

ATT KLÄ SIN IDENTITET

EN NARRATIV GARDEROBSTUDIE OM UNGA KVINNORS
IDENTITETSKONSTRUKTION GENOM KLÄDER OCH STIL

Kajsa Quintero

Magisteravhandling

Sociologi

Statsvetenskapliga fakulteten

Helsingfors universitet

Handledare Kenneth Sillander

Våren 2020

ABSTRAKT

Syftet med den här avhandlingen är att studera hur kvinnor genom narrativ ger sin klädkonsumtion mening. Forskning om kvinnor och kläder görs i flera discipliner och från olika metodologiska angreppsvinklar. Denna avhandling närmar sig ämnet genom en kombination av narrativ metod och garderobsstudie i en finländsk kontext. Fyra interjuver av kvinnor i åldern 25–30 bosatta i Helsingfors analyseras i en modesociologisk referensram.

Narrativ metod är en kvalitativ metod som accentuerar individens berättelser. Genom berättelser strukturerar och ger vi mening åt våra erfarenheter. Berättelser både skapar och är vår verklighet. Garderobstudier handlar om individens förhållande till hennes garderob och dess innehåll, både kläder som används och sådana som inte används. Dessa två metodologiska tillvägagångssätt kompletterar varandra och belyser ämnen som kläder, stil, smak, kropp och identitet.

Många av de teoretiska perspektiven på kläder och mode tar fasta på kläder som ett verktyg för identitetskonstruktion. Kläder är inte endast något vi klär oss i dagligen – de representerar och speglar vår identitet: vem vi är och vem vi vill vara. Vår klädsmak och våra stilistiska val är ett sätt att kommunicera vem vi är, som medlemmar av sociala grupper eller som unika individer. Genom vår klädkonsumtion kan vi också uttrycka politiska och sociala värderingar, som också de bidrar till vår identitetskonstruktion. En narrativ garderobstudie, i kombination med den modesociologiska referensramen, möjliggör en holistisk syn på kvinnor och kläder.

Avhandlingen är indelad i en teoretisk del som redogör för den centrala tidigare forskning gjord på detta sociologiska område, ett avsnitt som redogör för metod och empiri, samt en analys av kvinnornas narrativ. Jag introducerar analysen med en genomgång av samtliga intervjuade kvinnors narrativ, varefter jag presenterar tre centrala teman som alla kvinnorna berörde i sina narrativ: identitet, sensoriska upplevelser och etik.

Kvinnornas narrativ om deras garderober visar att de konstruerar sin identitet både genom garderobens aktivt och inaktivt använda kläder. Förutom att kläder har praktiska och sensoriska funktioner, är de för kvinnor även ett sätt att utöva intrycksstyrning: att kommunicera vem de är, vem de vill vara och vem de inte vill vara. Trots att den postmoderna kvinnan är mycket medveten om sin klädkonsumtions etiska och sociala effekter, så använder hon ändå kläder aktivt som ett sätt att konstruera identitet.

INNEHÅLL

FÖRORD	4
1. INLEDNING: INTE BARA KLÄDER	6
2. KONSUMTION, SMAK OCH IDENTITET: TIDIGARE FORSKNING OCH TEORETISKA PERSPEKTIV	10
2.1. IMITATION OCH DIFFERENTIERING	11
2.2. KLASS, HABITUS OCH SMAK	12
2.3. KÄNSLOR OCH SOCIAL SMAK	13
2.4. STIL OCH POSTMODERN IDENTITET	15
2.5. KROPP, MOTSÄGELSER OCH DISSONANS	17
3. METOD OCH MATERIAL: BERÄTTELSE OM GARDEROBEN	19
3.1. NARRATIV GARDEROBINTERVJU SOM METOD	19
3.2. ÖVERBLICK AV AVHANDLINGENS MATERIAL OCH MATERIALINSAMLING	20
3.3. ANALYTISKA ANSATSER	22
3.4. ETIK OCH REFLEXIVITET	23
4. FYRA BERÄTTELSE OM KLÄDER: KVINNORS NARRATIV	26
4.1. HEDDA: DRÖMMEN OM EN KOMPLETT GARDEROB	27
4.2. MENA: HELLRE FÖR UPPKLÄDD ÄN NEDKLÄDD	28
4.3. DISA: PRAKTISKT NEUTRAL MED ATTITYD	29
4.4. SIRI: KLÄDER SOM KONSTNÄRLIGT UTTRYCK	30
5. KLÄDER SOM VERKTYG FÖR EN POSTMODERN IDENTITET	31
5.1. DEN AKTIVA OCH INAKTIVA GARDEROBEN	31
5.2. KLÄDERS SOCIALA GRÄNSER	35
5.3. KLÄDER SOM MEDEL FÖR KOMMUNIKATION	37
6. ATT KLÄ DEN KVINNLIGA KROPPEN	43
6.1. EMOTIONELL OCH PRAKTISK BEKVÄMLIGHET	43
6.2. DEN KVINNLIGA KROPPENS RELATION TILL KLÄDER	46
6.3. SENSORISKA PERCEPTIONER	50
7. KLÄDKONSUMTION OCH ETISK BALANSGÅNG	51
7.1. ETT ÖVERFLÖD AV KLÄDER	51
7.2. ATT NAVIGERA MELLAN HÅLLBARHET OCH KOGNITIV DISSONANS	54
8. SAMMANFATTNING OCH DISKUSSION	58
LITTERATUR	62
BILAGOR	68
BILAGA 1: INTERVJUGUIDE	68

FÖRORD

Alla relationer har sin dynamik, och min relation till kläder har alltid varit passionerad. Jag kan inte bekräfta men inte heller förneka att det var min tonårstristess i en småstad som fick mig dagdrömma om mode och kläder varje dag mellan åren 2005 och 2011 då jag också med nästan religiös plikttröhet köpte vartenda nummer av ELLE samma dag de kom ut i affären. Med lika delar fascination och eskapism tog jag in bilderna som fyllde magasinen, och längtade efter en plats och en tid i mitt liv då jag kunde sitta och dricka espresso i Paris med en handväska och i skor som inte behövde vara praktiska eller ergonomiska, i kläder som var "jag".

Jag har varit fascinerad av kläder och av driften att hitta kläder som känns som "jag" i hela mitt vuxna liv och att de kläder som känts som "jag" varierat ibland så ofta som veckovis är orsaken till att jag konsumerat kläder oftare än jag egentligen logiskt sett hade behövt. Mode är en av många former av estetisk kreativitet och i de flesta fall har min impuls att utforska kreativa alternativ vägt mer än mitt samvete eller den vetskap jag haft om klädindustrins mörka sidor. "*His eyes and his politics are having a fight*" säger Marie Calvet om sin intellektuella marxistiska man Emile som har en passion för vackra ting (i tv-serien Mad Men säsong 5 avsnitt 7). Många gånger har jag också känt så: jag måste miljö- och människorättskompensera senare, för alla gånger det jag *sett* vunnit över det jag *vet*. För den postmoderna unga kvinnliga konsumenten förväntas inte bara konsumera som ett sätt att konstruera identitet, hon förväntas även konsumera på ett sätt som är etiskt, socialt rättvist och miljömässigt hållbart. Det var någonstans i detta mellanrum, i sviterna av en samhällelig konsumtionshets och med ett dåligt samvete över att inte alltid orka känna konsumtionsskam, som fröet till denna avhandling planterades för ett år sedan. Glad och tacksam över att ha skrivit denna avhandling vill jag tacka de som på olika sätt varit med mig i processen:

Mitt allra ödmjukaste tack till informanterna som öppnat sina hem och garderober för mig och vars berättelser egentligen utgör denna avhandling. Tack för alla fina språkliga beskrivningar av sånt som inte alltid är så lätt att klä i ord. Många tack till mina handledare längs med vägen: Elina Oinas och Sirpa Wrede som förstod min passion för kläder och hjälpte mig utforma ett perspektiv som var av sociologisk relevans samt Kenneth Sillander vars kunskap i modesociologi varit oersättlig för mig. Det känns roligt symboliskt att både min första och sista kurs i sociologi är under din handledning.

Tack till min mommo Ulla-Bella som förutom att i mig ha planterat en förmåga att uppskatta estetik och skönhet, också lärt mig det mesta jag vet om kläder. Många gånger har din kunskap kanaliserats genom min mamma Caroline, som tålmodigt varit den som fått bevittna samtliga stadier av min klädkonsumtion och identitetskonstruktion, vissa mer och andra mindre sköna för ögat. I din garderob har jag som tur alltid kunnat hitta inspiration till en tidlös och hållbar stil. Tack till min pappa A-P som inte bara delat utan också inspirerat och utmanat min uppfattning om stil, och som jag fått äran att vara smakråd till oändliga gånger. Ett särskilt tack till mina syskon Frida och Ville som alltid erbjuder en trygg plats ett telefonsamtal bort, och min moffa Ragnar som äntligen får ett jakande svar då han frågar om jag är klar med skolan.

För alla former av stöd, inspiration, mening och kärlek, tack Ian – det är onekligen så att tryggheten av en bästa vän är det bästa stödet som finns. Och Nomi, mitt lilla liv. Författaren Anne Lamott skriver att *“there really are places in the heart you don’t even know exist until you love a child”*. Det är svårt att forma ett tack till en individ som man själv gett liv till, men då jag har varit snubblande nära att ge upp med hela avhandlingen, har jag använt lite av den kärleksreservoar som du fyllt i mitt hjärta, och fortsatt igen. Att ta examen är fint, men inte lika fint som att vara din mamma.

Kajsa

Maj 2020

1. INLEDNING: INTE BARA KLÄDER

Syftet med denna avhandling är att studera hur unga kvinnor konstruerar sin identitet i sina klädval och i sina narrativ om sin klädkonsumtion. Att klä på sig kläder är en akt som alla upplever och utför åtminstone en gång per dag. Ofta något som sker framför eller invid ens garderob, är påklädningen en intim situation där vi kanske stannar upp och funderar över om det vi bär är ”rätt” eller känns som ”jag”. Det är en situation där det privata överlappar med det offentliga, eftersom vi reflekterar över hur vi kommer att bli uppfattade av andra i de kläder vi väljer att bära. Vi förhandlar med oss själva om frågor som berör våra kroppar, respekt, anständighet, stil, status och genus. (Woodward 2007, 1–17). Förutom att unga kvinnor genom de kläder de väljer konstruerar sin identitet förhandlar de idag ständigt med trycket om att konsumera på ett ansvarsfullt sätt.

Vi väljer kläder beroende på hur vi känner oss och hur vår dag ser ut. Vad vi skall göra, vem vi skall vara med, vart vi ska gå, hurdan väder det är, och vilka kläder som finns i vår garderob påverkar vad vi klär oss i för dagen. Men våra kläder fyller inte bara praktiska krav; de är också ett medel med vilket vi inte bara kan forma, visa, uttrycka, uppfatta och kommunicera vem vi är utan också vem vi strävar efter att vara eller uppfattas som (Montemurro & Gillen 2013, Twigg, 2009, Woodward 2007, Crane & Bovone 2006, Goffman 2007). De är det mest tydliga exemplet på vad och hur en individ konsumerar (Crane 2000a, 1). Kläder har olika betydelser och representerar olika värderingar, förhoppningar, performanser och representationer om vår identitet (se t.ex. Bovone 2006, Woodward 2007, Banim & Guy 2001). De är en förlängning av oss själva, och eftersom kläder fysiskt sett sitter precis mellan en själv och omvärlden, har de en speciell karaktär som ett filter mellan en person och hennes omvärld (Bovone 2006). De förkroppsligar relationen mellan individen och den sociala världen. De kläder vi bär speglar inte bara vår smak och preferenser, utan också politiska och sociala värderingar. Av denna orsak är kläder och mode i ett sociologiskt perspektiv inte bara väldigt relevanta utan också intressanta; genom att studera klädkonsumtion på en individnivå, möjliggörs större sociologiska teoretiska perspektiv på till exempel individualitet och konformitet (Simmel 1971), smak och klass (Bourdieu, 2010 [1979]), ambivalens (Wilson 2003), kroppsbild (Wolf 1990) och ångest (Clarke & Miller 2002). På det snabbt växande vetenskapliga fältet av mode, är sociologins konceptuella verktyg av stor betydelse för att förstå dess natur och funktion (Almila 2016, s.510).

Från att ha varit markörer för klass, yrkesgrupp och kön, är kläder och mode idag mycket mer allmänt tillgängliga och föränderliga. Mode rör sig inte från de övre klasserna till de lägre som Simmel menade, och det som förr sågs som lyx har till viss del idag tappat sitt sociala värde. Mer än någonsin betonas idag betydelsen av estetik, utseende och visuell kommunikation (de la Funete 2000; Lipovetsky, 1994). Den postmoderna individens klädkonsumtion och användning av stilar styrs av en evig strävan att hitta en identitet – hennes uppsättning av alternativ är oändlig och estetiken oförutsägbar (Bovone 2006). Idag, mer än någonsin, konsumeras kläder utav längtan, önskningar och emotioner om att vara – eller bli – någon.

Konsumtion av kläder är idag starkt konsumtion politiskt laddat. Det finns ett överflöd av utbud, och samtidigt är vetskapen om klädindustrins skuggsidor är större än någonsin. Information om de ohållbara och orättvisa ekologiska, sociala och politiska förhållandena som omringar och genomsyrar produktionen av kläder är idag väldigt vanligt förekommande och lättillgänglig. Så gott som alla unga människor är numera medvetna om att marknadsföringen av varor bygger på att förstärka känslor som hopp, skuld och skam och genom dessa känslor skapa temporära behov att konsumera – men ändå konsumerar vi. Denna kognitiva dissonans är något som marknadsföringsforskarna Maria Carolina Zanette och Daiane Scaraboto (2019) lyfter fram med begreppet ”institutionella logiker” (*institutional logics*). Institutionella logiker, menar de, är socialt konstruerade mönster som olika plagg representerar och överför genom en viss funktion och rutin. Ett exempel på detta är de smalhetsideal som uppmuntrar användandet av kläder som formar kroppen eller det motsatta mönstret av kroppspositivism som innebär ett accepterande av alla kroppsformer. Zanette och Scaraboto (2019, 1) menar att dessa institutionella logiker ofta skapar en spänning och identitetskonflikter för konsumenten. Dylåka motsägelsefulla känslor påverkar individens relation till sig själv och andra. De sociala och politiska insikterna om hur den globala klädindustrin fungerar och uppehålls kan skapa en viss kognitiv dissonans i konsumtionen av kläder: det vi vet och hur och vad vi konsumerar är inte alltid i balans. Den balansgång som vetskapen om klädkonsumtionens avigsidor föranleder hos konsumenter är därför av ett stort sociologiskt intresse. Eftersom unga kvinnor ofta både är storkonsumenter av kläder och medvetna om klädindustrins skuggsidor är det intressant att studera hur de balanserar klädkonsumtion som identitetsbygge och klädkonsumtion som problematisk oetisk konsumtion.

I avhandlingen använder jag mig av många begrepp som kan tolkas och förstås på olika sätt. De mest centrala är konsumtion, identitet och stil. Konsumtion av kläder kan lätt förstås som

själva handlingen då kläder konsumeras, men det refererar också till användningen av och beteendet kring kläder, inklusive kläder som redan finns i våra garderober (Aspers & Godart 2013). I denna avhandling använder jag begreppet konsumtion ofta, och syftar både på anskaffandet och användningen av kläder, ofta främst det sistnämnda. Identitet är ett begrepp som inom den sociologiska forskningen är väldigt brett, vilket gör att det som forskningsobjekt kan vara problematiskt. Jag diskuterar främst personlig identitet, uppfattningen om att det är en individs attribut, övertygelser och egenskaper som definierar hen, men också kollektiv identitet, det vill säga vilka sociala grupper de undersökta kvinnorna identifierar sig med. Identiteter är dynamiska och kontextbundna, de utvecklas och förändras ständigt, och är därför ofta präglade av motsägelser (Sparkes & Smith 2008; Smith & Sparkes 2008; Benwell & Stokoe 2006, 138). Identitetsforskningen kan grovt indelas i två underområden: essentialistisk och konstruktionistisk identitetsforskning (Benwell & Stokoe 2006, 9). I min avhandling refererar jag huvudsakligen till konstruktionistisk teorier som uppfattar att identitet konstrueras av människan i en viss historisk och kulturell kontext. Stil är ett brett begrepp som kan definieras på olika sätt. Då jag pratar om stil, både i intervjuerna och överlag i denna avhandling, syftar jag på den yttre stilen som vi med kläder och accessoarer skapar och kommunicerar till omvärlden. Jag använder begreppet såsom klädforskaren Marilyn DeLong, som förstår stil som de återkommande och igenkännbara sätt på vilka vi bygger upp vårt utseende (DeLong 1998, s.11–14). Val av kläder, smak, sammansättning och styling bidrar alla till ens stil, men också ens identitet; det är ett sätt att kommunicera vem vi är, med vem vi hör ihop med, eller på vilket sätt vi är unika.

Avhandlingen baseras på kvalitativ forskning om identitetskonstruktion, utförd genom en så kallad garderobstudie. Jag har intervjuat fyra kvinnor i 25–30-årsåldern bosatta i Helsingfors i deras hem, invid deras garderober. Garderobstudier exemplifierar identitetsstudier eftersom de handlar om hur individen konstruerar relationen mellan sig själv och de kläder som bildar hennes garderob. Även om avhandlingen huvudsakligen anlitar modesociologisk litteratur, så använder jag även annan litteratur då det är av relevans: sociologisk och annan samhällsvetenskaplig kulturforskning, kultur- och konsumtionsforskning samt socialpsykologisk forskning om kläder och identitet.

Avhandlingen syftar särskilt till att förstå unga kvinnors klädkonsumtion utgående från hur de berättar om sina garderober. Garderobstudien har utförts genom så kallade ”narrativa intervjuer”, det vill säga intervjuer som ger plats åt narrativ. Denna kvalitativa metod fokuserar

på hur individen berättar om sig själv och sitt liv. Genom berättelser strukturerar och ger vi mening åt våra erfarenheter, berättelserna både skapar och är vår verklighet. Garderobstudier handlar om att studera individens förhållande till den helhet som hennes kläder bildar. Genom garderobfokuset inkluderas både kläder som används och sådana som inte används som viktiga element i studien. Garderobsperspektivet och den narrativa metoden kompletterar varandra och möjliggör på en gång tillgång till information om ämnen som kläder, stil, smak, kropp och identitet.

Med avhandlingen vill jag således studera klädkonsumtion med kvinnors narrativ i centrum. Jag är speciellt intresserad av hur personliga och sociala faktorer påverkar informanternas klädkonsumtion och hur de inkorporerar dem i deras berättelser om stil och deras identitetsskapande.

Den analytiska ansatsen för avhandlingen är socialkonstruktionistisk. Jag uppfattar att kvinnornas identiteter skapas genom deras sätt att tala om garderoben, genom deras användning av kläderna och klädernas samspel med deras kroppar samt genom den reflektion och etiska balansgång som klädkonsumtionen bidrar till. Avhandlingen visar att kvinnors klädkonsumtion är av komplex natur och dels kan skapa glädje och mening, dels ångest och kognitiv dissonans.

Kapitel 2 ger en inblick i olika perspektiv på kvinnors klädkonsumtion och presenterar avhandlingens centrala teoretiska och konceptuella ramar genom en redogörelse för tidigare forskning och teori om ämnet. I kapitel 3 presenterar jag min forsknings metodologi och material, följt av en diskussion om etik. Kapitel 4 presenterar en genomgång av mina informanternas narrativ om sina kläder. Den tematiskt uppdelade analysen presenteras i kapitlen 5–7. I kapitel 5 lyfter jag fram hur ”aktiva” och ”inaktiva” kläder i garderoben fungerar som verktyg för konstruktionen av kvinnornas postmoderna identitet. Kapitel 6 behandlar teman som rör kläders relation till den kvinnliga kroppen: emotionell och fysisk bekvämlighet samt sensoriska perceptioner. Det sjunde kapitlet belyser den etiska balansgång och kognitiva dissonans som kvinnornas klädkonsumtion präglas av. Kapitel 8 utgör en sammanfattande diskussion och avslutning.

2. KONSUMTION, SMAK OCH IDENTITET: TIDIGARE FORSKNING OCH TEORETISKA PERSPEKTIV

Forskning om mode är idag inte längre underrepresenterat eller undervärderat inom det sociologiska akademiska fältet. Medan det tidigare fanns en tendens bland de intellektuella att inte ge uppmärksamhet åt ämnet, influerade av både det platonska föraktet mot ytligheter som utseende och av ett kritiskt förhållningssätt mot ett kapitalistiskt samhälle, har mode nu erhållit en etablerad plats inom sociologin. En viktig orsak till att ämnet idag har en erkänd ställning är utvecklingen av en kreativ bransch i samhället som idag är mer mångsidig och etablerad än någonsin. Inom ämnet mode ryms många klassiska sociologiska frågor: frågor om kultur, struktur, individ, makt och klass. Begreppet mode kan appliceras på olika delar av den kulturella sfären: mat, musik, litteratur, arkitektur och kläder (Entwistle 2015; González 2012, 23–34).

