

SIKRE KORT, KJÆRLIGHET OG MINNER

*EN STUDIE AV SEKS
PERSONERS
VERDIFULLE KLÆR*

MASTEROPPGAVE I MOTE OG SAMFUNN
INGRID HAUGSRUD
2016

Masteroppgave i estetiske fag
Mote og samfunn
2016
Ingrid Haugsrud

Sikre kort, kjærlighet og minner
en studie av seks persons verdifulle klær

Kandidatnummer: 515
Høgskolen i Oslo og Akershus
Fakultet for teknologi, kunst og design
Institutt for estetiske fag
Emnekode: MEST5900

Sammendrag

Jeg ønsker å bidra til et skifte mot en mer miljøvennlig og etisk motebransje som tar hensyn til hvordan klær faktisk brukes og hvilken betydning de har for oss. Det er til nå utviklet lite kunnskap rundt klærs verdi. I denne masteroppgaven benyttes derfor kvalitative semistrukturerte forskningsintervjuer og garderobemetoden for å utforske seks personers tanker om hvilke klær i deres garderobe som har høyest verdi for dem og på hvilken måte. Garderobemetoden innebærer at det materielle tilkjennes en sentral posisjon i diskusjoner og i forskning på klær. Utvalget består av tre kvinner og tre menn mellom 22 og 26 år med ulik studie- og arbeidsbakgrunn. Studien viser at klær kan ha flere former for verdi, som her inndeles i syv kategorier og knyttes til 1) tid og minner, 2) komfort og velvære, 3) kjærlighet, 4) uovervinnelighet, 5) egen stil og personlig uttrykk, 6) nyhet og mote og 7) pengeverdi. Felles for de registrerte klærne er at de brukes mye. Slik blir de bærere av minner og kan hjelpe oss å huske det vi ellers kunne ha glemt. Klær kan gi en følelse av trygghet og selvstendighet, og samtidig representere bånd til andre mennesker. Her blir kjærlighet et sentralt tema. Videre kan klær være verdifulle ved å muliggjøre at ytre omstendigheter takles bedre ved å holde oss tørre og varme. Informantene forteller om en følelse av uovervinnelighet. Mange av plaggene som er registrert i studien er verdifulle for informantene av flere årsaker, og hører derfor hjemme i flere kategorier. De fem første kategoriene er de viktigste formene for verdi, samtidig som de to siste er tatt med fordi de har preget ideer om klær og verdi. Gjennomsnittsalder for de 63 registrerte plaggene er om lag 4 år, noe som kan tyde på at det nye ikke er det viktigste for informantene. Ved å undersøke menneskers forhold til klær og verdi, kan vi lære mer om oss selv og tingene vi omgir oss med. Dette er kunnskap som både etterlyses og som med fordel kan settes i sammenheng med blant annet design-praksis. Dette vil kunne bidra til at det produseres klær som har større potensiale for å bli likt, brukt og tatt vare på over lengre tid.

Abstract

By undertaking this research I intend to investigate the way clothes are used and the underlying meanings they can have for us, in order to contribute to a shift towards a more environmentally friendly and ethical fashion industry. This is a research area that deserves further exploration. I have focused on six peoples' wardrobes and undertaken qualitative research methods such as semi structured interviews and the wardrobe method in order to explore which clothes have the most value for the owner and in what way. The wardrobe method involves placing a greater emphasis on the material in discussions and research on clothes. The sample consists of three men and three women between the ages of 22 and 26 with different work and educational backgrounds. This study brings to light that clothes can be valuable in several ways, which are sorted into seven categories: 1) time and memories, 2) comfort and well-being, 3) love, 4) invincibility, 5) personal style and expression, 6) novelty and fashion, and 7) pecuniary value. A common theme that was exposed is that the registered clothes are all worn often. As follows they carry memories and help us remember things we otherwise would forget. Clothes have the ability to give a sense of security and independence, while at the same representing bonds between people. In this way love becomes a central theme. Furthermore, clothes can be valuable in that they protect our extremities by keeping us dry and warm. Clothes can make the participants feel invincible. Most of the registered garments adhere to several different categories and therefore they are valuable to the participants for a number of reasons. The most important forms of value are found in the first five categories, but the final two are also presented due to the impact they have on ideas of clothes and value. The 63 garments in this study have an average of about 4 years, this can indicate that novelty is not the priority for my participants. By focusing on how clothes can be valuable for people we can learn more about ourselves and the objects we are surrounded with. This type of knowledge is imperative, and the design-field can benefit from it. In doing so we can design clothes that have the potential to be loved, worn and looked after.

Forord

Arbeidet med denne oppgaven har vært lærerikt, krevende og inspirerende. Flere temaer jeg kunne tenke meg å utforske videre har kommet til syne underveis. Vi har på oss klær alle som en, og jeg håper det er mulig å kjenne seg igjen i hvordan klær kan ha verdi når man leser denne oppgaven.

Det er en rekke mennesker som har hjulpet meg på mange måter i dette arbeidet.

Jeg har vært så heldig å ha hatt tre supre veiledere, og jeg vil gjerne rette en stor takk til dem: Ingun Grimstad Klepp, Karun Nordgård og Siv So Hee Steinaa.

