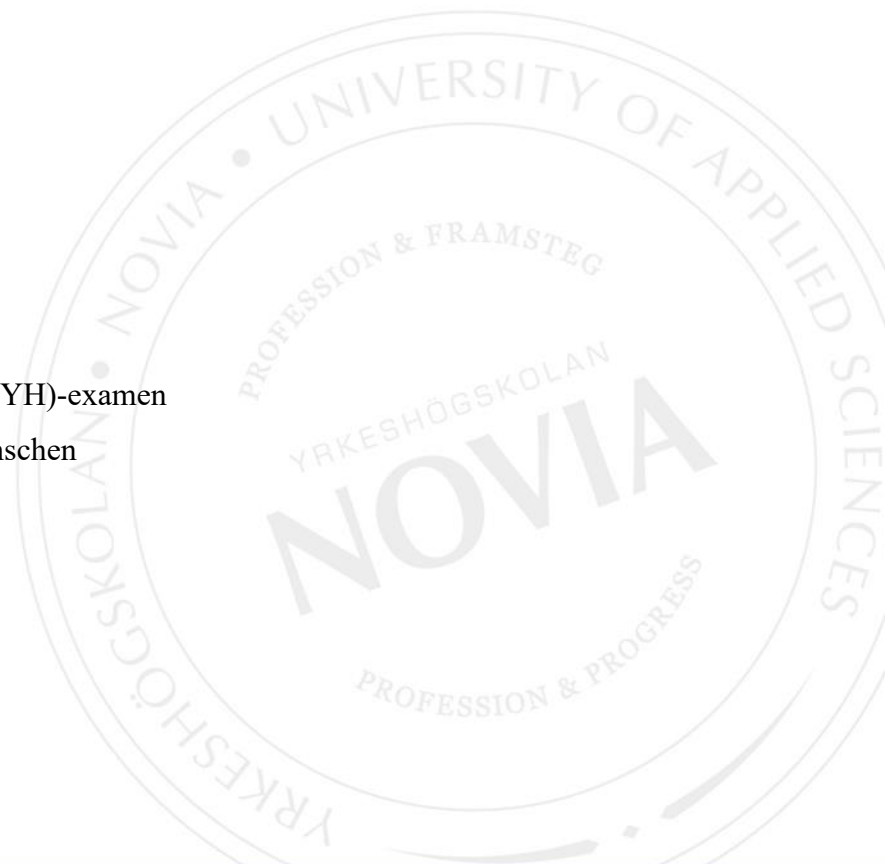


High Fashion the High Street way

- En praktisk studie om budgetanpassad stil

Julia Andersson

Examensarbete för Estenom (YH)-examen
Utbildningen för Skönhetbranschen
Vasa 2020



EXAMENSARBETE

Författare: Julia Andersson

Utbildning och ort: Skönhetsbranschen, Vasa

Handledare: Jaana Ylimartimo-Nybäck

Titel: High Fashion the High Street way - En praktisk studie om budgetanpassad stil

Datum Hösten 2020

Sidantal 27

Bilagor 0

Abstrakt

Syftet med detta examensarbete är att med budgetplagg återskapa designerlooks från catwalken och med detta visa att trendig stil inte är synonymt med möjligheten att köpa dyra designerplagg. Arbetet görs för att höja budgetkedjors värde bland branschmänniskor och modeintresserade. Frågeställningen i arbetet är; kan man återskapa en designerlook från A/W20 med budgetplagg? För det praktiska genomförandet av arbetet användes metoderna trendanalys, plocksida och bildanalys.

Resultatet visar att de trender som visas på designernas modevisning senare kommer att finnas hos budgetkedjorna. Budgetplaggen är inte nödvändigtvis exakta kopior av designerplaggen men det är möjligt att hitta liknande plagg. Skribentens tolkning är att om konsumenten ser ett intressant plagg på en designervisning så kommer det sannolikt att vara möjligt att hitta ett liknande plagg i budgetkedjorna inom en snar framtid. Budgetplaggen verkar inkorporera trenderna men i en lite mer nedtonad variant. Det är bra med tanke på att vissa trender har en kort livslängd och nedtonade trender ändå är mera tidlösa. Det betyder att den som köper en budgetkappa hösten 2020 säkert kommer ha användning av den flera säsonger.

Språk: Svenska

Nyckelord: budgetmode, designermode, stil, trender, A/W20

BACHELOR'S THESIS

Author: Julia Andersson

Degree Programme: Beauty and Cosmetics, Vasa

Supervisor: Jaana Ylimartimo-Nybäck

Title: **High Fashion the High Street way** – A practical study about budget-friendly style

Date Fall 2020 Number of pages 27

Appendices 0

Summary

The purpose of this thesis is to recreate designer looks from the runway with the help of budget-friendly garments and with this show that trendy style is not synonymous with the ability of buying expensive designer clothes. This is done to raise budget retailers' status among industry people and fashion enthusiasts. The research question is; can you recreate a designer look from A/W20 with budget pieces? The methods used to conduct this study are trend analysis, collage making and picture analysis.

The result shows that the trends that are shown by designers on their fashion shows will soon be available at the budget retailers. The budget garments are not necessarily exact copies of the designer pieces, but it is possible to find similar items. The writer's interpretation is that if a consumer sees an interesting designer piece on the runway, they will soon be able to find something similar at the budget retailers. The budget pieces seem to be incorporating the trends in a more toned-down version. That is good since some trends have a really short lifespan and the more toned-down it is, the more timeless it is. That means that a consumer who buys for example a winter coat in the fall of 2020, will most likely be able to reuse it season after season.

Language: Swedish

Key words: budget fashion, designer fashion, style, trends, A/W20

Innehåll

1. Inledning	1
2. Syfte och problemprecisering	3
3. Teoretisk grund	4
3.1 Mode	4
3.1.1 Budgetkedjor	5
3.1.2 Modesäsonger	6
3.2 Designers.....	6
3.2.1 Chanel.....	7
3.2.2 Celine	7
3.2.3 Louis Vuitton	8
3.2.4 Balenciaga	8
3.3 Modetrend	8
3.4 Personlig stil och modestyling	9
3.5 Modereportage	11
4. Tidigare forskning.....	11
5. Metoder	13
5.1 Trendanalys	13
5.2 Plocksida	14
5.3 Bildanalys.....	14
5.4 Undersökningens praktiska genomförande.....	15
6. Resultatredovisning och tolkning	16
6.1 Chanel	17
6.2 Celine	19
6.3 Louis Vuitton	21
6.4 Balenciaga.....	23
6.5 Sammanfattning	24
7. Kritisk granskning.....	25
8. Diskussion.....	26
Källförteckning.....	28
Bildkällor	30

1. Inledning

När jag var 4 år kom jag till dagis med min finaste julfestkjol. En skotsk-rutig veckad kjol med en vit skjorta. Daghemspersonalen tyckte nog jag var väldigt fin men undrade kanske varför jag kom så uppklädd en helt vanlig tisdag. Mamma hade väl försökt protestera, men jag var envisare. Jag visste redan då exakt hur jag ville klä mig, det var viktigt för mig och redan här väcktes det som skulle komma att bli mitt största intresse i vuxen ålder, nämligen kläder. Den gemensamma nämnaren i hela min garderob är budget. Jag såg nyligen på en av min favorit Youtubers. Rubriken på videon var High Street Haul. Vilket innebär att personen skulle visa upp sina senaste inköp från budgetkedjor. Jag var väldigt glad att jag skulle få inspiration och se hur en av mina största stil-idoler just nu har tänkt klä sig de närmaste månaderna. Länkar till alla plagg skulle finnas i beskrivningen av videon, så jag skulle t.o.m. ha möjlighet att köpa ifall något av plaggen faller mig riktigt i smaken. Videon sätter igång och besvikelsen känns stor när jag inser att hon inte menade budgetkedjor i min bemärkelse, utan istället menade märken snäppet under modehus. Ja, kläderna var väldigt fina, med när det rör sig om flera hundra euro för ett plagg är det utanför min räckvidd.

Som 13 åring skämdes jag över att ha kläder från budgetkedjorna, för i mitt högstadium var det status att ha märkeskläder. Det skulle vara Svea, J. Lindeberg, WESC och Paul Frank. Men uppvuxen i en familj med en ensamstående mamma och äldre syster var dessa kläder sällan en verklighet för mig. Jag minns ännu min hoodie från J. Lindeberg, och hur jag älskade den så mycket. Den var så fin, grå-grön färg med orange logga. Jag hade drömt om och tjatat i flera månader efter en JL hoodie. Jag var så glad och tacksam när mamma hade köpt den åt mig. Jag hade kunnat välja säkert fyra plagg istället för just den hoodien på någon av budgetkedjorna.

