

GÖTEBORGS UNIVERSITET  
Institutionen för svenska språket  
Svenska språket

## **DET ANSVARSTAGANDE FÖRETAGET?**

En språkvetenskaplig studie av årsredovisningstexter och hur svenska storföretag uttrycker ansvarstagande i sociala och miljörelaterade frågor

Cecilia Stensjö

MAGISTERUPPSATS, 15 poäng  
Svenska språket, avancerad nivå  
Höstterminen 2009  
Handledare: Claes Ohlsson

## Sammandrag

Årsredovisningen är en textgenre som har präglats av stor förändring de senaste tio åren och som har fått allt större uppmärksamhet i olika sammanhang. Dess publik utgörs inte längre enbart av företagets aktieägare, utan av många andra intressenter som till skillnad från aktieägarna i första hand engagerar sig i företagsverksamhetens kvalitativa mål istället för de rent ekonomiska. Årsredovisningen har därför utvecklats till ett textdokument som med tiden har kommit att omfatta allt fler intresseområden, varav företagets ansvarstagande i olika frågor kan nämnas som ett exempel.

Den här studiens syfte är att åskådliggöra hur företag formulerar sig språkligt för att uttrycka sitt ansvarstagande i sociala och miljörelaterade frågor. Undersökningsmaterialet består av årsredovisningar från de svenska storföretagen Hennes & Mauritz, Swedish Match och Trelleborg och uppsatsen innehåller fyra delanalyser som synliggör olika aspekter av det ansvarstagande som företagen uttrycker. Årsredovisningstexterna analyseras med avseende på deras deltagare, processer och modalitet, samt vilka omtalsformer de innehåller. Analyserna diskuteras sedan i termer av texternas ideationella och interpersonella metafunktion, två systemiskfunktionella, grammatiska begrepp som har använts för att strukturera uppsatsens resultat.

Analyserna av texternas deltagare och processer återspeglar deras ideationella betydelse, d.v.s. den verklighet som avsändaren konstruerar och förmedlar till textens mottagare. När textens deltagare analyseras framgår det tydligt att bilden av företagets verksamhet skiftar, beroende på vilken deltagare som för tillfället är i fokus. Samtliga företag är dock mycket noga med att lyfta fram en oberoende, tredje part när de uttrycker sitt ansvarstagande. De processer som återfinns i de undersökta texterna förmedlar två olika verkligheter: En där någon eller något utför en viss handling och en där något sker, till synes utan yttre påverkan. Oavsett vilken av dessa språkliga strategier som tillämpas, är företagets ansvarstagande i det här avseendet svårt att ifrågasätta.

De omtalsformer som används i de analyserade avsnitten i årsredovisningarna och deras modalitet åskådliggör texternas inter- personella betydelse som dels belyser relationen mellan textens avsändare och mottagare, dels den mellan textens olika deltagare. Analysen av texternas omtalsformer visar att företagen använder sig av olika språkliga strategier i det här avseendet, men att de tenderar att bli synonyma med avsändaren och använda första persons pronomen i

sammanhang när det är särskilt viktigt att framställa sig som synligt ansvarstagande. Ett sådant är när olika företagspolicies ska redovisas.

Samma iakttagelse görs i analysen av texternas modalitet. I företagets olika policies används modala hjälpverb med mycket stark modalitet och företaget framstår därför som trovärdigt i sitt uttryckta ansvarstagande. Det är dock inte fallet när avsändaren i texten ska beskriva hur policyn efterlevs. Då blir de modala hjälpverben betydligt svagare och textens mottagare får anledning att ifrågasätta företagets ansvarstagande. Årsredovisningstexterna präglas i övrigt av en avsaknad av modala hjälpverb, vilket gör att företagets ansvarstagande även i det här fallet är svårt att ifrågasätta.

I studiens olika delanalyser framträder både generella mönster och företagsspecifika språkliga strategier och det är när analysen fokuserar de sistnämnda som företagets uttryckta ansvarstagande eller avsaknaden av ett sådant blir som mest tydlig.

Nyckelord: Textanalys, Företagstext, Årsredovisning, Ansvarstagande.

# Innehållsförteckning

<b>1. Inledning.....</b>	<b>1</b>
1.1 Uppsatsens disposition .....	2
1.2 Årsredovisningar – en expanderande textgenre .....	2
1.3 Syfte och frågeställningar.....	3
1.4 Forskningsöversikt .....	4
1.5 Teoretiskt ramverk .....	6
1.5.1 Texters ideationella metafunktion.....	7
1.5.2 Texters interpersonella metafunktion.....	8
1.6 Material .....	9
1.6.1 Hennes & Mauritz: .....	10
1.6.2 Swedish Match: .....	10
1.6.3 Trelleborg:.....	11
1.7 Metod.....	12
1.7.1 Texternas deltagare .....	12
1.7.2 Texternas omtalsformer .....	13
1.7.3 Texternas processer.....	13
1.7.4 Texternas modalitet .....	15
1.8 Avgränsningar .....	15
<b>2. Resultat.....</b>	<b>17</b>
2.1 Hur synliggörs företaget och andra aktörer i de årsredovisnings- texter som uttrycker företagets ansvarstagande?.....	17
2.1.1 Vilka deltagare dominerar i de undersökta texterna? .....	17
2.1.1.1 Hennes och Mauritz: .....	17
2.1.1.2 Swedish Match: .....	21

2.1.1.3 Trelleborg: .....	27
2.1.1.4 Sammanfattning: .....	29
2.1.2 Hur omtalas de olika deltagarna i de undersökta texterna? ..	30
2.1.2.1 Hennes och Mauritz: .....	31
2.1.2.2 Swedish Match: .....	33
2.1.2.3 Trelleborg: .....	36
2.1.2.4 Sammanfattning: .....	39
2.2 Vilka slags processer dominerar i de texter som uttrycker företagets ansvarstagande i årsredovisningar? .....	40
2.2.1 Konstrueras meningarna i de undersökta texterna med aktiva eller passiva satser och innehåller de en agent? .....	40
2.2.1.1 Hennes och Mauritz: .....	42
2.2.1.2 Swedish Match: .....	45
2.2.1.3 Trelleborg: .....	48
2.2.1.4 Sammanfattning: .....	51
2.2.2 Modalitet och ansvarstagande i de undersökta texterna .....	52
2.2.2.1 Hennes och Mauritz: .....	52
2.2.2.2 Swedish Match: .....	57
2.2.2.3 Trelleborg: .....	64
2.2.2.4 Sammanfattning: .....	67
<b>3. Sammanfattande slutdiskussion .....</b>	<b>69</b>
3.1 Texternas avsändare och mottagare ur ett ansvarsperspektiv .....	69
3.1.1 Dominanta deltagare i texterna – ett ideationellt ansvars- perspektiv .....	69
3.1.2 Omtalsformer i texterna – ett interpersonellt ansvars- perspektiv .....	72
3.2 Texternas processer ur ett ansvarsperspektiv .....	74
3.2.1 Processer i texterna – ett ideationellt ansvarsperspektiv.....	74
3.2.2 Texternas modalitet - ett interpersonellt ansvarsperspektiv..	77
<b>4. Litteraturförteckning.....</b>	<b>80</b>
Bilaga 1 .....	82
Bilaga 2.....	85

## 1. Inledning

Idén till den här uppsatsen föddes egentligen redan för ett par år sedan när jag först började bekanta mig med årsredovisningstexter och textanalys. Jag arbetade då med en C-uppsats med syftet att beskriva och diskutera hur årsredovisningsgenren har expanderat och utvecklats under åren 1981-2001 (Stensjö, 2007).

Ett mönster som då framträdde mycket tydligt var att företagen efterhand började redogöra för ett allt större ansvarstagande, inte enbart inom den traditionella affärsmässiga verksamheten, utan också för sociala och miljörelaterade frågor som tidigare inte omfattades av företagens olika ansvarsområden. De textavsnitt som behandlade det ansvar som företagen säger sig ta för t.ex. en hållbar utveckling ansåg jag vara särskilt intressanta och de utgjorde därför mitt huvudsakliga undersökningsobjekt när jag genomförde C-uppsatsens textanalys.

I den här uppsatsen kommer jag att fördjupa mig i årsredovisningstexter som redovisar företags samhällliga ansvar och den kan därför sägas vara en uppföljning till min C-uppsats. Båda uppsatserna tar sin utgångspunkt i ett projekt som drivs av Claes Ohlsson och Stefan Tengblad, båda verksamma vid Handelshögskolans tvärvetenskapliga forskningsinstitut, Göteborgs universitet. Projektet syftar till att belysa årsredovisningars funktion och innehåll ur olika perspektiv och min förhoppning är att jag ska kunna bidra med ett språkligt sådant genom att undersöka och beskriva hur företag formulerar sig när de redovisar sitt sociala och miljörelaterade ansvarstagande. Det här ämnesområdet är än så länge tämligen outforskat i Sverige och jag har därför som ambition att uppnå ett första resultat inom det här specifika forskningsfältet.

## 1.1 Uppsatsens disposition

I uppsatsens inledande avsnitt återfinns en översikt över årsredovisningsgenren, uppsatsens syfte och frågeställningar och en redogörelse för den forskning som hittills bedrivits i Sverige och internationellt inom forskningsfältet. Därefter följer ett avsnitt som handlar om uppsatsens teoretiska ramverk och här förklaras den systemiskfunktionella grammatiska begreppsapparat som används för att strukturera undersökningens resultat.

Inledningen består av ytterligare tre avsnitt som beskriver uppsatsens material, metod och avgränsningar. Efter denna följer resultatredovisningen som innehåller fyra övergripande avsnitt som vardera och ett representerar uppsatsens olika frågeställningar med tillhörande analyser.

Ovannämnda grammatiska begrepp utgör sedan utgångspunkten för den diskussion som förs i uppsatsens sista del om årsredovisningstexternas funktion och innehåll, både i en verbal och icke-verbal kontext.

## 1.2 Årsredovisningar – en expanderande textgenre

Ett företags årsredovisning ska enligt lag omfatta en balansräkning, resultaträkning och förvaltningsberättelse, samt noter eller kommentarer till företagets bokslut (SFS 1995:1554). Under de senaste femton åren har dock årsredovisningen kommit att få ett allt större format och numera omfattar den även ett flertal andra avsnitt som berör hur företaget uppnår kvalitativa mål, framför allt inom sociala och miljörelaterade frågor och dessa är inte lagstadgade (Stensjö, 2007:7, 38).

Företagsansvar kan idag sammanfattas med begreppet Corporate Social Responsibility (CSR). Under de senaste årtiondena har företagens verksamhet och även frågor om ansvarstagande blivit allt mer globalt inriktade. CSR som idé och koncept tog form på 1970-talet, då företagens ansvarstagande i hög grad handlade om nationella intressen, såsom de anställda, nedläggning av verksamheter och uppsägningar. Även om ansvarstagandet även inkluderade frågor som produktionssäkerhet och jämställd och rättvis behandling av de anställda, låg det i första hand i företagens intresse att visa att de tog sitt ansvar på den nationella arenan (Ohlsson & Tengblad, 2009:1ff). De frågor som till en början utgjorde CSR ingår idag i det som brukar

tillskrivas Human Resources. Detta utgör dock fortfarande en stor del av de intresseområden som omfattas av CSR.

Globaliseringen har inneburit att det ekonomiska utbytet mellan olika länder har blivit större och detta har i förlängningen också influerat och påverkat hur företag tar och visar ansvar. Sedan mitten av 1990-talet framträder den här utvecklingen mycket tydligt i internationella storföretags årsredovisningar och CSR har blivit ett sätt för företagen att framhålla sig själva som goda medborgare i en globaliserad värld. År 1999 initierade FN "Global Compact", en uppförandekod som sammanfattar vilka etiska riktlinjer företagen bör följa i sin verksamhet (UN Global Compact, 2009). Uppförandekoder av det här slaget har sedan dess blivit kännetecknande för företagens arbete med CSR och de omnämns flitigt i deras årsredovisningar. De textavsnitt som återfinns i företagens årsredovisningar idag och som behandlar olika typer av ansvarstagande har på det här sättet skiftat från ett nationellt till ett internationellt perspektiv. De präglas numera av en retorik som framför allt betonar och adresserar allmänna och universella etiska frågor, t.ex. de mänskliga rättigheterna (Ohlsson & Tengblad, 2009:2f, Stensjö, 2007:38).

CSR kan ses som ett både standardiserat och standardiserande begrepp för hur företag idag förväntas agera. Frågan är hur denna utveckling avspeglas i företags språk- och textbruk? Om detta handlar den här uppsatsen.

### **1.3 Syfte och frågeställningar**

Syftet med den här studien är att undersöka och beskriva hur företag formulerar sig språkligt för att uttrycka sitt ansvarstagande i sociala och miljörelaterade frågor. Undersökningen tar sin utgångspunkt i två övergripande frågeställningar som belyses ur olika perspektiv med hjälp av ett antal delfrågor. Ett par av frågorna fokuserar textens ideationella betydelse och dessa följs sedan upp av ytterligare en fråga som breddar analysen och lyfter fram textens interpersonella funktion.

Uppsatsens resultatdel kommer att behandla följande frågeställningar:

- Hur synliggörs företaget och andra aktörer i de årsredovisningstexter som uttrycker företagens ansvarstagande?



Ideationell betydelse:

- ◆ Vilka deltagare dominerar i de undersökta texterna?

Interpersonell betydelse:

- ◆ Hur omtalas företaget i de undersökta texterna?
- Vilka slags processer dominerar i de årsredovisningstexter som uttrycker företagets ansvarstagande?

Ideationell betydelse:

- ◆ Konstrueras meningarna i de undersökta texterna med aktiva eller passiva satser och med eller utan agent?

Interpersonell betydelse:

- ◆ Hur uttrycks modaliteten i de processer som återfinns i de undersökta texterna med avseende på företagets ansvarstagande i sociala och miljörelaterade frågor?

## 1.4 Forskningsöversikt

Forskning om företagsansvar och årsredovisningar har ofta bedrivits i internationella sammanhang och främst inom olika samhällsvetenskapliga discipliner. I Sverige har visserligen intresset för ämnesområdet ökat de senaste åren, men det är fortfarande tämligen outforskat. I det här avsnittet redovisas både internationella och svenska forskningsstudier som på något sätt tangerar den här uppsatsens undersökningsområde och därför är relevanta att nämna.

Patricia och John Stanton (2002) har undersökt vilka perspektiv som tillämpats inom flera discipliner där årsredovisningen har varit ett undersökningsobjekt. De redogör för den forskning som har bedrivits under 1990-talet och syftet är att belysa de perspektiv som är kännetecknande för tidsperioden och för en rad olika discipliner, bl.a. revision, marknadsföring och kommunikation. De framhåller vikten av att reflektera över samtliga av dessa perspektiv eftersom de förklarar

årsredovisningsgenrens utveckling på flera olika sätt och deras artikel ger också en mycket bra överblick över de studier som har gjorts inom forskningsfältet (Stanton & Stanton, 2002:478, 480).

Stanton & Stanton konstaterar att årsredovisningen kan tillskrivas olika egenskaper och de beskriver den som ett dokument som antingen verkar förebyggande eller är en reaktion på yttre krav och förväntningar. De forskare som ägnar sig åt studier av CSR betraktar årsredovisningar som ett reaktivt dokument. Stanton & Stanton framhåller i sin sammanfattning av dessa forskares gemensamma slutsatser att företagets verksamhet är beroende av samhällsliga värderingar och något som angår allmänheten. De betonar här också hur denna kontrolleras och utvärderas av utomstående parter för att aktieägare och andra intressenter ska kunna vara säkra på att företaget agerar i deras intresse (2002:481ff, 490ff, 493).

Ken Hyland (1998) undersöker det språkliga innehållet och retoriska strategier i årsredovisningars VD-brev hämtade från internationella och Hong Kong-baserade storföretag. Hyland utgår från en metadiskurs för att belysa hur avsändaren i texten försöker styra sin läsare så att denne förstår och uppfattar textens budskap på ett visst sätt. Han tar bl.a. upp begrepp som modalitet, vilket är relevant för denna uppsats (1998:224, 237ff). Eftersom Hyland har en annan infallsvinkel och fokuserar på en helt annan typ av undersökningsmaterial har hans artikel framför allt bidragit till en bakgrundskunskap om forskningsfältet.

Jane Thomas (1997) har också en plats i beskrivningen av forskningsläget. Hon har dock enbart studerat årsredovisningar från företaget Cross & Trecker och dess verksamhet mellan åren 1984 och 1988, men hennes tillvägagångssätt vid undersökningen av deras språkliga struktur och innehåll är mycket snarlikt mitt eget. Thomas använder sig bl. a. av Hallidays teorier om systemiskfunktionell grammatik och hon undersöker texternas verbstrukturer och agenter.

Ohlsson & Tengblad (2004, 2009) undersöker VD-brev i svenska företags årsredovisningar och hur textinnehållet har förändrats med avseende på CSR allteftersom företagets verksamhet har globaliserats. Deras undersökningsperiod sträcker sig från 1981 till 2001, en tidsperiod som präglats av stora förändringar inom den svenska ekonomin.

Ohlssons och Tengblads studie innehåller en detaljerad beskrivning av hur CSR har utvecklats och införlivats i verksamheten i svenska företag. De betonar att utvecklingen inte nödvändigtvis innebär att företagen tar ett större ansvar nu jämfört med tidigare, utan snarare att

deras intresseområden och därmed också ansvarstagande har förflyttats från en lokal till en global marknad (2009:1, 14f).

En annan svensk forskare som har ägnat sig åt att studera årsredovisningar är Kristina Jonäll (2009). Hennes avhandling *Bilden av det goda företaget – Text och siffror i VD-brev* utgår från ett ekonomiskt perspektiv, men som titeln antyder ägnar hon sig också åt textanalys. Hon tillämpar då ett socialkonstruktivt perspektiv och granskar hur företagstexter konstruerar en bild av företaget och hur dessa är en del av en viss praktik eller diskurs. Jonälls syfte är att beskriva och förklara hur VD-brevspraktiken för tre svenska börsnoterade bolag ser ut (2009:2f, 8f), men eftersom hennes avhandling utgår från den socialkonstruktivistiska teorin och har en ekonomisk inriktning relaterar den inte till ämnesinnehållet i den här uppsatsen och den har därför inte heller använts som referens. Jonäll har dock en given plats i den här forskningsöversikten.

Sammanfattningsvis kan konstateras att det framför allt är Thomas studie som är mest intressant i sammanhanget eftersom denna fokuserar ungefär samma språkliga företeelser som den här undersökningen. Thomas undersökningsmaterial är dock av ett annat slag och det är därför i första hand hennes resonemang om olika språkliga företeelser som är av intresse.

Stanton & Stanton har däremot iakttagit och sammanfattat flera intressanta mönster som återfinns i årsredovisningar och det finns därför stor anledning att även anknyta till deras forskningsartikel i uppsatsens slutdiskussion.

Den här uppsatsen utgår som tidigare nämnts från ett projekt som Ohlsson och Tengblad driver, men även om den också tar upp olika dimensioner av begreppet CSR och kanske i än högre grad fokuserar på detta, bör den betraktas som en empirisk och självständig studie. Som framgår i den här forskningsöversikten gör avsaknaden av svenska studier inom ämnesområdet mitt val av uppsatsämne mycket välmotiverat. Min förhoppning är att jag ska kunna bidra med ytterligare ett svenskt perspektiv på genren årsredovisningar och genom ett första resultat inom mitt forskningsfält också bredda detta.

## 1.5 Teoretiskt ramverk

I uppsatsen använder jag mig av grundläggande begrepp från den systemiskfunktionella grammatiken för att belysa årsredovisningstexternas olika betydelser och funktioner och i det här avsnittet kommer

jag att förklara dessa närmre. Begreppen, som återfinns i uppsatsens syftesformulering och slutdiskussion, har också varit ett sätt att strukturera analysen och redovisningen av den här studiens resultat.

I den systemiskfunktionella grammatiken ses språket som en potential för betydelseskapande och en teoretisk utgångspunkt är språkets tre metafunktioner: den textuella, den ideationella och den interpersonella (se Halliday & Mathiessen, 2004). Mellan dessa sker en växelverkan och även om de åskådliggör olika betydelser i en text är samtliga funktioner alltid närvarande i denna. Alla språkliga yttringar är både ideationella och interpersonella på samma gång och deras textuella betydelse framgår av en analys av textens lexikogrammatik och olika teman. Den textuella metafunktionen kan förklaras som ett uttryck för både textens verbala och icke-verbala kontext (Berge, Coppock & Maagerø, 1998:38, 54).

I uppsatsen kommer visserligen årsredovisningarnas icke-verbala kontext att tas upp i samband med slutdiskussionen, men textanalysen utgår från och belyser endast deras ideationella och interpersonella metafunktion. Uppsatsens syfte att undersöka och beskriva hur företag formulerar sig språkligt för att uttrycka sitt ansvarstagande i sociala och miljörelaterade frågor gör att detta faller sig naturligt. Begreppen används som redan nämnts för att åskådliggöra olika språkliga mönster och företeelser i de analyserade årsredovisningstexterna. Viktigt att poängtera är dock att de endast är ett sätt att förhålla sig till uppsatsens resultat och att studien hela tiden har varit empiriskt och inte teoretiskt driven.

Ett par av frågorna som återfinns i uppsatsens syftesformulering (se avsnitt 1.3) fokuserar textens ideationella betydelse och dessa följs sedan upp av frågor som belyser textens interpersonella funktion. I avsnitten som följer förklaras den ideationella och interpersonella metafunktionen mer utförligt och här motiveras också varför dessa är särskilt intressanta i en textanalys av det här slaget.

### ***1.5.1 Texters ideationella metafunktion***

Ett enkelt sätt att förklara vad som menas med en texts ideationella metafunktion är att säga att den förmedlar textens innehåll. När man diskuterar den ideationella betydelsen i en text kan man göra det i termer av de olika omständigheter som framkommer i texten och de processer och deltagare som återfinns i den. Med processer åsyftas de händelser

och handlingar som texten återger (Berge, Coppock & Maagerø, 1998:38f).

Textens ideationella metafunktion lyfter fram hur språk och texter söker avspegla och representera verkligheten och en texts ideationella struktur är synonym med dess innehållsmönster. Språket ger människan möjlighet att förstå det som försiggår runt omkring henne genom att hon använder det för att bygga upp mentala bilder av verkligheten. En relevant fråga i sammanhanget är dock alltid vilken eller vems verklighet språket avspeglar och en texts ideationella metafunktion är därför att visa dess innehållspotential (Berge, Coppock & Maagerø, 1998:38f, Hellspong & Ledin, 1997:115). Om avsändaren förmedlar innehållet i en text så att mottagaren uppfattar det så som han eller hon avsett är inte alltid fallet.

I den här uppsatsen analyseras två av de tre semantiska kategorier som den ideationella metafunktionen består av: textens deltagare och processer. Syftet med analyserna är att belysa innehållet i de undersökta årsredovisningstexterna och den verklighet som återges i dessa, eller närmare bestämt hur företagens ansvarstagande uttrycks rent språkligt med avseende på dessa två undersökningsobjekt.

### ***1.5.2 Texters interpersonella metafunktion***

I en analys av en texts interpersonella metafunktion iakttas relationen och det sociala samspelet mellan textens avsändare och mottagare. En text speglar och skapar alltid sociala band mellan dessa, men också mellan de deltagare som omnämns i texten. Textens interpersonella metafunktion visar hur man genom olika språkliga konstruktioner kan etablera och upprätthålla relationer och dessutom ge uttryck för avsändarens attityder och värderingar (Berge, Coppock & Maagerø, 1998:48, Hellspong & Ledin, 1997:158).

Uppsatsens analyser tar upp två olika aspekter av den interpersonella metafunktionen. Denna framträder särskilt tydligt när en texts modalitet analyseras och det kommer också att göras i den här studien i samband med att årsredovisningstexternas processer undersöks. I en analys av avsändarens bruk av modala hjälpverb framgår hur denne använder sig av olika språkliga strategier i redogörelsen för företagets ansvarstagande. Valet eller utelämnandet av modala hjälpverb visar med vilken säkerhet avsändaren formulerar påståenden om det ansvar som företagen säger sig ta.

