

CATWALK FÖR DIREKTÖRER
Bolagsstämman- en performativ performance
av maskuliniteter

Magnus Mörck, Maria Tullberg

CFK-RAPPORT

2004:02a



Handelshögskolan
VID GÖTEBORGS UNIVERSITET

CFK
Centrum för konsumentvetenskap
Center for Consumer Science

Sammanfattning

Rapporten ingår i projektet *Den dekorerade mannen* som är ett samarbete mellan etnologi och företagsekonomi om maskulinitet och mode, finansierat av Vetenskaprådet. Projektet undersöker män och mode i olika sociala miljöer i olika europeiska länder. Här riktas ljuset mot affärskostymen, en av de mest konservativa sidorna av den manliga garderoben. Med hjälp av nyare teori som bl.a. performance och post-strukturalistisk feminism försöker vi visa att iscensättning av genus i näringslivets topp är ett intrikat och betydelsebärande ämne. *Homosocialitet* och *hegemonisk maskulinitet* är centrala begrepp. Affärskostymen ges en utförlig historisk bakgrund. Varierande maskuliniteters förkroppsligande undersöks genom observationer från tjugo bolagsstämmor som besökts under våren 2004. Stämman är en spännande kombination av produktion och konsumtion. I rapporten fokuseras framförallt den senare aspekten: bruket av kläder och hur lokaler och rekvisita framställs för att gestalta avsedda budskap som tillit eller framtidstro. På stämmorna framträder börsbolagens styrelser för att vinna aktieägarnas förtroende, men också för att ge ett lämpligt intryck på medierna. Styrelseproffsens maskulina habitus är ett föga undersökt ämne. Här står det i centrum. Undersökningen vill också visa hur börsbolagens styrelser påverkas av pågående samhällsdebatt och försöker förhålla sig till krav på ökad jämställdhet, liksom att försöka återställa förtroendet efter de många skandalerna kring direktörernas ersättningar. Den maskulinitet som kan sägas ta form är i vissa avseenden mycket homogen - t.ex ifråga om att genus och management som ”naturligt” maskulint. Men det finns också skillnader och dynamik som uttrycks i underlägen, konflikter och ambivalens. Bolagsstämman utgör också en egenartad offentlighet genom att låta direktörer och vanliga små aktieägare gå i dialog. Här gestaltas också genus på spännande och oväntade sätt när relativt maktlösa män söker utmanar eller söker bekräftelse från näringslivets stjärnor. Vad berättar bruket av den till synes tidlösa mörka kostymen om maskulinitet just nu?

Nyckelord:

Mode, maskulinitet, performance, jämställdhet, organisation



Kropp och kläder, inte bara en formsak

Gordon Gekko! Det var en figur som förkroppsligade rovdjurskapitalisten i Oliver Stones 80-tals drama *Wall Street* (Maneker 2002). Han var inte bara yrkesmässigt kompetent och psykologiskt förslagen utan också

utstuderat välklädd. Ett personligt signum var skjortan med blåvitrandigt bröst till vit krage, inramad av väldiga elastiska hängslen. I den performance av maskulinitet som pågår filmen igenom intar kläderna och det tämligen långa bakåtstrukna håret en nyckelroll. Yuppie-modet stoppade upp axlarna på både män och kvinnor på kontoren. Det var breda slag och vida byxor som skulle understryka handlingskraft genom att framställa en stark kropp – *power padding!* (McDowell 1997a:159, Entwistle 2000:26).

Ofta ses den klädda och dekorerade kroppen som en bisak i centrala samhällsprocesser, i synnerhet om det gäller män. I den här artikeln om maskulinitetskonstruktioner på bolagsstämmor gör vi tvärtom. Med vår undersökning vill vi knyta samman kritisk maskulinitetsforskning, organisationsforskning och studiet av mode, dräkt och kroppslig utsmyckning. Materialet utgörs av observationer från tjugo stämmor för börsnoterade aktieföretag under våren 2004.¹ Urvalet företag är brett, det innefattar såväl industri och råvaruhantering som högteknologi och finans- och försäkringsverksamhet. Flertalet stämmor hölls i Stockholm men Göteborg, Malmö och Helsingborg figurerar också. Företagens storlek och lönsamhet är också mycket skiftande, liksom uppmärksamheten från media.

Vårt forskningsperspektiv kan samlas under begreppet *performance*, som vi utvecklar nedan (McDowell 1997, Pilgrim 2001, Petersson 2003, Butler 2004). I uppträdandet på bolagsstämman produceras maskulinitet och femininitet i versioner som är både tillfälliga och beroende av vilka som möts – och i mer sedimenterade former knutna till den arbetsorganisation som företaget utgör. Här uppträder aktieägare av skiftande dignitet, höga direktörer och cateringpersonal liksom mediafolk och gäster med vitt skilda anknytningar till det som sker. Olika former av maskulinitet och deras inbördes beroende av både rivalitet och samarbete på en och samma arbetsplats har varit ett mindre vanligt ämne. I sin kända studie av affärsbanker i Londons City visar Linda

McDowell på hur manlighet både gestaltas traditionellt patriarkalt som den seriöse bankmannen – och i form av den gapande, aggressiva och ölhävande mäklaren på golvet (McDowell 1997b:158ff). I bägge fallen visar hennes intervjumaterial hur både män och kvinnor uppfattar dessa karaktärer, såväl handlingar som förkroppsligande, som uttryck för naturlig talang, inte förvärvade förmågor som hela tiden måste iscensättas på nytt och där maskuliniteten är just effekten, inte den givna grunden. Vilka versioner av maskulinitet och femininitet iscensätts i vårt urval av bolagsstämmor? Vi vill också ägna uppmärksamhet åt dissonanser och misslyckanden. Det har ett särskilt genuspolitiskt intresse. Misslyckandena visar att förändring är möjlig. Därmed minskar också risken för att vi själva bidrar till genusregimens fortbestånd genom att tillskriva de ledande aktörerna alltför god kontroll.

Bolagsstämman är en juridiskt reglerad ritual. Aktieägarna tar ställning till ansvarfrihet för styrelsen och väljer eventuellt nya ledamöter. Här tvingas höga befattningshavare som annars syns sparsamt i offentligheten svara för sina handlingar, affärsmässigt och etiskt. Samtidigt har de betydande kontroll över vad som sker och kan i allmänhet driva sina egna frågor på ett offensivt sätt. Bolagsstämman är också en scen för VDs framträdande. Här skapas en audiovisuell representation av företaget och dess verksamhet med tal, bildspel och trycksaker. Förtäring och ibland gåvor ingår i allmänhet också. Vi valde stämmorna som undersökningsmiljö för att de är publika och tillgängliga dramatiseringar, låt vara att endast aktieägare och förанmällda gäster har tillträde. Undersökningen har också ett aktualitetsvärde som inte ska undanhållas. Två viktiga frågor återkom på de flesta av de besökta stämmorna, de höga ersättningarna till ledningarna, respektive den bristande jämställdheten inom samma kategori. Förutom en rejäl praktiskandal på ett försäkringsbolag och några andra blamager med inte fullt så stora rubriker så blev företagsledningarna som helhet vinnare. 2004 utmärktes nämligen av att svenska direktörer erövrade toppen i den europeiska löneligan och lämnade sina anställda långt bakom.

Forskningshistoriskt har modet gjorts till lättviktig "kulturhistoria". Det finns flera skäl till att intresset inom forskningen för den klädda kroppen inte varit större – utanför kretsen av modeintresserade. Som ämne kodas modet ofta som ytligt och feminint, i motsats till det som är "djupt" och könsmissigt omärkt, dvs. manligt. Dräktens symbolvärde har tolkats med olika teorier, raffinerat av Barthes eller underhållande och populärt som av Lurie (Lurie 1981, Barthes 1983). Talet om kläderna som ett språk är inte problemfritt, eftersom det lätt reducerar dem till uttryck för andra och viktigare saker. Alternativet är att lyfta fram den klädda kroppen som ett element i en verklighetskonstruktion som är ett enda flöde av kroppar, diskurser och artefakter. Klädedräkten blir då mindre av en passiv spegelbild och mer av en verksam kraft (Edwards 1997:11). För att konkretisera: Det är en vrångbild att individer och grupper har identiteter som de sedan försöker uttrycka i kläder och

frisyr. Istället är modet en central aspekt i skapandet av identiteten, en process av förändring, motsägelser och konflikter. Det finns inga ursprungliga identiteter som söker sitt uttryck. Kläder är inte expressiva, för att travestera ett resonemang från Judith Butler (Butler 2004). Identiteter görs på nytt hela tiden genom upprepning. Just i påklädningen och det kroppsliga nötrandet av plaggen materialiseras dessa tillhörigheter av kön, sexualitet eller klass.

Mäns inställning till kläder i modern tid har ofta normerats som just att de är mindre intresserade än kvinnor (Entwistle 2000, Breward 2001:101, Joselit 2001:77). Genom att föra kläder, mode och utseende till diskurser med feminina förtecken skapas i det mansdominerade samhället ett fält med lägre status, mindre av uppmärksamhet och resurser. Det har varit angeläget och prestigefyllt att studera textilindustrin, men inte dess produkter (Fine & Leopold, 1993, Taylor 2002:65). Kläder har setts som ett kvinnligt intresse och samtidigt också som en ytlig sak (Entwistle 2000:22). Här återkommer problemen med den nyssnämnda expressiva identitetsteorin, fast vinklade lite annorlunda. Om identiteten kommer ur en inre kärna, reduceras det yttre till något avlett och sekundärt. När kvinnan görs till det ytliga könet får mannen på ett förnämligt vis djup och tyngd (Constable 2000). Det är därför helt följdriktigt att när man kallar något för ett mode, så är det med dagens lingvistiska konventioner att säga att det är något oviktigt och, i samband med forskning, rent av en avart.