Jag önskar att ingen skulle känna så som jag gjorde då. Jag önskar jag kunde gå tillbaka och säga till mig själv att stil och att klä sig fint inte har någonting med kostnaden på plagget eller loggan plagget har. Det är alltså därför jag valt att skriva mitt examensarbete om det här ämnet. Syftet med denna studie är att återskapa catwalklooks med budgetplagg och genom detta visa att trendig stil inte är synonymt med möjligheten att köpa dyra plagg. Jag vill göra detta arbete för att höja värdet av budgetmode bland

branschmänniskor och modeintresserade. Jag kommer att välja ut fyra looks från fyra kända designers, analysera vilka av höstens trender som ingår i looksen och sedan återskapa dem på en plocksida med budgetplagg för att se om det är möjligt att uppnå samma stil på en budget. De designers jag valt är Chanel, Celine, Louis Vuitton och Balenciaga. Varför jag valde just Chanel beror på att det är nog det största och mest välkända designermärket i vår tid. Orsaken till att jag valde Celine är att det är ett av mina personliga favoriter. Jag har sett märket skrivas både Celine och Céline, men jag kommer att använda stavningen Celine då det verkar vara den mest allmänna stavningen. Louis Vuitton är även det ett av det mest allmänt kända märkena, jag tror att de flesta av oss känner igen deras ikoniska canvasprint, även de som inte är insatta i mode. Balenciaga upplever jag att har blivit otroligt populärt bland influencers, särskilt bland s.k. instagrammare och tänkte därför det skulle vara ett perfekt varumärke för denna undersökning, för att se om man kan kopiera stilen med budgetalternativ. Jag kommer endast se på kollektionerna för kvinnor.

I detta arbete kommer jag att använda vissa uttryck lånat från engelskan. Det väljer jag att göra eftersom det inte finns en svensk översättning som beskriver uttrycken lika bra som de gör på engelska.

2. Syfte och problemprecisering

Syftet med denna studie är att återskapa catwalklooks med budgetplagg och med detta visa att trendig stil inte är synonymt med möjligheten att köpa designerplagg. Arbetet görs för att höja budgetkedjors värde bland branskmänniskor och modeintresserade.

Problempreciseringen är:

1. Kan man återskapa en designerlook från A/W20 med budgetplagg?

3. Teoretisk grund

I detta kapitel förklaras begreppen mode, trender, designers och budgetkedja. Skribenten har valt att även förklara begreppen personlig stil, modestyling och modereportage för att det kan kopplas samman med en moderedaktörs jobb i skapandet av en plocksida till till exempel ett modemagasin.

3.1 Mode

Kawamura (2007) säger att mode är svårt att definiera exakt. Begreppet mode har haft olika betydelsenyanser genom historien. Innebörden har växlat för att passa sedvänjor och klädvanor som dominerat bland folk inom de olika sociala strukturerna. Ordet ger kläder mervärde, med de tillförda värdena existerar enbart i människors inbillning. Mode är alltså inte de synliga klädesplaggen utan osynliga element som innefattas i klädseln. Konsumenterna föreställer sig att de får extra värden när de köper modemässiga plagg. Det är svårt att precisera exakt vad dessa tillförda värden är. Exempelvis ger Paris som tillverkningsort just ett sånt här extra värde, men forskare har svårt att förklara varför. Oavsett vilken historisk period man talar om har modets föränderlighet varit dess mest centrala egenskap. Så varför förändras mode? En populär och förenklad åsikt idag är en överenskommelse mellan beklädnadsindustrin och affärsvärlden för att få konsumenterna att lägga ut mer pengar. Designers och affärsmän tvingar på konsumenterna nya moden för att stimulera marknaden och öka sin egen omsättning. Det kan mycket väl vara en förklaring ur ekonomisk synvinkel, men inte ur sociologisk. (Kawamura 2007, 20-23).

Mode är i konstant rörelse. Nya stilar introduceras på marknaden, de får popularitet genom att bli accepterade av fler konsumenter, plaggen når sedan mognad och tappar till sist sin acceptans hos konsumenterna. Denna process kallas Fashion Cycle (modecykel) och genom denna kan trendanalytiker och återförsäljare förutse acceptansen och livslängden på trender. Mode anses vara i ständig utveckling och sällan revolutionerande. Det betyder att det finns klara övergångar från säsong till säsong som blir en identifierbar modetrend (Eundeok, Fiore & Hyejeong 2011, introduktion). En annan central egenskap för mode anses vara ambivalens. Människors inställning till kläder har alltid varit ambivalent och det föreligger en principiell konflikt mellan betoningen av utsmyckning

och anständighet samt respektabilitet. Dräktkonventionerna försöker skapa balans mellan två motsägande syften; att sätta attraktiviteten i fokus och samtidigt skydda anständigheten. Nyhetsvärde är även en avgörande egenskap hos mode och en mycket högt värderad sådan. Men det som är nytt inom mode tycks ha en väldefinierad antropologisk funktion som härleds ur dess tvetydighet: modet är oförutsägbart och systematiskt, regelmässigt och okänt. Kawamura håller med Koenig (1973) i att mode till sitt innehåll visserligen alltid är en manifestation av sin tidsepok, med dess strukturella form som kontrollerat beteende inrymmer i sig vissa konstanter som från början bestämmer vad mode är. Förändring och nyhet är ju två av modets mest utmärkande egenskaper. Modet innehåller det vill säga kläderna är i ständig förändring, men mode som form förblir alltid intakt. (Kawamura 2007, 20-23)

I västländerna konfronteras konsumenterna med mode på en daglig basis. Men vad är mode? Det uppstår ett problem i vardagligt språk när begreppen mode och kläder blandas ihop. Begreppet *modern* kommer från latinska *modo* som betyder just nu. Men i vardagligt språk används ofta *modern* som en synonym för moderiktig, fashionabel. Det är detta som ger underförståelsen att mode ändras varje år. När det i själva verket är kläder som ändras, inte nödvändigtvis mode. Förändring är inte den främsta egenskapen hos mode, förändring kommer från det ekonomiska konceptet att förnya kläderna varje säsong utan att denna förnyelse nödvändigtvis blir accepterad av konsumenterna eller att en ny image har skapats. Att säsongvis förnya kläder skapar därför ett sammanhang av bristen på sammanhang. (Loschek 2009, 133-134)

3.1.1 Budgetkedjor

Budgetkedjor är kedjor som säljer kläder i en förmånlig prisklass (Griffiths 2016, 200) En kedja är en grupp affärer som ägs av samma företag eller koncern, som säljer samma linje av kläder runt om i landet eller världen. (Business dictionary) Kläderna är nödvändigtvis inte av dålig kvalitet, men på grund av den stora produktionsvolymen och försäljningen är kläderna inte exklusiva. Kläderna modehusen visar på catwalken kommer snabbt tolkas av budgetkedjorna. Budgetmode kan hittas i varuhus eller kedjor. Begreppet innebär alltså högklassig design som omtolkas för budgetinriktade konsumenter. (Arfin 2017)

3.1.2 Modesäsonger

Det sägs att det ända som är konstant i mode är att det konstant förändras från säsong till säsong (Lynch & Strauss 2007, 127) De dominerande säsongerna i mode är Spring/Summer och Autumn/Winter. (Bohdanowicz & Clamp 1994, 90) A/W är förkortningen av Autumn/Winter och säsongen i modekalendern är även känd som F/W (Fall/Winter). S/S är förkortningen av Spring/Summer kollektionen. (Griffiths 2016, 200-202) Visningen av A/W kollektionen, alltså höst och vinterkollektionen äger rum i redan i februari medan vår och sommarkollektionen, Spring/Summer visas i september. (Gordon 2015) Kollektionerna designas upp till ett år på förhand (Bohdanowicz & Clamp 1994, 90) vilket lämnar mycket tid mellan catwalk och butikshyllorna. Det här brukade vara av en enkel orsak, att modehusen skulle ha tid att ha sin visning och sedan skapa kommersiella klädkollektion enligt inköparens intresse. Det finns många faktorer som försvårar denna nuvarande modell, som påstås vara på grund av fast fashion, som påverkar modehusens förmåga att skapa. Om ett modehus visar upp en jacka på catwalken, kan den vara återskapad för ett lågt pris av en budgetkedja på två veckor eller mindre. Detta betyder att kopiorna når butikshyllorna innan originalet. Som ett svar på detta har modeindustrin adderat nya säsonger, Resort och Pre-Fall. (Gordon 2015) När försäljnings perioden för SS kollektionen är över är redan nästa designad och redo för catwalken. Många stora återförsäljare kräver att den första leveransen av SS kollektionen anländer redan i januari, så att kunder som letar fynd på vinterrea ska attraheras av de nya kollektionerna. (Bohdanowicz & Clamp 1994, 90) En kollektion är alltså en samling kläder skapade av en designer för en viss modesäsong. (Griffiths 2016, 200)

3.2 Designers

Ett berömt och välkänt varumärke som gör dyra kläder och accessoarer. (Cambridge Dictionary) En designer är en person som arbetar med att skapa originella kläder och accessoarer inom olika områden i modeindustrin. Somliga designers äger sitt egna företag, andra är anställda av ett märke för att ta fram deras kollektioner. Ett designer brand eller signature brand är när en designers namn används som namn på varumärket. (Calasibetta och Tortora 2003, 125) High end beskriver designerkläder som är gjorda med hög noggrannhet och sålda för ett högt pris. Haute couture är extremt dyra plagg,

producerade av en designer för individuella kunder. (Griffiths 2016, 201) En modevisning är en visning av designernas klädkollektioner. Kläderna visas oftast live på modeller på en catwalk eller scen och visningens mål är att introducera den kommande modesäsongens kläder. (Calasibetta och Tortora 2003, 155)

3.2.1 Chanel

Chanel specialiserar sig på haute couture, ready-to-wear, skönhet, parfym och lyxaccessorier. De är berömda för den lilla svarta (*little black dress*), No.5 parfymen och Chanel kostymen i tweed. (Forbes) Chanel rankas konsekvent som världens ledande lyxmärke. Det franska designer märket grundades 1910 av Gabrielle "Coco" Chanel. (Business of Fashion) Chanel Ready-to-wear AW20 inspirerades av friheten en ryttare känner av att känna vinden i håret. Den idén av frigörelse tolkades i en kollektion av oforcerade kvinnovänliga plagg. Kollektionen var inspirerad av ett fotografi från 1980-talet på Karl Lagerfeld och hans musa Anna Piaggi. Lagerfeld bar bland annat ett par stadiga ridstövlar som omtolkades i alla 72 looks i denna kollektion. (Bowles 2020)

3.2.2 Celine

Märket grundades av Céline Vipiana år 1945. Det var från början ett barnskomärke och expanderade de under 1960-talet till vuxenskor, accessoarer och kvinnokläder i form av en Ready-To-Wear Sportkollektion. Vipiana var ansvarig fram tills 1997 då designern Michael Kors blev utnämnd till märkets första Creative director. Kors lyckades att återuppliva märket som varit ett steg bakom övriga lyxmärken under 1980- och 1990-talet med Ready-To-Wear och accessoarkollektionerna. Phoebe Philo tog över som Creative director 2007 och möttes med beröm och märket är nu en ikon för minimalism och vuxenklädsel. (Dudbridge) Ready-To-Wear kollektionen AW20 visar en oförminskad version av nuvarande Creative director Hedi Slimanes passion för Parisisk bourgeoisie stil från 1970-talet. Han dedikerade kollektionen *a ma mère* (svenska: till min mamma) i sina show notes. (Mower 2020) Beaulove (2020) rankar Celine som det 19e mest populära lyxmärket online.