I avhandlingen betraktas mode, klädstilar och konsumtion som exempel på kultur i bred mening. Begreppet kultur, kan enligt Lyn Spillman (2002, 4) förstås som ”processer av meningsskapande” (*processes of meaning-making*). Kultur, och allt som det innebär, kan alltså brytas ner till handlingar som på olika sätt tillför mening; för och om oss själva och andra. Kultursociologin kan visa oss att det bland det som först verkar vara ett kaos, ofta i själva verket finns märkbara mönster och återkommande motiv, också när det kommer till något så vardagligt som kläder (Inglis, 2016, 2).

Det engelska ordet för mode (*fashion*) kommer från franskans *façon*, som betecknar sätt att skapa och göra saker (Aspers & Godart 2013, 173). Mode är inte bara ett aktuellt, mångdimensionellt och betydelsefullt sociologiskt tema, utan också ett viktigt socialt fenomen att studera. Inom studier av mode och kläder sammanvävs många av sociologins centrala perspektiv såsom identitet, konsumtion, samt social distinktion och social imitation (Crane 2000a; Kawamura; Aspers & Godart 2013). Mode är ofta förknippat med modernitet och som en essentiell drivkraft för mode ses ofta sociala hierarkier, men också en viss mobilitet inom sådana (Almila, 2016, 510).

Sociologin har ingen allmänt accepterad definition för mode. Sociologerna Patrik Aspers och Frédéric Godart skriver att mode bland annat kan ses som ”en oplanerad process av

återkommande förändring” (2013, 185, onummerad sidnot). Vad många först förknippar med ordet mode är kläder. Praktikerna kring mode har utvecklats och formats av dess historiska, politiska och sociala kontext, och idag har mode mer mångdimensionella betydelser än förr. Som en av de tydligaste markörerna för kön och social status, har mode länge fungerat som en markör för klass och religion, och som ett verktyg för att upprätthålla sociala gränser. Från att starkt ha influerats av teorier om klass, studeras idag klädkonsumtion främst ur ett livsstilsperspektiv (Crane 2000a, 134–136).

Även om jag i denna avhandling använder klassiska teorier om mode, så stöder jag mig i analyskedet huvudsakligen på nyare och teoretiskt mer avgränsade perspektiv. De klassiska teorierna reflekterar ambitioner för att generalisera om universella fenomen och förståelser som dominerade det teoretiska klimatet där studier om mode ursprungligen gjordes. De nyare teoretiska perspektiven bygger vidare på dem men avgränsas noggrannare på sätt som i kontexten av denna avhandling är mer relevanta.

2.1. IMITATION OCH DIFFERENTIERING

I studiet av kläder och klädkonsumtion finns vissa sociologiska perspektiv och teorier som är mer välkända än andra; de flesta klassiska sociologiska teorierna betonar sambandet mellan kläder och sociala strukturer (Aspers & Godart 2013, 172). En av de mest citerade källorna inom området är Simmels essä om mode (1957). I den presenterar han en teori om modets dualistiska karaktär, enligt vilken mode borde förstås som en dialektik mellan imitation eller konformitet, och differentiering eller urskiljande. I denna process sker imitationen ofta av individer som vi beundrar, medan vi ofta vill skilja oss från individer vi inte beundrar. Simmels centrala poäng är att individer i de lägre samhällsklasserna tenderar att imitera individer i de högre samhällsklasserna, och deras konsumtion, stilar och estetiska bedömningar. Han menade att individer i de högre samhällsklasserna vanligtvis tenderar att både ha en starkare önskan för förändring och vara mer öppensinnade att anamma nya moden, och eftersom olika moden är tillfälliga till sin natur, utvecklas de ständigt i takt med kulturella individers strävan efter förändring och exklusivitet. De nya moderna bärs alltså först i de högre samhällsklasserna, och influerar sedan individer i de lägre samhällsklasserna. Simmel förstår alltså mode som en social struktur inom vilken en viss makt utövas över individer som befinner sig lägre ner i strukturen,

och för de olika sociala klasserna har mode olika betydelse: att sudda ut eller skydda ens klassgränser (Almila 2016, 511).

Det bör noteras att det västerländska samhället idag ser socialt och ekonomiskt helt annorlunda ut än det samhälle som Simmel skrev om. Idag finns det inte lika tydliga sociala klasser som förut, och kläder är idag mer tillgängliga och praxisen kring dem mer liberal. Allt mode som skapas i de högre klasserna anammas eller imiteras inte heller: idag är det istället unga eller vissa kulturella eliter som skapar och formar nya moden (Bovone 2006). Idag finns det så många olika sociala sfärer med olika ideal att förhålla sig till att mode inte rör sig i bara en riktning som Simmel argumenterade. Medan Simmel underströk hur mode utvecklas genom medvetna eller undermedvetna imitationer av de högre samhällsklasserna, diskuterar nyare sociologiska teorier ett mer demokratiserat mode (t.ex. Lipovetsky 1994, Crane 2000a).

2.2. KLASS, HABITUS OCH SMAK

Bland annat Crane (2000) tar avstånd från det Simmelska sättet att se på mode, stil och sociala klasser, och fäster i stället uppmärksamhet vid Bourdieus teori om distinktion. Bourdieus klassiska verk *Distinction: A Social Critique and the Judgement of Taste* (1984, först publicerad 1979) behandlar korrelationen mellan klass, smak och konsumtion. Det centrala i hans teori är hur individer både formar och formas av en viss social ordning, vilket innebär att då samhällen reproduceras, är våra handlingar alltid påverkade av det förflutna. Han talar om sociala fält, kontextuellt bundna till tid och rum, i vilka individer av en viss klass, med tillgång till ett visst kapital, som har ett visst habitus, agerar genom vissa specifika handlingar. De sociala fälten har alla olika sociala koder för hur man bör agera, tala och tänka. Bourdieu talar om detta som ett spel: ett spel som av samtliga individer på det sociala fältet anses tillräckligt viktigt att både acceptera och ta del av. För att kunna delta i spelet på fältet måste en individ ha rätt habitus och tillräckligt mycket rätt kapital (Inglis & Thorpe, 2012).

Bourdieu förklarar begreppet habitus som ett system av dispositioner som syns i det karakteristiska sätt på vilka individer i en viss grupp tänker, känner, agerar och upplever (1984, 562, fotnot 2). Habitus kan förstås som en grupps eller persons kultur, och det anger tonen för vår smak: vad vi gillar och inte gillar, vad vi anser som bra eller dåligt, och vad vi anser är

moraliskt acceptabelt eller icke-acceptabelt (Inglis & Thorpe, 2012). Smak är, enligt Bourdieu, en översättning av en persons habitus och klass, till något konkret, något synligt. Vår smak och dess uttryck är ett sätt att skilja oss från andra, och i ett neo-liberalt samhälle kan det tolkas som ett sätt att marknadsföra oss själva. Vi anammar de smakpraktiker som är dominerande på de sociala fält vi rör oss på. Denna socialisation sker både på ett fysiskt och ett psykiskt plan, och påverkar både kropp och sinne. Vår sociala klass påverkar inte enbart vår habitus, utan även mängden och typen av de kapital vi har tillgång till: socialt-, ekonomiskt- och kulturellt kapital. Enligt Bourdieu är det individer med mycket kulturellt kapital som kan bedöma vad som är av god smak och vad som inte är det. När en viss smak av dem framförs som ”mainstream” eller till och med vulgär, pratar Bourdieu om symboliskt våld (Bourdieu, 2010, 511). Bourdieu menar att det främst är individer med mer kapital som har råd och behov att uttrycka motvilja mot vissa moden som ett sätt att inte bli förknippade med ”mainstream-modet”, eller att bli uppfattade som vanliga (2010). I allmänhet, menar Bourdieu, är vi inte medvetna om vårt habitus, hur vi uttrycker det och hur det påverkar vår vardag; det är alltid där och till en viss del *är* vi vårt habitus (Inglis & Thorpe 2012, 213). Habitus kan ses som ett filter genom vilket vi ser på världen, det formar våra antaganden och förväntningar. Bourdieu menar att även om habitus kan styra och begränsa våra handlingar, så omöjliggör det inte att sociala regler kan ifrågasättas eller brytas (Inglis & Thorpe, 2012; Bourdieu 2010).

2.3. KÄNSLOR OCH SOCIAL SMAK

Även om många nyare sociologiska teorier understryker en mer demokratiserad natur hos mode, som är format av till exempel en livsstils- och identitetsdriven konsumtion av kläder, så har mycket nyare forskning också indikerat att klass inte helt kan förbises (Almila, 2016, 510). Exempelvis marknadsförings- och konsumtionsforskaren Christiana Tsaousi (2014) använder Bourdieus begrepp om habitus, smak och kapital som en konceptuell och teoretisk ram för att förstå och analysera skapandet av identitet genom konsumtionsmönster. Hon menar att kvinnors konsumtion av underkläder kan ses som en förkroppsligad praktik och som ett sätt att (re)konstruera en kvinnlig identitet. På ett Bourdieuskt språk understryker Tsaousi att kvinnor uttrycker deras underklädessmak beroende på deras habitus-influerade antaganden om deras roll och funktion. På detta sätt blir underkläder ett “förkroppsligat kulturellt kapital som stöder

element av en kvinnlig identitet” (2014, 467). Kvinnors förståelser av smak och sociala fält i relation till deras underkläder är i viss mån också ärvda från deras mammor.

Karen Rafferty (2011) diskuterar hur sambandet mellan konsumtion och utvecklingen av känslor är kopplade till social klass. Hon understryker att istället för att ses enbart som en estetisk handling, borde mode förstås mer utifrån ett perspektiv av de känslor som omringar våra självskapande praktiker (*self-fashioning practices*). I den situation och handling då vi klär på oss och stiliserar våra kroppar på olika sätt, positionerar vi också oss i enlighet med vissa eftersträvarvärda kulturella normer. Påklädning kan på detta sätt alltså producera känslor som antingen fungerar som emotionella belöningar eller ger upphov till ångest, smärta och besvikelse. Alison Clarke och Daniel Miller (2002) samt Jennifer Smith Maguire och Kim Stanway (2008) betonar också att är känslor i klädkonsumtion är centrala. De menar att klädkonsumtionen i hög grad är socialt styrd. Mode har alltid haft en social agenda för kvinnor, och beteenden kring kläder socialt motiverade (Crane 2000a, 19). Enligt Clarke och Miller gör kvinnor helst klädval i närvaron av andra kvinnor, och andras åsikter är av stor betydelse. Clarke och Miller går till och med så långt att de säger att det i sista hand är ångest som styr konsumtion av kläder: ångest över att eventuellt känna skam eller genans. Vi klär oss för andra, inte för oss själva (Crane 2000b, 237) och i klädkonsumtionsakten använder vi andras ögon för att bekräfta vår smak: vänner, butiksbiträden, stylisterna (Clarke & Miller 2002, 193). I många fall, menar de, känner individer inte till sina preferenser: de vet egentligen inte vad de tycker om. Det är i sociala kontexter som vår smak formas och vi lär oss att ”veta” vad vi gillar. Jennifer Smith Maguire’s och Kim Stanway’s (2008) studie om unga vuxnas tankar kring konsumtion, stil, konformitet och självsäkerhet pekar på att individers klädkonsumtion styrs av en rädsla av att bli ”fel” uppfattade av andra, vilket innebär att självproduktionen mer socialt styrd än vad många teorier om individualisation menar.

Sociologerna Elise van der Laan och Olav Velthuis (2016, refererade i van der Laan & Velthuis 2016, 23–24) riktar kritik mot sociologins konstruktionistiska och symboliska perspektiv på konsumtion, och dess oförmåga att se de vardagliga praktikerna som följd. De menar att klädkonsumtion i hög grad styrs av regler och rutiner och betonar den praktiska och bekvämliga aspekten av kläder. Deras forskning pekar på att individer inte huvudsakligen väljer kläder utifrån en önskan att vara unik, utan på grund av en strävan efter att ha en lämplig, praktisk och anspråkslös outfit som inte blir diskvalificerad av andra.

2.4. STIL OCH POSTMODERN IDENTITET

Samtidigt som ångest och socialt tryck ofta kopplas till individers konsumtion av kläder, så är individers klädkonsumtion även förknippad med positiva känslor (Smith 2017). Mode kan skapa möjligheter för en person att genom konversation mellan personliga och externa värderingar och faktorer forma och presentera sin identitet (Goffman 2007). Idag finns en generell betoning på individualitet mer än någonsin, och att producera en rätt bild av sitt "själv" är ständigt närvarande. Konsumenter har både en önskan att genom kläder framstå som unika och originella, och bli accepterade och känna att de tillhör ett större sammanhang (Smith Maguire & Stanway 2008, 76). I vår konsumtion av kläder är detta dualistiska förhållande och dess dilemman, paradoxer och spänningar ständigt närvarande.

Goffmans tankar om självpresentation är viktiga för att förstå modets dynamik. Som han observerade många år innan den postmoderna debatten hade börjat, är kläder ett elementärt element i vår interaktion med andra och ett sätt på vilket vi kan välja vilken av de multipla självidentifikationer (*multiple self-identifications*) som vi väljer att anamma i en viss situation. Goffman beskriver hur individer i social interaktion agerar på ett dramaturgiskt sätt, och hur den sociala situationen styr individens agerande. I en interaktion med en annan individ försöker vi dels presentera oss själva på ett visst sätt, och dels få en uppfattning om personen vi interagerar med. Goffman ansåg att vi beter oss på vissa sätt i sociala situationer för att inte genera varandra eller oss själva. Kläder kan i ljuset av denna teori ses som ett medel med vilket vi utför intrycksstyrning (*impression management*). I det privata, i det så kallade bakre regionerna, är vi inte lika bundna till att agera utifrån de sociala relationerna och andra individer, och där är den sociala akten eller självpresentationen inte längre lika aktiv (Goffman 1961 & 1990, Johansson 2005).

Inte bara kläder vi använder, utan även kläder vi inte använder har en koppling till vår identitet. Att ha kläder i garderoben som man inte använder har i tidigare forskning tagits upp som en direkt följd av det överflöd av saker som konsumtionssamhället bidrar till. Vi ser, medvetet eller omedvetet, på våra ägodelar som en förlängd del av oss själva (Belk 1988). Sociologerna Maura Banim och Alison Guy (2001) har i en studie om kvinnors kläder och identitet visat att kvinnor behåller kläder de inte använder av olika orsaker, alla betydelsefulla för hur individen konstruerar identitet. Kvinnor behåller kläder de inte använder och de är påtagliga påminnelser om inte bara förflutna identiteter, men de bygger upp symboliska länkar mellan kvinnors

förflutna, nutida och framtida identiteter. Kläder som kvinnor behåller och förvarar i garderoben är ett medel för henne att reflektera över inte bara vem hon var, vem hon kan vara och vem hon vill fortsätta att vara, utan också att etablera vem hon inte är eller inte vill vara (Banim & Guy 2001, 216).

En grupp psykologer (Gurney m.fl. 2016) menar att det är våra kläder, liksom vår hållning, som gör det starkaste intrycket på andra i sociala situationer. De kläder vi har på oss påverkar sättet som andra uppfattar oss: medan en kostym ger ett professionellt intryck, så ger vardagliga kläder ett mer personligt intryck. De beskriver också hur våra kläder har en interpersonell effekt, det vill säga hur de tillför oss en identitet som styr vårt påverkar våra känslor och tankar (Gurney m.fl. 2016, 2–3).

Mycket av den akademiska uppmärksamheten för mode som identitetsmarkör har gällt subkulturer, men idag ses mode och utseende som centrala i den identitetskonstruktion som är typisk i postmoderna samhällen. Teorier om subkulturer beskriver klädkonsumtion som ett sätt att medvetet ta avstånd från det normala och skapa en ny alternativ identitet och stil genom *bricolage* – det kreativa användandet och givandet av ny mening till plagg och andra (Hebdige, 1979, 103). På samma sätt fungerar det postmoderna identitetsskapandet. I dagens konsumtionssamhällen utsätts vi ständigt för reklam med visuellt idealiserande bilder och mer och mer betonas betydelsen av att ge ett gott intryck: kort sagt spelar estetik en stor roll idag (Entwistle 2015, Featherstone 1991). I ett postmodernt samhälle är de sociala reglerna och gränserna mindre klara än förr, då exempelvis yrke och ens sociala klass fungerade som referensramar för ens identitetsskapande. I och med utvecklingen av nya branscher som mer och mer suddar ut gränserna mellan klasser, präglas den postmoderna identiteten av en ambivalens (Bovone 2006, Crane 2000a, 2000b). Modesociologen Laura Bovone (2006) menar att mode fungerar som ett verktyg för att kommunicera en icke-exklusiv identitet. Istället för från en lägre social klass, tar den postmoderna unga avstånd från kategorin ”vuxna”. Det betyder att den ovillkorliga beundran av den övre sociala klassens mode försvinner, och det tidigare sambandet mellan kläder och social hierarki och ekonomiskt kapital försvinner. Den postmoderna identiteten karaktäriseras av en viss rastlöshet och en ständig förhandling av olika alternativ. Men de oändliga möjligheterna som finns till förfogande i det nutida fragmenterade samhället frigör samtidigt individen från tradition och ger henne möjligheter att själv skapa en meningsfull identitet. Mode och kläder existerar idag i en större sfär där mycket mer är accepterat och rentav uppmuntras, och fungerar som medel i individualisationsprocessen

(Maguire & Stanway 2008, 64; Bovone 2006; Crane 2000a, 10). Sammanfattningsvis är det postmoderna modet ett utmärkt exempel på strategier kopplade till den splittrade identiteten som individen använder för att hantera olika roller, eller vad Goffman kallar multipla självidentifikationer (Goffman 1961 & 1990, Bovone 2006, 370). Stil är alltså inte enbart en reflektion av en individs klass, utan snarare ett uttryck för hennes sociala identitet, livsstil och politik.

2.5. KROPP, MOTSÄGELSER OCH DISSONANS

För många idag förknippas kläder med en orättvis och ohållbar klädindustri som väcker problematiska frågor om etik, moral, politik och mänskliga rättigheter. Andra kan förknippa kläder med ytlighet, och betrakta modeindustrin som en katalysator för ohälsosamma strukturella ideal och individuell ohälsa. Begreppen mode och hållbarhet ses ofta som varandras motsatser, den ena uppmuntrar ständig förändring och den andra varaktighet. Modeindustrin sägs vara en av de industrier som i störst utsträckning bidrar till många av världens sociala och miljöproblem. Men även om konsumtionen i världen har ökat, så har även antalet medvetna konsumenter gjort det. Aldrig någonsin har diskussionen om en mer etisk och hållbar konsumtion varit så livlig som idag. Många konsumenter undviker att konsumera billiga kläder av dålig kvalitet från snabbmodekedjor och väljer istället att understöda mindre, inte sällan lokala, klädproducenter vars produktionskedja är rättvis och transparent och som använder ekologiska material (Joy, Sherry Jr., Venkatesh, Wang & Chan 2012; McNeill 2019).

För många kan kläder vara ett verktyg genom med vilket de kan ändra sin sinnesstämning, och få dem att må bättre. Rebecca Smith (2017) analyserar i sin studie av kläders påverkan av humöret, på vilket sätt individer berättar om att använda en outfit som gör dem glada. Smith menar att kläderna som individerna väljer att använda spelar en viktig roll i bland annat hur de uttrycker känslor och finner mening, och alltså påverkar deras välmående överlag (Smith 2017).

För den kvinnliga konsumenten produceras plagg och accessoarer vars ursprungliga syfte ofta varit kopplat till en traditionell bild av kvinnokroppen framom bekvämlighet, exempelvis korsetter, höga klackar eller formande underkläder. Maria Caroline Zanette och Daiana Scaraboto (2019) studie lyfter fram hur vissa ”spandex-underkläder” (underkläder som formar:

stramar åt och lyfter upp kroppen) bär på ”institutionella logiker” som kan utlösa identitetskonflikter hos kvinnor som använder dem. Dels uppskattar kvinnor underklädernas funktion och resultaten de ger, dels bidrar de till en känsla som mycket liknar kognitiv dissonans. Användning av plagg som dessa kan ge upphov till identitetskriser beroende på hur de tolkas, exempelvis genom att uttrycka logiker om snäv eller flexibel femininitet (Zanette & Scarabotto 2019). En artikel med liknande tema behandlar kvinnors val att använda högklackade skor, och det sätt som kvinnor ”gör genus” genom att exempelvis bära höga klackar (Dilley m.fl. 2014) eller underkläder (Jantzen m.fl. 2006). Jantzen, Østergaard och Sucena Viera (2006) belyser i en annan artikel kvinnors underkläders relation till identitet. De understryker att identitet har två sidor: en social sida som korrelerar med de delade värderingarna och symbolerna i den externa världen och en intra-psykologisk sida som har att göra med en individs inre värld av kroppsliga sensationer och drömmar. De menar att kvinnor använder underkläder som ett verktyg med vilket de formar sin identitet, och att ”rätt” underkläder bör väljas för ”rätt” tillfälle.

