

Say it with style

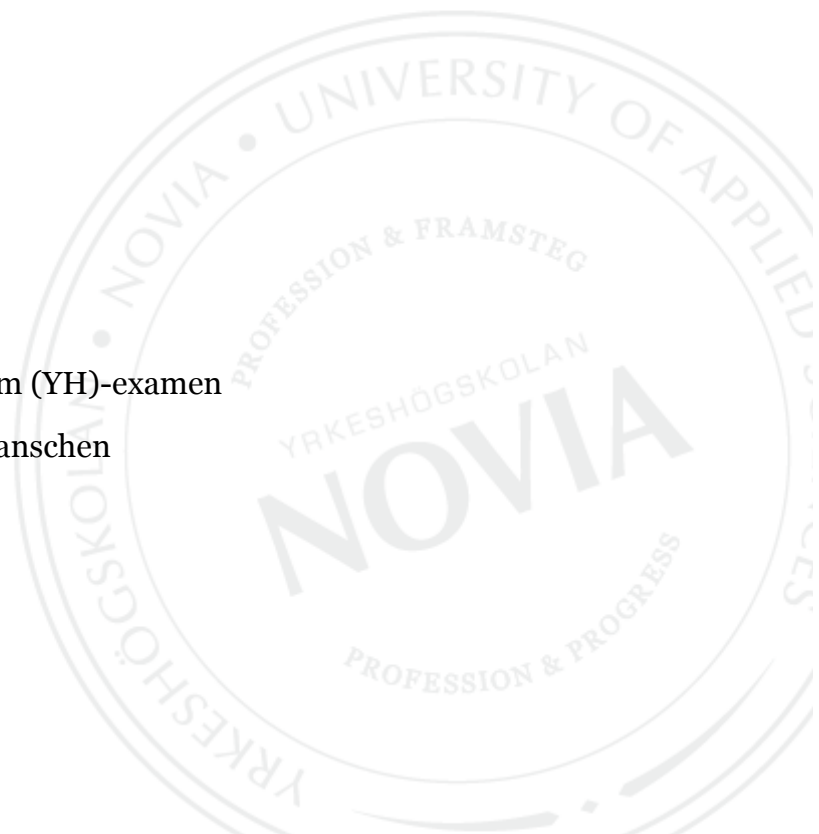
- En kvalitativ undersökning gällande vad man uttrycker med sina kläder

Jessika Carlsen

Examensarbete för Estenom (YH)-examen

Utbildning för Skönhetsbranschen

Vasa 2014



EXAMENSARBETE

Författare: Jessika Carlsen
Utbildningsprogram och ort: Skönhetsbranschen, Vasa
Handledare: Jaana Ylimartimo-Nybäck, Anna-Lotta Mörk
Titel: Say it With Style
– en kvalitativ undersökning gällande vad man uttrycker med sina kläder

Datum Hösten 2014 Sidantal 43 Bilagor 1

Sammanfattning

Syftet med detta examensarbete är att fördjupa sig i vad kläderna vi bär säger om oss och vår personlighet samt hur vi ser på andra människor utgående från vad de har på sig för kläder. Respondenten ville framhäva klädernas betydelse i vardagen samt undersöka vad som påverkar detta genom att utgå från färger, material, status och symboler på klädesplagg.

För att ta reda på detta har respondenten valt att göra en enkätundersökning. I undersökningen har 25 stycken informanter fått fylla i ett frågeformulär bestående av 13 frågor, varav åtta är bilder man skall välja mellan och fem är frågor med svarsalternativ.

Sammanfattningsvis kan man konstatera att många av informanterna säger sig vara ointresserade av mode och trender, men att de ändå utgår från kläder och har en stark åsikt gällande hur man skall se ut. Informanterna har tänkt väldigt lika i många frågor och många svar har varit väldigt jämna i resultatet. Man kan konstatera att man inte skall sticka ut allt för mycket om man vill passa in i samhället, eftersom att många informanter reagerade starkt på de personer som var klädda annorlunda. Man kan även konstatera att både färgerna, materialet, statusen på kläderna påverkar hur man blir bemött.

Språk: Svenska Nyckelord: Stil, kläder, stilanalys, mode, konsumtionsvanor, personlighet

BACHELOR'S THESIS

Author: Jessika Carlsen
Degree Programme: Beauty and Cosmetics, Vaasa
Supervisors: Jaana Ylimartimo-Nybäck, Anna-Lotta Mörk

Title: Say it with style

- a qualitative study about what one say with their clothing

Date Autumn 2014 Number of pages 43 Appendices 1

Summary

The purpose of this study is to find out what the clothes we wear say about us and our personalities as well as how we treat other people based on what they are wearing. The respondent wanted to emphasize the importance of clothes in everyday life and examine what influences this by looking into colors, materials, status and symbols on clothing.

In order to do so, the respondent has chosen to do a study where 25 informants were to answer the study consisting of 13 questions of which eight are pictures to choose from and five with options.

The result shows that the clothes we are wearing tell a lot about the person herself. It shows that one get treated differently according to what clothes one is wearing, but also how we treat other people depending on what they are wearing. Many of the informants claim that they don't pay much attention to what is trendy and what is not. However, they do judge other people according to how they dress. We can also make the conclusion that both the colors, material and the status of the clothing have a great influence on how one get treated. The informants are very united in most of their answers, which makes the result more trustworthy.

Language: Swedish Key words: Style, clothes, styleanalyzing, fashion, consumerism, personality

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

1 INLEDNING	1
2 SYFTE	2
3 TEORETISKA UTGÅNGSPUNKTER	3
3.1 Färglära.....	3
3.2 Symboler på klädesplagg.....	7
3.3 Material.....	9
3.4 Klädkoder och status.....	10
3.5 Klädesplagg	12
4 TEORETISK BAKGRUND	14
4.1 Klädernas historia	14
4.2 Modets historia.....	16
4.3 Klädernas värde genom tiderna.....	16
5 TIDIGARE FORSKNING	17
6 UNDERSÖKNINGENS GENOMFÖRANDE	20
6.1 Enkät	20
6.2 Innehållsanalys.....	21
6.3 Praktiskt genomförande.....	22
7 RESULTATREDOVISNING.....	22
8 TOLKNING	37
9 KRITISK GRANSKNING	39
10 DISKUSSION	42

KÄLLFÖRTECKNING

BILAGOR BILAGA 1 ENKÅT

1 INLEDNING

Alla vet att kläderna idag har en mycket större betydelse i samhället än att bara värma människokroppen och skydda den. Man bär kläder för att visa vem man är och vad man står för. Beroende på vilken uppgift man har i arbetslivet klär man sig olika. Av praktiska orsaker kanske man måste ha på oss en slitstark overall och en hjälm, eller om man jobbar i köket krävs rena kläder som tål värme. Men varför finns det vissa färger som respekteras mer än andra och hur mycket manipuleras man av kläder?

Syftet med denna studie är att lyfta fram de olika komponenterna i en styling. Vad som är viktigt att tänka på och hur man med hjälp av sina kläder och sin styling ger en bild av vem man är eftersom att det berättar en hel del om personen i fråga. Respondenten kommer att lyfta fram faktorer som påverkar stylingen och helheten på utseendet.

Jag som respondent vill ta reda på hur mycket människan uttrycker med sina kläder utan att behöva säga ett enda ord, hur mycket som läses ut av bara vår stil. För utan att vi kanske reflekterar så mycket över det säger märket, färgen och materialet på plaggen vi har på oss mer än vi kanske anar. Allting har en historia bakom sig och kan man historien så kan man även analysera klädseln och stilen.

Jag vill gå på djupet med dessa faktorer ursprung och lära mig att kunna analysera kläder och stilar utgående från detta.

"Kläder är ett sätt att uttrycka individualitet, kläder är ett sätt att integrera och ge social tillhörighet, kläder är ett sätt att meddela sig."

Lotta Lewenhaupt (Tankar om modet, s. 85)

2 SYFTE

Syftet med denna studie är att lyfta fram klädernas betydelse. Hur man kan behandlas annorlunda på grund av kläderna man bär, men även hur man själv dömer andra människor på basen av vad de har på sig. Respondenten kommer att gå djupare in på vilka komponenter som bidrar till detta genom att forska i färger, material, status och symboler på olika klädesplagg.

Respondenten gör detta främst till sin egen fördel men även för att öppna upp ögonen för fler i samhället som inte tycker att kläderna de bär påverkar hur de behandlas eller hur de mår.

3 TEORETISKA UTGÅNGSPUNKTER

I teoretiska utgångspunkter kommer respondenten att ta upp väsentliga ämnen som tangerar stilen och hur det påverkar hela helheten av stylingen. Respondenten kommer att behandla följande ämnen; färglära, symboler, material och klädkoder.

3.1 Färglära

Färger ser vi överallt och alla tolkar färgerna olika. Men det finns ändå många stadier som människan går igenom från det att hon ser en färg till att hon bestämmer sig för vad hon tycker om den. Färgexperten Frank H Manhke har en teori som han kallar "Color Experience Pyramid". I den pyramiden bygger han upp, från det viktigaste vi tänker på då vi ser en färg till det oviktigaste.

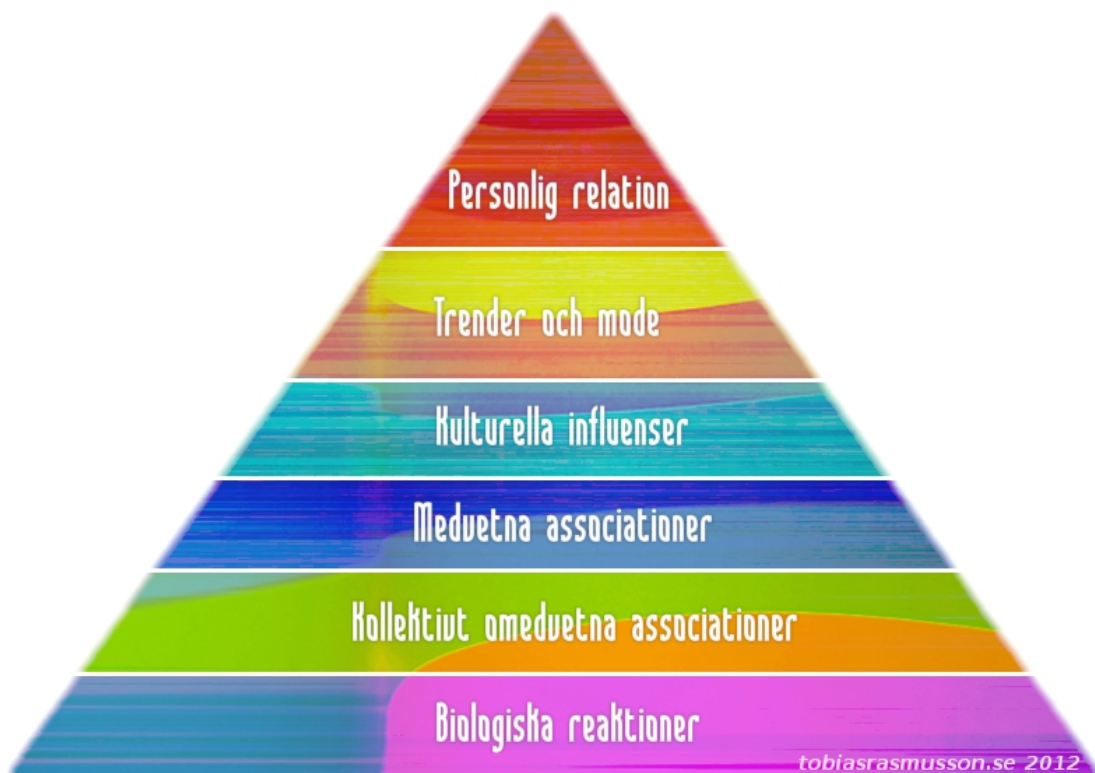


Bild 1. Mankhes Pyramid. Pyramiden visar vilka skeden vi går igenom när vi ser en färg.

