

Do Redo

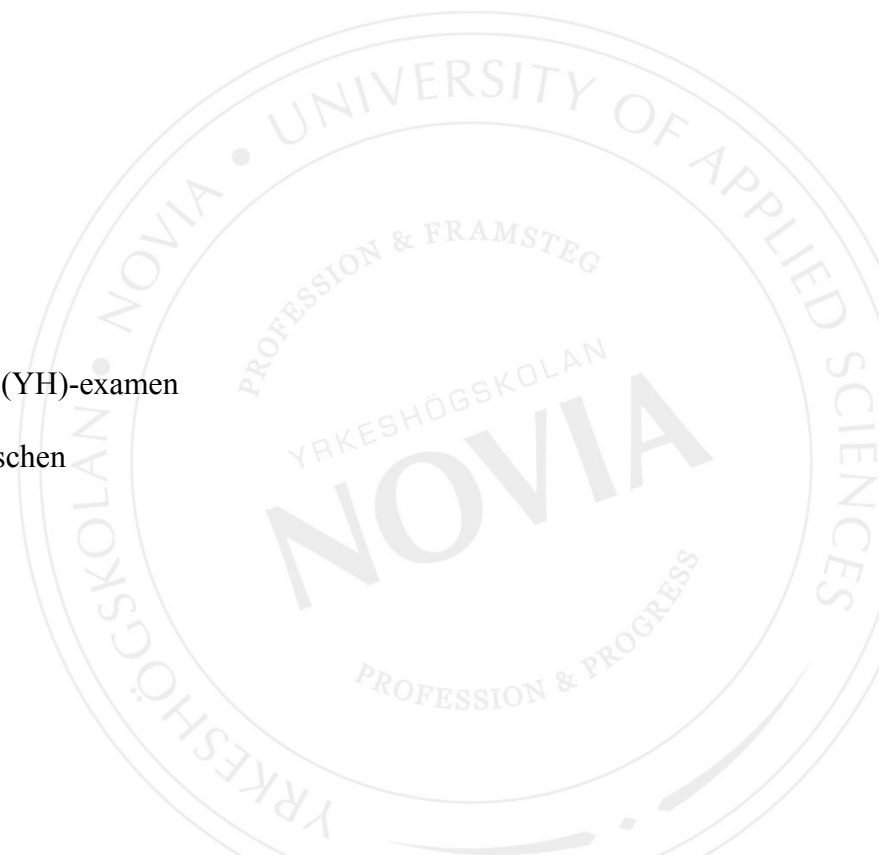
- Ett kreativt arbete med fokus på hållbart mode

Anna-Magdalena Lindfors

Examensarbete för Estenom (YH)-examen

Utbildning för skönhetsbranschen

Vasa hösten 2016



EXAMENSARBETE

Författare: Anna-Magdalena Lindfors

Utbildning och ort: Skönhetsbranschen, Vasa

Handledare: Jaana Ylimartimo-Nybäck

Titel: Do Redo – Ett kreativt arbete med fokus på hållbart mode

Hösten 2016 Sidantal 38 Bilagor 0

Abstrakt

Syftet med detta examensarbete är att skapa olika stilhelheter av återanvända kläder och ge inspiration för hur man kan klä sig i återanvänt material. Detta görs för att öka medvetenheten om klädbranschen och att fånga läsarens intresse för second hand. Studien kommer att vara till nytta för branskmänniskor och blivande estenomer i form av inspiration och kunskap. Respondentens mål är också att själv fördjupa sig i och få mera kunskap om ämnet. Respondenten söker svar på vad hållbart mode är och om det går att skapa en stilhelhet av återanvänt material.

Detta är ett kvalitativt arbete som undersöks med hjälp av datainsamlingsmetoderna dokumentstudier, styling och fotografering och dataanalysmetoden bildanalys. Respondenten har skapat fyra stilhelheter av återanvänt material och satt ihop bilderna av varje stilhelhet i en inspirationsbok.

Resultatet visar att det är mycket viktigt att läsa sig in på ämnet, framför allt då respondentens mål har varit att fördjupa sig i och få mera kunskap om ämnet. Ifall respondenten inte läst sig in på klädbranschens industri hade hon inte förstått betydelsen av hur viktigt det faktiskt är att klä sig i återanvänt material. Resultatet visar att det inte finns någon direkt definition av vad hållbart mode är. Hållbart mode kan innebära att producera och konsumera kläder på ett hållbart sätt, men även att återanvända kläder och köpa secondhand. Resultatet visar även att det går att skapa olika stilhelheter av återanvända kläder som fortfarande känns moderiktiga. Det handlar bara om att använda sin kreativitet och laga, fixa, sy om och helt enkelt ”Do Redo”. Stilhelheterna är inspirerade av 90-tals grungen som för tillfället är en av de stora trenderna inom modevärlden.

Språk: Svenska Nyckelord: återanvändning, second hand, ekomode, modeindustri, textilavfall

BACHELOR'S THESIS

Author: Anna-Magdalena Lindfors

Degree Programme: Beauty and Cosmetics, Vaasa

Supervisors: Jaana Ylimartimo-Nybäck

Title: Do Redo – A creative thesis with focus on sustainable fashion

Fall 2016 Number of pages 38 Appendices 0

Summary

The purpose of this thesis is to create different looks of recycled material and give inspiration for how you can dress in recycled clothes. This is done to increase the awareness about the clothing industry and to capture the reader's interest of secondhand. The study will be useful in the beauty industry as well as for beauty and cosmetics students, in form of a source of inspiration and knowledge. The respondent's goal of the study, was also to immerse herself in and to get more knowledge about the subject. The respondent of the study is searching for an answer about what sustainable fashion is and if it is possible to create a look of recycled material.

This is a qualitative study conducted using document studies, styling and photography as data collection method and the data analysis method used in the work is picture analysis. The respondent of the study has created four looks of recycled material and placed the pictures of every look together in an inspiration book.

The results shows that it is important to read about the subject, in case where the goal is to immerse yourself and to get more knowledge about the subject. If the respondent hadn't read about the clothing industry, she hadn't understood how important it actually is to dress in recycled material. The results shows that there is no definition of what sustainable fashion is. Sustainable fashion could be to produce and consume clothes in a sustainable way, but also to recycle clothes and buy second hand. The results shows also that you can create different looks of recycled clothes that still feels modern. It is about using the creativity and prepare, fix, re-sew and simply "Do Redo". The looks are inspired by the 90's grunge that currently is one of the major trends of the fashion world.

Language: Swedish Key words: återanvändning, second hand, ekomode, modeindustri, textilavfall

Innehållsförteckning

1. Inledning.....	1
2. Syfte och problemprecisering.....	2
3. Teoretisk grund.....	3
3.1 Modeindustrin.....	3
3.1.1 Tillverkningen.....	4
3.1.2 Konsumeringen.....	4
3.1.3 Avfallet.....	5
3.2 Ekomode.....	5
3.3 Framtidens modeindustri – Hållbarhet.....	6
3.4 Återanvändning.....	7
3.4.1 Återanvändningens historia.....	7
3.4.2 Återanvändning idag.....	8
3.4.3 Återanvänt material.....	8
3.4.4 Do Redo.....	9
3.5 90-tals mode då och nu.....	10
4. Tidigare forskning.....	12
5. Metoder.....	15
5.1 Val av modell och team.....	15
5.2 Dokumentstudier.....	16
5.3 Styling.....	16
5.4 Fotografering.....	18
5.5 Bildanalys.....	19
5.6 Arbetets praktiska genomförande.....	19
6. Resultatredovisning och tolkning.....	21
6.1 The Cover Girl.....	22
6.2 The Girl Boss.....	24
6.3 The Recycling Girl.....	25
6.4 The Zombie Girl.....	27
6.5 The Motor Girl.....	29
6.6 Sammanfattning.....	30
7. Kritisk granskning.....	31
8. Diskussion.....	34
Källförteckning.....	36

1. Inledning

I mitt examensarbete kommer jag presentera baksidan av den inte alltför glamorösa modeindustrin och vad man kan göra för att motverka den och för att få ett mer hållbart mode. Som de flesta vet är modeindustrin dålig för miljön, dålig för människan och dålig för djuren. Idag stiger klädkonsumtionen i höjden och modet blir bara snabbare och billigare. I och med att konsumtionen ökar, ökar också utsläppen. Utsläppen i sin tur leder till miljöföreningar och den globala uppvärmningen. Budskapet är mycket tydligt, det måste ske en förändring och de är snart. Modeindustrin kommer såklart inte förändras över en natt, men vi alla kan hjälpas åt och göra något för att rädda vår jord.

Som estenomstuderande anser jag det vara viktigt att jag som en del av modebranschen tar ett ansvar och försöker inspirerar konsumenter att använda sig av återanvända material och kläder. Att återanvända kläder handlar inte bara om att köpa gamla kläder och på det sättet rädda miljön, utan också om att vara kreativ, göra om, sy om eller piffa upp dem och skapa något nytt av något gammalt. De återanvända kläderna har också en historia att berätta. De är unika och har på så sätt en större betydelse och kanske inte är något man slänger bort efter några gångars användning.

I detta examensarbete kommer jag utföra inspirerande stilhelheter av återanvända kläder som sedan sätts ihop i en inspirationsbok. Kläderna består av second hand plagg som jag har hittat på olika typer av välgörenhets- och second hand butiker. I arbetet har jag valt att använda mig av engelska benämningar, eftersom det ofta används inom vårans bransch.

Syftet med detta examensarbete är att skapa olika stilhelheter av återanvända kläder och ge inspiration för hur man kan klä sig i återanvänt material. Detta görs för att öka medvetenheten om klädbranschen och att fånga läsarens intresse för second hand. Studien kommer att vara till nytta för branskmänniskor och blivande estenomer i form av inspiration och kunskap. Respondentens mål är också att själv fördjupa sig i och få mera kunskap om ämnet.

2. Syfte och problemprecisering

Syftet med detta examensarbete är att skapa olika stilhelheter av återanvända kläder och ge inspiration för hur man kan klä sig i återanvänt material. Detta görs för att öka medvetenheten om klädbranschen och att fånga läsarens intresse för second hand. Studien kommer att vara till nytta för branshmänniskor och blivande estenomer i form av inspiration och kunskap. Respondentens mål är också att själv fördjupa sig i och få mera kunskap om ämnet.

Problemprecisering

Respondenten söker svar på följande frågor:

1. Vad är hållbart mode?
2. Går det att skapa olika stilhelheter av återanvända kläder?

3. Teoretisk grund

I detta kapitel tar respondenten upp fakta om ämnet hon valt att skriva om. Läsaren får en djupdykning i ämnet och lär sig fakta för att kunna förstå slutresultatet av arbetet. Ett av områdena är bland annat återanvändning, med rubriker som; återanvändningens historia, återanvändning idag, återanvänt material och Do Redo. Det görs också en kort analys av dagens modeindustri, med rubriker som; tillverkning, konsumering och avfall. Respondenten kommer även att använda sig av olika typer av engelska benämningar i detta kapitel.