Ingun, tusen takk for kloke, morsomme og raske tilbakemeldinger. Som den ekspert du er, har jeg følt at jeg har vært i de beste hender og jeg har lært masse av deg. Karun, takk gode tilbakemeldinger, og for at du står på for oss alle. Din positivitet og iver er smittende og inspirerende, og har hjulpet meg til å yte litt ekstra gjennom dette året. Og sist, men ikke minst Siv - tusen takk for fire år med gode råd og en dør som alltid står åpen for meg. Er så takknemlig for at du alltid tar deg tid, og hjelper meg med hva enn det skulle være.

Tusen takk til venner og gode støttespillere: jeg er heldig som har dere. Mote og samfunn-klassen, jeg er så glad for å ha delt kontor plass, glede og frustrasjon med dere. Å kunne snakke med har vært veldig verdifullt. Takk til Alice for hjelp med engelsken, og Vilde for korrekturlesning. Mamma og pappa, tusen takk for at dere har trua. Takk til Tora for oppmuntring, gode tips og innspill. Kjæreste Andreas, takk for all teknisk hjelp og for at du alltid støtter meg.

Jeg må også si tusen takk til mine seks informanter: For at dere tok dere tid, slapp meg inn i hjemmene deres og fortalte meg så mye spennende.

Oslo, 15. april 2016

Ingrid Haugsrud

1. Innledning	1
1.1 Problemstilling	2
1.2 Oppgavens struktur	3
1.3 Begrepsavklaringer	3
1.3.1 Mote	3
1.3.2 Klær	5
1.3.3 Garderobe	5
1.4 Forskningsbakgrunn	6
1.4.1 Garderobestudier og annen forskning	6
1.4.2 Oppsummering	9
2. Forskningsdesign og metode	11
2.1 Fenomenologisk forskningsdesign	11
2.2 Kvalitativ metode	11
2.3 Vitenskapsteoretisk forankring	12
2.4 Arbeidsmetoder og verktøy	12
2.4.1 Garderobestudie/metode	13
2.4.2 Kvalitativt forskningsintervju	13
2.5 Utvalg	14
2.6 Intervjuene	15
2.7 Etikk	16
2.8 Analyse	18
2.9 Validitet og reliabilitet	21
2.10 Refleksivitet og drøfting av metode	21
2.11 Praktisk-estetisk arbeid	23
3. Teoretiske perspektiver	25
3.1 Verdi	25
3.2 Eiendeler og tilknytning	27
3.3 Identitet og kleskompetanse	30
3.4 Mote eller stil	33
4. Presentasjon og drøfting av resultater	35
4.1 Tid og minner	35
4.1.1 Tilknytning over tid	37
4.1.2 Framtid	38
4.1.3 Bruk og vedlikehold	40
4.1.4 «Tidløshet»	41
4.1.5 (Ubrukt) potensial	42
4.1.6 Assosiasjoner og affeksjonsverdi	42
4.1.7 Souvenirer	43
4.1.8 Episoder og perioder	45
4.1.9 Materiell biografi	46
4.2 Komfort og velvære	47
4.2.1 Forholdet mellom kroppen og klærne	48

4.2.2 Trygghet.....	50
4.2.3 Sikre kort.....	52
4.3 Kjærlighet	54
4.3.1 Den vellykkede gaven.....	55
4.3.2 Arv.....	56
4.3.3 Håndverk	58
4.3.4 Nære bånd og relasjoner	60
4.4 Uovervinnelighet.....	60
4.4.1 Ting som virker	61
4.4.2 Verdifull ull	63
4.4.3 Kvalitet som varighet	66
4.4.4 «Den er fin»	68
4.4.5 Materialer og kvalitet i bruk	69
4.5 Egen stil og personlig uttrykk.....	70
4.5.1 Kles-selvtillit	70
4.5.2 Meddelelse og kommunikasjon	72
4.5.3 Stil og selvtillit	74
4.6 Nyhet og mote	75
4.7 Pengeverdi	77
4.7.1 Status og kjærlighet.....	79
5. Oppsummering og avsluttende refleksjoner	82
5.1 Svar på problemstilling	82
5.2 Validitet og mulighet for generalisering	84
5.3 Spørsmål til videre utforskning	85
Litteratur	87
Vedlegg	93

1. Innledning

Does there exist a single dreamer of words who does not respond to the word wardrobe? [...] A wardrobe's inner space is also intimate space, space that is not open just to anybody. (Bachelard, 1994, s. 78)

Filosofen Gaston Bachelard så på huset som et bilde på sjelen. Både minnene og det vi har glemt finnes der. Tingenes hus, slik som skuffer, kister og garderober bærer med seg de skjulte tings estetikk (1994, s. xxxvii). Å tenke slik om en garderobe er ikke fremmed. Der finnes det gjemte og glemte, men også det som brukes til daglig. Hva kan vi fortelle om disse tingene, og kan de fortelle noe om oss? I denne oppgaven vil jeg bruke garderober og det som finnes i dem for å fortelle noe om klærs verdi.