Olika maskuliniteter bryts mot varandra

De företagsledare som uppträder på bolagsstämmorna utgör förkroppsliganden av en *hegemonisk maskulinitet* enligt Connells bekanta modell (1995:101). Begreppet refererar till både grupper av individer och till kulturella normer och föreställningar som sprids och vinner anslutning. Resonemanget utgår från existensen av ett patriarkat som samtidigt sägs vara stätt i ständig förändring. Det är dynamiken i utmaningar och undertryckanden som teorin syftar till att kontextualisera. Olika positioner urskiljs utifrån hur de förhåller sig till reproduktionen av denna genusordning. Det är relationerna som är viktiga att försöka förstå och Connell tar därför avstånd från fasta typologier. Kvinnors globala underordning säkerställs genom att det vid olika tillfällen i olika miljöer finns, dels en grupp män som har kontroll över centrala institutioner, dels en maskulinitet som åtnjuter allmän respekt som kulturell symbol. Den hegemoniska maskuliniteten är inte densamma som de flesta mäns maskulinitet, utan begreppet refererar till både verkliga maktavare, mediapersonligheter eller fiktiva figurer på vita duken. Homosexuella män underordnas av den hegemoniska maskuliniteten, medan majoriteten av männen beskrivs som delaktiga, de är förmånstagare. De har fördelar av patriarkatet, samtidigt som de också måste kompromissa. Icke-vita

män antas bli marginaliserade. Pengar, makt och känslor fördelas genom denna genusordning som inte bara innefattar diskursiva, utan också sociostrukturella och psykologiska fenomen. Teorin är inte helt lätt att tolka och en hel del kritik och modifieringar har formulerats (Siedler 1997, Hearn 2000, Nordberg 2000).

Genom att inneha eller representera stor institutionell makt utgör de styrande männen i företagen en sådan hegemonisk grupp, samtidigt som bilden kompliceras av att dessa höga chefer oftast också är anställda som granskas och kan avskedas (Collinson och Hearn 1996:11). Hegemonin måste hela tiden göras på nytt i iscensättningar som övertygar, vilket också är viktigt att betona (Connell 1995, Andersson och Gunnarsson 2003). Styrelsemedlemmar och verkställande direktörer i stora företag representerar hegemonin i sin yrkesverksamhet. Deras privata livsföring kan, som Connell skriver, ligga långt från det hegemoniska mönstret (1995:101). I vissa avseenden utgör höga direktörer inte bara åtråvärda förebilder, utan negativa avvikelser från andra former av maskulinitet som åtnjuter högst värdering i samhället. Direktörerna är lite för gamla för att vara förebilder i kroppsligt avseende. Att arbeta väldigt mycket och att försaka familjeliv är också mindre eftertraktat för många män på blygsammare positioner i samhället. Hos högre chefer och styrelseproffs som framträder finns en känslomässig behärskning som kan te sig eftersträvansvärd, en kylig maskulinitet med kontroll (Lindqvist 1996, Ekenstam 1998, Kimmel 1997). Den sociala stilen har samtidigt ett drag av det opersonliga. Det mekaniska och behärskade är kanske inte attraktivt för många män idag när kändisar och sportstjärnor bjuder allt frejdigare på känslor och privatliv. Dessa mer utlevande figurer utgör möjligen mer adekvata ideal i ett konsumtionssamhälle där det gäller att också kunna njuta, inte bara hålla ihop och arbeta.

Det har blivit allt mer accepterat för män att intressera sig för kläder och sättet att framställa maskroppen i reklamen närmar sig allt mer samma grad av objektivering som kvinnor sedan länge är föremål för (Mort 1996, Nixon 1996, Jacobsson 1998, Crewe 2003). Av uppmärksammade författare som Susan Faludi, Zygmunt Bauman eller Richard Sennett skildras arbetsetikens tillbakagång som en förlust (Faludi 2000, Bauman 1998, Sennett 1999). Konsumtionssamhällets imperativ till njutning är för dem ett grundskott mot allvar och etik. Även om direktörerna inte har vanliga arbeten är de ändå tydliga exempel på förkroppsligad arbetsetik och således knappast fullt i takt med tiden. Samtidigt återstår ännu mycket av försörjningsmaskulinitet som ideal i samhället (Nordberg kommande). Näringslivets välbetalda frontfigurer spelar en ambivalent roll, både beundrade och potentiellt frånstötande, särskilt i samband med exponering av de frikostiga ersättningarna. Det finns exempel på hur företagsledare blir idoler och hyllas och t.o.m. blir föremål för uttalad erotisering. Expressen framställer Ericsons nye VD Svanberg som en man som många kvinnor drömmer om på nätterna. Det finns förstås en variation i image mellan olika

personligheter i näringslivstoppen. Som helhet har gruppen ingen självklar kulturell hegemoni i Connells bemärkelse. Samtidigt är de ostridigt en hegemonisk grupp i termer av sin ekonomiska makt. Denna är förstås inte heller isolerad utan auran av den ekonomiska makten kan samtidigt ladda dessa maktavare med attraktion och utstrålning, som i fallet Svanberg. Den unge Gyllenhammar var också ett exempel på den kombinationen.

Affärskostymen

I slutet av 1800-talet lättades affärsmännens klädsel upp genom att bonjouren, ett rockliknande ytterplagg, ersattes med den kortare och enklare kostymen (Hasvén 1992, Chenoune 1993). Som så mycket annat herrmode kommer den från England och den daterar sig från en period då männen i överklassen allt oftare var tvungna att ta avlönat arbete. Den aristokratiska livsföringen med jakt och fester och en stor mängd klädomyten var på väg ut. Affärskostymen spred sig snabbt bland tjänstemän och blev normerat plagg på kontor världen över på 30-talet (Batterberry och Batterberry 1977:359). Den har aktivt underlättat rörligheten i det internationella affärslivet genom att möjliggöra för män från olika länder att sitta vid samma bord utan att klädedräkten skapade stora prestigeskilnader. På så vis kan man säga att det moderna gränslösa affärslivet formats med kostymen som en vital komponent som inte bara speglar rörligheten, utan också gör den möjlig. Kostymen har paradoxalt nog tjänat förändringen genom att själv stå med en fot utanför tiden. I *The Great Gatsby* spelar Robert Redford huvudpersonen och bär en kritstreckrandig kostym av Ralph Lauren – tiden är 20-talet och inspelningen är från 1974, men plagget ser fullt modernt ut även idag (McDowell 1992:96).

Kostymen tillkom under en period då maskuliniteten skulle markeras med avstånd från dekorationer och femininitet. En vanlig tolkning är att den formmässiga askesen erbjöd minimal visuell distraktion för full koncentration på arbetet (Hasvén 1992:271). Kostymen markerar grupptillhörighet, samtidigt som den även hierarkiserar genom att vara mer eller mindre välsittande eller sliten. Själva kostymen som artefakt kan inte skiljas från sättet att tala om den. Förståelsen av kläder formas diskursivt (Entwistle 2000:20). Kostymen har aldrig existerat utanför starka tolkande diskurser t.ex. av maskulinitet eller modernitet. På 50-talet slår kostymen igenom som metafor för konformism och maskulint främlingskap i kontorsmiljö. Det formuleras i en bestseller-titel som Sloan Wilsons *The Man in the Grey Flannel suit* – filmad med Gregory Peck i grått. I dräkthistorien har forskarna gärna dragit en parallell mellan maskulinitet, modernitet, kontorsarbete, rationalisering och anonymitet – egenskaper som kostymen genom sin återhållsamhet och färglöshet uppfattats vara en exponent för (Costantino

1997:20). Tydligt roat skriver Broby-Johansens i sin klassiker *Kropp och kläder: Cylinderformerna från maskinernas kolvar och fabrikernas skorstenar har bemäktigat sig mannens yttre* (1953:193). Misstänkliggörandet av kostymen döljer samtidigt något viktigt. Den har också ingått som en beståndsdel i samhällets utseendemässiga demokratisering (Hasvén 1992:272, Mort 1996). Män i lägre samhällsklasser - och som i USA - invandrare skaffade också kostym, men då som plagg för högtid och fest (Joselit 2001). Därefter fortsatte söndagskostymen ofta att slitas som arbetskläder (Crane 2000:89). Från ett genusperspektiv är kostymen tydligt exkluderande genom att ansluta till konventioner om hur mäns och kvinnors kroppslighet föreställs vara artskilda (Entwistle 2000:38). Kvinnan ses i åtskillnadsdiskurser som mer kroppslig i sina kläder. Genom att helt försluta den manliga kroppen i ett paket av tyg, maximerar kostymen maskulinitet.

Kostymen uppfattas ofta som en sorts uniform. Skärning och detaljer gör förstås sambandet iögonenfallande, t.ex. slagen eller de dekorativa knapparna på ärmarna som också är vanliga i militärt mode. Kostymen är affärsmannens eller ämbetsmannens uniform. Visserligen följer affärlivet modet men det sker dämpat och med fördröjning. Man ska inte nappa på nyheter direkt, men inte heller avvika eller se excentrisk ut genom att konservera gammalt mode (Rucker, Anderson och Kangas 1999:62). Åtråvärda egenskaper i höga positioner är disciplin, målmedvetenhet och allvar. Stark social kontroll motsvaras gärna av en tydlig kroppslig disciplinering (Douglas 1970:100), liksom att genusskillnader blir mer betonade och övervakade (Entwistle 2000:16). Därför anses kostymen ofta vara det exemplariska plagget: Enkel, välskuren och behärskat mörk till färgen. Robyn Longhurst diskuterar chefskroppen och kostymen (2001:99). Plagget omsluter kroppen och döljer den. Det mjuka och organiska i den fysiska gestalten dämpas till förmån för fasthet och tydlighet. Den lösa och läckande kroppen associeras med svaghet och sjukdom och kostymens ytterkontur antyder en kropp som är behärskad, som vare sig släpper in eller släpper ut några oönskade substanser. En ren och klanderfri yta betecknar självkontroll och står metaforiskt för affärlivets dygder, t.ex. ärlighet, en inre fläckfrihet, skriver Mats Lindqvist (Lindqvist 1996:218). I högriskmiljöer blir det känsligt vilka signaler man sänder, därav likformigheten, det slätrakade ansiktet och den kostymklädda kroppen på makthavarna. Joan Entwistle framhåller en av modets roller som att fixera identitet i situationer präglade av ambivalens (2000:74). I centrum av ett turbulent affärliv är kanske den funktionen än mer tilltalande. Homosociala val, att manliga chefer rekryterar individer som liknar dem själva, har tolkats som ett uttryck för att de i en situation av osäkerhet tenderar att hålla fast vid de få saker som är tydliga och enkla, skolbakgrund, ett uttal eller ett sätt att klä sig. På så kan kostymen sägas vara kongenial med homosocialiteten och dess högst adekvata skrud.