3.2.3 Louis Vuitton

Louis Vuitton är världens mest värdefulla lyxmarke. Produkterna inkluderar lädervaror, handväskor, trunkar, skor, klockor, smycken och accessoarer. De flesta av varorna är utsmyckade med LV monogrammet. (Forbes) Beaulove (2020) rankar Louis Vuitton som det andra mest populära lyxmärket online. Aw20 Ready-To Wear kollektionen beskrivs av creative director Nicolas Ghesquière som att han ville föreställa sig vad som kunde hända om det förflutna kunde se oss. (Phelps 2020)

3.2.4 Balenciaga

Balenciaga är en av mode världens mest eftertraktade märken. Märkets närvaro i gatubilden och stora följarskara på sociala medier har rönt en global fanbase som kan vara svår att förena med ett 100 årigt företag. Cristóbal Balenciaga startade sitt första modehus 1917 som då hette Eisa. 1937 öppnade han House of Balenciaga i Paris. (Walsh, 2019) Hanbury (2019) rankar de hetaste lyxmärkena i världen just nu och Balenciaga kommer på en tredje plats. På modevisningen för Ready-To-Wear AW20 så gick modellerna på vatten på catwalken. Creative director Demna Gvasalia beskriver det som den svartaste showen han någonsin gjort. (Mower, 2020)

3.3 Modetrend

Riktningen som stilar, färger, material och design tenderar att förändras i. Modetrender påverkas ofta av politiska händelser, filmer, personligheter, dramas, sociala och sportevent. (Calasibetta och Tortora 2003, 155-156) Termen trend används ofta som synonym till termen mode. Journalister använder ofta orden fashionabel och stylish som om det vore samma sak. Stil förvirras också ofta med design. (Eundeok, Fiore & Hyejeong 2011, 1) Modetrend är den generella riktningen som mode utvecklas eller förändras. (Griffiths 2016, 202) Till exempel, om ett modemagasin skriver att ”fuskpäl är en trend” betyder det att designers har visat fuskpäl jackor eller detaljer på catwalken, detaljhandeln har börjat introducera fuskpäl i sina kataloger och affärer och vissa fashion-forward konsumenter bär fuskpäl plagg. (Eundeok, Fiore & Hyejeong 2011, 1)

3.4 Personlig stil och modestyling

I boken *Säker stil* inleder von Sydow & de Poret (2015) med att ge sina 10 budord för säker stil. I budorden får läsaren råd som, självförtroende är din bästa accessoar och att aldrig sluta inspireras. Inspireras av trender men följ dem inte slaviskt. Det är viktigt att lära känna sig själv och sin kropp. Det är viktigt att själv fundera ut vilken färg man blir glad av, vilka skärningar som sitter bäst och vad som framhäver sin kropp på bästa sätt. Det är viktigt att köpa rätt storlek och ordentligt prova ett plagg innan köp, eftersom ett bekvämt plagg alltid vinner över det som ser som snyggast ut på galgen. Säker stil kommer inte av impulsköp, det finns inga genvägar utan det krävs kunskap, intresse och tid. De påminner om vikten av att ha en välplanerad basgarderob där funktion, bekvämlighet och glamour alltid ligger nära till hands. (Sydow & de Poret 2015, 15). Stylisten och författaren till *Style A to Zoe* Rachel Zoe (2007) inleder med att svara på frågan Varför glamour? - Varför inte? Visst, mode eller skönhet och andra estetiska ting kommer inte att rädda världen, men livet är för kort för att inte bry sig och inte ta några risker! Glamour och stil gör allting mycket mer elektriskt och engagerande. För när man tänker på det kan vi människor inte få nog av Hollywoods stil ikoner, de gamla och de nya. Hur människor konsumerar historier och bilder av de karismatiska karaktärerna som ses i glossiga modemagasin eller gamla biografier. Glamour kan komma som en liten hint, som ett par oversized solglasögon eller så kan det komma som en icke ursäktande bländande rad med guld skinande armband på en brunbränd arm. Eller så kan det komma i form av en informell chic middag med dina närmsta vänner på din favoritrestaurang. Det handlar inte om mode, det handlar om stil! Zoe beskriver glamour i sin bok som en ren livsstil. (Zoe 2007, 2-3) En personlig stylist hjälper privatpersoner att uppdatera garderoben själv eller i sällskap av kunden, eller genom att gå igenom den befintliga garderoben och plocka ut plagg och skapa nya stilhelheter av dem. En personlig stylist är som en rådgivare när det kommer till kläder och nya trender. (Griffiths 2016, 17-18)

Styling är den relativt okända konstformen att manipulera och kontrollera de fysiska elementen i ett fotografi. En bra stylist är en kreativ och organiserad person. Idag vet allt fler om detta bakom kulisserna jobb eftersom man kan läsa om kändisstylisterna i diverse modemagasin och det har blivit drömjobbet för många unga vuxna. Stylistyrket har fått en väldigt glamorös image, men det är inte helt korrekt. Kunskap och förståelse för

fotografi, grafisk design och marknadsföring är viktigt för att bli en framgångsrik stylist. Jobbet innebär långa arbetsdagar med fysiskt tungt arbete. Utförlig organisering samt företagsledning är lika viktigt som kreativitet för en stylist. Målet med styling är att få fotografiet se ostylat ut. (Cox 2012, 3) Till stylistens uppgifter under en modeplåtning hör att se till att kläder och accessoarer sitter som de ska, hålla ihop stilen och känslan, godkänna kläder, hår och makeup, ansvara över klädbyten och se till att modellen har det bra under hela plåtningen. (Påhls 2017)

Modestyling är ett mycket brett begrepp. På grund av en fascination av mode och accessoarer är många stylisterna dragna till modedefotografering och de måste ha förkärlek för mode och att skapa nya looks. En moderedaktör analyserar de kommande trenderna och stilarna och skapar sedan modereportage. Moderedaktören kan jobba med reklam genom att marknadsföra en produkt eller genom att skapa en stämning. Den största delen av frilansande stylisterna jobbar med kataloger och att skapa looks kunderna kommer vilja köpa. Den största skillnaden mellan kataloger och modereportage är att kataloger direkt säljer en specifik produkt och modereportage marknadsför en stil. Styling i modemagasin verkar vara det friaste och mest kreativa området av styling. (Cox 2012, 79-80)

I vilken ordning man väljer kläder till en plåtning varierar från jobb till jobb. Det beror på vad som ska vara i fokus, ska det till exempel vara ett plagg, en accessoar, en känsla eller en färg. Utgående från en mood board samlar stylisten ihop kläder och accessoarer och är kläderna det som ska vara i fokus börjar man med att välja outfit och sedan välja accessoarer för att komplimentera. För att se helheten kan det vara bra att hänga upp kläderna på en gallervägg eller lägga ut dem på golvet för att se helheten. Stylisten bör förbereda kläderna inför fotografering. Alla plagg bör strykas eller ångas, lösa trådar klipps bort och damm och ludd tas bort med en tejprulle. Skor och accessoarer putsas för att bilden inte ska behöva retuscheras. Genom att analysera plaggens form kan stylisten avgöra hur plagget framhävs på bästa vis, bör modellen till exempel sitta, stå, ligga, snurra eller hoppa för att framhäva det. När modellen är klädd kontrollerar stylisten att plaggen sitter bra. (Påhls 2017) Om en jacka eller överdel sitter för löst så kan man använda klämmor eller säkerhetsnålar, beroende på material, i ryggen för att få plagget att se mindre ut från framsidan. BH-band bör aldrig synas på bild och särskilt linnetyg och kostymbyxor bör alltid strykas. (Griffiths 2016, 173-174)

3.5 Modereportage

Ett modereportage, på engelska editorial, är 6-8 sidor med bilder på en modell eller kändis fotograferade för ett modemagasin. På engelska även känt som spread eller story (Griffiths 2016, 201-202) Modereportage görs för publikationer så som modemagasin och berättar en historia. Modereportaget handlar inte enbart om kläderna utan att skapa en känsla och situationer kläderna kunde användas i. (Sheeba Magazine 2015) Till skillnad från kataloger som säljer en specifik produkt säljer alltså magasin en stil, moderedaktören fångar läsarens intresse med kläder som finns tillgängliga att köpa på marknaden. (Cox 2012, 79)

4. Tidigare forskning

I detta kapitel redogör skribenten för tidigare forskning inom relaterade ämnen. Informationssökningen är gjord på portalen ProQuest, i sökmotorn Google och i modemagasinen ELLE Sverige, ELLE UK, Damernas Värld.