Ovan är en illustration av Mankhes Pyramid, där Mankhe beskriver tydligt vilka alla processer man går igenom då man ser en färg. Enligt pyramiden börjar man med att relatera till biologiska relationer. Detta är alltså något medfött och inte något man kan påverka. Sedan gör man kollektivt och omedvetna associationer. Även dessa är omöjliga att själv påverka eller styra. Sedan gör man medvetna associationer, hur färgen upplevs, kanske minnen till tidigare situationer då man sett färgen eller så tänker man på något föremål i den färgen. Sedan kommer kulturella influenser och mode och trender. Detta påverkas man av i samhället hela tiden och fastän man kanske inte vill påverkas så gör man det. Till sist kommer personlig relation och vad man själv tycker om färgen i fråga. Intressant är att detta kommer till sist och inte i början, som man kanske kunde tro. Men enligt Mankhe så är det alla tidigare aspekter i pyramiden som man inte kan styra som påverkar ens egen åsikt i om man gillar färgen i fråga eller inte. (Mankhe, 1992)

Oberoende hur man uppfattar färger och hur de påverkat en tidigare finns det ändå fakta gällande färger och hur man påverkas av dem. K.G. Nilsson skriver i "K.G. Nilssons Färglära" hur färgerna påverkar en omedvetet. Han delar först in färgerna i varma och kalla färger. Beroende på hur mycket blått eller rött man blandar i en färg kan den gå åt antingen kalla eller varma hållet. Man dras oftare till varma färger/ljus eftersom att man kopplar det till varma, goda egenskaper medan man kopplar ett kallt sken till kalla, elaka egenskaper. Man reagerar fysiskt på färger utan att man kan påverka detta. Nilsson beskriver hur rött ljus kan höja blodtrycket medan blått gör tvärtom. (K.G. Nilsson, 2004, s. 80.)

Man kan även manipulera föremåls längd, tyngd och storlek beroende i vilket ljus man lägger dem i. I rött ljus verkar föremål tyngre än i blått ljus, medan föremål ser längre ut i gult ljus och kortare i grönt. Man kan också dela in färgerna i aktiva och passiva. De aktiva färgerna, de färger som ligger runt blått i färgskalan (blå, lila, röd), tar mycket plats och är ganska dominerande medan de passiva, (gul, grön och orange) tar mindre plats och är lugnare. . (K.G. Nilsson, 2004, s. 80-81.)

Det finns flera forskningar som berättar om vad en enskild färg betyder och vad man oftast associerar färgen med. Detta gör även Nilsson. Den röda färgen beskriver han som "livlig, kraftfull och fysiologiskt aktiverande" medan grön färg beskrivs som "lugn och harmonisk". Men Nilsson poängterar dock, liksom Manhke, att vi ofta associerar tillbaka till olika faktorer, såsom t.ex. maträtter. Ogillar man citron kanske man inte tycker om gult lika mycket som en som gillar det. Samma likheter kan göras med t.ex. mossgrön och oliver och rött och hallon. (K.G. Nilsson, 2004, s. 82-83.)

Färger på kläder

Färgerna vi bär på våra kläder har en stor inverkan på en, både på ens humör och hur man är som personer. Vissa färger ger energi och styrka såsom röd, orange och gul, medan vissa utstrålar lugn och harmoni såsom blå och grön. Detta kan vara bra att tänka på när man klär på sig på morgonen. (Johnson, 2014)

Röd

Färgen röd utstrålar självkänsla och styrka. När man bär röd visar man att man inte är rädd för att få uppmärksamhet och att man är duktig på det man företar sig. Eftersom att färgen är en mycket intensiv kan den även uppfattas som aggressiv och hotfull. Den är med andra ord inte att föredra när det gäller att förhandla eller att bära vid ett emotionellt tillfälle, eftersom att det kan bidra till en stressig stämning. Färgen är kärlekens färg och förknippas därmed med kärlek och flirtning, så bär man den på jobbet skall man minnas att inte ha en för slimmad variant p.g.a. att detta kan uppfattas som för sensuellt. (Johnson, 2014; Johnson Mandell, 2010)

Svart

Färgen associeras ofta med döden, tidlöshet, makt och styrka. Svart är en mycket känslöstark färg, samtidigt som den är väldigt neutral och intetsägande. Man klär sig i svart när man vill synas och se elegant ut men också då man vill vara en i mängden. Svart inger auktoritet och är en tidlös färg som alltid passar. Eftersom

att färgen är mörk har den en förminskande effekt, d.v.s. man ser smalare ut när man bär svart. Man kopplar svart till ondska och makt, vilket är orsaken till att många skurkar ofta bär svart. Däremot bär även nunnor och präster svart för att färger symboliserar också ödmjukhet och lydighet. Det finns ett talesätt som säger att "Something" is the new black, vilket syftar på att svart är den färgen som alltid är och har varit mode och den rätta färgen att klä sig i. (Johnson, 2014; Johnson Mandell, 2010)

Vit

Vitt, som är motpolen till svart, är också en färg med mycket känslor. Den anses vara både ödmjuk och oskuldsfull samtidigt som den är en vacker och ren. I många länder bär brudar denna färg just p.g.a. dessa orsaker. Vitt är svårt att hålla rent och därför symboliserar den sterilitet, vilket är orsaken till att doktorer och sjuksköterskor bär vitt. . (Johnson, 2014; Johnson Mandell, 2010)

Grön

Denna färg är naturens och lugnets färg. På samma sätt som naturen har en lugnande effekt på människan så har även den gröna färgen det. För ögat är detta den enklaste färgen att se på. Grönt används ofta på sjukhus för att lugna anhöriga samt patienter. Man talar även om "green room" där personer som väntar på att få gå in på scenen/till tv-rutan väntar. Grön kan också symbolisera rikedom och förnyelse. Om den gröna färgen är väldigt vass och stickande kan den varna för gift. Detta ser man i naturen på bl.a. grodor och ormar. (Johnson, 2014; Johnson Mandell, 2010)

Gul

Gul är liksom röd och orange en stark färg med mycket energi och positivt tänkande. Gul är väldigt intressant färg, för fastän den är grann och positiv har man kommit fram till att personer tappar nerverna lättare i ett gult rum och barn gråter oftare. Medan grönt är den lättaste färgen för ögat att ta in, så är gult den svåraste. När man bär gult utstrålar man att man inte har något emot uppmärksamhet och att man har mycket energi. Gul färg ökar även koncentrationen så kan vara bra att ha på sig då man skall vara skärpt. (Johnson, 2014; Johnson Mandell, 2010)

Blå

Blå är en av de populäraste färgerna i världen. Den blåa färgen utstrålar lugn och harmoni, vilket är orsaken till att många väljer att inreda sovrummet i den färgen. Många modekonsultanter rekommenderar denna färg när man skall på jobbintervju eftersom att färger symboliserar lojalitet. Många använder marinblått istället för svart, eftersom att blå är mjukare än svart men inger samma respekt. Man har kommit fram till att människan är produktivare i blåa utrymmen samt att man kan lyfta tyngre vikter i ett blått gym. (Johnson, 2014; Johnson Mandell, 2010)

3.2 Symboler på klädesplagg

Det finns flera olika slags symboler på ett klädesplagg. Det kan vara allt från ett märke som symboliserar tillverkarna av kläderna, t.ex. Nike. Eller några streck på axeln som visar till vilken rang man hör inom militären, eller en politisk symbol som visar vad man står för, t.ex. ett hakkors eller en flagga. Ofta har symbolerna en historisk bakgrund, men mycket sällan återspeglar symbolerna på plagget det som symbolen ursprungligen betytt. (Signs & symbols, 2010, s. 22-56)

Religiösa symboler

Idag ser man allt mer religiösa symboler, både på klädesplagg och på smycken. Kors har funnits med länge och kommer och går i modevärlden. Oftast är det ett latinskt kors, det kors som de flesta känner till. Det symboliserar det kors Jesus blev korsfäst på, men det är långt fler än kristna som bär symbolen idag och de flesta tänker knappast på att symbolen representerar en av de mest fruktansvärda avrättningsmetoder för några tusen år sedan. Man ser allt oftare även Fatimas hand, både på smycken och på kläder. Handen är en muslimsk symbol där varje finger symboliserar en av islams fem grundpelare. Hakkorset har även varit en mycket stark symbol och väcker många känslor pga. Att nazisterna använde denna symbol under andra världskriget. Sanningen är dock att detta är en mycket gammal symbol och symboliserar ursprungligen solen och

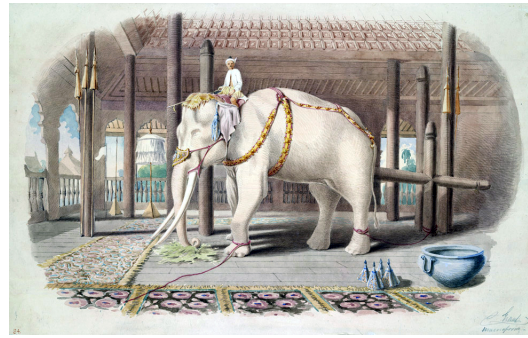
återfödelse. Symbolen var populär i Indien för mycket länge sedan och har även använts som symbol bland frimurare. (Signs & Symbols. 2010. S. 178-181)



Figur 1. Ett exempel på det latinska korset. Figur 2 En illustration av Fatimas hand

Nationella symboler

Det är mycket vanligt att inom sport och idrott använda sig av nationella symboler, som flaggor och flaggornas färger, för att visa varifrån man kommer. Man kombinerar detta med ett djur som anses vara starkt och mäktigt, t.ex. ett lejon eller en björn. Efter andra världskriget blev bulldoggen en viktig symbol för briterna, eftersom att det symboliserar deras envishet då nationen stod emot nazisterna. Idag kan man ofta se denna hundras på t-skjortor och väskor, ofta iklädd ett plagg med den brittiska flaggan. I Thailand ser man ofta den vita elefanten som är ett viktigt och symboliskt djur för dem, Ryssland är känt för att ha björnen som symbol, vilket symboliserar hur stor landet är och har varit sedan Napoleons tid och i Finland har vi lejonet som symbol, som utmärker ett starkt folk som inte ger upp. (Signs and Symbols, 2010, s. 222-223)



Figur 3. Ett exempel på en bild av en bulldogg iklädd ett brittiskt plagg. Figur 4. En vit elefant.

3.3 Material

Fram tills 1900-talet använde man sig ofta av samma material när man sydde upp kläder; ylle och linne. Det enda revolutionerande som kom var bomullen på 1800-talet. Men när 1900-talet kom, kom även massor med nya material. På 30-talet framställdes nylon för första gången. Detta var ett konstgjort textilmaterial och användes främst till strumpbyxor. Detta material var mycket välkommet och man hade gjort mycket reklam om det innan, så förväntningarna var höga. Längre fram använde man nylon även i andra klädesplagg, som skjortor och klänningar. Detta material blev stort även hos de största modekedjorna, bl.a. Dior och Lanvin. (Eldvik, 2010, s. 128-132)

På 60-talet struntade man i det som tidigare varit så viktigt, att ta hand om sina kläder och att de skulle hålla länge. Nu tillverkades kläder i papper. Detta var ett kortvarigt mode, det höll bara i sig i något år och var inte väldigt populärt i Norden. Men i Amerika användes papperskläderna flitigt. Det var mycket praktiskt. Man kunde köpa kläder för en dag och sedan slänga bort dem. Det fanns även trosor i papper, som man rev ut ur påsen på morgonen och slängde på

kvällen. Eftersom att detta var väldigt dåligt för miljön så var detta mode ytterst kortvarigt. (Eldvik, 2010, s. 138-139)

Syntet var ett annat nytt material på 60-talet. Till en början var man väldigt entusiastisk över detta, men så småningom insåg man att tyget inte andades väldigt bra, man svettades, de vita plaggen blev fort smutsiga och man ville använda naturmaterial igen. Så under dessa år använde man sig av båda materialen och blandade dem. (Eldvik, 2010, s. 139-140)

På 2000 talet har man gått tillbaka till de naturliga materialen igen och man var noga med att allt skulle vara ekologiskt. Man skulle nu igen ta vara på sina kläder och låta kläderna gå i arv. Idag är kläderna inte gjorda på samma sätt som för flera hundra år sedan och materialet man använder är för det mesta inte lika slittåligt, så kläderna håller inte lika länge, men tanken är i alla fall att man inte skall slita och slänga, utan ta vara på kläderna och låta dem gå i arv. (Eldvik, 2010, s. 141-142)

3.4 Klädkoder och status

Klädkoden bestämmer vad man skall ha på sig och inte ha på sig. Klädkoden varierar hela tiden beroende på var man befinner sig; i kyrkan, på banken, hemma eller på presidentens bal. Ibland kan det finnas en uttalad klädkod, såsom "Mörk kostym" till ett bröllop eller "Uniform" då man jobbar inom militären. De flesta klädkoder är dock outtalade. De klädkoder som figurerar i vardagen och påverkar oss alla. De klädkoder som är lätta att bryta om man väl känner till reglerna och därmed ett effektivt sätt att provocera och visa var man står. (Lewenhaupt, 2005, s. 1-5)