Samtidigt är det lätt att hamna i funktionalism. I det förmoderna samhället bar makthavarna spetsar och höga klackar – vilket imponerade och inpräntade lydighet till

synes lika effektivt (McDowell 1992). De samband som så lätt infinner sig mellan våra föreställningar om kostymen och män med makt är förstås inlärd. Uttryck som ”kostymnisse” eller ”kostymgubbe” nöter in det naturgivna i både gruppen, dess ställning och hur den ser ut. Genom att vara lika klädda hålls individualiteten tillbaka och det anses ofta vara den viktigaste egenskapen hos uniformen (Crane 2000:89). Därmed har affärskostymen faktiskt ett påtagligt ambivalent drag. De personer, som har störst svängrum för egna beslut i arbetet, är samtidigt en av de sociala kategorier som uppträder mest lika (Lindqvist 1996:220). Andra betonade drag i texter om uniformer är hierarki, reglering och status och enhet, att resa barriärer utåt (Craik 2003:128). Betoning av regelföljande blir extra tydligt när många individer uppträder samtidigt och kan jämföras, vid parader kulminerar uniformsvården och kängputsandet. Sådana sammanhang drar uppmärksamhet till överskridande, underlåtenhet eller subversion. Uniformen är känslig för överträdelser och kan plötsligt bli mycket uttrycksfull när den profaneras. Individualiteten och bristen på disciplin förstoras, just för att uniformsplagg förnedras. I ett mer dämpat sammanhang är det viktigt att se hur de som uppträder på bolagsstämmorna väljer att framträda som individer, respektive sluter leden och uppträder som en grupp.

Den mönstergillt burna uniformen undertrycker individualiteten, samtidigt som den kan framhäva den enskildes status och maktbefogenheter. Individen visar att den tillhör en mäktig institution. Detta skiljer affärskostymen från dito plagg för konfirmation eller begravning. Genom att vara lika klädda och av samma kön utgör affärskostymen ett sätt att kommunicera homosocial gemenskap. För utomstående kan detta bli ett påtagligt hinder. På 1990-talet då fler kvinnor nådde höga befattningar blev kostymen för första gången ett ämne inom arbetslivsforskningen (Rucker, Anderson och Kangas 1999). Studier gjordes av hur kvinnor uppfattades när de förde in avvikande färger och snitt. På 1980-talet var power dressing ett begrepp, damdräkten med breda axlar som antogs befrämja kvinnors karriärmöjligheter genom att ta upp vissa maskulina drag. Det ansågs viktigt att inte bli för manlig, samtidigt som markerad femininitet kunde beskrivas som ett hot mot den egna prestige. De kritiska mansforskarna Collinson och Hearn pekar på hur kategorier som chef och man blivit utbytbara och att många tecken för makt både syftar på manlighet och på chefskap. Lön och ersättningar, storlek på tjänsterum, sekreterare m.m. bidrar till chefens förkroppsligande. Ytterligare ett sådant tecken är affärskostymen och genom alla skiftande detaljer – material, skärning, slipsmönster och skor – både speglas och förstärkes hegemonin i organisationen (Collinson och Hearn 1996:11).

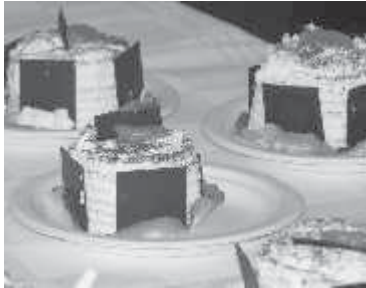
Performance

Bolagsstämman kan ses som en *performance*, ett uppträdande avgränsat i tid och rum, med ett särskilt förhöjt och icke-vardagligt sätt att bete sig (Bauman 1992). *Performance studies* är en relativt ny tvärvetenskaplig rörelse som inriktar sig på ett brett spektrum av framträdanden, från teater och religiösa ritualer till mer vardaglig iscensättningar, tex hur man visar känslor i en familj (Pilgrim 2001, Peterson 2003, Bial 2004, Butler 2004, not 1). Performance studies intresserar sig mer för att problematisera kroppen och platsen, det särskilda tillfället av uttrycksfull närvaro, än vad som varit brukligt inom Cultural Studies, menar Barbara Kirschenblatt-Gimblett (Kirschenblatt-Gimblett 2004, jfr Entwistle 2000:69). Performance studies utgör också en öppning mot ett annat tvärvetenskapligt fält, nämligen visuell kultur, (visual culture studies), som på ett liknande sätt går utanför den skrivna textens mallar genom att fokusera den visuellt tillgängliga verkligheten

De uppräknade författarna uppfattar begreppet på olika sätt. Det kan vara klagande att peka på Bauman (1998) som exempel på performance som performans i tydlig folkloristisk mening, alltså ett framträdande där ett estetiskt budskap sätts samman av en artist som är det skapande subjektet genom att variera en tradition. Den alternativa förståelsen handlar om performance som *performativitet*, där föreställningen snarare skapar artisten, än tvärtom. Perspektivet innebär dekonstruktion av aktörens skenbara suveränitet. Hos Judith Butler finns ett växlande språkbruk, oftast skiljer hon på performance och performativitet, men ibland har de fått överlappa (Pilgrim 2001, Salih 2003). *Bodies that Matter* skrevs som en självkritik av den mer subjektivistiska *Gender Trouble* (Butler 1990 och 1993). Själva väljer vi att här se bolagsstämman som en performance som är performativ – styrelsen ger sin föreställning som den förvisso regisserar, samtidigt som maskuliniteter produceras genom handlingar, yttranden och klädda kroppar som missförstås som produkter av en bakomliggande essens. Orsak och effekt kastas om. Exempel på författare som på detta sätt kombinerat performance och performativitet är McDowell (1997) och Petersson (2003).

Som scenframträdande innehåller bolagsstämmorna ett flertal tydligt teaterliknande drag. Där finns den bänkade publiken, huvudrollsinnehavare som driver handlingen, samt en mängd bifigurer som hjälper till och bistår. Ofta är lokalen just avsedd för scenkonst och tillfälligt lånad till årsmötet. Av de undersökta stämmorna hölls t.ex. en på Cirkus i Stockholm och en annan på Malmöoperan. Globen är en vanlig lokal för de största bolagens stämmor. Scenen har den traditionella tittskåpsteaterns form med belysning och rekvisita som synliggör och stöder framträdandet. Precis som på teatern finns manus som man spelar efter: Dagordningen, årsredovisningen eller VD:s tal om verksamheten. Scenografin varierar från en mycket enkel, nästan torftig inramning med inlånad OH-projektor framför ett skrangligt bord där de föredragande sitter, till betydligt mera utstuderade och påkostade arrangemang. Dramat kan inledas

med sång och musik och avslutas med en bättre middag där huvudaktörer och publik bänkar sig, om inte vid samma bord, så tillsammans i samma lokal och på samma nivå.



Förtäringen är ett viktigt inslag och något som påverkar stora delar av publikens recension av föreställningen. För inte så få är den kanske det viktigaste motivet till att besöka stämman.

Scendekorationer i form av blommor, växter, skyltar är ibland mycket exklusiva men det finns fler exempel på motsatsen. Ofta är blomsterarrangemangen sparsamma, vilket kan böttna i ointresse för det

dekorativa, men det kan också vara ett sätt att formulera maskulinitet genom ett avståndstagande från pynt (Sparke 1995). Här finns varianter av ytterligt strama, nästa begravningslika arrangemang av monokroma blommor, och intrikata uppställningar med t ex korgar, bambu och äpplen.



Storbildsvideo är ofta ett viktigt inslag i scenografin på de större stämmorna. Ett exempel på hur detta kan påverka föreställningen ges längre fram i texten. En självklar ingrediens är också PowerPoint bilder, professionellt producerade men oftast mycket återhållsamma i färg och form. Det finns dock exempel på mer kreativ användning av den visuella tekniken. Ett medelstort industriföretag inleder med en mäktig animering där vi får flyga från Sverige jorden runt och se varumärket, en infattad röd prick, projicerat på kända byggnader som Eiffeltornet och Kinesiska muren. Publiken applåderar. Det där var riktigt bra, säger en stolsgranne. I en dunkande rockvideo visar ett annat företag kandidaterna till styrelsen, ett sällsynt exempel på självironi. Det mottas av en road publik. Med rapp stämma återberättar en känd f.d. TV-hallå ett tredje företags långa och skickensedigra historia, i en reportagestil tydligt lånad från Hans Villius. I allmänhet får publiken nöja sig med en enklare föreställning på duken. En stor del av handlingen utspelar sig således framför, eller vid sidan av, en fond med bild. Då bildspråket i allmänhet är mycket begränsat är det oftast en bild på ord och siffror. På flera av stämmorna skulle det för den oinvidige länge vara ganska oklart vad bolaget egentligen sysslar med. Pjäsens budskap är ju inte heller att sälja produkter eller tjänster till publiken, utan snarare att övertyga om huvudrollsinnehavarnas personliga förträfflighet och lämplighet för sitt uppdrag.

Teatermetaforen har dock tydliga begränsningar. I viktiga avseenden är bolagsstämman en helt annorlunda föreställning. Den saknar teaterföreställningens citattecken av att var fiktion. De som leder stämman försöker visserligen göra intryck men de beslut som ska fattas måste uppfattas som bindande. Verklighetsdefinitionen som läggs fast är ett slags understruken realism. Det som händer här är extra viktigt, det är därför man lämnat vardagen bakom. På teatern är det scenen som är centrum. Eftersom bolagsstämman är en beslutande församling är rollerna strängt taget omvända, ägarna i publiken ska ju granska den styrelse man valt och som representeras på scenen. Publiken är därmed en viktig medaktör i dramat (jmf Sevón, 2002). Regin av publiken börjar redan före stämman med tydliga regler för var, när och hur anmälan skall ske, under vilka förutsättningar man får närvara. Därefter anmälan av närvaro, avprickning, placering, tid och plats för yttranden, påpekande om man inte följer manus, fototillstånd m m. Styrelsen har i allmänhet initiativet och ett väldigt överläge mot de splittrade ägarna i publiken, särskilt de mindre. Ur det perspektivet får teatermetaforen förnyad aktualitet. Då blir stämmans ordförande regissören som lotsar fram publiken genom intrigens olika skiften.