Det er viktig å være kritisk til en bransje og industri som har store utfordringer knyttet til miljø og etikk. Min designutdanning har ført til at har jeg lurt på hvordan det kan forsvares å produsere mer klær i en verden som er langt forbi metningspunktet. Samtidig er det slik professor i kulturstudier Elizabeth Wilson (2003) skriver, at mote kan svøpe oss i drømmer, og på den måten bidra til en vakrere verden. Jeg har hatt et ønske om å lage bedre produkter på en forsvarlig måte. Forbruket øker stadig, men med bedre ting kan vi også ha færre. Hvilke ting har potensial til det? Min intensjon har vært å finne ut hvilke klær som betyr noe for oss, og få denne kunnskapen med meg inn i produksjon av klær.

Flere som arbeider innenfor miljøvennlig mote har ment at det er viktig å ta utgangspunkt i klærs verdi. Kate Fletcher, professor i bærekraft, design og mote, skriver at bærekraftighet i mote ikke bare handler om å øke effektivitet i tekstilproduksjon og sikre transparente produksjonslinjer, men også om å legge til andre verdier (Fletcher, 2014, s. 243). Det holder ikke bare å effektivisere eksisterende rammeverk, vi trenger nye rammer og nytt innhold.

Følgelig trenger vi økt kunnskap om hvordan klær brukes, og hvilke klær forbrukerne verdsetter. Kunstprofessor Janet Hethorn anbefaler å ha person i fokus framfor plagg i en designprosess. Ved å se for seg mennesket i plagget vil man kunne lage mote som sikrer velvære for individet (2008, s. 54). I denne forbindelse blir det aktuelt å se på klespraksis.

En måte å forstå hvorfor folk kler seg som de gjør er å undersøke garderobene. Det som er moderne og finnes i butikkene gir oss ikke mye informasjon før de selges og blir en del av den helheten som garderoben er (Woodward, 2007, s 153). Derfor er det der vi må begynne.

Oppgavens overordnede tema er klærs verdi. Min tese er at klær har verdi for mennesker, samtidig som jeg har vært åpen for hvilke type verdier det kan være snakk om. Gjennom semistrukturerte intervjuer og garderobemetoden¹ har jeg kommet fram til ulike kategorier for verdi. Disse baseres på informantenes utsagn og utvalgte plagg i deres garderobe.

Med denne oppgaven deltar jeg i forskningsprosjektet KRUS - økt utnyttelse for norsk ull. Prosjektet er ledet av Ingun Grimstad Klepp, ved forbruksforskningsinstituttet (SIFO). KRUS finansieres av Forskningsrådet innenfor BIONÆR-programmet². Mitt prosjekt er en del av «Arbeidspakke 4», som blant annet har som mål å endre diskusjonen omkring bærekraftig mote med større vekt på klærs verdi. Det langsomme og lokale er viktige temaer i dette arbeidet (Klepp, 2015).

1.1 Problemstilling

Oppgavens problemstilling er som følger:

Hvilke klær i en garderobe har høyest verdi for eieren, og hvorfor?

Spørsmålet vil bli besvart ved å undersøke forholdet tre kvinner og tre menn har til klærne i sine garderober. Hvilke plagg anser de som verdifulle? Hva består i tilfelle disse verdiene av? Videre vil jeg utforske hvilke konsekvenser dette har for bruken av plaggene. Blir de mest verdifulle plaggene brukt, eller ansett som klenodier? Ved å rette fokus mot disse temaene håper jeg å bidra til økt kunnskap rundt hvilken betydning klær kan ha for enkeltindivider. Jeg ønsker å finne ut hvordan klær har verdi, og på hvilken måte denne kunnskapen kan brukes positivt i produksjon og bruk av klær.

¹ Metoden beskrives i kapittel 2

² Bærekraftig verdiskaping i mat- og biobaserte næringer

1.2 Oppgavens struktur

Oppgaven er delt inn i fem kapitler, der det første tar for seg tema, bakgrunn og begrepsavklaringer. I kapittel to beskrives metode og forskningsdesign. I tredje kapittel redegjøres det for aktuelle teoretiske perspektiver, før resultatene av intervjuene og analysen presenteres og diskuteres i fjerde kapittel. Informantenes utsagn danner utgangspunkt for hvordan dette materialet diskuteres. De vil drøftes i lys av de teoretiske perspektivene i det foregående kapitlet, i tillegg til annen relevant litteratur. Kapitlet består av syv kategorier med underpunkter. Avslutningsvis vil jeg oppsummere resultatene, reflektere over gjennomføringen og peke på mulige veier videre. På grunn av personvernshensyn vises ikke fotografiene av informantenes klær. Denne masteroppgavens hovedvekt ligger på det teoretiske.

1.3 Begrepsavklaringer

I det følgende redegjøres det for sentrale begreper som er benyttet, med unntak av verdi, identitet og kleskompetanse. De vil diskuteres i neste kapittel.