Satran (2020) beskriver i Wall Street Journal säsongen som överskuggad av det inkräktande coronaviruset. Många designerns visade looks fokuserade kring skydd, kläderna har som avsikt att skydda oss, är det sen mot stigande havsvatten, en sjukdom eller den typiska november kylan. De flesta av dessa looks var designade långt innan Covid-19 började spridas och kan därför inte ses som ett förutspående.

Grothén (2020) ser att det stod klart efter modeveckan i Milano att fransar på plaggen är bästa sättet att kicka igång hösten med. Fransarna är denna säsong uppdaterade och handlar om smarta accenter, så som en oväntad frans på en ulljacka eller på läderväskan.

Crompton (2008) skriver i sin artikel om skillnaden på designer och budgetkedja att köpet av designer skulle idealt sett bara handla om design men ser att det enbart är ett av tre värden. De andra två värdena är branding och kvalitet. Att köpa designer för kvalitet och hantverk är mera rationellt än för branding. Designermärken kommer att ha bättre kvalitet men skillnaden kommer inte vara så jättestor, eftersom många märken kan ha produktion

i samma fabrik. Design har värde när den är unik. Genom att tänka igenom dessa värden kan man avgöra om det är rätt eller inte att köpa design eller budget.

Klang (2020) tittar på vad Skandinaviska designers visade upp på modeveckan i Köpenhamn, där fokuset var hållbarhet. Svenska designer märket Rave Review använde i sin kollektion bara återanvända tyger från möbler och andra textilier. Andra starka trender var helsvart, konstinspirerad, lila och rutigt.

De Casparis och McAlpine (2020) såg nya tolkningar av skoluniformen på catwalken AW20. Från Prada där modellerna bar mismatchade slipsar och Rokh som gjorde en Hogwarts-gone-high-fashion till Dior som visade upp moderna Blair Waldorfs i starka monokroma looks med silkiga hårband.

Norville (2020) beskriver statement kragen som en av sina favorit trender för säsongen. Broderade, rufsiga abstrakta stilar och skarpa, överdrivna former som kräver uppmärksamhet. Kragar ger en outfit det lilla extra och med så många varianter att välja på AW20 kommer nästan alla hitta en som passar deras personliga stil.

Hellström (2020) skriver om den heta skotrenden, midiboots. En kortare stövel som har spetsig tå och gärna också en liten upplyftande klack. Trenden syns på både catwalken och i gatubilden och den bekväma klackhöjden gör att de passar till såväl fest som vardag.

Crompton (2008) beskriver att konsumenter väljer designer framom budget på grund av uppfattningen att det är bättre kvalitet och design men även på grund av branding. På modeveckan i Köpenhamn var temat enligt Klang (2020) hållbarhet och Satran (2020) beskriver modesäsongens plagg som försöker skydda oss och att säsongen är överskuggad av det inkräktande coronaviruset. Trenderna som sågs på catwalken var enligt Klang (2020) helsvart, inspirerat av konst, färgen lila, rutigt mönster, Norville (2020) beskriver statement kragen som en stark trend, Hellström (2020) beskriver trenden midiboots, Grothén (2020) beskriver fransar som en stor trend och De Casparis och McAlpine (2020) beskriver en ny modern version av skoluniformen.

5. Metoder

För det praktiska genomförandet av arbetet användes datainsamlingsmetoderna trendanalys och plocksida. För att redovisa ett resultat användes dataanalysmetoden bildanalys.

5.1 Trendanalys

Eundeok, Fiore & Hyejeong (2011) hänvisar till Sproles & Burns (1994) som säger att förutspå trender är både en konst och en vetenskap. Det är en konst eftersom det handlar om intuition, bra omdöme och kreativitet. Det är också en vetenskap eftersom analytikerna använder analytiska koncept och modeller för att förutse kommande trender. (Eundeok, Fiore & Hyejeong 2011, 49) För att hitta trender och mönster behöver man ha ett öppet sinne och förmågan att inte dra förhastade slutsatser. När man vet någonting är man inte öppen för nya idéer och perspektiv, därför är en trendspanares kunskap per definition föråldrad. (Lindkvist 2010, 14) Teknologiska uppfinningar så som internet och fast fashion har påskyndat modets föränderlighet. År 1998 var den förväntade livslängden för en trend ungefär ett år medan det år 2003 endast var några månader eller till och med veckor. På 2010- talet är det ännu kortare, varje vecka eller var annan vecka presenteras och adapteras nya stilar. De här snabba förändringarna i modet gör trendanalysering betydligt svårare. Den så kallade short-term forecasting som förutspår trender ett till två år i framtiden fokuserar på nya produkter, särskilt färger, textilier och stil. Stora influenser för kommande mode är konsumenters livsstil, kulturella värderingar och mångfald, trender inom konst och populärkultur. Teknologiska uppfinningar och utveckling kan komma att påverka konsumenternas efterfrågan av mode. Internet och globalisering har gett klädföretagen möjligheten att skapa omedelbara designerkopior för ett billigt pris, så trendcykeln har snabbats upp. När en stil syns på catwalken blir den ofta snabbt tolkad och är till försäljning av alla prisklasser. (Eundeok, Fiore & Hyejeong 2011, 49-52) Information om nya trender kan fås av trendanalysföretag som kan ge information om marknaden, konsumenterna, globala trender, street style, rapporter från catwalken, nyckelplagg, designidéer, färger och material (Griffiths 2016, 98)

5.2 Plocksida

Plocksida är ett uppslag i en tidning där moderedaktörer rekommenderar olika plagg och accessoarer. Att komma med på en plocksida är mycket tacksamt för ett märke, för då brukar produkten få mycket uppmärksamhet och sälja bra. (Ljung, 2015) Lacis och Sandahl (2013) definierar plocksida som en sida där redaktionen valt ut bilder på produkter som de vill tipsa om. Lacis och Sandahl skiljer på plocksidor från modereportage genom att säga att modereportage är till för att inspirera och att plocksidorna oftast har produktens pris med i produktinformationen. (Lacis & Sandahl 2013, 39, 55) En plocksida, eller på engelska collage, är ett snabbt och enkelt sätt att uttrycka sig artistiskt. Det finns inga strikta fasta regler över hur man ska göra när man skapar en plocksida. En fantastisk plocksida kan skapas av två bilder eller tusen, med två- eller tredimensionella bilder, analogt eller digitalt. (Dajska, 2012) Att layouta sidan innebär att sätta samman alla bilder på plagg, accessoarer, rubrik, ingress och bildtext på snyggast möjliga sätt. (Arnell, 2014)

5.3 Bildanalys

Det är inte tillräckligt att registrera, benämna och karakterisera bildens enskilda element, utan det krävs en djupdykning i bilden som helhet, på jakt efter ett budskap eller mening. Tolkningen sker av bilden i helhet, de enskilda delarna står i förhållande till varandra som komponenter i den visuella historien. (Borgersen & Ellingsen 1992, 19) Tolkningen ska grundas på bilden i sig, hur den framstår i samband med inre struktur och sammanhang. (Sjölin 1993, 105) En bildtolkning är en utläggning som med ord beskriver den inlevelse och arbetsprocess och argumenterar den förståelse för bilden som kommit som resultat av analysen. (Cornell, Dunér, Millroth, Nordström & Roth-Lindberg 1988, 318) Denotation innebär fakta om och beskrivning av bilden. Bilden ska beskrivas så ingående som bara är möjligt. Denotationen tar reda på var bilden publicerats, är det t.ex. i en dagstidning eller fotoutställning, på en hemsida eller i en bok t.ex. Vad är det för typ av bild, är det en reportagebild, konstbild eller reklambild? Vilken teknik som har använts, vilket innefattar om bilden är redigerad, retuscherad, är det ett collage o.s.v.? Vad skildras på bilden och hur är bilden tagen med vinkel, skärpa, fokus, ljus och färg. Den beskriver hur bilden är komponerad med horisontella, vertikala och diagonala linjer samt eventuella

personers utseende och ålder. Hur stor del av bilden de olika komponenterna tar, var de är placerade och vart blicken dras. Bakgrunden och eventuell text ska också beskrivas. Konnotation är vår egna tolkning av bilden. Hurdan stämning är det i bilden, är den lugn, livlig, rolig eller upprorisk. Vilka tankar och associationer som väcks av att se bilden och vad i bilden det är som ger just den upplevelsen. Varför är bilden intressant och för vem eller vilka som bilden är avsedd för. Vem har gjort eller beställt bilden, är det en reklambild, ett företag eller en konstnär. Vilket syfte har bilden och åsikt om bilden. Konnotationer är svårare än denotation eftersom svaren inte hittas direkt i bilden utan i betraktarens egen hjärna. Det är enbart den egna fantasin som styr och utvecklar processen, därför kan konnotationsbanorna bli i princip hur långa som helst. Människan kan låta tankar och känslor sträcka sig bortom det som kan ses med ögat. (Arvidsson 2015-2020)

5.4 Undersökningens praktiska genomförande

Skribenten valde ut fyra designers, Chanel, Celine, Louis Vuitton och Balenciaga. Alla designers är stora och välkända. Chanel och Louis Vuitton valdes på grund av att de är de största designerna. Celine är skribentens personliga favorit designer och Balenciaga valdes på grund av att det blivit så populärt på sociala medier de senaste åren. Skribenten tittar på modevisningarna från de fyra utvalda designerna och väljer ut den look som skribenten själv ser som mest tilltalande. Skribenten analyserar vilka aktuella trender som ingår i looken och använder sig sedan av internet för att hitta budgetversioner av plaggen och accessoarerna. Vid valet av budgetplaggen prioriteras siluett, färg, material och till sist detaljer. Vid specifika fall kan andra urvalskriterium komma till, det tas i såna fall upp i resultatet. Varje look har några nyckelplagg vilka plocksidan är gjord utgående ifrån. För att skapa layouten av plocksidan använder skribenten Adobe InDesign. Plocksidan är ett collage med de budgetplagg som skribenten valt ut för att återskapa designerlooken. Modevisningsbilderna är publicerade på vogue.com och är tagna för dokumentation av modevisningen. Bilderna verkar inte vara redigerade eller retuscherade. Det är enbart modellen på mitten av bilden som beaktas. Skribenten skapar en helhet av modevisningsbilden till vänster och plocksidan till höger för att kunna redovisa resultatet av arbetet.