3.1 Modeindustrin

Modeindustrin är en mycket viktig del, internationellt och ekonomiskt sett. Den sysselsätter över en miljard människor i världen och säljs sedan till miljoner mer. Modeindustrin är en av de industrier som förbrukar mer vatten än någon annan bransch. Omkring hälften av alla kläder är gjorda av bomull och den kräver besprutning och massor med vatten. Beredning av textilier är inte mycket bättre det heller. Då modet i Europa skiftar i rött, färgas flodvattnet i Bangladesh i samma färg. Det man tydligt ser är att modeindustrin idag är en bidragande faktor till föroreningar, den krävande energiförbrukningen och den globala uppvärmningen. Enligt modedesignern Geoffrey B. Small är mode idag ett av det största industriella misslyckandet någonsin. Modeindustrin är dålig för konsumenten, dålig för producenten och dålig för miljön. (Black 2008, 14; Brown 2010, 7, 9; Naturskyddsföreningen 2008, 5)

Idag ökar klädkonsumtionen hela tiden, och i takt med det har modet blivit både snabbare och billigare. De flesta människor har mycket mer kläder än de egentligen behöver och de shopper oftast bara för att uppdatera sin garderob. Många av dessa plagg hinner knappt användas innan de rensas ut för att garderoben är för full. Det här är ett resultat av den livsstil de flesta människor lever idag: ökad efterfrågan, konkurrens, reklam, mode och erbjudanden där kläder reas ut till struntsummor i butiker överallt, hela tiden. Då konsumtionen ökar, ökar också utsläppen. Den mat man äter, möblerna man köper och kläderna man bär, har alla producerats med effekt på människa och miljö. I dag är avståndet långt mellan produktion och konsumtion. På den prislapp man ser i Sverige syns inte priset av miljöförstöring och människors lidande. Enligt en redovisning av Cambridge universitet år 2006, konsumeras en tredjedel mer kläder än bara för fyra år sedan, och de slängs efter bara några gångers användning. I Sverige köper man sammanlagt 216 000 ton textilier varje år och bara 30 000 ton av dessa samlas in av välgörenhetsorganisationer. I Storbritannien slängs det varje år över en miljoner ton textilier och kläder. (Black 2008, 11, 14, 45; Brown 2010, 7;

3.1.1 Tillverkningen

Som tidigare nämdes har modet blivit både snabbare och billigare. Billigt mode innebär tillgängligt mode och uppmuntrar till mer konsumtion. Detta fenomen kallas fast-fashion. Fast-fashion är en kombination av hög konsumtion, billiga priser och snabb tillverkningsprocess, från skiss till en färdig produkt, på bara 3 veckor. I en uppsats som Jenny Franzén och Johanna Zsedényi på Göteborgs Handelshögskola har skrivit, berättar tjejer att de handlar mer än en gång i veckan på impuls. Oftast blir det till exempel en topp som de inte provar innan och därför används många av plaggen aldrig heller. Men eftersom kläderna är så billiga, är det inget tjejerna bryr sig om. (Black 2008, 11, 14; Fletcher 2008, 161; Naturskyddsföreningen 2008, 22-23, 75)

Då vi ökar konsumtionen ökar alltså utsläppen. Modeindustrin är en av de industrier som på flera olika sätt bär ansvaret för koldioxidutsläppen, till exempel genom jordbruket, tillverkningsprocessen och transporten. Inom jordbruket är det gödningsmedlet som är den största orsaken till koldioxidutsläppen. Till tillverkningsprocessen hör färgning, tryckning, finishing, lagring och transport. Problemet med processen är att den kräver stora mängder energi, naturresurser och medför kemikalier som är extremt farliga för miljön, människans och djurens hälsa. Enligt en rapport av Cambridge universitet, är den totala energiförbrukningen 65% för en blus tillverkad av viskos. När det kommer till transport utgör modeindustrin 7% av all export i världen. De största problemen med kläderna är ändå kopplade till vatten. Kemikalier förorenar grundvattnet och vattendrag och eftersom modeindustrin kräver massor med vatten är det vattenbrist på många textilorter. Till exempel går det 16 – 20 liter vatten bara för att färga en t-shirt som väger runt 200 gram. (Naturskyddsföreningen 2008, 22, 38; Lee 2007, 82-83, 87-88, 96-97)

3.1.2 Konsumeringen

Problemet med kläderna slutar inte i butikerna. Tvättning, torkning och strykning påverkar miljön mycket mer än själva tillverkningen av plagget, så att minska på tvättandet är mycket viktigt för att minska koldioxidutsläppen. Till exempel vid tvättning och torkning av en polyester blus behövs cirka 6 gånger mer energi än det behövs för att tillverka plagget. Bara genom att tvätta blusen hälften så ofta, kan plaggets totala energiförbrukning minska med nästan 50%, med liknande besparingar för föroreningar och avfall. Budskapet är tydligt: de största vinsterna när det gäller miljön kan göras genom att man tar itu med effekterna av tvättning. De olika hållbarhetsstrategierna

(som till exempel minskad kemikalie- och vattenanvändning) når heller inte användandet. Upp till 85% av klädernas energikostnad går åt, eftersom man tvättar dem så ofta. (Black 2008, 11, 235; Fletcher 2008, 75-76; Naturskyddsföreningen 2008, 73)

3.1.3 Avfallet

Idag slänger man inte längre kläder för att de är gamla och slitna, utan helt enkelt för att de inte längre är moderna. Denna slit- och slängkultur leder till en överkonsumering av kläder och gör att priset på kläderna sjunker, och kvalitén på dem blir bara sämre och sämre. Kläder blir sedan avfall och problemen bara försätter. (Lee 2007, 34, 36-37)

Som respondenten tidigare nämnde köper man i Sverige sammanlagt 260 000 ton kläder på ett år och av det samlas 30 000 ton in av välgörenhetsorganisationer. Vart resten försvinner är okänt. De kläder som samlas in skänks till katastrofdrabbade områden och hjälpverksamheter, trots att kläder som katastrofhjälp inte behövs. Det påstås bland annat att i-länderna dumpar använda kläder i u-länder och därmed konkurrerar ut den inhemska textilindustrin. Resten av kläderna säljs i Sverige och på export och de oanvändbara kläderna slängs i soporna och hamnar i deponier. I USA slänger man per person cirka 31 kilo kläder och textilier varje år, och 85% av det slängs i sopor avsedda för deponier. (Brown 2010, 103; Lee 2007, 46; Lindén Ivarsson, Brieditis & Evans 2004, 8; Naturskyddsföreningen 2008, 87-88, 99)

Det är här de verkliga problemen börjar. Det största problemet med deponiavfall är att komposteringen går väldigt långsamt. Beroende på vilken typ av material det är, kan komposteringen ta upp till 100 år. Lakvatten och metangas bildas i och med komposteringen, som i sin tur bidrar till föroreningar i vattnet, växthuseffekten och den globala uppvärmningen. Det finns till och med bevisat att de som bor nära en deponi, har en högre hälsorisk och kan få medfödda missbildningar. Dessutom kostar hanteringen av avfall massor. (Lee 2007, 46-47)

3.2 Ekomode

Ekomodet föddes i och med hippierevolutionen i mitten av 70-talet. Då ansågs det vara mer av en anti-mode rörelse, där man valde en annan livsstil med etiska och handgjorda kläder istället för de traditionella kläderna. Nästa våg av ekomodet kom i och med 1990-talet, då en av pionjärerna var det ekomedvetna företaget Esprit, men fem år senare hade ekomodet fortfarande inte slagit igenom.

I en artikel i The Independent Newspaper ställde man frågan om det är möjligt att vara både moderiktig och miljömedveten? Miljömedvetenheten associerades fortfarande då med ”new age” stilen på de tidiga 90-talet, där man bar tröjor i något naturmaterial och hade de typiska dreadlocks. Idag bygger ekomodet istället på att kombinera ekologiska och etiska principer med nytänkande och hög nivå av estetisk design som koncept. (Black 2008, 17, 19-21)

Det har börjat hända saker och medvetenheten om klädernas rätta värde har ökat. I en undersökning som Sveriges Konsumenter gjorde år 2007 visar det att varannan konsument vill veta om hur kläder, skor och textilier tillverkas när det kommer till både etik och miljö och de är också beredda att betala mer ifall de får den informationen. Var fjärde person har valt att inte köpa varor som de tror är oetiskt tillverkat och istället köpt kläder som de vet har producerats under bra arbetsförhållanden. En av tio har medvetet valt att inte köpa något alls. Egentligen spelar det ingen roll om kläderna är gjorda av totalt organiskt bomull, återvunnet tyg eller av kvalitet istället för kvantitet, en ny våg av estetisk design har förändrat människors sätt att se på hållbara och etiska kläder. (Black 2008, 17-18; Naturskyddsföreningen 2008, 27)

3.3 Framtidens modeindustri – Hållbarhet

Den bästa lösningen för att undvika kemikalier är att inte bära några kläder alls. Det är såklart omöjligt, textilindustrin kommer alltid bidra till en viss mängd kemikalier, hur mycket man än försöker. Problemet ligger istället i hur man kan minska och hur man ska undvika de värsta kemikalierna. Det räcker inte med att man vet hur man tvättar och använder kläder rätt, man måste också veta hur man kan minska klädernas totala miljöpåverkan. (Lee 2007, 98, 115)

Designprocessen av plaggets hela livscykel, från fiber till färdig produkt, användningen och när det sedan slängs bort är till exempel något man kan tänka på. Det gäller att vara kreativ, tänka om och återforma ett designkoncept som redan finns. Att minska energianvändningen och minimera avfallet och att använda sig av ny teknik för att minska energiförbrukningen och materialåtgången eller för att utveckla en effektivare produktionsprocess är också det en lösning. När det kommer till valet av material borde man använda sig av endast ett material för att underlätta återvinningen eller till exempel välja ett ekologiskt material i syfte att minimera miljöpåverkan. Man skulle kunna använda material som annars skulle slängas, redan bearbetat avfall eller avfallsmaterial för att göra en produkt av lika hög eller högre kvalitet. Att reparera ett befintligt plagg som kan användas för nya ändamål är också en bra idé. Vad gäller hållbart mode borde man använda material med hög kvalitet eller skapa multifunktionella kläder som fortfarande är snygga men hållbara. Något som helt enkelt

skapar en relation mer än bara en funktion. (Black 2008, 46-47)

3.4 Återanvändning

Återanvändning av kläder och material är inte på något sätt nytt, men i och med att klädkonsumtionen ökat och modet blivit både billigare och snabbare har återanvändningen blivit mindre populärt. Under denna rubrik kommer respondenten presentera olika lösningar på hur man kan minska konsumtionen och på vilka sätt man kan återanvända kläder och material.