1.3.1 Mote

The task ahead is to separate the often conjoined ideas of fashion as a market-driven cycle of consumer desire and demand, and fashion as identity construction, as the creation of a sense of self which we are empowered to change; and in so doing to give rise to a role for fashion that helps us both identify the causes of sustainability problems and cultivate new aspirations, to develop fashion based on values. (Fletcher, 2014, s. 143)

Fletcher etterlyser en mote basert på verdier, og ønsker å skille mellom en forståelse av mote 1) som tilbud og etterspørsel styrt av markedet og 2) som identitetskonstruktør. En mye brukt definisjon av mote er Wilsons «fashion is dress in which the key feature is rapid and continual changing of styles. Fashion, in a sense is change, and in modern western societies no clothes are outside fashion [...]» (2003, s. 3). Alle klær i Vesten er altså påvirket av mote. Sosiologiprofessor Yuniya Kawamura definerer mote som en kollektiv aktivitet, et symbolsk produkt uten mening i seg selv. Moten står aldri stille, men er i evig forandring (2005). Sosiologen Joanne Entwistle vektlegger kroppens rolle, og skriver

«fashion is about bodies: it is produced, promoted and worn by bodies. It is the body that fashion speaks to and it is the body that must be dressed in almost all social encounters» (2015, s. 1). Førsteamanuensis i visuell kultur Malcolm Barnard definerer helt enkelt mote som «det vi har på oss» (2007, s. 3). Historikerne Peter McNeil & Giorgio Riello skriver også at mote kan muliggjøre at vi kan likne hverandre, men samtidig uttrykke egen individualitet gjennom klær (2010, s. 19). Mote forteller om en spenning mellom massen og individet, og mote kan bidra til at vi kan uttrykke oss selv (Wilson, 2003, s. 10-1).

Disse definisjonene bidrar til å forstå mote i seg selv, men vi trenger også å forstå hvordan mote brukes. Her er antropologen Julie Botticellos definisjon aktuell. Hennes syn på mote er at det er en kontinuerlig prosess som bekrefter individets selvfølelse. Det vi skaffer oss setter vi sammen med det vi allerede eier. Vi har ikke helt nye opplevelser knyttet til klær. Mindre forandringer og forbedringer fører til identiteter som utvikles over tid. Vi er ikke bare forbrukere av gitte objekter, men produserer og skaper disse objektene for oss selv gjennom måten vi bruker dem på (Botticello, 2014, s. 111-2). I følge denne tankegangen blir vår egen garderobe en viktig del av det store bildet. Det blir betimelig å stille spørsmål ved hvordan og hvorvidt moten blir en del av garderoben, eller vår garderobe en del av moten. En slik forståelse av mote henger sammen med Karen Tranberg Hansens begrep «kleskompetanse» (2003), som er et viktig teoretisk perspektiv i denne studien, og som vil introduseres i kapittel tre.

Når mote er tema bør hele motesystemet være i tankene: Fra design, produksjon og promotering, til det vi gjør når vi kler på oss til daglig (Entwistle, 2015, s. 1-2). Vi kan forstå mote som mer enn ideer, og klær som mer enn produkter - mote og klær kan synes som gjensidig avhengige av hverandre. Fletcher understreker at mote ikke kan betraktes utelukkende som «en verden av ideer», men må settes i kontekst med industrien som former den og med mennesker, økosystemer og jordkloden (2014, s. 141). Moteindustrien er en av verdens største industrier og en av dem som forurenses mest (2014, s. 53). «Fast fashion³» bidrar til utnyttning og utbytting av mennesker i kappløpet om lavest mulige priser. Kollapsen av Rana Plaza i 2013 hvor 1138 arbeidere døde (Falch & Leffler, 2015, s. 5) var et tydelig bilde på dette. Vi kjøper nesten dobbelt så mange klær som i 1990. Importen av klær har økt med 119 % på samme tid (Hille, 2011). Med dette som bakteppe blir det

³ Rask produksjon i høyt volum, ofte billige klær (Fletcher, 2014, 189)

problematisk å diskutere mote uten å ta miljø og etikk i betraktning. Med opp imot 12 kolleksjoner i butikkene årlig, mot tidligere fire, blir vi bombardert av billige klær. Disse klærne oppleves ofte som eneste valgmulighet fordi alternativene som finnes er ukjente for forbrukerne (Fletcher, 2014, s. 140-3).

1.3.2 Klær

I propose the idea of dress as situated bodily practice as a theoretical and methodological framework for understanding the complex dynamic relationship between the body, dress and culture. Such a framework recognizes that bodies are socially constituted, always situated in culture and the outcome of individual practices directed towards the body: in other words 'dress' is the result of 'dressing' or 'getting dressed'. (Entwistle, 2015, s. 11)

Om man ser på klær slik, som situert kroppslig praksis, bygger man en bro mellom begrepene mote og klær - kroppen knytter begrepene sammen. «Drakt» eller «klær» defineres som råmaterialet som mote formes av, og kan være tekstiler, tatoveringer og andre former for utsmykninger (Kawamura, 2005, s. 1). Men hvordan blir dette råmaterialet skapt? Entwistle skriver at mote er råmaterialet til klærne brukt til daglig (2015, s. 1). Videre skriver hun at mote er en viktig faktor i vår klespraksis, men at mote bare gjenkjennes om den blir «oversatt» til individers klær (s. 3). Klærne vi velger å bruke representerer et kompromiss mellom sosiale krav, miljøet vi er en del av og våre egne ønsker (s. 114). Det blir dermed problematisk å skille mellom mote og klær.