En annan aspekt av den interpersonella metafunktionen är som tidigare nämnts relationen mellan textens olika deltagare och dess avsändare och mottagare. En text närmar sig sin läsare på ett visst sätt (Hellspong & Ledin, 1997:158) och redogör åtminstone indirekt för relationen mellan de deltagare eller aktörer som återfinns i den. I anslutning till analysen av textens ideationella metafunktion med avseende på dess olika deltagare, har därför också de omtalsformer som används av avsändaren studerats. Beroende på hur avsändaren väljer att omtala textens olika deltagare skapar han eller hon inte bara en relation till dem utan också till textens mottagare. Denna påverkar i sin tur hur och med vilken trovärdighet avsändaren uttrycker företagets ansvarstagande, varför den också är mycket intressant att studera i det här sammanhanget.

## 1.6 Material

Materialet består av årsredovisningar från de svenska, börsnoterade aktiebolagen och storföretagen Hennes och Mauritz (H&M), Swedish Match och Trelleborg. Att mitt val föll på årsredovisningar från just dessa företag beror på att de kompletterar varandra och tillsammans ger en god bild av de olika intresseområden som omfattas av begreppet CSR.

Uppsatsmaterialet utgörs av tre årsredovisningar från respektive företag från åren 1995, 2000 och 2005, d.v.s. nio årsredovisningar totalt. Anledningen till att jag valde att ha år 1995 som utgångspunkt, är att företag vid den här tidpunkten började bli alltmer måna om att visa sig ansvarstagande inom områden som tidigare inte ingått i de traditionella och ekonomiskt inriktade frågor som traditionellt utmärkt den affärsmässiga verksamheten. Det är ett tydligt mönster i årsredovisningsgenren som framgick i den undersökning som jag genomförde i min C-uppsats (Stensjö, 2007:38) och som också framhålls av Ohlsson och Tengblad (2009:18).

För att få en jämn spridning av årsredovisningarna över tid gjordes tre nedslag mellan åren 1995 och 2005. I analysen av Swedish Matches årsredovisningstexter utgår jag dock från år 1996 istället för 1995. Det beror på att företaget inte börsnoterades förrän år 1996 och eftersom detta dessutom råkade vara det mest närliggande året föll det sig naturligt att välja företagets första årsredovisning.

Tidsperspektivet är underordnat i den här undersökningen och har helt enkelt varit ett sätt att göra ett representativt urval av material. Att

detta återspeglar en tidsperiod, under vilken företagen blivit alltmer måna om att uttrycka sitt ansvarstagande för sociala och miljörelaterade frågor är naturligtvis en intressant infallsvinkel och jag kommer att anknyta till denna i min slutdiskussion.

Företagens årsredovisningar är utformade på olika sätt eftersom deras verksamhet har satt sin prägel på dem och det är något jag har fått ta hänsyn till vid urvalet av material. De avsnitt som jag har analyserat presenteras i tabellform i Bilaga 1. Här återfinns också de referenskoder som jag fortlöpande använder mig av när jag refererar till citat i uppsatsens resultatdel.

Avsnitten som följer ger några förtydligande och företagsspecifika kommentarer som förklarar vilka överväganden jag har gjort i mitt urval av material.

### ***1.6.1 Hennes & Mauritz:***

H&M utgör ett särskilt intressant exempel i sammanhanget eftersom företaget ständigt expanderar och har utvecklats till en global koncern med ett stort antal underleverantörer i framför allt Asien. H&M:s årsredovisningar innehåller inte bara avsnitt som redogör för företagets ansvarstagande i sociala frågor och hur det värnar om goda arbetsvillkor i deras leverantörers fabriker, utan också avsnitt som beskriver företagets arbete för en renare miljö. H&M:s årsredovisningar innehåller därför ett flertal exempel på hur företaget visar att det tar sitt ansvar i samhället. Att det dessutom ständigt exponeras i media och i hög grad är konsumentorienterat är andra faktorer som gör det till ett intressant företag att studera. Dess storlek och verksamhet gör att det saknas en jämförbar kandidat på den svenska marknaden och det har därför en självklar plats i det här urvalet. I första hand är det dock företagets arbete med olika sociala frågor som gör att det är särskilt motiverat att ha det som undersökningsobjekt i den här analysen.

Avsnitten i H&M:s årsredovisningar uttrycker samtliga någon form av ansvarstagande från företagets sida i sociala eller miljörelaterade frågor och det är också det huvudsakliga skälet till varför de finns med i det här urvalet. De avsnitt som utelämnats berör enbart företagets affärsmässiga verksamhet. Undersökningsmaterialet från 1995 utgörs enbart av en text eftersom årsredovisningens VD-brev är det enda avsnittet som uttrycker ett ansvarstagande utanför de traditionella och ekonomiskt inriktade ansvarsområdena. Här uttrycks ett visst ansvar i en social fråga genom ett tydligt ställningstagande emot barnarbete. En

sammanställning av de avsnitt som analyserats i H&M:s årsredovisningar återfinns i Tabell 2 i Bilaga 1.

### ***1.6.2 Swedish Match:***

Swedish Match, som är en stor aktör inom tobaksindustrin och bl.a. producerar snus, tuggtobak, cigarrer och piptobak, måste inte enbart redogöra för sitt sociala ansvarstagande för de verksamma inom produktionen och för sitt miljöarbete, utan också motivera sin verksamhet som just med tanke på det kollektiva, samhällseliga ansvaret är mycket omdiskuterad och allt annat än självklar. Swedish Match kan därför ses som ett intressant komplement till de andra företagen, eftersom det brottas med ansvarsfrågor av många olika slag.

De textavsnitt som analyserats i Swedish Matchs årsredovisningar redovisar med andra ord inte bara företagets ansvarstagande i de sociala och miljörelaterade frågor som brukar förknippas med CSR utan de tar också upp företagets verksamhet i stort. I analysen belyses således inte bara hur avsändaren i texterna förhåller sig till om personer kan ta till skada *i* företagets verksamhet utan också om de kan ta skada *av* den.

Liksom i H&M:s årsredovisning från år 1995 saknar Swedish Match år 1996 ett separat avsnitt som behandlar företagets ansvarstagande i sociala och miljörelaterade frågor. I vissa fall har det inneburit att 1996 års årsredovisning har uteslutits i delar av analysen, eftersom denna inte uttrycker något annat ansvarstagande än ett traditionellt och rent affärsmässigt sådant.

De andra åren ökar dock både antalet textavsnitt och sidor som uttrycker företagets ansvarstagande. I undersökningsmaterialet ingår som tidigare nämnts även de avsnitt där textens avsändare beskriver och, åtminstone indirekt, förhåller sig till företagets verksamhet (se Bilaga 1, Tabell 3).

### ***1.6.3 Trelleborg:***

Trelleborgs årsredovisningar är med företagets verksamhet i åtanke också intressanta att studera och analysera. Företaget, som framför allt ägnar sig åt polymerteknologi och produktion av s.k. industrigummi, bidrar genom sin tillverkning till nedsmutsningen av miljön. Det är därför intressant att se hur företaget redogör för hur det arbetar för en hållbar utveckling inom koncernen.



Anledningen till att jag valde att analysera texter från just Trelleborg är att jag, efter att ha läst igenom ett stort antal företags årsredovisningar, hade fått uppfattningen att just det företaget med dess tunga industritillverkning var en god representant för företag som p.g.a. sin verksamhet måste vara särskilt noggranna med att redovisa sitt engagemang och arbete för miljön. I uppsatsen är det också de avsnitt som uttrycker ett ansvarstagande för miljön som har analyserats. Till skillnad från H&M och Swedish Match har Trelleborg inget avsnitt som direkt adresserar företagets sociala ansvarstagande, men det redogör däremot för sitt miljöarbete i ett utförligt och separat avsnitt redan år 1995 (se Bilaga 1, Tabell 4).

## **1.7 Metod**

I det här avsnittet beskrivs mitt tillvägagångssätt och de metodiska verktyg jag har använt mig av i mitt analysarbete. Syftet med uppsatsens analyser är att belysa de språkliga strategierna i de undersökta textavsnitten ur så många olika perspektiv som möjligt och de systemisk- funktionella, grammatiska termer som redovisades i avsnitt 1.5 har varit en utgångspunkt och ett sätt att strukturera och redogöra för uppsatsens resultat.

I följande delavsnitt presenteras de metoder som tillämpats i de olika analyserna. Till hjälp har andra språkforskares modeller för textanalys varit och dessa beskrivs närmare i samband med de olika analyserna. I delavsnitten kommenteras även de metodiska svårigheter som uppstått i arbetet med undersökningsmaterialet.

### ***1.7.1 Texternas deltagare***

En av uppsatsens övergripande frågeställningar är att belysa hur företaget och andra aktörer synliggörs i de textavsnitt som uttrycker företagets ansvarstagande i årsredovisningar. Ett sätt att göra det är att undersöka vilka deltagare eller aktörer som omnämns i undersökningsmaterialet och i förlängningen också reflektera över vilka avsändare och mottagare texten kan tänkas ha.

I den här analysen har jag fokuserat på de deltagare som dominerar i texterna och som är särskilt kännetecknande för de olika företagen. De exempel som återfinns i resultatredovisningen är endast ett litet, representativt urval som har valts med omsorg för att de på bästa möjliga sätt ska återspegla de undersökta texterna.

Med hjälp av de modeller för textanalys som presenteras av Hellspong och Ledin (1997:52f) och Sandvik, Svennevig och Vagle (1995:140f, 198) har jag identifierat de olika deltagare som omnämns i texten och sedan diskuterat deras olika roller i de sammanhang som de mest frekvent framträder i. Utgångspunkten är som tidigare nämnts hela tiden det ansvar som avsändaren säger att företaget tar i sociala och miljörelaterade frågor och ambitionen är att det i diskussionen om de olika deltagarrollerna också ska framgå vem eller vilka som är tilltänkta mottagare av texten. Denna indirekta frågeställning belyses ytterligare i nästa avsnitt som behandlar uppsatsens andra delfråga och den tas också upp i uppsatsens slutdiskussion.

### *1.7.2 Texternas omtalsformer*

I min analys av de omtalsformer som används av textens avsändare i undersökningsmaterialet har jag huvudsakligen utgått från Vagles modell för kritisk textanalys och studerat hur de olika deltagarna omtalas i texten (Sandvik, Svennevig & Vagle, 1995:138ff, 180, 197). Även Hellspongs och Ledins diskussion om texters interpersonella struktur har legat till grund för analysen (Hellspong & Ledin, 1997:173f).

Undersökningsmaterialet har styrkt analysen och denna fokuserar därför framför allt på hur avsändaren omväxlande använder sig av första och tredje persons pronomen när företaget omtalas. Olika språkliga strategier används i de olika årsredovisningarna och vissa av dem framträder i särskilda sammanhang och blir också kännetecknande för ett specifikt företag. Analysen av de omtalsformer som förekommer i texterna visar också om avsändaren står tydligt angiven i texten eller inte och i något enstaka fall förekommer också olika tilltalsformer som adresserar och på så sätt tydligt markerar vem eller vilka som är tilltänkta mottagare av texten. Oavsett om avsändaren och mottagaren är tydligt framträdande eller inte möjliggör ändå analysen av textens omtalsformer en diskussion om vilka dessa kan vara. Den belyser också relationen mellan olika deltagare i texten och på så sätt också dennas interpersonella funktion.

### *1.7.3 Texternas processer*

Analysen av texternas processer underbyggs med en kvantitativ undersökning av fördelningen mellan antalet aktiva och passiva satser. Undersökningen redovisar också om dessa innehåller någon agent som sätter igång den aktuella processen.

De meningar och satser som ingår i undersökningen och analysen återfinns i textstycken som explicit uttrycker företagets ansvarstagande i sociala och miljörelaterade frågor. Här har därför inte hela textavsnitt analyserats. Att analysera hela texter i undersökningsmaterialet och utifrån det presentera resultat utifrån en kvantitativ beräkning skulle inte ge en representativ bild av hur avsändaren väljer att formulera sig när de ska uttrycka och redogöra för företagets ansvarstagande. Även om textavsnitten till största delen består av sådana redogörelser, innehåller de också annan information som visserligen ofta tangerar ämnesområdet, men som inte direkt berör hur företagen tar sitt ansvar.

En årsredovisning som av ovanstående anledning har uteslutits i den här analysen är Swedish Matches från år 1996, vilket tidigare också nämnts i avsnitt 1.6.2. Eftersom syftet med analysen är att undersöka vilken typ av processer som avsändaren i texterna använder sig av i samband med sociala och miljörelaterade ansvarsfrågor och årsredovisningen inte tar upp några sådana var den inte relevant att ta med i det här sammanhanget.

I arbetet med att urskilja de satser som explicit uttrycker företagets ansvarstagande har vissa metodiska svårigheter uppstått och av den anledningen utgör en del av de satser som undersökts i H&M:s årsredovisningar en viss felmarginal. Det är framför allt de satser som redogör för företagets leverantörers handlingar i aktiva satser som räknas hit. Eftersom dessa återfinns i de stycken som också redogör för företagets ansvarstagande och eftersom de trots allt uttrycker ett visst ansvar och därför har varit svåra att utesluta ingår de i delundersökningen. Det antal satser som är av det här slaget är angivet inom parentes i de tabeller som återfinns i uppsatsens appendix (se Bilaga 2). De är dock medräknade i den totala summan i samtliga av de olika kategorierna som ingår i undersökningen.

I analysen av processerna i årsredovisningstexterna har jag i första hand tagit hjälp av Vagles analysmodell (Sandvik, Svennevig & Vagle, 1995:164ff). Varje mening har analyserats på satsnivå, men det har inte gjorts någon åtskillnad mellan huvudsatser och bisatser i redovisningen. I varje sats har huvud verbet identifierats och analyserats med eventuellt tillhörande agent. Det innebär att jag har undersökt om huvud verbet står

angivet i aktiv eller passiv och om det i satsen framgår vem eller vad som har satt igång den process som återges i den aktuella satsen. Beroende på om satsen är aktiv eller passiv och om den innehåller en agent eller inte har den sedan sorterats in i en av fyra olika kategorier.

Resultatet av den kvantitativa undersökningen redovisas i en tabell som återger fördelningen av antalet analyserade satser och ett diagram som åskådliggör den procentuella fördelningen av satsernas olika konstruktioner (se avsnitt 2.2.1). Mer specifika tabeller och diagram återfinns i appendix (se Bilaga 2). Uppräknande av verb som ingår i samma sats och som står uppräknade efter varandra har räknats som en och samma verbform.

Den kvantitativa undersökningen följs sedan av en kvalitativ resultatredovisning och de exempel på processer som ges här är ett representativt urval. Den kvalitativa analysen syftar till att fördjupa den kvantitativa undersökningen och ge en bild av hur avsändaren i de olika företagens årsredovisningar väljer att återge olika processer i samband med det uttryckta ansvarstagandet.

#### ***1.7.4 Texternas modalitet***

I en analys av texters processer ligger det nära till hands att även studera deras modalitet. Uppsatsen innehåller därför en analys av de modala hjälpverb som återfinns i texterna. I anslutning till detta förs också en diskussion om hur avsaknaden av modala hjälpverb påverkar texternas modalitet.

Fitzgeralds och Youngs begreppsapparat har använts i arbetet med analysen, liksom Hellspongs och Ledins, och analysen utgår framför allt från begrepp som sannolikhet, frekvens och inklinations (Fitzgerald & Young, 2006:86f, Hellspong & Ledin, 1997:133f). I analysen har jag utgått från textens processer, identifierat huvud verbet och därefter eventuella hjälpverb. I några exempel har jag även strukturerat tillhörande adverbial som ytterligare förstärker eller försvagar textens modalitet. Ambitionen är att fördjupa undersökningen av texternas processer genom att studera med vilken säkerhet företagen här uttrycker sitt ansvarstagande och på så sätt också belysa texternas interpersonella funktion.

## 1.8 Avgränsningar

Ett material av den omfattning som jag har arbetat med och en undersökning av det här formatet kräver en hel del avgränsningar och det är också den del av det metodiska arbetet som jag har funnit svårast att göra.

Efterhand som arbetet med analysen av årsredovisningstexterna fortlöpte insåg jag också att denna blev alltför omfattande med tanke på det begränsade antal sidor som uppsatsen skulle omfatta. Human Resources, d.v.s. företagets personalpolitik, är en förgrening inom CSR som traditionellt alltid har tillfallit företagets ansvarsområden. De avsnitt i årsredovisningarna som behandlar denna ingick från början också i den här studien och analyserades lika ingående som de andra avsnitten, men av utrymmesskäl valde jag att ta bort dessa i redigeringen. Uppsatsens undersökning inriktar sig därmed enbart på det ansvar som företagen anser och säger sig ta i sociala och miljörelaterade frågor. Det sociala ansvarstagandet omfattar framför allt företagets olika leverantörer och behandlingen av dem.

I uppsatsen använder jag visserligen begrepp från den systemisk-funktionella grammatiken, men dessa är endast ett sätt att strukturera studiens resultat och denna är som tidigare nämnts endast empirisk och bör inte betraktas som något annat. Av den anledningen analyseras också bara texternas ideationella och interpersonella metafunktion och användningen av dessa begrepp är framför allt ett sätt att belysa intressanta företeelser i de undersökta textavsnitten. Texternas textuella metafunktion berörs dock i samband med att deras kontext diskuteras i uppsatsens slutdiskussion.

## 2. Resultat

### 2.1 Hur synliggörs företaget och andra aktörer i de årsredovisningstexter som uttrycker företagets ansvarstagande?

Resultatredovisningens första avsnitt är uppdelat i två delavsnitt som med avseende på undersökningsmaterialets olika deltagare belyser dels textens ideationella, dels dess interpersonella betydelse.

Det första delavsnittet redogör för vilka deltagare som är mest dominanta i de undersökta texterna och fokuserar den ideationella textfunktionen. I det andra delavsnittet granskas hur avsändaren i de olika texterna väljer att omtala företagen som är den deltagare som är mest dominant i undersökningsmaterialet.

#### 2.1.1 Vilka deltagare dominerar i de undersökta texterna?

I det här avsnittet presenteras de deltagare som förekommer mest frekvent i undersökningsmaterialet. Syftet är att åskådliggöra hur avsändaren synliggör de olika deltagarna och i vilken kontext de framträder. Resultatet redovisas företagsvis och sammanfattas sedan i slutet av avsnittet.

##### 2.1.1.1 Hennes och Mauritz:

I det material som undersökts i H&M:s årsredovisningar är det framför allt företaget självt som dominerar i texterna. En annan deltagare som nämns mycket frekvent är olika typer av organisationer som fungerar som en utomstående tredje part. Dessa omnämns när avsändaren vill framhäva företagets sociala ansvarstagande och både direkt och indirekt referera till en part som utvärderar dess verksamhet. Avsändaren är dock noga med att framhålla att verksamheten framför allt bedrivs av företagets leverantörer, vilket gör att även dessa är en dominant deltagare i texterna.

Företaget, en naturlig utgångspunkt:

Den deltagare som dominerar mest i de undersökta texterna från H&M:s årsredovisningar är företaget självt, vilket också faller sig ganska

naturligt eftersom syftet med de olika analyserade textavsnitten är att redogöra för hur det arbetar med sociala och miljörelaterade frågor. H&M nämns antingen med företagsnamnet eller med olika synonymer och inte sällan med första persons personliga pronomen i plural. Det sistnämnda diskuteras närmare i analysen av de omtalsformer som förekommer i undersökningsmaterialet. Nedanstående citat är representativa exempel för samtliga av de analyserade texterna i H&M:s årsredovisningar och visar hur företaget framträder som deltagare:

Ständiga förbättringar är utmärkande för all verksamhet inom H&M. Det gäller även miljöarbetet, vilket bedrivs inom ramen för den affärsmässiga verksamheten. H&M:s affärsidé är att ge kunderna ett oslagbart värde genom att erbjuda mode och kvalitet till bästa pris. (HM00-5)

H&M har som målsättning att koldioxidutsläppen från vår verksamhet ska minska med totalt tio procent (i relativa tal) fram till 2009. Den främsta källan till koldioxidutsläpp inom H&M är energiförbrukningen i butiker och distributionscentraler. Utanför H&M är det varutransporter som är den största utsläppskällan. (HM05-2)

En deltagare som visserligen inte dominerar i H&M:s texter, men som däremot är mycket intressant i sammanhanget är den CSR-avdelning som nämns i företagets årsredovisning från 2005:

**H&M:S MILJÖARBETE** bedrivs systematiskt inom ramen för CSR-avdelningens arbete och är till stor del integrerat med de sociala ansvarsfrågorna. Vår strävan är att bedriva miljöarbetet som en del av det dagliga arbetet inom företagets samtliga verksamhetsområden. (HM05-2)

Även om *CSR-avdelningen* inte är en frekvent återkommande deltagare är dock bruket av begreppet *CSR* en indikation på att det införlivats i verksamheten och på så sätt blir det också en del av företaget. *CSR* har uppenbarligen blivit ett begrepp med tiden och avsändaren verkar mer eller mindre förutsätta att mottagaren av texten vet vad det står för.

Leverantörerna, en stor del av företagets verksamhet:

En annan deltagare som ofta förekommer i H&M:s texter är företagets leverantörer och detta är utmärkande för just H&M. Eftersom H&M inte äger några egna fabriker, men ändå säger sig vilja ta ansvar för den verksamhet som bedrivs hos leverantörerna, framhålls ofta de krav som

företaget ställer på dessa. Denna företeelse belyses med följande exempel:

Lika hårda krav som vi ställer på oss själva, ställer vi på våra leverantörer. H&M bedriver sin verksamhet efter klara etiska regler som bland annat innebär att vi aldrig accepterar leverantörer som använder sig av barnarbete. Skulle något sådant uppdagas avbryter vi omedelbart samarbetet med leverantören. (HM95-1)

Alla H&M:s leverantörer får skriva på ett avtal där de förklarar sin avsikt att följa uppförandekoden. Alla leverantörer uppfyller inte alla krav från början. För att bli accepterad som leverantör måste de då ta fram en handlingsplan för hur de ska uppnå de förbättringar som H&M erfordrar. [...] I många fall lägger våra huvudleverantörer i sin tur ut produktionen på underleverantörer. Det är därför mycket viktigt att vi får möjlighet att kontrollera också dessa fabriker. (HM05-1)

Relationen mellan de två dominerande deltagarna i ovanstående textstycken är inte symmetrisk; avsändaren gör flera gånger klart att leverantören är beroende av H&M och därför måste gå med på de av företaget uppsatta villkoren. H&M utmärker sig bland de tre företag som ingår i den här undersökningen genom att det anlitar och bygger upp sin verksamhet runt så många leverantörer. Detta är också något som präglar de texter som redogör för det ansvar företaget säger sig ta. Den asymmetriska relationen mellan företaget och leverantörerna blir särskilt tydlig när företaget tar på sig rollen som den av parterna som är mest moralisk, kunnig och medveten om mänskliga rättigheter och hur miljön påverkas av den verksamhet som bedrivs på leverantörernas fabriker. I det första verkar det visserligen till en början som att företaget jämställer sig självt med leverantörerna; det ställer *lika höga krav* på sig självt som på leverantören. Det framgår dock genast att företaget har makten att omedelbart avbryta samarbetet om leverantören inte uppfyller de krav som. Även om leverantörerna är underordnade företaget i ett asymmetriskt förhållande, är de ändå en dominant deltagare i de analyserade texterna från H&M.

Vikten av referenser till en utomstående, tredje part:

I de analyserade textavsnitten i H&M:s årsredovisningar framträder en annan, mycket dominant deltagare, nämligen olika typer av organisationer och institutioner som fungerar som en utomstående, tredje part. Det är t.ex. mycket viktigt att framhålla att företaget



samarbetar med organisationer som har auktoritet i samhället. Referenser till dessa blir vanligare i texterna under undersökningsperioden och det är ett sätt för avsändaren att visa att företagets verksamhet granskas och utvärderas av en utomstående part:

H&M deltar i FN:s Global Compact och stödjer dess tio principer. Vi vill därmed visa att vi respekterar de mänskliga rättigheterna och är beredda att bidra till en uthållig utveckling inom de områden vi kan påverka. H&M stödjer även OECD:s riktlinjer för multinationella företag och är medlem i Amnesty Business Forum. (HM05-1)

H&M antogs under året som deltagande företag i Fair Labour Association (FLA) med start januari 2006. FLA är en ideell organisation som arbetar för att förbättra arbetsvillkoren i fabriker världen över och som starkt har bidragit till att sätta fokus på dessa frågor. Deltagandet innebär att FLA kommer att genomföra oberoende revisioner på våra leverantörers fabriker i Kina. Detta är ett sätt för oss att visa våra intressenter hur vår egen uppföljning av uppförandekoden fungerar och kommer även att användas som en intern kvalitetssäkring. (HM05-1)

I det sista citatet framhålls att de oberoende revisioner som *FLA* genomför är ett sätt att skapa förtroende för företagets verksamhet hos dess intressenter. Detta är således en viktig anledning till samarbetet med de många olika organisationerna som nämns i ovanstående exempel. Vilka de omnämnda intressenterna är omnämns dock inte, men det är tydligt att även de är en viktig deltagare i det här sammanhanget. I H&M:s årsredovisning från år 2000 nämns för övrigt allmänhetens intresse för företagets miljöarbete, vilket indikerar att många olika grupper kan räknas till dess intressenter:

H&M gick under året med i Global Responsibility, vilket är en internetbaserad kommunikationsplattform för så kallade hållbarhetsfrågor. Plattformen erbjuder allmänheten tillgång till information om företagens miljöarbete samt etiska och sociala ansvar. Syftet är att främja öppenhet och dialog mellan företagen och allmänheten. (HM00-5)

Även här har företaget valt att medverka i en utomstående organisation, i det här fallet för att visa *allmänheten* att det inte har något att dölja.