Scenkostymer

Bland de företagsledare och tjänstemän som uppträder på stämmorna är kostymen ett obligatorium. Den är nästan alltid mörkgrå med enkel rad av knappar. Dubbelknäppt är mycket ovanligt. Kavajen hålls öppen. Det ger ett litet ledigare intryck, är bekvämare när man ändå sitter ner mesta tiden. Det modifierar det tidigare resonemanget om kostymen som uniform, förvisso bärs den på ett sätt som ter sig civilt. Själva enhetligheten i klädsel har ändå prägel av uniformering. Skjortan är ofta vit, men kan vara i blek pastell eller ha ett diskret mönster. Skorna är svarta (undantag finns, se nedan) och putsade. Precis som myten har det, så är det bara slipsen som lämnar utrymme för litet färg och fantasi. Mörkrött, och guld eller gulbrunt är förekommande färger. Någon blå ton är dock vanligare. Mönstret verkar oftast vara ljus, t.ex. som en lite silvrig diagonal. Skrikiga mönster är ovanliga och förekommer endast på de mindre företagen med stort enskilt ägande. Slipsnål förekommer, men är inte vanlig. Bara enstaka företagsledare bär någon näsduk i fickan. De flesta verkar klä sig med inriktning på att knyta an till just det litet anonyma drag som kostymen uppfattas ha. Sedan länge är normen för den heterosexuelle mannens intresse för kläder just att inte vara så intresserad. Det finns ändå skillnader och olika sätt att bära kostym på stämmorna. De individuella storägarna, de kända kapitalisterna, är mest fria i sin klädsel. Anställda börs VD:ar har den tydligaste uniformen. Där gäller mörk kostym, vinröd slips, vit eller pastellfärgad skjorta. De män i publiken som innehar rollerna som representanter för de institutionella ägarna tillhör makteliten, dock som

anställda och de kan tappa sin position när som helst. De är klädda i samma uniform som VD, mörk kostym, vit eller blekt pastellfärgad skjorta, vinröd ev. grå/blå slips.

De kvinnor som uppträder som sekreterare, assistenter, värdinnor bär mörka dräkter och rör sig hukande på scen och i bänkraderna, för att vara så osynliga bland männen som möjligt, antar vi.



Bland de kvinnor som finns med som styrelseledamöter eller högre chefer förekommer också en helt annan typ av klädsel, i ljusa eller starka färger. En eldröd prick i allt mörkgrått. Intrycket är ibland osäkert avvikande,

ibland frejdigt uppstickande. Beige eller rosa ser mindre seriöst ut yrkesmässigt (?). Säkert kan det ibland också vara ett slags kritik, en ovilja att underkasta sig en maskulint styrd "power dressing".

Representanterna (enbart män) för de små aktieägarnas organisationer har mindre formell klädsel. Oftast kavaj med byxor i avvikande färg, skjorta i färg och slips eller på mindre viktiga stämmor även polotröja. De i publiken som uttrycker avstånd, kritik eller hån mot männen på scen när den sk. frågestunden utspelar sig speglar respektlösheten också sin klädsel. Tröjor, västar, mönstrade eller mörka skjortor, jeans, möjligen kostym men aldrig i kombination med vit skjorta och slips. Finns det någon undre gräns för hur illa klädd man kan vara? Nej, smutsiga träningsoveraller eller shorts började dyka upp i värmen mot slutet av säsongen – t.ex. på ett skogsbolags stämma.

De plagg som syntes på bolagsstämmorna under våren 2004 skiljer sig från annat kostymbruk på ett sätt som är karakteristiskt och betydelsebärande. Aktörerna på bolagsstämmorna bär inte kostym som Cary Grant – som ofta ansetts ha gjort mest av plagget (Buscombe 2000). Inte heller ser de ut som män som söker social revansch och efterliknar deras särskilda sätt att bre ut sig och synas med kostymens hjälp – gangstern eller hallicken. Gangsterkostymen, dubbelknäppt och med väldiga slag ligger långt ifrån den moderna svenska affärskostymen. Inte heller förs tankarna till den prototypiska brittiska herrkostymen med mycket packning och noggrann skärning a la Savile Row, eller till de sista decenniernas strukturlösa italienska kostym som spritts av Armani. Den moderna svenska direktörskostymen är mer otydlig, mer identitetslös. Den är ofta svår att skilja från vanlig herrkonfektion i massupplaga på Dressman eller Kapp-Ahl och kan nog i vissa fall också vara inköpt där. Under större

delen av 1900-talet var herrkostymen konstfullt stoppad med vadd och tagel för att göra det bästa av kroppar som satt på kontor och ofta lade på sig viss rondör för pondusens skull. Dagens direktörer är i allmänhet vältrimmade långt upp i åren. Det är tydligt att konsumtionssamhällets höga värdering av den fettsnåla kroppen nått även hit, till bolagens ledningar. Därmed förlorar också kostymen sin funktion av att maskera kroppens defekter. Den har blivit lättare och friare och skiljer sig påtagligt från sina historiska förlagor.

Spelstilen

På stämmorna kommuniceras viktiga budskap genom vilka personer som tillåts uppträda med avspänd röst och gester – och vilka som uttrycker sig med färdiga fraser och stel kropp. Nyckelaktörernas framträdande utmärks som performance med tydliga drag av *stilisering* och *formalisering* (Bauman 1992:45). Personerna betar sig inte riktigt avspänt och vardagligt. De ikläder sig roller med olika grader av distans och avpersonifiering som ett viktigt uttrycksmedel. Ordföranden, som presenterar de olika punkterna och som formulerar beslutsalternativ och noterar hur besluten utfallit, spelar ofta sin roll med tydlig distans. Talet är konstfullt och högtidligt. Tonen blir gärna artikulerat mekanisk, som för att visa att viktiga beslut inte följer personligt godtycke. Det formelmässiga talet följs av publikens mumlande och ackompanjeras direkt av en smäll med klubban. Inkallade experter som vittnar från sitt sakområde spelar också i det mekaniska registret. Ett stående inslag är t.ex. revisors föredragning av bokslutet. Själva innehållet lämnas helt obeaktat och istället talas i allmänna ordalag om hur man i sitt arbete uppfyllt god revisionssed. Man intygar sin grundlighet och ärlighet. De figurer som framträder särskilt stiliserat och mekaniskt bidrar till att understryka de delar av föreställningen som präglas av engagemang och betonad individualitet. På så vis lyfts VD och styrelsens ordförande fram genom att *singulariseras* som personer. När VD håller sitt tal om verksamheten och framtidens strategier, lämnar övriga personer scenen i samlad tropp. Närvaro och frånvaro är viktiga symboliska markeringar i scenanvisningarna.

Bolagsstämmans dramaturgi är viktig att notera. Den skapar en stämning av högtidlighet som bidrar till att viktiga beslut kan tas på allvar och framstå som bindande. Den kyrkliga ceremonin är i sin genre en liknande föreställning. Respekt och anseende kommuniceras genom klädsel och ett uppträdande som inte är vardagligt eller trivialt. Denna performance är performativ på två sätt, dels genom de uttalade beslut som fattas, dels genom de iscensättningar som sker av kön, av ledarskap, av kontroll och av rättrådighet. Ledarna är oftast män och gestaltningen medför därför att makt och ledarskap knyts till uppfattat manliga egenskaper. Samtidigt finns

konflikter kring vad slags maskulinitet som ska ges den ledande rollen och liksom kring hur och av vem femininitet skall beredas plats. När kvinnor agerar med kompetens och pondus uppstår också förskjutningar. Dessutom är inte allt som görs av männen på scen manligt i stereotyp mening. Storbildsskärmar som ska visa coola chefer avslöjar också övertydligt när man förlorar kontrollen. Publikens hån förvandlar ibland rättrådigheten till skenhelighet. Teatermetaforen kan hjälpa till att dra fram de moment i framträdandet där det splittras i ambivalens och osäkerhet. Manus följs inte längre. Särskilt svårt är det för deltagarna på scen att sitta passiva länge och lyssna på tal som inte ger den redan insatte något nytt. Ordföranden och VD riskerar då att undergräva experternas utsagor genom att t. ex. titta i taket, peta sig i öronen eller till och med börja viska med varandra.

Deltagande observation

Genom att bygga undersökningen på deltagande observation har vi placerat oss i händelsernas centrum. Det blir möjligt att se hur genus skapas och föreställa sig vilken roll kläderna spelar i föreställningen. Intervjuer med enskilda kan ge en uppfattning om diskurser på individnivå – normer, förklaringar eller sammansatta berättelser. Samtidigt har intervjuandet en död vinkel genom att vara just individualiserande, även om den enskilde kan sägas genomkorsas av olika diskurser. Processer där många människor interagerar, där olika diskurser bryts mot varandra och där kroppar och materiella praktiker bär skeendet, studeras lättare genom deltagande observation, den metod vi valt här. Deltagande observation når företeelser som performance eller den klädda kroppen. Anteckningar har gjorts successivt under förloppet av stämmorna. Fotografier och även en del rörliga bilder har tagits i den mån det varit tillåtet.

Undersökningen presenteras genom fem scener av varierande längd. Scener vi tycker är poängfyllda och speglar olika sidor av materialet. Det är förstås vi själva som tolkar. Utrymmet för subjektivitet blir stort. Om man inte direkt motsätter sig det spel som erbjuds sjunker man in i en publikstämning som förmodligen är giltig för många människor i lokalen, oavsett att vi har skiljaktiga utgångspunkter för vår upplevelse. Det var svårt att inte känna med ilskan hos arga små aktieägare när dyra ersättningar fördes på tal. Irritationen och ilskan kunde ofta kännas mycket påtaglig. Inte heller var det helt lätt att värja sig mot karisman i åtminstone vissa företagsledares framträdanden. På det stora och skandaliserade försäkringsbolagets upprivande bolagsstämma blev suget efter en karaktärsfast ledare som kunde ta rodret också en stämning med närmast fysisk påtaglighet.

Glimtar från fem olika föreställningar

1. Tröga kulturer tar tid att ändra (Om hur männen ger plats åt kvinnan)

Ljuset faller ner ur takfönstren i den stora salen – en högskoleaula som tillfälligt blivit scenen för en bolagsstämma för ett lite tråkigt, men pålitligt företag som tillverkar emballage. Bakom ett podium som klätts med papper i bolagets egen färg sitter styrelsens ordförande, VD och en advokat som sekreterare. Alla har de slips och kostym, enkel rad med knappar. Längst fram, på de främsta raderna i salen sitter fler män i affärskostymer och någon enstaka kvinna. De är högre tjänstemän i bolaget, revisorer och en företrädare för aktiespararna och i viss kontrast till aktieägarna, som är ett mer blandat sällskap. Där finns en högre andel kvinnor, kanske en femtedel. Flertalet utgörs av par i pensionsåldern, den vanligaste kategorin på nästan samtliga undersökta stämmor. Bland publiken är det få som har slips, inte många har kostym komplett med slips. Det typiska är udda kavaj och byxor. Den utpräglade direktörsdressen med slips, vit skjorta och hel kostym bärs faktiskt av väldigt få i denna sal.

Företagets omvittnade pålitlighet understryks av hyfsade resultat fastän tiderna är dåliga. Produkter som utstrålar mycket skog, råvara och trygghet visas på video. Produktionsanläggningarna ligger på mindre orter i glesbygden. Här är ett förflutet Sverige – så vad ska man med moderna könsroller till?