Medan om modesociologiska studier länge har betraktat kläder som ett idealiserat fenomen, så har senare forskning mer och mer tagit hänsyn till kroppens roll. Sociologen Joanne Entwistle poängterar i sin bok *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Modern Social Theory* (2000) hur kläder behöver förstås som en förkroppsligad praktik, istället för att se kroppen och kläder som skilda sociologiska fenomen. Hon föreslår att framtida studier borde inkludera empiriskt material om vardagsliv och sensoriska intryck. Bland annat antropologerna Joanne B. Eicher och Mary Ellen Roach-Higgins (2000: 1&3) intar det perspektiv på kläder som Entwistle förespråkar. De menar att utseende inte bara påverkas av synsinnet, utan även av känselsinnet. Också blinda människor, även om de inte har en syn, kan uppleva kläder baserade på exempelvis taktila, auditiva eller olfaktoriska intryck.

Kroppen och hur den interagerar med ens kläder spelar en avgörande roll i kontexten av de vardagliga rutiner som omger klädkonsumtion. För att lyfta upp denna dynamiska praktik kring kläder, etablerades garderobstudier inom olika discipliner som exempelvis antropologi (Skov 2011), ekonomihistoria (Ulväng 2013), etnologi och konsumtionsstudier (Klepp 2010; Laitela 2014), genusstudier (Warkander 2013) samt konsthistoria (Sigurjónsdóttir et al. 2011). Gemensamt för dessa studier är deras fokus på kläders materialitet och förvaring, och ett intresse för hur kläder är behandlade, använda, skötta, förvärvade och kasserade av deras ägare (Skjold 2018, 4.3). Också Else Skjold (2018) och Maria Lönn (2018) tar i sina respektive

artiklar upp kroppen och dess sinnliga relationer till kläder, samt hur klädernas material, passform och lukter påverkar praktiker och logiker kring klädkonsumtion.

3. METOD OCH MATERIAL: BERÄTTELSE OM GARDEROBEN

Detta kapitel presenterar metoden för avhandlingen som är narrativ garderobintervju samt ger en överblick av avhandlingens material, materialinsamling och analytiska ansats. Kapitlet avslutas med forskningsetiska reflektioner.

3.1. NARRATIV GARDEROBINTERVJU SOM METOD

Narrativ metod kan beskrivas som en metod där individens berättelser och berättande, i skriftlig eller muntlig form, utgör en studies material (Johansson 2005). Berättelsen är en kulturell grundform genom vilken vi ger mening till våra erfarenheter och skapar kunskap. Den hjälper oss konstruera och kommunicera moraliska värderingar, omdömen och vår uppfattning om oss själva och andra (Johansson 2005, 16). Berättelser kan fungera som ett verktyg med vilket vi kan ge form åt det som annars skulle bli kaotiskt, stumt och dolt, de ”ger struktur, sammanhang och mening till våra erfarenheter” (Johansson 2005, 17). En berättelse, eller narrativ, kan alltså ses som en kognitiv process som organiserar erfarenheter, handlingar och förklaringar till dessa handlingar. Genom att omforma erfarenheter till berättelser, och placera oss själva i dem, ger vi inte bara mening åt erfarenheter, utan vi presenterar en viss version av oss själva på ett sätt som skapar och formar vår identitet (Johansson 2005, 83). Människan har generellt ett behov av både kontinuitet och förändring i sin identitetskonstruktion, och den personliga identiteten skapas ofta i intersektionen av dessa behov: våra narrativ begränsas och möjliggörs av de narrativ och resurser som är tillgängliga för oss (Elliot 2005, Sparkes & Smith 2008). Narrativ metod ger därför redskap att studera inte bara vad en individ säger utan även att teoretisera hur hen resonerar över sin egen plats i berättelsen, och hur narrativet fungerar på ett identitetsskapande sätt. I narrativ speglas subjektiva upplevelser, reflektioner och känslor (Riessman 2008). Därför är det även en väldigt passande metod för mig som i min avhandling studerar kvinnors klädkonsumtion och på vilket sätt den fungerar på ett identitetsskapande sätt.

Studier av kläder går ofta hand i hand med identitetsfrågor och relationen till kroppen (Klepp & Bjerck 2014, 374). I och med att ämnet för min avhandling är kläder, med teman som tangerar kropp, identitet, och andra personliga teman, så var det både utmanande och viktigt att hitta en metod som kändes rätt för min avhandling. I ett tidigt skede av denna skrivprocess blev jag bekant med garderobintervjuer (*wardrobe interview*). Som namnet avslöjar spelar garderoben en stor roll i denna metod; i många fall inkluderas dess innehåll också visuellt med bilder i garderobstudier, något som jag ändå valt att inte göra. Eftersom jag var intresserad av vad kläder betyder för kvinnors identitetsskapande och vilka känslor, tankar och narrativ som omringar kvinnors klädkonsumtion, kändes det naturligt att kombinera garderobintervjun med en narrativ approach som ger utrymme för berättelser.

3.2. ÖVERBLICK AV AVHANDLINGENS MATERIAL OCH MATERIALINSAMLING

Avhandlingens empiriska material består av fyra intervjuer gjorda med i Helsingfors bosatta kvinnor i åldern 25–30, som jag utförde genom halvstrukturerade narrativa garderobintervjuer under hösten 2019. Samtliga intervjuer var 60–90 minuter långa. Jag började söka intervjupersoner med små annonser på mina personliga sociala media-sidor i slutet av oktober 2019. I annonsen frågade jag om det fanns kvinnor i åldern 25–30 som är intresserade av mode och konsumerar kläder som ville ställa upp på en 60–120 minuter intervju. Jag berättade att jag hämtar blommor som tack för deras tid. Kriteriet “intresse för kläder” använde jag för att försäkra mig om att deltagarna hade ett visst engagemang i och intresse av klädkonsumtion, utan att göra kriteriet för smalt vad gäller modemedvetenhet. Jag angav dock inga specifika riktlinjer för vad *ett klädintresse eller konsumerar kläder* behöver betyda i praktiken, utan lät var och en tolka vad detta kunde innebära. Jag insåg att det för olika individer kunde innebära olika stora eller etablerade intressen, men det såg jag som en positiv sak som eventuellt kunde bidra till ett mer intressant material.

Processen att hitta intervjupersoner var relativt snabb och enkel. Det fanns många kvinnor som visade intresse, och jag behövde tacka nej till vissa (en del som jag ansåg att jag kände för bra, en del som inte bodde i Helsingfors). Att jag valde att avgränsa urvalet till svensktalande kvinnor berodde på praktiska orsaker, dels är jag mer bekväm med att intervjua på mitt

modersmål och dels fungerar det som en organisk demografisk avgränsning. Denna avgränsning skedde naturligt eftersom jag i min annons använde svenska.

Den övergripande frågeställning som jag försökt belysa med intervjuerna är *“hur konstruerar unga kvinnor sin identitet i sina narrativ om sin konsumtion av kläder”*? Inom ramarna för intervjuernas teman har det funnits plats för kvinnorna att fritt berätta och utforma sina berättelser. På grund av min avhandlings syfte ville jag ändå att vissa specifika teman skulle tas upp eller beröras i deras narrativ. Jag använde mig därför av en halvstrukturerad narrativ intervju med tematisk guidning (Johansson 2005, 245). Även om en intervjuguide är viktig att skriva så att forskningsfrågan på bästa möjliga sätt kan besvaras (Johansson 2005, 347) så är det förväntat att intervjuer av narrativ natur formas av deltagarens berättelser. Intervjuguiden fungerade ändå som ett stöd för mig att under intervjusituationen få deltagarnas narrativ att tangera de centrala teman som jag valt ut: konsumtion, garderoben, kläder och stil. Jag inledde intervjuerna med en allmän fråga om vad kläder betyder för dem och om deras förhållande till kläder, och lät deltagarna bestämma vad de ville lyfta fram och på vilket sätt. Medan vissa narrativ strukturerades kronologiskt och mer övergripande, kunde andra beröra förhållandet till kläder på en mer detaljerad nivå. Jag strävade efter att beröra alla frågor i min intervjuguide i samtliga intervjuer, och i flera fall kom frågor i min intervjuguide upp på ett organiskt sett i narrativen. Jag strävade efter att inspirera till deltagarnas berättelser genom frågor av öppen natur, såsom exempelvis *”beskriv din klädkonsumtion idag, vad är viktigt för dig då du handlar kläder?”*, *”vilka är dina mest och minst använda plagg i din garderob, och varför?”*, *”vad innebär bekvämlighet för dig, när är du bekväm i dina kläder?”*, *”hur uppfattar du din kropps relation till dina kläder?”* och *”beskriv din klädstil”*, i syfte att få så narrativa och tematiskt relevanta svar som möjligt. En kritik som kan riktas mot mitt upplägg av intervjuerna var att jag på grund av praktiska skäl ville hålla mig till en intervjutid på 60–120 minuter, vilket ledde till att jag ibland använde mig av mer styrande frågor för att ämnet skulle hållas relevant och konkret. Generellt sett ville jag ändå få intervjupersonerna att tala så mycket som möjligt.

Varje intervjusituation var lokaliserad i respektive intervjudeltagares hem, där garderoben på olika sätt inkluderades och varit en del av intervjusituationen. Klädesplagg var också aktiva objekt i intervjusituationen, vilket betyder att kvinnorna visade, rörde vid och lät specifika klädesplagg forma deras berättelser. ”Externa element” av kvinnors garderober togs även med på olika sätt: accessoarer som fanns löst i hemmet kunde kommenteras, liksom ytterkläder eller skor i tamburen. Att intervjuerna spelades in i deltagarnas hem möjliggjorde en viss naturlighet

och trygghet, och dessutom (som en av deltagarna också påpekade) påverkade den fysiska närvaron av deras kläder sättet de talade om dem. Skillnaden mellan hur man tänker att ens garderob och dess innehåll ser ut, och hur den faktiskt ser ut, suddas ut när man sitter framför den; det finns inget rum för att förfina eller ignorera aspekter av sin stil, allt är där precis framför en.

3.3. ANALYTISKA ANSATSER

Catherine Blundell (2016) poängterar att det generellt finns två approacher för hur man inom socialvetenskaper analyserar ett material med narrativ metod. Det första är en så kallad naturalistisk approach som fäster uppmärksamhet vid själva intervjun som en resurs, och dess innehåll som svar på frågan "vad" (Elliot 2005, 19, refererad i Blundell 2016, 51). Den andra, idag mycket mer vanliga, approachen är socialkonstruktionistisk. Denna approach tolererar i större utsträckning motsägelser i individers narrativ. En socialkonstruktionistisk approach ger oss verktyg att titta på världen med nya ögon genom att ifrågasätta kunskap. Genom en socialkonstruktionistisk approach förstås narrativet som en mer komplex social process. Den är uppmärksam på den sociala situation i vilken narrativet uppstår, på vem som är närvarande och på vilket sätt det påverkar berättelsen. Vivien Burr (2004), som skrivit om socialkonstruktionism, argumenterar för ett generellt kritiskt förhållningssätt till kunskap, samt för att kunskap föds ur sociala processer. Ett socialkonstruktionistisk perspektiv på narrativ innebär att berättelser inte är ett uttryck för hur någonting "på riktigt" är, utan snarare är socialt konstruerade (Johansson 2005, 26, Burr 2004, 4). I detta perspektiv ses alltså identitet som konstruerat genom språk och i interaktion med andra (Benwell & Stokoe 2006, s.138). Identitet är inget man har, utan något man gör i alla sociala situationer.

Eftersom narrativ alltid finns i en social kontext, i detta fall en intervjusituation, och kan beröra känsliga aspekter av individers liv som kan vara obekväma att prata om med en forskare, är det viktigt att ta rollen som forskare och sin närvaro i intervjusituationen i beaktande. En socialkonstruktionistisk approach ger en möjlighet till att tolka det som inte sägs, eller det som sägs mellan raderna. Forskarens roll som samhällsforskare i kontexten av intervjun, inverkar i hög grad på det narrativ som skapas av deltagare i intervjusituationerna. Såsom Blundell diskuterat över hur hennes forskarrollen påverkat på kvinnornas narrativ, reflekterar även jag här över min närvaro i de intervjuer jag utfört. Även om kvinnorna deltog av egen vilja, och

enligt alla forskningsetiska regler, så går det inte att bortse från att min roll som sociologisk forskare kan ha präglat deras narrativ. Eftersom konsumtion av kläder idag kan leda till känsliga och personliga diskussioner om kropp, identitet, politik, ekonomi och socialt ansvar, kan det i det självreflexiva berättandet uppkomma tankar som känns obekväma eller opassande att inkludera i narrativet.

För att svara på min forskningsfråga fäste jag redan under intervjutillfället uppmärksamhet vid hur kvinnorna berörde frågor som handlade om dem själva i kontexten av kläder och klädkonsumtion. Jag vill granska vilken funktion kläder har för kvinnorna, och hur de konsumerar och använder sina kläder för att skapa sin identitet. Jag riktade särskild uppmärksamhet på de delar av kvinnornas berättelser där de pratade om hur de uppfattar sin klädstil i sociala kontexter, hur de jämför sitt förhållande till kläder med sina vänners, samt vilka stilmässiga inspirationskällor de har och vem de stilmässigt ser upp till.

Jag använde de transkriberade intervjuerna i min analys i sin helhet för att bäst kunna svara på min forskningsfråga. Även om allt mitt material inte direkt handlade om klädkonsumtion så var alla delar av berättelserna relevanta för att få en helhetsbild av informanternas narrativ. Efter att ha transkriberat intervjuerna började jag min analysprocess genom att läsa igenom materialet flera gånger. Jag gjorde spontana anteckningar och markerade de delar av kvinnornas berättelser där jag märkte att det fanns liknande resonemang. Efter den första genomläsningen av materialet började jag göra mer systematiska läsningar av varje berättelse skilt för sig. Jag identifierade resonemang förknippade med kläder som jag tolkade som viktiga episoder eller händelser i kvinnornas liv. (Johansson 2005, 281–283 och 319). Jag fäste dessutom också uppmärksamhet vid eventuella motsägelser i narrativen: ställen där intervjupersonen dels beskriver en erfarenhet eller händelse på ett visst sätt, och senare på ett annat.

3.4. ETIK OCH REFLEXIVITET

Förutom det som hör till en generell forskningsetik: att inte utnyttja, tvinga eller skada informanter, eller manipulera forskningsresultat, är det med tanke på garderobstudiers intima natur speciellt viktigt med andra etiska överväganden vid val av frågor och takt på intervjun. Det var viktigt för mig att få intervjupersonerna att känna sig trygga och att deras deltagande var frivilligt genom hela processen. För att skydda kvinnornas identiteter har jag tagit bort

en del Orts- och personnamn från berättelserna, men jag har valt att inte plocka bort de mest vanliga platsnamnen, eftersom de inte direkt kan spåras till en specifik individ. Jag har valt att inte ange kvinnornas exakta ålder (alla är i åldern 25–30). Hedda, Mena, Disa och Siri är pseudonymer, som jag gett deltagarna, och egentligen heter de alla något annat.

En annan sak som var viktig för mig var att få deltagarna att känna att jag gjorde denna avhandling av goda avsikter, inte för att döma eller sätta dem mot väggen. Eftersom min egen konsumtion var en katalysator för denna avhandlings inriktning, förstår jag väldigt bra hur relationen till kläder kan vara väldigt komplex. Jag kan vara väldigt intresserad av kläder, konsumera nya kläder relativt ofta, och känna ett ha-begär efter en ny säsongens nya plagg, samtidigt som jag har en enorm ångest för detta då miljöhotet och de ohållbara förhållandena i många produktionskedjor är så välkända idag. Denna studie ger plats åt kvinnors berättelser, och olika aspekter av vad kläder betyder för dem; skönhet, ångest, kreativitet, passion, femininitet, bekvämlighet, självsäkerhet och lekfullhet. Tanken är att den kan bidra inte bara med insikter om kvinnors konsumtion, utan också med tankar och idéer för läsaren att själv reflektera över sin egen konsumtion av och förhållande till kläder.

Eftersom en berättelse är en social situation som alltid har åtminstone två roller, lyssnare och berättare, så är varje berättelse unik. Vem som är närvarande, var berättelsen berättas, hurdan social stämning det är, är alla avgörande för hurdana berättelser som produceras. (Johansson 2015, 234–235). Mot denna bakgrund är min roll som forskare central att reflektera över. Vem forskaren är kan betyda många saker: ibland kan en distans till forskningsfältet vara till nytta, ibland till skada. Även om forskarens kropp är viktig och närvarande under hela forskningsprocessen: vid valet av ämne, på fältet, genom erfarenheter, och så vidare. Om man glömmer eller väljer att inte reflektera över sin egen kropps roll på fältet kan det göra forskningen inte bara oetisk utan också påverka forskningsmaterialet. Utseendemässigt är jag väldigt lika deltagarna: vi har samma kön, hudfärg och kroppsform. Det är sannolikt att mina intervjuer och mitt forskningsmaterial hade sett ganska annorlunda ut om jag hade sett annorlunda ut.

Forskaren Dina Perrone (2010) diskuterar hur hennes kropp, sexualitet och kön gav henne tillträde till vissa sociala rum som gynnade hennes etnografi. I mitt fall påverkade sannolikt min likhet med mina informanter både intervjuerna och forskningsmaterialets rikedom positivt. Jag hade själv uppfyllt de kriterierna som jag använde för att avgränsa mitt urval av deltagare;

jag är i åldern 25–30, bor i centrala Helsingfors, pratar svenska och har ett intresse för kläder. Att jag utseendemässigt, socialt, kulturellt och politiskt och kan relatera till informanterna, och att de kan relatera och känna att jag förstår deras resonemang, bidrog till att berika intervjuerna och göra deras narrativ mer detaljerade. Det är också viktigt att notera att mina informanter och jag inte bara är till synes lika på utsidan, utan också är privilegierade i vår klädkonsumtion. Informanterna, liksom jag, delar en viss ekonomisk status som tillåter oss att köpa kläder i överflöd och hör till den målgrupp som mycket av den klädreklam som vi dagligen ser riktas mot. Dessutom har informanterna liksom jag sådana kroppsstorlekar som möjliggör att vi kan konsumera kläder i vanliga klädaffärer. Catrin Lundström (2010) skriver om hur forskarens och deltagarens delade privilegier kan fungera i ett forskningssammanhang. Hon påpekar att en kropp och status kan innebära att forskaren innehar ett visst metodologiskt kapital; det kan sänka ribban till att bli accepterad och inbjuden att ta del av informanternas liv. Lundström talar om hur ett metodologiskt kapital måste användas på ett ansvarsfullt sätt för att inte bidra till reproduktion av ojämnligen maktstrukturer. Min forskarroll och de attribut och metodologiska kapital jag har, har hjälpt mig att identifiera saker i materialet, som sannolikt bidragit till att göra min studie mer nyanserad. Å andra sidan kan den också möjligen ha gjort mig blind för en del saker som för en annan hade varit tydliga.

I kvalitativ forskning av människor är studieobjekten inte statistiska: alla berättelser är kombinationer av ord skapade i olika situationer, och vi som forskare behöver ta situationerna i beaktande då vi tolkar, applicerar teoretiska referensramar, analyserar eller drar slutsatser. Även om jag inser att ordet ”sanning” kan tolkas som något statistiskt, har jag i processen av arbetet på denna avhandling närmast mig och behandlat kvinnornas berättelser som deras sanningar; de är *tolkningar* av sanningen som de just då ville dela med sig. Jag inser att det inte är hela sanningen, och kanske har de förskönat, glömt bort eller på flit lämnat bort vissa delar, men deras berättelser förfaller ha varit uppriktiga och de har berättat dem för att hjälpa mig förstå dem och deras klädkonsumtion.

Jag inser att de kvinnor som jag fick glädjen att intervjua för denna avhandling är individer som är jämförelsevis bekväma med att tala om sin klädkonsumtion (och allt vad det innebär) i en forskningskontext. Jag inser också att ämnet och urvalet för min studie på många sätt speglar en väldigt privilegierad del av samhället: något som jag i många skeden under arbetet med denna avhandling ponerat över. Faktum kvarstår samtidigt att betydelsen av kvinnors klädkonsumtion i ett globalt perspektiv är enormt: utan den kvinnliga klädkonsumtionen skulle

den globala ekonomin och industrin se helt annorlunda ut. Redan därför är klädkonsumtion ur ett sociologiskt perspektiv både relevant och intressant att studera. För att framtida studier skulle vara med inkluderande, behöver definitivt flera grupper av individer med olika sociala och kulturella bakgrunder representeras. En etnografi (som ursprungligen var min planerade metod men som av praktiska orsaker inte gick att utföra denna gång) där längre tidsperioder spenderas med deltagarna kunde också ge en djupare och mer omfattande förståelse av ämnet.

4. FYRA BERÄTTELSE OM KLÄDER: KVINNORS NARRATIV

I detta kapitel presenterar jag min analys av informanternas narrativ om sina kläder. Jag fokuserar på vad de berättar om deras identitet, smak och stil och belyser betydelsen av interna och externa faktorer påverkan på deras klädkonsumtion.