Ytterligare ett exempel belyser hur företaget har tagit fasta på utomstående certifiering och hur oberoende kontroller åberopas som en sorts garanti för att företaget tar sitt rättmätiga ansvar:

Under året började H&M sälja basplagg för baby märkta med EU:s miljömärke Blomman. Tillverkarna av kläder märkta med Blomman måste kunna visa att de uppfyller de uppställda kraven på miljö, hälsa och kvalitet. Alla produkter märkta med Blomman har kontrollerats av oberoende organisationer för att garantera att de uppfyller de stränga kraven. (HM05-2)

Här fungerar med andra ord EU:s miljömärke *Blomman* som en slags certifiering och de oberoende organisationerna ska borga för att produkterna, i det här fallet babyplagg, håller den höga kvalitet som utlovas.

Det sista exemplet på hur företaget hänvisar till en utomstående parts utvärdering är följande, som lyfter fram att H&M ingår i olika CSR-relaterade aktieindex:

Ett erkännande av vårt CSR-arbete är att H&M ingår i flera aktieindex som tar hänsyn till företagets CSR-arbete, däribland Dow Jones World Sustainability Index och FTSE4Good. (HM05-1)

Även här framhålls således utomstående parter och deras utvärdering av H&M som ansvarstagande företag. I det *CSR-arbete* som omtalas ingår även olika projekt som företaget självt driver, förutom de som sker i samarbete med andra och som redan nämnts i ovanstående citat:

I Bangladesh har H&M också inlett ett samarbete med en lokal organisation om utbildning av fabriksanställda i arbetsrättsfrågor. Särskild tonvikt har lagts på att utbilda kvinnor om bland annat arbetslagsstiftning och jämställdhet. Under 2005 genomförde vi utbildningar vid fem fabriker och nådde över 1.000 fabriksarbetare. (HM05-1)

Företagets sociala arbete specificeras och exemplifieras på det här sättet med en rad olika projekt som det enligt avsändarens utsago har initierat. Den här typen av exempel är särskilt kännetecknande för de texter som ingår i undersökningsmaterialet från H&M:s årsredovisningar.

### 2.1.1.2 Swedish Match:

De deltagare som dominerar det undersökta textmaterialet i Swedish Matches årsredovisningar är, liksom i H&M:s, det egna företaget och olika typer av utomstående, tredje parter. Avsändaren till texterna lyfter också fram företagets kunder och konsumenter och ansvaret gentemot dessa, men i än högre grad omnämns allmänheten och hur denna som opinion inverkar på företagets verksamhet. En annan dominant deltagare som är signifikant för just Swedish Matches årsredovisningstexter är företagets aktieägare som framstår som en betydelsefull aktör även i avseenden som har med företagets sociala ansvarstagande att göra.

Företaget i centrum:

Den mest dominerande deltagaren i de analyserade textavsnitten i Swedish Matches årsredovisningar är, liksom i de andra företagens, företaget självt. Detta är fullt naturligt eftersom dessa avsnitt redogör för just Swedish Matches verksamhet. Följande exempel visar hur detta tar sig uttryck:

Social Review är en process genom vilken Swedish Match följer upp sitt arbete med sociala frågor och hur koncernens riktlinjer efterlevs. Uppföljningsprocessen omfattar i första hand kontroll av Swedish Match egna bolag. [...] Under året har koncernen inlett ett samarbete med en extern samarbetspartner för genomförandet av uppföljningsprocessen. (SM05-3)

Samtliga av de understrukna orden får i det här sammanhanget betraktas som synonyma till Swedish Match. I det sista exemplet introduceras en annan typ av deltagare som också är dominant i det undersökta textmaterialet; den utomstående parten som utvärderar den verksamhet som företaget beskriver och inte helt sällan också certifierar denna.

En tredje part granskar och utvärderar företagets verksamhet:

Eftersom Swedish Matches årsredovisning från 1996 inte innehåller något avsnitt som redogör för företagets ansvarstagande i sociala och miljörelaterade frågor och inte heller uttrycker det någon annanstans, är de flesta av exemplen i det här avsnittet hämtade ur årsredovisningarna

från 2000 och 2005. Nedanstående citat är exempel på hur utomstående institutioner och organisationer presenteras i texten:

- Swedish Match tolererar inte barnarbete i enlighet med FN-konventionen om barns rättigheter.

[...]

- Swedish Match uppmuntrar sina leverantörer att upprätta och följa egna etiska riktlinjer i linje med internationella konventioner.

Ovanstående krav överensstämmer i allt väsentligt med internationella konventioner och riktlinjer\* om mänskliga rättigheter och arbetsvillkor.

\*Dessa internationella konventioner och riktlinjer är FN:s allmänna förklaring om de mänskliga rättigheterna, FN:s konvention om barnets rättigheter, de åtta centrala ILO-konventionerna (nr. 87, 98, 29, 105, 100, 111, 138 och 182) och OECD:s riktlinjer för multinationella företag.

(SM05-3)

Även om den utomstående parten som ska borga för att företaget tar sitt rättmätiga ansvar är frekvent förekommande i texten och på så sätt också dominerar denna, är det inte en deltagare som lyfts fram av avsändaren, snarare tvärtom. *FN-konventionen om barns rättigheter* har visserligen en viss auktoritet i sammanhanget, men i övrigt nämns inte några av de andra *internationella konventionerna* som avsändaren refererar till i brödtexten. Dessa specificeras enbart i en fotnot, vilket gör att de förlorar en del av sin auktoritet.

En utomstående part som däremot lyfts fram är *Folksams klimatindex*, vilket följande exempel visar:

Växthuseffekten anses av många forskare vara ett av de allvarligaste globala miljöproblemen. Swedish Match arbetar målmedvetet med ett antal åtgärder som bland annat följs upp av det svenska försäkringsbolaget Folksams Klimatindex. Folksams klimatindex bygger på data som och uppgifter som samlas in från alla företag som är noterade på Stockholmsbörsen samt tio andra företag. (SM05-3)

Här presenteras den utomstående parten som en viktig deltagare, en utvärderare som garanterar att företagets miljöarbete följs upp ordentligt. I den inledande meningen i ovanstående exempel hänvisar avsändaren till ytterligare en deltagare som också är en utomstående part, nämligen *många forskare*. Det är en extern part som ofta åberopas i just Swedish Matchs texter. I de avsnitt som behandlar företagets sociala ansvar beskrivs enbart det arbete som företaget bedriver för att se till att

ingen far illa *i* dess verksamhet. Företagets sociala ansvar tycks i just de här avsnitten inte omfatta de som eventuellt skulle kunna fara illa *av* dess verksamhet. Detta är dock något som företaget förhåller sig till i andra delar av årsredovisningarna, varför dessa också ingår i undersökningsmaterialet. Här hänvisar man vid ett flertal tillfällen till just olika forskare och statistik för att motivera och inte minst argumentera för den verksamhet man bedriver:

Internationellt talas det om ”The Swedish Example”, det första utvecklade land som lyckats nå Världshälsoorganisationens, WHO, mål att mindre än 20 procent av den vuxna befolkningen röker cigaretter. Snusets betydelse i det sammanhanget kan inte nog betonas. All statistik visar att svenskt snus fungerar som ett alternativ till cigarettrökning. (SM00-1)

I ovanstående exempel talas det inte enbart om statistik, utan här nämner man också den utomstående organisationen *WHO*, möjligen för att ge en större tyngd åt de argument som framförs.

Ett argument som hela tiden används i det här sammanhanget är att snusning är ett mer hälsosamt alternativ än cigarettrökning och att det dessutom kan fungera som ett rökavvänjningsalternativ. Detta resonemang utvecklas särskilt i Swedish Matches årsredovisning från 2005 i ett separat avsnitt som har rubriken ”Snuset växer på rökningens bekostnad med ökat stöd av forskaropinion”. Intressant nog nämns inte Swedish Match en enda gång i det här avsnittet, vilket skulle kunna tolkas som en språklig strategi för att öka trovärdigheten för de argument som här läggs fram. Det är troligt att textens mottagare inte blir lika medveten om textens egentliga avsändare om man låter denne framstå som en utomstående och neutral sådan. Till skillnad från Swedish Match är de forskare som omtalas en mycket dominant deltagare i det här avsnittet:

Allt fler forskare pekar på de svenska erfarenheterna där det framstår som allt mer uppenbart att snuset kommit att fungera som ett rökavvänjnings- medel: av de svenska män som slutar röka är snus det vanligaste och mest framgångsrika hjälpmedlet jämfört med andra rökavvänjningsalternativ, och mycket få snusare går över till rökning. (SM05-2)

Det är tydligt att de forskare som omtalas i ovanstående exempel fyller samma funktion som de externa parter som nämns i de avsnitt som behandlar Swedish Matches andra ansvarsområden. I det här avsnittet refererar man dessutom löpande till ett flertal forskare som man

namnger och syftet med detta torde vara att de ska borga för att det som sägs är sant och riktigt. Indirekt åberopas forskarens skyldighet att alltid förhålla sig vetenskaplig och objektiv till olika uppgifter. Det är endast i förbigående som det nämns att forskare inte alltid är överens om hur olika saker förhåller sig till varandra:

Men den etablerade folkhälsostrategin är alltså att bekämpa all tobak och alla tobaksföretag och att inte särskilja den ena tobakskategorin från den andra, trots den uppenbara insikten att det är röken snarare än tobaken som medför hälsoriskerna. För att underbygga denna strategi presenterade Folkhälsoinstitutet i Sverige i december 2005 en rapport av vissa forskare vid Karolinska Institutet med slutsatsen att snusning ökar risken för cancer och död i hjärt-kärlsjukdom. Rapporten ledde till omfattande kritik från andra forskare som betecknade rapporten som ovetenskaplig skrämpropaganda. (SM05-2)

I ovanstående exempel finner vi således en utomstående part, *Folkhälsoinstitutet*, som inte är positivt inställd till den verksamhet som företaget bedriver och anledningen till att det omnämns i texten torde vara att avsändaren känner sig nödgad att förhålla sig till Folkhälsoinstitutets rapport och försvara sin och indirekt företagets ståndpunkt. Detta gör man genom att återigen hänvisa till *andra forskare*. De många referenserna till forskare utmärker undersökningsmaterialet från Swedish Match och de är, som tidigare konstaterat, en av de analyserade texternas mest dominanta deltagare.

Företagets uttryckta ansvar gentemot kunder och konsumenter:

I samband med diskussionen om snusets fördelar gentemot rökningens nackdelar omtalas också rökare och snusare vid ett flertal tillfällen, de sistnämnda således den grupp som konsumerar företagets produkter, vilket exemplifieras med följande citat:

Denna totala kvalitet i alla led har vi nu slagit vakt om genom GothiaTek, en kvalitetsbeteckning som introducerades under året för vårt svenska snus. Därigenom är Swedish Matchs svenska snus på väg att bli något av en egen produktkategori till gagn för alla snusare som vill veta vad de stoppar i munnen. (SM00-1)

Alla samhällen strävar efter att minska rökningens skadeverkningar, och då kan snuset, med dokumenterat avsevärt lägre hälsorisker, vara ett attraktivt alternativ för många cigarettkonsumenter. (SM05-1)

När dessa deltagare omtalas är det framför allt i ett sammanhang där företaget framställs som ansvarstagande genom att de ger cigarettrökarna ett alternativ till den skadliga rökningen. I det andra exemplet uttrycks också ett visst ansvarstagande, men här är det företagets ansvar för konsumenterna och för produkternas kvalitet som står i fokus. Med tanke på den verksamhet som Swedish Match bedriver och de ämnen som tas upp i de analyserade texterna är det naturligt att *cigarettrökare* och *snusare* tillhör några av de deltagare som förekommer relativt ofta.

Aktieägaren påverkar mer än aktiekursen:

En annan deltagare som genomgående dominerar textmaterialet från Swedish Match är företagets aktieägare, vilket belyses av följande exempel:

Kombinationen av volymtillväxt och kostnadssänkningar skall också fortsättningsvis skapa goda resultat och ett stabilt och starkt kassaflöde som grund för en generös utdelningspolitik och expansion. Därmed har Swedish Match förmåga att möta aktieägarnas förväntningar på hög avkastning och värdetillväxt. (SM96-1)

Huvudfrågan var – hur ska vi på bästa sätt kunna fortsätta utveckla koncernens starka varumärken och sekellånga kompetens på tobaksområdet i linje med grundläggande attitydförändringar i samhället så att våra över 100 000 aktieägares kapital växer snabbare? (SM00-1)

År 1996 är aktieägarna helt i fokus när företagets ansvarstagande uttrycks och det här året innehåller som tidigare nämnts inte heller Swedish Matchs årsredovisning något avsnitt som redogör för ett eventuellt ansvar för sociala och miljörelaterade frågor.

Det gör däremot årsredovisningen från 2000, men aktieägarna framhålls även här som viktiga deltagare i texten. Det andra exemplet är hämtat ur årsredovisningens VD-brev från år 2000 och här omnämns *grundläggande attitydförändringar i samhället*, som torde ha med ett visst socialt ansvarstagande att göra, mycket neutralt och aktieägarna är även här den huvudsakliga mottagaren av texten.

Även när Swedish Matchs ansvarstagande för miljön omtalas framhålls vikten av att tillfredsställa aktieägarnas krav. Det är tydligt att företagets miljöarbete är beroende av dess övriga verksamhet, en uppfattning som stärks av följande citat:

Swedish Match eftersträvar att driva sin verksamhet på ett lönsamt, effektivt och konkurrenskraftigt sätt. Det är förutsättningen för tillväxt och koncernens viktigaste uppgift i samhället och samtidigt en förutsättning för arbetet inom miljö och socialt ansvar. (SM05-3)

Här står att läsa att företaget i första hand har ett ansvar att bedriva en lönsam, effektiv och konkurrenskraftig verksamhet – det är dess viktigaste uppgift i samhället. Här kommer ansvaret för sociala och miljörelaterade frågor i skymundan, eftersom den affärsmässiga verksamheten framhålls som en förutsättning för detta. Textens avsändare markerar med andra ord tydligt att aktieägarna är en deltagare som alltid har en inverkan på företagets sociala ansvarstagande. Det allmänna intressets påverkan på företagets sociala och miljörelaterade ansvarstagande:

Slutligen ska ytterligare en deltagare nämnas som visserligen inte är en av de mest dominanta i texten, men som är viktig eftersom den motiverar de textavsnitt som behandlar företagets olika ansvarsområden. Den utgörs av allmänheten eller samhället sett i stort som ställer krav på företagen genom olika myndigheter. Följande citat exemplifierar den här företeelsen:

På marknaderna i USA, Storbritannien och Skandinavien erfar Swedish Match ett ökat intresse för miljöfrågor från grossister och konsumenter. Detta är naturligt eftersom produkterna bland annat säljs via livsmedelskedjorna, där relativt stor efterfrågan finns på miljöanpassade produkter. Utvecklingen av miljöanpassad tändsats till tändsticksproduktionen är ett exempel på miljödriven produktutveckling. (SM00-3)

Miljöfrågornas betydelse ökar i takt med högre krav och medvetenhet från konsumenter, kunder, leverantörer och myndigheter. Lagstiftning och andra normer för fabriksanläggningar skärps kontinuerligt. (SM05-3)

Ovanstående exempel visar att företaget är medvetet om det ökade intresset för sociala och miljörelaterade frågor och att det därför får anpassa sin verksamhet efter detta. Det gäller samtliga av de ansvarsfrågor som berör företagets verksamhet; dels dess produktion och dels de varor det producerar.

### 2.1.1.3 Trelleborg:



Trelleborg följer det mönster som synliggjorts i de andra företagens årsredovisningstexter vad gäller olika dominanta deltagare: Företaget självt framstår som den mest dominerande deltagaren, men även vikten av en granskande tredje part framhålls i texten. En annan deltagare som visserligen inte är särskilt dominant, men som tydligt framträder i texten, är allmänheten som av analysen att döma är textavsnittens tilltänkta mottagare.

Företaget – den största aktören:

Liksom i de andra företagens årsredovisningar är den mest dominanta deltagaren i de analyserade textstyckena från Trelleborg företaget självt. Som tidigare konstaterats beror detta på att texterna redogör för det arbete som företaget bedriver i sociala och miljörelaterade frågor och att det därför blir naturligt att referera till företagsnamnet eller andra substantiv som kan användas synonymt med detta:

Trelleborgs hållbarhetsarbete är en integrerad del av koncernens affärsmodell och ska bidra till uppfyllande av koncernens mål. (TB05-1)

I exemplet som är mycket representativt för hela undersökningsmaterialet, används *koncernen* synonymt med *Trelleborg* och det framgår tydligt vilken deltagare som dominerar mest i texten.

En tredje part ger ökad trovärdighet:

Kännetecknande för de analyserade texterna i Trelleborgs årsredovisningar är att företagets miljöledningssystem, som bygger på den internationella miljöledningsstandarden ISO 14001, får ett särskilt stort utrymme. Eftersom Trelleborg bedriver en verksamhet präglad av tung industri som påverkar miljön är det framför allt i det sammanhanget som företagets ansvar uttrycks. För att öka trovärdigheten för det miljöarbete som företaget sägs bedriva, hänvisar avsändaren vid ett flertal tillfällen till just ISO 14001:

Trelleborgs verksamhet ska utövas i enlighet med: [...]

- Kraven i miljöledningsstandarden ISO 14001 med externa tredjepartsrevisioner av miljöledningssystemet.

Under 2005 påbörjades en revidering av koncernens miljöpolicy som innebär att:

- Alla koncernens enheter verksamma inom produktion och produktutveckling ska implementera ett miljöledningssystem enligt ISO 14001. Nyförvärvade enheter ska införa systemet inom 3 år från förvärv.

[...]

Utöver dessa mål och inom ramen för ISO 14001 har varje anläggning egna specifikt satta miljömål med årliga resultatuppföljningar. (TB05-1)

Miljöledningsstandarden ISO 14001 är närmast att betrakta som en utomstående part som utvärderar verksamheten enligt vissa uppsatta kriterier. I exemplet nämns också att *externa tredjepartsrevisioner* ska genomföras för att kontrollera miljöledningssystemet. Dessa kan, tillsammans med ISO 14001, tänkas utgöra en garanti för att Trelleborg tar sitt ansvar i de miljöfrågor som berör företaget. Den utomstående parten är en av de mest dominerande deltagarna även i Trelleborgs texter och förutom ISO 14001 nämns också arbetsmiljöledningssystemet *OHSAS 18000*, som anger en viss standard för de anställdas arbetsmiljö.

Allmänhetens intresse ställer krav på verksamheten:

En annan intressent som framträder i ett par av de analyserade texterna från Trelleborgs årsredovisningar är, liksom i texterna från Swedish Match, allmänheten eller samhället i stort. Det här är ingen dominant deltagare, men det är ändå värt att notera hur avsändaren förhåller sig till det ökade intresse som allmänheten visar för sociala och miljörelaterade frågor:

Miljöintresset bland människorna har ökat påtagligt, och den politiska dagordningen har allt mer kommit att präglas av miljöfrågor. (TB95-1)

Trelleborgskoncernen påverkas av anställdas, kunders och samhällets engagemang i frågor kring hälsa, säkerhet och miljö. (TB00-2)

Av ovanstående att döma är allmänhetens eller samhällets engagemang i den här typen av frågor ett sätt att motivera att företaget tar upp dem i olika avsnitt i årsredovisningarna. Swedish Match förhöll sig som redan nämnts på ett liknande sätt till samhällsutvecklingen. Även om allmänheten här inte utgör någon dominant deltagare, är det inte

omöjligt att den räknas till en av företagets intressenter och således också som en potentiell mottagare av texten.

#### *2.1.1.4 Sammanfattning:*

I samtliga av de årsredovisningstexter som ingår i den här undersökningen utgör företaget självt den mest dominanta deltagaren. Det ter sig naturligt att företaget är den aktör som tar mest utrymme i texten eftersom denna helt och hållet handlar om olika delar av företagets verksamhet och ansvarstagande.

En annan deltagare som också dominerar i undersökningsmaterialet är den tredje parten, d.v.s. olika oberoende institutioner och organisationer som granskar och utvärderar företagets verksamhet och som avsändaren därför gärna refererar till. Samtliga årsredovisningar, oberoende av företag, hänvisar till en tredje part i sociala och miljörelaterade ansvarsfrågor. Särskilt viktiga att nämna är de organisationer och institutioner som har auktoritet i samhället.

Avsändaren i Swedish Matches och Trelleborgs årsredovisningstexter nämner vid ett flertal tillfällen även allmänhetens inverkan på företagets verksamhet. Även om denna inte är någon dominant deltagare är den ändå en viktig sådan eftersom det är tydligt att avsändaren till viss del motiverar företagets ansvarstagande med allmänhetens intresse för sociala och miljörelaterade frågor.

Andra deltagare som utmärker sig i materialet från Swedish Matches årsredovisningar är företagets kunder och konsumenter som avsändaren i texterna också uttrycker ett ansvar för. Den verksamhet som Swedish Match bedriver och de produkter som företaget producerar gör att avsändaren tvingas förhålla sig till ett visst ansvarstagande även vad gäller detta. En annan dominant deltagare i Swedish Matches årsredovisningstexter är aktieägaren som åtminstone indirekt uttrycks vara en viktig aktör och mottagare av texten.

Slutligen ska också H&M:s leverantörer nämnas eftersom de är en sådan dominant deltagare i företagets årsredovisningar. Avsändaren är här mycket noga med att framhålla att företagets verksamhet är uppbyggd runt olika leverantörer och att dessa är många till antalet. Inte sällan betonas detta när avsändaren påpekar att H&M inte har några egna fabriker och därför ibland kan ha svårt att kontrollera verksamhetens alla led. Eftersom företagets sociala ansvarstagande till största delen handlar om dess uppförandekod och hur leverantörerna

efterlever denna blir leverantörerna en mycket dominant deltagare i det här sammanhanget.

### *2.1.2 Hur omtalas företaget i de undersökta texterna?*

I föregående avsnitt undersöktes vilka deltagare som är mest dominanta i de analyserade texterna och i det här avsnittet följs undersökningen upp av en analys av hur de olika deltagarna omtalas. Här fokuseras med andra ord hur avsändaren väljer olika språkliga strategier och hur det påverkar textens interpersonella betydelse med avseende på dess deltagare. I det förra avsnittet konstaterades att företaget självt är den deltagare som dominerar mest och analysen är därför inriktad på hur textens avsändare väljer att omtala denna.

#### *2.1.2.1 Hennes och Mauritz:*

Avsändaren i H&M:s årsredovisningstexter använder sig genomgående av första persons pronomen i de avsnitt som behandlar företagets ansvarstagande. Det framgår att den tilltänkta mottagaren kan vara någon annan än företagets aktieägare och avsändaren använder sig strategiskt av första persons pronomen för att visa sig trovärdiga och ansvarstagande.

I VD-brevet i företagets årsredovisning från 1995 väljer VD:n Stefan Persson att omväxlande använda sig av första persons pronomen i plural och företagsnamnet när han omtalar företaget. Följande exempel visar hur han uttrycker företagets samhälleliga ansvar:

Lika hårda krav som vi ställer på oss själva ställer vi på våra leverantörer. H&M bedriver sin verksamhet efter klara etiska regler som bland annat innebär att vi aldrig accepterar leverantörer som använder sig av barnarbete. Skulle något sådant uppdagas avbryter vi omedelbart samarbetet med leverantören. (HM95-1)

Det possessiva pronomenet *sin* som syftar tillbaka på *H&M* ger visserligen intrycket att företaget omtalas av någon med ett utifrånperspektiv, men eftersom första persons pronomen i plural används genomgående ligger det närmast till hands att tolka företaget och dess anställda med VD:n i spetsen som textens avsändare.