1.3.3 Garderobe

Ordet «garderobe» kommer fra fransk, og ble opprinnelig brukt om et stort skap til klær. Senere har det betegnet et rom til klær, som for eksempel et kott. Det kan også brukes om alle klærne en person eier (Henrichsen, 2009). Det er denne betydningen av ordet jeg vil bruke. I garderoben kan vi finne klær som er ukjentlig i bruk og klær som ikke har sett dagens lys på mange år. Den kan bli et sted å gjemme og glemme ting - og kan dermed være et kaosområde (Cwerner, 2001, s. 86). Vi kan ha klær i garderoben vi ikke ante at vi hadde lenger, og kanskje noe vi ikke vil bli minnet på. Garderoben kan betraktes som et personlig arkiv eller museum, som gjennom å romme klær også rommer vår egen historie (Cwerner, 2001, s. 87). Det blir vår materielle biografi (Skov, 2011, s. 12). En slik

klesbiografi skiller seg fra andre konvensjonelle narrative former ved at den ikke er kronologisk eller fastsatt. Kontinuiteten i garderoben sikres av plaggene som har vært der lenge (Woodward, 2007, s. 66).

I klær fra garderoben møter vi offentligheten, og utprøvinger av nye kombinasjoner og presentasjoner av oss selv for er gjenkjennelig for mange. Vi kan velge hvordan vi framstiller oss selv gjennom klærne vi bruker. På denne måten kan garderoben også ses som et klesbibliotek, hvor nye «pakker» for kroppen og selvet kan settes sammen (Cwerner, 2001, s. 89). Garderoben blir et sted for oppbevaring av klær, og med det følger alle betydningene klærne våre har for oss.

1.4 Forskningsbakgrunn

Denne oppgavens problemstilling retter søkelyset mot forholdet mellom eieren og klærne. Flere forskere har utforsket dette både teoretisk og metodisk. En som har vært særlig opptatt av det er etnolog og forbruksforsker Ingun Grimstad Klepp, som mener at nye spørsmål krever nye metoder (Klepp & Bjerck, 2012, s. 382). Garderobestudier er en metodologisk tilnærming som undersøker forholdet mellom klærne i deler eller hele garderoben for å sette fokus på materialitet (s. 373). Jeg finner derfor denne metoden godt egnet til å besvare oppgavens problemstilling.

Hvordan vi behandler objektene rundt oss og hvilke egenskaper vi tillegger dem, har vært et tema i flere felt. Det er prosjekter innenfor dette området jeg har forsøkt å få overblikk over, og det har da vært nødvendig å se utenfor eget fagfelt. For å få kunnskap og oversikt over feltet har jeg også sett på relevante studier innen forbruksforskning og materiell kultur, og disse presenteres i kapittel tre.

1.4.1 Garderobestudier og annen forskning

«Considered as a whole, the system of American clothing amounts to a very complex scheme of cultural categories and the relations between them, a veritable map—it does not exaggerate to say—of the cultural universe» (Sahlins, 1976, s. 179). Det samme kan sies om klær her i Norge. Det er flere forhold og meninger knyttet til klær. Verdien klær har for eiere er den delen av kartet over det kulturelle universet jeg ønsker å undersøke. Det

er flere som har forsket på disse temaene og kommet fram til ny kunnskap gjennom garderobestudier. Forskerne har bakgrunn i ulike fag og disipliner, blant annet forbruksforskning, økonomisk historie, designforskning, antropologi, kjønnsstudier og drakthistorie (Skjold, 2014, s. 31).

I mange av disse prosjektene utforskes identitet gjennom studier av hvordan objekter vi omgir oss med kan være med på å fortelle historien om oss selv. Entwistle skriver at forholdet mellom mote/klær og identitet er komplekst. Vi kan uttrykke aspekter ved vår identitet gjennom klærne våre, som for eksempel kjønn og sosial status, men vi kan også tilsløre den: «our clothes cannot always be 'read', since they do not straightforwardly 'speak' and can therefore be open to misinterpretation» (Entwistle, 2015, s. 112).

Sosiologen Elizabeth Shove, samfunnsgeografen Matthew Watson, sosiologen Martin Hand og professor i produktdesign Jack Ingram etterlyser en diskusjon rundt hvordan objekter former brukerne, og ikke bare hvordan de er passive ting som kan fungere som identitetssymboler, tegn på kulturell kapital eller meningsbærere (2007, s. 23). Her kan for eksempel mer eller mindre fysiske og sanselige aspekter som kvalitet, komfort og materiale være aktuelle å undersøke nærmere.

Kultursosiolog Lise Skov skriver at ved å forske på garderober lærer vi noe om det ubevisste, det kroppslige og det hverdagslige. I tillegg er det enda et aspekt ved garderobestudier, nemlig at det innbefatter en kritisk evaluering av diskurser innen mote. Garderoben blir en buffer mot mote som bare «noe nytt». Den sørger for at måten vi kler oss på også blir orientert mot vår egen historie, mot det vi har anskaffet oss og kledd oss i tidligere (Skov, 2011, s. 15).