Hur ett klädesplagg får sin status kan bero på många faktorer. I dagens samhälle räcker det med att en skådespelare eller en känd bloggare bär plagget, och bollen är i rullning, Det finns dock plagg som tagit en mycket längre tid att få status (exempelvis läderrocken som till en börjar var helt otänkbar att bära bland viktigare folk men nu anses ha hög status) och kläder som genom historien haft

hög status och fortfarande har det. Sådana klädesplagg är ofta plagg av bra material, som t.ex. linne och päls.(Lewenhaupt, 2005, s. 75-82)

Grunden till klädkoden är att man i grund och botten klär sig i första hand för andra, och i andra hand för sin egen skull. Lewenhaupt skriver i Tankar om mode, att det förs och främst beror på vem vi klär upp oss för och vid vilket tillfälle. Ett exempel på en kvinna som totalt struntat i vardagens klädkod var George Sand, eller Aurore du Devant. Hon levde på 1800-talet då det hörde till att kvinnor bar kjolar och klänningar utan undantag. Men detta vägrade Sand och klädde sig i manskläder för att "Tala männens språk". Detta var på den tiden ett genombrott medan det i dagens läge är en självklarhet. Dock är det fortfarande litet tabu åt andra hållet; för män att klä sig i kvinnokläder. (Lewenhaupt, 2004, S. 83-85)

Det finns många olika slags klädkoder. I vardagen, på fest och på badhuset. Genom att följa dessa koder visar man respekt, men man kan även bryta dessa koder eller leka med dem på ett respektfullt sätt. Då gäller det bara att man har koll på historien och på koderna för att göra det korrekt. (Lewenhaupt, 2004, s. 86)

Våra vanligaste klädkoder är frack, smoking, mörk kostym och casual, i den ordningen. Man använder sig av klädkoder för att visa hur fint tillfället är och vad gästerna skall klä sig i. Detta står på inbjudningskortet och syftar alltså på mannens klädsel. Sedan finns det regler för vad kvinnan skall ha på sig vid respektive koder. (Lehrer, 1998, s. 1-5)

Frack

Då det på inbjudningskortet står frack, skall mannen givetvis ha frack, som består av följande; kavaj och byxor i svart, skjorta, väst och rosett i vitt samt pärlemorknappar, svarta strumpor och svarta lackskor. Kvinnan skall då ha en hellång aftonklänning. Tyget kan variera, men man skall hålla sig till festliga tyger såsom siden, chiffong eller broderat. Klänningen skall antingen ha tunna axelband eller inga alls, alternativt långa ärmar. Skorna får inte ha öppen tå och väskan skall vara liten och diskret. (Lehrer, 1998, s. 25-27)

Smoking

Lite lättare än frack. Jackan kan vara dubbel eller enkelknäppt. Under kavajen bär man ett brett bälte. Skjortan är vit och man kan även ha en vit prydnadsnäsduk i fickan. Vid detta tillfälle får även kvinnan klä sig lite ledigare. Kvinnan tillåts ha byxor om hon så vill, men även lång eller kort aftonklänning samt lite kortare klänning. Materialet skall vara bra men behöver inte vara lika fint som till fracken. Även urringningen kan variera. (Lehrer, 1998, s. 27-28)

Mörk kostym

När det står mörk kostym behöver kostymen inte vara svart, den kan även vara mörkblå, mörkgrå eller mörkbrun. Den kan dessutom vara t.ex. diskret randig. Kvinnan kan klä sig i en finare klänning, dock inte hellång, kjol eller en fin byxdress. Beroende på årstid och tid på dygnet varierar materialen, men sommartid är det lättare tyger som gäller (linne och tunn bomull) medan det är tjockare tyger vintertid (sammet och tjockt siden). Tyget skall inte vara för glittrigt dagtid. (Lehrer, 1998, s. 29-30)

Kavaj/ Casual

Denna klädkod är den vardagligaste koden. Med den menas att mannen bär en kavaj eller en kostym, men den kan gärna vara i någon färg. Man behöver inte ha en hel dräkt. Kvinnan skall klä sig litet finare än till vardags och undvika mycket glitter och långa klänningar/kjolar. Byxor fungerar fint. (Ribbing, 2005, s. 200-202)

3.5 Klädesplagg

Klädesplaggen säger mycket om oss som personer; vad man tycker om, vad man skall göra och kanske hur man känner oss. Sällan bär man åtsittande, korta kläder om man känner oss trötta och omotiverade till exempel. Vi bär kläder både för att dölja men också framhäva vår kropp. Respondenten kommer att ta

upp vissa klädesplagg och gå djupare in på deras inverkan på människan. (Ericsson Wärn, 2010, s. 1-5)

Den lilla svarta

Så kallas den klänningen som Coco Chanel år 1926 uppfann. Det är en liten klänning i svart som passar nästan alla tillfällen. Skärningen på klänningen kan se olika ut; den kan vara lång eller kort, uringad eller poloaktig, men den skall vara svart och enkel. Det sägs att alla kvinnor bör ha en sådan i sitt klädskap. (Ericsson Wärn, 2010, s. 47-48)

Denim Jeans

År 1886 sydde Levi Strauss (grundaren av märket Levi's) upp de första jeansen. Byxorna var blåa och hade fastknäppta fickor och detaljer med kopparnitar. Han bevisade hur slittåliga de var genom att låta två hästar dra byxorna mellan sig tills de gick sönder. Det tog inte länge tills många fick upp ögonen för jeansen. Till en början var det endast män som använde dem och innan det blev en riktig machobyxa på 50-talet var det endast amerikanare och cowboys som använde dem. Redan på 70-talet gick alla, man som kvinna, gammal som ung, i denim jeans och ett decennium senare såg man dem första gången på catwalken. (Ericsson Wärn, 2010, s. 49-50)

Skjortan

En vit, enkel skjorta, även denna ett av bas-plaggen i en garderob. En skjorta kan man använda när som helst och till vad som helst; till festen, på stranden och till jobbet. Skjortan går tillbaka flera hundra år och har alltid funnits för båda könen, med lite varierande utseende dock. Skjortan symboliserar förmågan att fatta beslut och effektivitet så den är viktig på kontor och även i allmänhet på arbetsplatser. (Ericsson Wärn, 2010, s. 119-120)

4 TEORETISK BAKGRUND

I den teoretiska bakgrunden har respondenten valt att ta upp klädernas och modets historia vilket spelar en stor roll då man ser på dagens mode och stil.

4.1 Klädernas historia

Under alla tider har man uttryckt sig med hjälp av sina kläder. Man kan lätt jämföra en dam i stora, fina, obekväma klänningar på 1800-talet med en ung kille med plaströr över hela kroppen, rakat huvud och stora svarta högklackade skor från 2000-talet. Båda vill säga till vilken samhällsgrupp de hör och hävda sin status och identitet med hjälp av materialet, färgen och stilen på kläderna. (Eldvik, 2010, s. 13-19)

”Inte har vi kläder bara för att hålla oss varma eller för att skylla vår nakenhet (...) Dagens mångfald kan verka mindre tydlig, men fortfarande avslöjar kläderna var du hör hemma och vem du vill vara” skriver Berit Eklund i ”Modemakt 300 år av kläder”. I flera tusen år har människan skylt sin kropp med kläder, till en början för att hålla kroppen varm, men snart började kläderna visa mycket mer om personen. Nationalitet, ålder, kön och social status är bara några av de saker man kan läsa utgående från en persons klädsel. (Eldvik, 2010, s. 4)

Trots att modet alltid betytt mycket för människan har det ändå gått i vågor hur mycket pengar man satt på detta och hur mycket man brytt sig om kläderna man burit. I början av 1700-talet var det dåliga tider i Norden och man hade inte råd att satsa på sina kläder. Staten ville till och med införa en billig enhetlig dräkt som alla skulle ha på sig, så att det skulle bli så billigt som möjligt. Det dyraste var tullen och därför ville man inte importera så mycket kläder utomlands ifrån. Man ville att alla skulle gå klädda i så billiga tyger som möjligt, men om det ändå fanns någon som ville klä sig lite finare, till exempel i styvkjol som var modet under den tiden, måste man betala en extra hög skatt för detta. Detta var såklart inte en hållbar lösning och folk bröt mot lagen. I Sverige tog Gustav III steget längre och försökte in i det sista genom att införa en nationaldräkt som skulle vara gjord på material som gick att få tag på i Sverige. (Eldvik, 2010, s. 24-33)

Under alla århundraden har man använt kläderna för att antingen dölja eller framhäva vissa delar av kroppen. Modet visar hur man skall forma sin kropp och hur den skall se ut. Under 1700-talet var det stora modet att bära styvkjol, vilket innebar som namnet antyder, en stor styv kjol som gärna skulle vara så bred som möjligt. En sådan kjol vägde väldigt mycket och orsakade i många fall onda ryggar för kvinnorna. Innan krinolinerna kom på 1800-talet använde man sig av lager på lager-metoden för att få så mycket volym som möjligt vilket gjorde det ännu tyngre för bäraren. På vissa ställen förbjöds till och med styvkjolen p.g.a. följderna som den mängd kjolar hade på kvinnorna. Även små barn, som på den tiden skulle kläs som miniatyrvuxna, hade spända övre delar som snördes ihop i ryggen. Man ansåg att redan som små skulle barnen vänjas vid detta, och speciellt flickorna eftersom de skulle sitta mycket i framtiden och då var en god hållning viktig. (Eldvik, 2010, s. 43-44)

I mitten av 1800-talet kom krinolinen, till kvinnornas lättnad. Det blev nu mycket lättare att gå omkring, när man inte måste ha massor med underkjolar. Det nya idealet var timglasfiguren, vilket togs fram med hjälp av en spänd korsett. Innan krinolinen kom 1850 hade kjolarnas mängd vuxit ännu mer p.g.a. det nya idealet och kvinnornas höfter trycktes ihop och ryggen belastades ännu mer än förr. (Eldvik, 2010, s. 44-65)

På 1900-talet blev modet äntligen mycket bekvämare för kvinnan. Man skulle inte längre ha stora kjolar och breda höfter, utan nu var klänningarna mycket enklare och följde kroppens egna former. Kvinnan såg naturligare ut och kunde röra sig smidigare. Till en början skulle höften vara lite bredare än naturligt, men inte alls som tidigare. På 1930-talet blev modet lite mer avslappnat och kläderna fick hänga lite på kroppen. Plaggen var inte spända och satt inte längre åtsittande längs kroppen. Det var inte heller längre midjan som var i fokus utan man snörde klänningen under bysten istället. Det var även under detta århundrade som kjolen blev kortare. Detta skedde naturligtvis gradvis med några centimeter åt gången, men i slutet av 1900-talet var kjolen riktigt kort. Det var först efter att strumpbyxan uppfanns på 1940-talet som kjolen kunde bli så kort, eftersom man innan dess måste täcka strumpebandet och strumporna. (Backman, s. 8-174)

4.2 Modets historia

"Mode är inget fenomen, inte heller något som uppstår av sig själv eller förutbestäms av en grupp handlare eller modefolk i Paris, London eller New York."

Tonie Lewenhaupt

Trots att modet inte gick lika snabbt förr i tiden och inte var lika omfattande så existerade det och kvinnan följde det mot alla odds. Med tanke på att det varken fanns modetidningar, tv eller radio som kunde berätta hur man skulle se ut på till exempel tidigt 1700-tal så kan man undra hur man visste hur modet såg ut och hur man skulle sy sina klänningar för att följa med sin tid. Det är svårt att veta exakt hur informationen spred sig, men människan har trots allt alltid varit nyfiken och rest runt, så via resor och att människor flyttat runt så har även modet rört på sig. Man beskrev även ofta kläder i brev och liknande. (Lewenhaupt, 2004, s. 22-27)

Senare, på slutet av 1700-talet och början av 1800-talet började man tillverka detaljerade modebilder som skickades runt, så då blev det lättare att veta vad som var inne. Man kunde även skicka runt modedockor som var iklädda nyaste nytt. Först när tryckarkonsten tog fart i mitten av 1800-talet började man börja ge ut riktiga modetidningar som kom ut varje månad. Allt detta blev dock mycket lättare under 1900-talet då det fanns massor av modetidningar och småningom även radio och tv. I slutet av decenniet har även internet, bloggar och reklam gjort det mycket lättare att följa med modet.