I H&M:s årsredovisning från år 2000 har ett flertal nya avsnitt tillkommit som beskriver företagets ansvarstagande i sociala och miljörelaterade frågor. I ett av avsnitten omtalas bl. a. de krav som företaget ställer på sina leverantörer:

Under året har H&M genomfört 2.400 Code of Conduct-inspektioner, som syftar till att kontrollera att leverantörerna följer våra uppförandekrav.

Våra leverantörer måste också följa våra kemikalierestriktioner, för att på så sätt minska påverkan på miljön under produktion samt vid förbränning eller återvinning av uttjänta kläder. (HM00-1)

Även här har textens avsändare valt att använda sig av första persons pronomen i plural och företagsnamnet när ansvarstagandet inom företagets verksamhet beskrivs. Leverantörerna omtalas här som något externt, även om det framgår att även de är en del av verksamheten.

I avsnittet ”H&M värnar om miljön i litet som stort” använder sig avsändaren omväxlande av företagsnamnet och första persons pronomen i plural när företagets ansvarstagande för miljön beskrivs:

Minskad miljöpåverkan leder till en förbättrad värld för alla, både individer och företag. H&M tar miljöfrågorna på stort allvar och vi arbetar kontinuerligt för att förbättra vårt miljöarbete i litet och stort.

[...] Vårt kvalitetsbegrepp innebär att kunden skall vara lika nöjd med såväl våra produkter som med H&M som företag. Vi har därför åtagit oss att agera ansvarsfullt gentemot det samhälle vi verkar i. Vi skall även samarbeta med våra leverantörer för att förbättra den sociala och miljömässiga standarden i de fabriker där H&M:s kläder produceras. Vi vill därigenom kunna bidra till en hållbar utveckling på dessa områden.

(HM00-5)

I ovanstående exempel nämns att kunden ska vara nöjd med H&M som företag, vilket kan tolkas som att denne är en potentiell mottagare av texten. Det pronomen som används mest frekvent är fortfarande första persons pronomen i plural och i det här avsnittet tycks det vara synonymt med företagskoncernen.

I avsnittet ”Vårt sociala ansvar – samarbete för hållbara förändringar” i H&M:s årsredovisning från 2005 används också första persons pronomen i plural och företagsnamnet i ungefär lika stor utsträckning, vilket exemplifieras av nedanstående citat:

H&M äger inga egna fabriker. Istället köper vi våra kläder och andra produkter från cirka 700 fristående leverantörer i främst Asien och Europa. En grundläggande princip är att våra kläder ska tillverkas under goda arbetsförhållanden. H&M ställer därför höga krav på goda

arbetsvillkor och verkar för en långsiktig förbättring av arbetsförhållandena för de som tillverkar våra varor. Till hjälp har vi vår uppförandekod. (HM05-1)

Exemplet visar inte bara hur avsändaren omväxlande talar om företagets verksamhet med hjälp av första persons pronomen och företagsnamnet, utan också hur företagets leverantörer omtalas i tredje person och på så sätt markeras som några som åtminstone delvis står utanför den egentliga verksamheten.

I avsnittet ”Miljötänkande på alla nivåer” redogör avsändaren för olika energisnåla lösningar och använder sig då av första persons pronomen i plural:

I våra butiker tar vi bäst hänsyn till miljön genom energisnåla lösningar och en effektiv resursanvändning. Energiförbrukningen är den enskilt största miljöaspekten i butik. Vi försöker därför minska förbrukningen, exempelvis genom användning av lågenergilampor och styrning av belysningen i butikerna.

Under 2005 har vi analyserat vår energiförbrukning, vilket har resulterat i ett mål om att minska energiförbrukningen. (HM05-2)

Användningen av första persons pronomen i plural ger ett intryck av att avsändaren representerar hela företaget och alla dess anställda. Det är en strategi som visserligen gör att textens mottagare uppfattar avsändaren som direkt ansvarig, men också som mer trovärdig.

I näst intill samtliga av de exempel som tagits upp i det här avsnittet är det tydligt att den tilltänkta mottagaren utgörs av läsare från fler intressentgrupper än enbart aktieägarna. Företaget vänder sig uppenbarligen till en mottagare med mer än ekonomiska intressen och vill gentemot denna visa sig så trovärdig och ansvarstagande som möjligt. Bruket av första persons pronomen är ett sätt att göra detta eftersom det skapar en känsla av närhet till mottagaren. Det gör också att avsändaren blir synonym med företaget.

#### 2.1.2.2 *Swedish Match:*

Avsändaren i Swedish Matches årsredovisningstexter omtalar ofta företaget i tredje person och förhåller sig på så sätt ganska neutral till det ansvarstagande som uttrycks här. De undersökta texternas innehåll vänder sig visserligen till andra mottagare än aktieägarna, men som konstaterades i det förra avsnittet är det ändå tydligt att dessa ingår i den tilltänkta publiken. Första persons pronomen används enbart för att

omtala företaget när dess VD har ordet eller i sammanhang där dess produkter omnämns. När avsändaren ska redogöra för det ansvarstagande som Swedish Match säger sig ta i sociala och miljörelaterade frågor omtalas alltså deltagarna i tredje person.

År 1996 saknar Swedish Match, liksom H&M 1995, ett separat avsnitt som behandlar företagets ansvarstagande i sociala och miljörelaterade frågor. Till skillnad från H&M:s VD gör dock Swedish Match inte något moraliskt ställningstagande i sitt VD-brev. Följande citat är ett exempel på hur det präglas av neutrala formuleringar:

Många av koncernens marknader är mogna. På dem är målet att öka våra marknadsandelar. Jag anser att det i flera fall finns potential för det. Även om vi redan har en god geografisk spridning finns det utrymme för fortsatt geografisk expansion, främst för tändare, tändstickor och utvalda tobaksprodukter. (SM96-1)

VD-brevet innehåller en rad formuleringar där första persons pronomen används. Företagets VD är textens avsändare och det ter sig därför naturligt att den i vissa delar är skriven i jagform. När första persons pronomen i plural används ligger det nära till hands att tolka det som att det omfattar företagets VD och de anställda, d.v.s. hela företaget. Av brevets innehåll att döma är företagets aktieägare textens mottagare och VD:n uttrycker enbart sitt ansvar gentemot dessa.

År 2000 uttrycker företagets VD ett visst ansvar för de produkter företaget säljer i samband med ett resonemang om hur koncernens varumärken kan utvecklas vidare:

Huvudfrågan var – hur ska vi på bästa sätt kunna fortsätta utveckla koncernens starka varumärken och sekellånga kompetens på tobaksområdet i linje med grundläggande attitydförändringar i samhället så att våra över 100 000 aktieägares kapital växer snabbare? Svaret fanns redan inbäddat i en rad grundvärderingar i Swedish Match. Koncernens konsumentfilosofi med en ständig produktutveckling där kvalitet, smakupplevelser och njutning, stod i förgrunden. Vi har därtill alltid varit tydliga i vårt ställningstagande angående tobaksbruk – det är en vuxenprodukt som inte bör brukas av någon under 18 år. (SM00-1)

Här använder sig avsändaren, företagets VD, omväxlande av första persons pronomen i plural, företagets namn och en omskrivelse för detta; *koncernen*. Första persons pronomen i plural omfattar här hela företaget, d.v.s. VD:n och hans anställda. Textens mottagare torde av allt att döma vara företagets aktieägare eftersom de omnämns och deras intressen fokuseras i texten. I textstyckets sista mening förhåller sig dock avsändaren till den verksamhet företaget bedriver och verkar här

också vända sig till andra intressenter. Bruket av första persons pronomen gör att ansvarstagandet upplevs som mer trovärdigt.

I resten av årsredovisningens analyserade texter tyder de använda omtalsformerna på ett utifrånperspektiv, vilket exemplifieras med följande citat:

Swedish Match är ett unikt, globalt företag. Som det enda av de internationella företagen i tobaksbranschen satsar Swedish Match sedan flera år tillbaka på en väl utarbetad strategi för tobakens nischprodukter, det vill säga rökfria tobaksprodukter samt cigarrer och piptobak, så kallade OPT- produkter (Other Tobacco Products). (SM00-2)

Det är här svårt att avgöra vem eller vilka som är den egentliga avsändaren, eftersom texten lika gärna skulle kunna vara skriven av en utomstående part. Samma sak kan konstateras om följande exempel som är hämtade ur det avsnitt som beskriver Swedish Matchs miljöarbete:

På marknaderna i USA, Storbritannien och Skandinavien erfar Swedish Match ett ökat intresse för miljöfrågor från grossister och konsumenter. [...] Som redan nämnts anpassar Swedish Match verksamheten genom att vidta åtgärder för rening och reduktion av utsläpp samt genom att införa miljöledningssystem på allt fler fabriker. (SM00-3)

I det här avsnittet används inte första persons pronomen, utan företaget beskrivs utifrån, vilket gör det svårt att, i en analys av det här slaget, synliggöra avsändaren. Textinnehållet tyder dock på att textens mottagare utgörs av andra intressenter än aktieägare.

Det finns dock ett undantag där första persons pronomen används i det här avsnittet och det är i ett av de inledande styckena som återger företagets miljöpolicy. Där står följande att läsa:

Swedish Match ska identifiera och gradvis genomföra förändringar i varje fas av livscykeln hos våra produkter, processer och tjänster för att minska negativa miljöaspekter som kan kränka villkoren för ett hållbart samhälle. (SM00-3)

I ovanstående exempel framgår det tydligt att det är företaget som är avsändare och bruket av första persons pronomen är också kännetecknande för företagspolicies av olika slag. Avsändaren är inte heller konsekvent i sitt val av omtalsformer. Följande citat är hämtat från samma textavsnitt:

Swedish Matchs miljövision är en situation i vilken företaget konsekvent uppnår sina kommersiella mål att tillfredsställa krav från aktieägare,



kunder och andra intressenter, samtidigt som verksamheter och produkter är integrerade i naturens kretslopp. (SM00-3)

Här skriver som synes avsändaren om Swedish Match i tredje person och eftersom första persons pronomen endast brukas vid ett tillfälle och dessutom i företagets miljöpolicy är det närmast att betrakta som ett undantag.

Swedish Match VD förhåller sig även år 2005 till de produkter som företaget framställer och framhåller i nedanstående citat hur de kan hjälpa till att minska rökningens skadliga inverkan:

Snuset är vår paradprodukt. En produkt som gynnas av samhällstrenderna. Snuset har en viktig roll att spela i ansträngningarna att minska rökningens skadeverkningar.

[...] Alla samhällen strävar efter att minska rökningens skadeverkningar, och då kan snuset, med dokumenterat avsevärt lägre hälsorisker, vara ett attraktivt alternativ för många cigarettkonsumenter. Vi har sett och ser det i Sverige och vi ser det även i Norge. (SM05-1)

Att det possessiva pronomenet i första person plural syftar på företaget och dess anställda som står bakom produkterna är tydligt, men mindre självklart är vilka som inkluderas i första persons pronomen i plural. Är det allmänheten eller företaget och dess anställda? Kan avsändaren uttrycka sig med en så pass stor säkerhet att det går att referera till en allmänt vedertagen uppfattning?

I inledningen till avsnittet ”Socialt ansvarstagande och miljö” har perspektivet skiftat och nu beskrivs företagets verksamhet och ansvarstagande återigen utifrån av en tämligen osynlig avsändare:

Inom Swedish Match finns en lång tradition av ansvar för samhälle och miljö. Det finns en medvetenhet om att koncernen kan ge ett positivt bidrag till samhällets utveckling genom att engagera sig i olika projekt. Swedish Match eftersträvar att driva sin verksamhet på ett lönsamt, effektivt och konkurrenskraftigt sätt. Det är förutsättningen för tillväxt och koncernens viktigaste uppgift i samhället och samtidigt en förutsättning för arbetet inom miljö och socialt ansvar. (SM05-3)

Det är svårt att läsa sig till vilka som står bakom ovanstående citat; det framgår t.ex. inte hos vilka det finns en medvetenhet om att koncernen kan påverka samhället på ett positivt sätt. Även om avsnittets innehåll vänder sig till andra intressenter än företagets aktieägare, är det tydligt att dessa ändå ses som potentiella mottagare av texten. Det är viktigt att framhålla att förutsättningen för att man överhuvudtaget ska kunna ta ansvar inom sociala och miljörelaterade frågor är att koncernen kan

driva sin verksamhet på ett framgångsrikt sätt. Utifrånperspektivet tillämpas på det här sättet genomgående i hela avsnittet.

Att skriva om företaget och dess ansvarstagande i tredje person är således en strategi som tillämpas genomgående i texten. Istället för att skapa närhet till sin mottagare förhåller sig avsändaren på det här sättet, åtminstone vid en första anblick, till textens innehåll på ett neutralt sätt. Det kan tolkas som en språklig strategi att försöka undvika att göra mottagaren medveten om vem som är den egentliga avsändaren.

### 2.1.2.3 Trelleborg:

I Trelleborgs årsredovisningstexter är det svårt att identifiera en tydlig avsändare eftersom företaget till största delen omtalas i tredje person, men av textinnehållet att döma vänder sig avsändaren framför allt till en intresserad allmänhet och inte företagets aktieägare. I ett par fall används dock även första persons pronomen, bl.a. när företagets miljöpolicy sammanfattas.

Trelleborg är det enda av de tre undersökta företagen som har ett separat avsnitt som behandlar sociala och miljörelaterade frågor i sin årsredovisning från 1995. Textens avsändare framträder dock inte, utan företaget omnämns enbart i tredje person:

Trelleborgskoncernen, med bl a sin basindustri, har de senaste tjugo åren legat långt framme i miljöanpassning. I internationell jämförelse framstår många av enheterna som miljömässigt ledande. (TB95-1)

I avsnittets stycken beskrivs företagets olika enheter och det ansvar de tar för miljön relativt ingående, men det görs hela tiden från ett utifrånperspektiv:

I fråga om lämningar från äldre verksamhet i Sverige är det koncernens uppfattning att industrin skall ansvara för efterbehandling om verksamheten har bedrivits efter införandet av miljöskyddslagen (1969). Är verksamheten däremot avslutad före denna tidpunkt bör samhället svara för de behövliga åtgärderna. (TB95-1)

I ovanstående exempel är det mycket svårt att spåra textens avsändare. Det framgår inte heller helt tydligt om man med *industrin* och *verksamheten* avser Trelleborgskoncernens. Det framgår däremot tydligt att textens mottagare utgörs av helt andra intressenter än företagets aktieägare.

Nedanstående citat är ett annat exempel på hur Trelleborgs miljöarbete beskrivs utifrån och det är svårt att spåra textavsnittets avsändare:

Som all annan industriell verksamhet påverkar Trelleborgskoncernen miljön. I samband med de miljöutredningar som genomförs inom koncernen granskas på vilka sätt den enskilda anläggningens processer, produkter och tjänster påverkar miljön. Från ett koncernperspektiv kan man konstatera att verksamheten har ett antal betydande miljöaspekter. (TB00-2)

Företagsnamnet används omväxlande med synonymer som *koncernen*. Värt att notera är bruket av det opersonliga pronomenet *man*. Vem eller vilka detta syftar på framgår inte i någon egentlig mening, även om avsändaren framhåller att koncernen är inblandad i sammanhanget.

Om ett utifrånsperspektiv konsekvent tillämpas i Trelleborgs årsredovisningar från år 1995 och 2000, är avsändarens strategi mer inkonsekvent i årsredovisningen från år 2005. I större delen av avsnittet ”Människor och miljö” omtalas dock företaget i tredje person, vilket gör det svårt att synliggöra textens avsändare:

Trelleborgs hållbarhetsarbete är en integrerad del av koncernens affärsmodell och ska bidra till uppfyllande av koncernens mål. (TB05-1)

När företagets miljöpolicy sammanfattas i punktform görs det däremot med första persons pronomen i plural, vilket följande citat är ett exempel på:

- Vi ska förse våra intressenter med öppen och tillgänglig information om resultatet av vårt hållbarhetsarbete och ta till oss deras synpunkter. (TB05-1)

Här tycks pronomenet *vi* omfatta företaget och dess anställda och citatet tydliggör att avsändaren vänder sig till en större grupp intressenter, vilket ter sig naturligt med tanke på det innehåll som behandlas i avsnittet. I en företagspolicy av det här slaget ter det sig också naturligt att uttrycka sig med första persons pronomen.

Följande exempel visar hur första persons possessiva pronomen används i den analyserade texten:

Koncernens grundläggande värderingar och uppförandekod är en del av vår kultur, och ska vara ett stöd i beslut och handling i vardagen. Implementering av uppförandekoden är en långsiktig process och de

senaste tre åren har arbete ägnats åt att beskriva, förklara och föra ut värderingarna och uppförandekoden till anställda. (TB05-1)

Eftersom ovanstående citat är ett av två exempel på användning av första persons pronomen som finns i textavsnittet, miljöpolicy undantagen, och eftersom företaget annars genomgående omtalas i tredje person, får det betraktas som avvikande i det här sammanhanget. Det hade varit mer naturligt att konsekvent omtala företaget i tredje person eftersom de anställda omtalas som några utomstående, som inte inkluderas i första persons possessiva pronomen.

Avsnittets avslutande exempel visar hur avsändaren genomgående skriver om företaget och dess ansvarstagande i tredje person:

Koncernens viktigaste råvaror är natur- och syntetgummi. Under 2005 förbrukade Trelleborg totalt 168 000 ton gummiråvara, varav 44 procent naturgummi. (TB05-1)

Ovanstående exempel är mycket representativt för de språkliga strategier som avsändaren tillämpar i samtliga av de avsnitt som behandlar sociala och miljörelaterade frågor i Trelleborgs årsredovisningar. Det distanserade sättet att förhålla sig till den information som här presenteras gör det som sagt visserligen svårt att identifiera en tydlig avsändare, men textinnehållet visar att texterna i första hand vänder sig till andra intressenter än aktieägare, företrädesvis en intresserad allmänhet.

#### *2.1.2.4 Sammanfattning:*

I analysen av hur deltagarna omtalas i texterna är det framför allt H&M:s årsredovisningar som sticker ut i mängden. Avsändaren använder sig här genomgående av första persons pronomen när företaget omtalas, vilket är ovanligt i materialet från de andra företagen om det inte rör sig om VD-brev eller olika företagspolicies.

Det är ganska naturligt att VD:n omtalar sig själv och företaget i första person eftersom det är han (i undersökningens material har VD:arna uteslutande varit män) som står som avsändare i VD-brevet. Att det sedan med högsta sannolikhet inte är han som har skrivit brevet är egentligen inte relevant. Vad som är intressant i det här sammanhanget är vilka språkliga strategier avsändaren använder sig av, oavsett vem denna är. I årsredovisningarnas VD-brev omtalas företaget

och VD:n i första person för att en känsla av närhet till mottagaren ska skapas.

Företagens olika policier kännetecknas av samma mönster: Genom att använda sig av första persons pronomen när företaget omtalas blir avsändaren synonym med företaget. Eftersom företaget självt uttrycker sitt ansvar blir det också mer synligt ansvarstagande i texten.

Avsändaren i Swedish Matchs och Trelleborgs årsredovisningstexter omtalar dock oftast företaget i tredje person. Detta gör det svårt att identifiera en tydlig avsändare. Även om en avsändare som är synonym med företaget kan framstå som mer trovärdig, kan det finnas fördelar med att avsändaren osynliggörs i texten. Om mottagaren av texten inte hela tiden påminns om vem som är avsändare, kan textinnehållet framstå som en mer objektiv redogörelse.

Eftersom omtalsformerna varierar i materialet kan det ibland vara svårt att identifiera en avsändare, men av innehållet att döma vänder sig årsredovisningstexterna som uttrycker någon form av ansvarstagande till en helt annan publik än den som traditionellt har intresserat sig för företagets verksamhet och som tidigare främst utgjorts av aktieägare.

## **2.2 Vilka slags processer dominerar i de texter som uttrycker företagets ansvarstagande i årsredovisningar?**

I följande avsnitt presenteras först en kvantitativ undersökning av hur fördelningen mellan aktiva och passiva satser ser ut i undersökningsmaterialet, samt om de analyserade satserna innehåller någon agent eller inte. Det första avsnittet inleds med en jämförelse av de olika företagen och därefter följer mer ingående exempel för att illustrera hur ansvarstagande uttrycks på olika sätt i texterna.

Det andra avsnittet består av en analys av texternas processer och den modalitet som återfinns i dessa. I första hand undersöks om och i så fall vilka modala hjälpverb som används i texterna och olika tillhörande adverbial som uttrycker företagets inklinering att vara ansvarstagande. Analysen av texternas modalitet är närmast att betrakta som en fördjupad studie av de processer som undersöks inledningsvis och den övergår således i det andra avsnittet från ett ideationellt till ett interpersonellt perspektiv.

### ***2.2.1 Konstrueras meningarna i de undersökta texterna med aktiva eller passiva satser och innehåller de en agent?***

De satser som har analyserats ingår i delar av eller hela textavsnitt där avsändaren explicit uttrycker någon form av antingen socialt eller miljörelaterat ansvarstagande. De har delats in i fyra olika kategorier, beroende på om de innehåller en aktiv- eller passivkonstruktion och om de har någon framträdande agent eller inte.

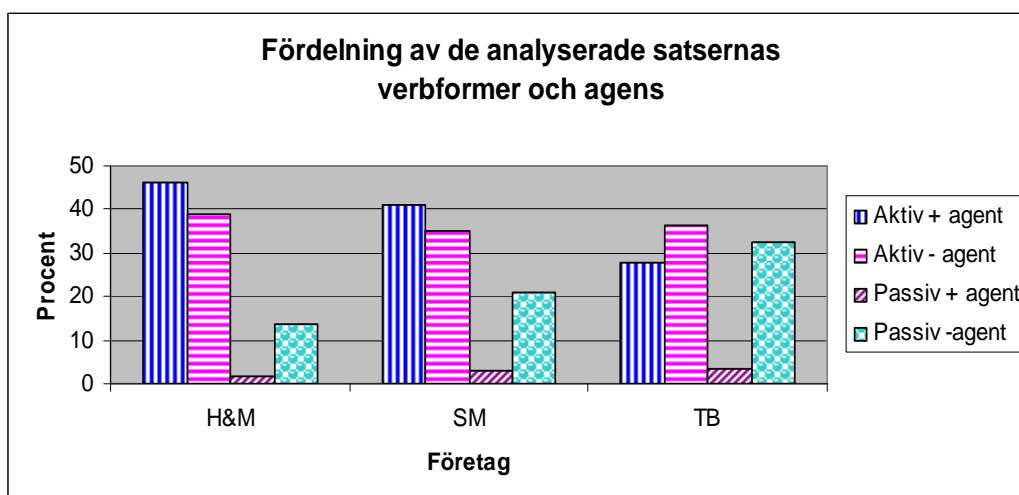
Som framgår av Tabell 1 nedan är aktiva satser, både med och utan agenter, vanligt förekommande i materialet. Signifikant för de aktiva satser som innehåller en agent är att de uttrycker en aktiv handling, där det tydligt framgår vem som utför eller vad som aktiverar denna. De aktiva satser som saknar agent uttrycker vanligtvis enbart ett tillstånd och hur olika saker förhåller sig till varandra.

Passiva satser med agent är mycket sällsynta i materialet, vilket tyder på att konstruktioner med passiv framför allt används i sammanhang där man vill undvika att redogöra för vem eller vad som utför eller ligger bakom en viss handling. Den typ av sats som innehåller en passivkonstruktion men som saknar en agent är förhållandevis vanlig i de undersökta textavsnitten (se Tabell 1 och Figur 1). I de texter som analyserats i Trelleborgs årsredovisningar förekommer passiva satser utan agent t.o.m. oftare än aktiva satser med agent.

Sammanfattningsvis kan konstateras att den aktiva satsen med en agent är den vanligaste satstypen, men att de flesta av de analyserade satserna, om man bortser från om de är aktiva eller passiva, trots allt saknar en agent och därför har en otydlig agens. I avsnitten som följer ges specifika exempel på de olika satstyperna och hur de används i de olika företagens årsredovisningar.