3.4.1 Återanvändningens historia

Innan massproduktionen drog igång, ägde människor mycket mindre kläder än vad man gör idag. Kläderna var ofta gjorda av dem själva eller skräddarsydda just för dem. De togs väl om hand och kunde därför också bäras under en längre tid. Då kläderna inte längre användes gavs de vidare till lägre samhällsklasser eller i fattiga familjer till yngre familjemedlemmar. På den här tiden var det den högre klassen som bar specialbeställda och skräddarsydda plagg, så som skor, accessoarer, kostymer och klänningar. (Black 2008, 83)

I början av 20-talet kom massproduktionen och de första tecknen på demokratisering av modet. Mer praktiska, men snygga kläder blev tillgängliga. Fabrikerna gjorde kläderna åtråvärda och de blev mer och mer tillgänglig för arbetarklassen. I mitten av 70-talet i och med hippiemodet föddes ekomodet, en slags antimode-rörelse där man använde etiska och handgjorda kläder. Det är också då den unge Vivianne Westwood, tillsammans med sin man och Malcolm McLaren skapade en kläd- och livsstil inspirerad av punken. På Kings Road i London drev de en butik, där Vivianne sålde t-shirts som hon färgade, klippte och rev hål i. Hon tryckte provocerande slag ord på dem och sydde på alla möjliga detaljer. De som inte hade råd att köpa dem, gjorde egna. (Black 2008, 8, 19 ; Lindén Ivarsson, Brieditis & Evans 2004, 8)

Lagning av textilier har praktiserats i flera generationer, både i hemmet och inom industrin. Ursprungligen var vinsten i att laga kläder ekonomisk eftersom arbetskraften var mycket billigare i jämförelse med kostnaden för textilmaterialet och klädesplaggen. I hemmet praktiserades tekniker som att repa upp och sticka nytt, sy om, riva trasor, göra mattor, stoppa möbler och sy lapptäcken. Men efter bara två generationer, har den ekonomiska vinsten i att laga kläder i stort sett försvunnit, framförallt eftersom priset på de nya klädesplaggen och textilierna har sjunkit snabbt i förhållande

till arbetskraften. Om lagning av kläder överhuvudtaget sker i hemmen idag, beror det snarare på etiska faktorer eller ett frivilligt val av en enklare livsstil än en ekonomisk vinst. (Fletcher 2008, 101; Naturskyddsföreningen 2008, 99)

3.4.2 Återanvändning idag

Kläder har blivit billiga och människorna har blivit rikare, så pass rika att inte bara att laga kläderna, utan till och med att tvätta dem kan verka onödigt. År 2007 gick Lunds universitetssjukhus ut med att det visat sig att det var billigare att köpa nya patientkalsonger, än att tvätta de gamla. Trots detta är återanvändning något som blivit mer och mer populärt idag. Det vackra med vintage, secondhand, återanvända eller omgjorda plagg är det de för med sig. De är unika, berättar en historia och kvaliteten på dessa plagg är oftast mycket bättre. Den omsorg och kärlek som lagts ner på plagget syns tydligt. Man kan tycka att det krävs mod för att bära dessa kläder, men oftast tenderar de som köper dem faktiskt vara trendsättare. (Brown 2010, 103; Lee 2008, 212, 213; Naturskyddsföreningen 2008, 99)

Begreppet 'customisation in clothing' har vuxit kraftigt under det senaste decenniet för att tillfredsställa de mer kräsna och designmedvetna konsumenterna som söker personliga klädesplagg. 'Customisation in clothing' fungerar på flera olika sätt. Det kan till exempel handla om att färga en tröja, addera dekorativa funktioner eller alternativt att klädesplagget anpassas individuellt. Det kan även handla om handgjorda och skräddarsydda kostymer eller aftonklänningar, där man till exempel själv får välja tyg. Varor med den typen av kvalitet kommer sannolikt att hållas och underhållas längre, och går ofta i arv från generation till generation. Det här är även ett exempel på slow-fashion, och det finns fler. Redesign är det perfekta uttrycket för slow-fashion. Eftersom varje del av plagget måste vara individuellt utformat och tillverkat från början till slut, skapar det en ny väg för de plagg som vi egentligen tänkt slänga. Ett annat exempel på "slow-fashion" är jeans. Jeans äger man länge och de formas efter ens kropp och livsstil, nästan som en slags dagbok. De har ett högt andrahandsvärde och man skulle, genom att på något sätt beskriva plaggets betydelse och på så sätt inspirera nästa användare, redan i designskedet kunna förlänga plaggets livslängd. (Black 2008, 84; Brown 2010, 103; Naturskyddsföreningen 2008, 75)

3.4.3 Återanvänt material

Återvinning av textilier tillbaka till fibrer har idag fått en viktig betydelse. Gamla processer ses över, och nya projekt med återvunna kläder har börjat testas på detaljhandeln i Storbritannien, USA

och Japan. Processen där man skapar fibrer av textilier, bryter ner dem i små bitar tills materialet blir fibrer, har använts i över 200 år och ingen ny teknologiskt uppfinning har ännu tillämpats. Enligt en rapport år 2005 för Defra, samlades en fjärdedel av det textila avfallet in för målet att återvinnas eller återanvändas. (Black 2008, 152)

Trots att det finns en stor mängd material som återvinns och omvandlas till kvalitetsprodukter, är mängden av tillgängliga återanvända textilier fortfarande mycket begränsat. Ull, polyester och bomullstextilier och kläder utgör ett utmärkt källmaterial för återvinning, men också efterfrågan av väldesignade produkter gjorda av återanvänt material måste skapas på marknaden. Vinster för miljön och ekonomin finns, om bara de gamla textilierna togs till vara och bättre återanvändes. Det problem som finns i Sverige är att textilierna inte tillverkas där och vinsten, vad gäller både energi och miljö, skulle hamna någon annanstans. Det finns även andra problem. Textilbranschen har inte velat ta något producentansvar, framför allt för att kläder består av så många olika material, och att sortera dem skulle innebära orimligt höga kostnader. Dessutom är det ingen i Sverige som känner sig ”producentansvarig” för en produkt som producerats någon annanstans. Det sätt man ser på textilavfall idag kommer ändras, tror Johan Oljekvist, chef på Myrorna. Det läggs ett producentansvar där det kanske kommer sättas en liten avgift på varje plagg som kan gå till forskning, insamling och investering i ny teknik för återvinning. (Black 2008, 207; Naturskyddsföreningen 2008, 96, 99-100, 101)

Man måste leta länge för att överhuvudtaget hitta någon form av textilåteranvändning i Sverige eller utomlands. I Sverige finns egentligen bara Myrorna som gör putstrasor för verkstadsindustrin, och i Finland finns några projekt som tillverkar lumpmattor och lumpbetong. I både USA och Storbritannien finns det flera företag som av tygrester gör isoleringsmaterial. Återvunnet material är ett skonsammare källfiber med minskad energiförbrukning, till exempel är energiförbrukningen av den återvunna ullen hälften så mycket som när man producerar ett nytt material. Textilier gjorda av syntetfibrer kan också återvinnas kemiskt i en process där fibrer bryts ner i ett molekyllärt tillstånd och sedan återframställs till råmaterial. Kemisk återvinnig är mer intensiv och därför brukar resultatet av fibret vara av mer förutsägbar kvalitet. Det vanligast tillgängliga återvunna syntetiska fibret är polyester som är gjort av plastflaskor. Även återvunnet nylon är tillgängligt. (Fletcher 2008, 32; Naturskyddsföreningen 2008, 100-101)

3.4.4 Do Redo

Do Redo innebär att göra nytt av gammalt, att helt enkelt återbruka. Do Redo är att inspireras av

traditionen och göra det nytt. Att göra och göra om igen och inte ge upp. (Lindén, Brieditis & Evans 2004, 5)

Att ”Do Redo” har blivit något av ett begrepp. Konstbrodören Katarina Evans och designern Katarina Brieditis, som under åren 2003-2007 drev detta återbruks- och handarbetsprojekt, ville genom sina Do Redo-kurser inspirera människor att göra nya, roliga plagg av gamla som annars hade slängts i soporna. Genom att visa exempel på egna kläder och accessoarer ville de inspirera andra att börja handarbeta. Enligt dem finns det massor med material att återbruka, bara man behärskar några enkla tekniker, så som att virka, brodera och sticka. Ju mer man kan, desto mer kan man återanvända. De har skrivit boken *Do Redo – Konsten att slakta en tröja* och hållit föreläsningar och workshops i både Sverige och Japan inom detta ämne. (Naturskyddsföreningen 2008, 86, 90; Brieditis, (u.å.))

Förr i tiden var man tvungen att ta hand om allt material på grund av nöd. Idag behöver man inte det längre, men det finns fortfarande andra anledningar att göra det. Naturligtvis för miljön, men också för att det är ett billigt sätt att skapa något unikt och sist men inte minst för att det faktiskt är kul och kreativt. Enligt Katarina Brieditis borde det på vissa produkter finnas ett konsumentansvar, på samma sätt som det finns ett producentansvar. När man köper ett plagg skulle man behöva veta exakt hur man gör sig av med det, då kanske man skulle tänka till en extra gång innan man faktiskt köper plagget. Det skulle vara ett sätt att öka förståelsen och medvetenheten om handarbete och göra oss villiga att betala mer för ett plagg, vara mer rädd om det, ge det vidare, göra något nytt av det och känna mer respekt för plagget. Att byta kläder, lappa, laga, sy om kläder, vårda kläder och hyra kläder det är alla tips på hur man kan hålla nere klädkonsumtionen. (Naturskyddsföreningen 2008, 86, 90, 91)

3.5 90-tals mode då och nu

90-talet är tillbaka. Stilar och trender som var populära för 20 år sedan är populära igen. Crop tops och choker halsbandet ökar i popularitet, särskilt i och med att kändisar som Kendall Jenner, Gigi Hadid och Rihanna har setts bära dessa trender. Även hoop örhängen, mom jeansen, overknee strumpan, khaki och sammetsen gör comeback. Desamma gäller make-upen med de mörka läpparna och wetlook frisyren. 90-talet kan vara svårt att tolka eftersom det är en mix av olika trender. Då man tänker på 60-tals mode, är det minikjolen, 70-talet flaren och 80-talet axelvaddarna. 90-talet är mer diffust, det är allt från grunge, hip hop till sport. (Brewer, 2016; Cochrane, 2016, Stringer, 2015)

Grungen var en av de viktigaste trenderna under 90-talet. Supermodell looken ersattes av en ny typ av modell, Kate Moss med hennes ”too cool to care” attityd och "heroin chica" utseende. Man lekte med det feminina och maskulina och skapade olika spännande kombinationer genom att till exempel kombinerade en klänning med ett par grova Dr Martens kängor. 90-talet är faktiskt rätt så annorlunda inom modevärlden med sin könsneutrala attityd. (Brewer, 2016)

Välgörenhetsbutiker blev också populära under 1990-talet. Även om man inspirerades av popstjärnor som Madonna, Gwen Stefani, Spice Girls och Britney Spears var det olika band, klädda i sina secondhand fynd, man inspirerades av. Enligt Louise Werner, sångare i 90-tals bandet Sleeper, kollade man först in vad välgörenhetsbutikerna hade att erbjuda. Det var ett märke i sig att bära secondhand. Musik och mode gick helt enkelt hand i hand. Man inspirerades av sina idoler och formade sin klädstil därefter. (Brewer, 2016; Cochrane, 2016)

För att kunna bära upp 90-tals trenden idag, måste stilen omarbetas så att den passar in i dagens samhälle. Istället för att kopiera rakt av, kan man återskapa 90-talet på ett modernt och uppdaterad sätt. Tricket är att kombinera attityden ”too cool to care”, samtidigt som det ska se fräscht och trendigt ut. Mixa klassiska 90-tals trender som crop tops och chokers med tighta jeans och stövlar med klack. Gå lätt på grungen för att balansera upp 90-talet med dagens mer eleganta estetik. (Brewer, 2016)

4. Tidigare forskning

I detta kapitel redogör respondenten för tidigare forskning som understöder ämnet. Respondenten har sökt vetenskapliga artiklar och forskningar på databaserna DiVA, Theseus och Google. Sökorden som respondenten använde sig av var återanvändning, second hand, ekomode, modeindustrin, textilindustrin, textilavfall. Respondenten hittade de vetenskapliga artiklarna på DiVA, Theseus och Google.