- Det går trögt att ändra kulturer, säger styrelsens ordförande när han får frågan om hur det går med jämställdheten. Det är ett slags urskuldande, som samtidigt positivt knyter an till den bild man även annars skapar av företaget – jordbundet, solitt, utan äventyr. Inte kan detta bolag med sina rötter i landsbygden avkrävas trendpassning? Ordförande ler en smula och låter ordet gå vidare till VD. Han är runt fyrtio, ung för att leda ett stort företag. Lite rund, men vig. Håret är fint kammat och mörkbrunt och helt i behåll. Han har manifesterat sin driftiga profil med ett energiskt framträdande (ordförande och sekreteraren försvann då ner från podiet som en del av ritualen). Han är också pigg att svara på frågor. Här ler han menande åt ordförande och säger att det nog finns någon som är mer insatt i jämställdheten. Upp på scenen kommer med viss fördröjning en kvinna, också hon i fyrtioårsåldern. Hon representerar personalavdelningen och står lägst i rang av dem som yttrar sig från företagets sida under denna stämma. Hon ger ett sakligt och litet torrt intryck, klädd i blå dräkt som inte så lite påminner om en kostym, den normerade dressen. Herrarna ler, alla frågor från publiken besvaras. De som vet bäst får yttra sig. Ämnen som kön och jämställdhet faller sig bäst att företrädas av en kvinna.

2. Häng med i hissen! (eller: Varför vill hon inte åka med oss?)

Stämman är slut och de flesta har även satt i sig snittarna som serverats, lax, rostbiff och ost. Folk är på väg ut. Plötsligt rundar jag en pelare och där står ordförande själv, omgiven av ett par medarbetare. Jag skyggar en smula, men den äldre mannen vinkar glatt, häng med. Så jag kliver på. De fyra kostymklädda medelålders männen språkar muntert, två av dem leker med sina mobiler. De har samma Nokia. Just då kommer VD lufsande, trivsamt krokig med en stor portfölj. Trots ordförandens vinkningar vänder han på klacken. Det är fullt i hissen. Jag får dåligt samvete. Jag har tagit VDs plats. Nu trycker ordföranden ner oss, men hissen stannar genast en trappa ner. Där står en kvinna, kanske 25 år med asiatiskt utseende och långt utslaget hår. *Kliv på*, säger ordföranden inbjudande. Man ser tydligt hennes tvekan – mannen som lockar, men hissen är ju redan full! Hon drar sig bakåt, skyggar för muntergökens tillrop. I nästa stund går hissdörren igen och ordförande kollar allas blickar. Han skrattar och plockar in beundrande poäng från kollegorna. Förmågan att utvinna något roligt ur denna händelse är en del av den homosociala gemenskapen. Gemensam humor är ett viktigt element för att skapa och bekräfta samhörighet. I många manliga sällskap tränas ständigt blicken för denna komik på det kvinnliga könets bekostnad. På stämman har man just valt in en kvinnlig styrelseledamot, den första. Hur går det ihop?

3. Följ med oss in i framtiden! (Om hur den nya moderna organisationen iscensätts med ny chef och en ofarlig variant av jämställdhet)

För inte så länge sedan var detta företag störst i Sverige men sedan kom krisen. Raketaktien föll som en sten, företaget anklagades för att vara teknikerstyrt, för att ha missat ungdomarna som viktiga kunder, för att vara tungrovt och gammalmodigt och dåligt på att kommunicera med media. Tidigare VD och styrelseordförande har avgått, ny styrelseordförande sedan två år tillbaka är utsedd och en ny VD har tillträtt under senaste året. Företaget har kraftigt omstrukturerats och nästan halva personalstyrkan i Sverige har sagts upp. Styrelsen är den mest välbetalda i Sverige och har förklarat sina stora ersättningar med det tunga arbetet att rekonstruera företaget. Många småsparare har förlorat mycket pengar på börsfallet. Nu skall ny framtidstro väckas.

Stämman på Globen är välbesökt. Enligt tidningarna är minst 3000 närvarande. Kaffe och enkel bulle serveras. Podiet är futuristiskt dekorerat i grått och stål, neonrör. Inga kameror släpps in. Här vill informationsavdelningen själv ha kontroll över vilket bildmaterial som förmedlas. Vår observation sker från första parkett, endast två rader bakom de reserverade platserna för styrelse, revisorer och medhjälpare. I stort sett alla där har mörkgrå kostym i tunt ylle, välansade nackar och vita eller blekt pastellblå skjortor. Flertalet har ficklock, två sprund där bak på kavajen och en av de yngre

männen också en diskret rand i det mörkgrå. Endast en äldre man har dubbelknäppt kostym. Ett par stora knävelborrar syns, i övrigt helt slätrakat. En kvinna kommer in tillsammans med en grupp män i bänkraden. Hon bär kritstrecksrandig mörk kostym, vit skjorta och elegant vinröd portfölj. Hon ler osäkert och avvaktar utan att tränga sig fram för en plats. Ingen av männen väntar för att släppa fram henne utan tränger sig in i raden för att sätta sig. Hon går in efter, ingen man reser sig utan nöjer sig med att vika undan knäna så hon kan komma fram. Hon är troligen nästa kvinna som skall väljas in i styrelsen. Är den uppenbara oartigheten ett sätt att markera ”här gäller samma villkor för alla” eller helt enkelt bara dåligt uppförande? I främre raden finns ytterligare en kvinna, nuvarande ledamot i styrelsen. Hon bär en knallröd dräkt. På samma sätt som i en annan styrelse vi observerat finns här två varianter av feminitet. Den synligt avvikande och den anpassade. En representant för den stora ägarfamiljen sitter också på första raden i mycket nedtonad klädsel, mellangrå kostym och grå slips.

Styrelseordföranden och VD kommer in och tar plats på scen, brunbrända och med stora, ihärdiga leenden. De har båda mörka kostymer i tunt ylle, vita skjortor och mönstrade vinröda slipsar. VD:s slips är påfallande randig (och senare utsatt för mycket spott och spe i ett Dagens Industri-reportage om fula slipsar). På scen finns också ordföranden för stämman, den vane juristen, återigen med ganska bred, vinröd slips och elegant näsduk i bröstfickan. Sekreteraren, också i mörk kostym, bryter av med blekt pastellblå skjorta och mörkt blålila slips.

En efter en tar de olika ledamöterna i styrelsen plats i talarstolen för att redogöra för arbetet i sina respektive kommittéer. Vid flera tillfällen kommer kvinnor krypande/hukande fram till podiet med papper och viskningar, deras kroppar så osynliga som möjligt. Liksom på flertalet övriga stämmor är den sk. kompensationskommittén den mest aktuella. Där utarbetas policy för ersättningar och belöningar, till styrelsen själv och till de högsta cheferna. Här företräds den av den irländske ledamoten i påfallande mera avslappnad klädsel, ljusare kostym, mörkare och mera skrynklig skjorta. Han berättar om arbetet, om hur bra och tydlig policyn nu är och beslutad helt enligt gällande rutiner. Vi får dock inte veta hur stora ersättningarna är i reda pengar.

VD sitter under tiden passiv och ser allt mindre glad och engagerad ut. Så småningom är det dags för honom att få scenen för sig själv. Övriga lämnar, ljussättningen ändras.



Han använder inte talarstolen utan går omkring på scen. Han står och går framför en mycket stor video skärm med honom själv i närbild. Det blir något rörigt och den kraftigt uppförstorade bilden gör att den verkliga personen framför framstår som betydligt mindre, förmodligen helt omedvetet och motsatt det egentliga syftet.

Kostymen är välsittande men ganska anonym. Mörkgrå, fyra knappar på ärmen, ficklock, smala slag, tre-knappsknäppning. Han bär den med öppen kavaj. Slipsen hänger en bit ner över bältet, skjortan bubblar vid slipsknuten. Hans gester har ett begränsat uttryck och består framförallt av att föra samman händerna och öppna upp dem igen. Han läser från dataskärmar på golvet vilket i pressen dagen efter beskrivs som att han talar utan manus. Redan i samband med att han anställdes beskrevs han som en mycket god kommunikatör (till skillnad från tidigare VD som alltid kritiserades för sin bristande verbala förmåga i TV). Den nye har vad man brukar kalla ett "fördelaktigt utseende", vitt leende, bestämd haka och rena drag. Han ger ett sportigt intryck, liksom flertalet VD:ar på denna nivå och pratar mycket om effektivitet, om ledarskap, om etik och om hur man vill verka i samhället. Pressen är mycket positiv

dagen efter och berömmar hans framträdande. Fokus är mera på formen än på innehållet i det han sa.



När han talat färdigt om vart företaget är på väg kallar han upp en kvinna på scen. Hon är i yngre medelåldern och presenteras som chef för utvecklingen av nya tjänsteprodukter och kan därmed också betraktas som en representant för morgondagen.

Hon har halvlångt blondt hår, ler oavbrutet och är i detta sammanhang påfallande vardagligt klädd. Klädseln har inget samband med de kvinnliga styrelseledamöterna, inte heller med de olika värdinnor eller assistenter som svärmar runt ingång

och podium (i diskret grått, blått, svart). Hon har korta bruna boots, hudfärgade nylonstrumpor och brun kort kjol/jumper eller klänning. Till detta en ljusbrun mockajacka. Klädseln är klart avvikande både vad gäller färger (brun/beige), form (kort kjol) och material (mocka/alt. mockatyg). Hon berättar engagerat om vad framtiden kommer att erbjuda i form av nya tjänster och ger många referenser till vad ungdomen av idag kräver.

Hennes kommunikativa förmåga framstår som klart överlägsen alla andra framföranden hittills, inkl VD:s. Hon talar personligt, ledigt och otvunget och verkar helt obunden av något manus. Hennes anförande avslutas med att hon beskriver sin egen favoritjänst i det nya sortimentet. Här får hon tillfälle att lyfta fram sin familj och hur den nya tjänsten underlättar för henne att hålla kontakt med barnen. Hon ber VD komma tillbaka på scenen och frågar honom om hans favoritjänst. Han refererar till sin stora arbetsbörda och beskriver en tjänst som han anser klart ökat hans effektivitet på arbetet. Han kan läsa mailen, titta i sin kalender, följa börsen och göra kalkyler nästan samtidigt och i samma produkt.