TABELL 1: *Fördelningen av antalet analyserade satser i undersökningsmaterialet.*

<b>Verbform/agens</b> ----- <b>Företag</b>	<b>Aktiv</b> <b>+</b> <b>Agent</b>	<b>Aktiv</b> <b>-</b> <b>Agent</b>	<b>Passiv</b> <b>+</b> <b>agent</b>	<b>Passiv</b> <b>-</b> <b>agent</b>	<b>Totalt antal</b> <b>analyserade</b> <b>verbformer</b>
<b>H&amp;M</b>	143	120	5	42	310
<b>SM</b>	67	57	5	34	163
<b>TB</b>	81	106	10	95	292



FIGUR 1: Procentuell fördelning av de analyserade satserna i undersökningsmaterialet.

#### 2.2.1.1 Hennes och Mauritz:

De textavsnitt som analyserats i H&M:s årsredovisningar innehåller påtagligt många aktiva satser med tydligt framträdande agenter. De aktiva och passiva satser som inte innehåller några agenter är dock något vanligare i undersökningsmaterialet från H&M. Viktigt att framhålla är också att de aktiva satser som innehåller en agent inte alltid uttrycker att just H&M som företag aktivt tar ansvar, utan att de ofta redogör för det ansvar som exempelvis åligger företagets leverantörer. Dessa satser utgör således en viss felmarginal, men är inte tillräckligt många för att påverka resultatet nämnvärt (se Bilaga 2, Tabell 5).

Nedan följer exempel på textstycken som innehåller aktiva satser och tydliga agenter. Det första är hämtat ur VD-brevet i H&M:s årsredovisning från 1995, där VD:n uttrycker sitt och företagets sociala ansvar:

Lika hårda krav som vi ställer på oss själva, ställer vi på våra leverantörer. H&M bedriver sin verksamhet efter klara etiska regler som bland annat innebär att vi aldrig accepterar leverantörer som använder sig av barnarbete. (HM95-1)

Bruket av aktiva meningar med tydliga agenter upplevs inte lika distanserade och uttrycker, i jämförelse med de passiva, en större närhet till mottagaren. I ovanstående exempel framgår det tydligt vilka aktörer som står bakom värderingarna.



Ytterligare ett exempel på hur avsändaren i H&M:s texter använder sig av aktiva konstruktioner i meningar är hämtat från avsnittet ”Vårt sociala ansvar – samarbete för hållbara förändringar” i företagets årsredovisning från år 2005, där olika hjälpprojekt som företaget bedriver i Bangladesh beskrivs:

Under året arrangerade vi också en workshop för våra leverantörer i Bangladesh om vilka rättigheter som gäller vid mammaledighet. Enligt en undersökning som vi låtit genomföra utnyttjar inte ens hälften av kvinnorna sin lagstadgade rätt till mammaledighet. [...] Vi kommer nogsamt att följa hur fabrikerna arbetar med denna fråga framöver. (HM05-1)

De här exemplen på aktiva meningar med tydliga agenter är representativa för en stor andel av de meningar som återfinns i undersökningsmaterialet från H&M.

De flesta av meningarna innehåller en konstruktion med en aktiv verbform, men det är dock långt ifrån alla som innehåller en agent. Det beror på att många av meningarna enbart uttrycker ett tillstånd och inte någon aktiv handling. I H&M:s årsredovisning från år 2000 återfinns följande exempel:

Miljötänkandet är väl förankrat i organisationen.

Projektet syftar till att långsiktigt förbättra dessa leverantörers medvetenhet. (HM00-5)

I ovanstående meningar framgår det inte vad det är som gör att miljötänkandet är *väl förankrat* i företagets organisation, detta är bara ett konstaterande om vad som anses känneteckna organisationen. Det omtalade projektet utför inte heller någon aktiv handling, utan det faktum att det *syftar* till något får här också betraktas som ett tillstånd.

Ett liknande exempel är följande, som är hämtat ur H&M:s årsredovisning från 2005:

Full Audit Programme är ett långsiktigt åtagande, där en konstruktiv dialog med fabriksledningarna är avgörande. (HM05-1)

I det här citatet uttrycks inte någon handling utan istället ett tillstånd, varför det inte heller innehåller någon agent. Aktiva satser som saknar agenter kan dock förmedla mer än bara tillstånd, som i nedanstående citat:

Representanterna genomgår utbildning i miljöfrågor. (HM00-5)

Här återges en aktiv handling, men det framgår inte vem eller vad som är agent. De omnämnda *representanterna* är ett medium som är utsatt för den process som verbet *genomgår* ingår i. Vem eller vilka som utsätter dem för processen, d.v.s. vem eller vilka som utbildar representanterna, framgår inte. Agensen är därför otydlig i det här fallet.

Passiva satser med tydligt framträdande agenter är mycket ovanliga och i undersökningsmaterialet från H&M finns endast fem belägg på den här typen av konstruktioner, varav följande är ett exempel:

Alla produkter märkta med Blomman har kontrollerats av oberoende organisationer för att garantera att de uppfyller de stränga kraven. (HM05-2)

Betydligt vanligare är istället satser som innehåller en passivkonstruktion men saknar en agent. Nedanstående citat är hämtade ur avsnittet ”H&M värnar om miljön i litet och stort” i H&M:s årsredovisning från år 2000:

Under år 2000 utvärderades också olika stärkelsebaserade alternativ till de bärkassar som idag finns i våra butiker.

Våra kemikalierestriktioner, vår egen begränsningslista, uppdateras kontinuerligt. (HM00-5)

Verbens passiveringar gör att avsändaren kan undvika att sätta ut en agent, d.v.s. undvika att tala om vem eller vilka det är som utför de angivna handlingarna. Det framgår inte vem som utvärderar de mer miljövänliga alternativen till företagets bärkassar eller vem som uppdaterar dess kemikalierestriktioner.

Ytterligare ett exempel återfinns i avsnittet ”Vårt sociala ansvar – samarbete för hållbara förändringar” i företagets årsredovisning från år 2005:

Full Audit programme är ett långsiktigt åtagande, där en konstruktiv dialog med fabriksledningarna är avgörande. Under 2005 har metodiken färdigställts, samtliga auditörer har utbildats i det förbättrade arbetssättet och fabriksrevisioner enligt den nya modellen har börjat implementeras. (HM05-1)

Här beskriver avsändaren hur den s.k. plattformen för arbetet med företagets uppförandekod *Full Audit Programme* har utvecklats under

det gångna året. Vem eller vilka det är som har färdigställt den omtalade metodiken, utbildat auditörerna och implementerat den nya sortens fabriksrevisioner framgår dock inte. Det är således mest vanligt att agenten inte är angiven i de meningar eller satser som innehåller konstruktioner med passiv. Som tidigare nämnts visar analysen av de utvalda textavsnitten i H&M:s årsredovisningar att både aktiva och passiva meningar är mycket vanliga i undersökningsmaterialet, men att deras agens ofta är otydlig.

### 2.2.1.2 *Swedish Match:*

I de undersökta textavsnitten i Swedish Matchs årsredovisningar tillämpas i stort sett samma språkliga strategier som i H&M:s med avseende på de processer som analyserats. En stor del av meningarna saknar en agent, men den mest frekvent förekommande konstruktionen består av en aktiv verbform med en tillhörande agent. Procentuellt sett brukas dock passiva meningar med agenter i en något större utsträckning.

I ett av de avsnitt som behandlar Swedish Matchs miljöarbete är antalet passiva meningar nästan lika stort som antalet aktiva, men i ett sammanhang är de sistnämnda påtagligt många och det är när företagets miljöpolicy beskrivs. Följande exempel är hämtat från denna:

Swedish Match ska på alla platser tillämpa miljöledningssystem, utformat för att förebygga förorening och reducera risker för negativa miljökonsekvenser

Swedish Match ska mäta alla kommersiella initiativ med både finansiella och miljömässiga kriterier

Swedish Match ska identifiera och gradvis genomföra förändringar i varje fas av livscykeln hos våra produkter, processer och tjänster för att minska negativa miljöaspekter som kan kränka villkoren för ett hållbart samhälle (SM00-3)

Samtliga av ovanstående meningar innehåller en eller flera agenter och aktiva verbformer. Det framgår alltså mycket tydligt vilka det är som ska genomföra de olika handlingar som betonas som viktiga i företagets miljöarbete. Det första exemplet innehåller som nyss konstaterats en konstruktion med en aktiv verbform och en tydlig agent, men här har också en tänkbar agent utslutits: Det går inte att läsa sig till vem eller vilka som har utformat de miljöledningssystem som nämns i texten.

Liksom i det förra avsnittet ser vi här ett exempel på hur en verbform kan uttrycka en aktiv handling utan att en agent finns tydligt angiven.

Även i Swedish Matchs årsredovisning från 2005 är det tydligt att man företrädesvis väljer att använda sig av aktiva verbformer och tydliga agenter när man ska redogöra för innehållet i företagets uppförandekod. Följande citat återger några av de punkter i uppförandekoden som presenteras i avsnittet ”Socialt ansvarstagande och miljö”:

- Swedish Match tolererar inte barnarbete i enlighet med FN-konventionen om barns rättigheter. Koncernen tolererar inte heller tvångsarbete eller någon form av diskriminering på grundval av etnisk tillhörighet, religion, ålder eller kön och hävdar att varje anställd har rätt att frivilligt ansluta sig till föreningar enligt lokala lagar och regler. (SM05-3)

Här är det också mycket tydligt att det är företaget som utför de olika aktiva handlingarna där agenterna är tydliga och synonyma med företagskoncernen.

De flesta av de exempel på aktiva meningar som hittills redovisats innehåller tydliga agenter och de uttrycker olika former av handlingar. I undersökningsmaterialet från Swedish Match är den här typen av meningar vanlig, men det förekommer även meningar med aktiva verbformer som enbart uttrycker tillstånd och som därför inte innehåller några agenter. Ett exempel på meningar av det här slaget är följande:

Inom Swedish Match finns en lång tradition av ansvar för samhälle och miljö. Det finns en medvetenhet om att koncernen kan ge ett positivt bidrag till samhällets utveckling genom att engagera sig i flera projekt. (SM05-3)

Citaten återger satser som inte uttrycker några handlingar utan tillstånd: Det framgår inte vad det är som frammanat eller påverkat dessa tillstånd. Det konstateras bara hur det ligger till och agenten synliggörs inte.

I Swedish Matchs årsredovisning från 2005 återfinns följande citat som är ett exempel av många på en mening som saknar en agent men som har en aktiv verbform:

Socialt ansvar är per definition en bred och mångfacetterad fråga. (SM05-3)

Ovanstående är ett konstaterande som beskriver ett tillstånd, men det talas aldrig om vad det är som gör det sociala ansvaret till en bred och

mångfacetterad fråga. *Socialt ansvar* är här enbart ett medium som torde påverkas av yttre omständigheter, d.v.s. en agent, men avsändaren övergår sedan till att redogöra för hur Swedish Match har valt att bygga upp sina riktlinjer runt frågor som anses vara relevanta för koncernen.

Nedanstående exempel innehåller ett par aktiva verbformer och en passiv, men saknar helt agenter:

De ekonomiskt viktigaste anläggningarna och verksamheterna är miljöcertifierade, och 80 procent av koncernens försäljning beräknas komma från produktionsenheter som är miljöcertifierade. (SM05-3)

Den passiva verbformen *beräknas* gör att agenten inte behöver anges, vilket gör att det inte framgår vem det är som gör beräkningen. Vidare är det inte heller tydligt vilka det är som har miljöcertifierat företagets produktionsenheter. I ovanstående exempel används alltså två språkliga strategier som gör det möjligt att undvika agenten.

En vanlig strategi för att undvika att sätta ut agenten är att använda sig av konstruktioner med passiverade verbformer, vilket följande är ett exempel på:

Verksamheten är tillståndspliktig enligt miljöskyddslagen och tillståndet gäller tills vidare. Bullernivåer, lagring av timmer, och utsläpp av lösningsmedel regleras. Under året har verksamheten tagit över viss tryckeriverksamhet från Belgien. Eftersom detta påverkar användningen av kemikalier har myndigheterna informerats, och det förväntas inte föreligga några problem att utöka tillståndet. (SM00-3)

I det här exemplet har avsändaren som synes helt utelämnat agenten och det framgår därmed inte vilka som utför eller har utfört de olika handlingar som räknas upp. När konstruktioner med passiva verbformer används är det på det här sättet enklare att undgå att tala om vems eller vilkas agerande eller vad som sätter igång en viss process.

Till skillnad från de texter som analyserats i H&M:s årsredovisningar innehåller dock Swedish Matchs procentuellt fler meningar som har både en passiv verbform och en tydlig agent. Följande exempel återfinns i företagets årsredovisning från år 2005:

Växthuseffekten anses av många forskare vara ett av de allvarligaste globala miljöproblemen. Swedish Match arbetar målmedvetet med ett antal åtgärder som bland annat följs upp av det svenska försäkringsbolaget Folksam Klimatindex. (SM05-3)

I den första meningen kunde avsändaren ha valt att utelämna agenten, men har här ändå valt att sätta ut den. Meningen är ändå ganska diffust formulerad eftersom det inte framgår vilka forskare som är av den här uppfattningen. Det finns anledning att återkomma till detta i analysen av texternas modalitet.

Konstruktionen av den andra meningen och dess passiva verbform gör det svårare att utesluta agenten. Här är det också tydligt att avsändaren vill framhålla att företaget granskas av en tredje part och det är troligt att det mest naturliga var att använda sig av en konstruktion med passiv för att variera språkbruket och samtidigt introducera agenten i sammanhanget. I ovanstående exempel är det uppenbarligen viktigt för avsändaren att ange de båda agenterna eftersom de fyller en auktoritär funktion och ger tyngd åt de påståenden som återges i textstycket.

Av ovanstående att döma används konstruktionerna med passiv av framför allt två skäl; dels för att avsändaren ska kunna undvika att nämna agenten, dels för att denne ska kunna variera ordföljden. Agenten utlämnas dock både i aktiva och passiva satser och som nämnts tidigare är konstruktioner med utelämnade agenter de mest frekvent förekommande i materialet. Satser med aktiva verbformer och agenter utgör däremot den enskilt vanligaste konstruktionen.

### *2.2.1.3 Trelleborg:*

Trelleborgs årsredovisningar innehåller, till skillnad från de andra företagens, textavsnitt där avsändaren har använt uppseendeväckande många passiva satser utan agenter. Dessa överskrider t.o.m. antalet aktiva satser med agenter som är den mest vanliga konstruktionen i undersökningsmaterialet från de andra företagen. Den höga frekvensen med passiva satser utan agent tyder på att man i Trelleborgs årsredovisningar har tillämpat en annan språklig strategi än den som använts i H&M:s och Swedish Matches.

Vidare återfinns även några exempel på passiva satser med tydliga agenter och i förhållande till antalet analyserade satser i Trelleborgs årsredovisningar är de (procentuellt sett) ungefär lika många som i de analyserade textstyckena i undersökningsmaterialet från Swedish Matches.

Den mest frekvent förekommande konstruktionen i de analyserade textavsnitten i Trelleborgs årsredovisningar är en aktiv sats där agenten uteslutits. Materialet innehåller mer än dubbelt så många satser med otydlig agens än med tydlig agens (se Tabell och Figur 1 ovan).

Nedanstående citat innehåller aktiva verbformer som dels redogör för en aktiv handling, dels beskriver ett tillstånd. Det är hämtat ur avsnittet ”Människor och miljö” i Trelleborgs årsredovisning från år 2005:

Den koncerncentrala miljöfunktionen, som är en del av koncernstab Juridik, ansvarar för utveckling, samordning och utbildning i miljöfrågor och har ett nära samarbete med Personal och Risk Management-funktionerna i frågor som rör hälsa och säkerhet. (TB05-1)

Här är agenten som hör ihop med den aktiva verbformen i den första huvudsatsen tydligt angiven. Det råder inget tvivel om vilka det är som *ansvarar* för de olika frågor som rör företagets miljöarbete. Det uppges dessutom att agenten även är inkopplad i frågor som rör hälsa och säkerhet. Detta är dock närmast att betrakta som ett tillstånd eftersom verbet *har* inte uttrycker någon aktiv handling.

Ett annat exempel på en aktiv mening som saknar agent är följande, som är mycket representativ för materialet:

Information om miljöfrågor är av vikt vid introduktionen för nyanställda. (TB95-1)

Ovanstående citat beskriver också bara ett tillstånd och det framgår inte vem eller vilka som ansvarar för att ge den omnämnda informationen. Direkt efter den nyss citerade meningen följer nästa exempel som visar hur avsändaren ofta använder passiva verbformer, men utelämnar agenten:

Därutöver ordnas miljödaggar för olika kategorier anställda. (TB95-1)

Här framgår det inte heller vem som anordnar miljödagarna för de anställda.

Som nämndes i inledningen till det här avsnittet innehåller de analyserade textstyckena i Trelleborgs årsredovisningar en stor mängd passiva satser och meningar som saknar agenter enligt ovanstående mönster. I en inledande paratext som redogör för Trelleborgs övergripande miljöpolicy i företagets årsredovisning från 1995 återfinns ett flertal exempel på denna språkliga företeelse:

3 God hushållning med energi och råvaror skall eftersträvas.

5 Miljöskydd skall utformas efter vad som är miljömässigt motiverat, tekniskt möjligt och ekonomiskt rimligt.

6 Miljöarbetet skall löpande granskas och utvecklas. (TB95-1)

Det är möjligen underförstått att det är Trelleborg som ska utföra ovanstående handlingar eftersom de beskrivs i företagets miljöpolicy, men avsändaren har alltså valt att passivera verben och därigenom undvikit att sätta ut agenten.

Liknande exempel på meningar som innehåller konstruktioner med passiva verbformer utan agenter återfinns även i Trelleborgs årsredovisningar från år 2000 och 2005. Följande exempel är hämtade ur miljöavsnittet i företagets årsredovisning från år 2000:

Av miljöredovisningen framgår det att många åtgärder har vidtagits för att förbättra miljö- och arbetsmiljöorganisationen vid koncernens fabriker.

I samband med de miljöutredningar som genomförts inom koncernen granskas på vilka sätt den enskilda anläggningens processer, produkter och tjänster påverkar miljön. (TB00-2)

Båda exemplen saknar agenter och det framgår därför inte vilka det är som utför de omtalade handlingarna. Det nämns visserligen att miljöutredningarna har genomförts *inom koncernen*, men det specificeras aldrig vilka som är direkt ansvariga för dessa eller vilka det är som granskar verksamhetens påverkan på miljön.

Ytterligare ett exempel från samma kategori kommer från samma avsnitt och följer efter ett konstaterade att mark- och grundvattnet är förorenat vid ett flertal av koncernens anläggningar:

Vid anläggningen vid Tivoli i Italien har mycket omfattande undersökningar genomförts och ett saneringsprogram för lösningsmedel i grundvatten har införts. Vid anläggningar i USA, Sverige, Belgien, Holland och Spanien har det konstaterats att det finns föroreningar och olika typer av åtgärder pågår för att utvärdera dessa. (TB00-2)

Även här är agenten genomgående otydlig och det framgår inte om det är företaget självt eller någon utomstående part som har genomfört de omfattande undersökningar som nämns i texten. Det går inte heller att läsa sig till vem eller vilka det är som har infört det omtalade saneringsprogrammet. Vidare är det svårt att avgöra om det är företaget eller någon tredje, kritisk part som har konstaterat att företagets anläggningar har orsakat föroreningar i de olika länderna.

Att sätta ut agenter efter passiva verbformer är inte lika vanligt som att utesluta dem, men det förekommer, så även i Trelleborgs



årsredovisningstexter. I företagets årsredovisningar från 2000 och 2005 finns några exempel på meningar med passiva verbformer och agenter. I de flesta fall där denna meningstyp förekommer är det verbet *påverka* som passiverats:

Trelleborgskoncernen påverkas av anställdas, kunders och samhällets engagemang i frågor kring hälsa, säkerhet och miljö. (TB00-2)

Kommunala reningsverk och vattendrag kan påverkas av kemiska produkter och andra utsläpp.(TB00-2)

Utöver detta påverkas miljön även av transporter, samt historisk förorening av mark och grundvatten.(TB05-1)

Att det är just den passiva verbformen *påverkas* som följs av en agent är naturligtvis inte så underligt eftersom denna mer eller mindre kräver en efterföljande agent. Att det är detta verb som oftast passiveras och sedan följs av en agent tyder dock på att den här typen av konstruktion är ganska sällsynt i undersökningsmaterialet från Trelleborg.

Sammanfattningsvis är passiva meningar och satser som uttrycker någon form av handling utan att innehålla någon agent och aktiva meningar och satser som uttrycker ett tillstånd utan att ange någon agent de meningstyper som förekommer mest frekvent. Mindre vanliga är meningar som innehåller konstruktioner med antingen en passiv eller aktiv verbform och en agent. Agensen är således ofta mycket otydlig i de analyserade textavsnitten i Trelleborgs årsredovisningar.

#### 2.2.1.4 Sammanfattning:

Den kvantitativa undersökningen av texternas olika processer visar att den aktiva satsen med en agent är den vanligaste satstypen. Antalet aktiva och passiva satser som saknar en agent är dock flest till antalet, vilket gör att agensen genomgående är otydlig i materialet. Viktigt att notera är att de aktiva satser som saknar en agent oftast beskriver ett tillstånd.

De analyserade textstyckena i H&M:s årsredovisningar innehåller påtagligt många aktiva satser med tydligt framträdande agenter, även om de följer ovanstående mönster och till största delen består av satser som inte har någon agent. Avsändaren i H&M:s texter redogör ofta för det ansvarstagande som åligger företagets leverantörer och i samband med

detta ökar också antalet aktiva satser med agenter. Det stora antalet satser av det här slaget står med andra ord inte i direkt proportion till det ansvar som H&M säger sig ta.

Med avseende på texternas processer använder sig avsändaren i Swedish Matches årsredovisningar i stort sett av samma språkliga strategier som den i H&M:s. Det sammanlagda antalet av både aktiva och passiva satser som saknar en agent överstiger de som innehåller en agent. Den vanligaste konstruktionen består dock även här av en aktiv verbform med tillhörande agent.

Trelleborg är det företag som i det här sammanhanget utmärker sig i materialet. Avsändaren i företagets årsredovisningar använder sig av påfallande många passiva satser utan agenter och dessa överskrider t.o.m. antalet aktiva satser med agenter. Den vanligaste satskonstruktionen består dock av en aktiv verbform utan tillhörande agent. Att antalet satser med otydlig agens är större än det som har en tydlig sådan är med andra ord något som de undersökta texterna i Trelleborgs årsredovisningar har gemensamt med de andra företagens.

### ***2.2.2 Modalitet och ansvarstagande i de undersökta texterna***

I analysen av de processer som återfinns i de undersökta textavsnitten, ingår även en analys av den modalitet som uttrycks. Liksom analysen av olika omtalsformer, är denna närmast att betrakta som en fördjupning i texternas interpersonella betydelse.

Analysen av texternas modalitet tar alltså sin utgångspunkt i olika processer och den diskuteras framför allt i termer av inklinations och frekvens. Det betyder att verb med eventuellt tillhörande modala hjälpverb och adverbial fokuseras i första hand. Syftet är att ge en så bred översikt över undersökningsmaterialet som möjligt.

#### ***2.2.2.1 Hennes och Mauritz:***

De undersökta avsnitten i H&M:s årsredovisningar präglas av en förhållandevis stark modalitet. Den huvudsakliga anledningen till detta är att avsändaren inte använder sig av särskilt många modala hjälpverb. Det är framför allt när företagets leverantörer omtalas som hjälpverb av det här slaget brukas och analysen visar att det både har en positiv och en negativ inverkan på textens trovärdighet.

H&M och leverantörerna – ett asymmetriskt förhållande:

I de två första årsredovisningarna som ingår i undersökningsmaterialet från H&M uttrycks företagets värderingar särskilt starkt i sammanhang där dess leverantörer omtalas. Följande exempel är hämtat ur H&M:s årsredovisning från 1996 och belyser detta:

Lika hårda krav som vi ställer på oss själva ställer vi på våra leverantörer. H&M bedriver sin verksamhet efter klara etiska regler som bland annat innebär att vi aldrig accepterar leverantörer som använder sig av barnarbete. Skulle något sådant uppdagas avbryter vi omedelbart samarbetet med leverantören. (HM96-1)

I exemplet gör avsändaren ett starkt ställningstagande mot barnarbete och förklarar att det inte tolereras av företaget. Av intresse här är framför allt de aktiva verbformer som används utan modala hjälpverb. Avsaknaden av dessa gör att informationen i ovanstående exempel presenteras som något självklart. Adverbialen *aldrig* och *omedelbart* förstärker det ställningstagande som görs i texten.