Strandvall (2011) har skrivit en uppsats kring ämnet slow-fashion med syfte att sakta ner det snabba tempot vi lever i idag och ta reda på hur kan åstadkomma en förändring inom modebranschen mot en mer hållbar och miljövänligare klädproduktion. Strandvall har utökat sin Stina-kollektion och har som syfte att inspirera människor att vara kreativa, sy sina egna kläder, piffa upp och lappa gamla och slitna kläder. Resultatet visar att det behövs mer än att bara återvinna material för att en hållbar förändring i dagens produktion och konsumtion ska vara möjlig. För att få en förändring måste man komma bort från tänkesättet att ”jag ska ha”. Som formgivare inom modebranschen kan man engagera kunden endera genom att kunden deltar i designprocessen eller genom att hålla olika workshops och kurser inom ämnet.

Oredsson (2015), har skrivit en artikel om ett avhandlingsprojekt kring ämnet fast-fashion i syfte att undersöka hur konsumenter (kvinnor i åldern 21-35) förstår en snabbföränderlig marknad, som fast-fashion marknaden, samt förklara hur olika typer av distributionskanaler formar nya konsumtionsbeteenden. Resultatet visar att målet för kvinnorna är att bli bra på att bygga sin egen stilhelhet och att få garderoben att bli komplett. Det är alltså via sin klädsel kvinnorna visar hur duktiga de är. Klädseln blir en bekräftelse på att de faktiskt är duktiga och att deras kunskaper inte är onödig. Oredsson skriver om att man tror att det är kreativitet och lekfullhet som styr kvinnornas konsumtionsbeteende.

Lublinn (2011), har skrivit en uppsats i syfte att undersöka om det är möjligt att kombinera ett modeintresse med miljömedvetenhet. Det som undersöks är bland annat om mode på ett hållbart sätt kan konsumeras, samt vilka möjligheter och svårigheter det finns med att kombinera mode och miljö. I studien analyserar man även hur exempel miljömärkning och second hand kan bidra till att kombinera miljö och mode. Resultatet visar att konsumtionsmönstret behöver förändras och alternativ till traditionella kläder måste finnas på marknaden för att man ska kunna kombinera modeintresse och miljömedvetenhet. Flera alternativ skapas om det erbjuds och marknadsförs fler val på marknaden. Detta i sin tur bidrar till att individen kan kombinera ett modeintresse och en miljömedvetenhet, men det kan ändå inte ses som den enda lösningen.

Ekström, Gustafsson, Hjelmgren och Salomonsson (2012) har skrivit en rapport (en delstudie i forskningsprojektet "Återanvändning och återvinning av kläder" som bedrivs vid Institutionen Handels- och IT-högskolan, Högskolan i Borås) med syfte att öka kunskapen och förståelsen för hur konsumenter ska göra sig av med kläder. Ett andra syfte med studien är att öka kunskapen och förståelsen för hur konsumenter ska resonera och agera när de köper kläder. Ett tredje syfte är att bidra till utbildningen om vad som kännetecknar miljövänligt och hållbart konsumentbeteende avseende kläder. Alltså, ökad kunskap om konsumenters klädkonsumtion kan vara grunden för att ta fram och diskutera lösningar om återanvändning och återvinning av kläder som främjar konsumenters miljöintresse. Resultatet visar att för att minska avfallet av textilier krävs det att man förstår konsumenters situation i vardagen och att man kommer med lösningar som gör det lättare för konsumenter att vara miljövänliga. Projektet ska i sin helhet (med alla 3 delar) utveckla kunskap och lösningar för att minska avfallet av textilier.

Gwozdz, Netter, Bjartmarz och Reisch (2013), har skrivit en rapport med syfte att förstå konsumentbeteenden för att i sin tur kunna påverka människor att i sitt konsumtionsbeteende av kläder och mode agera mer miljömedvetet. Medvetenheten gäller allt från inköp till användning och underhåll av plagget, och hur man gör sig av med det. Studien visar att det finns en enorm affärspotential för klädföretag i att sälja hållbart mode, men man måste förbättra informationen kring detta. De flesta av de tillfrågade skulle kunna tänka sig att göra medvetna köp om de fick bättre information. Studien visar även att en tredjedel av Sveriges unga ofta lagar sina kläder och på så sätt förlänger klädernas liv. Undersökningen visar också att många faktiskt är beredda att göra medvetna val bara de fick bra och trovärdig information om plaggen.

Ernevi (2010), har skrivit en D-uppsats med syfte att undersöka inställningen till att handla kläder på second hand med miljön i åtanke, samt undersöka vad som behöver förändras för att second hand skulle kunna bli ett alternativ till First Hands shopping. Resultatet som studierna visar är att second handhandeln måste bli mer populärt genom att göra second hand mer tillgängligt för konsumenter. Dessutom borde man addera det konsumenten söker för att stilla behovet när denne handlar kläder.

Corin (2013) har skrivit en uppsats med syfte att uppmana formgivare att börja ta ställning och tänka stort. Att ifrågasätta, berätta, inspirera och inte att nödvändigtvis hitta färdiga lösningar. Corin har formgivit en kollektion av använda kvitton. Kollektionen ifrågasätter hur man värderar kläder, resurser, andras och det egna arbetet. Resultatet visar att människors konsumtionsvanor inte förändras över en natt. Istället för att sträva till revolution ska man sträva till evolution. Slutresultatet var respondentens sätt att säga stopp.

Hägglom (2013) har skrivit en uppsats med syfte att undersöka ett koncept som intresserar henne då det kommer till hållbar formgivning; att jobba med återanvändning av material. Hägglom undersöker modeindustrins problemområden, med fokus på kläder och textilier som avfall. Hon har även formgivit en kollektion i återanvända material och undersöker om detta arbetssätt i framtiden kunde vara ett fungerande affärskoncept för formgivare. Resultatet visar att återanvändning av material kan vara ett fungerande affärskoncept, men att starta ett företag enligt detta koncept skulle vara en utmaning.

Sammanfattningsvis kan man konstatera att Strandwall (2011) har kommit fram till att det krävs någonting mer än att bara återvinna material för att åstadkomma en mer hållbar och miljövänligare klädproduktion. För att få en förändring måste man komma bort från tankesättet ”jag ska ha” och vara beredd på att bli mer slow-fashion där man syr sina egna kläder, syr om eller piffar upp gamla kläder, lappar slitna kläder och är kreativ på egen hand. Oredsson (2015), som skrivit en artikel om en motsvarande forskning kring ämnet fast-fashion, konstaterar att kreativitet och lekfullhet styr konsumenternas beteende. Konsumenterna vill visa att de är duktiga genom sin klädsel. Klädseln är en slags bekräftelse på att de faktiskt är duktiga på vad de gör. Även Lublinn (2011), menar att konsumtionsbeteendet måste förändras och alternativ till traditionella kläder måste finnas på marknaden. Det måste helt enkelt finnas flera alternativ för att man ska kunna kombinera modeintresset och miljömedvetenhet.

Enligt Ekström, Gustafsson, Hjelmgren och Salomonsson (2012), krävs det att man förstår konsumentens situation i vardagen för att minska avfallet av textilier. Man skapar olika lösningar som gör det lättare för konsumenter att vara miljövänliga. Gwozdz, Netter, Bjartmarz och Reisch (2013) konstaterar att en tredjedel av unga svenskar ofta lagar sina kläder och på så sätt förlänger klädernas liv. Många skulle faktiskt vara beredda att göra ett medvetet val av kläder om de fick bättre information. Där till menar Gwozdz, Netter, Bjartmarz och Reisch att det alltså finns en affärspotential för klädföretag i att sälja hållbart mode, men de måste helt klart bli bättre på att informera kring detta. Enervi (2010), har i sin uppsats kommit fram till att second hand handeln måste bli mer eftertraktat genom att göra second hand mer tillgängligt för konsumenter. Man borde addera det som konsumenten söker för att stilla sina behov när denne handlar kläder. Enligt Corin (2013), är det inte bara konsumenterna som måste ändra på sitt beteende. Corin vill uppmana designers att också ta sitt ansvar och ifrågasätta, berätta och inspirera. Det betyder inte att de måste komma med färdiga lösningar. Man ska istället för att sträva till revolution, stäva till evolution. Hägglom (2013) har kommit fram till att det är ett fullt möjligt affärskoncept att jobba med återanvänt material. Utmaningen här ligger i att grunda ett företag på detta koncept.

5. Metoder

Detta examensarbete är ett kvalitativt arbetet med syfte att skapa olika stilhelheter av återanvända kläder och ge inspiration för hur man kan klä sig i återanvänt material. Processen från idé till ett slutresultat som sedan publiceras på en nätsida undersöks. Respondenten söker också svar på vad hållbart mode är och om det går att skapa en stilhelhet av återanvända kläder. Respondenten använder dokumentstudier som datainsamlingsmetod och analyserar materialet med hjälp av bildanalys.

5.1 Val av modell och team

I valet av modell var det viktigt för respondenten att använda en modell med ett utseende som passar temat och som har god erfarenhet av att stå framför kameran. Lini Kennedy, en Brasiliansk modell som tillhör Ford Models Brasils Agentur var den modell respondenten valde. Lini har olivfärgad hy, grönbruna ögon och långt mörkbrunt hår. Hon har skarpa ansiktsdrag, en mycket bra hy och en passande kroppsfigur tillhörande temat. Valet av modell var inte självklart, eftersom Lini mest jobbat som katalogmodell och gjort mer glamorösa imagefotograferingar. Det var genom Linis instagram och hemsidan Nastygals där hon modellat, respondenten fick inspiration och kunde se att Lini skulle passa grunge temat.

Respondenten har valt att använda sig av en professionell makeupartist/hårstylist och fotograf/retuschör, eftersom slutresultatet skulle vara av högre standard än vad respondenten själv skulle ha kunnat åstadkomma med sina kunskaper.

Valet av makeupartist och hårstylist var enkelt, Petronella Nilsson, makeupartist och hårstylist hos Nelly.com. Respondenten och Petronella är arbetskollegor och har därför tidigare erfarenhet av att jobba tillsammans och fungera som ett team. Petronella är mycket duktig och har den kunskap som krävs för att resultatet av hår och makeup ska bli bra. Hon har dessutom jobbat med modellen tidigare, vilket är en fördel för att få ett riktigt bra slutresultat. Valet av fotograf/retuschör föll på Nikela Ståhl. En inte lika erfaren fotograf, men som har viljan och kunskapen och som alltid jobbar för ett så perfekt resultat som möjligt. Nikela är även hon arbetskollega till respondenten och de har därför tidigare erfarenhet av att jobba tillsammans och fungera som ett team. Dessutom jobbar Nikela förutom fotograf, som retuschör på Nelly.com och har därför mycket god kunskap och erfarenhet inom retuschering.