Modet har konstigt nog alltid tilltalat, fastän det gjort ont eller varit tungt både fysiskt och psykiskt. (Lewenhaupt, 2004, s.27-32)

4.3 Klädernas värde genom tiderna

Förr i tiden var klädernas värde mycket större än de är idag. Man tog hand om kläderna på ett helt annat sätt och kläderna var något som länge gick i arv. Innan bomullen kom på 1800-talet tvättade man sällan sina kläder, utan man måste istället vara mycket försiktig och inte smutsa ner dem. (Eldvik, 2010, s. 94)

För ca 400 år sedan kunde det dyrbaraste man ägde vara en ytterrock, som var mer värd än ett boskapsdjur. Man värdesatte kläder och använde mycket fint tyg och mycket lager på lager. Man tänkte sig att man investerade när man handlade kläder. (Eldvik, 2010, s.92)

Eftersom kläderna ofta gick i arv, kunde man inte undvika att de ibland gick sönder och behövde lappas. Detta var dock inget problem, och man såg inte heller ner på kläder som var lappade, tvärtom. Det viktigaste var att man klädde sig helt och rent och såg prydlig ut. Flickorna lärde sig till och med i skolan hur man på bästa sätt lappade sina kläder så det såg snyggt och prydligt ut. Utgående från detta är det lätt att förstå varför den äldre generationen idag är upprörda över att dagens ungdom själva gör hål på sina kläder eller till och med köper dem färdigt upprivna. Det var en skam att gå med söndriga kläder förr eftersom det visade hur fattig man var och att man inte visade respekt för andra människor genom att inte gå väl klädd. (Eldvik, 2010, s. 96-97)

5 TIDIGARE FORSKNING

Respondenten har sökt efter tidigare forskningar och vetenskapliga artiklar på Google Scholar, Uppsala Universitet, Wilma, EBSCO, Theseus och Nelli. Sökord respondenten sökt på är; stil, kläder, mode, konsumering, style, stylist, clothing, fashion, meaning of clothing. Forskningarna är hämtade från Uppsala Universitet, Wilma, Theseus, Nelli och Göteborgs universitet.

Frick skriver (2012) om hur viktiga modebloggar är för att sprida modet och om hur många företag vill samarbeta med stora modebloggare eftersom spridningen ingenstans är så snabb som via en modeblogg. Fricks syfte är att lyfta fram bloggarnas värde och hur mycket vi slaviskt följer modet via dem.

Laine (2010) har i samarbete med tidningen Elle Magazine forskat i hur modeomslagen på de tre största modetidningarna i Finland (Elle, Gloria och Olivia) skiljer sig från varandra. Laines syfte är att undersöka hur stor skillnad det är på omslaget av tidningen och på vilket sätt det påverkar köparen. Laine tar upp hur viktigt det är att omslaget reflekterar den som köper tidningen, det vill

säga att det är viktigt hur stylingen är utförd och vad modellen på omslaget har på sig.

Shala (2012) skriver om styling och kläder från stylistens synvinkel i sitt examensarbete. Syftet med arbetet är att informera blivande stylisterna om vad som är viktigt att tänka på när man stilar. Shala skriver om hur viktigt det är att lära känna kunden så att kläderna symboliserar bärarens personlighet och så att personen känner sig bekväm i sina kläder. Shala poängterar även vikten av att tänka på att man dras till likasinnade människor så det är en bra idé att klä sig som de man skall umgås med om man vill ha deras respekt. Är man för annorlunda kan detta leda till negativa vibbar.

Bårström (2011) konstaterar att vi i dagens samhälle måste fundera på hur vi klär oss eftersom att det yttre spelar en väldigt stor roll och att om man inte utmärker sig via sina kläder så är det lätt att man inte blir uppmärksammad. Syftet med Bårströms forskning är att få fram hur mycket kläderna påverkar samhället och att ingen undgår detta. Bårström tar upp klädkonsumtionen, hur viktigt den är idag och att vi konsumerar mer kläder än någonsin. Bårström har valt att intervjua tre grupper av olika stilars människor; en designgrupp, en grupp med alternativ stil och en vintagegrupp. Testpersonerna svarar på frågor gällande deras konsumtionsvanor, statuskläder och syn på dagens stilkrav. De olika grupperna kommer fram till olika svar men alla var överens om att det finns vissa statusmärken och att folk attraheras av dessa för att de kläderna inger mer respekt. Ett exempel på statusmärke var Acne. Grupperna svarade även på frågor gällande deras konsumtionsvanor och resultatet var att många inte analyserade detta så noga och inte förstod hur mycket de påverkats av reklam och media.

Hadipour och Mjögeman (2011) vill framhäva vikten av lärarnas utseende och hur de går klädda i skolan. Grunden till arbetet var en tjej som skrivit på sin blogg om en lärare som undervisat en mycket kort kjol samt synlig BH i den urringade blusen. Syftet med forskningen var således att undersöka vad andra elever tycker om detta och om detta har någon skillnad. Respondenterna har gjort intervjuer med elever för att ta reda på på vilket sätt eleverna påverkas av lärarens utseende. Resultatet i undersökningen var att kläderna vi bär är

symboliska uttryck och att de beskriver till vilken grupp i samhället vi hör. Över hälften av eleverna påpekade att de påverkas av sina lärares kläder och att det har mycket med respekt att göra. Respondenterna tar upp vad som är lämpligt respektive olämpligt att gå klädd i som lärare.

Hansson och Jakobsson (2014) forskar i hur unga/unga vuxna ser på modet och hur deras konsumtionsvanor ser ut. Syftet med forskningen är att se hur mycket unga människor konsumerar. Man ville ta reda på hur mycket pengar unga vuxna sätter på kläder och skönhet samt hur viktigt ens utseende är. Resultatet visade att av deras informanter köpte 90% nya kläder varje månad och nästan 20% satte upp till 2000kr varje månad på kläder. Informanterna menade att de får en kick av att köpa nytt och att det stärker självförtroendet att gå klädd i moderna kläder och sådana kläder man trivs i. Resultatet visade även att den tillfredsställelse man känner efter ett köp inte håller i sig länge utan man måste köpa ett nytt plagg igen. Detta grundar sig det "ha-begär" som bara växer sig större ju mer man handlar.

I sin forskning skriver Sirén och Engelberg (2014) om vad det är som gör vissa kläder trendiga. Syftet är att hjälpa företag och intresserade att veta hur en trend uppstår och hur man kan analysera sig fram till vad som kommer att bli en trend. För att undersöka detta intervjuade respondenterna en butikschef på H&M och en butikschef på ett mindre företag; N.Y. Resultatet var att det ligger massor med tolkning och analysering bakom en trend. Man analyserar och forskar i händelser runt om i världen samt ser tillbaka på tidigare mode. Resultatet visade även att olika stora företag gör detta på olika nivåer och att större företag har en mycket större möjlighet att undersöka detta.

Sammanfattningsvis kan man konstatera att kläder har en stor betydelse för människan. Bårström (2014) poängterar att för att bli tagen på allvar måste man tänka på hur man klär sig, eftersom att många konstant utgår från ens kläder. Detta märks också i Hanson och Jakobsson (2014) text där de påpekar hur mycket pengar unga vuxna lägger på kläder för att alltid se trendiga ut och för att passa in i samhället. Att vuxna också är en inspirationskälla och modell för barnen anser Hadipour och Mjögeman (2011) och uppmuntrar lärare att tänka på detta när de väljer vilka kläder de undervisar i. Att detta är viktigt bland

ungdomar i samhället har även Frick (2012) kommit fram till i och med att modebloggare har flera hundratusen följare dagligen. Inte bara privatpersoner är intresserade av att veta vad som är trendigt och följer modebloggare för att få reda på detta, utan också företag som Sirén och Engelberg (2014) har diskuterat i sin forskning. Både Laine (2010) och Shala (2012) har kommit fram till hur viktig en styling kan vara och att den t.o.m. kan vara avgörande för köpet av en tidning eller om man känner sig bekväm med en annan människa. Samtliga respondenter har alltså kommit fram till att kläder och stil påverkar människan väldigt mycket och att det är något många vill satsa pengar på.

6 UNDERSÖKNINGENS GENOMFÖRANDE

Detta är en litteraturstudie och respondenten kommer att använda sig av datainsamlingsmetod och innehållsanalys.

6.1 Enkät

Enkäten är ett bra tillvägagångssätt då man vill få veta och lyfta fram åsikter, uppfattningar, kunskaper och erfarenheter. Enkäten är ett frågeformulär, där respondenten d.v.s. den som svarar, fyller i svarsalternativen som enkätkonstruktören, d.v.s. den som gjort enkäten, framställt. Enkätens positiva egenskap är att man snabbt får in många skriftliga svar. Det är även lätt att jämföra olika svar eftersom att man vet alla svarat på exakt samma frågor. (Ejvegård, 2003, S. 53-54)

Det är inte så lätt som man tror att göra en enkät. Det är många faktorer som spelar in och man måste noga välja ut frågor och hur man lägger fram dem. Det är viktigt att innan man gör enkäten vara väl insatt i sitt arbete och veta vad man vill få ut av svaren. Det finns många olika slags frågor som man kan ställa och kategorisera in dem i och allt sådant måste man ha planerat ut innan man sätter igång. Det är även viktigt att tänka på att frågorna inte skall vara ledande utan att man håller sig så neutral som möjligt. (Bell, 2007, S. 137-138)

Det finns olika typer av enkäter. Man kan dela in dem i postenkäter och gruppenkäter. Postenkäter skickar man ut till privatpersoner, men inte nödvändigtvis via posten som namnet antyder. Detta gör ofta av företag om de vill få reda på vad en stor grupp människor personligen tycker om en viss sak. Små formulär som finns tillgängliga vid en restaurang eller hotell hör också till postenkäten, trots att flera vill koppla dem till en slags reklamåtgärd. (Trost, 2012, S. 9-10)

6.2 Innehållsanalys

När man gör en analys av innehållet skall man noga gå igenom vad som är relevant och vad som inte är så viktigt. Man måste gå under ytan av svaren och läsa mellan raderna. Innehållsanalys är en metod som hjälper respondenten att se dessa faktorer och analysera innehållet. Man uppmanas att dela upp innehållet i mindre delar och därefter analysera de mindre delarna. Man kan även sätta upp olika kategorier så texten blir mer överskådlig. Det som är bra med denna analys är att man kan få fram mycket som annars ligger dolt i texten. Man tänker sig att all text innehåller ledtrådar till något som går mycket djupare än själva texten antyder. (Denscombe, 2009, S. 307-308)

Innehållsanalys kräver att man till en börjar ordnar upp det man samlat in så man har koll på sina svar och sin text. Man kan dela upp resultatet av en innehållsanalys i två begrepp; en objektiv beskrivning och en subjektiv tolkning. Man kan inte endast beskriva eller tolka, utan man måste hela tiden göra både och. Det gör processen mer krävande men samtidigt kreativare. (Carlsson, 1991, S. 62)

Resultatet av en innehållsanalys är ett kommunikationsinnehåll. Beroende på hur djupt man gått och hur mycket material man har blir naturligt nog också resultatet. Så ju djupare man går i sina frågor, desto djupare och ingående resultat och svar får man. Vissa menar att innehållsanalysen är tvärvetenskaplig och att man kan använda den och relatera den till historisk utveckling. (Eriksson, 1992, S. 280-281)

6.3 Praktiskt genomförande

Respondenten ville ha en enkel och klar enkätundersökning, både med bilder, motivering samt fasta svarsalternativ. Respondenten byggde således upp enkäten så att de första frågorna är bakgrundsinformation om informanten, d.v.s. de fick fylla i ålder, kön och varifrån de kommer. Sedan följde frågor med fasta svarsalternativ gällande deras köpvanor samt hur deras garderob ser ut och hur de ser på mode i allmänhet. Sedan följer bild frågorna där informanterna fått välja mellan två olika bilder (undantagsvis den sista frågan med fem bilder) där de sedan också fått motivera sitt svar. Respondenten gjorde en pilotversion för att testa enkäten. Sedan valdes 25 informanter som skulle svara på enkäten. Respondenten valde att inte ha allt för många informanter för att djupare kunna analysera motiveringarna till svaren. Respondenten har varit noga med att informanterna är av båda könen, olika åldrar och från många olika städer.