Jag har delat upp min analys av unga kvinnors narrativ om klädkonsumtion, identitetsbygge och den etiska balansgång de för i narrativen i två delar. I den första delen redogör jag en i taget för alla intervjuade kvinnors berättelser. För att lokalisera och ge en kontext åt intervjuerna beskriver jag även kort vissa visuella iakttagelser som jag gjort under intervjusituationerna. Jag strävar efter att ge en helhetsbild av samtliga narrativ och den inramning de uppkom i.

Den andra delen analyserar de mest centrala teman som kom upp i kvinnornas narrativ. Jag lyfter fram exempel från det empiriska materialet och analyserar det utifrån tidigare gjord forskning. Jag avslutar kapitlet med en diskussion om vad det empiriska materialet berättar om identitetskonstruktion i kvinnornas narrativ om klädkonsumtion. Jag har använt pseudonymer istället för kvinnornas riktiga namn.

4.1. HEDDA: DRÖMMEN OM EN KOMPLETT GARDEROB

Hedda var en av de första som svarade på min efterfrågan av intervjupersoner. Hon jobbar inom kulturbranschen och berättade att ämnet för studien intresserar henne jättemycket. Då vi ses hemma i lägenheten hon bor ensam i centrala Helsingfors en förmiddag i november är hon klädd i en naturvit spetsblus, en rutig kort kjol och strumpbyxor. Föremålen i Heddas lägenhet – mycket ljusa färger, spets och klassiskt flickkrumsaktigt – vittnar om en beundran av en svunnen tid. Den estetiska stämningen i lägenheten får den att kännas som att den är tagen ur en fransk kultfilm från 1970-talet. Vi sätter oss vid hennes runda matbord mitt i lägenheten, och eftersom lägenheten är en liten etta, sitter vi också då samtidigt framför hennes garderob. Garderoben är stor och har stora dörrar i trä, som går från golvet nästan ända till taket. Förutom i garderoben, finns det också kläder och accessoarer runtom i hennes tambur, och hängande på galgar på andra ställen i lägenheten, som en del av inredningen. Heddas kläder har, liksom hennes hem, en stark romantisk, flörtig och flickig vibb. Hedda berättar att hon dagligen klär sig i kjol, blus och strumpbyxor i olika kombinationer. I de kläder som finns runtomkring i lägenheten: en silkeskimono hängande i fönstret, svarta läderskor med snören och klack och en brun höstkappa i ylle i hallen, framkommer ett intresse av en vintage-stil. Också lägenhetens parfymdoft, och hennes röda läppstiftsfärg förstärker den feminina vintage-stilen, liksom hennes mjukt formade frisyr.

Hedda är en väldigt begåvad berättare: sättet som hon för fram sitt narrativ på är väldigt humoristiskt och lätt. Hon skämtar ofta, och hennes sätt att driva med sina konsumtionsvanor visar på en stor självdistans, men också på att det här är frågor hon kanske funderat på innan. Heddas narrativ är stundvis väldigt performativt; hennes språk är estetiskt och övertygande, och hennes meningar innehåller ofta ordspråk, mimik, imitationer och uttryck som känns nästan teatraliska.

Det som för mig mest tydligt framkommer i Heddas narrativ om hennes garderob, är att hon som klädkonsument konsumerar den allra största delen second hand. Hennes stora intresse för kläder gör att hon har väldigt mycket kläder, något som hon ibland upplever som problematiskt. Hedda kan många gånger inspireras av trender och stilar från allt från kultur, andra människor till modemagasin, något som fungerar som en drivkraft att försöka hitta alternativ till snabbmodekedjors plagg i vintageaffärer istället. Hedda beskriver genomgående i hennes berättelse om hur kläder fungerar som ett ”skydd” för att upprätthålla en viss image av henne sig själv då hon är bland andra människor. Hennes kläder hjälper henne att navigera

i sociala rum, och hon är medveten om vilket intryck de ger av henne. Hon kan stundvis drömma om att ha en komplett garderob och beskriver hur vissa visuella intryck kan ge henne en obsessiv känsla av att hon behöver ett specifikt plagg för att hon ska vara hel eller färdig. Också en viss look kan få henne att känna att det är hennes "riktiga jag", även om hon praktiskt kan förstå att hon har allt hon behöver

4.2. MENA: HELLRE FÖR UPPKLÄDD ÄN NEDKLÄDD

Mena, som jobbar som journalist, bor i centrala Helsingfors tillsammans med sin fästman. Vi ses hemma hos henne en kväll i november. Mena öppnar dörren iklädd en vit bomullsblus med spetsdetaljer och ett par svarta enkla tygbyxor med hög midja, vilket hon berättar är väldigt ovanligt för henne, då hon nästan alltid annars är klädd i kjol eller klänning. Hennes hem vittnar om att det finns ett intresse för antika inredningsföremål och vintage, något som bekräftas genomgående i hennes narrativ. Både möblerna och inredningen i övrigt har en stil utmärkande för sekelskiftet i Norden. Mina tankar går till de hem som jag sett illustrerade bland annat i Astrid Lindgrens böcker. Vi sätter oss vid matsalsbordet, varifrån vi kan se båda hennes garderober. Mena berättar vad som finns i bägge garderoberna, och hur hon delat upp dess innehåll. I den ena hänger kläder hon använder dagligen, medan det i den andra finns kläder vikta på hyllor som inte används lika ofta, som till exempel byxor och sportkläder. Liksom i hemmet i övrigt är vintageintresset tydligt då vi kikar in i Menas garderob: mycket mönster, kjolar och mjuka färger som tyder på att de är från ett annat årtionde. Hon berättar att hon hämtar den största delen av hennes inspiration från svenska modebloggar, och att de är kvinnor som har en klassisk feminin stil, något som mena gillar. Hon beskriver sin egen stil som både feminin, klassisk och nordisk, vilket för henne betyder mycket neutrala färger, naturliga material, propra blusar och vadlånga kjolar. Liksom Hedda berättar Mena att hon mycket hellre är för fint klädd än för "down-dressed", men till skillnad från Hedda, som har en mer rebellisk feminin stil, så är Menas kläder mindre avslöjande och hennes stil mer pryd.

Som berättare är Mena humoristisk och väldigt uppmärksam på detaljer. Genom hänvisningar till skolåldern skapar hon genom sitt narrativ en tydlig och realistisk bild av utvecklingen av hennes relation till kläder och stil, vilket gör det lättare att förstå hennes berättelser. Mena berättar att hon sedan hon var liten varit den i hennes familj som haft det starkaste intresset för

kläder och mode. Kläder har fungerat som ett sätt för henne att uttrycka sig på, och hon har sedan liten haft en väldigt stark egen vilja då det kommer till hennes kläder.

Mena berättar att hon är en stor konsument av kläder, speciellt mycket kläder konsumerar hon för sommarmånaderna. Intresset för vintage framkommer tydligt i Menas klädstil, och hon berättar att det är något hon varit intresserad av länge, redan då det inte var så vanligt att handla kläder second hand. Det som driver Menas val att handla second hand ligger enligt henne i en förtjusning för vintagekläders snitt och form, men också i en tanke om att second hand kläder är mer unika än nyproducerade kläder. Mena beskriver också hur hon tänker att hennes kroppsform påverkar hur hon dras mot klänningar och kjolar som framhäver hennes midja, en siluett som hon berättar att också hennes kompisar förknippar henne med.

4.3. DISA: PRAKTISKT NEUTRAL MED ATTITYD

Disa, som också jobbar i kulturbranschen, bor med sin man i en stadsdel i östra Helsingfors. Vi ses en kväll i december, och Disa öppnar iklädd leggings och en ljusgrön stor huv-tröja. Vi sätter oss i hallen, framför hennes garderob, som hon delar med sin man. Disa börjar berätta om hennes garderob och påpekar att hon har svårt att skilja på vad hon vill tycka om hennes garderob, och vad hon egentligen känner för den, men att det är lättare för henne att göra ärliga resonemang om sina kläder i närvaron av sin garderob. Det märks alltså att Disa har en djup förståelse av sin relation till sina kläder, och ovanstående uttryck vittnar om att det är något som hon eventuellt har tänkt på vid tidigare tillfällen.

Disa har klara resonemang om vilka sorts kläder hon trivs i och vilka hon inte trivs i. I hennes narrativ framkommer även ett realistiskt och ärligt förhållande till konsumtion: hon berättar att hon inte vill gömma eller försköna sin klädkonsumtion. Hon konsumerar inte mycket kläder, och strävar efter att de kläder hon köper är sådana hon kan använda så mycket som möjligt. Hennes garderob är fysiskt delad så att hennes kläder smälter samman med hennes partners, och hon använder också hans kläder ibland. Disas kläder är både väldigt neutrala och androgyna, och väldigt färggranna och lekfullt feminina. De flesta avkläderna i garderoben hänger på galgar, och hon har färg koordinerat kläderna så att de hänger enligt färg: från grått till olivgrönt till svart till beige till en salig blandning av olika färger i olika mönster. Hon

berättar att hennes favoritfärg är grön, och de är från den gröna delen av garderoben hon ofta väljer ut kläder. De färggranna kläderna använder hon inte lika ofta mera, men hon berättar att de får hänga kvar ändå. För bara några år sedan köpte Disa den största delen av sina kläder på loppis, och hennes stil var väldigt feminin. Disa tar avstånd från dessa äldre kläder genom att betona att hon nuförtiden strävar efter att inte köpa eller använda så feminina kläder. Hon drömmer om att i framtiden samla mod att köpa kläder på herravdelningen.

I Disas narrativ framkommer en uppskattning av praktiska och användbara kläder som speglar hennes personlighet. Detta är något som också syns i hennes hem. Disa beskriver hennes stil som väldigt typisk för en kulturarbetare. Hon berättar att hon för det allra mesta kan ha på sig vad hon vill, men hennes klädkonsumtion styrs till viss del av en önskan om att inte bli uppfattad som för ung eller för osaklig, något som hon i narrativet förknippar med hennes lillasysterskap.

4.4. SIRI: KLÄDER SOM KONSTNÄRLIGT UTTRYCK

Vi ses med Siri, som bor i östra Helsingfors och studerar samhällsvetenskaper, en förmiddag i december. Hon öppnar dörren till sin etta iklädd en svart kort klänning som ser ut att vara från 1960-talet. Hon berättar att det just nu är hennes favoritklänning, och det är därför hon valt att ta på den för intervjun. Hennes hem ger ett varmt och hemtrevligt intryck, det finns mycket grönväxter och konst på väggarna. På vägen till köket där vi sätter oss ner och pratar, visar Siri hennes två garderober: i en hänger kläder, och i den andra är de tätt vikta på högar. Kläderna går både i dova, jordnära färger, men också i färggranna mönster. Siri berättar att hon regelbundet rensar ut kläder från hennes garderob, och att hon nyligen gjort sig av med många blommönstrade plagg. Hon har också många svarta kläder, men berättar att det inte känns som henne att ha en helsvart garderob, så därför har en del färggranna plagg fått hänga kvar i garderoben även om hon inte använder dem.

För Siri är kläder ett sätt att uttrycka sig, och hon berättar att hon ser på kläder lite som konst. Hon inspireras både av det mode som klädindustrin skapar, men också av olika konstformer. Hon tar influenser av färger, former, snitt och element och gör egna tolkningar av dessa genom sin klädkonsumtion. Det märks att hon har ett intresse för kläder, och att det är något som hon

är medveten om. I hennes narrativ framkommer mycket reflektioner och observationer om stil: både sin egen och stil överlag. Hon är medveten om aktuella trender, och har tydliga åsikter om vilka sorts kläder eller stilar hon gillar eller inte. Liksom två av de andra intervjudeltagarna, handlar Siri periodvis mycket second hand. Hennes intresse för kläder som estetiska eller konstnärliga uttryck kommer fram i sättet som hon talar om kläder. I hennes narrativ framkommer det att hon haft flera olika klädstilar, något som ännu syns i några klädesplagg som hon valt att behålla i hennes garderob även fast hon inte använder dem.

Siri berättar att hon stundvis kan konsumera mycket kläder. De allra flesta kläderna som Siri har är köpta second hand, och ibland kan hon känna ångest över att hon har en tendens att köpa kläder på loppis som hon inte sedan använder av olika orsaker. Men överlag berättar Siri att det för henne känns bättre att veta att hon ändå inte bidrar till de etiska och sociala problematiska aspekterna som ligger bakom många klädmärkes produktion idag. Även om hon ibland också köper enstaka plagg från snabbmodekedjor, så är Siri medveten om hur billiga kläder ofta är gjorda av polyester och hur mikroplasterna i det materialet är skadliga för miljön.

5. KLÄDER SOM VERKTYG FÖR EN POSTMODERN IDENTITET

I detta kapitel analyserar jag berättelser om de aktivt och inaktivt använda kläderna i kvinnornas garderober, samt diskuterar klädernas sociala gränser och deras funktion som medel för kommunikation. Analysen belyser hur klädkonsumtion fungerar som verktyg för en postmodern identitet.

5.1. DEN AKTIVA OCH INAKTIVA GARDEROBEN

I en garderobstudie finns det automatiskt en direkt kontext för berättelsen: garderoben. Garderoben är en arkitektonisk struktur, men det är också ett projekt som speglar användarens estetik och identitet. Kläderna som hänger eller ligger i garderoben har inte bara praktiska uppgifter, de är verktyg med vilka vi förstår oss själva. De förkroppsligar smak, social status och värderingar. Garderoben kan vara indelad enligt ”fysiska kategorier” enligt olika klädtyper,

och enligt sociala kategorier, enligt användningsområde som gör det lättare för användaren att göra klädval. I den kan det finnas såväl kläder som är i frekvent användning och plagg som inte använts på flera år. En kvinnas hela garderob, både de aktiva och inaktiva elementen, speglar och berättar mycket om hennes identitet. (Woodward 2007). Cwerner (2001, 1) menar att garderoben artikulerar, både rumsligt och tidsmässigt, ett set av materiella och symboliska praktiker som är fundamentala för förståelsen av ens personlighet, identitet och välmående. Genom en daglig process av att välja kläder från vår garderob, kontrollerar vi självpresentationen av vår identitet (Kaiser 1990 i Bye och McKinney 2007, 484).

Heddás, Menas, Disas och Siris garderober hade alla en viss fysisk struktur, indelad på ett för dem logiskt sätt som gör det lättare för dem att hitta och välja kläder då de klär på sig (jmf. Woodward 2007; Bye 2007; Klepp 2012, 375). I allas garderober fanns både kläder vikta på hyllor, samt kläder hängande på galgar. Underkläder och strumpor fanns antingen i byråer eller i korgar. Det fanns ingen tydlig fysisk indelning i fest och vardagskläder i någon av garderoberna, men dock framkommer det i narrativen att det finns vissa personliga regler om vilka kläder som kan användas vid olika sociala tillfällen.

Alla fyra kvinnorna berättade att de regelbundet går igenom och rensar i sin garderob. De skänker kläder till välgörenhet, säljer kläder, ger bort eller byter kläder med kompisar och familj, eller slänger bort sådana kläder som är trasiga. Ändå framkom det i alla fyra narrativ att det fanns kläder i deras garderober som inte används, men som de ändå inte gör sig av med. Medan vissa hade sådana kläder undan packade i lådor, hängde de också kvar bland de kläderna som för tillfället användes. Användningen av garderoben visar tydligt att både kläderna som används och de som inte används (men ändå får fortsätta att utgöra en del av garderoben) spelar en aktiv del i kvinnornas konstruktion av identitet (Woodward 2007, 51–62). Samlingen av kläder som tillsammans utgör en garderob är noggrant kurerad för att stöda användarens identitetskonstruktion och förståelse av sin nuvarande och tidigare identiteter.

För Mena var sådana plagg bland annat hennes studentklänning, och designklänningar hon ärvt av sina mor och farföräldrar. Även om hon inte tycker om hur de här kläderna ser ut, säger hon att hon inte vill göra sig av med dem för att de känns viktiga för henne. Det finns även vintagekläder hon själv köpt som inte längre passar henne, men som hon inte vill göra sig av med för att det har ett visst emotionellt värde.

Siri har också kläder i sin garderob som hon inte längre skulle klä sig i. Bland de kläder som hon inte använder mer men som ändå hänger kvar i garderoben, är färger och blommiga mönster dominerande. Siri beskriver att hon inte använder de mer för hon upplever att hon använt slut på plaggen, och hur de inte längre är moderiktiga. Hon berättar att hon ibland kan rensa i garderoben och få en känsla av att hon vill slänga bort alla de färggranna kläderna hon inte längre använder, men känner ändå inte att en helsvart garderob passar henne. Hon berättar:

ibland får jag sådär att jag vill slänga allt, jag vill bara ha svarta kläder eller vet du bara plain, men sen blir jag sådär att herregud nej de e inte jag, alltså jag kan inte ha de så, vet du jag måste ha såna färger som sticker ut då jag öppnar min garderob.

Siris garderob och narrativ vittnar om att hon delvis försöker upprätthålla en helsvart "plain" garderob, men också resonerar över en sådan som: "de e inte jag". Antropologen Daniel Miller (2004) diskuterar användandet av "icke-färger" såsom svart, som ett sätt att navigera i ett samhälle med allt färre gemensamma normer samt en allt mer utbredd feminism. Ett sådant samhälle, menar han, gör individen mer ängslig och benägen till säkra klädval. Från detta perspektiv kan Siris svarta garderob tolkas som kläder som hon objektivt sett ser som säkra val, men som samtidigt strider med hennes känsla av "vad hon är". Vad "hon är" är något som kompletteras av de färggranna kläderna, som hon känner att hon måste ha i sin garderob. Här ser vi ett exempel på hur kläder komplext uttrycker och innebär reflektion över identitet.

Uppe i garderoben har Siri lagt kläder som hon inte längre använder, men som hon inte heller vill göra sig av med. Hon har ett par gamla harembyxor som hon säger att hon aldrig skulle sätta på sig mera, men som ändå har en viss speciell betydelse för henne, och att de därför får vara kvar, om än inaktiva, i hennes garderob. Hon berättar att hon inte vill göra av sig med dem för att de har ett visst emotionellt värde, och hon använde dem mycket i en tid i hennes liv som hon kallar "hippieperioden".

Lika mycket som val av kläder fungerar på ett identitetskonstruerande sätt, så fungerar även bortsorteringen av kläder på samma sätt. Garderoben är kurerad av ihopsamlade kläder från olika tillfällen i livet (Woodward 2007, 10). När den personliga stilen ändras, kanske i samband med att livssituationen förändras, kan vissa klädesplagg få hänga eller ligga kvar i garderoben. Vissa kläder som inte används sorteras ut, men de kläder som får stanna i garderoben får ofta göra det på grund av att de har ett visst emotionellt värde, eller påminner individen om en viss

tid i hennes liv. Gamla kläder kan påminna individen om vem hon varit eller vem hon kanske kan bli igen. (Woodward 2007, 12). Denna långvariga relation till kläder understryker garderobens betydelse för självidentitet.

Sociologen Anthony Giddens (1991) menar att självidentitet är ett projekt där individen är i konstant kontakt med sin biografi. Genom att ständigt engagera sig med och omforma sitt förflutna, stabiliseras självidentiteten. Genom denna teori kan kvinnans garderob förstås som en del av detta projekt, i vilken hon skapar mening i sin identitet genom de kläder hon väljer att behålla och de kläder hon väljer att göra sig av med. Hennes gamla kläder är i detta perspektiv en del av hennes biografi, de är relikter av ett passerat liv och av vem hon en gång var (Woodward 2007, 51). Då kvinnor sorterar bort vissa kläder eller väljer att behålla andra, minns de både tidigare versioner av dem själva, samtidigt som de kan visualisera potentiella framtida identiteter (Woodward 2007, 52; Banim och Guy 2001). Kvinnor definierar och ordnar deras förflutna för att legitimera och definiera deras nuvarande identitet som en kulminering av en koherent och kronologisk biografi (Woodward 2007, 52). Men det förflutna är inte helt glömt – genom att använda de gamla kläderna kan kvinnorna väcka det förflutna till liv igen (2007, 52).

Bye och McKinney (2007) beskriver i en artikel baserad på en studie gjord med unga kvinnor att orsaken till varför kvinnor behåller kläder de inte längre använder i garderoben är komplex. Förutom praktiska orsaker – kläderna är för små, för stora, passar inte livsstilen längre, är omoderna eller helt enkelt utslitna – så behöver det generellt finnas andra faktorer som faller på plats för att de faktiskt skall göra sig av med plagget. Liksom Banim och Guy (2001) pekar även Bye och McKinney's studie på att de plagg som får stanna i garderoben har en speciell, ofta emotionell, relation till ägaren. I vissa fall spelar även ekonomiska faktorer en roll i varför vissa kläder inte avsätts.

Eftersom mode både är varierande och tillfälligt, är det naturligt att det hos konsumenterna av kläder ibland uppstår ett behov av att behöva sortera bort. Idag anses en välorganiserad och kurerad garderob mer imponerande och eftersträvansvärd än en överfylld sådan. Att minimera och simplificera, inte bara sin garderob, utan alla sina ägodelar har idag blivit lite av en rörelse, en livsstil (Cwerner 2001, 83). Exempel finns till exempel i populärkultur och tv-produktioner såsom "the minimalists" (theminimalists.com) och Kon Mari (konmari.com).