Eksempler på garderobestudier er undersøkelsen av kvinners avhending av klær (Klepp, 2001), menns daglige bekledningsvalg (Skjold, 2014), hvorfor vi beholder klær som ikke passer lenger eller som ikke blir brukt (Banim & Guy, 2001; Bye & McKinney, 2007; Cluver, 2008), og klær som går ut av bruk i norske husstander (Laitala, 2014). I Klepps rapport fra 2001 kommer det fram at vi tar bedre vare på yndlingsklærne våre. I en artikkel konkluderer hun studien med at disse favorittene minsker behovet for nye klær. Slik kan de bidra til et mer miljøvennlig forbruk (2010, s. 170). Men hva kjennetegner disse plaggene? Hva er det som gjør at vi gir disse høyere verdi og behandler dem bedre enn andre? Disse spørsmålene vil jeg utforske videre.

Førsteamanuensis innenfor humaniora Maura Banim og psykologen Ali Guy (2001, s. 217) skriver at man burde utbrodere påstanden om foreldelsen moten skaper, da deres undersøkelser viser at kvinner beholder klær lenge etter den aktive brukstiden. Dette er i samsvar med Klepps rapport som viser at norske kvinner beholder klær i ett til tre år etter at de har sluttet å bruke dem (2001, s. 164). Disse klærne kan bli bevart fordi de er en del av vår historie, og Banim og Guy stiller derfor spørsmål om hva som fører til at man faktisk kvitter seg med plagget på sikt - vil det å kaste ut disse klærne være å gi slipp på noe av seg selv? (2001, s. 164) Vi beholder kanskje klær lenger enn motesystemet skulle tilsi, men blir de brukt? Er det slik at vi bruker de klærne som har verdi for oss, eller ligger de brakk i skapet?

Antropologen Sophie Woodward's bok *Why Women Wear What They Wear* (2007) tar for seg vestlig klespraksis. Spørsmålet boken konsentrerer seg om er «how women are able to use clothing to change and engage with the self» (2007, s. 21). Klær kommuniserer ikke rett fram, slik det er foreslått av blant annet Barthes (2006), og uttrykket heller ikke et «ekte jeg». Når kvinner velger hva de skal kle seg i viser de nåtidige sider ved selvet ved hjelp av eldre plagg i garderoben. Klærne kan også representere forholdet til andre mennesker (Woodward, 2007, s. 21).

Philip Warkanders doktorgradsavhandling i motevitenskap fra 2013 utforsker forholdet mellom stil, kjønn og seksualitet i samtidens Stockholm gjennom deltakende observasjon, semistrukturerte intervjuer og garderobestudier. Her så han blant annet hvordan klesstil og kjønn i stor grad er regulert av kontekstspesifikke normer.

Moteforskeren Else Skjolds doktorgradsavhandling fra 2014 behandler spørsmålet om hvordan garderobestudier kan bidra til en tettere forbindelse mellom produksjon og forbruk av klær (Skjold, 2014, s. 5). Hun undersøkte menns daglige bekledningsvalg. Hun så også nærmere på hvordan plagg fra designeren Mads Nørgaard ble implementert og appropriert i virkelige garderober, og hvordan dette hang sammen med Klepps konsept om «favoritter» både hos merket og forbruker. I tillegg gjennomførte hun et forskningsprosjekt ved Designskolen Kolding i samarbeid med skomerket Ecco. Her ble søkelyset rettet mot hvordan brukernes erfaring kan nyttiggjøres i moteutdanninger og i designprosesser.

Foreleser i håndverksdesign Anna-Mari Raunio (2007) har undersøkt hvordan håndlagde klær får spesiell status i garderoben og på hvilken måte dette henger sammen med minner

og følelser. Hun konkluderer med at håndlagde klær blir husket bedre og satt mer pris på, men også mislikt sterkere enn «vanlige» klær (s. 70). Håndlagde klær er plagg som vekker sterke følelser.

Psykologen Mihaly Csikszentmihalyi og sosiologen Eugene Rochberg-Halton's undersøkelse (1981) er også interessant. Den tar utgangspunkt i alle eiendelene som er «spesielle» for en husstand. Eiendelsundersøkelsen hadde 315 informanter i ulike sosiale klasser (s. 56). De endte opp med nesten 1700 gjenstander som ble sett på som verdifulle, funksjonelle eller betydningsfulle på andre måter. Gjenstandene ble sortert i 36 ulike «meningskategorier», slik som memento, souvenir, gave eller underholdning. I gjennomsnitt hadde gjenstandene fire ulike meninger for informantene (s. 57). De 36 meningskategoriene ble snevret inn til 11 «meningsklasser» - for eksempel ble mementos og souvenirer satt sammen til «minner». Disse kategoriene kommer også til syne i min undersøkelse. Klær ble også registrert, men var ikke blant det som ble nevnt oftest hos disse informantene (s. 58).

Hvordan kan enkelte plagg, kanskje de «sikre kortene», fungere som byggesteiner til antrekk eller måter å uttrykke seg selv på? Disse temaene behandles av Skjold, spesielt når hun ser på hvordan tre menn approprierer plagg fra en designer i hver sin garderobe og på hver sin måte (2014, s. 161). I tillegg er Fletchers «craft of use» interessant, her undersøker hun hvordan klespraksis kan knyttes til bærekraft (2014, s. 109). Jeg ønsker å bygge videre på denne type forskning, hvor kunnskap om hvordan vi faktisk bruker og bryr oss om klærne våre forhåpentligvis kan være med på å påvirke hvordan objektene rundt oss designes og behandles.