7 RESULTATREDOVISNING

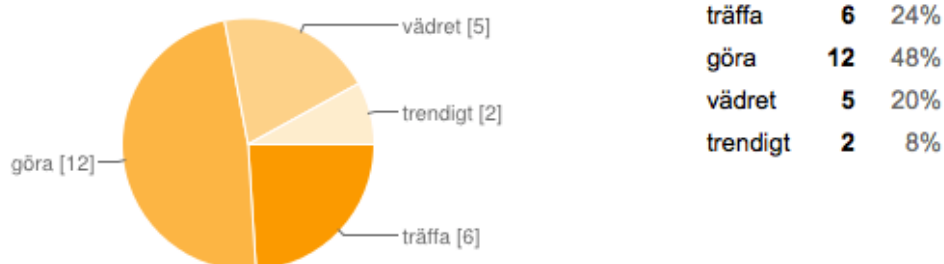
Respondenten har valt att bygga upp resultatet utgående från temat i frågorna för att få resultatet så klart som möjligt. Temakategorierna baserar sig på frågorna i enkäten och är skrivet med **fet stil**. Resultatet är uppbyggt så att respondenten först förklarar orsaken till frågan varefter man sedan får se resultatdiagrammen. I de frågor som innehåller bilder och motivering hittar man bilden innan resultatdiagrammet och citat ur motivering i slutet av kategorin. Citaten är skrivna med *kursiverad stil*. Strukturen är uppbyggd enligt enkäten som ordningsföljd. Antalet frågor i enkäten är 13, varav fem är fasta svarsalternativ och åtta är bild alternativ.

Till bakgrundsfaktorer hör ålder, ort och kön. Denna enkätundersökning har 25 informanter och åldern varierar mellan 20 och 76, informanterna är bosatta runt om i hela Svenskfinland och av informanterna är 13 kvinnor och 12 män.

Val av kläder

Respondenten ville ta reda på hur informanterna tänker när de klär på sig på morgonen och vad det är som avgör vilka kläder de väljer.

vad utgår du från när du väljer kläder för dagen?

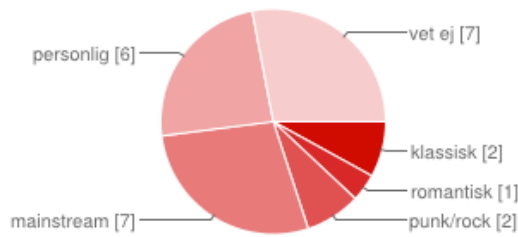


48% av informanterna har svarat att det viktigaste de utgår från är vad de skall göra, därefter var det viktigaste vem de skall träffa vilket 24% har svarat medan vädret inte påverkade så mycket eftersom endast 5% har svarat detta och minsta faktorn är trendigheten med 8%.

Egen klädstil

För att ta reda på hur mycket informanterna analyserar sin egen klädstil och vet vad de har i garderoben ville respondenten att informanterna skulle välja vilken stil som beskriver deras klädstil bäst.

din stil



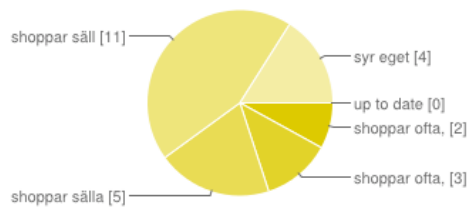
klassisk	2	8%
romantisk	1	4%
punk/rock	2	8%
mainstream	7	28%
personlig	6	24%
vet ej	7	28%

De två största kategorierna är mainstream och vet ej, som båda har 28% och sedan kommer personlig som har 24%. Därefter kommer punk/rock samt klassisk som båda har 8% och minst är den romantiska stilen med 4%.

Konsumtionsvanor

Respondenten ville ta reda huruvida informanterna köper mycket kläder eller inte och hur deras klädskaåp ser ut, om de sparar mycket eller om de har lite kläder i garderoben.

konsumering



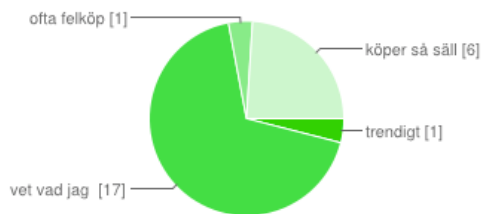
shoppar ofta, slänger bort	2	8%
shoppar ofta, slänger aldrig	3	12%
shoppar sällan, minimalt med kläder	5	20%
shoppar sällan, sparar allt	11	44%
syr eget	4	16%
up to date	0	0%

Resultatet visar att 20% av informanterna shoppar ofta nya kläder medan 64% sällan shoppar. 16% syr egna kläder och 0% försöker hålla sitt klädskaåp "up to date", dvs trendigt.

Tankegång vid inköp

För att ytterligare få veta hur informanterna tänker när de handlar ville respondenten gå ännu djupare och ta reda på om informanterna vet vad de vill ha eller vad det är som får dem att köpa det de köper.

hur tänker du?



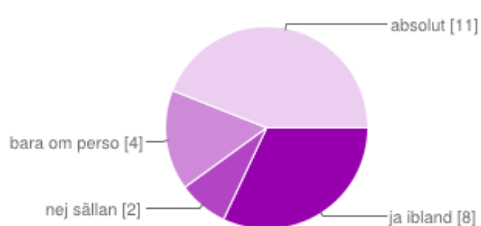
trendigt	1	4%
vet vad jag vill ha, trendigt eller ej	17	68%
ofta felköp	1	4%
köper så sällan som möjligt	6	24%

Informanterna har svarat att de flesta, 68% vet vad de vill ha och köper det vare sig det är trendigt eller ej. 24% av informanterna har svarat att de köper nya plagg så sällan som möjligt, medan 4% har svarat att de ofta gör felköp respektive att de köper det som är trendigt

Observation

För att ta reda på hur observanta informanterna är gällande andra personers klädstil ställde respondenten denna fråga i enkäten. Informanterna fick svara på huruvida de lägger märke till andra personers kläder eller ej.

andra personers klädsel



ja ibland	8	32%
nej sällan	2	8%
bara om personen sticker ut	4	16%
absolut	11	44%

Här har 44% svarat att de absolut lägger märke till andra personers klädsel och att de blir inspirerade av dem. 32% har svarat att detta endast sker ibland, medan 4% har svarat att detta endast sker om personen sticker ut ur mängden och 2% har svarat nej.

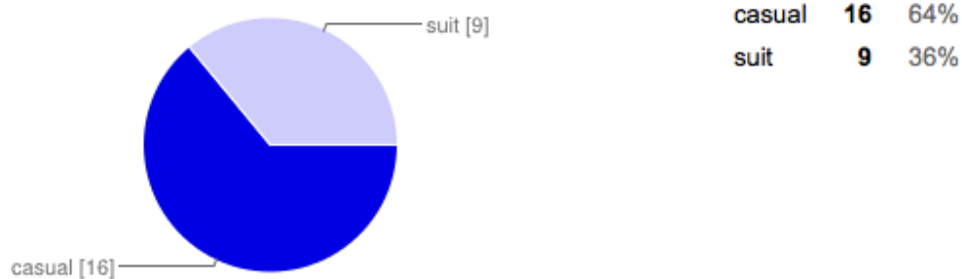
Påverkan av status

Här börjar den andra delen i enkätundersökningen där informanterna skall välja en av två bilder och därefter motivera sitt svar. Respondenten har valt denna fråga för att få veta om statuskillnaden mellan männen påverkar informantens val av man och i så fall på vilket sätt.



Informanterna skulle välja vilken av männen de skulle fråga om hjälp gällande hittandet av ett hotell.

ny stad, fråga om hotell



64% av informanterna har svarat att de skulle gå fram till mannen till vänster, med randig skjorta. Motiveringen var att han ser ut att ha mer gemensamt med informanten själv och att han ser lugn och trevlig ut. 36% har svarat att de skulle välja mannen i kostym med motiveringen att han antagligen vet var hotellen i staden ligger p.g.a. sin klädsel.

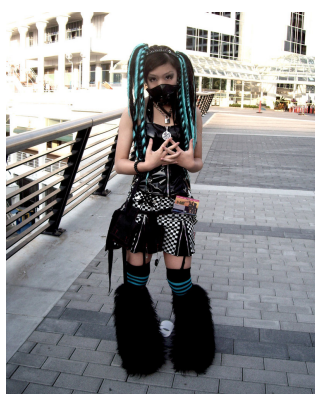
"Personen på bild 1. Han ser ut som en avslappnad man som jag lätt kan gå fram

till och fråga efter vägen. Mannen på bild 2 känns för mig lite hotfull.”

Jag skulle fråga mannen på bild 2. Eftersom han har kostym på sig, jobbar han antagligen i staden och vet var hotellet ligger. En man med kostym ger också ett bättre första intryck.

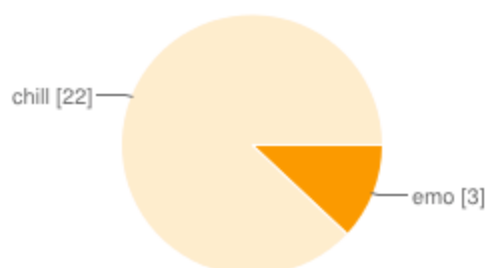
Val av dagispersonal

Respondenten ville veta hur mycket fördomar informanterna har mot okända stilar och på vilket sätt det påverkas deras tänk att tänka och möjligen anställa en person.



Informanterna fick i uppgift av välja vem av dessa personer de skulle anställa till sitt daghem på basen av deras kläder.

daghem



emo	3	12%
chill	22	88%

88% av informanterna har svarat att de utan vidare skulle anställa tjejen i randig klänning. Motiveringen till detta var att hon ser mer moden ut och att hon ser trygg ut i sig själv och i sina kläder. De flesta påpekade även att den andra tjejen

verkade dölja något och att hon eventuellt var ganska omogen. 12% svarade att de skulle anställa den alternativt klädda tjejen eftersom att hon verkade ha barnasinnat kvar och ser äventyrlig ut.

Bild 3. Personen i fråga har troligen mera av barnasinnat i behåll. Hon får troligen god kontakt med barnen och har ett större intresse för det som intresserar barnen. Troligen mer intresserad av pyssel, sagor osv. Kan relatera i högre grad till barns fantasivärld och ha en mindre dömande inställning. Nummer 4 ser inte ut att vilja rulla runt i sanden eller överhuvudtaget vilja röra ett smutsigt barn. Ett barns tänkande är troligen ganska främmande och hon ser troligen inget värde i det.

Den konventionella tjejen tror jag har färre personliga problem. Om man måste sticka ut så tydligt, som den andra tjejen, så är man troligen exhibitionist. Man behöver andras uppmärksamhet. Den andra tjejen kan troligen också bli en bra medarbetare på ett daghem, men jag bedömer att man tar en större risk i det fallet. Intervju och referenser blir viktiga. Provanställning hade varit ett alternativ.

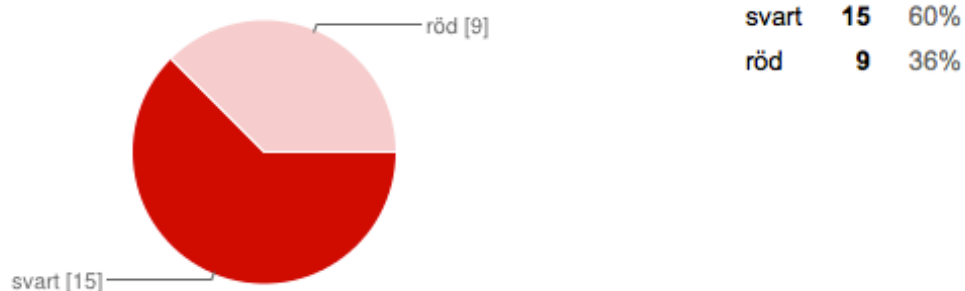
Val av advokat

För att undersöka huruvida färger samt klädesplagg påverkar informanterna har respondenten valt att ha med en sådan fråga i enkäten, där informanterna får välja mellan olika färger och klädesplagg.



Informanterna skulle välja vilken av dessa advokater på en advokatbyrå de skulle gå fram till på basen av första intrycket av kläderna.

advokatbyrå



Resultatet visar att 60% av informanterna skulle välja den svartklädda damen i kjol. Motiveringen har varit att svart alltid passar och att det ser professionellt ut samt att kjolen ger ett bra intryck. 36% har svarat att den röda dressen skulle tilltala mer på grund av att färgen är så explosiv och att kvinnan verkar mer självsäker.