5.2. KLÄDERS SOCIALA GRÄNSER

I alla intervjuade kvinnors narrativ framkommer det olika gränser för vilka kläder som kan bäras på fest. Även om Mena s garderob består av *“lite finare festkläder”* som hon använder både till vardags och till fest, så finns det i hennes garderob några klänningar som är så festliga att hon inte skulle sätta på sig dem till jobbet. Hon berättar dock att hon ogärna sparar det finaste bara till fest, och resonerar att hon mycket hellre har *“lite glammigare vardag och sen lite tråkigare fest än tvärtom”*. Detta är en filosofi som hon också applicerar på bruksföremål i hemmet. I Disa s narrativ framkommer samma tankegång, och hon beskriver gränsen för vilka kläder hon räknar som festkläder som ganska diffus. Hon berättar att hon aldrig har tyckt om festkläder, eller tanken att man skall behöva skilja på vilka kläder som kan och inte kan bäras till olika tillfällen. Hon säger att det är något som hon, ju äldre hon blivit, insett att hon ju själv kan besluta över: *“det e helt tillåtet att du kan ha liksom vilka kläder som helst när som helst.”*. Hennes garderob är den enda av de intervjuades som är organiserad enligt färg, något som gör det lättare för henne att välja kläder beroende på hennes humör.

Liksom Mena beskriver Hedda att hon hellre är för festligt än för vardagligt klädd. Hon säger att hennes *“största rädsla är att vara down dressed, att vara för casually klädd”*. Hedda beskriver ändå att det finns vissa spexiga festkläder och festblusar som hon mest använder till fest. Siri berättar att hennes garderob består av två olika typer av klädesplagg: användbara kläder samt mer spännande och eller snygga kläder. Medan hon vill att hennes vardagskläder ska vara sköna, praktiska och hållbara, så har hon också kläder som hon beskriver som *“flippade”* och *“spexiga”*, *“party-paljettkläder”*, sådana som är roliga att köpa, och som ser bra ut på bild, men som inte är så användbara eller bekväma. Siri säger att hon *“gillar om det finns en anledning att klä upp sig”*, och då kan hon också tänka lite mer på vad hon klär sig i.

Då kvinnorna väljer kläder från sin garderob, väljer de inte utifrån alla de plagg de äger, utan snarare från mindre indelningar av garderoben. Den är inte enbart indelad enligt olika typer av klädesplagg, utan också enligt en ordning baserad på sociala roller som t.ex. jobbkläder, hemmakläder, festkläder eller fritidskläder. Den outfit som väljs ut från garderoben är nog ibland baserad på de sociala situationer som kvinnorna har planerat att delta i under en dag (Woodward 2007). Viktigare för Disa och Mena än att göra skillnad på de kläder de bär till vardags och de kläder de bär till fest, verkar vara en önskan om att se fin ut. Både Mena och Hedda berättar att de absolut hellre har för fina kläder, än för vardagliga.

Till skillnad från fest, som är ett socialt tillfälle, så ses hemmet som en privat sfär. I Menas och Disas narrativ kommer det fram att det finns vissa kläder som de enbart bär hemma och som de inte skulle bära utanför hemmet. Sådana kläder för Disa är till exempel de kläder hon är klädd i då vi ses, en hoodie och leggings. I Siris narrativ framkommer inte att hon skulle ha speciella hemmakläder, men hon berättar att det finns vissa kläder som hon kan ha på sig då hon inte känner sig inspirerad att göra stilistiskt medvetna klädval. Hedda berättar att hon aldrig har förstått konceptet hemmakläder. Istället strävar hon efter att ha bekväma kläder på sig oberoende av var hon är:

jag strävar efter att ha så pass bekväma kläder att jag kan chilla hemma med dem men ändå se representabel och snygg ut på stan eller jobb. Och på jobbet har jag mina egna kläder, men jag använder inte alla mina kläder. Jag kan inte ha mina kortaste kjolar och jag kan int ha mina genomskinliga skjortor och såna grejer.

Liksom Hedda beskriver ovan anpassar även Disa sina val av kläder då hon går till jobbet. Disa berättar att det vid tillfällena då hon representerar sitt jobb framför publik är extra viktigt för henne att hon känner sig bekväm i sina kläder och ser representativ ut. Till Disas jobb hör också kundbetjäningssuppgifter, och hon tänker på att hennes kläder inte kan vara för "spaceade". Disa beskriver det såhär:

jag har vissa sån här, till exempel den här "pilluminati" skjortan, eller "smash the patriarchy" t-skjortan som jag kanske inte kan sätta de dagar jag har kundbetjäning.

Jag tolkar att Disa upplever ovannämnda plagg som oprofessionella, och att hon därför väljer bort dem de dagar då hon i jobbet betjänar kunder och försöker styra det professionella intryck hon ger. Beroende på kön, tolkas en individs kläder på olika sätt (Gurney m.fl. 2016). Jämfört med en oprofessionellt klädd man, ger en kvinna med oprofessionella kläder ett sämre intryck. För en kvinna i ett kundbetjäningssyrke, där hon är i blickfånget och företagets ansikte utåt, är hennes klädval speciellt exponerade och en måltavla för andras omdömen. Att välja bort kläder med provokativa tryck de dagar hon vet att hon kommer jobba med kundbetjäning tolkar jag som ett sätt att vara i kontroll över det intryck hon ger sin omgivning.

5.3. KLÄDER SOM MEDEL FÖR KOMMUNIKATION

Förutom för att passa in i de sociala situationerna för en dag, väljs alltså kläderna ut för att inte provocera sin omgivning för mycket. En önskan om att se ”proper” och ”representabel” ut framkom på olika sätt i alla kvinnors narrativ. Hedda kopplar denna önskan till hennes familj och sociala klass. Hon beskriver:

Också det där med att se representabel ut, att det tror jag också är något som jag fått hemifrån, att man måste se ”put together” ut, rädslan att se slarvig ut över att jag har till exempel en fläck på mina kläder, den är nog där hela tiden, och det kan jag vara lite nojig över till och med.

Hedda kopplar smutsiga kläder till en rädsla av att ge ett slarvigt intryck. Maria Lönn skriver i sin doktorsavhandling om ryska kvinnors femininitet och vithet, och hur sensoriska perceptioner som exempelvis smuts eller lukt, förknippas med bland annat social klass och genus (Lönn 2018, 242). Lönn beskriver i sin studie hur hennes urbana medelklassinformanter direkt kopplar lukt och smuts till en lägre social klass, primitivitet och fattigdom (2018, 244). Lönn citerar kulturanthropologen Mary Douglas som har skrivit om renhetens funktion, och som menar att smuts och renhetens historia organiserar social skillnad. Vithet har i väst karaktäriseras som något rent, och renheten har i sin tur manifesterat vita subjekts moraliska och fysiska överlägsenhet gentemot andra grupper. Renhet är även starkt associerat med det ”civiliserade” (jmf. det naturliga) och ”kontrollerade” (jmf. vilda) samt en ”eurocentrisk modernitet” (Berthold citerad i Lönn 2018, 250–251). För kvinnor kopplas renhet inte endast till klass, men också till en önskad femininitet. Genom historien har den kulturella konstruktionen av sensoriska perceptioner, exempelvis smuts eller dålig lukt, skapat villkor och ramar för inom vilka den ”rena kvinnan” bör agera. Till dessa hör exempelvis sensoriska praktiker som att regelbundet tvätta sig, dofta gott, samt att se hälsosam ut genom att vara naturligt sminkad (Lönn 2018, 260–261). Lönn lyfter fram hur ett tydligt exempel på en icke-ren kvinna är den prostituerade kvinnan, något som (omedvetet) associeras med dåliga lukter, biologisk sjukdom, primitivitet, socialt förfall och ”otyglad sexualitet” (2018, 240–241).

Sensoriska uppfattningar är alltså inte bara en aspekt av en kroppslig erfarenhet, utan även kulturellt kodade. Smuts för med sig både sinnliga förnimmelser (obehaglig lukt eller syn), men också en kulturell dimension av orenlighet, exempelvis att se slarvig eller icke-

representabel ut (Lönn 2018, 242–243). En möjlig kontextualisering till varför Hedda inte vill bli uppfattad som slarvig, eller synas med en fläck på sina kläder, kan alltså vara en strävan efter att styra andras uppfattningar om henne och hennes iscensättande av femininitet (2018, 243).

De olika sociala situationer vi är en del av och tar del i vardagen påverkar sättet vi önskar att bli uppfattade på. Vi förstår att våra kläder kommunicerar vem vi är, och påverkar det intryck vi ger av oss själva bland andra. De Beauvoir (1997) menar att kroppen kan förstås som en situation, som är situerad i olika sociala parametrar som klass, etnicitet, yrke, genus och sexualitet. Beroende på vad en individs "projekt" är, det vill säga vad det finns för motivation bakom en social situation, väljs kläder för att bäst tjäna det projektet. (De Beauvoir 1997). I Disa narrativ framkommer det tydligt att kombinationen av den sociala situationen och de kläder hon valt för dagen kan få henne att fundera på vad någon ska tycka eller tro om henne. Hon berättar om en situation då hon till sitt jobs jämställdhetsutbildning klätt sig i en t-skjorta med ett politiskt tryck:

Och då trodde jag att det var bara vi som sku va där, från vår organisation, men de va också andra som kom dit, och då var jag sådär, att oj....., för jag är bekväm med det teamet jag jobbar med, och vi på organisationen o sådär, att ha en skjorta med flames och där det står pilluminati är totally fine, alla vet också vem jag är och varför jag har en sån skjorta, men sen tänker jag ofta på att, eller liksom jag vill inte liksom offend nån annan, eller diskutera politiska grejer med nån jag inte känner mig bekväm med liksom, så då blev jag nog direkt sådär att, "oj nej, nu ser alla att jag är liksom yngst och att jag liksom inte har skjorta, eller sådär propert klädd liksom"...

Från ett goffmanianskt perspektiv kan denna handling, och intrycket av att ens handling är iakttagen av någon, tolkas med hjälp av begreppen performans och intrycksstyrning. Goffman (2007) tolkar berättelser som medel för att presentera sig själv i det sociala livet. Han talade om performans, som sker i en specifik "setting", med en fysisk inramning. Jaget framträder i roller och för att performansen skall vara godtagbar så krävs det att de som observerar skall tro på karaktären och de egenskaper som karaktären besitter. Kläder är ett sätt av många att skapa och upprätthålla en viss performans och därmed styra intrycket som ges. Disa beskriver att hennes klädval kolliderade med hennes strävan efter att inte se yngst ut. Från ett goffmanianskt perspektiv kan det alltså tolkas som om hennes performans tappade dess

godtagbarhet i och med att den sociala kontexten var annorlunda än den Disa hade räknat med (Goffman 2007).

Goffman (1961) uppfattade att det är karakteristiskt för den moderna individen att hen behöver göra klädval i relation till många roller. Mode, och kläder, är ett sätt för individen att distansera sig från sin “officiella” roll och samtidigt anta andra roller, något som Goffman kallar “multipla självidentifikationer” (1961, 151). Detta sätt att adaptera sin performans genom de olika roller de har i vardagen framkommer på olika sätt Heddas, Menas, Siris och Disas narrativ, till exempel i hur de undviker att klä sig i kläder som de tror skulle ge ett slarvigt intryck då de är utanför hemmet. Goffman (1965, 246) talar om identitetsverktyg (*identity kits*) och syftar på exempelvis de kläder vi förvarar i garderoben, med vilka vi kan uttrycka social mening och identiteter såsom individualitet, social klass, genus, sexualitet, etnicitet, subkulturer och ålder. I en tid då sociala och kulturella identiteter har blivit alltmer komplexa, dynamiska och till viss del strategiska, är dessa identitetsverktyg nödvändiga för de föränderliga självrepresentationer som individer dagligen använder (Cwerner 2001, 80).

Förutom Goffmans begrepp performans, roll och självrepresentationer är också teorier om en postmodern identitet hjälpsamma för att förstå hur kvinnors användande av kläder fungerar. Bovone (2006) diskuterar hur identitet för individer i förmoderna och moderna samhällen var mer etablerad, påverkad av ens familjs, ursprung, religion, yrke, genus och sociala klass, medan identitet för den postmoderna individen är mindre statiskt. Identitet är idag inte längre så starkt bundet till klass som det var tidigare såsom till exempel Bauman argumenterat. Han skriver: “If the modern ‘problem of identity’ was how to construct an identity and keep it solid and stable, the postmodern ‘problem of identity’ is primarily how to avoid fixation and keep the options open” (Bauman 1996, 18, citerad i Bovone 2006, 372).

Även om vi tenderar att repetera de estetiska praktiker som är bundna till vår habitus (Bourdieu 2010), så menar Bovone (2006) att klass inte längre styr ungas konsumtion av kläder, utan den postmoderna individen anammar stilar och praktiker om kläder fritt från olika sociala rum och klasser. Idag mer än någonsin kan vi välja vilka kläder vi klär oss i, och vem vi vill föra oss fram som (Woodward 2007, 22). En frånvaro av regler att förhålla sig till, gör att det finns (nästan) oändligt med valmöjligheter. Bauman (1996) jämför den postmoderna individen med en rastlös turist eller hasardspelare, och menar att det i ett postmodernt samhälle är

eftersträvansvärt att inte uppnå slutliga val, även om det skapar en viss känsla av ambivalens (Bovone 2006, 372).

Som Wilson (2003, 244–245) observerar är mode en av många former av estetisk kreativitet som möjliggör utforskning av alternativ (Bovone 2006, 379). Ett av de teman som återkom mest frekvent och övergripande i alla fyra narrativen var personlig stil: de kombinationer av kläder som reflekterar de estetiska val individer gör i sin klädkonsumtion. Trots att dessa individualiserade val i hög grad är baserade på en personlig uppfattning om estetik, så är de samtidigt socialt konstruerade.

Alla fyra kvinnorna berättade att de har ett långt intresse av kläder och mode, och att de gått igenom olika stilar i sitt liv: allt från hippiestil till punk- och rockstil. Alla beskrev att de som tonåringar haft någon form av ”fjortis-stil”, samt hur det under olika perioder i sitt liv väckts ett intresse för second hand. För tre av de fyra kvinnorna är second hand-intresset ännu stort och något som utgör den största delen av deras konsumtion. Speciellt i Heddas narrativ framkommer en tydlig start för när ett intresse och konsumtion av secondhand kläder hade börjat.

...på gymnasiet började jag först shoppa second hand. Jag tror att det hängde mycket nog, eller det hade ett klart samband med att jag börja på ett specialiseringsgymnasium som hade mycket folk från olika bakgrunder, och det var mycket, liksom utifrån sett så kallades den här skolan lite såhär hippie skola, så det var ett jättestort hopp från högstadiet. Så det var lite den där meinginkin nog, på gymnasiet (...) Det kändes jätteskönt, och det kändes jätte, såhär (...) det var lätt på nåt sätt att bli accepterad och hoppa på det tåget som var där. Och det var liksom inte fråga om en helomvändning i nåt såhär värdegrunder, men liksom “it made so much more sense” jämfört med den meningin som hade varit tidigare som var mycket sådär snabbmode...

Hedda drar en stark parallell mellan att hon gick på specialiseringsgymnasium med hennes intresse för second hand-kläder. Hon använder begreppet “hippieskola” vilket kan tolkas som ett sätt att stilmässigt skilja sig ur mängden. Hippierferensen beskriver hur den sociala kontexten formade hennes klädkonsumtion och därav också hennes identitet (Woodward 2007, s.119).

Siri uttrycker att hon också har ett stort intresse av kläder, och att hon tycker att det är ”jättespännande” med mode. Hon ser kläder som en form av konst, och använder Instagram för att ta del av bilder där intersektionen av konst och kläder porträtteras. Hennes entusiasm för klädkonsumtion och personliga stil går i perioder. Siri beskriver hur hon kan inspireras av något specifikt mode, men sedan gör det till sin egen grej: *“man tar den delen av modet som passar en själv på nåt sätt, men vad det är som passar, vet jag inte!”*. I Disas narrativ framkommer det hur hon gått igenom och experimenterat med många olika klädstilar. Om sin personliga stil berättar hon: *“den har varit bunden till identitet och pojkvänner och såhär liksom har förändrats med livsskeden, ganska mycket.”*. Disa beskriver sin nuvarande stil som praktisk och stilren, och berättar att nästan alla som hon känner liksom henne jobbar inom kulturbranschen, och att det påverkar hennes klädstil.

Hedda som till allra största del shopper gamla kläder, men ändå hela tiden följer med trender i modemagasin, påpekar att *“man kan se jätte moderiktig ut också med gamla kläder, allting handlar om styling, allting handlar om att ha öga.”* Att ”ha öga” kan för de flesta översättas som att ha en förmåga att veta vad eller vilka kombinationer av produkter som estetiskt fungerar tillsammans. Det kan också beskrivas med begreppet smak; en person som ”har öga” har ofta också bra smak. Smak varierar mellan individer, men talar ändå om individens sociala kontext och det kapital som i den sfären avses eftersträvansvärt eller viktigt. En av de mest klassiska sociologiska teorierna om smak är Bourdieu (2010) och hans teori om distinktion som förklarar på vilket sätt klass kan vara kopplat till smak. Bourdieu menar att individers smak styrs av deras habitus, som i sin tur styrs av deras ekonomiska, sociala och kulturella kapital, som ofta är kopplat till deras sociala klass. Habitus fungerar som ett filter med vilket genom vi ser världen och som sätter grunden för hur vi väljer och handlar. Det formar våra tankar, sättet vi talar på och våra preferenser, och även om individer oftast inte är fullt medvetna om deras habitus, så är de inte heller fullt omedvetna om det, eftersom vi är vårt habitus (Bourdieu 2010; Thorpe 2012, 2014). Enligt Bourdieu är smakkänsla ett sätt att sätta och upprätthålla sociala gränser. Att ha god smak antyder ett högt kulturellt kapital, medan frånvaron av god smak eller rentav dålig smak antyder ett lägre kulturellt kapital (2010). Att ”ha öga” kan alltså tolkas som ett sätt att utöva en viss kulturell distinktion och inneha en viss kunskap eller kulturellt kapital, som inte alla besitter.

I ett postmodernt samhälle är mode för unga ett sätt att kommunicera en icke-exklusiv identitet, där ekonomiskt kapital inte är av lika stor betydelse som en strävan att skilja sig från vissa

sociala grupper som de inte vill associeras med (Bovone 2006, 373). Att "ha öga" kan därför tolkas inte bara som att använda rätt plagg, utan även som ett avståndstagande från en viss samhällsgrupp, och i navigationen mellan dessa val formas ens identitet. Mina informanter är i en ålder som kan beskrivas som unga vuxna, och de sociala grupper som de genom val av kläder kan tänkas vilja distansera sig från är dels tonåringar, och dels vuxna. Att ha öga är för en postmodern individ också viktigare än att följa specifika trender, och förmågan att hänga med i den aktuella utvecklingen av mode är viktigare. Då varken ekonomiskt kapital eller att följa trender är eftersträvansvärt, får istället en autentisk, individuell stil mer betydelse (Michael 2015). Den öppensinnade attityd som krävs för autenticitet är dock, som Michael (2015, 178) skriver, direkt kopplad till ett kulturellt kapital. En fallenhet för att uttrycka en originell klädstil är alltså mer sannolikt för individer med ett högre kulturellt kapital.

Mena som berättar att hon alltid varit intresserad av att uttrycka sig med sina kläder, berättar att hennes stil har varit väldigt föränderlig genom åren. Trots att hon inte ser stil som något konstant, så känner hon mer och mer att hon landar i vad hon tycker om. Att handla second hand beskriver hon som ett sätt att vara unik och stilmässigt skilja sig från mängden. Hon beskriver att en viss vintage-silhuett med smal midja och breda kjolar är igenkännande för hennes personliga stil. Hon berättar:

Det är ju nog jättespännande med stil och identitet och sådär vad man känner sig hemma i, och vad som känns bekvämt för en, och när man känner sig fin. Och sen just det där viljan att på nåt vis vara unik finns ju nog tätt sammankopplat med det att man köper i andra hand..

Smith Maguire och Stanway (2008) har studerat unga vuxnas konsumtion och hur de hanterar ångest kring frågor om stil, konformitet, längtan efter självsäkerhet och genus. Deras forskning pekar på att självproduktion i moderna konsumtionssamhällen kan vara mer socialt styrd än vad många teorier om individualisation menar. Konsumtionssamhället skapar både problem och lösningar till självproduktion. Med så många alternativ, finns det alltid en risk att göra fel. Unga människor är den grupp som är mest utsatt för uppmaningar till konsumtion (Smith Maguire & Stanway 2008, 64). Då unga vuxna på olika sätt utformar deras stil, förhandlar de med de dynamiska krav som aktualiseras av identitetsskapandet i ett konsumtionssamhälle – att passa in och bli accepterad, men samtidigt vara en unik individ (Smith Maguire & Stanway

2008). Clarke och Miller (2002) observerar att individers relation till mode är socialt styrd eftersom vi ofta behöver andras bekräftande och uppmuntran för att göra våra klädval. De menar att det främst är ångest över att inte bli socialt accepterade som styr vår konsumtion.