Även i H&M:s årsredovisning från 2000 uttrycks en stark modalitet i samband med att företagets leverantörer omtalas:

När leverantörer ingår avtal med H&M förbinder de sig att leva upp till våra höga krav. Kraven vi ställer avser brandsäkerhet, arbetsmiljö, rätt till fackligt engagemang och minimilöner samt att barnarbete, orimliga arbetstider, tvångsarbete och diskriminering inte får förekomma.  
[...] Våra leverantörer måste också följa våra kemikalierestriktioner, för att på så sätt minska påverkan på miljön under produktion samt vid förbränning av uttjänta kläder. (HM00-1)

Inledningsvis används även här aktiva verbformer utan modala hjälpverb; leverantörerna *förbinder* sig till att uppfylla de krav som H&M *ställer*. Företagets ansvar beskrivs med konstateranden och avsändaren förhåller sig till detta på ett neutralt sätt. I exemplet återfinns dock även två modala hjälpverb; *får* och *måste*. Satsadverbialen *inte* som föregår det modala hjälpverbet *får* markerar att företaget inte tillåter barnarbete, orimliga arbetstider, tvångsarbete och diskriminering. Det är framför allt vid användningen av det modala hjälpverbet *måste* som företaget markerar hur det står över leverantören. Avsändaren uttrycker här ett tvång som företaget ålägger leverantören. Det modala hjälpverbet gör också att företagets värderingar understryks och betonas.

I H&M:s årsredovisning från 2005 tycks den språkliga strategin till en början vara densamma som i de andra årsredovisningarna, men när tillämpningen och efterlevnaden av företagets uppförandekod specificeras i en paratext, uttrycks dock inte en lika stark modalitet:

Alla H&M:s leverantörer får skriva på ett avtal där de förklarar sin avsikt att följa uppförandekoden. Alla leverantörer uppfyller inte alla krav från början. För att bli accepterad som leverantör måste de då ta fram en handlingsplan för hur de ska uppnå de förbättringar som H&M erfordrar. Upprepade eller allvarliga brott mot koden kan leda till att H&M avbryter samarbetet.

H&M kan inte garantera att alla de krav som ställs i uppförandekoden är uppfyllda hos samtliga leverantörer som tillverkar de varor som vi säljer. Men vi kan garantera att vi bedriver ett seriöst och långsiktigt arbete för att uppnå varaktiga förändringar som på ett meningsfullt sätt förbättrar arbetsförhållandena för de anställda på de fabriker som tillverkar varor för H&M. (HM05-1)

Leverantörerna *får* skriva på ett avtal, vilket antyder att företaget ger dem sin tillåtelse att göra det. Ett modalt hjälpverb som hade kunnat användas istället är *måste*, men det har avsändaren medvetet eller omedvetet valt att inte göra. I avtalet förklarar leverantörerna sin *avsikt* att följa uppförandekoden, ett ordval som också minskar trovärdigheten. Det räcker med att leverantörerna har avsikten att följa uppförandekoden för att de ska bli accepterade av företaget. Om de sedan gör det eller inte tycks av formuleringarna att döma inte vara lika viktigt. Upprepade eller allvarliga brott mot uppförandekoden *kan* leda till att H&M avbryter samarbetet, men det är inte en garanterad påföljd. Vad som bedöms vara allvarliga brott specificeras inte heller.

Den modalitet som uttrycks i ovanstående exempel är däremot starkare när avsändaren beskriver vad leverantören *måste* göra för att bli accepterad av företaget. Denna *ska* uppnå de förbättringar som företaget kräver i uppförandekoden.

De handlingar som företaget utför uttrycks som i tidigare exempel främst med aktiva verbformer, utan modala hjälpverb. Avsändaren förhåller sig med andra ord även här ganska neutralt till det sociala arbete som H&M bedriver. I exemplets andra stycke står dock att läsa att H&M inte *kan* garantera att alla krav som återfinns i uppförandekoden är uppfyllda i av samtliga leverantörer, men att företaget *kan* garantera att det arbetar för att förbättra arbetsförhållandena för de anställda på leverantörernas fabriker. Det modala hjälp verbet *kan* uttrycker en slags potential; företaget garanterar inte att det arbetar för förbättrade arbetsförhållanden, utan uttrycker

snarare att möjligheten för dem att garantera detta finns. Modaliteten i det här exemplet är således genomgående mycket svagare än i de andra exemplen som hittills har redovisats.

En tredje part ökar trovärdigheten för företagets sociala ansvarstagande:

Avsändaren i H&M:s årsredovisning från 2005 hänvisar ofta till olika utomstående parter som utvärderar företagets sociala arbete och detta görs oftast i samband med att denne beskriver olika projekt som företaget deltar i eller själv driver. Detta är ett sätt att öka trovärdigheten för det sociala arbete som företaget genomför. Frågan är vilken språklig strategi avsändaren använder sig av för att göra detta och om syftet uppnås i texten? I följande exempel omtalas hur företaget stödjer olika utomstående organisationer och deltar i deras projekt, samtidigt som det driver egna projekt i sina olika tillverkningsländer:

H&M deltar i FN:s Global Compact och stödjer dess tio principer. Vi vill därmed visa att vi respekterar de mänskliga rättigheterna och är beredda att bidra till en uthållig utveckling inom de områden vi kan påverka.

(HM05-1)

De huvudverb som inte har några modala hjälpverb som *deltar* och *respekterar* uttrycker en stark modalitet på så sätt att de språkligt inte kan ifrågasättas – de utgör enbart konstateranden. I exemplets andra mening återfinns dock det modala hjälp verbet *vill* som snarare uttrycker en ambition än en handling. Likadant uttrycker det modala hjälp verbet *kan* i den sista meningen enbart en möjlighet att påverka, inte att företaget faktiskt gör det. Att företaget säger sig vara *beredd* på att bidra till en hållbar utveckling indikerar också att det i dagsläget faktiskt inte gör det.

Nästa exempel beskriver ett projekt som H&M driver tillsammans med en lokal organisation i Bangladesh:

I Bangladesh har H&M också inlett ett samarbete med en lokal organisation om utbildning av fabriksanställda i arbetsrättsfrågor. /.../ Vi kan redan se hur detta har lett till en attitydförändring – med en ökad medvetenhet om sina rättigheter följer också modet att ställa krav.

(HM05-1)

Modaliteten är här stark; avsaknaden av modala hjälpverb gör att avsändaren förhåller sig på ett neutralt sätt till det som beskrivs i texten.

Värt att notera är dock det modala hjälp verbet *kan* som förekommer vid ett tillfälle. Påståendet att företaget redan ser hur projektet har fått konsekvenser uttrycks med en viss försiktighet. Möjligheten att se den attitydförändring som omtalas finns, men det tycks inte vara något som är påtagligt. Av ovanstående analys att döma kan således slutsatsen dras att det sociala arbetet som H&M utför rent konkret redovisas med vissa förbehåll.

Ansvar för miljön:

De båda avsnitt som ingår i undersökningsmaterialet och som specifikt behandlar H&M:s miljöarbete är mycket snarlika. Avsnittet i företagets årsredovisning från 2005 uttrycker möjligen en något starkare modalitet i brödtexten jämfört med det i årsredovisningen från 2000, men modaliteten är mycket stark i båda avsnitten när företagets miljöpolicy återges. Anledningen till det är framför allt att den presenteras på nästan exakt samma sätt de här åren. Innan några punkter ur miljöpolicyen återges, ska dock ett par exempel från brödtexten redovisas:

H&M arbetar fortsatt för minskad förbrukning och ökad återvinning av förpackningar, galgar, dekorationsmaterial, förbrukningsmaterial med mera.

Under år 2000 utvärderades också olika stärkelsebaserade alternativ till de bärkassar som idag finns i våra butiker. H&M kommer att fortsätta bevaka utvecklingen av dessa och andra alternativa material. (HM00-5)

Huvudverbet *arbetar* uttrycker en stark modalitet och avsändaren förhåller sig här neutral till företagets miljöarbete. I det här exemplet förekommer även ett annat huvudverb, nämligen *utvärderades*, men dess passiva form gör att trovärdigheten i texten försvagas. Det är svårt att framstå som trovärdig när man inte talar om vem eller vilka som utför en handling. Även det temporala hjälp verbet *kommer* gör att textens trovärdighet minskar. Det indikerar visserligen att H&M ska fortsätta att bevaka utvecklingen, men det uttrycker inte samma säkerhet som t.ex. hjälp verbet *ska* gör.

Följande exempel är hämtat ur företagets årsredovisning från 2005 och uttrycker som tidigare nämnts en något större trovärdighet.

H&M strävar aktivt efter att ersätta farliga substanser med bättre alternativ. Vi tillämpar försiktighetsregeln, det vill säga vi förbjuder substanser som kan tänkas vara skadliga för människan och miljön, på ett tidigt stadium. (HM05-2)

Här används näst intill genomgående aktiva verbformer utan modala hjälpverb, vilket gör att texten förmedlar en hög grad av trovärdighet. Det modala hjälp verbet *kan* styrker paradoxalt nog textens trovärdighet i det här fallet genom att avsändaren förklarar att företaget t.o.m. förbjuder de substanser, där man enbart har en misstanke om att de kan vara skadliga.

När företagets miljöpolicy ska redovisas används dock i första hand det modala hjälp verbet *ska*, vilket kan tolkas som en strategi att skapa förtroende hos textens mottagare:

Vi skall: / Vi ska...

- alltid ta hänsyn till vår personals och våra kunders hälsa och säkerhet.  
[...]
- utveckla nya och kontinuerligt förbättra existerande miljökrav för inköp av produkter och tjänster. /.../ (HM00-5/HM05-2)

I exemplet har även olika adverbial som uttrycker frekvens strukits under, eftersom dessa bidrar till att förmedla hur företaget förhåller sig till sitt ansvar i miljörelaterade frågor. Adverbialen *alltid* gör att företaget har svårt att undvika sitt ansvar, medan *kontinuerligt* är mer godtyckligt och öppet för tolkningar. Att samtliga meningar inleds med det modala hjälp verbet *ska* gör dock att textens trovärdighet ökar. Denna språkliga strategi tillämpas i de flesta företags olika policier och avsändaren uttrycker på det här sättet ett stort ansvarstagande.

#### 2.2.2.2 Swedish Match:

Liksom i H&M:s årsredovisningstexter gör avsaknaden av modala hjälpverb att modaliteten i Swedish Matchs texter på flera ställen är mycket stark. Det är framför allt fallet när avsändaren osynliggörs och på ett neutralt sätt redogör för företagets verksamhet och det indirekta sociala ansvar det har vid distributionen av de artiklar som det producerar. Modaliteten är dock inte lika stark när avsändaren uttrycker företagets ansvarstagande i andra sociala och miljörelaterade frågor.

Ansvarstagandet som följer med företagets verksamhet:

Även om Swedish Match inte tar upp vilka konsekvenser företagets produkter kan medföra för dess konsumenter i det avsnitt som specifikt

behandlar dess sociala ansvar, är det något som avsändaren i företagets årsredovisningar ändå förhåller sig till, varför det också tas upp här.

Avsändaren i de texter som behandlar företagets verksamhet och produktion, argumenterar för dess produkter genom att hävda snusets fördelar gentemot cigaretters och rökningens nackdelar. Följande citat är hämtat ur VD-brevet i årsredovisningen från 2000 och visar hur avsändaren, i det här fallet företagets VD, tar ställning mot tobaksbruk bland omyndiga konsumenter:

Vi har därtill alltid varit tydliga i vårt ställningstagande angående tobaksbruk – det är en vuxenprodukt som inte bör brukas av någon under 18 år. (SM00-1)

Modaliteten i ovanstående exempel är stark så till vida att den första huvudsatsen saknar modala hjälpverb. Bruket av perfekt gör att det är svårt att rent språkligt ifrågasätta det som sägs här och adverbialet *alltid* förstärker dessutom modaliteten ytterligare eftersom det uttrycker en frekvens som inte ger utrymme för några alternativa tolkningar. Det modala hjälp verbet *bör* förmedlar vad avsändaren anser om tobaksbruk bland omyndiga konsumenter, men det uttrycker inte något pålagt tvång ovanifrån och är vagare än det t.ex. det modala hjälp verbet ska.

I följande exempel, som är hämtat ur samma textavsnitt, är dock modaliteten inte lika stark vad gäller det sociala ansvaret:

Svenskt snus har tvåhundraåriga traditioner, men det är Swedish Matches mycket långsiktiga arbete som skapat dagens snussuccé. En innovativ produktutveckling med satsning på att reducera och i möjligaste mån eliminera skadliga ämnen – från tobaksfröet över produktionen med unika processer till kylförvaring i butikerna – gör Swedish Matches snus till en unik tobaksprodukt. (SM00-1)

När företagets huvudsakliga produkt, d.v.s. snuset, omtalas görs det i mycket positiva ordalag där värderande ord som *snussuccé* och *unika* bidrar till att förmedla bilden av en mycket framgångsrik produkt. Detta görs dock enbart utifrån ett försäljningsinriktat perspektiv. I förbigående nämns hur man satsar på att *reducera* och *i möjligaste mån eliminera* skadliga ämnen i snuset, men av detta framgår att det trots allt fortfarande finns skadliga ämnen i produkten. Avsändaren uttrycker sig här alltså med en viss försiktighet och tillägget *i möjligaste mån* är ett relativt begrepp som kan tolkas på ett godtyckligt sätt. Detta gör att modaliteten i texten blir mindre stark.

I det avsnitt som beskriver hur företagets verksamhet i vissa avseenden stöds av en del forskare som anser att snusning är ett bättre



alternativ än rökning och ett sätt att vänja sig av med sitt cigarettberoende, är avsändaren som nämnts i tidigare avsnitt osynliggjord. Swedish Match nämns överhuvudtaget inte i det här avsnittet, vilket gör att mottagaren av texten kan få uppfattningen att den är skriven av en neutral avsändare. Den argumentation som förekommer här gör dock att det ändå framgår ganska tydligt vilket budskap man här vill få fram. Modaliteten i avsnittet är genomgående ganska stark, förutom i ett par exempel, varav ett utav dem återfinns nedan. I exemplet omtalas en rapport som den svenska socialstyrelsen publicerade 2005:

Frågan som ställs i rapporten är om ett ökat snusande medför motsvarande hälsorisker som rökning. Den konstaterar visserligen att ”de långsiktiga hälsomässiga effekterna av snus är ofullständigt utforskade”. Samtidigt pekar man på att det nu finns en rad epidemiologiska studier gjorda som inte visar på någon förhöjd risk för hjärt- och kärlsjukdomar eller för cancer i munhåla och magsäck.

”En preliminär analys vid Epidemiologiskt centrum har inte heller kunnat visa på någon överrisk för hjärt-kärlsjukdomar av snus användning, medan rökning visade kraftig överrisk”, slår rapporten fast.

Sammanfattningsvis anser rapportförfattarna att alla tillgängliga data tyder på att nettoeffekterna av de ändrade tobaksvanorna i Sverige är positiva ur folkhälsosynpunkt. Detta eftersom det dokumenterat är så mycket farligare att röka än att snusa. (SM05-2)

Avsändaren argumenterar här för de fördelar snusning har i jämförelse med rökning och förhåller sig i samband med detta till den Folkhälsorapport som publicerats av Socialstyrelsen. När avsändaren refererar rapportens innehåll, görs det på ett sätt som får det att verka som att författarna till rapporten stödjer konsumtionen av snus. De inte odelat positiva citat som återgivits från rapporten överskuggas av avsändarens argumentation för snusets positiva inverkan på folkhälsan. I dessa citat återfinns dock konstateranden som att snusets långsiktiga påverkan på folkhälsan är *ofullständigt utforskade*, vilket indikerar att man än så länge inte kan dra några slutsatser om snusets eventuella skadeeffekter. Vidare står det också att läsa att en *preliminär* analys inte *har kunnat visa* att snuset medför en *överrisk* för hjärt- och kärlsjukdomar. Den analys som omtalas ger således endast ett preliminärt och därför osäkert utlåtande och det modala hjälpverbet *kunnat* antyder också en viss försiktighet i påståendet. Det talas om en *överrisk*, vilket tyder på att snusning kanske inte medför samma risk som rökning, men att den ändå medför en viss risk. De citat som avsändaren refererar till i texten är förövrigt tagna ur sitt sammanhang,

vilket gör det svårt att bedöma om den ursprungliga rapporttexten är övervägande positiv eller negativ till snusning.

Avsändaren uttrycker själv en viss försiktighet i ovanstående exempel. Här slås det fast att snusning inte medför *motsvarande* hälsorisker som rökning, men det framgår inte hur stora de mindre hälsoriskerna som snusning medför är. Det står också att läsa att snuset *inte visar* någon *förhöjd* risk för hjärt- och kärlsjukdomar. Bruket av ett huvudverb utan ett modalt hjälpverb stärker till viss del modaliteten, men adjektivet *förhöjd* får mottagaren att undra vad avsändaren har för utgångspunkt. Medför snusning en viss risk för hjärt- och kärlsjukdomar eller inte?

När avsändaren hänvisar till *alla tillgängliga data* styrks trovärdigheten i texten, men de *nettoeffekter* som sedan omtalas kan tolkas ganska godtyckligt. Här är återigen avsändarens utgångspunkt öppen för tolkningar. Är nettoeffekterna alltigenom positiva, eller innebär de en mindre förbättring av ett från början mycket dåligt allmäntillstånd bland den svenska befolkningen? Exemplet mening indikerar att den sistnämnda tolkningen kan ha en viss sanningshalt. Här framhåller avsändaren att det är *så mycket farligare* att röka än att snusa och att det den förändrade tobakskonsumtionens positiva nettoeffekter beror på detta. Hur farligt det är att snusa specificeras dock aldrig, bara att det är mycket farligare att röka.

Det citerade avsnittets modalitet är som tidigare nämnts, ovanstående exempel undantaget, mycket stark. Detta beror framför allt på att avsändaren tillämpar en språklig strategi där innehållet i texten till största delen utgörs av till synes neutrala referenser till andra, utomstående källor. Nedanstående exempel är representativt för texten i sin helhet och visar hur detta tillämpas i praktiken:

Färsk statistik publicerad 2005 från en rad statistikmyndigheter i Europa och Världshälsoorganisationen visar att Sverige kommit allra längst när det gäller att få människor att sluta röka.

[...]

Det paradoxala är att svenskarnas tobakskonsumtion i kilo räknat är ungefär på samma nivå som i jämförbara länder i Europa. Men den svenska konsumtionen är unik därför att den är så inriktad på snus. En miljon konsumenter snusar dagligen, jämfört med 500 000 dagliga rökare.

(SM05-2)

I exemplet förekommer inte några modala hjälpverb, vilket stärker textens modalitet. Det är svårt att hitta någon språklig företeelse som försvagar modaliteten. Däremot kan textens mottagare naturligtvis ställa sig frågan hur mycket den information som ges i exemplet har att göra med den verksamhet som Swedish Match bedriver. Avsaknaden av referenser till företaget visar att avsändaren inte heller gör några sådana anspråk, men det gör att man istället kan ifrågasätta hur motiverat avsnittet är i företagets årsredovisning.

Ansvar för miljön:

De avsnitt som behandlar Swedish Matchs miljöarbete och som återfinns i företagets årsredovisningar från år 2000 och 2005 uttrycker olika hög grad av trovärdighet. I avsnittet från 2000 är modaliteten stark, vilket följande exempel visar:

För att uppnå visionen har Swedish Matchs koncernledning antagit följande miljöpolicy som gäller för hela verksamheten: [...]

Swedish Match ska på alla platser tillämpa miljöledningssystem, utformat för att förebygga förorening och reducera risker för negativa miljökonsekvenser [...]

Swedish Match ska identifiera och gradvis genomföra förändringar i varje fas av livscykeln hos våra produkter, processer och tjänster för att minska negativa miljöaspekter som kan kränka villkoren för ett hållbart samhälle  
(SM00-3)

Exemplet återger företagets miljöpolicy och det återupprepade modala hjälpverbet *ska* gör att det förmedlar en stark modalitet – företaget lovar genom bruket av detta att vidta de åtgärder som räknas upp. I de fall huvudverb brukas i presens eller perfekt utan modala hjälpverb är modaliteten också stark och svår att ifrågasätta. Exempel på detta är att Swedish Matchs koncernledning *har antagit* en miljöpolicy som *gäller* för *hela* verksamheten. Adjektiv som *hela* och pronomen som *alla* förstärker modaliteten ytterligare, eftersom förekomsten av dessa ord inte ger något utrymme för tolkning. Det finns dock några exempel på uttryck med svagare modalitet i ovanstående citat. Syftet med det omtalade miljöledningssystemet är att *reducera* risker för negativa miljökonsekvenser. Det handlar med andra ord inte om att helt eliminera sådana risker och det specificeras framför allt inte hur mycket dessa ska

reduceras. Vidare ska företaget *gradvis genomföra* förändringar, vilket också ger utrymme för tolkningar. När dessa förändringar ska genomföras framgår alltså inte. I exemplets sista mening står att läsa att negativa miljöaspekter *kan kränka* villkoren för ett hållbart samhälle. Bruket av det modala hjälp verbet *kan* indikerar här att detta inte är en otvivelaktig konsekvens, utan att enbart det finns en viss risk för detta.

På det hela taget är dock modaliteten i det här avsnittet stark och avsändaren förhåller sig mycket neutral till den information som återfinns i resten av texten. Här förekommer överhuvudtaget inte några modala hjälpverb och enbart ett fåtal värderande ord.

Avsnittet som behandlar Swedish Matchs miljöarbete i företagets årsredovisning från 2005 uttrycker dock en mycket svagare modalitet. I exemplen som följer ges exempel på hur detta framkommer i texten:

Swedish Match ledning har antagit en miljöpolicy som i hög grad baseras på ISO 14001-certifieringsprocessen.

[...]

Swedish Match arbetar även aktivt med att minska kemikaliehantering. I Brasilien angriper skadedjur poppelträd som används i tändsticksproduktion. Skadedjuret elimineras tidigare med hjälp av kemikalier. Idag visar interna studier att biologiska medel som varken är skadliga för människor eller miljö och som är godkända av lokala myndigheter, kan användas. (SM05-3)

Även ovanstående exempel innehåller visserligen huvudverb utan modala hjälpverb och dessa ökar till viss del textens modalitet, som när avsändaren framhåller att Swedish Matchs ledning *har antagit* en miljöpolicy eller att företaget *arbetar aktivt* med att minska kemikaliehanteringen.

Påståendet att det miljöledningssystem som antagits av koncernledningen *i hög grad* baseras på miljöledningsstandarden ISO 14001 gör dock att modaliteten försvagas. Swedish Match miljöledningssystem överensstämmer inte med denna standard och adverbialt uttrycker en godtycklighet som gör att avsändaren inte behöver specificera hur företagets miljöledningssystem skiljer sig från denna.

I det sista exemplet framgår det att skadedjur *tidigare elimineras* med hjälp av kemikalier, vilket antyder att denna metod inte längre används. Konstaterandet att biologiska medel *kan användas* indikerar dock att företaget inte gör det ännu, vilket gör att textens mottagare kan ifrågasätta vilken metod som egentligen används. Det modala

hjälpverbet *kan* uttrycker här bara att möjligheten att använda biologiska medel finns.

De textavsnitt som behandlar Swedish Matchs ansvarstagande för miljön växlar således mellan att ha en stark och svag modalitet. Det är framför allt i samband med att olika miljöpolicies redovisas som modaliteten blir starkare och texten uttrycker en större trovärdighet.

Det sociala ansvarstagandet:

Om avsnittet som behandlar Swedish Matchs miljöarbete bitvis har en svag modalitet, är denna desto starkare i det avsnitt som beskriver företagets sociala ansvar. Även här används genomgående neutrala formuleringar utan modala hjälpverb enligt det mönster som framgår i nedanstående exempel:

Social Review är en process genom vilken Swedish Match följer upp sitt arbete med sociala frågor och hur koncernens riktlinjer efterlevs. Uppföljningsprocessen omfattar i första hand kontroll av Swedish Match egna bolag. (SM05-3)

I exemplet finns det ingenting som rent språkligt kan ifrågasättas eller tolkas på olika sätt, vilket i förlängningen också ökar avsändarens trovärdighet. I avsnittet redovisas även företagets uppförandekod som uttrycker en stark modalitet och innehåller olika modala hjälpverb som ytterligare förstärker denna:

- Swedish Match tolererar inte barnarbete i enlighet med FN-konventionen om barns rättigheter. Koncernen tolererar inte heller någon form av diskriminering på grundval av etnisk tillhörighet, religion, ålder eller kön och hävdar att varje anställd har rätt att frivilligt ansluta sig till föreningar enligt lokala lagar och regler. (SM05-3)

Huvudverben *tolererar* och *hävdar* ger inte utrymme för några tolkningar utan klargör enbart vilka värderingar företaget säger sig ha.