5.2 Dokumentstudier

Det finns flera olika sätt att samla in information på för att få frågor besvarade. Vilken typ av teknik man väljer beror på vad som ger bäst svar på frågorna gentemot den tid och de medel som är tillgängliga. Dokumentstudier innebär att forskaren studerar en person indirekt via ett medium. Forskaren får vanligtvis information genom att observera den berörda personen i olika situationer eller genom att fråga och lyssna till vad personen har att berätta. Ibland är det dock inte möjligt att få personlig kontakt med de personer man är intresserad av, det alternativ som man kan förlita sig på i sådana fall är dokument av olika slag, alltså dokumentstudie. På så sätt kan det vara möjligt för forskaren att sätta in sig i den undersöktes tankevärld utan att denne är fysiskt närvarande. Enligt Travers (1985) är en term för det spår en människa gör på ett föremål ett dokument eller en skriftlig källa. Dokument används bland annat för sådan information som skrivs ner eller trycks, som till exempel litteratur (skönlitteratur och facklitteratur) och ”kortlivade” dokument (tidningar och information från internet). (Bell 2006, 125; Carlsson 1991, 26, 51; Patel & Davidsson 2011, 67)

De dokument som forskaren samlar in skapar en grund för forskningen. Dokumentet är källan till den information forskaren söker. För att man ska kunna bedöma om fakta eller upplevelser är sannolika måste man förhålla sig kritisk till dokumenten. Man måste till exempel ta reda på när och var dokumenten tillkommit, varför ett dokument kommit till, om de är äkta eller falska och om det är en primärkälla eller sekundärkälla. En primärkälla är en källa som kommer att genomföras eller som man under projektets gång får tag i. En sekundärkälla är en tolkning av sådant som ägt rum och som bygger på en primärkälla. Dessa källor kan vara av många olika slag, t.ex. berättande, värderande, historiska eller nutidskällor. (Bell 2006, 125; Carlsson 1991, 26, 51; Patel & Davidsson 2011, 68-69)

5.3 Styling

I detta kapitel beskrivs makeup, hår- och klädstyling som metod. Respondenterna har valt att ha allt under samma rubrik, eftersom alla delar hör ihop och är en del av helheten.

Makeup

Syftet med makeup är att framhäva ansiktet. Till basmakeupen hör primer, concealer, foundation, puder och rouge. Primer förlänger hållbarheten på makeupen, concealer hjälper till att dölja flammighet, mörka partier, fläckar och finnar. Foundation ska jämna ut hudtonen och till en viss del dölja ojämnheter i huden. Puder används för att fixera underlaget och ge en bra grund. Rouge

formar och ger färg på kinderna och gör att man ser piggare ut. (Söderberg & Wigur 2006, 14; Högfeldt 2015, 46, 50, 52, 58)

Till ögonmakeupen hör ögonskugga, eyeliner och mascara och ögonbryn. Vad gäller ögonskugga är tanken att den ska framhäva ögonen och ögonens färg. Eyelinern ger ögonen rätt form, vilken typ och vilken färg man väljer beror på vilken effekt man vill uppnå. Även valet av mascara beror på vilken effekt man vill uppnå. Ett par välformade ögonbryn gör mycket för ansiktet och ramar in hela ögonpartiet. (Söderberg & Wigur 2006, 36, 43; Högfeldt 2015, 75, 84, 90)

Till läppmakeupen hör läppenna, läppstift och läppglans. Läppenna används för att rama in munnen, men också för att förändra och fördjupa färg på ett läppstift eller som ersättare för läppstift. Läppstiftet kan få en ledig look att se elegantare ut, det ger pondus och är det enklaste sättet att förändra makeupen. Läppglans får munnen att se fylligare ut och ger en fräsch känsla med mycket lyster. (Söderberg & Wigur 2006, 62, 65, 74; Campsie 2000, 24)

Hårstyling

Syftet med att styla håret är att med hjälp av stylingverktyg och produkter, skapa en frisyra som motsvarar den look man vill uppnå. Hemligheten bakom en bra frisyra är att man använder stylingprodukter som är avsedda för hårtypen och hjälpmedel som gör det lätt att forma håret. Det finns massor av olika stylingprodukter och verktyg, några av dem är till exempel torrschampo, hårspray och locktång. Torrschampo används främst för att fräscha upp håret mellan tvättningarna, men också för att ge volym i hårbotten. Hårspray används som en avslutande behandling för att hålla håret på plats. Med locktång lockar man håret. Vilken storlek på tången man väljer beror på vilken typ av lockar man vill skapa. Nackdelen med värmealstrande stylingverktyg är att det kan skada håret, men man kan undvika det genom att använda en värmeskyddsprodukt. (Campsie 2000, 132, 135, 139; Torrschampo – quickfix på flaska, (u,å))

Klädstyling

Syfte med klädstyling är att kreativt skapa en stilhet som motsvarar det resultat man föreställt sig. När man stylar ska man utgå från temat och inte från sin egna personliga stil. Stylisten måste kunna avgöra vad som ser snyggt ut och vad som inte gör det. Alla har en viss stil som passar dem och som inte passar. Hur plaggen bärs och hur de är kombinerade har betydelse för vilket intryck en stilhet ger. För att skapa en bra styling bör man veta hur kläderna är konstruerade och förstå hur de rör sig även om man inte sytt dem själv. Man måste hålla koll på hur makeupen, håret och miljön ser ut tillsammans, för att kunna skapa en sammanhängande och snygg styling. (McLean 2012, 7, 12, 97, 148, 149)

Det finns olika saker som en stylist bör tänka på inför editorial styling. En editorial styling börjar med att kunden ger en brief till stylisten och stylistens uppgift är att skapa den stilhelhet som kunden önskar. Genom inspirationsbilder som stylisten sätter ihop i en moodboard, som sedan visas upp för kunden, säkerställer man att man har samma vision. Stylisten planerar sedan vilka kläder och accessorar som ska användas och fullföljer briefen. När man stylar en modell, måste man ta i beaktande alla sidor av dennes utseende för att skapa den stilhelhet man vill ha. Man måste se till att underkläder och bh band inte syns i bilden och att modellen ser avslappad ut och att ljuset faller rätt på henne. Att addera accessoarer till stilhelheten gör den mer verklig. Under fotograferingen är stylistens uppgift att se till att kläderna faller rätt och att stilhelheten ser bra ut på bild. (McLean 2012, 18-23)

5.4 Fotografering

Varken teoretiska kunskaper eller nyare, bättre, större och dyrare kamera leder till att fotografen kan ta bättre bilder. Teknik är en bisak när det kommer till fotografering. Det som räknas är bilden, det vill säga resultatet. Tekniken hjälper bara fotografen att nå målet. (Wäger 2014, 10)

För att ta en bra bild krävs det fyra grundelement: Perspektiv, skärpa, exponering och komposition. Perspektivet berättar om vilken kameravinkel man ska välja, på vilket avstånd man ska ställa sig och vilken brännvidd man ska använda. Skärpa är var den skarpaste punkten ska vara och hur stort område som ska vara lika skarpt. Exponering är vilka inställningar som bör göras för att få den bästa möjliga exponeringen och hur man undviker under- och överexponering. Kompositionen handlar om vilket bildsnitt man väljer, för att fotot ska vara dynamiskt, intressant och spännande. För att skapa den perfekta bilden krävs dock ett steg till. Det är i att skapa en bildidé eller hitta ett bildinnehåll. Förutom de fyra stegen och bildidén eller bildinnehåll, är det samtliga faktorer som påverkar en bilds kvalitet: kreativa infall, öppna ögon, val av modell, rekvisita och val av miljö. (Wäger 2014, 11, 12)

Kunskaper om färg, form, ljusets funktion och grundreglerna för ljussättning är också viktiga beståndsdelar i bildskapandet. Vad gäller färg respektive svartvitt får samma motiv ofta olika uttryck i färg respektive svartvitt. Färgbilden kan bli ointressant genom att den är alltför sann. Den berättar hela historien och låter inte betraktaren själv vara delaktig i skapandet. Den svartvita bilden ger dock möjligheter till det. Det finns egentligen inga regler som säger att det ena eller andra passar bättre i färg. Valet faller på bildskaparens idé, estetik och vision. (Lindberg 2006, s. 76, Nilsson & Sjöstedt 1999, 11)

Porträttfotografi handlar om att fånga personens karaktär. Det är viktigt att kunna återge ansiktets proportioner sanningsenligt. Till porträttfotografering kan vilken kamera som helst användas. Det handlar egentligen bara om det man strävar efter. I modéfotografering står människan i centrum och ställer på så sätt samma krav som porträttfotograferingen. Istället för att fånga en persons karaktär, handlar modéfotografering om en iscensättning och ett skådespeleri. Porträttfotografen använder gärna befintligt ljus och sparsamt blixtljus, medan modéfotografen gärna vill, med hjälp av blixtar, reflexskärmar och ljusmodifierare, kunna kontrollera ljuset. (Nilsson & Sjöstedt 1999, 12; Wäger 2014, 15, 17)

5.5 Bildanalys

Alla vet vad en bild är, eller rättare sagt hur en bild ser ut. Nutida människor stöter på bilder överallt, till exempel i böcker och tidningar, på TV, webbsajter och i datorprogram och i reklamannonser. I det västerländska samhället idag är den visuella kulturen vardag. Bilder är ett sorts kommunikationsmedel som berättar något för oss. Med hjälp av dem kan avsändaren kommunicera med mottagaren genom att t.ex. underhålla, varna, uppröra, ge kunskap och information. (Borgersen & Ellingsen 1994, 11; Eriksson & Göthlund 2012, 30)

I en bildanalys börjar man med att beskriva bilden och identifiera egenskaper som till exempel komposition, färger, färgton, kontrast. Dessutom ska man ta i beaktande att bilder har flera språk beroende på vilken typ av bild det rör sig om. Därför gäller det att placera bilden inom en genre, eller vilken typ av bild det är, utifrån innehållet och materialet i bilden. Varje bildgenre utvecklar sitt eget språk, vilket innebär att man måste känna till de termer som används inom modegenren för att analysera modebilder. (Aspers, Fuehrer & Sverrisson 2004, 78; Eriksson & Göthlund 2012, 16-17)

Det finns många olika sätt att analysera bilder på, beroende på vad man vill komma fram till. En av dem är semiologiska bildanalysen. Semiotisk bildanalys handlar om bildens innehåll. Syftet med semiotiska analysen är att ta reda på vad bilden försöker säga betraktaren. En viktig term inom semiotiska bildanalysen är denotation; det uppenbara i bilden. Med denotation avses att analysera vad eller vem som avbildas. (Wärn, Pettersson & Svensson 2006, 38)

5.6 Arbetets praktiska genomförande

Respondenten valde att skapa fyra olika stilhelheter. Gemensamt för dem alla är att de är stylade med återanvänt material, i detta fall med second hand kläder. Stilhelheterna fotograferades i

studiomiljö och sammanställdes sedan i en inspirationsbok. Respondenten ville skapa en inspirationsbok för att öka medvetenheten om klädbranschen och att fånga läsarens intresse för second hand. Även blivande estenomer och branskmänniskor ska kunna bli inspirerade och få kunskap inom ämnet.

