Pierre; Gustafsson, Claes and Sjöstrand, Sven-Erik. Palgrave Macmillan, London 2007.
- Södergren, Birgitta *Decentralisering – Förändring i företag och arbetsliv* EFI, Handelshögskolan i Stockholm 1992.

- Söderlind, Solfrid *Porträttbruk i Sverige 1840-1865 En funktions- och interaktionsstudie* Carlsson, Stockholm 1993.
- Tjeder, David *The power of character: Middle-class masculinities 1800-1900* Department of History, Stockholm University, Stockholm 2003.
- Tseëlon, Efrat "From Fashion to Masquerade: Towards an ungended paradigm" (pp103-120) *Body Dressing* ed Entwistle, Joanne and Wilson, Elizabeth. Berg, Oxford, New York 2001.
- Wahl, Anna "Företagsledning som konstruktion av manlighet" *Kvinnovetenskaplig tidskrift*, nr. 1 1996.
- Wahl, Anna och Holgersson, Charlotte; Höök, Pia; Linghag, Sophie *Det ordnar sig Teorier om organisation och kön* Studentlitteratur, Lund 2001.
- Zoonen, Liesbet van *Feminist media studies* Sage, London, Thousand Oaks, New Delhi 1994.
- Åse, Cecilia *Makten att se. Om kropp och kvinnlighet i lagens namn* Liber, Malmö 2000.
- Östberg, Jacob "Style" *The Encyclopedia for Consumer Culture* Southerton, Dale ed. Sage, Thousand Oaks, CA (forthcoming) 2011.

Bildförteckning

Samtliga bilder är mer eller mindre förminskade.

- Bild 1. Styrelse, Biogaia.
- Bild 2. Styrelse, Sardus.
- Bild 3. Styrelse JM.
- Bild 4. Ledning, Securitas.
- Bild 5. Del av ledning, Clas Ohlson. Bilden fanns överst på sidan.
- Bild 6. Vd, Cramo.
- Bild 7. Ledning, Kemira.
- Bild 8. Vd, Industrivärden.
- Bild 9. Ledning, Svolder.
- Bild 10. Vd, en av bilderna, G & L Beijer.
- Bild 12. Vd, TeliaSonera.
- Bild 12. Del av styrelse, Billerud.
- Bild 13. Ledning, Rottneros.
- Bild 14. Ledning, Oriflame.
- Bild 15. Vd, en av bilderna, LKAB. Bilderna fanns längst ner på sidorna på ett uppslag.
- Bild 16. Vd, den andra av bilderna, LKAB.
- Bild 17. Ledning, Jeeves.
- Bild 18. Ledning, Avanza. Bilden är även lite beskuren i kanten på vänster sida.
- Bild 19. Ledning, Wallenstam.
- Bild 20. Del av ledning, Clasohlson. Andra delen av ledningen. Bilden fanns i nedre, högra hörnet.
- Bild 21. Vd, Tetrapak.
- Bild 22. Ledning, Mekonomen.
- Bild 23. Vd, den andra bilden, G & L Beijer.
- Bild 24. Styrelse, Profilgruppen.
- Bild 25. Vd, Elanders.
- Bild 26. Styrelse, Thule. Bilden är något beskuren nedtill (namnen fattas därför för personerna längst ner till höger, liksom revisorernas namn till vänster).
- Bild 27. Ledning, Thule. Bilden är något beskuren nedtill (namnen fattas därför för personerna längst ner till höger i bild).
- Bild 28. Ledning, CloettaFazer.
- Bild 29. Del av styrelse, Broström.
- Bild 30. Teckning av J. A. D. Ingres, 1816.
- Bild 31. Vd, Nocom. Större delen av texten är bortskuren.
- Bild 32. Ledning, ACSC. Bilden är starkt förminskad.
- Bild 33. Vd, Veidekke.
- Bild 34. Vd, Thule.
- Bild 35. Vd, Doro.
- Bild 36. Ledning, Atea. Bilden är sned i originalet. Den är även lite beskuren i högra kanten.
- Bild 37. Fotografi i Pergos årsredovisning, sidan 0-1. Bilden är beskuren i vänster kant.

Årsredovisningar 2003

Utifrån beställningslistan i Dagens Nyheter 2004

- 1 Active Biotech AB
- 2 Affibody AB (Bioteknik)
- 3 All Cards Service Center ACSC
- 4 AstraZeneca
- 5 ATEA
- 6 Atlas Copco AB
- 7 AudioDev
- 8 Avanza AB
- 9 Beijer AB, G&L
- 10 Beijer Electronics AB
- 11 Bilia AB
- 12 Billerud AB
- 13 Biogaia AB
- 14 Bonnier AB
- 15 Broström
- 16 BT Industries AB
- 17 Bure Equity AB
- 18 Carema
- 19 Catella Holding
- 20 Clas Ohlson
- 21 Cloetta Fazer
- 22 Cramo
- 23 Doro AB
- 24 Duroc AB
- 25 Elanders AB
- 26 Fagerhult
- 27 Firefly AB
- 28 Flexlink AB
- 29 Folksam
- 30 Glycorex Transplantation AB
- 31 Göteborgs-Posten
- 32 Hebi Health Care AB
- 33 Holmen
- 34 Industrivärden
- 35 Jeeves
- 36 JM AB
- 37 Kaupthing
- 38 Kemira Oyj
- 39 Lagercrantz Group AB
- 40 Landshypotek AB
- 41 LKAB
- 42 Lyckeby Stärkelsen
- 43 Länsförsäkringsgruppen
- 44 Meda AB
- 45 Medivir AB
- 46 Mekonomen AB
- 47 Millicom

48 Munters AB
49 New Wave Group
50 NIBE Industrier AB
51 Nocom AB
52 Nordisk Renting
53 Novotek AB
54 OK ekonomisk förening
55 Oriflame
56 PartnerTech AB
57 Pergo AB
58 PhotoCure ASA
59 Prevas AB
60 Pricer AB
61 ProfilGruppen AB
62 Q-Med
63 Rottneros AB
64 Rörvik Timber AB
65 Sandvik AB
66 Sardus
67 SBAB
68 Seco Tools
69 Sectra AB
70 Securitas AB
71 Semcon AB
72 Siemens Sverige
73 Sigma AB
74 Skandrenting AB
75 Skanska AB – Sustainability Report
76 SSAB Svenskt Stål AB
77 Svolder AB
78 SWECO AB
79 Technology Nexus AB
80 TeliaSonera AB
81 Tetra Pak – Miljööredovisning
82 Tricorona Mineral AB
83 Thule
84 Trelleborg AB
85 Veidekke ASA
86 Vitrolife AB
87 Wallenstam