Jag väljer kvinnan på bild 5. Svart är klassiskt och elegant och ett par fina ben är aldrig fel.

Den med röd dräkt. Hon lyser självsäkerhet och mod. Röd färg tycker jag poängterar styrka och "tuffhet".

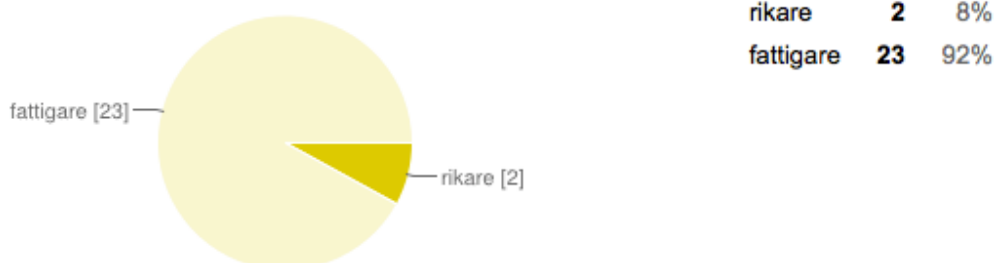
Analys av kläder

Respondenten ville se hur mycket informanterna analyserar kläder och dess värde, vilket är grunden till denna fråga.



Informanten skulle välja vilken av dessa tiggare denne skulle skänka pengar till.

tiggare



92% av informanterna skulle skänka pengar till mannen till höger. Motiveringen var att han ser ut att må mycket sämre än mannen till vänster samt att mannen till vänster verkar ha mycket varmare kläder och dessutom en väska med saker. De 8% som svarat att de skulle skänka pengar till mannen till vänster har motiverat med att han antagligen skulle lägga pengarna på mer vettigt än mannen till höger.

"Bild 8 ser ut att vara i större behov av hjälp, men jag är inte säker på om han skulle använda pengarna på ett enligt mig ändamålsenligt sätt (till mat e.d.) eller om pengarna jag ger till honom bidrar till att öka på misären (t.ex. genom att köpa alkohol)."

Bild 7. Personen i fråga har troligen mer koll ock använder pengarna på ett bättre sätt. Till bussen eller nått, emedan personen på bild (tyvärr har fört sitt liv så långt ut till ruinensbrant, eller över, att några mynt inte gör varken från eller till.

Bild 8, verkar ha äldre och slitnare kläder och ser ut att må allmänt sämre.

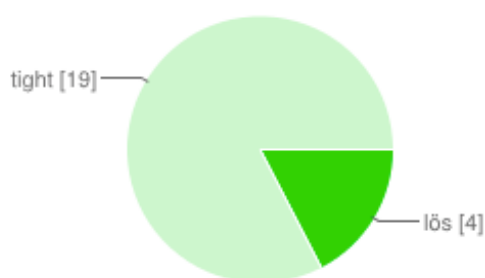
Val av klänning

i följande fråga ville respondenten ta reda på hur material samt passform påverkar utseendet av en människa och hur vi analyserar detta.



Informanterna fick svara på vilken klänning de skulle rekommendera till kvinnan på bilden.

klänning



lös	4	16%
tight	19	76%

Resultatet visar att 76% skulle rekommendera klänningen till höger, dvs den figursydd klänningen som är mer åtsittande. Motiveringen var att hon ser smalare ut och att kvinnor med kurvor skall framhäva dem och inte dölja dem. 16% har svarat att kvinnan passar bättre i den lösa klänningen eftersom att hon antagligen skulle känna sig mer bekväm i denna. 4% har svarat att de inte kan svara på denna fråga eftersom att de anser att kvinnan själv måste ta den som hon känner sig mer bekväm i.

Jag rekommenderar klänningen på bild 10. Eftersom min vän är kurvig gör klänningen på bild 9 henne bara ännu större till utseende. Därför ska hon välja den mera figursydd klänningen som framhäver hennes kurviga kropp.

Bild nummer 10. Jag kan försöka tipsa henne om att köpa nummer 9, lyckas och få henne att känna sig fin. Då dagen D kommer då hon skall sätta på sig klänningen kommer hon dock att stå vid spegeln och inte vilja ha på sig den klänningen för att hon inte känner sig bekväm i den. Då är det bättre att hon köpt nummer 10 som hon kommer att vara ursnygg i och också känna sig fin i. Såklart skall man uppmuntra sina vänner/kvinnor att visa sina former och inte skämmas för sig själv, men man kan inte tvinga det på någon. Det måste komma av sig själv.

Proper arbetsklädsel

Genom att få fram hur informanterna tänker gällande klänningar och dess skärningar på en arbetsplats ställde respondenten denna fråga.



Informanterna skulle välja vilken klänningen de anser passar bäst på ett kontor.

kontorsklänning



Informanterna var väldigt enade här och 100% svarade att klänningen till höger, som är längre och utan slits var mer passande. Motivationen var att klänningen till vänster var för kort och passade bättre på en fest.

Den högra! Den vänstra är mera uppseendeväckande och lite väl vågad.

Tycker att den svar-röda är för kort särskilt p.g.a. att den är skuren sådär högt på låret. Too much skin. Båda är dock onödigt u-ringade... passar bättre på club än på jobbet.

Den andra eftersom det är en god idé att visa mindre ben på jobbet. Inte lika distraherande för manliga kollegor.

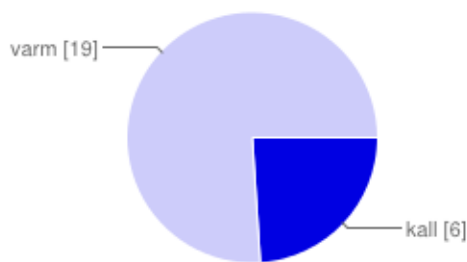
Ljusets påverkan

För att kolla hur mycket ett visst ljus, varmt eller kallt, påverkar ville respondenten att informanterna skulle välja en av dessa bilder.



Informanterna fick i uppgift att välja den av bilderna som tilltalade dem mer.

vilken tjej



kall	6	24%
varm	19	76%

76% av informanterna valde tjejen till vänster, dvs tjejen i ett varmare ljus. Man tyckte att hon såg friskare och hälsosammare ut. 24% valde bilden till höger för att hon ansågs vara sötare till utseendet och vissa tyckte även att hon såg naturligare ut.

Bilden till höger tilltalar mig mera. Kvinnan är mera sminkad, ser ut att ha en fräschare hud och allmänt må bättre. Ett annat ljussken gör också bilden vackrare.

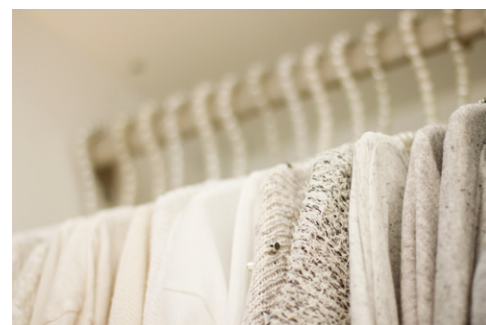
Den första bilden. Ser mer naturlig ut. Sötare där. Ler inte med öppen mun så ögonen är större då hon är mer avslappnad i ansiktsmuskulaturen. Mer komersiellt feikad på bild två och blir därigenom genast mindre intressant. Tråkigare och opersonligt. Även om blusen inte är så lyckad på bild ett.

Analys av klädsåk

Till sist ville respondenterna ta reda på hur det ser ut i informanternas egna klädsåk och huruvida de har koll på det.



a



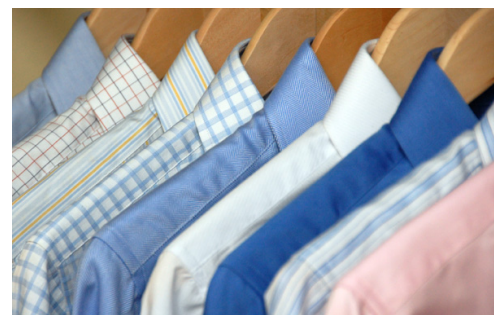
b



c



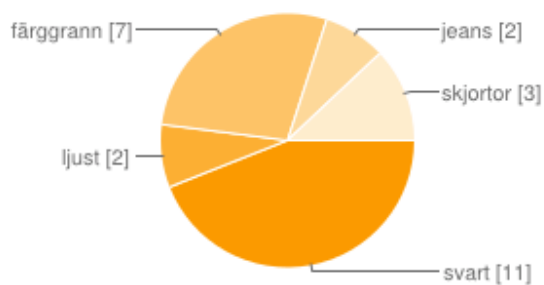
d



e

Av dessa bilder skulle informanterna välja den bild som beskriver deras klädsåk bäst utgående från färgerna.

klädsåk



svart	11	44%
ljus	2	8%
färggrann	7	28%
jeans	2	8%
skjortor	3	12%

Resultatet blev ganska varierande trots att svart dominerade med 44%. Därefter följde färggrant med 28% och skjortor med 12%. Ljusa kläder och jeans hade både 8%. Många informanter lyfte dock fram att de har en blandning mellan flera av dessa.

a), inga vågade färger. Trivs bäst i mera diskreta färger.

Det har bara blivit väldigt svart. Sedan är jag inte direkt brydd i att kombinera färger, så det blir lättast att "go all black".

A,C och D. Min favoritfärg är blå och marinblå så det har jag mycket av. Skjortor är det plagg jag tycker bäst om. Jag har mera flanellskjortor och jeansskjortor men tänkte skjortor överlag. Denim är bäst, jag har kanske inte så många par jeans, men då istället jeansskjortor och jacka.

En blandning. Mycket svart och vitt men även färger. Så a och c kanske?

Sammanfattningsvis kan man konstatera att många av informanterna säger sig vara ointresserade av mode och trender, men att de ändå utgår från kläder och har en stark åsikt gällande hur man skall se ut. Informanterna har tänkt väldigt lika i många frågor och många svar har varit väldigt jämna i resultatet. Det finns dock informanter som sticker ut och har tänkt på ett annat sätt. Man kan konstatera att man inte skall sticka ut allt för mycket om man vill passa in i samhället, eftersom att många informanter reagerade starkt på de personer som var klädda annorlunda. Man kan även konstatera att de flesta dras till mörka, enkla färger och att om man har för färggranna kläder kan detta tolkas som hotfullt och opassande. Dock kan det även vara en bra sak eftersom att man då skiljer sig från mängden. Syftet med studien var att lyfta fram att kläderna spelar en stor roll i hur vi behandlas och hur andra ser på en. Detta kommer tydligt fram i detta resultat. Man kan även konstatera att både färgerna, materialet, statusen på kläderna påverkar hur man blir bemött.

8 TOLKNING

Tolkningen av resultatet följer samma ordning som i resultatredovisningen samt samma temarubriker. Respondenten har tolkat tillbaka till teoretiska utgångspunkter och tidigare forskning.

Konsumtionsvanor

Resultatet visar att informanterna sällan köper nya kläder. Hansson och Jakobsson (2014) skriver i sin forskning att vi aldrig har konsumerat mer kläder än vi gör idag och att över 90% av deras informanter svarade att de köper nya kläder varje månad. Detta stämmer inte överens med denna enkätstudie. Orsaken kan vara att respondenten varit ganska ospecifik när denne skrivit enkäten och inte förklarat vad denne menar med ordet "ofta". Bårström (2011) skriver däremot att många är omedvetna om hur mycket pengar de spenderar på kläder och hur mycket de konsumerar samt att de inte analyserar sina köp, vilket verkar stämma överens med denna enkätundersökning och kan vara en förklaring till detta resultat.

Observation

Resultatet visar att några av informanterna inte medvetet lägger märke till hur andra går klädda, men undantag för vissa som absolut lade märke till andras klädsel. Hadipour och Mjögeman (2011) tar upp hur vi dras till sådana som är lika oss med undantag för de som aktivt vill sticka ut ur mängden. Detta kan tolkas tillbaka på detta resultat; de flesta lade märke till hur andra gick klädda, varav en del endast om personen stack ut från mängden.

Påverkan av status

Enligt resultatet lade alla märke till skillnaden mellan killarna och många tyckte att mannen i kostym kändes främmande. Detta kan igen tolkas tillbaka till Bårströms (2011) forskning, där hon skriver att människan vill följa normen och att vi dras till människor med samma stil som vi själva, vilket tydligt märks i denna undersökning.