1.4.2 Oppsummering

Ovenfor er det gjort rede for noen av studiene som har vært aktuelle for å belyse denne oppgavens tema. Det er tydelig at garderobestudier er et felt i vekst og anses som en fruktbar måte å undersøke forholdet vi har til klærne våre og hvordan de brukes. Få av studiene ser på menn og kvinner samtidig. I norsk sammenheng har det vært fokus på avhending av klær (Klepp, 2001; Laitala, 2014), og mot bestemte deler av garderoben som ull- og sportsklær (Hebrok & Klepp, 2014; Laitala & Klepp, under utgivelse). I disse studiene er det likevel flere som har vært inne på temaer tilknyttet verdi. Det gjelder ofte klær som får bli i garderoben over lengre tid. Samtidig har det ikke, til min kjennskap, vært

noen som har sett på verdi i seg selv. Det har vært et poeng for meg å finne ut om disse klærne brukes, da verdifulle klær ofte nevnes i sammenheng med klær som ikke er i bruk.

2. Forskningsdesign og metode

I dette kapitlet vil forskningsdesign og vitenskapsteoretisk ramme presenteres, og knyttes opp mot valg av metode. I tillegg vil jeg reflektere over metodene som er brukt og de forskningsetiske aspektene ved arbeidet.

2.1 Fenomenologisk forskningsdesign

Formålet med studien er å finne ut hvilke klær i en garderobe som er verdifulle for eieren. Jeg har brukt en fenomenologisk tilnærming som innebærer å «utforske og beskrive mennesker og deres erfaringer [...] og forståelse av et fenomen» (Johannessen, Tufte & Christoffersen, 2010, s. 82). Her forsøker jeg å forstå meningen med fenomener, og hvordan de henger sammen med konteksten de foregår i. Hvilken mening tillegger informantene klærne de har i garderoben? En slik undersøkelse sikter mot innsikt i og økt forståelse av andre menneskers livsverden. Informasjon om individers erfaring hentes ofte gjennom lange intervjuer, og det blir i den forbindelse viktig å forstå sitt eget fortolkningsmønster og forforståelse (Johannessen et al., 2010, s. 82-83.) Innen fenomenologien blir erfaring i seg selv utgangspunktet. Man går fra det individuelle fenomenet til «essensen» ved hjelp av tankeprosesser og analyse. Samtidig er det viktig å ikke gå for langt fra det konkrete, da det generelle er i det konkrete, ikke adskilt fra det (Alvesson & Sköldberg, 2009, s. 77).

2.2 Kvalitativ metode

Kvalitativ metode bygger på perspektivet og handlingene til personene som studeres, og søker å gå i dybden på fenomener (Alvesson & Sköldberg, 2009, s. 7). Jeg ønsker å undersøke forskningstemaet gjennom garderobestudier og kvalitative forskningsintervju.

Innen arbeidet med kvalitative forskningsintervju har det vært vanlig å betrakte kunnskap og virkelighet som sosialt konstruert (Alvesson & Sköldberg, 2009, s. 15). Samtidig har jeg ønsket å studere klær som faktiske og fysiske objekter, og hvordan disse blir forstått. Derfor har jeg også hentet metoder som er vanligere innenfor en praksisorientert teori, der det materielle tilkjennes en mer sentral posisjon. De to teknikkene bidrar til at man kan se og forstå forskjellig: både hvordan informantene snakker om klærne sine og hvordan de

bruker dem. Klespraksis er ofte et resultat av «taus kunnskap» eller «muskelminne» (Skjold, 2014, s.40), og kan være utfordrende å formidle. Ved å se på klærne kan disse praksisene komme mer til syne. Klær er både sosiale og materielle, og gjennom disse to metodene forsøker jeg å fokusere på begge aspekter.

2.3 Vitenskapsteoretisk forankring

Når det gjelder vitenskapsteoretisk forankring vil jeg plassere meg innenfor fenomenologien og hermeneutikken. Forskere er alltid en del av en historisk og kulturell betinget livsverden i kontinuerlig forandring (Alvesson & Sköldbberg, 2009, s. 95-96). Teorien om sammenheng er også verdt å nevne: Vi oppfatter verden gjennom sansene våre. Kunnskap bygger på fenomener, ting og hendelser slik de framtrer for oss, og ikke slik de er i seg selv. Tolkning og forforståelse er en viktig del av vitenskapen. Den eksistensielle hermeneutikken vektlegger å studere individer i konkrete situasjoner i livet, og ikke som enslige abstrakte ego, eller overordnet gruppe (Alvesson & Sköldbberg, 2009, s. 117). Dette er viktige perspektiver å ha med seg. Man bør forsøke å være bevisst sin egen forforståelse, og i denne sammenhengen vil min forforståelse eller forventning være blant annet at klær faktisk har en verdi subjektivt så vel som objektivt. Disse antakelsene kommer til syne i spørsmålene jeg har valgt å stille, og er dermed med på å prege den senere analysen (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 238).