6. Resultatredovisning och tolkning

Resultatet är uppdelat i en generell sammanfattning av tolkningar som stämmer för alla looks och sedan varsin underrubrik per designerlook skribenten återskapat med de specifika resultatet just för den looken. I resultatet visar skribenten upp den utvalda catwalk looken och till höger om looken syns plocksidan som skribenten skapat. Skribenten beskriver vilken trend som kan ses i looken. Skribenten gör bildanalys av catwalk bilden och plocksidan. Skribenten beskriver alla plagg i designerlooken och beskriver vilka nyckelplaggen är. Skribenten förklarar sedan plocksidan plagg för plagg, vilka urvalskriterierna varit och tanken bakom varför just dessa budgetplagg valdes. Dessa textstycken är markerade med samma nummer som plagget har på plocksidan för att det ska vara enklare att hitta informationen om rätt plagg i texten. Skribenten beskriver på vilket sätt budgetplaggen på plocksidan skiljer sig från catwalk lookens plagg. I en egen underrubrik ger skribenten eventuella styling tips och ger sin egen tolkning av resultatet. I rubrik 6.5 sammanfattar skribenten resultatet.

Generellt resultat

Resultatet som skribenten redovisar i detta kapitlet tyder på att de trender som visas på designernas modevisning senare kommer att finnas hos budgetkedjorna. Budgetplaggen är inte nödvändigtvis exakta kopior men det är möjligt att hitta liknande plagg. Så som Arfin (2017) beskriver så har budgetkedjorna snabbt tolkat kläderna som designers visat på catwalken. Gordon (2015) beskriver att det endast behöver ta två veckor eller mindre för budgetkedjorna att återskapa plagg som designers visat på catwalken. Så man kan se att precis som Eundeok, Fiore & Hyejeong (2011) skriver, att en trend är en trend när designers har visat trenden och budgetkedjorna har anammat och introducerat den så att de första fashion-forward konsumenterna kan börja bära trenden.

6.1 Chanel



Bild 1. Chanel (Alessandro Lucioni, 2020. Vogue.com)

Trenden i denna look är midiboots, precis som Hellström (2020) skriver om. På mitten av bild 1 ses modellen som går på catwalken. Till vänster om modellen syns armen av en annan modell som inte beaktas. Modellen är i fokus och bakgrunden är suddig. Catwalk bilden och plocksidan sida vid sida ger ett lugnt och organiserat intryck. Layouten på plocksidan gör att plaggen bildar en imaginär rektangel och känns därför organiserad. Bilden är intressant för att ögat dras mellan de två olika bilderna som bilden består av, fokusen förflyttas plagg för plagg, ögat ser kappan – kappan, shorts – shorts, bälte – bälte o.s.v. Modellen på bild 1 bär en lång, svart kappan. Kappan har stora slag och kan ses som en variant på trenden statement krage (Norville, 2020). Materialet ser vävt ut, har en glatt och slät yta och har gulddetaljer. En cropped skjorta, i krispig bomull. Skjortan är croppad i en triangelform framtill. Skjortan har hög halslinning men ingen krage. Skjortan har gömd knäppning framtill och veckad tygdetalj bredvid knäppningen. Shortsens är en avklippt variant av kostymbyxan. Shortsens är högmidjade och längden slutar ovanför låren. Guldbältet är en pansarkedja som bryts av med fyrkanter med små stenar runt en stor sten. Framtill finns en rund platta med en stor sten och på den Chansels CC logo.

Likadana fyrkanter sitter fast i den runda även ovanför och nedanför. Strumpbyxorna är en tunn denier med detaljer i mörkare denier som är Chanel's CC logo i ett jämt utspritt mönster. Stövlarna är midiboot modell (Hellström, 2020). Stövlarna är i svart läder med detaljer i brunt läder. Stövlarna har rundad tå och skaftet är brett och pösigt. Uptill har stövlarna en nedvikt flik i brunt läder. Nyckelplaggen i denna look är kappan, shortsens och stövlarna.

1.1 Urvalskriterierna för kappan var främst siluett och färg och skiljer sig därför lite i material och detaljer. Budgetkappan är lik designerkappan i siluett och färg. Kappan är lång och går till halva vaden. Budgetkappan har en mera luddig yta och saknar de guldiga detaljerna. Budgetkappan har mindre slag och är därför lite mindre trendig och lite mera tidlös. 1.2 Budgetbältets urvalskriterier var färgen guld och materialet metall. Budgetversionen skiljer sig genom att ha dubbla pansar kedjor i stället för enkel pansar kedja. Budgetversionen har även lite mindre detaljer. Bältet ger ändå samma intryck utan att vara en direkt kopia. 1.3 Urvalskriterierna var siluett, färg men även material. Budgetshortsen är lika i siluett, färg och material. Budgetshortsen har lite längre byxben och har ett pressveck framtill. 1.4 Stövlarnas urvalskriterier var färg och detaljer. Designerstövlarna är så speciella med sig nedvikta del framtill. Budgetstövlarna skiljer sig i material då de är i en konstgjord mocka medan designerversionen är i läder. Budgetstövlarna är även helsvarta och saknar bruna detaljen på den nedvikta delen. 1.5 Budgetblusens urvalskriterier var färgen och detaljerna. Siluetten är mycket olik då designerblusen är en crop top och budgetblusen är lång. I det här fallet prioriterades de vikta tygdetaljerna framtill och knappen under halsen först fram om siluetten för att skribenten ansåg att det gav en mera lik look och är lite mera användbart då det många gånger inte är passande att bära crop top, t.ex. i en kontorsmiljö. Så som Sydow & de Poret (2015) beskriver så bör man inspireras av trenderna och inte följa dem slaviskt. 1.6 Urvalskriterierna för strumpbyxorna var färg, material och detaljer, strumpbyxor har ju ingen tydlig siluett. Av upphovsrättsliga skäl kan inte budgetkedjor kopiera Chanel's CC logo rakt av, men budgetstrumpbyxorna är utsmyckade med små hjärtan. Det här ger en mycket lik effekt och är en mycket bra budgetversion.

Styling-förslag och skribentens egna tolkning

Kappan kan stylas oknäppt för att efterlikna designerlooken. Budgetstövlarna har lite högre skaft, genom att styla dom så att skaften lämnas lite nerhasade kan man uppnå en modell mer lik midibootsen. Blusen kunde till exempel sys om för att få den croppad om det önskade resultatet är en crop top. För att undvika permanenta förändringar kan den stylas till exempel så att den undre kanten vikts upp under bh-kanten eller med hjälp av ett bälte för att croppa den.

I sin helhet lyckades försöket att återskapa designerlooken på en plocksida med budgetplagg bra. Looken är mycket lik, trots att ingen av plaggen är exakta kopior. Designerlooken är lite mera trendig medan budget looken är lite mera tidlös. Det betyder att kunden som köper budgetjackan antagligen kommer vilja använda den fler modesäsonger på grund av sin mer tidlösa design.

6.2 Celine



Bild 2. Celine (Alessandro Lucioni, 2020. Vogue.com)

Trenden i denna look är statement kragen som Norville (2020) beskrev som en av sina favorittrender för säsongen. Stämningen i catwalkbilden är höstlig och varm. Stämningen

på plocksidan är också höstlig. Bilderna tillsammans är mycket intressanta för vid första anblicken ser plaggen på modellen och plaggen på budgetsidan väldigt lika ut. Ju längre ögat ser, desto mer detaljer upptäcker det. Efter en stund upptäcker man att plaggen inte alls är kopior av varann som vid första anblicken. I mitten av bild 2 syns modellen rakt framifrån. Lite av en annan modell syns i bakgrunden som inte beaktas i denna look. Catwalken har ljust golv och en mörk bakgrund med ljusslingor. Modellen går på catwalken och bär en knälång svart läderkappa. Kappan har stora slag och är enkelknäppt med guldknappar. Guldknapp detaljen syns även vid handleden. Kjolen modellen bär är en skater skirt i brun sammet. Kjolen är hög i midjan och ovanför knälång. Blusen är småblommig på en svart bakgrund. Blommorna är vita, gröna, lila, röda och gula. Under blusen sticker en stor statement krage fram, som Hellström (2020) beskrev. Accessoarerna är en vit kuvertväska, ett guldarmband och ett par klackskor. Klackskorna har en liten plåtå, stängd tå, ankelband och liten klack. I en gråsilvrig nyans och i ett satinlikt material. Modellen bär även strumpbyxor som skribenten inte tagit med på plocksidan då de är en så klassisk modell som en budgetversion inte behöver letas efter. Nyckelplaggen i denna look är kappan, kragen och blusen.