Denna akt är ett belysande exempel på hur kön görs. Kvinnan blir den söta, snälla, duktiga flickan, arbetskamraten, utan synliga och eller hotande aspirationer på VD- eller styrelsepost. Hon, som är engagerad i sitt arbete men utan att ha gett avkall på sin "kvinnlighet", dvs. moderskap parat med flickaktighet och mjukhet i framtoningen. Hans initiativ att bjuda upp henne på scen bidrar till hans (och företagets) image som "modern man, naturligt jämställd". Budskapet är tydligt "vi lyfter gärna fram kvinnor när de är av rätta sorten". Hon och han kompletterar varandra och demonstrerar vilken maskulinitet och femininitet som förordas på detta företag. I finalen blir budskapet nästan övertydligt med hennes referens till familjen och hans till arbetet. Vi har fått en lektion i obligatorisk heterosexualitet.

4. Förtroendet skall återupprättas! (Om Marlboromannen, hans kostym, vältränade kropp och handlag med kvinnor)

Det stora företaget har länge varit förstasidesstoff, i kvällspress såväl som affärspress. Hjärtar har fallit hårt från piedestalerna, räfst och rättarting pågår för fullt. De skurkaktiga direktörerna måste ha varit extra skurkaktiga. Hur kan man annars förklara att så många pålitliga, erfarna och kompetenta personer låtit sig dras in i denna härva av bonusar, hemliga pensionsavtal och lyxrenoverade lägenheter? Antalet direktörer som fått lämna företaget växer fortfarande och var går egentligen gränsen för det acceptabla? Inför bolagsstämman har spekulerats vilt i media om den nuvarande och framtida ledningen. Vem skall bli styrelseordförande? Kan den nytilträdde VD:n sitta kvar? Han hade ju också en lägenhet i garderoben? Kommer den tidigare styrelsen att beviljas ansvarsfrihet? Det är inte bara förtroendet för just detta företag som nu

måste återupprättas utan tilliten till hela etablissemang, dvs. till den manliga makteliten, den hegemoniska maskuliniteten (Connell 1995).

Årets bolagsstämma på Globen är en viktig arena för detta förtroendebyggande och återtagande av position. Podiet är stiligt dekorerat med blå blommor och stora korgar med gröna äpplen som signalerar sundhet. Publiken samlas och det hörs ett dämpat sorl. Det bjuds på kaffe och en sparsam muffins utanför lokalen. Ovanligt många pressfotografer är närvarande men ingen tar några bilder. VD står allvarlig och ensam vid sidan av podiet. En slank, vältränad före detta elitidrottsman. Han är mycket elegant i en kostym av tunt, mörkgrått, slätt och lite lätt glansigt ylle. Smala slag och med två sprund i ryggen. Blekblå skjorta, nästan vit, men något tonad och därmed bättre anpassad till kamerablixtar. Slipsen är uniformsenligt vinröd med guldfärgade prickar. Tunna metallbågar och välputsad, blank frisy. Ingen verkar ta någon notis av honom. Två kvinnliga styrelseledamöter, välkända från press och TV, står också lite avsides och samtalar med varandra. Den ena med halvlångt, blont hår och ljus, vaniljfärgad kostym. Hon bär en lång, fladdrande ljus scarf som blir en mycket feminin slips i denna kontext. Den andra har kort, grått hår och mörk kostym och vit skjorta. Den första klädd för att synas, för avvika så mycket som möjligt i raden av mörkt kostymklädda herrar. Den andra klädd för att smälta in, inte sticka ut. De representerar därigenom de två typer av kvinnor vi observerat bland det fåtal som finns att studer. Den som klär sig så lika männen som möjligt i mörk dräkt eller kostym med vit skjorta, blus eller jumper och den som gör precis tvärtom. Vitt, rosa eller starka färger, stora mönster, höga klackar, smycken och synlig make-up.

I lokalen råder en stämning av förväntan och plötsligt hörs en förändring i det stillsamma sorlet. Fotograferna rusar fram emot en man som är på intågande med sitt följe. Rummet fylls av fotoblixtar. Den nyanlände är den tillträdande nye styrelseordföranden, en högre herre i 60-årsåldern. Han är en passiv deltagare i denna stämma men ändå den viktigaste. Det är han som skall få oss att släppa alla tvivel på att vita män i övre medelåldern alltid är säkrast att lämna sina pengar till. Det har varit heta diskussioner och många förslag om vilken sorts man som torde vara mest lämplig och nu är det klart. På vägen fram mot de reserverade sittplatserna i främre raden fångar han upp den blonda kvinnliga styrelseledamoten och de slår sig ner tillsammans. Stora, vita leenden och han hörs säga till henne *Det är nog bäst att vi håller oss till varandra*. I hans sällskap blir även hon intressant för fotograferna som samlas runt paret som flugor kring en sockerbit. Scenen är ett slående exempel på hur kön praktiseras och hur praktiken är bekönad (Martin, 2003).



Bredvid henne blir han en fullödig man, en som också kan handskas med kvinnor och därmed värna styrelserna mot en hotande feminisering. Hon reduceras från en potentiellt omgestaltande styrelseledamot till en leende, beundrande kvinna. Vi har dessutom fått ytterligare en lektion i den obligatoriska heterosexualiteten.

Den blivande ordföranden är klädd i något ljusare, lite grövre kostym än den vanligaste uniformen. Vit skjorta och blågrå, diskret mönstrad slips. Brunbränd med stålgrått, kraftigt hår, kortklippt men inte alltför putsat. Han är mera av en "Marlboroman" än elegant gentleman. Den bild som getts i massmedia i samband med offentliggörandet av hans blivande utnämning är också den av en man med hårda nypor, en tuff städare och utrensare. En man från de norrländska skogarna med många äventyr bakom sig. Samma kväll som stämman pågår presenteras han i Rapport med hjälp av en inspelad intervju. En beundrande kvinnlig reporter ställer frågor och får svar som: *Jag betraktar det här uppdraget som en form av värnplikt* och *Vi skall promovera kvinnor när det finns några kompetenta men någon kvotering blir det inte tal om*. Det är ingen tvekan om vem som promoverar vem eller vem som avgör vem som är kompetent. En del av intervjun genomförs i en styrketräningslokal och ackompanjeras med närbilder på hans muskelspel.

Stämman rullar så småningom igång och utvecklas som väntat till en mycket utdragen och dramatisk historia. Alla parter spelar ut sina roller extra tydligt. VD håller en fortsatt tillbakadragen, allvarlig och låg profil, och han ser inte helt bekväm ut i sin ganska passiva roll på scen. I sitt rituella anförande fokuserar han på såren som skall läkas, på styrkan i verksamheten och personalen och understryker att han ser fram emot att få vara med även i fortsättningen. Aktiespararnas representant markerar motstånd mot detta men säger sig acceptera styrelsens beslut att låta honom fortsätta. Förra VD:n har redan avgått liksom större delen av den styrelse som arbetat under 2003. Stämman leds med en humoristisk ton av den vane jurist som vi känner igen från flera andra bolagsstämmor. Han har samma mörka kostym med något breda

slag, vit näsduk och vinröd slips. Den tillfällige styrelseordföranden är den som är mest aktiv, svarar på flest frågor och ger kommentarer. Han har en ljusare kostym, dubbelknäppt med mycket breda slag och en slips i en ovanlig orange färg. Hans klädsel går, precis som på den blivande styrelseordförandens, lite vid sidan av den gängse uniformen. Även denne man presenterades i media som en tuffing med hårda nypor när han inkallades som tillförordnad ordförande då tidigare styrelse avgick.

En spekulativ tolkning av kostymvalen är att en hårdare, mera macho maskulinitet bland de högsta ledarna kan markeras genom något ljusare och grövre tyg men framförallt genom att inte bry sig, inte följa dagens mode (vad gäller slipsval, tyger, form på kavajslagen). Kostym och vit skjorta med slips men gärna av ett snitt som framstår som lite gammaldags. En riktig karl bryr sig inte om kläder. Den neutrala slipsen gör hans välsittande kostym mer uniformsläk och matchar på så vis den militära metafor han valt till ledmotiv både i tacktalet på stämman och i mediaframträdanden. Han säger att han ser uppdraget att leda styrelsen som en värnplikt. Som många påpekat, t.ex. Collinson och Hearn, väljer man inom företagsvärlden ofta metaforer från sport och krig (Collinson & Hearn 1996).

Vi kan dröja vid ordvalet ett ögonblick för att se dess uttrycksfullhet och komplexitet. Till att börja med är värnpliktsmetaforen ett sätt att maximera allvaret. Situationen är ödesdiger som ett krig. Man ska kunna lita på honom som man litar på försvaret i en väpnad konflikt. Han iscensätter sig också som den transcendente mannen: 60 åringen, som smärt och vital kan sätta sig i 20 åringens ställe, utan att någon verkar tycka att det är löjligt. Värnplikt görs oegennyttigt, den är en företeelse utanför marknaden. Den diskursiva effekten av den markeringen är att placera talaren så långt som möjligt från krisens upphov, den privata girigheten hos den gamla styrelsen. Mot den girige mannen ställs den äkta mannen som står där som ett svar på en kallelse. Anspelningen på värnplikten är också en invit till att dela den homosociala gemenskapen, lumpen som grundläggande manlig rit. Lumpen gör karlar av pojkar och lumparminnen är homosocialt cement (Lindgren, 1996). Hans val av snitt och färger i kläderna stöder elegant den militära metaforen. Framträdandet är karismatiskt och den här dekonstruktionen av hans ledande metafor missar genom sin skepsis hela stämningen. Alla (män?) är hänförda. Det är ett exempel på vad Roper kallat den homosociala förförelsen (Roper 1996).