Då man skapar en styling av återanvänt material, krävs det att man vet vilket tema och vilken stil man vill ha, annars är det lätt att det blir den ”typiska” stylingen av secondhand kläder där allt är alldeles för färggrant och en mix av alla stilar. Respondenten var tydlig med att göra en styling som visar att man kan kombinera mode med återanvändning och valde därför 90-tals grungen, som också är väldigt inne just nu. Inspiration till stilhelheterna fann respondenten via Pinterest och Google. Här hittade hon både gamla 90-tals ikoner i sina trendigaste plagg och dagens kändisar i en mer uppdaterad stilhelhet. Respondenten samlade ihop materialet till en moodboard för att kunna förmedla 90-tals känslan till modellen, makeupartisten och fotografen både före och under fotograferingen. De återanvända kläderna hittade respondenten på bland annat Erikshjälpen, Emmaus och Beyond Retro. Att hitta kläder var inte svårt, utan att välja ut vilka kläder som passade temat och att allt skulle hänga ihop som en röd tråd genom alla stilhelheter. Inför fotograferingen plockade respondenten ihop de olika stilhelheterna av de kläder hon inhandlat tidigare. Resultatet av det blev: The Cover Girl, The Girl Boss, The Recycling Girl, The Zombie Girl och The Motor Girl.

Innan fotograferingen diskuterade respondenten tillsammans med makeupartisten och fotografen om hur de skulle förverkliga slutresultatet. Respondenten gav dem den moodboard hon gjort tidigare och presenterade även stilhelheterna för dem. Tillsammans kom de fram till vilken modell och vilken typ av hår och makeup som skulle passa temat. Respondenten bestämde sedan, tillsammans med fotografen, att bakgrunden och ljuset skulle vara detsamma i alla bilder, alltså vit bakgrund och hårt ljus och ge en känsla av 90-tal. Det man istället skulle leka med var olika vinklar, hel-, halv- och porträttbilder och användning av rekvisita, i detta fall en hög pall. Modellen fick också hon moodboarden innan fotograferingen, för att hon skulle förstå moodet, vilket uttryck och vilka poser hon skulle använda.

Efter fotograferingen valde respondenten och fotografen vilka bilder som skulle användas i inspirationsboken. Fotografen retuscherade de valda bilderna och satte tillsammans med respondenten ihop bilderna till en inspirationsbok. Här valde de också vilka bilder som skulle vara i färg och vilka som skulle vara svartvita.

6. Resultatredovisning och tolkning

I detta kapitel kommer respondenten att presentera resultatet av sina stilhelheter med flera bilder för varje stilhelhet genom en bildanalys. Bilderna presenteras var för sig i ordningen: The Cover Girl, The Girl Boss, The Recycling Girl, The Zombie Girl och The Motor Girl. Tolkningen görs i samma kapitel, där respondenten tolkar bilderna utifrån den teoretiska grunden och tidigare forskningen. Till arbetet hör även en inspirationsbok.

Eftersom man tydligt ska kunna se en röd tråd av stilhelheterna i inspirationsboken har respondenten valt att ha samma miljö och makeup i bilderna. Ljuset är hårt och ger en känsla av 90-talet och bakgrunden är en vit alternativt ljusgrå. Makeupen är skarpt markerade ögon, ögonbryn och kindben, men i övrigt en rätt så neutral look.

6.1 The Cover Girl



Bild 1. The Cover Girl omslag. Bild 2. The Cover Girl helkropp. Bild 3. The Cover Girl halvkropp. Bild 4. The Cover Girl bakbild.

På bilderna ser man en ung kvinna med ett nästintill uttryckslost ansikte. Hon bär ett par blå mom jeans, kombinerat med ett bälte i midjan, en tight fishnet tröja i khaki och under det en spets bh. Hon bär en svart dunjacka som är slarvigt lagt halvt över axlarna. Till det ett par ankelhöga lackstövlar i svart, ett par enkla hoop örhängen i guld och ringar i både silver och guld. Håret är vågigt, delat i mittbena och ser blött ut. Några slingor ur "luggen" är framdragna över ansiktet och täcker en del av det. Hon har skarpt markerade ögon, ögonbryn och kindben. I bild 1 är kvinnans ögon dolda bakom några hårslingor, vilket gör att fokuset istället för på ögonen, riktas på detaljerna i stilhelheten. Kvinnan är placerad i förgrunden och i bakgrunden som i övrigt är vit skymtar en grå skugga av kvinnan. Bilden är svartvit och man upplever nån slags hårdhet i ljuset. Kontrasten mellan kvinnan och bakgrunden är skarp, vilket gör att fokuset riktas på kvinnan och inte bakgrunden. I bild 2 och 3 är bakgrunden och ljuset är fortfarande det samma, men upplevs ändå som mjukare. Kanske på grund av att bilderna är i färg, där kontrasten mellan bakgrund och förgrund inte blir lika skarp. Ögonen är inte heller här i fokus eftersom modellen tittar bort och ner på bilderna. På bild 4 ser man baksidan av stilhelheten. Kvinnan har fortfarande ett uttryckslost ansikte, men utstrålar ändå någon sorts sexighet. Hon bär en silver gympabag slängt över axeln och den svarta dunjackan som tidigare var hasad ner över axlarna, är nu uppdragen över axlarna. I bilden är fokuset riktat på den ena ansiktshalvan och detaljerna i looken. Makeupen syns tydligt med det markerade ögat och kindbenet. Även ögonbrynet kommer skarpare fram i bilden och läpparna ser ut att ha färg. Håret har placerats framför ena ansiktshalvan och bakom det ena örat. Likt en orm, slingrar sig en slinga från polisongerna vid örat och ner mot halsen. Det väcker ett intresse hos betraktaren och gör att bilden blir mycket mer innehållsrik och spännande. Stilhelheten känns sportig och det ser ut som om modellen svettas, nästan som om hon varit ut på en joggingtur innan hon fotograferades. Om man tittar noga på bild 1 ser man att hon till och med har några svett droppar på dekolletaget.

Enligt Brewer (2016), gör hoop örhängen tillsammans med chokern comeback från 90-talet. Cochrane (2016) och Stinger (2015) skriver bland annat att även mom jeansen, khaki och wetlook frisyren gör comeback. På bilderna bär modellen en fishnet tröja i khaki och ett par mom jeans. Frisyren är klart inspirerad av wetlooken. Enligt Cochrane (2016) och Stinger (2015) kan 90-talet vara svårt att tolka eftersom det är en mix av olika trender. Om man till exempel tänker på 60-talet är det minikjolen, 70-talet flaren och 80-talet axelvaddarna. 90-talet är mer diffust, det är allt från grunge, hip hop till sport. På bilden ser man att tydligt att looken är inspirerad av två av dessa trender, grungen och sporten. Grungen i moodet och modellens uttryck och sporten i håret, poserna och kläderna.

6.2 The Girl Boss



Bild 5. The Girl Boss helkropp. Bild 6. The Girl Boss halvkropp.

På bilderna ser man en cool och självsäker kvinna som sitter på en pall. Hon bär ett par mörkgrå jeans som är avklippta i ankelhöjd kombinerat med ett par fishnet strumpor och vinröda loafers. Till det endast en svart läderjacka där man ser hennes bara hud och bröst skymta under jackan. I smyckes väg några silver ringar, enkla guld örhängen (hoop örhängen) och en strasschoker i silver. Makeupen är densamma som tidigare, men håret är nu lagt i sidbena och ligger platt runt huvudet. Det är fortfarande vått, men denna gång med en mer backslick känsla. I bild 5 har kvinnan båda fötterna ner på marken. Man upplever att hon är en del av bakgrunden och att det egentligen inte finns något i förgrunden. I bild 6 har kvinnan lyft upp sitt ena ben över de andra benets knä, och blir på det sättet mer rakryggad. Även om hon redan ser tuff ut på föregående bild, ger denna pose henne mer pondus. Kvinnan ser mer maskulin ut i sina drag och känns som en riktig pojkflicka, men fortfarande ändå sexig. Poserna är kaxiga och ger ett intryck av en kaxig attityd. Det ser ut som om hon bestämmer och är en riktig boss. Blicken är skarp och i fokus i bilden, men också modellens bara hud gör att fokuset även hamnar där. Genom hela stilhelheten leker man med det feminima och maskulina, och det dras ingen särskild gräns för vad som är vad.

Enligt Brewer (2016) var 90-talet ett utmärkande årtionden inom modevärlden med sin

könsneutrala attityd. Man kombinerade ofta en skir klänning med ett par grova Dr Martens kängor och skapade på så sätt en spännande kombination av det feminina och maskulina. I bilderna ser man tydligt anspelar på kombinationen mellan det feminina och maskulina. Kläderna är rockiga och av manlig karaktär, men bryts av med en skymt av bar hud och bröst. Även strasschokern som sitter tigt runt halsen, lättar upp med sitt feminina uttryck.

6.3 The Recycling Girl



Bild 7. The Recycling Girl baksbild

På bilden ser man baksidan av den tidigare stilhelheten. Här bär kvinnan samma plagg, men nu ser också betraktaren baksidan av läderjackan. På baksidan av läderjackan är ett budskap tryckt i vitt, Do Redo. Kvinnan i bilden står nu upp och man ser bara hennes ryggstavla. Huvudet är nedsänkt och armarna hänger slappt ner. Här ligger ingen fokus på varken makeup, hår eller kläder, utan endast på trycket. Att man leker med kontrasterna och printat med vitt på svart, gör att budskapet kommer fram ännu tydligare. Man får en känsla av vad bilderna representerar och det är här man förstår att bilderna är kopplade med secondhand och återanvändning.

Enligt Naturskyddsföreningen (2008) har att "Do Redo" blivit något av ett begrepp. Do Redo uppmanar till att göra nytt av gammalt och betyder att göra och göra om igen. Katarina Evans och Katarina Brieditis, som startade projektet Do Redo, ville inspirera människor att göra nya, roliga plagg av gamla som annars hade gått i soporna. På bild 7 ser man att läderjackan är återbrukad och

omgjord till något nytt genom att man printat ”Do Redo” på baksidan av jackan. Jackan är uppdaterad och modern. Resultatet i Strandwalls (2013) uppsats om slow-fashion, visar att det behövs mer än bara återvinning av material för att åstadkomma en hållbar förändring i dagens produktion och konsumtion. Enligt Corin (2013) kommer inte våra konsumtionsvanor förändras över en natt. Men som designer kan man ifrågasätta, berätta och inspirera, inte att nödvändigtvis hitta färdiga lösningar. Istället för att sträva till revolution ska vi sträva till evolution. På bilden ser vi modellen bära en återanvänd läderjacka med budskapet ”Do Redo” printat på ryggen. Bara genom ett budskap printat på jackan lyckas designern och stylisten berätta och inspirera att vi måste ändra på våra konsumtionsvanor. Bara en sån enkel sak kan leda till en evolution i kampen mot våra konsumtionsvanor.