2.1 Urvalskriteriet för budgetkappan var att materialet skulle vara konstläder. Celine kappan i läder är så specifik för hela looken. Budgetversionen är i konstläder och i svart, den har annorlunda design då budgetjackan är omlott och utan gulknappar. Det ger ändå samma effekt till looken. 2.2 Blusens främsta urvalskriterium var färgerna och mönstret. Färgerna och mönstret på budgetblusen är mycket lika designerversionen. Det syns inte om blusen på designerlooken har lång eller kort ärm. 2.3 Kjolen urvalskriterium var siluett och färg. Budgetversionen av kjolen är i en konstgjord mocka medan designerkjolen är i sammet. Det är inte en perfekt match men ger ändå samma stämning. Budgetkjolen har en extra detalj med sömmen som går över horisontellt men är i likadan skater skirt modell. 2.4 Kragens urvalskriterium var färgen och storleken på kragensnibbarna. Önskvärt skulle varit att få in en krage med större kragensnibbar likt designerlooken. På grund av att blusen 2.2 som valdes har kort ärm valde skribenten istället för att välja en hel skjorta att enbart ta med en löskrage på plocksidan. Kragen förlorar sin trendighet men vinner i användbarhet och tidlöshet istället. 2.5 Guldarmbandets urvalskriterium var färg och modell. Därför valdes budgetarmbandet för sin enkla form och gulddiga färg precis som på Celines modell. 2.6 Skornas urvalskriterium var matchande färg, stängd tå och vristband. Budgetversionen av skorna

har ingen plåtå så som designerskorna har. De är olika nyanser med budgetskorna som mera beige och designerversionen som mera grå. Stängd tå prioriterades framom plåtå för om strumpbyxor ska bäras ser det snyggare ut med stängd tå. 2.7 Väskan kriterier för budgetversion var färg och form. Budgetversionen är en stor kuvert väska lik designerversionen. Budgetväskan kommer med ett axelband och kan även bäras över axeln för att få händerna fria.

Styling-förslag och skribentens egna tolkning

Antingen kan budgetkappan stylas genom att ta bort midjebältet helt eller knyta rosetten på ryggen istället för magen så den kan bäras öppen. Återskapandet av looken lyckades mycket bra och trots att ingen av plaggen är exakta kopior så är looken ändå mycket lik.

6.3 Louis Vuitton



Bild 3. Louis Vuitton (Isidore Montag, 2020. Vogue.com)

Trenden som syns i denna look är rutigt som Klang (2020) såg på modeveckan i Köpenhamn. I bild 3 är catwalken som modellen går på är i en grå träton och bakgrunden

är svår att urskilja på grund av litet skärpedjup i bilden som gör bakgrunden suddig. Bakgrunden är dock i sin helhet mörkare än förgrunden och det gör att modellen verkligen sticker ut. Stämningen i bilderna är ganska allvarlig och lite kall. Den känslan får skribenten på grund av de dova färgerna. Det mest intressanta i bild 3 är definitivt den silvriga scarfen som tyvärr inte återfinns i plocksidan. Modellen i bild 3 bär en rutig kavaj. Kavajen är enkelknäppt, utan slag och med markerade axlar. Den vita t-shirten är v-ringad och lösare modell. Byxorna är en rak modell, stiftrandig på en mörkblå bakgrund och längs med sidorna har de en tjockare röd rand. Stövlarna ser ut att vara svarta och plåtå, de syns inte så bra på bilden. Accessoarerna är ett långt flerradigt halsband i silver, en silverscarf och ett metallbälte. Nyckelplaggen är silverscarfen, kavajen och byxan.

3.1 Urvalskriteriet för kavajen var siluett, mönster och färgskala. Budgetkavajen matchar bra när det gäller mönster och färgskala. Budgetkavajen är dubbelknäppt istället för enkelknäppt och har slag istället för helt utan slag som på designerkavajen. 3.2 Urvalskriteriet på t-shirten var färg och siluett. Budget t-shirten är en vit V-ringad modell precis som på designerlooken. 3.3 Urvalskriteriet för halsbandet var färg och siluett. Budgethalsbandet är i en silvrig metall och är treradigt istället för tvåradigt som på designerlooken. Budgethalsbandet är även lite kortare men ger i sin helhet samma intryck. 3.4 Kriteriet för stövlarna var färgen samt plåtå. Budgetstövlarna är svarta Chelsea boots med plåtå. Budgetstöveln passar in i trenden midiboots (Hellström, 2020). Det är dock omöjligt att de hur högt upp stövlarna på modellen går. 3.5 Urvalskriteriet för scarfen var färg. Budgetversionen har en silvrig tråd genom tyget men saknar tyvärr den starkt silvriga effekten. 3.6 Urvalskriteriet för bältet var färg och materialet. Budgetbältet är en silvrig metall kedja i pansarmodell. Bältet är mycket likt designerversionen. 3.7 Byxornas urvalskriterium var siluett och färg/mönster. Budgetbyxorna är en rak modell men lite bredare byxben. Vid valet av byxorna var det viktigt att de skulle ha samma färg och vara randiga likt designerversionen. Budgetbyxorna saknar dock den röda randen ned längs med sidorna.

Styling-förslag och skribentens egna tolkning

Kavajen skulle stylas oknäppt som att göra t-shirten under synlig. Scarfen skulle stylas genom att hänga den över nacken och låta hänga rakt. Bältet stylas precis som på modellen vid höften ovanpå t-shirten.

Återskapandet av looken lyckades bra. Scarfen är det enda som sviker den här looken. De andra plaggen är bra budgetversioner som har sina likheter men som ändå inte är exakta kopior.

6.4 Balenciaga



Bild 4. Balenciaga (Alessandro Lucioni, 2020. Vogue.com)

Trenden som syns i designerlooken är helsvart som Klang (2020) beskrev som en av de starka trenderna på modeveckan i Köpenhamn. I mitten av bild 4 syns modellen som går på catwalken. Catwalken är täckt med vatten som plaskar när modellen går. Både golvet och bakgrunden är mörk vilket gör att modellen sticker ut trots att modellen bär en helsvart look. Stämningen i catwalkbilden är mörk och murrig. Bilderna är intressanta då de i stort sett är svartvita. Modellen bär ett matchande set av en stickad tröja och kjol. Tröjan och kjolen är båda lite oversized. Tröjan har en hög krage och långa ärmar. Tröjan går ner till höften, kjolen är midi length och går alltså till mitten av vaden. Stövlarna är högblanka. Det syns inte hur höga skaft stövlarna har. Handväskan är en större modell och från sidan sett oval. Väskan har en axelrem och detaljer av metall. Nyckelplaggen i looken är setet med tröja och kjol.

4.1 Urvalskriteriet för tröjan var siluett, färg och material. Budgettröjan matchar alla tre kategorier. Tröjan bör även matcha kjolen i 4.4. Budgettröjan har en dubbelvikt krage istället för en enkel. 4.2 Väskans urvalskriterium var den runda formen från sidan, färgen samt metall accenterna. Budgetväskan har samma form och färg. Budgetversionen har liknande metall detaljer. Axelremmen på budgetväskan är smalare än på designerversionen. 4.3 För stövlarna var urvalskriteriet färgen och det högblanka materialet. Eftersom kjolen modellen bär är lång så syns det inte helt hur höga skaften är men i alla fall över mitten på vaden eftersom det är där kjolen slutar. Budgetmodellen är en knähög högblank stövel med liten klack. Budgetstöveln har lite smalare skaft än designerstöveln. 4.4 Kjolens urvalskriterium vad siluett, färg, material och att den skulle matcha med tröjan. Helst skulle tröjan och kjolen varit skapade som ett set, men de bästa budgetversionerna kommer från olika kedjor. Kjolen matchar designerversionen och tröjan 4.1.

Styling-förslag och skribentens egna tolkning

Tröjan kan stylas genom att inte vika ner det långa tyget utan låta det rulla sig. Kragen kan också vikas inåt för att få till den mera raka looken. Återskapandet av denna look lyckades bra. Budgetplaggen är nästan exakta kopior av designerplaggen.

6.5 Sammanfattning

Resultatet visar att de trender som visas på designernas modevisning senare kommer att finnas hos budgetkedjorna. Budgetplaggen är inte nödvändigtvis exakta kopior av designerplaggen men det är möjligt att hitta liknande plagg. Skribentens tolkning är att om konsumenten ser ett intressant plagg på en designervisning så är det sannolikt att det kommer vara möjligt att hitta ett liknande plagg i budgetkedjorna inom en snar framtid. Budgetplaggen verkar inkorporera trenderna men i en lite mer nedtonad variant. Det är bra med tanke på att vissa trender har en kort livslängd och nedtonade trender ändå är mera tidlösa. Det betyder att den som köper en budgetkappa hösten 2020 säkert kommer ha användning av den flera säsonger.

7. Kritisk granskning

I det här kapitlet granskar skribenten sitt examensarbete kapitel för kapitel. Skribenten lyfter fram positiva sidor och konstruktiv kritik av arbetet.