5. Äntligen en fråga om verksamheten! (Om finansfursten bland vänner och fiender)

I det förflutna finns otaliga exempel på riter där maktbävare tillfälligt låter sig skändas, vilket ofta tolkats som en listig säkerhetsventil. En gång om året var narren kung och tilläts säga vad som helst om herremännen utan att riskera påföljd. Bolagsstämmans

frågestunder erbjuder något liknande, kanske i utspädd form, men ändå. Vem som helst som har minst en aktie får yttra sig. Politiker framträder på torgmöten där allmänheten kan ställa frågor – också ett exempel på mer eller mindre spontan och orepererad offentlighet. Bolagsvärldens ledningar måste på samma vis svara på ställda frågor, men sammanhanget är mer tvingande och betydligt mer allvarligt än torgmötet. Bolagsstämman är en mer avgörande interaktion mellan företagsledning och ägare. De mindre ägarna erbjuds en möjlighet att ge uttryck för egna djupt kända åsikter. Det finns häcklare som älskar att uppträda på stämmorna och letar efter luckor där stöten ska sättas in. Då är det möjligheten att mäta sig mot direktörer och styrelseproffs som är lockbetet. Detta är nästan uteslutande en manlig sportgren. Olika former av maskulinitet ställs mot varandra. Man kan sympatisera med utmanaren eller hålla på de etablerade som blir avbrutna och förlöjligade. Konfrontationens logik är att man identifierar sig med endera av kontrahenterna. Samtidigt skymms den tredje möjligheten, den att striderna ofta har drag av skenfäktning. Egentligen är man ju överens om det mesta. Det är lite ledigare klädda män som utmanar de strikt kostymklädda. En mer ansvarstygnd och allvarlig maskulin framtoning spelas ut i försvarsställning mot utmanarna som spelar på fräckhet. De säger sina beska sanningar, men samtidigt är det på bägge sidor män som värnar om sitt utrymme i offentligheten. Den uppochner vända världen, mundus inversus, är bara en tillfällig omkastning. Här sägs bittra sanningar, yttranden som blir skrift i sanden – alla vet vem det är som har den verkliga makten. Samtidigt ska man inte helt förta betydelsen av dessa eruptioner av ärlighet, upprördhet rörande ersättningar eller viktiga förändringar som gjorts upp utan insyn. På de mest politiserade stämmorna, ett tungt finansbolag, respektive det skandaldrabbade försäkringsbolaget, blir frågestunderna tillfällen då aggressioner ges fritt utlopp. Negativ förhandspublicitet färgade bägge stämmorna. Den förstnämnda avlöper väl för styrelsen, medan den andra slutar med att den tidigare styrelsen måste offras. Här spelade häcklandet en roll genom att höja stämningen och genom att mjuka upp auktoriteten på scenen och därmed röja vägen för att ansvarsfrihet inte beviljades.

På samtliga undersökta stämmor var det så gott som enbart män som ställde frågor. Den kvinnliga representationen var faktiskt högre i styrelserna, än bland de ägare som yttrade sig. På det stora finansbolagets stämma är det ändå först en kvinna i 60-årsåldern som tar till orda. Hon bär en slags joggingtröja i starka färger och visar därmed omedelbart att hon inte hör till. Argast är en man i 40-årsåldern som kräver förnyad granskning av företagets bonusprogram. Han bär den enda dubbelknäppta kostymen i sikte. Den hänger emellertid sorgligt öppen och oknäppt. Genom kläder, färger och knäppning signaleras att man inte ingår i kretsen av välklädda affärsmän. En ung kille med cardigan och bockskägg undrar en smula nonchalant om inte bolaget kan öka sin kreativitet. Här dribblas ordet till VD:n som i egenskap av arvtagare besparas otrevligheter och här får en perfekt fråga serverad på fat. *Äntligen en fråga om*

verksamheten!, smickrar direktören den unge mannen. De är skilda generationsmässigt och i maktänseende. De förenas av genus, ett maskuliniteternas inbördes spel och speglade. Den unge tröjklädde ger genom sin ungdomlighet och sin arrogans glans åt den lite gråa medelålders mannen, medan han i sin tur kvitterar. Ungdomen har fått respekt. Nästa frågeställare spräcker harmonin. Detta är kvinna nummer två, i 30-årsåldern, hon har långt hår, glasögon och en alldaglig röd blus. Hon frågar VD i spefull ton, Vad använder du dina pengar till? Han tar frågan, den enda kritiska som går till honom själv (övrigt missnöje fångas upp av hans medarbetare, axelbreda målvakter) och visar direkt att den inte är relevant. *Det är en privatfråga som stämman inte ska belastas med*, säger han snabbt. Påpassligt avbryter stämmoderanden och förklarar frågestunden slut. Lite senare ges ansvarsfrihet till styrelsen, utan protester. Det går sekundsnabbt och först efteråt är det möjligt att urskilja hur dessa män passar på varandra, arvtagaren och pojken som mäter varandra i samförstånd – men också det tyngre lagarbete som ligger bakom när frågorna fördelas mellan olika representanter för företaget. Också ordföranden på stämman, den utifrån kommande advokaten deltar vant i spelet. Han uppträder som ordförande på flera av de besökta stämmorna och är uppenbarligen ytterst rutinerad. Intrikata formfrågor löses elegant och försvinner som kaniner i trollkarlens hatt. Den muntra effektiviteten är smittsam och lyfter stämningen mer än en gång. Ordföranden behöver häcklarna och frågeställarna för att fylla stämmans demokratiska anspråk. Samtidigt är lättnaden inte att ta miste på när det äntligen kan sättas punkt. Detta inslag av det fria ordet måste tyglas. Ofta förhåller det sig tvärtom, ingen nappar på utmaningarna, ordföranden tvingas gå ut och fiska efter frågeställare. Utan motsägelser förlorar stämman sin legitimitet. Dess tomma form framträder naken.

Slutsatser och reflektioner

Kostymen erbjuder den självklara utstyrelsen bland de ledare, styrelseledamöter, storägare och tjänstemän som uppträder på stämmorna. Genom enhetliga val i färg och snitt blir dess effekt starkt anonymiserande. Vi har tidigare i texten diskuterat kostymens anknytning till andra mera definitiva uniformer, t ex den militära, liksom dess funktion att förändra, dölja och försköna, kontrollera och disciplinera den manliga kroppen. I sin enhetlighet blir affärskostymen också en uniform i mera bokstavlig bemärkelse – uni (en) form. Genom enformig upprepning förvärvar den successivt en osynlighet. Uniformen gör individen till en självklar medlem i gruppen. Med uniformens hjälp är det gruppen som agerar genom individen, som i sin tur både bemäktigas och kontrolleras genom den. När kvinnor gör anspråk på att bli en del av gruppen fungerar inte uniformen, anpassad för män som den är. Den får då i stället motsatt effekt genom att kvinnors kropp och kläder än synligare markeras som

avvikande, icke tillhörande gruppen. Denna tanke är inte ny. Enligt Moss Kanter blir individen med avvikande kön en symbol som blir sedd framförallt genom det som skiljer, inte vad som förenar (Moss Kanter 1977). Kvinnor i näringslivet kan prata som män, handla och tänka som de. Kroppen avviker likafullt och drar till sig stereotypa föreställningar om karaktären (Czarniawska 2004:16).

Vad gäller kläder och mode kan vi säga att herrkostymen är de homosociala och ekonomiskt inflytelserika nätverkens skrud. Som en till synes en självklar detalj i dessa sammanhang där miljonerna rullar, utgör herrkostymen en del i blockeringen av möjligheterna till en rättvisare genusordning. Det är inte heller så att den bara ”betyder” något genom att referera till andra företeelser, traditioner eller kompetenser. Det är i alla fall inte det mest intressanta här. Den uniforma och massivt närvarande herrkostymen gör att kvinnorna i sitt klädval hela tiden måste förhålla sig till den. I vårt material kan vi grovt urskilja två varianter av hur detta hanteras av de kvinnor som tillåtits komma nära eller är på väg in i detta nätverk. Den första och vanligaste är att lägga den egna klädseln så nära den manliga som möjligt i färg och snitt. Mörka kostymer med vita eller ljusa skjortor/tunna tröjor som bärs med enkla frisyrer, diskreta smycken och make up och låga eller halvhöga klackar. Här konstrueras en femininitet som, så långt det är möjligt, är anpassad och osynlig i relation till den manliga gruppen. Det är en femininitet som varken gör anspråk på att ta egen plats eller på rätten att vara annorlunda. Det andra övergripande förhållningssättet är att göra tvärtom och genom klädseln markera sin särart men ändå ställa krav på att bli insläppt. Kavajer/dräkter/kostymer i starka eller ljusa färger, högre klackar och större smycken, mera make-up. Ofta beskrivs detta förhållningssätt som ”att behålla sin kvinnlighet” men det kan från ett annat perspektiv också representera ett mer högröstat sätt att ta plats. ”Här kommer jag och jag tänker agera självständigt” och därigenom vara mera kraftfullt eller varför inte mera maskulint? Det är inte alltid så självklart vad som kan betraktas som maskulint eller feminint. I varje given situation är antagligen inte heller valet av klädsel så förprogrammerat eller medvetet. Med fler kvinnor i församlingen och som bryter mot den manliga färgen och formen kommer rimligen också den enhetliga uniform som affärskostymen utgör att luckras upp. Större variation i klädsel blir möjlig – för både kvinnor och män. Det är också en utveckling som kan noteras bland andra grupper av ledare, framförallt inom offentlig sektor där andelen kvinnor på högre befattningar är betydligt större än bland dem som uppträder på börsbolagens bolagsstämmor.

Ledarskap i det offentliga rummet har dock fortfarande en tydlig maskulin kodning och diskuteras också av flera forskare som en del i konstruktionen av maskulinitet (Wahl 1996, Höök 2001). Den feminina effekten är därför samtidigt riskabel – för kvinnor därför att det kan bidra till att undergräva hennes trovärdighet som maktbärande (se vidare Rucker, Anderson och Kangas 1999) och för män därför att hans

maskulinitetskonstruktion via ledarskap riskerar att undermineras. Ett sätt att möta detta är det fenomen vi observerat och gett exempel på i flera scener – Hur den feminint och avvikande klädda kvinnan synliggörs, fångas upp och uppvakts. Hon blir därmed inte bara avvärjad i konkurrensen om makten utan också ett element i att återskapa och förstärka den heterosexuella maskuliniteten som är basen för det homosociala nätverket. Kvinna och man gör varandra här liksom på andra platser i organisationen och samhället (jmf West & Zimmerman 1987, Gheradhi, 1994).