Val av dagispersonal

Enligt respondentens resultat valde de flesta tjejen som var klädd i mer vardagliga kläder än tjejen i alternativ stil. Även här kan man tolka tillbaka till Bårströms (2011) forskning gällande dragning till likasinnade. Hadipour och Mjögeman (2011) skriver också hur viktigt det är att lärare är representabelt klädda och att elever ofta kopierar efter sina lärare. Detta kan man dra paralleller till i denna fråga; många av dessa informanter verkar dra samma slutsats och tycker att dagispersonalen är en förebild och därmed skall klä sig enligt normen.

Val av advokat

Resultatet var i denna fråga ganska jämn. Många tog fasta på att svart alltid fungerar medan andra tyckte att kvinnan i rött tänkte annorlunda vilket eventuellt gjorde henne till en bättre advokat. Johnson (2014) skriver att färgen röd symboliserar makt och styrka vilket även flera informanter i denna undersökning tolkat det som. Johnson skriver vidare att eftersom att färgen är så explosiv uppfattar även många den som hotfull vilket även stämmer i denna enkätundersökning. Dock menar även Johnson att svart är en färg som många kan relatera till och en färg som alltid är passande och klassisk.

Analys av kläder

Resultatet visar att mannen i gråa kläder var den man valde. I detta fall är det alltså tvärtom, mannen i finare kläder känns för likasinnad och därför ger man hellre pengar till den som inte går efter normen. Detta går att tolka tillbaka till både Bårstöms (2011) och Hadipour och Mjögmans (2011) forskning. Man kan även tolka tillbaka till färganalysen där Johnson (2014) skriver att blå färg symboliserar makt och stabilitet, vilket den "rikare" mannen har på sig.

Val av klänning

De flesta informanter har valt den mer sittande svarta klänningen i denna fråga. Ericsson Wärn (2010) skriver att vi klär oss både för att dölja samt att framhäva vår kropp. Detta kan tolkas tillbaka till detta resultat där flera av informanterna fått uppfattningen av att kvinnan i lösare klänning vill dölja sin kropp medan den med mer sittande klänning framhäver kurvorna. Vidare skriver Ericsson att man sällan klär sig i spändare fodral om man inte är bekväm med det, så

informanterna har antagligen tolkat sig till att kvinnan i den sittande klänningen har bättre självförtroende, vilket Ericsson Wärn har kommit fram till.

Proper arbetsklädsel

Enligt resultatet har samtliga informanter valt den gråa klänningen. Hadipour och Mjögeman (2011) påpekar att till respektabel klädsel hör att man inte har för korta kjolar eller för urringat på sig när man skall vara en förebild för andra. Detta p.g.a. att man mister respekten för någon som visar mycket av sin kropp. Samtliga informanter har tyckt att den kortare klänningen är opassande för kvinnan att ha på jobbet, vilket överensstämmer med detta.

Ljusets påverkan

I resultatet ser man att de flesta informanter valt den varmare av de två bilderna. Informanterna tyckte hon såg gladare, friskare och vackrare ut i det varma skenet medan hon såg översminkad och onaturlig ut på den kallare bilden. K.G. Nilsson (2004) skriver att vi tolkar varmt ljus med varma egenskaper och att vi således föredrar detta, vilket stämmer även i denna undersökning.

Analys av klädsåp

I resultatet ser man att många föredrar en mörk garderob. Enligt Johnson (2014) är svart färg alltid ett säkert kort. Det är stilrent och fungerar alltid samt är en klassiker. Bär man mycket olika färger signalerar man många olika saker; styrka, självkänsla, energi och makt. För att smälta in utan att ge för mycket av sig själv gäller det alltså att bära så diskreta kläder som möjligt. Över hälften av informanterna i denna undersökning har svarat att de har en mörk garderob vilket stämmer bra överens med Johnsons färglära.

9 KRITISK GRANSKNING

Respondenten har i detta kapitel granskat sitt arbete kritiskt utgående från Larssons kriterier (1994). Larsson anser att man måste vara kritisk till sitt arbete och att man måste utgå från vissa punkter för att se huruvida arbetet är tillförlitligt eller inte. Detta gör man med hjälp av olika kriterier och

respondenten har valt att utgå från perspektivmedvetenhet, struktur och empirisk förankring eftersom respondenten anser dessa vara lämpliga för detta arbete.

Larsson (1994) påpekar att det alltid finns ett perspektiv bakom all beskrivning och att man därför måste minnas att se på helheten när man utgår från ett svar eller en tolkning. Detta betyder att fakta alltid är perspektivberoende, eftersom att vi tolkar något utifrån vårt eget perspektiv. Larsson menar att man därför nog måste granska sitt arbete utgående från detta och så att tidigare uppfattningar gällande ämnet inte påverkar arbetet.

Respondenten har försökt att vara kritisk genom hela arbetet utgående från detta och inte låtit tidigare åsikter och föreställningar lysa igenom. Dock har detta misslyckats på vissa ställen, exempelvis i enkäten där man i vissa frågor kan se igenom vad respondenten själv tycker. Men som helhet anser respondenten att arbetet är neutralt. Detta är även något som respondenten tagit i beaktande då denne gått igenom enkätsvaren och motiveringarna. Respondenten kunde ha varit mer specifik i vissa frågor på grund av detta, att man har egna tolkningar och att man utgår från egna perspektiv då man läser en fråga/text.

Larsson (1994) anser att det är viktigt med en klar och överblickande struktur i arbetet. Så man lätt hittar det man söker och så att man lätt kan följa med i det som skrivs. Larsson påpekar att ibland kan strukturen i ett arbete vara helt avgörande. Det viktigaste är att resultatet är välstrukturerat och enkelt som möjligt så resultatet blir klart och tydligt.

Respondenten anser sig ha lyckats bra med detta. Hela arbetets struktur är smidigt för läsaren att hänga med i. Respondenten har tagit upp allt i logisk ordning för att göra det lätt för att få ett bra flyt i arbetet. Respondenten är nöjd med kategorierna i teoretiska utgångspunkterna men texten kunde ha bearbetats mer och vara längre. Teoretiska bakgrunden är också logisk men även här kunde texten ha varit mer ingående. Rubrikerna och styckesindelningen är tydlig.

För att få resultatet så enkelt och strukturerat som möjligt har respondenten lagt in svaret för varje fråga i ett cirkeldiagram, så man lätt kan se hur många som svarat vad. För att lätt kunna se bilderna informanterna har utgått från finns det även bifogade just innan diagrammet samt en liten text där respondenten kortfattat beskrivit frågan. Vid sidan om diagrammet kan man även se procentmängden samt antalet som svarat vad. Efter detta diagram följer en förklaring till diagrammet och tillslut citat ut informanternas motiveringar. Respondenten anser att resultatet är mycket strukturerat och lätt att tolka. Dock har Respondenten valt att inte följa den klassiska modellen för innehållsanalysen, utan valt att ha andra rubriker. Detta på grund av att respondenten ansåg detta vara mycket smidigare i detta arbete, men för att vara kritisk så kunde det ha gjorts på ett annat sätt. Det enda respondenten är missnöjd med och väldigt kritisk till är ordvalen i enkätsdiagrammen som syns i resultatet. Tyvärr gick detta inte att ändra på efter att alla informanter redan fyllt i sina svar, så därför var respondenten tvungen att lämna det på detta sätt.

Gällande empirisk förankring påpekar Larsson (1994) att det handlar om att kunna knyta ihop resultatet med verkligheten. Ett tecken på att detta stämmer är att flera av de källor man använt stämmer överens med varandra. Larsson påpekar dock att fastän vissa källor inte gör detta betyder det nödvändigtvis inte att det inte stämmer.

I denna enkät visar resultatet att de flesta informanter tänker väldigt lika och resultatet överensstämmer med det respondenten hävdar i sin inledning. Orsaken till detta kan vara att många i samhället faktiskt tänker väldigt lika med tanke på kläder, stil och mode. Det kan även tyda på att respondenten valt extrema exempel samt inte förklarat frågan tillräckligt tydligt. Respondenten är dock lite skeptisk till ärligheten i informanternas svar. Man kan tänka sig att många har svarat så som det förväntas eller inte vågat säga hur de egentligen känner gällande något av svaren. Men överlag är respondenten nöjd med resultatet och enkäten.

Respondenten är överlag nöjd med sitt arbete, sin undersökning och sitt resultat. Respondenten kunde ha skrivit mer omfattande i teoretiska utgångspunkter samt gått mera in på djupet i många ämnen. Men respondenten tog upp det mest

väsentliga för att få en helhetsbild över ämnet och kunna förstå och granska resultatet. Det kunde ha varit bra att ha gjort en större undersökning med fler informanter. Att ha sökt upp personer med utstickande stil och annat tankemönster hade även varit berikande för studien eftersom att en sådan person antagligen skulle tänkt på ett helt annat sätt jämfört med de som svarade nu och var ganska enhetliga i sina svar. Respondenten har dock tänkt på att ta informanter från hela Svenskfinland och även i alla olika åldrar för att få ett så brett perspektiv som möjligt.

10 DISKUSSION

Respondenten kommer i detta kapitel att diskutera sitt arbete och delge tankar gällande arbetet samt ge utvecklingsförslag till vidare forskning.

Syftet med detta arbete var att lyfta fram hur mycket kläderna vi bär säger om oss samt vad vi uttrycker med dem. Respondenten ville undersöka huruvida vi behandlas på olika sätt utgående från kläderna vi har på oss samt hur vi behandlar andra människor med tanke på vad de har på sig. Respondenten valde att göra en enkätundersökning för att få svar på detta. För att få en så bred spridning som möjligt valde respondenten informanter från hela Svenskfinland samt i ett väldigt spritt åldersspektrum.

Resultatet visar att vi blir behandlade olika beroende på hur vi ser ut och vad vi har på oss. Bara genom att ha en kostym istället för chinos och en blus kan man anses hotfull och kall, samt otrevlig och upptagen. Har man en alternativ stil kan man gå miste om ett jobb som man kanske varit väldigt bra på, endast på grund av sin klädstil.

Respondenten anser sig ha fått svar på sitt syfte och att det överensstämde med tidigare tankar och åsikter kring detta. Respondenten ser dock mycket kritisk på resultatet. I många frågor utan bilder hade det varit bra att specificera frågorna eftersom respondenten tror att informanterna misstolkat frågan respektive inte vågat säga sanningen. Alternativt har inte informanterna analyserat sitt beteende och därför inte kunnat svara sanningsenligt på frågorna.

Det finns mycket i arbetet som skulle kunna göras på annat sätt och respondentens egna förbättringsförslag är att rikta in sig mer specifikt på ett skilt ämne så att arbetet inte blir för omfattande och svårt att få grepp om, vilket kanske är fallet i denna studie. Ett annat förslag är att ha mera text och bakgrundsfakta i teoretisk bakgrund. Respondenten försökte få en överblick av hur det sett ut över en viss tid med tanke på mode och kläder, men texten blir eventuellt för allmän och mager. Enkäten kunde varit mer genomtänkt och innehålla mer specifika frågor samt vara längre. Informanterna kunde ha valts på ett annat sätt och respondenten kunde ha satt mera tid på att hitta informanter med alternativ stil så att resultatet blivit mer varierande. Även informanter från andra delar av världen kunde ha varit intressant.

Ett förslag till vidare forskning gällande detta är att följa upp informanterna och se ifall det faktiskt stämmer. Att efter ett halvår ta kontakt igen och gå igenom hur mycket informanterna har shoppat och ifall deras stil har ändrat sedan senast. Då skulle man kunna berika undersökningen med att faktiskt ta reda på hur mycket informanterna vet om sitt eget konsumtionsbeteende och huruvida de följer trender eller inte. Det hade även varit intressant att veta om deras klädska ser ut såsom de beskrivit eller om de bara tror att det är så, vilket ofta är fallet. Man anser sig ha bara mörka kläder medan man i själva verket har mycket färger, men man använder kanske inte dessa i lika stor mån.

Respondenten hoppas att så många som möjligt skall kunna ha nytta av denna studie, men främst estenomer eftersom att detta är en mycket viktig aspekt då man hjälper någon annan att hitta en stil. Att veta att kläderna de bär kommer att analyseras av andra människor och att det eventuellt kan leda till negativa känslor gentemot personen i fråga trots att detta inte var avsikten. Detta är givetvis intressant för alla att tänka på, vad man signalerar med sina kläder och hur andra personer eventuellt kommer att uppfatta det. När man väl är medveten om detta kan man ha roligt med det och bryta mot reglerna, så länge man är medveten om konsekvenserna.