Syftet med studien var att återskapa catwalk looks med budgetplagg för att visa att trendig stil inte är synonymt med att bära designerplagg. Arbetet görs för att höja budgetkedjors värde bland branschmänniskor och modeintresserade. Syftet med studien är tydligt, och skribenten tycker att det här är viktigt eftersom budgetkedjor ofta har ganska låg status.

I den teoretiska grunden tog skribenten upp ämnena mode, budgetkedjor, modesäsonger, designers, modetrend, personlig stil och modestyling och modereportage. Dessa rubriker ger en ytlig kunskap om ämnet. Mode är den första rubriken för att det är viktigt att förstå vad mode är för att kunna förstå vad budgetkedjor är och skillnaden på dem och designers. För att fördjupa läsarens kunskap om ämnet skulle det eventuellt varit bra att ha med i den teoretiska grunden mera om hur modet trickle down från designer till budget. Även om skribenten är medveten om att det finns en del negativa sidor med budgetkedjor och s.k. fast fashion tas detta inte upp i arbetet på grund av att arbetet inte handlar om det. Det betyder inte att skribenten inte tycker att budgetkedjor kan vara problematiska på grund av hållbar utveckling och etiska frågor. Rubrikerna personlig stil och modestyling och modereportage har inte en jättetydlig koppling till vad studien vill komma fram till. Metoderna för genomförandet av examensarbetet har ändrat sedan skribenten började skriva på arbetet och dessa rubriker hänger kvar från när skribenten hade tänkt göra ett modereportage med budgetlooksens. Skribenten har valt att behålla rubrikerna ändå med tanke på att en moderedaktör som skapar plocksidor i t.ex. ett modemagasin ofta använder sig av modereportage och styling för att skapa dessa.

Det var svårt för skribenten att hitta tidigare vetenskapliga studier på ämnet, därför valde skribenten att som tidigare forskning läsa artiklar om trenderna AW20 och budget vs. designer i tidningar och online. Detta kan påverka tillförlitligheten på studien.

Som metoder valde skribenten trendanalys, plocksida och bildanalys för att genomföra studien. Valet av metoder passade bra till denna studie. Det var svårt att hitta teoretisk information om hur skapandet av en plocksida går till rent praktiskt. Dessa källorna är från artiklar på nätet och från en kandidatuppsats. Skribenten tyckte ändå att källorna kändes tillförlitliga och seriösa.

I resultatet var det svårt att återkoppla till den teoretiska grunden. Vilket tyder på att den teoretiska grunden var ganska svag. Skribentens egna tolkning utifrån bildanalysen av resultatet var ändå att studien var lyckad och att försöket att återskapa designerlooksken lyckades. Strukturen i resultatredovisningen tycker skribenten själv att är bra. Skribenten valde att skriva de återkopplingar till teorin som skulle kunna passa in för alla fyra looks i en egen rubrik under ingressen. Detta gjordes just för att dessa kopplingar passar till alla och för att undvika onödiga upprepningar under alla looksken. Skribenten valde att numrera plaggen på plocksidan för att i texten (samt i källförteckningen) för att läsaren snabbt skall kunna hitta rätt plagg vid läsning. Skribenten själv tycker att det var tydligt men det behövdes tydliggöras i ingressen. Resultatet gjordes visuellt sätt väldigt tydligt genom att välja metoden plocksida. Resultatredovisningen visar det resultat som skribenten trodde skulle nås. På grund av skribentens egna långvariga intresse för modeindustrin och kläder anade skribenten detta.

8. Diskussion

Medan jag har arbetat med det här examensarbetet så har jag lärt mig mera om budgetmode. Debatten kring budgetkedjor är ofta negativ. Precis som jag skrev i kap 7 så vet jag att det finns stora problem med budgetmodeindustrin. Men jag tycker att det är viktigt att inte skamma konsumenterna. Det verkar som att det finns en syn i samhället att alla som konsumerar budgetmode överkonsumerar och köper plagg för att använda en enda gång, om ens det. Det är inte sant, det är så många som inte har några andra val än att köpa kläder från kedjorna. Det är därför viktigt att inte stigmatisera köpandet från budgetkedjorna. Även om just det här examensarbetet inte berörde ämnet med plus size så anser jag att det är viktigt för mig att nämna det att för många personer med större storlekar helt enkelt inte finns andra möjligheter. De hållbara klädföretagen erbjuder helt

enkelt inte ett tillräckligt stort storleksutbud. Så det kanske kan kännas konstigt för någon att jag år 2020 väljer att skriva ett examensarbete som ämnar att höja budgetkedjornas värde, men min personliga åsikt är att det inte ska få vara en klassfråga att klä sig snyggt och bekvämt.

Att välja ut kläderna till plocksidan tog mycket längre tid än vad man skulle tro, det var en flera dagars process. Eftersom jag själv är konsument av budgetkedjor kände jag ändå att jag hade en ganska bra uppfattning om var jag hade bäst chans att hitta ett visst plagg, men denna föräning stämde inte alltid.

Om jag skulle göra om arbetet skulle jag eventuellt byta ut rubrikerna om personlig stil och modestyling och modereportage och istället skriva om modesystemet från catwalk till budgetkedja. Vidare forskning inom ämnet skulle kunna vara att jämföra männens designer och budgetmode. Något annat som skulle vara intressant skulle vara att skapa stylingar av både designer och budgetplagg och genom till exempel en enkät se om konsumenter kan se skillnad på lyx och budgetplagg. Det skulle även vara jätteintressant att göra en undersökning om design inom budgetmode och intervjua budgetmodedesigners.

Jag tror att arbetet kan ge estenomer, branshmänniskor och modeintresserade kunskapen om att designermode inte alltid betyder stil. Stil och trender kommer i alla prisklasser.

Källförteckning

- Arfin, F., 2017. What is the high street and what is high street Fashion [Online]
<https://www.tripsavvy.com/what-is-high-street-fashion-1662207> [Hämtat 14.9.2017]
- Arnell, L., 2014. Plocksidan: så layoutas den [Online]
<https://www.elle.se/lifestyle/sa-layoutas-plocksidan/>
[Hämtad 20.08.2020]
- Arvidsson, J., 2015-2020. Bildanalys [Online]
<https://www.naturvetenskap.nu/foto/bildanalys-34447036> [Hämtad 14.9.2020]
- Beaulove, F., 2020. The 15 Most Popular Luxury Brands Online in 2020 [Online]
<https://luxedigital.com/business/digital-luxury-ranking/most-popular-luxury-brands/>
[Hämtad 24.08.2020]
- Bohdanowicz, J. & Clamp, L., 1994. Fashion marketing. London, Routledge. Sid 90
- Borgersen, T. & Ellingsen, H., 1992. Bildanalys. Lund, Studentlitteratur AB. Sid 19
- Bowles, H., 2020. Fall 2020 Ready-to-wear Chanel [online]
<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2020-ready-to-wear/chanel> [Hämtad 24.08.2020]
- Business dictionary, Chain stores [Online]
<http://www.businessdictionary.com/definition/chain-stores.html> [Hämtad 4.10.2017]
- Business of fashion, Chanel Company Snapshot [Online]
<https://www.businessoffashion.com/organisations/chanel> [hämtad 24.08.2020]
- Cambridge Dictionary, Designer label [Online]
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/designer-label> [Hämtad 24.08.2020]
- Calasibetta, C. & Tortora, P., 2003. The Fairchild Dictionary of Fashion. London, Fairchild Publications, Inc. Sid 125, 155-156
- Cornell, P., Dunér, S., Millroth, T., Nordström G. & Roth-Lindberg, Ö., 1988. Bildanalys. Stockholm, Gidlunds förlag. Sid 318
- Cox, S., 2012. Starting your career as a Photo Stylist. New York, Allworth Press, U.S. Sid 3, 79-80
- Crompton, S., 2008. Designer vs. High Street: My View. [Online]
<https://www.permanentstyle.com/2008/02/designer-vs-high-street-my-view.html>
[Hämtad 26.08.2020]
- Dajska, E., 2012. Collaging for Beginners [Online]
<https://www.rookiemag.com/2012/03/collaging-for-beginners/> [Hämtad 1.9.2020]

- Dudbridge, S. Celine Biography [Online]
<http://www.catwalkyourself.com/fashion-biographies/celine/> [Hämtad 24.08.2020]
- Eundeok, K., Fiore, A., Hyejeong, K., 2011. Fashion trends. New York, Berg. Sid
Introduktion, 1, 49-52
- Forbes, Chanel [Online]
<https://www.forbes.com/companies/chanel/#31d6a92a1ca2> [Hämtad 24.08.2020]
- Forbes, Louis Vuitton [Online]
<https://www.forbes.com/companies/louis-vuitton/#290d780b6dbe> [Hämtad 24.08.2020]
- Gordon, G., 2015. Why are there so many new seasons in Fashion? [Online]
<https://www.savoirflair.com/fashion/106670/fashion-decoded-seasons-explained>
- Griffiths, D., 2016. Fashion stylist's handbook. London, Laurence King Publishing Ltd.
Sid 17-18, 98, 173-174, 200-202
- Grothén, E., 2020. Fransfest. *ELLE Sverige*, 2020 (09). S 28
- Hanbury, M. 2019, These are the hottest fashion brands in the world right now [Online]
<https://www.businessinsider.com/gucci-balenciaga-off-white-hottest-fashion-brands-2019-2?r=US&IR=T> [Hämtad 24.08.2020]
- Hellström, T., 2020. Thérèse Stilcoachens Midi-boots. *ELLE Sverige*, 2020 (09). S 39
- Kawamura, Y., 2007. Modeologi En introduktion till modevetenskap. Lund,
Studentlitteratur AB. Sid 20-23
- Klang, E., 2020. Skandinavien i fokus. *Damernas värld*. 2020 (10). S 15-23
- De Casparis, L. och McAlpine, S., 2020. Upfront – The now, the new, the next. *ELLE UK*, 2020 (09). S 59
- Lacis, J. och Sandahl, S., 2013. Modets skrivna ord. Kandidatuppsats för Journalistik.
Södertörns högskola, Institutionen för Samhällsvetenskaper, Sid 39, 55
- Lindkvist, M., 2010. Trendspanarens handbok. Malmö, Liber. Sid 14
- Ljung, S., 2015. PR-byråer- modets (hemliga) makthavare. Radio program, Stil,
Sveriges Radio, 17.4.2015 [Tillgänglig Online]
<https://sverigesradio.se/sida/avsnitt/529818?programid=2794> [Hämtad 1.9.2020]
- Loschek, I., 2009. When clothes become fashion. Oxford, Berg. Sid 133-134
- Lynch, L. & Strauss, M., 2007. Changing fashion. Oxford, Berg. Sid 127
- Mower, S. 2020, Fall 2020 Ready-To-Wear Balenciaga [Online]