Bolagsstämman har undersökts som performance. Den manifesterar en manlig dominans, och en annan viktig slutsats är att den i sig inrymmer flera former av maskulinitet – liksom femininitet. Inför ens ögon inbjuder det enkönade spektaklet lätt till en monolitisk förståelse. Tittar man närmare så blir det tydligare hur skilda former av maskulinitet blir till och ömsesidigt betingar varandra. I det sammanhanget påminner man sig gärna Connells diskussion om den hegemoniska maskuliniteten. Den pensionerade 70-årige mannen, som tycker att styrelsen ger sig själv för mycket pengar, ligger på många sätt närmare en hegemonisk position än styrelseproffsen, som går i svaromål med defensiva argument om att man måste följa marknaden. De som har mest makt i bemärkelsen störst nätverk och kontroll över ekonomiska resurser är ändå avvikare i genusordningen. De kan beundras för sin självkontroll, för förmågan att inspirera och styra sina företag. De utgör trots detta inga realistiska eller ens attraktiva förebilder för flertalet män, låt vara att dessa är ekonomiska förmånstagare i Connells mening. Man kan hävda att detta förhållande tydligt kom fram i klädvalet på stämman. Det är jämförelsevis få män bland de samtliga närvarande som bär kostym. Oftast är det någon helt mörk stolsrad längst fram av storägare, revisorer och representanter för företagets ledning. I övrigt är lokalerna fyllda av män i kavaj, tröjor, västar och udda byxor. Det är knappast ekonomin som hindrar dessa män från att ta på sig kostym. Det är en diskursiv barriär som går i dagen. Flertalet män i publiken markerar sig som privatpersoner som på fritiden engagerar sig i det bolag där de har ett innehav, oftast mindre. Andra uppträder som mera folkliga representanter för de små aktieägarna, till skillnad från de uniformsklädda representanterna för de stora institutionella ägarna. Dessa män tror inte att de är, vill inte heller vara några företagsledare och klär sig därför inte som dem. Samtidigt manifesteras en tydlig homosocial gemenskap mellan de olika kategorierna av samma kön. Hur ska man annars förklara att kvinnor nästan aldrig ger sig in i diskussionerna? På tjugo observerade stämmor utgjorde kvinnorna 15-20% av publiken. Endast ett fåtal av dem ställde några frågor i de ofta väl tilltagna frågestunderna. Här ser man att de olika kategorierna av män tillsammans fyller hela denna lokala offentlighet. Även om många män känner sig mycket annorlunda än företagsledarna gynnas de likväl av denna genusregim. De mörklädda männen på podiet är kulturellt hegemoniska dels i sin roll som makthavare eller representanter för makten, dels genom att för alla visa på det självklara i att särskilt svåra och betydelsefulla uppgifter bäst sköts av män. I det avseendet legitimeras också i en mycket vidare mening det patriarkat Connell beskrivit.

Referenser

- Andersson, Susanne och Ewa Gunnarsson 2003. *Spegling och problematisering av mansforskning i arbetsliv och organisationer*. I: Johansson, Thomas och Jari Kuusmanen (red.) *Manlighetens många ansikten – fäder, feminister, frisörer och andra män*. Lund: Liber.
- Barthes, Roland 1983. *The Fashion System*. New York: Hill and Wang.
- Bauman, Richard 1992. *Performance*. I: Bauman, Richard (red.). *Folklore, Cultural Performances, and Popular Entertainments*. New York och Oxford: Oxford University Press.
- Bauman, Zygmunt 1998. *Work, Consumerism and the New Poor*. Buckingham: Open University Press.
- Beward, Christopher 1999. *The Hidden Consumer. Masculinities, fashion and city life 1860-1914*. Manchester: Manchester University Press.
- Batterberry, Michael och Ariane Batterberry 1977. *Fashion. The Mirror of History*. London: Columbus Books.
- Beynon, John 2002. *Masculinities and Culture*. Buckingham: Open University Press.
- Bial, Henry (red.) 2004. *The Performance Studies Reader*. London: Routledge.
- Bruzzi, Stella och Pamela Church Gibson (red.) 2000. *Fashion Cultures. Theories, explorations and analysis*. London: Routledge.
- Buscombe, Edward 2000. Cary Grant. I: Bruzzi, Stella och Pamela Church Gibson. *Butler, Judith 1990. Gender Trouble. London och New York: Routledge.*
- Butler, Judith. 1993. *Bodies that Matter*. London och New York: Routledge.
- Butler, Judith. *Performative acts and genre constitution: an essay in phenomenology and feminist theory*. I: Bial, Henry (red.) 2004.
- Broby-Johansen, R. 1953. *Kropp och kläder. Klädedräktens historia*. Stockholm: Rabén&Sjögren.
- Chenoune, Farid 1993. *A History of Men's Fashion*. Paris: Flammarion.
- Collingson, David L. och Jeff Hearn 1996. *Men as Managers, Managers as Men. Critical Perspectives on Men, Masculinities and Managements*. London: Sage.
- Connell, R.W. 1996. *Maskuliniteter*. Göteborg: Daidalos.
- Constable, Chatherine. *Making up the Truth. On lies, lipstick and Friedrich Nietzsche*. I: Bruzzi, Stella m fl (red.) 2000.
- Constantino, Maria 1997. *Men's Fashion in the Twentieth Century. From frock coats to intelligent fibres*. London: Batsford.
- Craik, Jennifer 2003. The Cultural Politics of the Uniform. *Fashion Theory* vol. 7 (2)
- Czarniawska, Barbara. Women in Financial Services: fiction and more fiction. GRI-rapport 2004:3
- Crane, Diana 2000. *Fashion and its Social Agendas. Class, gender, and identity in clothing*. Chicago: Chicago University Press.

- Crewe, Ben 2003. *Representing Men. Cultural production and producers in the men's magazine market*. London och New York: Berg.
- Douglas, Mary 1970. *Natural Symbols. Explorations in Cosmology*. Harmandsworth: Penguin.
- Edwards, Tim 1997. *Men in the Mirror: Men's Fashion, Masculinity and Consumer Identity*. London: Cassel.
- Ekenstam, Klas (red.) 1998. *Rädd att falla. Studier i manlighet*. Stockholm: Gidlunds.
- Entwistle, Joanne 2000. *The Fashioned Body. Fashion, Dress and Modern Social Theory*. London: Polity.
- Faludi, Susan 2000. *Ställd: förräderiet mot mannen*. Stockholm: Ordfront.
- Fine, Ben & Ellen Leopold. 1993. *The World of Consumption*. London: Routledge.
- Folkesson, Per, Marie Nordberg och Goldina Smirthwaite (red.) 2000. Hegemoni och mansforskning. Rapport från nordiska workshopen i Karlstad 19-21 mars 1999. Karlstad: Genusvetenskap, Karlstads universitet.
- Gherardhi, Silvia. 1994. The Gender We Think, The Gender We Do in Our Everyday Organizational Lives. *Human Relations*. Vol 47 (6).
- Hasvén, Gunn 192. *Den grå kostymen. Bilder av herrmodet genom 200 år* Lund: Gleerups.
- Hearn, Jeff 2000. *The Hegemony of Men: On the Construction of Counter-Hegemony in Critical Studies on Men*. I: Folkesson, Per m.fl. red.
- Jacobson, Maja 1998. *Gör kläderna mannen? Om maskulinitet och femininitet i unga mäns bruk av kläder, smycken och dofter*. Stockholm: Carlssons.
- Johnson, Kim och Sharron Lennon 1999. *Appearance and Power*. Oxford: Berg.
- Joselit, Jenna Weissman 2001. *A Perfect Fit. Clothes, Character, and the Promise of America*. New York: Metropolitan Press
- Höök, Pia 2001. *Stridspiloter i vida kjolar. Om ledarutveckling och jämställdhet*. Stockholm: Handelshögskolan i Stockholm
- Kimmel, Michael 1997. *Manhood in America. A Cultural History*. London: The Free Press.
- Kirschenblatt-Gimblett, Barbara 2004. *Performance Studies*. I: Bial, Henry (red.) The Performance Studies Reader. London och New York: Routledge.
- Lindgren, Gerd. 1996. Broderskapets logik. *Kvinnovetenskaplig Tidskrift*. Vol 17 (1)
- Lindkvist, Mats 1996. *Herrar i näringslivet. Om kapitalistisk kultur och mentalitet*. Stockholm: Natur och Kultur.
- Longhurst, Robyn 2001. *Bodies. Exploring fluid boundaries*. London och New York.
- Lurie, Allison 1981. *The Language of Clothes*. Fletham: Hamlyn.
- Maneker, Marion 2002. *Dressing in the Dark*. Lessons in men's style from the movies. New York: Assouline.
- Martin, Patricia. 2003. "Said and done" versus "Saying and doing". Gendering Practices, Practicing Gender at Work. *Gender & Society*, Vol 17 (3)
- McDowell, Colin 1992. *Dressed to Kill. Sex, Power and Clothes*. London: Hutchinson.

- McDowell, Colin 1997a. *The Fashion Man. Peacock Males and Perfect Gentlemen*. London: Thames & Hudson.
- McDowell, Linda 1997b. *Capital Culture. Gender at work in the City*. Oxford: Blackwell.
- Mort, Frank 1996. *Cultures of Consumption. Masculinities and social space in late twentieth-century Britain*. London: Routledge.
- Moss Kanter, Rosabeth. 1977. *Men and Women of the Corporation*. New York: Basic Books
- Nixon, Sean 1996. *Hard looks. Masculinities, spectatorship & contemporary consumption*. London: UCL Press.
- Nordberg, Marie 2000. *Hegemonibegreppet och hegemonier inom mansforskningsfältet*. I: Folkesson, Perm.fl. (red.)
- Nordberg, Marie kommande. ”Jag sa till chefen att familjen går först” – Mäns längtan efter en annan sorts liv.
- Petersson, Magdalena 2003. *Identitetsföreställningar. Performance, normativitet och makt ombord på SAS och AirHoliday*. Göteborg: Mara.
- Pink, Sarah 2002. *Doing Visual Ethnography. Images, Media and Representation in Research*. London: Sage
- Pilgrim, Anita Naoko. Performance and the Performative. *Body & Society* 2001 Vol 7 (4).
- Roper, Michael. ”Seduction and Succession”: *Circuits of Homosocial Desire in Management*. I: Collingson och Hearn (red) 1996.
- Rubinstein, Ruth P. 1995. *Dress Codes. Meanings and Messages in American Culture*. Boulder, Colo.: Westview Press
- Rucker, Margaret, Elizabeth Anderson och April Kangas 1999. *Clothing, Power and the Workplace*. I: Johnson, Kim och Sharron Lennon (red.). Appearance and Power. Oxford och New York: Berg.
- Salih, Sara 2003. *Judith Butler*. London och New York: Routledge.
- Sennett, Richard 1999. *Karaktären krackelerar*. Stockholm: Atlas.
- Sparke, Penny 1995. *As Long as it's Pink: the sexual politics of taste*. London: Pandora
- Taylor, Lou 2002. *The Study of Dress History*. Manchester och New York: Manchester University Press.
- Wahl, Anna 1996. Företagsledning som konstruktion av manlighet. *Kvinnovetenskaplig tidskrift* Vol 17 (1)
- West, Candace och Don H. Zimmerman. 1987. Doing Gender. *Gender & Society*. Vol 1 (2)

Noter

- ¹ Studien ingår i projektet ”Den dekorerade mannen”, finansierat av Vetenskapsrådet.