"Style is a way of saying who you are without having to speak"

Unknown

KÄLLFÖRTECKNING

Bell, J. (2007). Introduktion till forskningsmetodik. Danmark, Narayana Press.

Bårström, L., 2011. *Syns du inte finns du inte- En kvalitativ studie om hur identiteten kommer till uttryck genom klädkonsumtion*. Lund: Högskoleuppsats. Lunds universitet, Medie- och kommunikationsvetenskap.

Carlsson, B. (1991) *Kvalitativa forskningsmetoder*. Falköping, Almqvist & Wiksell.

Denscombe, M (2009). *Forskningshandboken – För småskaliga forskningsprojekt inom samhällsvetenskaperna*. Polen, Pozkal.

DK Publishing (2008) *Signs & Symbols*. Kina; Dorling Kindersley Limited.

Ejvegård, R. (2003). *Vetenskaplig metod*. Lund, Studentlitteratur AB.

Eldvik, B. (2010) *Modemakt: 300 år av kläder*. Stockholm: Nordiska Muséets förlag.

Erksson, K. Broar,(1992). *Introduktion i vårdvetenskaplig metod*.

Ericsson-Wärn, K. (2010) *Retro – en liten modehandbok*.

Frick, J., 2012. *En studie om kommunikation via modebloggar: Case "5 inch and up"*. Helsingfors: Examensarbete. Arcada- Nylands svenska yrkeshögskola, företagsekonomi.

Hadipour, N. & Mjögeman, S., 2011. *Jag tycker inte de skall komma i mysdress*. Göteborg: Kandidatuppsats. Göteborgs universitet, Utbildnings- och forskningsnämnden för lärarutbildning.

Hansson, J. & Jakobsson, E., 2014. *Du är vad du köper- En studie av unga kvinnors konsumtion av mode*. Borås: Högskoleuppsats. Högskolan i Borås, Textilhögskolan.

Hamsa, hand of Fatima (Eye in hand Khamsa, Hamesh hand) (u.å.) [Online] <http://symboldictionary.net/?p=1949> [hämtat: 22.10.2014]

Hurd, M. Olsson, T. Öberg, L. (2005) Iklädd identitet. Historiska studier av kropp och kläder. Malmö: Skogs Rulloffset.

John Bull and brittish bulldog (u.å.). [Online]

<http://studybritishenglish.co.uk/fuckti/novost-3/#.VC0o-lbgJuY> [hämtat: 22.10.2014]

Laine, P., 2010. *Image is everything: Ellen, Glorian ja Olivian Imagotutkimus*. Helsingfors: Examensarbete. Yrkehögskolan Metropolia, Design.

Latin Cross (Christian Cross) (u.å.). [Online]

<http://symboldictionary.net/?p=2041> [hämtat: 22.10.2013]

Lehrer, s (1998). Vinn världen med god ton och gott sätt. Vasa, Stencca oy.

Lewenhaupt, T. (2005) Klädernas tysta språk. Stockholm; Atlantis.

Lewenhaupt, L. (2004) Tankar om modet. Stockholm; bokförlaget Prisma.

Lord white elephant (u.å.). [Online]

http://en.wikipedia.org/wiki/White_elephant#mediaviewer/File:Lord_White_Elephant.jpg [hämtat: 22.10.2014]

Lönnqvist, B. (2008) Maktspel i kläder. Om det (o)synligas kulturella anatomi. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.

Nilsson, K.G. (2004). K.G. Nilssons färglära. Uppsala; Almqvist & Wiksell Tryckeri.

Olsson, H. & Sörensen, S. (2007). Forskningsprocessen - Kvalitativa och kvantitativa perspektiv. Stockholm: Liber.

Patel, R. & Davidson, B. (2003). Forskningsmetodikens grunder. Lund: Studentlitteratur

Ribbing, M (2005). Nya Stora Etikettboken, raka råd och enkla regler till vardag och fest. Stockholm, Bokförlaget DN.

Shala, L., 2012. *The stylist- Becoming a Professional Image Consult*. Helsingfors: Examensarbete. Yrkehögskolan Metropolia, Kläddesign.

Sirén, T. & Engelberg, J., 2014. *Trendspaning*. Borås: Högskoleuppsats. Högskolan i Borås, Textilhögskolan.

Trost, J (2012) *Enkätboken*. Lund, Studentlitteratur AB.

KÄLLFÖRTECKNING TILL ENKÄTEN

Bild 1

Street style: Men 2012 [Online]

<http://freetobepunk.blogspot.fi/2012/03/street-style-men.html>

[Hämtat: 30.09.2014].

Bild 2

Suit and tie Condemi C., 2013. Suit and tie. [Online]

<http://clairechic.com/2013/11/01/suit-tie/> [hämtat: 30.9.2014].

Bild 3

Cyber goth (u.å.). [Online]

<http://galleryhip.com/cyber-goth-clothing-for-men.html> [hämtat 30.9.2014].

Bild 4

Does size matter (u.å.) [Online]

<http://thefashiontag.wordpress.com/2013/04/22/midi-dresses-trend-2013-spring/> [hämtat 30.09.2014].

Bild 5

Women´s suits for weddings (u.å.). [Online]

<http://necktieselling.blogspot.fi/2012/08/women-suits-for-weddings.html>

[hämtat: 30.9.2014].

Bild 6

Eisman, K., 2013. *Outfits that says "I'm the boss"*. [Online]

<http://www.sheknows.com/beauty-and-style/articles/979879/how-to-dress-for-success> [hämtat: 30.9.2014].

Bild 7

Baghel, A., 2007. *Healthy & fit beggars, do some work!* [Online]

<http://www.mylot.com/post/2334080/healthy-fit-beggars-do-some-work> [hämtat: 30.9.2014].

Bild 8

Caesar, J., 2013. *Söndagskrönika: Till fest med Schengen*. [Online]

<http://snaphanen.dk/2013/03/16/sondagskronika-till-fest-med-schengen/> [hämtat: 30.9.2014].

Bild 9

Asos curve (u.å.). [Online]

<http://www.asos.com/asos-curve/asos-curve-wrap-dress/prod/pgeproduct.aspx?iid=4140717&clr=Black&SearchQuery=asos+curve+dress&pgesize=36&pge=1&totalstyles=341&gridsize=4&gridrow=7&gridcolumn=4> [hämtat: 30.9.2014].

Bild 10

Asos curve (u.å.).[Online]

<http://www.asos.com/asos-curve/asos-curve-bodycon-dress-with-frill-sleeve/prod/pgeproduct.aspx?iid=4470328&clr=Black&SearchQuery=asos+curve+dress&pgesize=36&pge=1&totalstyles=339&gridsize=4&gridrow=2&gridcolumn=1> [hämtat: 3.10.2014].

Bild 11

Fashiondresses for women (u.å.). [Online]

<http://galleryfashion.info/fashion-dresses-for-women/fashion-for-big-ladies-dress.html> [hämtat: 12.10.2014].

Bild 12

Virtuell färganalys (u.å.). [Online]

<http://www.tumblr.com/search/färganalys> [hämtat: 12.10.2014].

Bild 13

Favim.com (u.å.). [Online]

<http://favim.com/image/592153/> [hämtat: 12.10.2014]

Bild 14

Favim.com (u.å.). [Online]

<http://favim.com/image/53162/> [hämtat: 12.10.2014].

Bild 15

What we do (u.å.). [Online]

<http://www.apexapparel.co.nz> [hämtat: 12.10.2014].

Bild 16

Zanetti, E., 2013. *Do my jeans*. [Online]

<http://www.namelessfashionblog.com/2013/02/do-my-jeans.html> [hämtat: 12.10.2014]

Bild 17

Samuel G., 2013. *Top ten wardrobe essentials for men*. [Online]

<http://lurnq.com/lesson/Top-Ten-Wardrobe-Essentials-for-Men/>
[hämtat: 12.10.2014].

Frågeformulär

Ålder:

Hemort:

Kön:

1 Vad utgår du mest ifrån då du skall välja kläder för dagen?

- vem du skall träffa
- vad du skall göra
- vädret
- vad som är trendigt

2 Hur skulle Du beskriva din stil?

- Klassisk
- Romantisk
- Punk / Rock
- Mainstream (dvs. ingen egentlig stil, utan köper det som finns tillgängligt i butikerna)
- Personlig stil
- Har aldrig tänkt på detta/vet ej

3 Hur konsumerar du kläder?

- Shoppar ofta, slänger bort efterhand
- Köper ofta nytt, slänger aldrig bort
- Köper sällan nya plagg, försöker ha så lite kläder som möjligt i garderoben
- Köper sällan nytt, men garderoben svämmar över, sparar allt
- Syr oftast egna kläder
- Min garderob är alltid "up to date"

4 Hur tänker Du när Du handlar?

- Jag vill ha det trendigaste i mitt skåp
- Jag vet vad jag vill ha och handlar endast det jag vet att jag kommer att använda, trendigt eller ej
- Jag gör ofta felköp och har mycket oanvända plagg i skåpen
- Jag bryr mig inte om mode och köper endast då jag verkligen behöver något. Gärna det billigaste jag hittar.

5 Skulle du påstå att Du lägger märke till hur andra personer klär sig?

- Ja, ibland
- Nej, sällan
- Bara om personen sticker ut ur mängden
- Absolut! Får ofta inspiration av att iaktta andra.

I följande del kommer Du att få ett scenario framställt och utgående från den skall Du välja en av bilderna och därefter motivera ditt val.

6. Du är i en okänd stad och behöver hjälp med att hitta ditt hotell. Du träffar dessa män i den annars ganska tomma staden. Du känner ingen av dem, så måste gå på första intrycket. Vem ber du om hjälp?



Bild 1



Bild

2

Motivering:

7. Du är chef på ett Daghem och skall anställa en ny barnskötare. Dessa är de två som har bäst meriter. Båda har lika hög utbildning och ungefär samma arbetserfarenhet. Du måste alltså välja på måfå. Vem tror Du att Du hypotetiskt skulle välja?

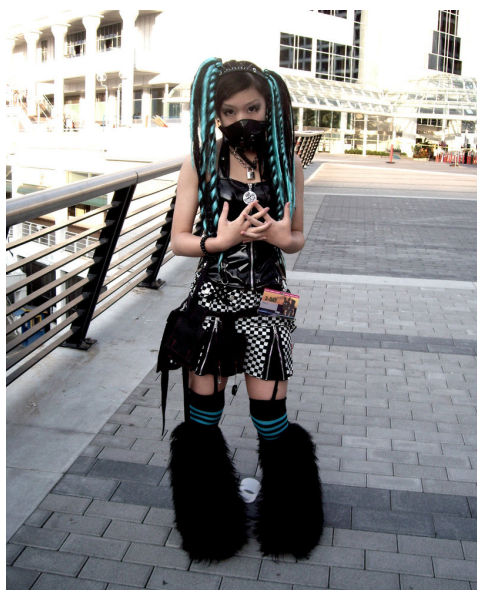


Bild 3



Bild 4

Motivering:

8. Du behöver hjälp av en advokat i ett jobbärende. Du kliver in på advokatbyrå och skal välja vem du går fram till. Vem av dessa går du fram till utgående från hur de klätt sig?



Bild 5



Bild 6

Motivering

9 Du går längs gatorna i en storstad och bestämmer dig för att hjälpa en av de många tiggarna på vägen. Vem av dessa tror du behöver dina slantar mer?



Bild 7



Bild 8

Motivering:

10 Din vän skall köpa en ny LBD (little black dress) och ber dig om smakråd. Din vän är kurvig och klär sig därför ofta i litet större kläder för att dölja detta, trots att hon är en vacker kvinna. Vilken klänning rekommenderar du?



Bild 9



Bild 10

Motivering:

11 Vilken av dessa klänningar känns mer rätt att ha på kontoret och varför?



Bild 11

Motivering:

12 Två bilder, samma tjej. Vilken bild tilltalar dig mer?



Bild 12

Motivering:

13 Vilken bild beskriver ditt klädskåp mest, utgående från färgerna?

A.



Bild 13

Mestadels mörka färger såsom svart, marinblått och grått.

B.



Bild 14

Ljusa kläder i vitt, ljusrött och beige. Materialen är ofta mjuka och sköna.

C.



Bild 15

Mycket färgglatt och även mönster

D.



Bild 16

Jeansen är grunden för din garderob och även det plagg som dominerar.

E.



Bild 17

Mycket skjortor i enkla, diskreta färger. Självklart och professionell stil.