6. ATT KLÄ DEN KVINNliga KROPPEN

I kapitel 6 analyserar jag kläders emotionella och praktiska bekvämlighet, den kvinnliga kroppens relation till kläder samt den sensoriska perceptionen av kläder. De narrativ som rör dessa teman belyser den kroppsliga upplevelsen av kläder samt dess betydelse för kvinnors klädkonsumtion.

6.1. EMOTIONELL OCH PRAKTISK BEKVÄMLIGHET

Kläder har en direkt relation till kroppen: de är producerade för och används av kroppen och eftersom de fysiskt är det som sitter mellan individen och världen, fungerar de som ett andra skinn. Att använda kläder kan alltså förstås som en förkroppsligad kompetens: kroppen, dess form och funktioner är avgörande när det kommer till vad en kvinna väljer att klä sig i, hur de känns på henne och hur hon kan röra sig i kläderna (Woodward 2007, 17).

I alla fyra narrativ framstod kläders bekvämlighet som en av det viktigaste, och i vissa fall den mest vägande faktorn som påverkar kvinnors val av kläder. Kläder som av olika orsaker spänner, sitter fel, inte töjer, gör kroppen svettig eller vars centrala funktion kompromissas väljs ofta bort till förmån för sådana klädesplagg som känns bra på kroppen. Ett plagg som inte är bekvämt känns dessutom inte bara dåligt på kroppen, det gör också kvinnan mentalt obekvämt, vilket i sin tur påverkar självförtroende och humöret negativt (Smith 2017; Woodward 2007, 67–72).

I alla kvinnors narrativ berörs bekvämlighet i kontexten av påklädning, det vill säga den stunden då de klär på sig på morgonen. Siri berättar att hon genast kan känna om vissa kläder är bekväma eller inte, även om hon också berättar att hon har många kläder fyndade på loppis som senare visat sig vara mycket mer obekväma jämfört med hur de hade känts på kroppen i affärens provrum. Mena beskriver att morgnar är jobbiga för henne och därför är det extra

viktigt att de kläder hon tar på sig på morgonen inte är tigha, spänner någonstans eller känns obekväma. Disa och Hedda reflekterar över sina vardagliga klädval och hur deras sinnesstämning påverkar vad de känner sig bekväma i. Disa beskriver det såhär:

det kan hända att jag måste byta för att jag inte känner mig bekväm i antingen passformen eller färg eller såhär, vill jag smälta in eller stå ut eller sådär, känner jag mig självsäker eller inte, och så beror de på var i menscykeln jag är.

Liksom Disa tänker Hedda på hur kläderna kan fungera som ett verktyg att vara mentalt redo för dagen, och hur kläder fungerar som ett skydd för kroppen:

Det handlar väl om att försäkra sig själv om att jag kommer att känna mig bekväm i vilken situation jag än kommer att vara i, om det kommer bli nåt mer utmanande, så kommer de i alla fall inte minnas mig som jag inte visste vad jag höll på med, lite den tanken. Det är så intressant hela den där skydds tanken, för nu för tiden det är nog extremt sällan man ser kläder som skydd, förutom då det regnar, men annars vet du. Det är ju de som skyddar oss hela tiden.

Bekvämlighetens emotionella aspekt, hur kläderna exempelvis påverkar vår självsäkerhet, är i dessa citat tydliga. Kläderna ger Hedda en känsla av säkerhet och social bekvämlighet i osäkra eller oväntade situationer (Jantzen et al. 2006, 21). En habituell relation till kläder är något som Woodward (2007, 135) menar att de flesta kvinnor har. Habitueella kläder är kläder som blivit habituerade, invanda, och som därför blivit, inte bara fysiskt, utan även emotionellt och socialt bekväma för användaren. De fungerar oberoende av situation, är bekväma på kroppen och som känns som "jag". Dessa kläder underlättar processen av att välja ut kläder ur sin garderob då det finns begränsat med tid, exempelvis på morgnar. Eftersom habituella kläder inte kräver omfattande omtänkande då kvinnorna redan vet hur de funkar och hur de känns, kan denna kunskap ses som en förkroppsligad kulturell kompetens (2007, 135).

Även om praktiska kläder och bekväma kläder har lite olika betydelser, så används begreppen ändå parallellt i alla fyra narrativ. Det som skiljer begreppen åt är att praktiska kläder automatiskt också är bekväma, medan bekväma kläder inte alltid är praktiska. Disa och Siri beskriver praktiska kläder som en del av deras garderob: exempelvis sport-, friluft- eller fritidskläder. Att kläder är praktiska är något som är speciellt viktigt för Disa, som gärna

konsumerar kläder som är så mångsidiga och användbara som möjligt. I Heddas och Menas narrativ framkommer det att de är missnöjda över deras oförmåga eller ovilja att konsumera praktiska kläder. Speciellt Hedda uttrycker en frustration över att hon inte har den naturliga förmågan att klä sig praktiskt, en förmåga som både hennes mamma och syster besitter. Hon berättar att de vet både hur man klär sig stilrent men också passande för väder och aktivitet – något som Hedda säger är lite som en dröm för henne. Hedda beskriver att medan hennes ”klädkriser” förr kan ha uppkommit på grund av andra mer sociala orsaker (”kommer min crush vara på plats”, ”kanske min blivande chef kommer vara där”), så kan de idag uppkomma av mer praktiska orsaker. Hon berättar:

Nu kan jag ha sådär att jag blir arg på mig själv att jag har så sabla opraktiska kläder till exempel. Att liksom jag är inte ”fit” för nån ”fight”, int någo vildmarksliv, inte kyla, int långa promenader, om det börjar regna – nä. Att det har jag liksom kämpat med den här hösten (...) Att vad är de här för kläder? De här kläderna jag så omsorgsfullt har valt ut (...) är gjorda för att stå och se nätt ut, basically.

Också i Menas narrativ kommer praktiska kläder fram som en målbild, något som hon strävar efter. Mena berättar att hon ”äntligen” investerat i ett par utebyxor denna vinter, de första som hon ägt i hennes vuxna liv. Utifrån Heddas och Menas narrativ tyder jag att det finns en ovilja att klä sig i praktiska kläder eftersom de inte passar deras stil, och eftersom de inte kan identifiera sig med stilen som praktiska kläder ofta har. Speciellt Hedda förknippar uttryckligen bekväma kläder med en sportig stil. Hon berättar om ett minne från gymnasietidens studentskrivningar, då hennes kompisar plötsligt började komma till skolan i ”verkkaren”:

Och jag bara kunde inte gå till det - att komma till skolan i verkkare. Det funka bara liksom inte. Jag var sådär att om jag låter mig själv gå till det här, då finns det ingen återvändo. Det här minns jag jätte starkt (...) Liksom – vad hände med alla - gå omkring i tracksuits som någo zombien här. Och fullständigt sluta bry sig om allting, förutom de där sabla skrivningarna då, de va läskigt. (...) Jag har svårt att se att jag sku ha varit bekväm med att sätta mig i nån sån här ”bekväm-whatever-forever” grej. Inte kommer jag va bekväm med att ha smutsigt hår... Jag vet inte. För mig handlar det med bekvämlighet om så många andra saker. Bekvämlighet för mig hänger alltid ihop med kontroll, om jag sku se mig själv i hela den där... Jag sku bara va sådär att ”nä – she lost it”.

I Heddas uttryck kopplas de bekväma kläderna, ”*verkkaren*”, till andra faktorer som väcker negativa känslor hos henne; att sluta bry sig, smutsigt hår, att tappa kontrollen. Eftersom hon reflekterar över att hon aldrig sett sig själv som en sportig person, kan hennes avståndstagande från ”*verkkaren*” alltså också kopplas till hennes konstruktion av identitet. Begreppet bekvämlighet står för både en fysisk känsla av bekvämlighet, samt en mer estetisk aspekt utifrån med vilken kläder som känns som “jag” kan förstås. Genusforskaren Ruth Holliday (2001), som studerar individers uppfattningar om hur de konstruerar sitt utseende, tolkar begreppet “bekvämlighet” som ett sätt att avvisa mainstream femininitet. Bekvämlighet kan enligt henne förstås som en link mellan en inre och yttre: mellan en känsla av självuppfattning och utseende. Både Hedda och Mena beskriver sin stil som feminin, och i deras fall kan bekväma eller praktiska kläder tolkas som att de står i konflikt med det feminina. Att Mena beskriver hur hon äntligen har skaffat utebyxor kan tolkas som ett uttryck för en viss mogenhet och självsäkerhet över att välja ett par praktiska byxor som passar det finländska klimatet även om de inte tilltalar henne estetiskt.

6.2. DEN KVINNLIGA KROPPENS RELATION TILL KLÄDER

Kön, genus och kroppen påverkar kvinnors förhållande till och användande av kläder. Gemensamt för alla fyra kvinnor som jag intervjuade var inte bara deras ålder, bostadsområde, modersmål och utbildningsnivå, de var även alla kvinnor med sådana kroppar som objektivt sett tillåter dem handla i de vanligaste storlekarna. Då de ser reklam, är det mer regel än undantag att modellerna ser ut som dem (inga rörelsehinder, samma hudfärg och så vidare). Deras kroppar är de kroppar som modeindustrin, till den allra största delen, tar hänsyn till åt och gör kläder för. Såsom de framkommer i narrativen påverkar ändå deras genus, kroppsform och strukturella normer om kön sättet de använder kläder på. Disa säger att det inte är så viktigt för henne att kön kommer fram i kläderna, och hon uttrycker en nyfikenhet över en mer androgyn stil. Hon delar fysiskt sett garderob med sin man, och använder ibland hans skjortor. Hon berättar att hon inte har lika mycket klänningar och kjolar som tidigare, och att hon i framtiden vill samla mod att handla kläder också från herravdelningen. Både Hedda och Mena beskriver däremot sina klädstilar som feminina. I deras garderober finns huvudsakligen kjolar, blusar och klänningar. Av Heddas skor är många kvinnligt formade eller har klack. Hon reflekterar över sin feminina stil:

Jag tror med kläder är det ett jättestort statement att våga klä sig sådär ultrafeminint som en styrka - det leker jag ganska mycket med. Jag har just klara inspirationskällor från gamla 60-tals stjärnor, franska nya vågen, schoolgirl estetik som jag älskar. Så stil som i andra kontexter sexualiserats jättemycket, att ta influenser från det.

Även om mycket litteratur och forskning kring klädkonsumtion tar upp problematiska aspekter av mode som depression, ätstörningar, narcissism, fåfänga, klimatförstörande, social ohållbarhet samt oetiska och kapitalistiska faktorer, så har också konsumtion av kläder också lyfts fram inom bland annat positiv psykologi som starkt kopplad till skapande och uppfattning av identitet Twigg (2009). Kläder erbjuder valmöjligheter för en person att ständigt, i konversation med personliga och externa värderingar och faktorer, forma och presentera sin identitet (Goffman 2007; Craik 1994). Jag tolkar Heddas beskrivning av hennes förmåga att våga leka med en ultrafeminin stil som en styrka; det är ett verktyg med vilken hon kan stärka sin identitet, och samtidigt hennes självsäkerhet. Det som Heddas narrativ också kan tänkas uttrycka är en stilistisk distinktion genom en självmedvetet ironisk adaptation av sexualitet och femininitet. Detta uttryck vittnar om en dels ironisk och dels ambivalent identitet, där hon både bejakar en ultrafeminin stil men ändå förhåller sig till den med viss ironi och lekfullhet, vilket ofta är typiskt för en feminin identitet i en postfeministisk postmodern konsumtionskultur (Doudaki 2012).

Det är intressant att Hedda reflekterar över att hon vågar leka med den ultrafeminina stil som hon säger att ”i andra kontexter” sexualiseras. Jag tolkar att hon därmed menar att i den kontext hon befinner sig i, så sexualiseras inte en sådan stil. Montemurro och Gillen menar att även om kvinnor inte är medvetna om det, så korrelerar en överdrivet sexig klädstil ofta med en lägre klass (2013, 175). I enlighet med Bourdieus klassiska teori om distinktion demonstrerar vi klass genom att se ”rätt” ut, och ha de ”rätta” sakerna, och misslyckas vi så ifrågasätts vår smak, moral och sociala värde. Jag tolkar att Hedda, som är medelklass med ett stort kulturellt kapital, kan vara kreativ med en överdrivet feminin stil av den orsaken att hon har ”råd” att missförstås dels tack vare sitt kulturella kapital, och dels tack vare det sociala fält hon befinner sig i.

Mena, som faktiskt är klädd i byxor den dagen vi ses även om hon berättar att hon annars alltid är klädd i kjol – något som hon själv poängterar tidigt under vår intervju – reflekterar över varför hon inte gärna allmänt använder byxor:

Jag har funderar på de där att e de, undviker jag byxor för att jag har ganska breda höfter, eller varifrån härstammar de här agget mot byxor. Och kanske, för att jag har haft jättesvårt att hitta byxor som passar, att liksom, jag har en stor rumpa och breda höfter, men sen har jag jättekorta ben, att de matchar inte om jag ska köpa en storlek som är tillräckligt stor över höften så då är de jättelånga ben, så jag liksom jag måste alltid sy upp mina byxor, så kanske de därför jag slutat gå med dom och kör på kjolar istället.

Också Siri beskriver att hon använder en viss typs kläder för att framhäva en del av sin kropp som hon inte är helt nöjd med:

jag har alltid tyckt om högmidjade grejer, för att jag tycker att jag har korta ben vet du så jag tycker de nice liksom att ha sådär, de passar min kroppsform, eller typ just att ha pennkjol eller såna grejer, så jag tror nog de har att göra med vad man har för ide om sin kropp också.

Dessa två föregående citaten, i vilka klädernas relation till kroppen är tydlig, uttrycker en viss anpassning som dikteras av stereotypa ideal om feminina kroppar. Montemurro & Gillen (2013, 168–170) menar att trots att kvinnor kan använda kläder på ett autentiskt sätt för att uttrycka sin sexualitet, så är deras uppfattning av deras kroppar och sexualitet ändå starkt styrd av förtryckande kön- och genusnormer. Kvinnor lär sig, både medvetet och omedvetet, hur de bör klä sina kroppar för att på bästa sätt passa in i de rådande kroppsliga idealen, även om de uppfattar klädvalen som spontana eller självgjorda.

I Menas och Disas narrativ kommer även kroppen som föränderlig fram. I och med att den kvinnliga kroppen förändras, ändrar form, och går igenom graviditet(er), påverkas även kvinnans förhållande till garderoben samt klädkonsumtionen. Mena beskriver känslor om den föränderliga kroppen såhär:

de där är svårt just när kroppen förändras och just att de nåt plagg man inte kommer i mer, så de finns nog en hel del, emm.. Ångest är kanske lite för starkt ord, men ändå sådär, en viss gnutta sorg i de, speciellt om de något favoritplagg. Men då tänker jag hellre att jag gör mig av med plagget än ändrar mig själv. Att då vill jag inte att de ska

hänga där i min garderob och att jag ska titta på de varje dag o va sådär att ”jag matchar inte det här plagget” utan, ja man förändra, kroppen förändras och de måste väl få vara så då. I nåt skede tänkte jag att ”då man är 18, då är man vuxen och så kommer man att se ut hela livet”, men de gör man ju inte (skratt).

Då hon säger att hon kan känna sig sorgsen över att något kärt klädesplagg inte längre passar hennes kropp, uttrycker Mena här att hon väljer att se på det från ett perspektiv som accepterar kroppen och dess förändring. Hon reflekterar över hur hon som yngre haft en snäv uppfattning om hur den kvinnliga kroppen utvecklas, något som kan tänkas ha påverkats av de idealistiska bilderna av en vuxen kvinna som förmedlas i bland annat reklam. Från hennes nuvarande livssituation som ung vuxen kan hon idag lättsamt skratta över hennes tidigare naiva bild av hur hon hade tänkt att hennes vuxna kropp skulle se ut.

Disa tar upp hur hon redan nu börjat köpa också större storlekar än tidigare, för att hennes kropp skall ha möjlighet att förändras utan att hon skall behöva köpa helt nya kläder. Hon tänker också på hur hennes stil skulle påverka hennes framtida garderob:

jag hoppas ju att min stil inte sku förändras så mycket. Så jag sku ha möjlighet att använda det jag har, och sen beror det ju jätte mycket på kroppen också liksom. Det sku kännas hemskt om jag liksom sku bli tvungen att köpa en massa nya kläder för att min vikt sku ändra jättemycket liksom, de är en sak jag tänker jättemycket på faktiskt. Jag vet inte om de är så hälsosamt i och för sig, men antingen att gå ner eller gå upp jätte mycket, så är jag jätte medveten om att de sku påverka, att de sku liksom va dyrt på någo sätt, att jag sen sku måsta skaffa nya kläder.

Kvinnor kan, liksom män, uppleva motstridiga och idealiserande krav som berör deras kroppar, kön och genus (Zanette & Scaraboto 2019, Clarke & Miller 2002, Dilley, Hockey, Robinson & Sherlock 2014, Guy & Banim 2000, Lönn 2018). Som många feministiska forskare betonar, har kvinnors kroppar kontrollerats och formats för att ideologiskt och praktiskt passa in och tjäna mansdominerade samhällen genom deras kläder. Genom historien har kvinnors kroppar torterats och skyddats, och därför deras liv i sin tur begränsats och styrts av både kläder och underkläder. (Jantzen et al. 2006, 178). Ännu idag används kläder för att dölja och framhäva delar av kvinnokroppen, på ett sätt som passar in i den sociala och kulturella kontexten (Crane 2000a, 16; Jantzen et al 2006, 178). Liksom underkläder, kan också kläder ses som ett

instrument för emotioner med vilka kvinnor kan känna en slags modern femininitet. Då kvinnor genom kläder styr sättet som deras kroppar presenteras på, upplever de inte bara en fysisk bekvämlighet, utan en de känner sig också socialt bekväma. De har kontroll inte bara över sina kroppar, men också över den feminina roll som förväntas av dem i ett modernt liv (Jantzen et al. 2006, 197).

6.3. SENSORISKA PERCEPTIONER

Förutom klädernas passform på kroppen, är klädernas material också något som aktualiserades i alla kvinnors narrativ. Hedda, Mena och Siri uttryckte alla starkt att de undviker kläder gjorda av konstfiber på grund av hur de känns på kroppen samt deras dåliga hållbarhet. Alla fyra nämnde också att intresset för bra och hållbara material är något som de blivit medvetna om först senare i livet. Mena säger att hon idag undviker alla konstfiber och istället föredrar naturfiber samt resonerar över hennes möjligheten att idag, jämfört med under studietiden, kunna köpa dyrare kläder av bättre kvalitet. Också för Siri är klädernas material något som hon på senaste tiden fått upp ögonen för. Hon beskriver sin konsumtion av konstfiber jämfört med idag:

jag har börjat kanske på senare tid tänka mer på material o såna grejer som jag inte alls tänkt på förr, att jag köpte helt bara nån full-on polyester som jag ändå inte kunde ha för jag svettas som en gris i de eller nånting, men sen de va en min kompis som, hon har blivit helt sådär "nej allt ska va viskos eller de ska va bomull eller det och det" så jag har lite fått upp ögonen för det nog, så de tänker jag nog lite på nu nog sådär vad är det för material, att e de massa plaster eller e de vet du, eller hur känns det på kroppen, och e de hållbart och såna grejer.

Materialvalet, och preferenser för kläder gjorda av naturliga fibrer, är dels kopplat till en tanke om hållbarhet, men också till en problematik med hur kläder gjorda av konstfiber interagerar med kroppen. Dessutom är kläder i syntetiska material i regel billigare, vilket i sig gör att kläder av exempelvis polyester automatiskt förknippas med ett lägre symboliskt kapital. Disa nämner att hon köper baskläder i olika material ofta, eftersom hon har en tendens att svettas mycket. Maria Lönn (2018) som forskat i den ryska feminitetens temporala villkor, lyfter fram symboliken i klädernas material. Kvinnor i hennes studie beskriver hur klädesplagg i polyester

och andra plaster i kontakt med huden kan framkalla en konstgjord doft av svett och plast, som de förknippar med både en annan tidszon (= att vara omodern) och med att vara ociviliserad (2018, 217). Kroppsliga växlingar i temperatur i kombination med naturfiber inger en känsla av kroppskontroll, en känsla av att kroppen inte gör sig påmind. Till skillnad från hur kroppen reagerar på kläder i konstfiber, som genom kroppen aktiverar olika sociala störningar och skapar sensoriska obehag och distraktioner, exempelvis svett (Lönn 2018, 220 & 326). Polyester, som samtliga kvinnor berättar att de aktivt undviker, och de kroppsliga, sinnliga förnimmelserna som materialet aktiverar på kroppen är, enligt Lönn associerade med klass (Lönn 2018, 217). Även om Lönn's studies kulturella kontext skiljer sig från min studie, så tolkar jag mina informanternas preferens för naturfiber inte bara som en strävan efter hållbarhet utan också som ett verktyg för sociala, kulturella och politiska situationer, och därmed även identitet.