<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2020-ready-to-wear/balenciaga> [Hämtad 24.08.2020]

Mower, S. 2020, Fall 2020 Ready-To-Wear Celine [Online]
<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2020-ready-to-wear/celine#coverage>
[Hämtad 24.08.2020]

Norville, R., 2020. 2020 Fall Fashion Trends To Shop Now [Online]
<https://www.lofficielusa.com/fashion-week/fall-2020-trends-fashion-week> [Hämtad 26.08.2020]

Phelps, N. 2020, Fall 2020 Ready-To-Wear Louis Vuitton [Online]
<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2020-ready-to-wear/louis-vuitton> [Hämtad 24.08.2020]

Pähls, L (2017) föreläsningsmaterial

Satran, R., 2020, OFF DUTY --- Style & Fashion -- Women's Fall 2020 Trend Report: The One Sheet --- Designers in New York, London, Milan and Paris balanced stress with strength. Wall Street Journal. ISSN 00999660, Mar 07, S 2

Sheeba Magazine (2015) What is editorial Fashion Photography? [Online]
<http://www.sheebamagazine.com/read/what-is-editorial-fashion-photography/> [Hämtad 4.10.2017]

Sjölin, J., 1993. Att tolka bilder, Lund, Studentlitteratur. Sid 105

Von Syndow, E. & de Poret, E., 2015. Säker stil. Stockholm, Bonnier Fakta. Sid 15

Walsh, C. 2019, The Balenciaga appeal: Why the fashion world is still obsessed [Online] <https://www.harpersbazaar.com.au/fashion/history-of-balenciaga-19170>
[Hämtad 24.08.2020]

Zoe, R., 2007. Style a to Zoe. New York, Grand Central Pub. Sid 2-3

Bildkällor

Bild 1: Photo: Alessandro Lucioni <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2020-ready-to-wear/chanel/slideshow/collection#55> [Hämtad 03.09.2020]

Bild 1.1: https://www2.hm.com/sv_fi/productpage.0909014001.html [hämtad 7.9.2020]

Bild 1.2: https://www2.hm.com/sv_fi/productpage.0890766001.html [hämtad 7.9.2020]

Bild 1.3: <https://www.zara.com/fi/fi/laskosshortsit-p07901290.html?v1=59252251&v2=1549447> [hämtad 7.9.2020]

Bild 1.4: <https://www.zalando.fi/anna-field-saappaat-black-an611a0u6-q11.html>

[hämtad 7.9.2020]

Bild 1.5: https://www2.hm.com/sv_fi/productpage.0902362001.html [hämtad 7.9.2020]

Bild 1.6: <https://www.asos.com/asos-design/asos-design-20-denier-all-over-heart-tights-in-black/prd/10185286?colourwayid=15100305&SearchQuery=&cid=7657> [hämtad

7.9.2020]

Bild 2: Photo: Alessandro Lucioni <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2020-ready-to-wear/celine/slideshow/collection#51> [Hämtad 03.09.2020]

[Hämtad 03.09.2020]

Bild 2.1: https://www2.hm.com/sv_fi/productpage.0889610001.html [Hämtad 3.9.2020]

Bild 2.2: <https://www.zalando.fi/only-onlvic-printtipaita-on321e168-k16.html> [Hämtad

3.9.2020]

Bild 2.3: [https://www.veromoda.com/fi/fi/vm/osta-kategoriottain/hameet/keinomokkanahkainen-hame-10231185.html?cgid=vm-](https://www.veromoda.com/fi/fi/vm/osta-kategoriottain/hameet/keinomokkanahkainen-hame-10231185.html?cgid=vm-skirts&dwvar_colorPattern=10231185_Cognac)

[skirts&dwvar_colorPattern=10231185_Cognac](https://www.veromoda.com/fi/fi/vm/osta-kategoriottain/hameet/keinomokkanahkainen-hame-10231185.html?cgid=vm-skirts&dwvar_colorPattern=10231185_Cognac) [Hämtad 3.9.2020]

[Hämtad 3.9.2020]

Bild 2.4: [https://www.boozt.com/fi/fi/only/onlshelly-weaved-collar-acc-noos_20359361/20359362?localLanguage=1&gclid=CjwKCAjwqML6BRAHEiwAdquMnf9gWrMAIf-y4r_k6QLBupDL9KWuThEzjvEKXh-](https://www.boozt.com/fi/fi/only/onlshelly-weaved-collar-acc-noos_20359361/20359362?localLanguage=1&gclid=CjwKCAjwqML6BRAHEiwAdquMnf9gWrMAIf-y4r_k6QLBupDL9KWuThEzjvEKXh-4iwACi8hpcpweOhoClg4QAvD_BwE)

[4iwACi8hpcpweOhoClg4QAvD_BwE](https://www.boozt.com/fi/fi/only/onlshelly-weaved-collar-acc-noos_20359361/20359362?localLanguage=1&gclid=CjwKCAjwqML6BRAHEiwAdquMnf9gWrMAIf-y4r_k6QLBupDL9KWuThEzjvEKXh-4iwACi8hpcpweOhoClg4QAvD_BwE) [Hämtad 3.9.2020]

[Hämtad 3.9.2020]

Bild 2.5: <https://www.asos.com/asos-design/asos-design-bangle-with-texture-in-shiny-gold-tone/prd/20638931?colourwayid=60074375&SearchQuery=gold%20bracelet>

[hämtad 7.9.2020]

[hämtad 7.9.2020]

[hämtad 7.9.2020]

Bild 2.6: <https://nelly.com/fi/kl%C3%A4der-f%C3%B6r-kvinnor/skor/heels/bianco-110057/biaktiv-d-pump-151233-0067/> [hämtad 7.9.2020]

[hämtad 7.9.2020]

Bild 2.7: <https://nelly.com/fi/kl%C3%A4der-f%C3%B6r-kvinnor/accessoarer/v%C3%A4skor/nly-accessories-384/adore-you-bag-097773-0013/>

[hämtad 7.9.2020]

[hämtad 7.9.2020]

Bild 3: Photo: Isidore Montag <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2020-ready-to-wear/louis-vuitton/slideshow/collection#37> [Hämtad 03.09.2020]

[Hämtad 03.09.2020]

Bild 3.1: <https://www.zara.com/fi/fi/ruudullinen-kaksirivinen-bleiseri-p02761051.html?v1=51064887&v2=1587447> [hämtad 7.9.2020]

[hämtad 7.9.2020]

Bild 3.2:

https://www2.hm.com/sv_fi/dam/produkt/accessoarer/skarp.html?sort=stock&colorWithNames=silver_c0c0c0&image-size=small&image=model&offset=0&page-size=36

[hämtad 7.9.2020]

[hämtad 7.9.2020]

Bild 3.3: https://www2.hm.com/sv_fi/productpage.0933408002.html [hämtad 7.9.2020]

Bild 3.4: <https://www.asos.com/asos-design/asos-design-wide-fit-alana-chunky-chelsea-boots-in-black/prd/20170758?colourwayid=60014395&SearchQuery=chelsea%20boots>
[hämtad 7.9.2020]

Bild 3.5: <https://www.zara.com/fi/fi/kiiltolankahuivi-p07231003.html?v1=51029704&v2=1549175> [hämtad 7.9.2020]

Bild 3.6: <https://www.zalando.fi/aldo-sprenger-vyoe-silver-coloured-a0151d00z-d11.html> [hämtad 7.9.2020]

Bild 3.7: <https://www.zara.com/fi/fi/liituraihousut-p08191678.html?v1=60795447&v2=1587447> [hämtad 7.9.2020]

Bild 4: Photo: Alessandro Lucioni <https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2020-ready-to-wear/balenciaga/slideshow/collection#31> [hämtad 03.09.2020]

Bild 4.1: https://www2.hm.com/sv_fi/productpage.0893352001.html [Hämtad 8.9.2020]

Bild 4.2: <https://www.zara.com/fi/fi/k%C3%A4silaukku-p16625610.html?v1=56459690&v2=1549325> [Hämtad 8.9.2020]

Bild 4.3: <https://www.zalando.fi/anna-field-ylipolvensaappaat-black-an611a0u5-q11.html> [Hämtad 8.9.2020]

Bild 4.4: <https://www.zalando.fi/gina-tricot-greta-skirt-kynaehame-black-gid21b02h-q11.html> [Hämtad 8.9.2020]