I samband med företagets uppförandekod identifieras dock ett par språkliga företeelser som till viss del minskar dess trovärdighet:

- Swedish Match uppmuntrar sina leverantörer att upprätta och följa egna etiska riktlinjer i linje med internationella konventioner.

Ovanstående krav överensstämmer i allt väsentligt med internationella konventioner och riktlinjer\* om mänskliga rättigheter och arbetsvillkor. (SM05-3)

Till skillnad från avsändaren i de analyserade texterna i H&M:s årsredovisningar, skriver här inte avsändaren att företaget ställer några krav på sina leverantörer utan att det *uppmuntrar* dem att upprätta och följa etiska riktlinjer. Avsändaren uttrycker med andra ord inget ansvarstagande från företagets sida vad gäller den verksamhet som leverantörerna bedriver. Att kraven i uppförandekoden överensstämmer *i allt väsentligt* med internationella konventioner och riktlinjer ger dessutom upphov till frågan vad avsändaren definierar som *väsentligt*. Här försvagas således textens modalitet, som i övrigt är mycket stark.

Avslutningsvis kan konstateras att modaliteten i de analyserade texterna från Swedish Matches årsredovisningar växlar mellan att vara stark och svag. I argumentationen om fördelarna med företagets produkter vinnlägger sig textens avsändare om att använda formuleringar med stark modalitet, även om vissa stycken av texten ändå präglas av mindre trovärdiga påståenden. Den modalitet som uttrycks i samband med företagets ansvarstagande kan överlag sägas vara något starkare i företagets årsredovisning från år 2000 än den från 2005.

#### 2.2.2.3 Trelleborg:

Det ansvarstagande som Trelleborgs årsredovisningstexter uttrycker berör i första hand miljörelaterade frågor och det är också det som redovisas här. Modaliteten varierar och är olika stark i de olika årsredovisningarna. Liksom i de andra företagens årsredovisningar gör avsaknad av modala hjälpverb att avsändaren framstår som neutral, vilket förstärker modaliteten.

Det är framför allt i samband med att företagets miljöpolicy redovisas och modala hjälpverb med stor inklination används som textens modalitet är som starkast. Som svagast blir den när textens avsändare ska redogöra för den eventuella, negativa miljöpåverkan företagets verksamhet kan medföra.

#### Miljön i fokus:

Undersökningsmaterialet från Trelleborgs årsredovisning från 1995 består enbart av det separata avsnitt som behandlar företagets miljöarbete, vilket också är den ansvarsfråga som är utmärkande för företaget. Avsnittet präglas i sin helhet av en tämligen stark modalitet, vilket följande, inledande exempel visar:

I det löpande miljöskyddsarbetet engageras sammanlagt ett 40-tal medarbetare, som främst svarar för att driva reningsanläggningar, genomföra kontrollprogram och utreda möjligheterna för ytterligare miljöanpassningar samt att rapportera till myndigheter och ansöka om tillstånd. (TB95-1)

Exemplet är representativt för texten i det här avsnittet och det innehåller inga modala hjälpverb, vilket gör att avsändaren tycks förhålla sig neutralt till det som återges i texten. Det som sägs formuleras på ett sådant sätt att det inte heller ger mottagaren möjlighet att ifrågasätta det rent språkligt. Ett undantag kan möjligen det passiva verbet *engageras* utgöra. Som konstaterats i tidigare avsnitt innehåller Trelleborgs årsredovisningar en påfallande stor mängd passiva satser som saknar agent, vilket ovanstående citat också är ett exempel på. Avsaknaden av en agent och valet att formulera sig med hjälp av en passivkonstruktion gör att modaliteten blir svagare i just det här fallet.

Ovan nämnda avsnitt innehåller dessutom ett antal modala hjälpverb som ytterligare förstärker textens modalitet. I följande exempel omtalas bl. a. den efterbehandling som föreligger företaget att genomföra och dess riskhantering:

I fråga om lämningar från äldre verksamhet i Sverige är det koncernens uppfattning att industrin skall ansvara för efterbehandling om verksamheten har bedrivits efter införandet av miljöskyddslagen (1969). Är verksamheten däremot avslutad före denna tidpunkt bör samhället svara för de behövliga åtgärderna.

[...]

De miljörisker som är förknippade med koncernens verksamheter måste begränsas till en acceptabel nivå. (TB95-1)

I det första exemplet förstärks avsändarens neutrala förhållningssätt genom att denne refererar till *koncernens uppfattning*, ett förtydligande som på sätt och vis också ökar förtroendet för avsändaren. Här tydliggörs också vad industrin *skall ansvara* för och bruket av det modala hjälpverbet gör att det inte råder något tvivel om vilken uppfattning koncernen har. Vidare framhålls tidigare nedsmutsning av miljön som en del av samhällets ansvar och att man här är av åsikten att detta *bör svara* för den efterbehandling som behöver göras. I exemplet med det modala hjälpverbet *bör* framgår det ännu tydligare att det här bara rör sig om koncernens egen uppfattning.

I det andra exemplet uttrycks ett obligatorium, d.v.s. här tar avsändaren av texten ställning och betonar att miljöriskerna *måste begränsas* till en acceptabel nivå. Även om det modala hjälpverbet *måste* förstärker modaliteten avsevärt, gör den efterföljande passiva verbformen att den också till viss del försvagas eftersom det inte framgår vem eller vilka det är som måste begränsa miljöriskerna. Modaliteten är dock genomgående stark i hela avsnittet.

Till skillnad från det avsnitt som just beskrivits, uttrycker textavsnittet som beskriver Trelleborgs miljöarbete i företagets årsredovisning från år 2000 inte någon stark modalitet. Detta blir särskilt tydligt när avsändaren ska redogöra för hur företagets verksamhet kan påverka miljön negativt:

Exempel på möjlig miljö- och hälsopåverkan: [...]

Damm, vulkrök och lukt kan orsaka lokal miljöpåverkan.

Kommunala reningsverk och vattendrag kan påverkas av kemiska produkter och andra utsläpp. [...]

Från ett koncernperspektiv kan man konstatera att verksamheten har ett antal betydande miljöaspekter. (TB00-2)

Här används genomgående det modala hjälpverbet *kan*, vilket tyder på att avsändaren vill ge sken av att företagets verksamhet inte medför några negativa konsekvenser för miljön. I exemplet framställs detta snarare som ett tänkbart scenario, en risk som måste nämnas.

I den sista meningen försvagas inte bara modaliteten av det modala hjälpverbet *kan* utan också av det operonliga pronomenet *man*. Avsändaren slår fast att ett visst konstaterande kan göras utifrån ett koncernperspektiv, men det framgår aldrig om det faktiskt görs och vem som i så fall gör det.

I övrigt innehåller avsnittet ganska neutrala formuleringar där avsändaren konstaterar vilket arbete företaget genomför för att förbättra miljön. Dessa förstärker bitvis avsnittets modalitet. I förhållande till ovanstående textutdrag utgör dock denna del av avsnittet enbart ett mindre stycke. Det sista exemplet från det här avsnittet innehåller det enda modala hjälpverb som verkar förstärkande med avseende på textens modalitet:

Ett övergripande koncernmål är att alla anläggningar skall certifieras enligt ISO 14001. (TB00-2)



Här uttrycker sig avsändaren med andra ord med stor säkerhet och det råder här inget tvivel om saken att *alla* anläggningar *skall certifieras*. Modaliteten förstärks här även av det understrukna pronomenet.

Texten i avsnittet som behandlar Trelleborgs miljöarbete i företagets årsredovisning från 2005 har en betydligt starkare modalitet än den som just beskrivits. Utmärkande är framför allt avsaknaden av modala verb och avsändarens neutrala förhållningssätt till de uppgifter som lämnas i texten. Följande exempel är representativt för den språkliga strategi som tillämpas i avsnittet:

Ett flertal enheter har också implementerat arbetsmiljöledningssystemet OHSAS 18000. Sammanlagt arbetar nu 5 anläggningar enligt detta system. Dessa anläggningar finns i Storbritannien, Danmark samt Frankrike. (TB05-1)

Huvudverben i ovanstående exempel står i presens (*arbetar*) och perfekt (*har implementerat*). Här återfinns inga modala verb och avsändaren redogör enbart för det arbete som företaget har utträttat inom miljöområdet. Det finns rent språkligt ingenting som textens mottagare här kan ifrågasätta, eftersom avsändaren uttrycker sig med självklarhet och säkerhet. Eftersom exemplen är representativa för hela texten, präglas denna av en mycket stark modalitet. I följande exempel stärks denna ytterligare med det modala hjälp verbet *ska*:

Under 2005 påbörjades en revidering av koncernens miljöpolicy, som innebär att:

- Alla koncernens enheter verksamma inom produktion och produktutveckling ska implementera ett miljöledningssystem enligt ISO 14001. Nyförvärvade enheter ska införa systemet inom 3 år från förvärv.
- Vi ska öka vår resurseffektivitet genom att minska specifik förbrukning av energi och råvaror och öka återvinningen av avfall. (TB05-1)

I ovanstående citat framgår det tydligt vilket syfte företagets hållbarhetsområde har och vad som tillfaller dess ansvarsområden. I jämförelse med det avsnitt som redogör för företagets miljöarbete år 2000 är modaliteten i det här avsnittet betydligt starkare. Att modaliteten är särskilt stark i samband med att företagets miljöpolicy omtalas är också ett mönster som iakttagits i analysen av modaliteten i de andra företagens årsredovisningar.

#### 2.2.2.4 Sammanfattning:

Analysen av texternas modalitet har visat att avsändaren i samtliga företags årsredovisningar inte använder sig av nämnvärt många modala hjälpverb. Det gör att framställningen uppfattas som neutral och som sådan blir textinnehållet också svårt att ifrågasätta. Avsaknaden av modala hjälpverb gör att texten till stor del enbart består av en rad konstateranden som återger hur företagen arbetar med sociala och miljörelaterade frågor. Eftersom textens innehåll på det sättet blir svår att motargumentera är modaliteten i det avseendet stark.

Gemensamt för de tre företagen är att modaliteten i texten blir starkast när olika policier redovisas. Här är de tydligt ansvarstagande och avsändaren skapar som tidigare nämnts en närhet till mottagaren genom att använda sig av första persons pronomen i plural när företaget omtalas. Här är det företrädesvis det modala hjälp verbet *ska* som används i texten och det lämnar inte något utrymme för alternativa tolkningar.

I H&M:s fall blir modaliteten mindre stark i samband med att uppföljningen av företagets uppförandekod – även det en slags policy – specificeras. Då används ett flertal modala hjälpverb som kan tolkas på flera sätt. Detta sker när företagets leverantörer och deras efterlevnad av uppförandekoden omtalas. Det framgår då mycket tydligt att företaget inte vill utkrävas på något ansvar för detta. Däremot blir modaliteten paradoxalt nog starkare när avsändaren i H&M:s årsredovisningstexter redogör för de krav som företaget ställer på sina leverantörer. Avsändaren tycks på det här sättet vilja visa sig ansvarstagande, utan att för den skull lova för mycket.

I både Swedish Matches och Trelleborgs årsredovisningar har modaliteten växlat mellan att vara stark och svag. Olika språkliga strategier tillämpas således i olika årsredovisningar. I Swedish Matches årsredovisningstexter är modaliteten särskilt stark när företagets verksamhet och de produkter det producerar omtalas. Mindre stark blir den när produkternas eventuella skadeverkningar ska redovisas. Likadant blir modaliteten i Trelleborgs texter mindre stark när verksamhetens eventuella negativa påverkan på miljön omtalas. I övrigt följer dock de båda företagens årsredovisningstexter de övergripande mönster som nämndes inledningsvis.

### 3. Sammanfattande slutdiskussion

### **3.1 Texternas avsändare och mottagare ur ett ansvarsperspektiv**

I slutdiskussionens första två avsnitt diskuteras dels de undersökta texternas avsändare och mottagare, dels de olika deltagare som återfinns i dessa roller. Ämnet belyses först ur ett ideationellt perspektiv som tar upp hur analysen av textens olika deltagare åskådliggör hur avsändaren i texten väljer att framställa företagets verksamhet och ansvarstagande. Här diskuteras med andra ord textens innehållspotential med utgångspunkt i dess olika aktörer.

I det andra avsnittet diskuteras texternas interpersonella betydelse utifrån de olika omtalsformer som används i årsredovisningarna. Diskussionen berör i första hand relationen mellan textens avsändare och mottagare och avser att visa hur den förstnämndes val av språkliga strategier får konsekvenser för denna.

#### ***3.1.1 Dominanta deltagare i texterna – ett ideationellt ansvarsperspektiv***

Företaget är den naturliga utgångspunkten i årsredovisningstexterna och blir därför också den mest dominanta deltagaren i samtliga av dessa. Mer intressant i sammanhanget är att se hur företaget omtalas av textens avsändare vilket diskuteras i nästa avsnitt som tar upp textens interpersonella metafunktion.

En annan mycket dominant deltagare som återfinns i samtliga undersökta texter är den tredje parten. Att hänvisa till olika organisationer och framhålla att man följer deras riktlinjer för globala företagskoncerner är ett sätt att skapa förtroende hos läsaren. Sedan slutet av 1990-talet har många världsomspännande organisationer instiftat olika uppförandekoder. FN:s Global Compact, är en viktig sådan, andra exempel är OECD:s riktlinjer för multinationella företag och EU:s riktlinjer för CSR som också omnämns i årsredovisningstexterna (Ohlsson & Tengblad, 2009:2). Det är tydligt att avsändaren i texterna gärna refererar till organisationer av det här slaget eftersom de har särskilt stor auktoritet i just ansvarsfrågor.

En annan typ av tredje part är den som granskar och utvärderar företagets verksamhet. Avsändaren i årsredovisningstexterna framhåller ofta hur företaget kontrolleras av utomstående parter, vilket är ett sätt att garantera att företaget verkligen tar sitt fulla ansvar i frågor som rör

samhälle och miljö. Det är tydligt att årsredovisningarna numera vänder sig till andra intressenter än bara aktieägarna.

Allmänheten nämns i flera av de undersökta årsredovisningarna som en viktig aktör vars intressen måste tillgodoses. Även om den inte kan räknas till de deltagare som dominerar i textmaterialet är den ändå intressant och värd att nämna eftersom dess betydelse i sammanhanget så tydligt betonas av avsändaren i texterna. Företagets ansvarstagande motiveras vid ett flertal tillfällen med allmänhetens intresse för sociala och miljörelaterade frågor.

Denna iakttagelse överensstämmer med Bartletts & Jones (1997) forskningsresultat som citeras av Stanton & Stanton (2002). Dessa forskare har undersökt hur årsredovisningars innehåll i Storbritannien har förändrats mellan åren 1970 och 1990. De noterar att antalet icke-obligatoriska avsnitt i årsredovisningarna har ökat i takt med allmänhetens intresse för företagets verksamhet och menar att årsredovisningen med tiden har blivit ett dokument som inte bara ska upprätthålla en relation till företagets aktieägare, utan också till en bredare allmänhet (Stanton & Stanton, 2002:479). Detta ligger i linje med resultaten av uppsatsens analys och allmänheten framstår därför som en central deltagare i texten.

Swedish Match är det företag som vänder sig till flest specifika intressentgrupper. De produkter som företaget producerar gör t.ex. att det måste förhålla sig till sina kunder och konsumenter vilket ur ett ansvarsperspektiv är särskilt intressant att studera.

Det ansvarstagande som företaget uttrycker för sina konsumenter har inget att göra med hur dess produkter eventuellt kan skada deras hälsa. Istället framhålls vikten av att producera varor med så hög kvalitet som möjligt så att konsumenten är nöjd med sitt val av produkt. Avsändaren i Swedish Matches årsredovisningar framhåller visserligen att företaget erbjuder ett mer hälsosamt alternativ till rökning genom att tillhandahålla tuggtobak och snus, men vilket ansvar företaget har för de konsumenter vars hälsa påverkas negativt även av dessa alternativ berörs alltså överhuvudtaget inte.

Konsumenter av Swedish Matches produkter är en dominant deltagare i företagets årsredovisningar. I de textavsnitt där de figurerar lyfts företaget fram som en ansvarstagande aktör som genom att förespråka andra tobaksprodukter än rökning inverkar positivt på den allmänna folkhälsan.

Det förhållningssätt som avsändaren i Swedish Matches årsredovisningar har till företagets konsumenter blir ännu mer intressant vid studiet av en annan dominant deltagare i texten - företagets

aktieägare. I ett flertal avsnitt omtalas vikten av att följa med konsumenttrenderna för att skapa en vinstgivande verksamhet som är gynnsam för aktieägarna. Det framgår att Swedish Match i första hand anser sig ha ett ansvar att tillgodose sina aktieägares ekonomiska intressen. Detta uppges vara förutsättningen för att företaget ska kunna vara ansvarstagande inom andra frågor. Vad avsändaren i texten antyder är att företaget har antagit en företagsfilosofi som överensstämmer med de värderingar som har förändrat trenderna inom tobakskonsumtionen.

Att det är skadligt för hälsan att röka är idag inget särskilt kontroversiellt påstående. Det är också en kunskap som har påverkat konsumtionen av cigaretter och för att överleva som tobaksproducent när efterfrågan på sådana produkter minskar har Swedish Match istället satsat på rökfri tobak. Som nämns ovan framhålls företaget som en ansvarstagande aktör som vill förbättra den allmänna folkhälsan när företagets konsumenter omtalas. I dessa textavsnitt är konsumenterna en dominant deltagare och de tycks här också vara utgångspunkten i företagets ansvarstagande och anledningen till att det valt att förändra sitt sortiment. Att detta uppenbarligen inte är fallet blir dock mycket tydligt när de textavsnitt som behandlar företagets aktieägare analyseras (se avsnitt 2.1.1.2). Förändringen av produktsortimentet har mycket lite med ett ansvarstagande för konsumenternas hälsa att göra, det är snarare en bouseffekt som är fördelaktig att framhålla vid marknadsföringen av företagets produkter. Ansvarstagandet utgår i första hand från företagets aktieägare.

Analysen av olika dominanta deltagare i Swedish Matchs årsredovisningar är en mycket intressant del av texternas ideationella metafunktion. Här framgår det särskilt tydligt hur textens avsändare avspeglar två sidor av verkligheten beroende på vilken aktör som för tillfället är mest dominant i texten.

På samma sätt framhåller avsändaren i H&M:s årsredovisningstexter företagets leverantörer som också är en mycket dominant deltagare. H&M:s verksamhet skiljer sig från de andra företagens genom att den är uppbyggd runt ett mycket stort antal leverantörer som sköter hela företagets produktion. Det är också en verklighet som avsändaren i de textavsnitt som behandlar företagets sociala ansvarstagande är mycket noga med att rekonstruera. Det betonas här vid ett flertal tillfällen att H&M inte har några egna fabriker och därför kan ha svårt att kontrollera att företagets uppförandekod efterlevs på alla produktionsenheter. Samtidigt uttrycker avsändaren i texten ambitionen att företaget ska kunna kontrollera alla led i produktionsprocessen. I samband med att H&M uttrycker ett ansvarstagande är med andra ord företagets

leverantörer en av de deltagare som dominerar mest i undersökningsmaterialet.

Analysen av de olika aktörer som figurerar i texterna visar vilken bild avsändaren vill konstruera av företagets organisation och lyfter fram olika nyckelpersoner inom denna. Stanton & Stanton (2002) betonar att man använder verktyg från management-, marknadsförings- och kommunikationsteorier för att göra detta. Det är viktigt att påminna sig om att årsredovisningar är en produkt som utgörs av en samling köpta texter. De har med tiden blivit ett sofistikerat verktyg för marknadsföring som ska kommunicera företagets filosofi och Stanton & Stanton låter den brittiska marknaden exemplifiera utvecklingen och påpekar att de flesta årsredovisningar numera produceras av externa företag som har det som affärsidé. För femton år sedan såg det helt annorlunda ut då ett stort antal företag fortfarande producerade sina egna årsredovisningar (2002:478f). Viktigt att poängtera i sammanhanget är således att avsändaren i texten oftast är en professionell skribent som dessutom har som expertis att konstruera en fördelaktig bild av det aktuella företaget.

Avslutningsvis kan konstateras att samtliga av de undersökta texterna har en ideationell betydelse som förmedlar vikten av att referera till en tredje part. Eftersom det med tiden har blivit en norm som präglar årsredovisningsgenren (Stensjö, 2007:36) säger det egentligen inte särskilt mycket om den verksamhet som företagen bedriver och det ansvarstagande som denna medför. Mer intressant är istället att iaktta de dominanta deltagare som går att koppla direkt till företagets verksamhet och som är kännetecknande för denna. Då framträder avsändarens intentioner med texten och hur dess innehåll är tänkt att tolkas mycket mer tydligt och i förlängningen kan analysen också bidra till en mer komplex tolkning av textens ideationella betydelse.

### ***3.1.2 Omtalsformer i texterna – ett interpersonellt ansvarsperspektiv***

Relationen mellan avsändaren och mottagaren i de undersökta texterna präglas av de omtalsformer som avsändaren använder sig av och det framgår framför allt när företaget omtalas.

H&M:s årsredovisningar utmärker sig genom att avsändaren genomgående refererar till företaget med första persons pronomen i plural (*vi*). Avsändaren blir på det här sättet synonym med företagskoncernen och dess anställda och bruket av första persons pronomen minskar på så sätt distansen till textens mottagare. Även om mottagaren inte tilltalas direkt

inbjuder texten ändå till en annan grad av intimitet än när de andra två företagen omtalar företaget i tredje person.

Att tydliggöra avsändaren genom att använda första persons pronomen är också en vanlig språklig strategi i årsredovisningarnas VD-brev och denna tillämpas i samtliga av de VD-brev som ingår i uppsatsens undersökningsmaterial. Detta ter sig helt naturligt eftersom avsändaren ska vara synonym med företags VD. Att använda sig av första persons pronomen är också brukligt i brev och texten blir ju på det här sättet mer personlig till sin utformning.

Bruket av första persons pronomen är också en vanlig företeelse i företagets olika policier och uppförandekoder som ofta redovisas i samband med deras ansvarstagande i sociala och miljörelaterade frågor. Uppförandekoderna utgör ofta s.k. paratexter och är därför särskilda från den övriga brödtexten, vilket gör att avsändaren här kan fortsätta att omtala företaget i tredje person vilket är fallet i Swedish Matches och Trelleborgs årsredovisningar. När avsändaren blir synonym med företaget i en uppförandekod blir ansvarstagandet mer synligt. Det är företaget självt som ger informationen om det ansvarstagande det säger sig ta vilket gör det svårare för det att kringgå sitt ansvar.

I samband med diskussionen om bruket av första persons pronomen i H&M:s årsredovisningstexter bör även relationen mellan H&M och företagets alla leverantörer tas upp. När avsändaren blir synonym med företaget i texten framgår det tydligt att leverantörerna omtalas som något externt. De är visserligen en del av verksamheten, men de omtalas i tredje person och avsändaren gör på så sätt ett avståndstagande ifrån dem och till viss del också deras verksamhet. Av textinnehållet att döma är leverantörerna beroende av H&M och relationen mellan dessa båda parter är därför inte jämställd, vilket är en iakttagelse som utvecklas och diskuteras vidare i avsnitt 3.2.2.

Avsändaren i Swedish Matches och Trelleborgs årsredovisningar använder sig av en annan språklig strategi jämfört med den i H&M:s och omtalar oftast företaget i tredje person. Avsändaren blir på det här sättet också avsevärt mer osynlig och företagets ansvarstagande uttrycks inte med samma säkerhet och auktoritet. Det framstår inte som lika trovärdigt när företaget är synonymt med avsändaren och ställer sig bakom olika påståenden.

En fördel med att omtala företaget i tredje person kan vara att mottagaren av texten uppfattar det som mer neutralt och objektivt. Mottagaren påminns inte hela tiden om textens upphovsmakare och egentliga avsändare, vilket kan innebära att han eller hon blir mindre benägen att ifrågasätta dess innehåll. Denna strategi blir särskilt tydlig i

de avsnitt som återfinns i Swedish Matches årsredovisningar och som överhuvudtaget inte omtalar företaget, inte ens i tredje person. I dessa avsnitt argumenteras det för tuggtobakens fördelar gentemot rökningens alla nackdelar. Här är det helt omöjligt för textens mottagare att, åtminstone rent språkligt, bedöma vem avsändaren i texten är även om det framgår ganska tydligt av textinnehållet.