7. KLÄDKONSUMTION OCH ETISK BALANSGÅNG

I detta kapitel analyserar jag de resonemang kring etik, hållbarhet och minimalism som framfördes i kvinnornas narrativ. Kapitlet avslutas med en analys av de sätt som kognitiv dissonans framkommer i hur kvinnorna berättar om sin klädkonsumtion.

7.1. ETT ÖVERFLÖD AV KLÄDER

Förutom frågor som berör utseende: "är de här kläderna jag", "passar det här ihop", "är de här kläderna tillräckligt unika men inte för utstickande", är också etiska aspekter närvarande då en kvinna konsumerar kläder. En kvinnas kläder och hennes konsumtion av kläder kan fungera som ett medvetet eller omedvetet symbolspråk för hennes etiska, sociala eller politiska värden. Mode och hållbarhet innebär för många helt motsägelsefulla associationer. Ur ett miljöperspektiv är förmodligen ingen konsumtion alls det mest hållbara. Sociologen Anne Kristine Haugestad (2002) menar att vår konsumtion är hållbar bara om alla världens medborgare kan använda samma mängd miljöresurser per capita som vi gör utan att samtidigt undergräva framtida generationers möjlighet att upprätthålla eller förbättra sin livskvalitet

(Haugestad 2002, 4 refererad i McNeill 2019, 369). I takt med att konsumenter blir mer medvetna om hur de kan konsumera på ett hållbart sätt, ställer de krav på företag att höja deras etiska, moraliska, ekologiska och rättvisa värden och principer (McNeill 2019, 369; Shaw & Tomolillo 2004). En annan följd av att konsumenter idag är mer medvetna över modeindustrins negativa globala effekter är en minimalism-trend, genom vilken en strävan efter enkelhet och att äga litet ersätter en tidigare strävan efter ägande av saker i överflöd (se t.ex. websajterna theminimalists.com och konmari.com). Statsvetaren Rober Inglehart (1997) menar att postmoderna värden är post-materialistiska värden. Allteftersom individens levnadsstandard höjs är de mindre benägna att införskaffa materiella ting. Den postmoderna individens konsumtion kan istället tolkas som en strävan efter att hitta upplevelser och en känsla av identitet (Bovone 2006, 379).

I alla fyra kvinnors narrativ kommer det fram att de tycker att de har för mycket kläder, och att de strävar efter att försöka konsumera mindre. Ett överflöd av kläder är något som kan ge upphov till känslor av ångest hos kvinnorna. Eftersom de alla fyra har ett stort intresse för mode och kläder, upplever de samtidigt att en begränsad konsumtion kan kännas svår ibland. Mena berättar att hon är medveten om att hon köper för mycket kläder, och att faktumet att de flesta är köpta second hand inte berättigar hennes konsumtionsbeteende. Siri beskriver att hon ibland kan bli trött på hur mycket kläder hon har, vilket kan leda till en stark längtan efter att rensa ut, slänga bort och om-organisera garderoben: "*Marie-Kondo allt till grunden*". Men samtidigt tycker hon om ett visst kaos i klädsåpet, vilket gör att hon aldrig riktigt helt kommer sig för att göra en drastisk städning. Siri beskriver:

de där att man har en massa weird stuff, de nog också nice, men ibland blir det ångest. Och sen typ, alltså ibland får jag nog ångest av att jag köper för mycket eller för onödigt, eller sådär att jag kommer ut från loppis, och har den där (skratt) shopping-highen en stund och sen kommer man hem o sen ba herregud varför har jag köpt det här, så av det kan jag nog ha ångest. Men.. ja.. Så kanske det att de blir så clutter i ens eget liv, o sen konsumtionsångest.

För Siri innebär ett överflöd av kläder inte bara känslor av ångest över att konsumera, utan också att det tillför onödigt mycket materia i hennes liv, som gör hennes liv rörigt. Hedda, som berättar att hon äger mycket kläder, reflekterar över vad hon tycker om hennes stora

klädintresse, och ifall hon kan stå bakom att hon äger så mycket kläder. Kläder är en viktig del av hennes liv, och de tillför henne glädje: de är ett sätt för henne att estetiskt ta plats i sociala situationer och navigera sitt liv. Även om den allra största delen av Heddas kläder är köpta second hand, tänker hon ändå på sin klädkonsumtion som problematisk: *“Det finns så mycket kläder, det här är inte hållbart, det är inte okej”*. Hon berättar att hon har övat upp en förmåga att inte låta sig frestas av konsumtionsimpulser som lätt kan uppstå då man utsätts för marknadsföring och olika intryck. Ändå kan drömmen om en ”komplett garderob”, som hon kallar det, göra att hon känner att hon saknar vissa plagg. Hon beskriver det såhär:

...det kan börja så att jag är på tumblr eller någonting, som i och för sig är jätte random, och jag får just det där att jag blir som besatt; att hur har jag inte en sån här jacka, det här är ju den där looken, det här är ju mitt egentliga jag. Och där kommer på nåt sätt de här ha-begäret som hänger ihop med de här att jag måste skaffa och behöver det här eller det här för att, på något jättekonstigt sätt, vara “hel” eller “färdig”. Liksom: om jag får det här så då är allt bra, då behöver jag aldrig mer nånting, men jättekonstigt obsessivt. Det är skrämmande, det kan komma som en blixtnedfall från klar himmel, jag tror att allting är fine, och hela livsstils-grejen är fine och sen kan jag bara få sådär att... Och ibland, det är det mest obehagliga, om jag är på stan, och då är det ingen skillnad det spelar ingen roll om kön eller stil eller nånting, men jag kan se nån på stan som kör en viss grej, och va sådär att ”damn, hur har jag inte tänkt på de där, sån där vill jag också ha, jag behöver den” – men man behöver ingenting, man har allting! Och de där behovet, den där tanken om att man behöver det här ”för att för att för att”, och på något sätt för mig själv, på ett djupare plan – det är en twisted grej, som jag tror man kan lura sig själv och man komma ifrån den där vanan, men sen bubblar det bara upp igen.

Även om de kläder vi äger är en förlängning av oss själva och en viktig del i vårt identitetsbygge, så gör inte nya kläder oss lyckligare. Enligt den ekonomiska analytikern Geoff Rudell äger konsumenter idag ofta så mycket kläder att de nått en peak där lycka inte längre kan köpas genom kläder (se The Fashion Law 2019). Som Hedda beskriver, är hon medveten om att det inte finns något hon verkligen behöver i klädväg. Hedda beskriver hur hennes upplevelse av att behöva vissa plagg är ett sätt att komma närmare det ”jag” hon egentligen är, för att vara ”färdig”. Det ”behov” som hon upplever är inte ett praktiskt eller grundläggande

behov: det är ett begär som direkt kan kopplas till det kontinuerliga identitetsskapandet. När kläder används som ett sätt att omväxlande uttrycka, bekräfta, anpassa och utveckla identitet skapas starka emotionella band till dem. Att vilja skaffa kläder även om det inte finns ett praktiskt grundat behov för det, kan handla om ett sätt att vilja utveckla och förändra sig själv (McNeill 2019, 369). Men meningslös och överflödigt konsumtion är också, såsom Hedda och Siri beskriver, något som kan ge upphov till ångest som i sin tur leder till ett avståndstagande, en strävan efter att rensa ut och minimera sin konsumtion.

7.2. ATT NAVIGERA MELLAN HÅLLBARHET OCH KOGNITIV DISSONANS

Alla de intervjuade kvinnorna berättar att de fortfarande konsumerar nyproducerade kläder från stora modekedjor, eller ”snabbmode” kedjor (*fast fashion*), speciellt underkläder och strumpor samt basplagg. Exempelvis tidsbrist kan leda till att nyproducerade kläder föredras framom second hand eller loppis. Hedda poängterar att det behövs en viss talang för att göra lyckade köp på loppis, man behöver kunna urskilja de bra plaggen från de dåliga. Snabbmodekedjors marknadsföring är speciellt starkt riktade till unga vuxna, en grupp som också ofta identifierar sig med en postmodern livsstil och är benägna av att bli influerade till en ständig utveckling av identitet genom bland annat kläder (Bovone 2006; Haug & Bush, 2015, 18–19). Särskilt Hedda och Mena beskriver hur klädkonsumtionen förändrades runt högstadietiden, från att ha varit huvudsakligen nyproducerat, till att vara nästan enbart second hand. Inom narratologi diskuteras vändpunkter (*turning points*), som händelser i en persons liv som markerar en tydlig förändring som är avgörande för personen. Dessa punkter kan också kallas epifanier. De delar in livet i tiden ”före” och tiden ”efter”, mellan det som var och det som är (Denzin 1989 i Johansson 2005, 319). Om vi tolkar Heddans och Menas skifte i konsumtionsbeteende från detta perspektiv, kan man tänka sig att högstadietiden var en betydelsefull episod i deras liv då second hand modet blev en viktig del av deras identitetskonstruktion.

I narrativen urskiljer jag två huvudsakliga orsaker till varför informanterna föredrar att konsumera second hand: chansen att hitta unika plagg, samt att det inte ger lika dåligt samvete som att köpa nyproducerade kläder. Siri berättar att hon inte köpte några kläder alls under ett helt år, något som hon beskriver som hemskt, som att det gav henne ”*abstinens, typ*”. Siri berättar hur konsumtion av second hand kläder känns bättre för samvetet, hon säger:

...om man shoppar på loppis så då känns de som att det blir sådär, den där etiska grejen blir sådär, då e de lungt, eller vet du.. O de känns som att de bättre än att shoppa... eller jag vet inte! De så shady ändå all sån business med etiska kläder hit o dit, o etiskt bomull – inte vet man ändå sist och slutligen hur mycket som det sliter, eller hur oetiskt de är från ett miljöperspektiv. Så jag vet inte, jag är lite sådär skeptiskt till det, att de känns mer som ett säkert kort att köpa på loppis på nåt sätt.

Istället för att konsumera mycket på loppis, har hon nu en idealbild om att köpa färre kläder av bättre kvalitet. Det är en tanke som också Mena presenterar i sitt narrativ. Disa, som berättar att hon inte handlar kläder second hand lika mycket som förut, säger att hon skulle vilja köpa mindre nya kläder än hon köper. Hon säger också att ett dåligt samvete hänger ihop med hennes klädkonsumtion, men poängterar att hon tycker att det är bra att det finns där som något som reglerar hennes konsumtion. Hon berättar vidare:

det är viktigt att inte heller smussa eller gömma att jag köper kläder, eller varifrån jag köper dem o så här och att det dåliga samvetet kan va bra, eller så här nånting som säger nej.

Att navigera mellan en konsumtionsdrift och de negativa etiska och sociala faktorerna som ligger bakom mycket av modeindustrin är inte lätt. Siri berättar om sin sporadiska konsumtion på snabbmodekedjor:

De kanske nog [är] så att de e inbyggt att de inte e så bra, men inte vet jag sen o andra sidan, dom har jävligt snygga kläder, så ibland är de väl helt fine, men ja jag vet inte... De [är] nog länge sen jag sku ha köpt annars nånting (...) Inte e de ju bra förstås att köpa hela tiden, för just man vet inte, de känns som att allting e så shady, att allt sånt barnarbete, miljöförstöring, man vet inte va som e bra, vilka som e bra egentligen och vilka som e inte... Men de väl helt okej inte e de som att de sådär mega shame, om jag nu tycker att någonting är kiva så e de fine.

I alla kvinnors narrativ framkommer det att kvinnorna är mycket medvetna om modeindustrins negativa sidor, och att de strävar efter att försöka köpa bara de kläder de verkligen behöver. Klädkonsumtionen känns bättre för samvetet om den är mindre eller sker

på loppis. Förutom Disa, som har övergått från att köpa mycket second hand till att istället satsa mer på märkeskläder av bättre kvalitet, köper kvinnorna största delen av deras kläder på loppis. Den främsta orsaken till varför de konsumerar andrahandskläder är miljöorsaker. Siri nämner att hon även föredrar naturmaterial av den orsak att de är bättre för miljön, då exempelvis mikroplaster som finns i polyester är dåliga för miljön. Även om att köpa second hand kläder är en form av konsumtion, så är det en form av konsumtion som inte leder till en nyproduktion av kläder, något som ur ett miljöperspektiv är bättre för miljön.

Sociologen Sam Binkley skriver att även om anti-konsumtion kan definieras av flera etiska och politiska positioner och val, så opererar det även på en mer vardaglig mikronivå. Även i de mest profana konsumtionsval vi gör upprätthåller vi samtidigt konstruktioner och narrativ om oss själva: om vår livsstil, personlighet, gemenskap och identitet (Binkley 2008, 601). För en postmodern individ är identitet som ett oändligt projekt där en förmåga till anpassning och mobilitet krävs av individen. Därför blir konsumtion, i en postmodern livsstil, ett enkelt sätt att upprätthålla en dynamisk, icke-statisk identitet, och som ett sätt att ständigt åter(upp)finna sig själv (Joy m.fl. 2012, 277). Balansgången mellan det postmoderna identitetsskapandet och den konsumtion som den kräver är paradoxal, och kanske kan second hand-shopping där vara ett medel för den postmoderna individen att konsumera på ett mer hållbart sätt.

Kläders material tas också upp ur en etisk och hållbar synvinkel av Hedda och Siri som i sina narrativ nämner hur de tänker kring konstfiber och djurprodukter. Siri förklarar att hon undviker konstfiber dels på grund av hur de känns på kroppen, dels på grund av den negativa miljöpåverkan de har. Hon berättar:

jag har börjat kanske på senare tid tänka mer på material o såna grejer som jag inte alls tänke på förr, att jag köpte helt bara nån full-on polyester som jag ändå inte kunde ha för jag svettas som en gris i de eller nånting (...) jag har en kompis som studerar miljö-kemi, så hon pratar massa om mikroplaster, så jag har lite börjat tänka på det där, med tanke på miljön så där att plast kläder inte e bra (...) så jag har lite fått upp ögonen för det nog, så de tänker jag nog lite på nu nog sådär vad är det för material, att e de massa plaster eller e de vet du, eller hur känns det på kroppen, och e de hållbart och såna grejer.

Hedda säger att hon undviker att köpa kläder av konstfiber av miljöskäl, men är inte helt säker var hon står i frågan om läder och päls. Hon äger och använder läderskor och väskor, men om en vara är av animaliskt ursprung är inte något som avgör hennes konsumtion. På grund av deras förmåga att hålla värmen, gillar hon pälsjackor på vintern, hon har en som hon hittat i en second hand-butik. Hon beskriver att det positiva med ett sådant plagg är att det redan har producerats, och dessutom hoppeligen kan användas hela livet ut. Om nyproducerad päls resonerar hon: *“alltså ny päls, det kommer ju inte på frågan, det liksom... 2019, det går ju bara inte, det har ju till och med Queen Elizabeth äntligen fattat”*. Möjligen kan denna utsaga tolkas som att Hedda tolkar konsumtion av nyproducerad päls som både mycket gammalmodigt och ohänsynslöst elitistisk.

I viss mån öppnar Hedda och Siri även upp hur de är medvetna och tänker på de orättvisa arbetsvillkor som klädindustrin upprätthåller, men det är inte något som direkt styr eller påverkar deras konsumtion. Hedda berättar att hon kan tänka på klädernas produktionskedje och ursprungsland, men i och med att de flesta kläderna inte är nyproducerade, påverkar hennes konsumtion inte de oetiska produktionsförhållandena direkt. Siri berättar att det känns omöjligt att veta vad som på riktigt ligger bakom ett plaggs produktion. Hon säger:

man har det på nåt sätt i bakhuvudet att okej vissa saker är inte bra, för miljön eller socialt, men inte kan jag säga att jag tänker på det jättemycket egentligen.

Det var tydligt i alla kvinnors narrativ att de är medvetna om konsekvenserna till den konsumtion som mainstream-modeindustrin hetsar konsumenten till. Produktionskedjan och resan från naturresurs till klädesplagg innebär inte bara en skadlig miljöpåverkan, men också orättvisa förhållanden för arbetare i klädfabriker. Trots att kvinnorna vet om baksidan av nyproducerade kläders produktionsprocess, köper de ändå nya kläder. Även om det finns märken som producerar etiskt gjorda kläder, så uppfyller de ofta inte kraven som konsumenter har angående stil, pris och tillgänglighet (Shaw & Tomolillo 2004). Detta gör att även de mest medvetna konsumenterna ibland handlar i snabbmodebutiker. Vad konsumenter säger om sina etiska värden korrelerar inte alltid med hur de agerar kring konsumtionen: en kognitiv dissonans uppstår. En konsument kan känna sig estetiskt dragen till en vara som är oetiskt och ohållbart producerad, vilket kan försätta konsumenten i ett dilemma där hon/han måste välja mellan begär och integritet (Haug & Bush, 2015, 7).

8. SAMMANFATTNING OCH DISKUSSION

I den här avhandlingen har jag studerat unga kvinnors narrativ om deras konsumtion av kläder, eller mer specifikt, deras relation till deras kläder och klädstil som element i konstruktionen av deras identitet. Min intention har varit att förstå hur unga kvinnor konstruerar sin identitet genom berättelser om sin klädkonsumtion. Den narrativa garderobmetoden har tillåtit informanternas berättelser att vara personliga och reflekterande. Trots intervjuernas tematiska struktur möjliggjorde den narrativa approachen ett ganska fritt berättande av kvinnorna om aspekter av deras klädkonsumtion som för dem verkade genuint meningsfulla. Trots att formen för alla fyra narrativ skiljer sig mycket från varandra, är det tydligt att det finns många återkommande centrala resonemang och erfarenheter kring kläder med vilka kvinnorna ger mening åt sin konsumtion i narrativen.

I kvinnornas berättelser om hur de tänker kring de klädval de gör dagligen invid sina garderober, framkom det att de är mycket medvetna om hur deras kläder och stil påverkar sättet som de uppfattas på av sin omgivning. Beroende på den sociala situationen och den roll och projekt som kvinnan har i denna, fungerar hennes kläder som ett verktyg som hjälper henne navigera och göra ett rätt intryck. Från ett goffmanianskt perspektiv är en individs kläder en betydelsefull del av hennes sociala performans som tillåter henne utöva intrycksstyrning. Exempelvis undviks plagg som kan tolkas som provokativa i jobbsammanhang, för att ge ett mer professionellt och moget intryck. Även om smak och stil är individualiserade, så framkommer i narrativen en uppskattning av en förmåga att ha "öga", att kunna klä sig eller uttrycka stil på ett smakfullt sätt, samt att veta hurdana kombinationer av kläder som ser bra ut. Från ett bourdieuskt perspektiv är en god smak vara ett sätt att upprätthålla sociala gränser, och på samma sätt är det inte alla som "har öga". Karakteristiskt för den postmoderna individen är en öppen och ambivalent relation till stil och identitet, och att strävan efter ekonomiskt kapital blivit mindre viktig är strävan efter kulturellt kapital. Jag föreslår att "ha öga" eller besitta en förmåga att kunna klä sig stilmässigt "rätt" på samma sätt inte primärt är kopplat till ekonomiskt kapital, utan snarare kulturellt kapital.

I viss mån kan samtidigt tvivel över kvinnornas känsla för smak och fallenhet för att "ha öga" leda till känslor av ångest över att klä sig "fel". Betydelsen av andra individers bekräftelse av

smak och klädval tyder på att klädkonsumtionen har en stark social aspekt, även om den kan framstå som väldigt individuell.

Balansgången mellan en personlig stil och att inte sticka ut för mycket samt att se proper och respektabel ut, är något som alla de intervjuade kvinnorna upplevde. Speciellt starkt framkommer ett propert intryck fram genom en aversion mot smutsiga eller slarviga kläder. Sensoriska uppfattningar av smuts för med sig inte bara sinnliga förnimmelser såsom obehaglig lukt eller syn, men också en kulturell och social dimension av orenlighet. Med dess koppling till både klass och genus, kan deras strävan efter att ge ett välvårdat intryck ses som ett sätt att iscensätta en feminin (medelklass)identitet. Medan en av kvinnorna tydligt tar avstånd från en typiskt feminin stil, så beskriver en annan av kvinnorna sin stil som överdrivet feminin. För henne förefaller den överdrivet feminina stilen vara ett sätt att utöva distinktion genom att på ett självmedvetet sätt adaptera normer om sexualitet och femininitet. Samtidigt som hon bekräftar den ultrafeminina stilen att klä sig på, förhåller hon sig till den med en viss ironi på ett sätt som är typiskt för feminin identitet i en postfeministisk och postmodern konsumtionskultur (Doudaki 2012). En överdrivet sexig stil korrelerar, medvetet eller omedvetet, med en lägre klass (Montemurro & Gillen 2013, 175). Från ett distinktionsperspektiv åskådliggör vi klass genom att se "rätt" ut, och ha de "rätta" sakerna, och misslyckas vi så ifrågasätts vår smak, moral och sociala värde. Det betyder att inte alla har "råd" att leka med en överdriven klädstil på grund av risken att missförstås. Ett högt kulturellt kapital i kombination med vit medelklass kan dock möjliggöra kreativitet och lek med en överdrivet feminin stil utan att bli felaktigt ifrågasatt.