6.4 The Zombie Girl



Bild 8. The Zombie Girl helbild. Bild 9. The Zombie Girl porträtt. Bild 10. The Zombie Girl halvbild.

På bilderna ser man en ung kvinna som ser obrydd ut. Hon bär en svart oversized collagetröja, en svart mössa och ett par overknee stövlar i glitter. Till det, ringar i både silver och guld, ett par enkla örhängen i guld och en choker i schackrutigt mönster. Kvinnan har blek hy och precis som på de föregående bilderna skarpt markerade ögon, ögonbryn och kindben. Håret ser smutsigt ut och är vågigt, blött och placerat bakom öronen. På bild 8 sitter kvinnan på en hög pall och på bild 10 står hon upp. Moodet i bilderna är dystert, avslappnat och nästintill zombieliknande, men fortfarande ändå kaxigt och coolt. Kvinnans blick är allvarlig och nästintill farlig och det känns som om hon skulle kunna döda med blicken.

Enligt Brewer (2016) har choker halsbandet ökat i popularitet igen, särskilt i och med att kändisar som Kendall Jenner, Gigi Hadid och Rihanna har setts bära dessa trender. På några av bilderna ser man att modellen bär ett choker halsband i något uppdaterat schackrutemönster. Enligt Brewer ska man för att kunna bära upp 90-talets trenden idag, omarbete stilen så att den är relevant i dagens samhälle. Istället för att kopiera rakt av, kan man återskapa 90-talet på ett modernt och uppdaterat sätt. Tricket är att kunna kombinera attityden ”too cool to care” av 90-talet samtidigt som det ska se fräscht och trendigt ut. Mixa klassiska 90-tals trender som crop tops eller chokers med tighta jeans och stövlar med klack. På bilderna ser vi att modellen har den där typiska 90-tals attityden; ”too cool to care”. Looken är fräsch och uppdaterad, och man har plockat delar av 90-tals trender och kombinerat dem med något modernt. Även Stringer (2015) skriver om 90-tals modet, där man nämner att overknee strumpor var en stor trend. Overknee stövlarna som modellen bär på bilden är tydligt inspirerad av den 90-tals trenden, dock i en nyare och uppdaterad variant.

6.5 The Motor Girl



Bild 11. The Motor Girl porträtt. Bild 12. The Motor Girl halvbild.

På bilderna ser man en ung kvinna som har ett allvarligt och slapt uttryck, men med en sexighet i blicken. Hon bär de mörkgråa jeansen och svarta läderjackan som hon tidigare gjort, till denna stilhelhet dock med en vinröd polotröja som är avklippt ovanför naveln. Till det bär hon de smycken hon haft i de tidigare stilhelheterna och ett guldhalsband med en halvmåne som symbol, något som sticker ut i stylumen och gör det lilla extra. Makeupen är den samma även här, men håret är däremot bakåtdraget, men med mycket mer volym. Man skimtar en liten del av en benan, vilket ger ett intryck av att modellen själv skulle slängt håret bakåt och dragit fingrarna genom det. Bild 11 är svartvit och känns mer dramatiskt, än den andra i färg. Kanske på grund av kontrasten som skapas mellan den mörkklädda kvinnan och ljusa bakgrunden. Stilhelheten ser rätt så ofixad och sliten ut, men fortfarande snyggt. Kläderna känns rockiga och det ser ut som om modellen kunnat dra iväg på en motorcykel när som helst.

Enligt Brewer (2016) var grunge en av de viktigaste trenderna av decenniet. Alla ville efterlika modellen Kate Moss med hennes "heroin chica" utseende och stil. På bilderna har kvinnan det "heroin chica" utseendet, med det allvarliga och slappa uttrycket kombinerat med en sexighet. Enligt Strandwall (2013) måste vi vara beredda på att bli mer slow-fashion där man syr sina egna kläder, syr om eller piffar upp gamla kläder, lappar slitna kläder och är kreativ på egen hand för att

få en hållbar och miljövänligare produktion av kläder. Den vinröda polotröjan som modellen bär på bilden är avklippt och uppdaterad från något gammalt till något nytt. Den bidrar därför till ett slow-fashion tänkande som i sin tur leder till en hållbar och miljövänligare produktion av kläder.

6.6 Sammanfattning

Resultatet visar att det är mycket viktigt att läsa sig in på ämnet, framför allt då respondentens mål har varit att fördjupa sig i och få mera kunskap om ämnet. Ifall respondenten inte läst sig in på klädbranschens industri hade hon inte förstått betydelsen av hur viktigt det faktiskt är att klä sig i återanvänt material.

Resultatet visar att det inte finns någon direkt definition av vad hållbart mode är. Hållbart mode kan innebära att producera och konsumera kläder på ett hållbart sätt, men även att återanvända kläder och köpa secondhand. Resultatet visar även att det går att skapa olika stilhelheter av återanvända kläder som fortfarande känns moderiktiga. Det handlar bara om att använda sin kreativitet och laga, fixa, sy om och helt enkelt ”Do Redo”. Stilhelheterna är inspirerade av 90-tals grungen som för tillfället är en av de stora trenderna inom modevärlden.

7. Kritisk granskning

I detta kapitel granskar respondentens sitt arbete kritiskt genom positiv och konstruktiv kritik. Respondenten granskar arbetet med tyngdpunkt på syfte och problemprecisering, teoretisk grund, tidigare forskning, metodval, resultat och tolkning. Respondenten granskar kapitel för kapitel, i ordningsföljd och även sambandet mellan dem.

Syftet med examensarbete var att skapa olika stilhelheter av återanvända kläder och ge inspiration för hur man kan klä sig i återanvänt material. Forskningsfrågorna som ställs kan inte tolkas på olika sätt, däremot är den första frågan om vad hållbart mode är mycket bred och kräver ett brett och otydligt svar. Eftersom det inte finns någon direkt definition för vad hållbart mode är, kunde respondenten ha specificerat frågan om vad hållbart mode är och vinklat in den på ett smalare område med ett smalare och entydigare svar.

I teoretiska utgångspunkter fördjupar sig respondenten i modeindustrin och dess tillverkning, konsumtion och avfall, i ekomodet, i framtidens modeindustri och hållbarhet, i återanvändningen och slutligen i 90-tals modet. Respondenten har haft svårt att begränsa sig till vilka ämnen och vilket innehåll utgångspunkterna ska beröra. Området modeindustri och återanvändning är brett och något man från början borde strukturera upp. Respondenten har haft som mål att genom den teoretiska utgångspunkten få mera kunskap inom ämnet och öka läsarens medvetenhet om klädbranschen och väcka dennes intresse för second hand. Genom de teoretiska utgångspunkterna har respondenten fått förståelse för hur viktigt det är att man som stylist inspirerar människor att klä sig i återanvända kläder. Respondenten anser att de innehåll och de kunskaper läsaren får i de teoretiska utgångspunkterna krävs för att läsaren sedan ska förstå bildernas budskap och det slutliga resultatet. De typer av källor som respondenten använt sig av är böcker, bloggar och artiklar på internet. Respondenten har varit mån om att använda så nya, uppdaterade och relevanta källor som möjligt, vilket hon också lyckades med rätt så bra. I kapitel 3.5 (90-tals mode då och nu), har respondenten inte hittat några litterära källor på grund av brist på litteratur om 90-talet. De är alla hämtade från, enligt respondenten, pålitliga artiklar på internet. Källorna är både nationella och internationella betraktat från respondentens sida. Vad gäller siffror för konsumering och avfall har respondenten valt att undersöka både nationella siffror och internationella siffror för att få perspektiv på konsumeringen och avfallet i olika delar av världen. De olika böckerna refererar ofta till varandra, vilket betyder att respondentens samlade material med mindre sannolikhet är förfalskat. Genom hela arbetet har respondenten använt sig av engelska uttryck, vilket självklart inte är rekommenderat. Förklaring har varit att dessa benämningar ofta förekommer och används inom modebranschen och egentligen inte går att översätta. Respondenten har i kapitel 3.1

(Modeindustrin) valt att lämna bort fakta om Finland och istället fokuserat på Sverige, eftersom respondenten är bosatt i Sverige och hon utgått från det och den svenska litteraturen. Det kan förstås ses som en brist i arbetet, då arbetet riktar sig till bland annat estenomer som mest troligen är bosatta i Finland.

Respondenten har baserat den tidigare forskningen utifrån de teoretiska utgångspunkterna. De alla tangerar bakgrunden på något vis och ger sina egna svar inom ämnet. Respondenten har valt 8 färska forskningar från olika forskningsinstitut. Det är uppsatser, rapporter och avhandlingsprojekt som är skrivna av studeranden, forskare, professorer och doktorander. Samtliga forskningar är nationella. Respondenten har i sitt arbete haft nytta av forskningarna genom att de innehåller likadana teorier som respondenten skrivit om i bakgrunden. Detta i sin tur förstärker återigen sanningshalten av den information respondenten samlat in. Dessutom har respondenten förutom det, haft nytta av dem i tolkningen av resultatet.

Examensarbetet är en kvalitativ studie med syfte att skapa olika stilhelheter av återanvända kläder och ge inspiration för hur man kan klä sig i återanvänt material. Respondenten har valt att göra ett kreativt arbete där hon använder sig av lämpliga metoder för syftet. Metoderna är val av modell, dokumentstudier, styling, fotografering och bildanalys. Respondenten använder dokumentstudier som datainsamlingsmetod och analyserar materialet med hjälp av bildanalys. Dokumentstudier har använts då respondenten har samlat in material för fördjupa sig i och få mer kunskap om ämnet. De metoder respondenten valt är de mest naturliga eftersom arbetet handlar om återanvändning och styling och för att kunna föreviga dessa behövs dokumentation i form av fotografering. Respondenten har tvekat på att använda makeup, hårstyling och fotografering som metod, eftersom hon bara utfört själva klädstylingen. Respondenten förklarar det genom att hon varit delaktig i alla delar och att samma slutresultatet inte kunnat förverkligas utan en professionell makeupartist och fotograf. Respondenten upplevde att det var svårt att hitta fakta om klädstylingen, då det egentligen inte finns några exakta regler för hur man ska styla. Respondenten har därför utgått från vad en stylist gör före och under en editorial styling och vad denne bör tänka på, istället för att fokusera på hur man konkret gör en styling. Respondenten har haft svårt att förstå metoderna överlag, vilket syns i valet av fakta i vissa underkapitel som kanske inte är så relevant. Porträttfotografering är till exempel något som respondenten har valt att ta upp i 5.4 (Fotografering) även om de flesta av bilderna är halv och helkroppsbilder. Eftersom det ändå finns några få porträtt tycker respondenten att det tangerar arbetets genomförande. Här saknas dock fakta om helbilder vilket respondenten kunde ha tänkt på tidigare.