Beroende på hur företaget omtalas kan det således ibland vara svårt att identifiera en avsändare i de undersökta texterna, men av innehållet att döma vänder de sig till en helt annan publik än företagets aktieägare. Relationen mellan texternas avsändare och mottagare kan karaktäriseras av både närhet och distans, men avsändaren tenderar att bli synonym med företaget när det är särskilt viktigt att framställa det som synligt ansvarstagande.

### **3.2 Texternas processer ur ett ansvarsperspektiv**

Diskussionen i följande avsnitt utgår från de processer som analyserats i uppsatsen (se avsnitt 2.2). I det första diskussionsavsnittet fokuseras texternas ideationella betydelse och hur processer, beroende på hur de är konstruerade rent språkligt, kan lyfta fram och betona olika saker i textinnehållet. I anslutning till detta förs en diskussion om företagets ansvarstagande och hur textens processer kan påverka den rekonstruerade bilden av detta både i positiv och i negativ riktning.

I det andra avsnittet diskuteras texternas modalitet med utgångspunkt i deras processer. Det är framför allt avsändarens val av modala hjälpverb som har en inverkan på texternas interpersonella betydelse i det här avseendet och avsnittet innehåller därför en reflektion av hur detta får konsekvenser för det budskap som avsändaren vill förmedla till mottagaren.

#### ***3.2.1 Processer i texterna – ett ideationellt ansvarsperspektiv***

I den kvantitativa delundersökningen delades de processer som undersökts i årsredovisningstexterna in i fyra olika kategorier beroende på om de bestod av en konstruktion med aktiv eller passiv och om de innehöll en agent eller inte. Därefter jämfördes antalet satser i de olika kategorierna. Med utgångspunkt i denna delundersökning framträder två generella mönster i årsredovisningstexterna.



H&M:s och Swedish Matches årsredovisningar är i det här avseendet mycket lika varandra och följer i stort sett samma mönster. De undersökta processerna i dessa texter består oftast av en konstruktion med en aktiv verbform och en tillhörande agent. Det sammanlagda antalet av de aktiva och passiva satser som saknar en agent överstiger dock antalet aktiva satser som har en agent. Det innebär att agensen i de flesta av de undersökta satserna är otydlig, d.v.s. det framgår inte tydligt vem eller vad som sätter igång en viss process. Viktigt att komma ihåg är att de flesta av de aktiva satser som saknar en agent uttrycker ett tillstånd och att dessa därför inte i någon egentlig mening förmedlar en process. Satser med aktiva verbformer som förmedlar ett tillstånd är dock svåra att ifrågasätta och avsändarens användning av dessa kan därför vara ett sätt att ge ett intryck av att man förmedlar faktiska förhållanden (Thomas, 1997:11).

Den stora mängden satser med både en aktiv verbform och en agent i H&M:s och Swedish Matches årsredovisningar tyder på att avsändaren i flera fall trots allt anger vem eller vad som sätter igång den aktuella processen. Indirekt betyder det att det av texten också framgår vem eller vad som sägs ta sitt ansvar eftersom de processer som undersökts ingår i textstycken som berör företagets ansvarstagande. Thomas betonar också att denna språkliga strategi uppmuntras i affärskommunikation där det är viktigt att företaget framstår som en progressiv och handlingskraftig aktör (1997:7).

I H&M:s fall kan det stora antalet aktiva satser med tillhörande agent kopplas till de omtalsformer som används för företaget. När avsändaren blir synonym med företaget och första persons pronomen brukas i en sådan stor utsträckning är det naturligt att agenterna blir många eftersom dessa utgörs av just företaget. Det här resonemanget motsägs dock till viss del av de många referenser som avsändaren i H&M:s årsredovisningstexter gör till företagets leverantörer. Dessa är också agenter i flera av de analyserade satserna och eftersom avsändaren är noga med att betona att leverantörernas verksamhet inte har med H&M:s att göra och är särskild från denna kan inte heller deras ansvarsområden inkluderas i företagets ansvarstagande. De aktiva satser som anger olika leverantörer som agenter utgör alltså en felmarginal i undersökningsmaterialet från H&M.

Trelleborg avviker från de andra två företagen och företagets årsredovisningar utmärker sig i materialet eftersom de innehåller en påfallande stor mängd passiva satser. Antalet passiva satser som saknar agent är t.o.m. större än antalet aktiva satser som har en agent. Den vanligaste satskonstruktionen består endast av en aktiv verbform och

ingen agent, vilket innebär att agensen i företagets årsredovisningstexter är mycket otydlig. Av analysen att döma verkar avsändaren i Trelleborgs årsredovisningar således tillämpa en helt annan språklig strategi än avsändarna i undersökningsmaterialet från de andra företagen.

Bruket av passiv kan naturligtvis vara ett sätt att undgå att tala om vem eller vad som gör eller förväntas göra något. Thomas (1997) noterar t.ex. att konstruktioner med passiva verbformer utan agenter framför allt används av avsändaren i hennes undersökningsmaterial när denne ska redogöra för företagets mindre framgångsrika affärer. Hon menar att detta är en strategi som avsändaren tillämpar för att distansera sig från den negativa informationen i texten (1997:8). Men eftersom de passiva verbformerna i undersökningsmaterialet från Trelleborg inte går att koppla till något misslyckande från företagets sida kan det också vara en del av en språklig stil som används i en viss sorts framställning. Att passiva satser används genomgående i materialet kan bero på att det hela tiden är underförstått att olika processer sätts igång inom ramen för företagets verksamhet. Istället för att ange agenter kan avsändaren använda passivformer som ett sätt att låta alla delar av verksamheten bli representativa för företaget.

När det gäller de satser som innehåller en passiv verbform och en agent står det klart att introduktionen av en agent efter en konstruktion med passiv får konsekvenser för textens textbindning. Här går det att dra en parallell till tema-remaprintipen (se Nyström, 2004) som åskådliggör hur ny information vanligtvis introduceras i en mening eller sats. Det har visserligen mer med textens textuella metafunktion att göra och hur dess verbala kontext ser ut, men det kan ändå vara av intresse att i förbigående reflektera över detta.

Enligt tema-remaprintipen placeras information som är ny för läsaren vanligtvis i slutet av en sats eller mening. Detta kallas för meningens rema. I meningens tema återfinns sådant som sedan tidigare är känt av läsaren och detta hittar vi oftast i början av en sats eller mening. När en agent introduceras efter en passiv verbform hamnar den naturligt i meningens rema, vilket innebär att den presenteras som ny information i texten (Nyström, 2004:85f). När avsändaren använder sig av konstruktioner med passiva verbformer och efterföljande agenter innebär det att agenten lyfts fram och betonas. Med den här språkliga strategin blir företaget minst lika synligt ansvarstagande som i satser där aktiva verbformer med tillhörande agenter används och där agenten utgör satsens tema. Den här satstypen är dock mycket ovanlig i samtliga av de årsredovisningar som undersökts.

Inledningsvis nämndes att två mer generella språkliga mönster framkommer i undersökningen av årsredovisningens processer. Det ena återfinns i H&M:s och Swedish Matches årsredovisningar och det andra i Trelleborgs. Avslutningsvis kan jag konstatera att de undersökta texterna har två olika ideationella betydelser, där två olika verkligheter avspeglas: En där någon eller något utför eller genererar en viss handling och en där något händer, till synes utan någon yttre påverkan.

### ***3.2.2 Texternas modalitet - ett interpersonellt ansvarsperspektiv***

Av de processer som undersökts i årsredovisningstexterna har endast ett fåtal innehållit modala hjälpverb. Avsaknaden av modala hjälpverb gör att framställningen i texten kan uppfattas som neutral och svår att ifrågasätta – åtminstone rent språkligt. Det finns dock textstycken som avviker från det här mönstret.

Ett sådant exempel är de olika företagspolicies som avsändaren i årsredovisningstexterna redovisar. Det modala hjälp verbet *ska* förekommer här mycket frekvent och modaliteten i texterna blir följaktligen mycket stark. Bruket av detta modala hjälpverb antyder att företaget åtar sig att göra en viss sak. Det finns inget i den verbala kontexten som antyder att det finns anledning att betvivla detta. Modaliteten förstärks också när avsändaren använder sig av första persons pronomen i företagets policies och på det sättet blir synonym med företaget. Som konstaterades i avsnittet som behandlar texternas omtalsformer (se avsnitt 3.1.2) närmar sig avsändaren sin läsare genom att använda sig av första persons pronomen. En relation som framställs som mer informell kan bidra till ökat förtroende och när avsändaren tydliggörs på det här sättet och blir synonym med företaget självt framstår det också som mer ansvarstagande. Det finns inga tvivel om vem som avger löftet och därför också är direkt ansvarig.

När företagen ska specificera hur de lever upp till sin uppförandekod blir dock textens modalitet svagare. I H&M:s fall sker det framför allt när företagets leverantörer omtalas. Då använder textens avsändare påfallande många modala hjälpverb som tillsammans med valet av huvudverb resulterar i ett ansvarstagande som är ganska vagt uttalat. Det är uppenbarligen viktigt att framhålla att det i första hand är H&M:s leverantörer som är ansvariga för den verksamhet som bedrivs vid produktionen av företagets produkter och det framgår tydligt att H&M här delvis fransäger sig sitt ansvar. Även om företaget säger sig ställa hårda krav på sina leverantörer gör avsändarens val av modala hjälpverb

i den text som specificerar uppförandekoden att läsaren ställer sig frågande till om detta verkligen är fallet. De uttalade kraven visar dock att relationen mellan H&M och företagets leverantörer inte är jämställd utan att de sistnämnda är beroende av företaget, vilket även framhålls i avsnitt 3.1.2.

Modaliteten blir på samma sätt svagare i Swedish Matches årsredovisningstexter när avsändaren ska redogöra för de eventuella skadeverkningar som företagets produkter medför. Det är en stor kontrast mot hur avsändaren framhåller alla produkternas fördelar i samma avsnitt. Det är dock inte en hög frekvens av modala hjälpverb som gör att modaliteten försvagas utan en kombination av adverbial och adjektiv med svag modalitet. En annan intressant iakttagelse är att avsändaren i samband med detta osynliggörs helt och hållet, vilket också tas upp i avsnittet om texternas omtalsformer (se avsnitt 3.1.2). Här omnämns företaget överhuvudtaget inte och framställningen blir i det avseendet mycket neutral. Frågan är om det förstärker eller försvagar textens modalitet? Att dölja vem avsändaren är kan vara en lönsam språklig strategi om läsaren förblir omedveten om detta och därför uppfattar texten som ett objektiva referat. Avsaknaden av en tydlig avsändare gör dock i det här sammanhanget att textens mottagare har anledning att ifrågasätta varifrån de angivna uppgifterna kommer och vem som är ansvarig för dessa.

I de textavsnitt som behandlar företagets ansvarstagande i miljörelaterade frågor växlar modaliteten i både Swedish Matches och Trelleborgs årsredovisningar mellan att vara stark och svag. Årsredovisningarna präglas av olika språkliga strategier olika år, men gemensamt för de båda företagen är att modaliteten i dem försvagas när avsändaren använder sig av modala hjälpverb. Det är bara i företagets miljöpolicyer som hjälpverb med stark modalitet brukas och på så sätt ökar textens trovärdighet. De texter som i de här avsnitten har en stark modalitet saknar genomgående modala hjälpverb och som nämndes inledningsvis gör det att de till största delen består av en rad konstateranden som är svåra att bemöta med motargument. Möjligen skulle en person som är väl insatt i företagets miljöpolitik och verksamhet kunna göra det på basis av innehållet i texten, men den verbala kontexten antyder inte att det finns anledning att betvivla det som står där.

Sammanfattningsvis innehåller de undersökta texterna olika hög grad av modalitet. De olika företagspolicyer som företagen ofta och gärna hänvisar till när de skall visa sitt ansvarstagande i sociala och miljörelaterade frågor kännetecknas av en hög trovärdighet och

uttrycker en stark modalitet. Uppförandekoder av det här slaget följer i regel de riktlinjer som återfinns i den av FN instiftade Global Compact (UN Global Compact, 2009) och innehållet i dem skiljer sig därför inte särskilt mycket från varandra. De språkliga strategier som används här verkar vara väletablerade i just den typen av texter och avsändaren gör företaget direkt ansvarigt inför textens mottagare. Här uttrycks också indirekt ett asymmetriskt förhållande mellan textens avsändare och mottagare: Avsändaren är beroende av mottagaren som utgörs av företagets alla olika intressenter, varför denne också är mån om att förmedla bilden av ett ansvarstagande företag.

Om företagens olika policies är mycket snarlika i sitt innehåll är de texter som specificerar hur företagen efterlever dessa i det avseendet mer individuellt utformade. De förmedlar dock samtliga en trovärdighet som det åtminstone rent språkligt finns all anledning för årsredovisningarnas läsare att ifrågasätta.

#### 4. Litteraturförteckning

- Bartlett, S. & M. J. Jones 1997. Annual reporting disclosures 1970-90: an exemplification. *Accounting, Business and Financial History* 7/1.
- Berge, Kjell Lars, Patrick Coppock & Eva Maagerø (red.) 1998. *Å skape mening med språk. En samling artikler av M.A.K Halliday, R. Hasan och J. R. Martin*. Oslo: Landslaget for norskundervisning (LNU) og Cappelen Akademisk Forlag.
- Fitzgerald, Brigid & Lynne Young 2006. *The Power of Language. How discourse influences society*. London: Equinox Publishing Ltd.
- Halliday, M. A. K. & Christian Mathiessen 2004. *An Introduction to Functional Grammar*. London: Arnold.
- Hellspong, Lennart & Per Ledin 1997. *Vägar genom texten. Handbok i brukstextanalys*. Lund: Studentlitteratur.
- Hyland, Ken 1998. Exploring Corporate Rhetoric: Metadiscourse in the CEO's Letter. *The Journal of Business Communication* 35/2.

- Jonäll, Kristina 2009. *VD:n har ordet: Bilden av det Goda Företaget – text och siffror i VD-brev*. Göteborg: Bokförlaget BAS.
- Nyström, Catharina 2004. *Hur hänger det ihop?* Uppsala: Hallgren och Fallgren.
- Ohlsson, Claes & Stefan Tengblad 2004. *Corporate Social Responsibility: The Problem of Securing External Legitimacy in a Globalized World*. Opublicerad konferenssuppsats presenterad vid 20<sup>th</sup> EGOS Colloquium. Ljubljana 1-3 juli 2004.  
<<http://gup.ub.gu.se/gup/record/index.xsql?pubid=38230>>
- Ohlsson, Claes & Stefan Tengblad 2009. The framing of Corporate Social Responsibility and Globalization of National Business Systems: A Longitudinal Case Study. *Journal of Business Ethics*. Onlinepublicerad 2009-11-11.
- SFS 1995:1554, Årsredovisningslag.  
<http://www.notisum.se/rnp/SLS/LAG/19951554.HTM>.  
Hämtad 2009-12-17.
- Stanton, Patricia & John Stanton 2002. Corporate annual reports: research perspectives used. *Emerald Accounting, Auditing & Accountability Journal* 15/4.
- Stensjö, Cecilia 2007. *Det ansvarsfulla företaget – En språkvetenskaplig studie av årsredovisningsgenrens expansion och utveckling under åren 1981-2001*. Opublicerad C-uppsats. Institutionen för svenska språket, Göteborgs universitet.  
<<https://gupea.ub.gu.se/dspace/handle/2077/21884>>
- Thomas, Jane 1997. Discourse in the marketplace: the making of meaning in annual reports. *Journal of Business Communication* 34/1.
- UN Global Compact 2009. <http://www.unglobalcompact.org>. Hämtad 2009-12-30.

Vagle, W 1995. Kritisk tekstanalyse. I: Sandvik, Margareth, Jan Svennevig & Wenche Vagle, *Tilnærminger til tekst – Modeller for språklig tekstanalyse*. Oslo: Landslaget for norskundervisning (LNU) og Cappelen Akademisk Forlag.

### Bilaga 1

TABELL 2: Översikt över materialet från H&M:s årsredovisningar.

Hennes & Mauritz	1995	VD:s kommentar	s. 2-3	HM95-1
	2000	21 produktionskontor och 900 leverantörer	s. 13	HM00-1
		Tester för kvalitet och säkerhet	s.14	HM00-2
		Effektiv logistik och rätt försäljningskanaler	s. 17-19	HM00-3
		H&M värnar om miljön i litet och stort	s. 26-27	HM00-5
	2005	Vårt sociala ansvar – samarbete för hållbara förbättringar	s.32-33	HM05-1

		Miljötänkande på alla nivåer	s. 34-35	HM05-2
--	--	------------------------------	----------	--------

TABELL 3: *Översikt över materialet från Swedish Matchs årsredovisningar.*

Swedish Match	1996	VD har ordet	s. 2-3	SM96-1
		Division Tobacco Nordic	s. 12-17	SM96-2
	2000	Koncernchefen kommenterar	s. 4-6	SM00-1
		Swedish Match – en stark nischaktör med ledande marknadspositioner	s. 7-9	SM00-2
		Swedish Match och miljön	s. 27	SM00-3
	2005	Koncernchefens kommentar Produktutveckling ökar konkurrenskraften	s. 2-3	SM05-1



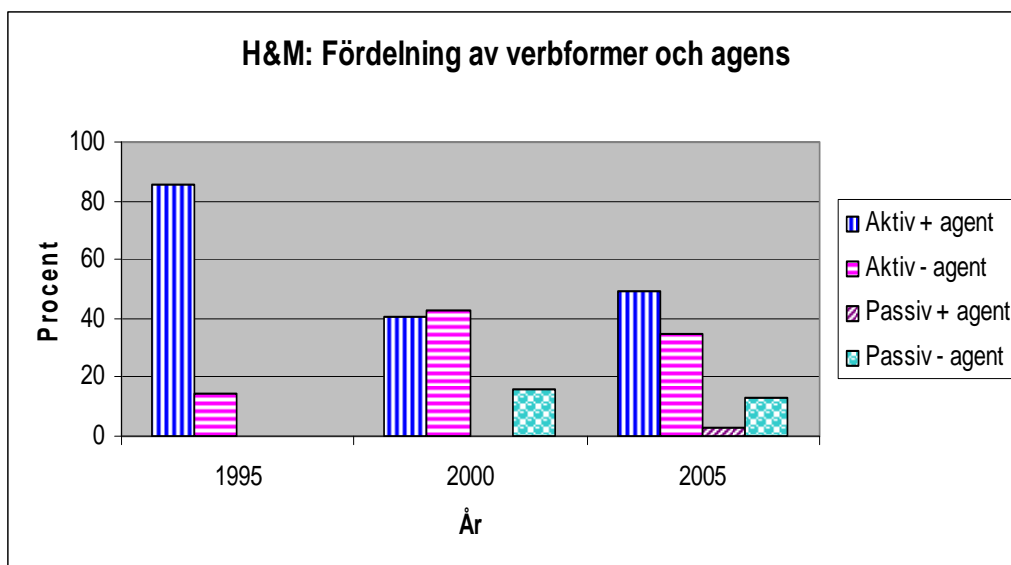
		Snuset växer på rökningens bekostnad med ökat stöd av forskaropinion	s. 4-5	SM05-2
		Socialt ansvarstagande och miljö	s. 27-29	SM05-3

TABELL 4: Översikt över materialet från Trelleborgs årsredovisningar.

Trelleborg	1995	Miljö, hälsa och säkerhet	s. 10-12	TB95-1
	2000	Miljö	s. 30-31	TB00-2
	2005	Människor och miljö	s. 42-45	TB05-1

**Bilaga 2**TABELL 5: *Fördelning av antalet analyserade satser i H&M:s årsredovisningar.*

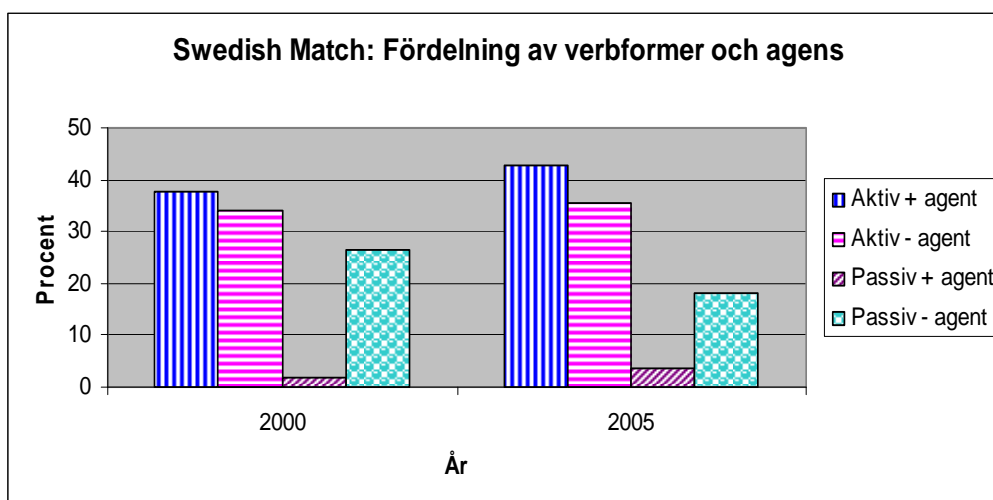
<b>H&amp;M</b>	<b>1995</b>	<b>2000</b>	<b>2005</b>
<b>Aktiv + agent</b>	6 (1)	47 (11)	88 (19)
<b>Aktiv – agent</b>	1	50 (4)	62 (7)
<b>Passiv + agent</b>			5 (2)
<b>Passiv –agent</b>		19	23



FIGUR 2: Procentuell fördelning av antalet analyserade satser i H&M:s årsredovisningar.

TABELL 6: Fördelning av antalet analyserade satser i Swedish Matchs årsredovisningar.

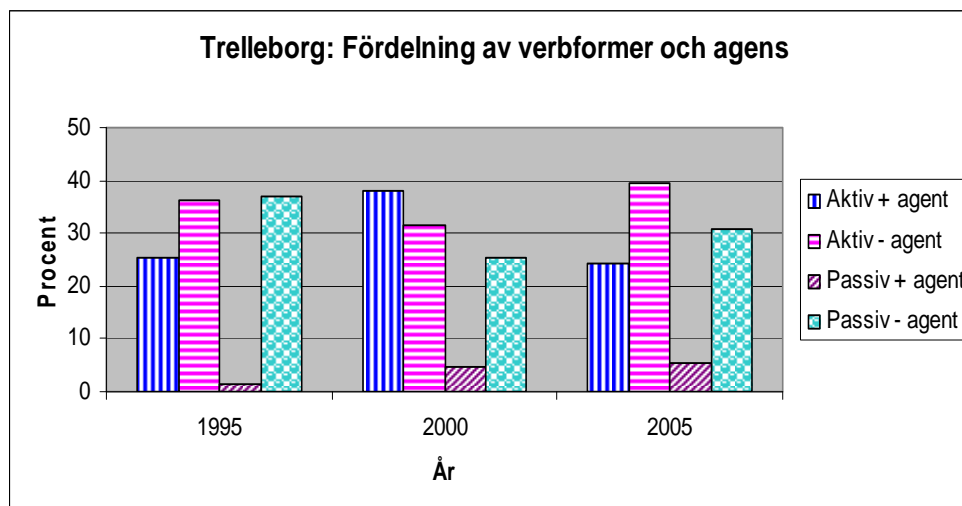
<b>Swedish Match</b>	<b>2000</b>	<b>2005</b>
<b>Aktiv + agent</b>	20 (2)	47 (5)
<b>Aktiv – agent</b>	18	39
<b>Passiv + agent</b>	1	4
<b>Passiv – agent</b>	14	20



FIGUR 3: *Procentuell fördelning av antalet analyserade satser i Swedish Matchs årsredovisningar.*

TABELL 7: *Fördelning av antalet analyserade satser i Trelleborgs årsredovisningar.*

<b>Trelleborg</b>	<b>1995</b>	<b>2000</b>	<b>2005</b>
<b>Aktiv + agent</b>	35 (1)	24	22
<b>Aktiv - agent</b>	50	20	36
<b>Passiv + agent</b>	2	3	5
<b>Passiv - agent</b>	51	16	28



FIGUR 4: *Procentuell fördelning av antalet analyserade satser i Trelleborgs årsredovisningar.*