Även om kläder är en viktig del i individers sätt att förstå sig själva och konstruera identitet, så leder ett överflöd av kläder ofta till känslor av ångest. De postmateriella värden som är typiska för den postmoderna individen är mycket tydliga i kvinnornas berättelser. Ett överflöd av kläder, liksom andra materiella ägodelar, ger dem inte bara en känsla av kaos, utan också ångest. Dels beskriver alla kvinnorna en strävan efter att vilja rensa ut kläder från deras garderober som de inte längre använder. Men dels beskriver de också att det finns klädesplagg som de behållit och absolut vill behålla i garderoben även om de inte använts på flera år. Kvinnor definierar och ordnar deras förflutna för att legitimera och definiera deras nuvarande identitet (Woodward 2007, 52). Lika mycket som valen av kläder som de använder konstruerar deras identitet, så gör också bortsorteringen det.

Kvinnorna uttrycker etiska värden, som till exempel hållbarhet, som en viktig orsak till att de vill konsumera mindre. Det kan noteras att också etiska värden har en funktion av symboliskt kapital, i hur de kan höja individens anseende och självvärdering. Kvinnornas narrativ har ändå visat hur klädkonsumtion i många fall innebär en balansgång mellan etik och konsumtion som ibland medför ett tillstånd av kognitiv dissonans, där de tänker på ett sätt och agerar på ett annat. Också den konsumtion som sker på loppmarknader eller i second-hand butiker, och i teorin kan framstå som mer etiska, kan ge upphov till ångest då de bidrar till volymen av materia som behöver få plats i kvinnornas garderober och liv. Konsumtionen av kläder försätter alltså kvinnorna i ett limbo där kläderna dels är ett verktyg för en ständig konstruktion av en postmodern identitet, men samtidigt något som triggar de sociala, politiska och etiska värden som de identifierar sig med.

Något som tydligt kom upp i kvinnornas narrativ var att de alla värdesätter kläders bekvämlighet. Centralt när de konsumerar kläder är bekvämlighet, något som blivit allt mer viktigt för dem ju äldre de blivit. De beskriver bekväma kläder som sådana som är praktiskt eller fysiskt bekväma på kroppen: de har rätt passform, materialet känns bra på kroppen och tillåter kroppen att röra sig fritt. Men i narrativen framkom även tydligt att det finns en annan aspekt av bekvämlighet som är lika viktig. Denna bekvämlighet handlar om hur kvinnorna känner sig, emotionellt och socialt, i sina kläder. Medan praktiska kläder såsom ”verkkaren” eller utebyxor, kan vara fysiskt bekväma eller praktiska, så kan de få bäraren att *känna* sig obekväma i dem om denna typs klädesplagg inte korrelerar med hennes stil eller uppfattning om sin identitet. Medan det kan uppfattas vara mer accepterat att tala om vilka kläder som känns fysiskt obekväma, kan den emotionella eller sociala obekvämligheten tolkas som mindre lämplig att uttrycka, eftersom de bakomliggande faktorerna kan upplevas som ytliga eller fåfängliga.

Bekväma kläder eller bekvämlighet framkommer även som viktiga för att de ger en försäkrande känsla av att vara ”i kontroll” och kläderna har också en viktig roll som ”skydd”. Förutom att kläder av vissa snitt och färger kan ge bäraren en känsla av säkerhet på en dag då hen känner sig sårbar, så kommunicerar kläder till omvärlden vem bäraren är. De avslöjar inte bara estetiska preferenser och smak, utan säger även mycket om identitet. Den kommunikativa förmågan som kläderna har underlättar och skyddar kvinnan för omgivningens eventuella felaktiga omdömen om vem hon är eller vem hon vill framstå som. Mer symboliskt än fysiskt, inger det yttre skyddet av kläder en inre känsla av bekvämlighet, något som i sin tur inger en

känsla av kontroll hos bäraren. Bekvämlighetsaspekten träder alltså fram som en länk mellan utseende och självuppfattning.

Förutom bekvämlighet framstår även kläders material som avgörande i de intervjuade kvinnornas klädkonsumtion. Tydligast framkommer en preferens för naturfiber framför konstfiber, både i konsumtionen av nyproducerade kläder och second hand-kläder. Konstfiber upplevs som problematiskt främst på grund av hur det interagerar med kroppen och dess växlingar i temperatur genom produktion av svett. Svett och svettlukt, liksom annan kroppslig orenhet, kan associeras med symboliska faktorer som står i konflikt med en feminin eller sociala identitet (Lönn 2018). Till skillnad från syntetiska material, inger kläder av naturfiber en känsla av kroppskontroll, eftersom benägenheten att svettas i sådana kläder är lägre. Preferensen för kläder gjorda av naturfiber är även kopplad till en ekologisk aspekt, där kläder av exempelvis polyester väljs bort på grund av dess dåliga hållbarhet, och på grund av dess utsöndring av mikroplaster som är skadlig för miljön. Kläder av konstfiber är i regel också billigare än kläder i naturfiber, vilket automatiskt gör att de förknippas med ett lägre symboliskt kapital, något som kan bidra till ett avståndstagande till dem. Medvetet eller omedvetet kan alltså en preferens för kläder av naturfiber kopplas till en önskan om att inte vilja se billig ut, och på så sätt tjänar de som ett verktyg för att befrämja bärarens sociala, kulturella och politiska status och identitet.

Jag har i min avhandling diskuterat de centrala sätt på vilka mina informanter berättat om sin klädkonsumtion och kopplat dem till sociologiskt relevanta teorier som rör identitet, status och genustillhörighet. Narrativen har inte bara beskrivit klädernas mångfacetterade funktioner för kvinnors identitetskonstruktion, utan även åskådliggjort viktiga aspekter av deras klädkonsumtion som de själva valt att lyfta fram som uttryck för deras självförståelse. Avhandlingen har kunnat belysa det komplexa förhållande som kvinnor har till sina garderober, och hur kläder är identitetsverktyg som de använder dagligen för att uttrycka vem de är, vem de vill vara och ibland även vem de inte vill vara. Deras narrativ om deras garderober har gett meningsfulla exempel på hur specifika plagg och typer av kläder symboliskt och konkret fungerar i denna process.

LITTERATUR

Almila, A-M. (2016) Cultural Sociology of Fashion: On the Sartorial, Symbolic and Social. I: A-M. Almila & D. Inglis. *The Sage Handbook of Cultural Sociology*. London: Sage, 510–526.

Aspers, P., & F. Godart (2013) Sociology of Fashion: Order and Change. *Annual Review of Sociology*, 39(1): 171–192. DOI: 10.1146/annurev-soc-071811-145526.

Banim, M. & A. Guy (2001) Dis/continued Selves: Why do Women Keep Clothes They No Longer Wear? I: M. Banim, E. Green & A. Guy. *Through the wardrobe: Women's Relationships with Their Clothes*. Oxford: Berg, 203–219.

Bauman, Z. (1996) *Intimations of Postmodernity*. London: Routledge.

Bauman, Z. (2000) *Liquid Modernity*. Cambridge: Polity Press.

Bauman, Z. (2001) Consuming Life. *Journal of Consumer Culture*, 1(1): 9–29. DOI: 10.1177/146954050100100102.

de Beauvoir, S. (1997) [1949] *The Second Sex*. London: Vintage Publishing.

Belk, R. (1988) Possessions and the Extended Self. *The Journal of Consumer Research*, 15(2): 139–168. DOI: 10.1086/209154.

Benwell, B. & E. Stokoe (2006) *Discourse and Identity*. Edinburgh: Edinburgh University Press.

Binkley, S. (2008) Liquid Consumption. *Cultural Studies*, 22(5): 599–623. DOI: 10.1080/09502380802245845

Blundell, C. J. (2016) *A Narrative Analysis of the Stories Told by Female Foreign Care Workers in Bologna, Italy*. University of Southampton: Faculty of Humanities.

Bourdieu, P. (2010) [1979] *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.

Bovone, L. (2006) Urban Style Cultures and Urban Cultural Production in Milan: Postmodern Identity and the Transformation of Fashion. *Poetics*, 34(6): 370–382. DOI: 10.1016/j.poetic.2006.10.004.

Burr, V. (2004) *An Introduction to Social Constructionism*. London: Routledge.

Bye, E., & E. McKinney (2007) Sizing up the Wardrobe – Why We Keep Clothes That Do Not Fit. *Fashion Theory*, 11(4): 483–498. DOI:10.2752/175174107x250262.

Clarke, A. & D. Miller (2002) Fashion and Anxiety. *Fashion Theory*, 6(2): 191–213. DOI:

Crane, D. (a) (2000) Fashion, Identity and Social Change. I: D. Crane. *Fashion and its Agendas. Class, Gender, and Identity in Clothing*. 1–25.

Crane, D. (b) (2000) Fashion and Clothing Choices in Two Centuries. I: D. Crane. *Fashion and its Agendas. Class, gender, and Identity in Clothing*. 235–248.

Crane, D. & L. Bovone (2006) Approaches to Material Culture: The Sociology of Fashion and Clothing. *Poetics*, 43(6): 319–333. DOI: 10.2752/136270402778869091.

Cwerner, S. B. (2001) Clothes at Rest: Elements for a Sociology of the Wardrobe. *Fashion Theory* 5(1): 79–92. DOI:10.2752/136270401779045725.

Dilley, R., J. Hockey, V. Robinson & A. Sherlock (2015) Occasions and Non-occasions: Identity, Femininity and High-heeled Shoes. *European Journal of Women's Studies*, 22(2): 143–158. DOI: 10.1177/1350506814533952.

Doudaki, V. (2012) Sex and the City. *The Journal of International Communication*, 18(1): 5–17. DOI: 10.1080/13216597.2012.670126.

Eicher, J. B. and M.E. Roach-Higgins (2000) [1992] 'Dress and Identity'. *Clothing and Textiles Research Journal*, 10(1): 1–8. DOI: 10.1177/0887302X9201000401.

- Elliott, J. (2005) *Using Narrative in Social Research: Qualitative and Quantitative Approaches*. London: Sage.
- Entwistle, J. (2000) *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Modern Social Theory*, Cambridge: Polity Press.
- Featherstone, M. (1991) *Consumer Culture and Postmodernism*. London: Sage.
- Giddens, A. (1991) *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Polity.
- Goffman, E. (2007) [1959] *Jaget och maskerna. En studie i vardagslivets dramatik*. Stockholm: Norstedts Akademiska Förlag.
- Goffman, E. (1961) Role Distance. I: E. Goffman. *Encounters: Two Studies in the Sociology of Interaction*. Indianapolis: Bobbs Merrill. 85–152.
- Goffman, E. (1965) "Identity Kits". I: M.E. Roach & J.B. Eicher (red.). *Dress, Adornment and the Social Order*. New York: John Wiley & Sons. 246–525.
- Gurney, D. J., N. Howlett, K. Pine, M. Tracey & R. Moggridge (2016) Dressing up posture: The Interactive Effects of Posture and Clothing on Competency Judgements. *British Journal of Psychology*, 108(2): 436–451. DOI:10.1111/bjop.12209.
- Guy, A. & M. Banim (2000) Personal Collections: Women's Clothing Use and Identity. *Journal of Gender Studies*, 9(3): 313–327. DOI: 10.1080/713678000.
- Haug, A. & J. Busch (2015) Towards an Ethical Fashion Framework. *Fashion Theory*, 20(3): 317–339. DOI:10.1080/1362704x.2015.1082295.
- Hebdige, D. (1979) *Subculture: The Meaning of Style*. London: Routledge.
- Holliday, R. (2001) Fashioning the Queer Self. I: J. Entwistle och E. Wilson (red.) *Body Dressing*. Oxford: Berg. 215–232.
- Inglehart, R. (1997) *Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies*. Princeton: Princeton University Press.

Inglis, D. & C. Thorpe (2012) *An Invitation to Social Theory*. Cambridge: Polity Press.

Inglis, D. (2016) Introduction: Culture / Sociology / Sociology of Culture / Cultural Sociology. I: A-M. Almila & D. Inglis. *The Sage Handbook of Cultural Sociology*. London: Sage. 1–7.

Jantzen, C., P. Østergaard, V. Sucena, M. Carla (2006) Becoming a ‘Woman to the Backbone’ Lingerie Consumption and the Experience of Feminine Identity. *Journal of Consumer Culture*, 6(2): 177–202. DOI: 10.1177/1469540506064743.

Johansson, A. (2005) *Narrativ teori och metod*. Lund: Studentlitteratur.

Joy, A., J.F. Jr. Sherry, A. Venkatesh, J. Wang, & R. Chan (2012) Fast Fashion, Sustainability, and the Ethical Appeal of Luxury Brands. *Fashion Theory*, 16(3): 273–295. DOI: 10.2752/175174112X13340749707123.

Kaiser, S. (2003) *The Social Psychology of Clothing*. New York: Fairchild Publications.

Klepp I.G. & M. Bjerck (2014) A Methodological Approach to the Materiality of Clothing: Wardrobe Studies. *International Journal of Social Research Methodology*, 17(4): 373–386.

Klepp, I. G. & M. Rysst (2016) Deviant Bodies and Suitable Clothes. *Fashion Theory*, 21(1): 79–99. DOI: 10.1080/1362704X.2016.1138658.

Laan, E. van der & O. Velthuis (2016) Inconspicuous Dressing: A Critique of the Construction- Through-Consumption Paradigm in the Sociology of Clothing. *Journal of Consumer Culture*, 16(1): 22–42. DOI: 10.1177/1469540513505609.

Lipovetsky, G. (1994) *The Empire of Fashion: Dressing Modern Democracy*. Princeton: Princeton University Press.

Lundström, C. (2010) White Ethnography: (Un)comfortable Conveniences and Shared Privileges in Fieldwork with Swedish Migrant Women. *Nordic Journal of Feminist and Gender Research*, 18(2): 70–87. DOI:10.1080/08038741003755467.

Lönn, M. (2018) *Bruten vithet: om den ryska femininitetens sinnliga och temporala villkor*. Stockholm: Leopard förlag.

- May, V. (2008) On Being a 'Good' Mother: The Moral Presentation of Self in Written Life Stories. *Sociology*, 42(3): 470–486. DOI: 10.1177/0038038508088836.
- McNeill, L. & B. Venter (2019) Identity, Self-Concept and Young Women's Engagement with Collaborative, Sustainable Fashion Consumption Models. *International Journal of Consumer Studies*, 43(4): 368–378. DOI:10.1111/ijcs.12516.
- Michael, J. (2015) It's Really Not Hip to be a Hipster: Negotiating Trends and Authenticity in the Cultural Field. *Journal of Consumer Culture*, 15(2): 163–182. DOI: 10.1177/1469540513493206.
- Miller, D. (2004) The Little Black Dress is the Solution, But What is the Problem? I: K.M. Ekström & H. Brembeck (red.) *Elusive Consumption*. Oxford: Berg. 113–143.
- Montemurro, B. & M.M. Gillen (2013) How Clothes Make the Woman Immoral: Impressions Given Off by Sexualized Clothing. *Clothing and Textiles Research Journal*, 31(3): 167–181. DOI: 10.1177/0887302X13493128.
- Perrone, D. (2010) Gender and Sexuality in the Field: A Female Ethnographer's Experience Researching Drug Use in Dance Clubs. *Substance Use & Misuse*, 45(5): 717–735. DOI: 10.3109/10826081003595127.
- Rafferty, K. (2011) Class-Based Emotions and the Allure of Fashion Consumption. *Journal of Consumer Culture*, 11(2): 239–260. DOI: 10.1177/1469540511403398.
- Riessman, C. K. (2003) Performing Identities in Illness Narrative: Masculinity and Multiple Sclerosis. *Qualitative Research*, 3(1): 5–33. DOI:10.1177/146879410300300101.
- Riessman, C. K. (2008) *Narrative Methods for the Human Sciences*. Thousand Oaks: SAGE.
- Shaw, D. & A.C. Tomolillo (2004) Undressing the Ethical issues in Fashion: A Consumer Perspective. I: M. Bruce, C. Moore & G. Birtwistle (red.) *International Retail Marketing: A Case Study Approach*. Oxford: Elsevier, Butterworth-Heinemann. 141–152.
- Simmel, G. (1957) Fashion. *The American Journal of Sociology*, 62(6): 541–558.
- Skjold, E. (2018) Making Sense of Dress: On Sensory Perspectives of Wardrobe Research. *Journal of Design Practice*, 5(1): 4.1–4.15. DOI: 10.1386/art.5.1.4.1_1.

- Smith Maguire, J. & K. Stanway (2008) Looking Good. Consumption and the Problems of Self-Production. *European Journal of Cultural Studies*, 11(1): 63–81. DOI: 10.1177/1367549407084964.
- Smith, B., & A.C. Sparkes (2008) Contrasting Perspectives on Narrating Selves and Identities: An Invitation to Dialogue. *Qualitative Research*, 8(5): 5–35. DOI: 10.1177/1468794107085221.
- Smith, R. (2017) Flourishing Fashion: An Interpretive Phenomenological Analysis of the Experience of Wearing a Happy Outfit. I : G.M. Cseh, M. D. Smith & W. Piers (red.) *Annual Applied Positive Psychology Symposium*. Buckinghamshire New University. 58–78.
- Sparkes, A. C. & Smith, B. (2008). Narrative Constructionist Inquiry. I: J. Holstein & J. Gubrium (red.) *Handbook of Constructionist Research*, 295–314.
- Spillman, L. (2002) *Cultural sociology*. Hoboken: Wiley-Blackwell.
- Taylor, S. (2006) Narrative as Construction and Discursive Resource. *Narrative Inquiry*, 16 (1), 94–102. DOI: 10.1075/ni.16.1.13tay
- The Fashion Law (2019) Buying Clothes Doesn't Really Make People Happy Anymore, Says Morgan Stanley. Tillgänglig 1 mars 2020: <http://www.thefashionlaw.com/home/buying-clothes-doesnt-really-make-people-happy-anymore>
- Tsaousi, C. (2014) 'What Underwear Do I Like?' Taste and (Embodied) Cultural Capital in the Consumption of Women's Underwear. *Journal of Consumer Culture*, 16(2): 467–492. DOI: 10.1177/1469540514521084.
- Twigg, J. (2009) Clothing, Identity and the Embodiment of Age. I: J. Powell and T. Gilbert (red.) *Aging and Identity: A Postmodern Dialogue*. New York: Nova Science Publisher.
- Wilson, E. (2003) [1985] *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity*. London: Virago.
- Woodward, S. (2007) *Why Women Wear What They Wear*. Oxford: Berg.
- Zanette, M.C. & D. Scaraboto (2019) "To Spanx or not to Spanx": How Objects that Carry Contradictory Institutional Logics Trigger Identity Conflict for Consumers. *Journal of Business Research*. Vol. 105: 443–453. DOI: 10.1016/j.jbusres.2019.02.065.

BILAGOR

BILAGA 1: INTERVJUGUIDE

Introduktion

- Vad betyder kläder för dig?
- Beskriv ditt förhållande till kläder
- Vilka sorts kläder känns som 'du'?

Om konsumtion

- Beskriv din klädkonsumtion idag; hur ofta, vad är viktigt, var handlar du, hurdana kläder?
- Vad är viktigt för dig och vad är mindre viktigt?

- Hur har din konsumtion ändrats från det att du köpte kläder första gången själv till nu?
- Hur har man pratat om / agerat kring kläder i er familj?

- Har du konsumtionsmönster eller vanor som du är stolt över?
- Har du konsumtionsmönster eller vanor som du skäms över?
- Hur handskas du med de känslorna?

- Finns det vissa politiska / sociala värden som påverkar din klädkonsumtion?

Om garderoben

- Berätta om din garderob; struktur, ordning, storlek
- Mest använda plagg?
- Oanvända plagg?
- Om att rensa och donera?

Om kläder

- Vad innebär bekvämlighet för dig; när är du bekväm i en outfit?

-Vad är viktigt när det kommer till hur kläder skall kännas på kroppen; material, storlek, bekvämlighet?

-Hur du väljer dagens outfit; hur vet du när något passar/är rätt, användande av spegel?

-Finns det platser eller situationer då dina kläder är av stor betydelse?

-Finns det platser eller situationer då dina kläder inte är av stor betydelse?

-Har du ett speciellt starkt kläd-relaterat minne som du vill berätta?

-Beskriv en situation då du känt dig fel klädd

-Har du någon gång undvikit en social situation på grund av kläd-relaterade orsaker?

-Har du ett speciellt kläd relaterat tillfälle i framtiden som du ser fram emot?

-Har kläder någon gång gett dig ångest / stress / negativa känslor och på vilket sätt?

-Har kläder någon gång gett dig väldigt positiva känslor och på vilket sätt?

-Berätta om hur du uppfattar kroppens relation till kläder

-Upplever du att du kan vara dig själv och klä dig som du vill?

Om stil

-Har du haft olika tydliga klädstilar i ditt liv? Kan du beskriva dem?

-Beskriv din stil som den är just nu

-Jämfört med dina vänner; hur kan du beskriva din stil?

-Vad påverkar och formar din stil, var hittar du inspiration?

-Finns det någon person/personer du ser upp till stilmässigt, varför?

-Hur tror du din stil / relation till kläder/ konsumtion av kläder kommer utvecklas under de nästa 10 åren?