I resultatredovisningen och tolkningen presenterar respondenten tydligt resultatet och tolkningen av

sina stilhelheter med flera bilder för varje stilhelhet. Bilderna presenteras var för sig med rubrik och numrering. Resultatet presenteras genom en bildanalys direkt under varje bild och tolkningen görs i ett nytt stycke direkt under bildanalysen i varje bild. Respondenten tolkar bilderna utifrån den teoretiska grunden och tidigare forskningen. Till arbetet hör även en inspirationsbok. Eftersom de flesta stylingar i bilderna inte speglar budskapet om återanvända kläder, är det enligt respondenten problematiskt att tolka tillbaka till den större delen av bakgrunden och tidigare forskningen. I efterhand är det något som respondenten velat ändra på. Antingen genom att ändra stylingen i bilder och vara mer tydlig med budskapet, eller bakgrunden och tidigare forskningar och tydligare tangerar bilderna. Respondenten föredrar det senare, eftersom hon är mycket nöjd med slutresultatet, vad gäller stylingarna (kläder, hår och smink), bakgrunden, ljussättningen och inspirationsboken. I de få bilder där budskapet om återanvändning var tydligt kunde respondenten utan problem tolka tillbaka till bakgrunden och tidigare forskningen. Även om respondenten har haft få tolkningsmöjligheter är de tolkningar som gjorts ändå inte långsökta. Respondenten anser att man tydligt kan se kopplingen mellan resultatet och bakgrunden och tidigare forskningen. Respondenten anser att hon nått syftet genom att hon skapat stilhelheter med återanvända kläder och genom det gett inspiration för hur man kan klä sig i återanvänt material. Respondenten tycker att resultatredovisningarna och tolkningarna överensstämmer med och svarar på både syftet och forskningsfrågorna, dock rätt så diffust.

Det arbete som respondenten gjort stämmer inte riktigt överrens med det hon föreställt sig från början. Detta betyder inte automatiskt att arbetet är dåligt, utan att det tog en annan vändning än vad respondenten tänkt sig. Eftersom återanvändning som ämne är så pass brett har det enligt respondenten varit svårt dra den röda tråden genom arbetet. I efterhand ser man ändå att de alla tydligt har att göra med varandra. Även om det inte alltid har funnits raka svar på syftet och forskningsfrågorna, har respondenten ändå lyckats svara på dem. Arbetet är väl balanserat och strukturerat vad gäller både indelning och innehåll av kapitel och design. Respondenten ser de brister arbetet har, men anser ändå att helheten fortfarande är bra.

8. Diskussion

Processen, att fördjupa sig i och få kunskap om ämnet till att skapa olika stilhelheter av återanvända kläder, har varit en utmanande och lärorik resa. Jag har chockerats av överkligt höga siffror och vilka stora problem modeindustrin egentligen ställer till med. Jag hade faktiskt ingen aning om det, precis som jag tror att de allra flesta inte heller har. Arbetet har verkligen fått mig att förstå hur viktigt det är att jag som estenomstuderande och en del av modebranschen tar ansvar och på något sätt försöker inspirera människor att återanvända kläder, istället för att fortsätta konsumera fast-fashion kläder i den takt vi gör idag. Det som varit utmanande var att välja vilken riktning arbete skulle gå i och vilka ämnen jag skulle beröra. Modeindustrin är ett så pass brett ämne, att det är omöjligt att fördjupa sig i allt. Även om mitt arbete inte direkt svarar på frågan vad hållbart mode är, tycker jag ändå att det finns gott om material där man kan tolka svaret. Det finns oändligt många lösningar att minska klädkonsumtionen och skapa ett mer hållbart mode. Jag har valt att fokusera på återanvändningen.

Att hitta återanvända kläder till stilhelheterna har absolut inte varit något problem. Alla välgörenhets- och second hand butiker jag besökt har varit översvämmade med kläder. Det jag upplevde var svårt, var egentligen att välja ut vilka kläder som skulle passa modellen och temat och att det skulle finnas någon typ av röd tråd i det hela. Jag rekommenderar dem som gör något liknande arbete att inskaffa alla stilhelheter från samma butik och försöka sätta ihop dem till olika stilhelheter där, så slipper man tänka på om det ena plagget från ett loppis matchar det andra plagget från ett annan loppis.

Som utvecklingsförslag av mitt examensarbete skulle man kunna fördjupa sig ytterligare och skapa olika stilhelheterna av återanvänt material istället för återanvända kläder. Då skulle man få ut den maximala kreativiteten. Ett annat förslag är att fördjupa sig i hur man hittar de bästa second hand kläderna och vad man ska tänka på när man handlar second hand. Ifall jag skulle skriva arbetet på nytt hade jag fördjupat mig i hur man handlar secondhand och inte bara hur man klär sig i det.

Som vidare forskningsförslag skulle man kunna ta reda på om det går att starta någon typ av verksamhet med hållbart mode i fokus och ifall det skulle vara lönsamt. Man skulle även kunna göra ett samarbete med till exempel en second hand butik där man skulle representera deras kläder i ett inspirationsmagasin.

Till detta examensarbete hör även en inspirationsbok som innehåller alla de stilhelheter som jag skapat. Stilhelheterna ska inspirera läsaren till att återanvända kläder och tänka över deras egna

konsumtions vanor. När man tittat igenom inspirationsboken vill jag att man ska springa till närmaste second hand, köpa något och kreativt börja skapa.

Det jag lärt mig av detta examensarbete är att man inte kan ändra modeindustrin över en natt, utan att vi alla måste hjälpas åt för att få en ändring. Jag har gång på gång genom arbetet förvånats över att modeindustrin tycks vara en de största bovarna i dramat. Det har ändrat min syn på hur svårt det faktiskt är att överhuvudtaget göra en förändring och ibland har det faktiskt känts riktigt hopplöst. Hur ska lilla jag kunna få denna mäktiga ekomiska industri att förändra sig? Som tur är, är jag inte den enda som tänker i dessa banor och förhoppningsvis blir vi fler. Jag kommer i fortsättningen att använda mig av återanvända kläder vad gäller min privata garderob och i mitt yrke. Även om jag inte alltid kommer ha möjlighet att använda återanvända kläder kommer jag alltid förespråka det. Jag ser det helt enkelt som ett kall i livet!

Källförteckning

Aspers, P., Fuehrer, P. & Sverrisson, A., 2004. *Bild och samhälle. Visuell analys som vetenskaplig metod*. Lund: Studentlitteratur.

Bell, J., 2006. *Introduktion till forskningsmetodik*. (4. uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Black, S., 2008. *Eco-chic: The fashion paradox*. London: Black Dog Publishing Limited.

Borgersen, T. & Ellingsen, H., 1994. *Bildanalys*. Lund: Studentlitteratur.

Brewer, T., How to rock the 90s fashion trend in 2016. *The Trend Spotter*, 19.8.2016. [Online] <https://www.thetrendspotter.net/2016/03/how-to-rock-the-90s-fashion-trend-in-2016.html> [hämtat: 11.10.2016].

Brieditis, K., (u.å.). *Do Redo*. [Online] <http://katarinabrieditis.blogspot.fi/p/do-redo.html> [hämtat: 13.10.2016].

Brown, S., 2010. *Eco fashion*. London: Laurence King Publishing Ltd.

Campsie, J., 2000. *Hår & make-up. En komplett handbok i skönhetsvård*. Köln: Könnemann Verlagsgesellschaft mbH.

Carlsson, B., 1991. *Kvalitativa forskningsmetoder för medicin och beteendevetenskap*. Stockholm: Almqvist & Wiksell.

Cochrane, Lauren., The 90s are back: how to get the look right. *The Guardian*, 11.3.2016. [Online] <https://www.theguardian.com/fashion/2016/mar/11/90s-are-back-how-to-get-the-look> [hämtat: 11.10.2016].

Corin, A., 2013. *Paradox: Att formge hållbarhet*. Åbo: Examensarbete för formgivare (YH)-examen. Yrkehögskola Novia, Formgivning.

Ekström, K., Gustafsson, E., Hjelmgren, D. & Salomonson N., 2012. *Mot en mer hållbar konsumtion – En studie om konsumenters anskaffning och avyttring av kläder*. Borås: Rapportserie.

Högskolan i Borås, Vetenskap för profession 20:2012.

Enervi, M., 2010. *Second hand: en studie om hur second hand shopping kan bli ett alternativ till first hand shopping, för en framtida hållbar miljö*. Luleå: D-uppsats. Luleå tekniska universitet, Institutionen för musik och medier.

Eriksson, Y. & Göthlund, A., 2012. *Möten med bilder*. Lund: Studentlitteratur.

Fletcher, K., 2008. *Sustainable fashion & textiles: Design journeys*. London: Earthscan.

Gwozdz, W., Netter, S., Bjartmarz, T. & Reisch L., 2013. *Survey results on fashion consumption and sustainability among young swedes*. Köpenhamn: Copenhagen Business School Handelshögskola, Rapport nr 7.

Hägglom, L., 2013. *What a waste – Ett examensarbete med återvinning i fokus*. Yrkeshögskolan Novia. Examensarbete för formgivare (YH)-examen. Yrkeshögskolan Novia, Formgivning.

Högfeldt, M., 2015. *Makeup*. Stockholm: Bonnier Fakta.

Torrschampo – quickfix på flaska (u.å). [Online] <http://www.kicks.se/har/styling/torrschampo-c272> [hämtat 15.10.2016].

Lee, M., 2007. *Eco chic: The sassy shopper's guide to ethical fashion*. London: Octopus Publishing Group Ltd.

Lindén Ivarsson, A-S., Brieditis, K. & Evans, K., 2004. *Do Redo: Konsten att slakta en träja*. Stockholm: Alfabeta Bokförlag AB.

Lindberg, S., 2006. *Det fotografiska bildspråket*. Malmö: Liber AB.

Lublinn, S., 2011. *Modeintresserad och miljömedveten – en möjlig kombination?* Huddinge: Kandidatuppsats för programmet för miljö och utveckling. Södertörn Högskola, Institutionen för livsvetenskaper.

McLean, L., 2012. *Contemporary fashion stylists*. u.o.Vivays Publishing Ltd.

Naturskyddsföreningen, 2008. *Grön design*. Stockholm: Alfa Print.

Nilsson, L. & Sjöstedt, U., 1999. *Porträttfotografering*. u.o. Natur och Kultur / LTs Förlag.

Oredsson, U., 2015. Fast fashion – snabbmode för trendkänsliga. *Lunds Universitets Magasin*, 4, s. 20-23.

Patel, R. & Davidson, B., 2011. *Forskningsmetodikens grunder. Att planera, genomföra och rapportera en undersökning*. (4. uppl.) Lund: Studentlitteratur.

Strandvall, I., 2011. *Slow-Down – Examensarbete inspirerat av Slow-rörelsens tankesätt*. Åbo: Examensarbete för formgivare (YH)-examen. Yrkehögskolan Novia, Formgivning.

Stringer, M., 17 fashion trends that need to stay in the 90s. *Metro*, 17.3.2015. [Online] <http://metro.co.uk/2015/03/17/17-fashion-trends-that-need-to-stay-in-the-90s-5106037/> [hämtat: 13.10.2016].

Söderberg, M. & Wigur, M., 2006. *Makeup!* Malmö: Damm Förlag AB.

Wäger, M., 2014. *Kreativ fotografering. Lär dig tänka kreativt med kameran*. Sundbyberg: Pagina Förlags AB.

Wärn, Y., Petterson, R. & Svensson, G., 2006. *Bild och föreställning – om visuell retorik*. Lund: Studentlitteratur.