Den hermeneutiske sirkel er en kontinuerlig fram- og tilbakeprosess, hvor man veksler mellom deler og helheten: «Med utgangspunkt i en ofte uklar og intuitiv forståelse av teksten som helhet fortolkes dens forskjellige deler, og ut fra disse fortolkningene settes delene på ny i relasjon til helheten [...]» (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 237). Denne tolkningen er ikke forutsetningsløs. I mitt eget arbeid har dette kommet til uttrykk ved at jeg har gått flere runder med materialet, vurdert og vurdert på nytt igjen.

2.4 Arbeidsmetoder og verktøy

Jeg har gjennomført kvalitative intervjuer med seks informanter, og kombinert dette med garderobestudier. Verktøy som er blitt benyttet er lydopptak, refleksjonsnotater og fotografier av klærne som ble nevnt i løpet av intervjuene.

2.4.1 Garderobestudie/metode

Undersøkelser av garderobeser kan betegnes som «garderobe-etnografi» (Skov, 2011, s. 2), «garderobemetoden» (Skjold 2014), eller «garderobestudier» (Bjerck & Klepp, 2012). Det er en praksisbasert undersøkelse hvor «the social life of clothing beyond the point of purchase» analyseres (Skov & Melchior, 2008, s. 13). Hvordan individer lagrer, bruker og tar vare på klærne sine studeres.

I en garderobestudie blir det stilt spørsmål knyttet til hvert plagg. Disse spørsmålene er like og gjentas for alle plaggene i undersøkelsen. Slik kan samtalen dreie seg fra det generelle til det spesielle og konkrete knyttet til praksis. At klærne er til stede under intervjuet kan føre til at informantene blir minnet om erfaringer, følelser og praksiser som de ikke ville husket eller nevnt i en mer abstrakt samtale (Klepp & Bjerck, 2012, s. 377). Jeg gjennomførte først et intervju med generelle spørsmål⁴, før vi gikk inn i garderoben og så på klærne som ble nevnt i intervjuet. Deretter stilte jeg spørsmål om hvert plagg⁵, og fotograferte dem. Informantene ble oppfordret til å se inn i garderoben sin underveis hvis de ønsket det. Å studere klærs materialitet blir viktig ettersom det er de sanselige erfaringene vi får gjennom det som hjelper oss å opptre passende etter gjeldende sosiale normer, skriver Skjold (2014, s. 40). Da vi så på plaggene etter første del av intervjuet kom det fram mer detaljerte historier rundt plaggene. I enkelte tilfeller var det som om informantene ble minnet på hvor viktig et plagg var for dem.

2.4.2 Kvalitativt forskningsintervju

Jeg har tatt utgangspunkt i Steinar Kvale og Svend Brinkmanns semistrukturerte livsverdenintervju. Dette brukes når «temaer fra dagliglivet skal forstås ut fra intervjupersonens egne perspektiver» (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 46), og det er vanlig med en intervjuguide som tar opp bestemte temaer med forslag til spørsmål.

Intervjuguiden min inneholder ulike temaer som jeg tenkte kunne knyttes til verdi. Disse kategoriene er basert på annen litteratur, egne erfaringer og utviklet i samråd med veileder. Selv om jeg hadde antakelser på forhånd om hva verdi kunne være knyttet til klær, ønsket jeg å ha en åpen tilnærming, og stilte dermed spørsmål i begynnelsen av

⁴ Se intervjuguide, vedlegg 1

⁵ Se intervjuguide del to, vedlegg 1

intervjuet som angikk verdi generelt. Informantens svar ville påvirke intervjuets gang, og jeg var også interessert i å se om de hadde andre oppfatninger eller typer verdier som jeg ikke hadde tenkt på. Rekkefølgen på kategoriene var ikke fast, men jeg ville forsøke å la temaer som penger komme til sist i intervjuet, da det kan tenkes at ikke alle liker å snakke om det. I tillegg ønsket jeg ikke at verdi som penger skulle bli styrende for intervjuet. Utover det valgte jeg å følge opp det informantene fortalte, både med oppfølgingsspørsmål og ved å justere rekkefølgen på intervjuguiden etter det informantene vektla. Del en av intervjuet ble avsluttet med generelle spørsmål om klespraksis for å runde av. Avslutningsvis ble det spurt om informanten hadde noe å legge til eller kommentarer til intervjuet, som en form for debrifing (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 161).

2.5 Utvalg

Informantene er 22-26 år, og de er tre kvinner og tre menn. Fem av seks er bosatt i Oslo, halvparten er studenter og resten i fast arbeid. De oppgir ulike vaner omkring anskaffelse av klær. Fem av seks kjøper mest nye klær, tre handler brukt iblant, mens en bare handler brukt eller overtar klær av andre. Det er to som forteller at de ikke pleier å kjøpe brukt. Det er et spenn på hvor mye penger de tror de bruker på klær. Dette er vanskelig å anslå, så de fleste gir omtrentlige beløp som går fra 100 til 4000 kr i måneden. Mengden klær i garderobene deres varierer, men det virker som om de som kjøper mest klær også er de som har størst utskiftning. Informantene bor hovedsakelig i kollektiv eller i mindre leiligheter, så de fleste har liten lagringsplass. Flere nevner at de lagrer ting hjemme hos foreldrene sine, og hadde dermed ikke hele garderoben sin tilgjengelig under intervjuet.

Jeg ønsket å intervjuer både kvinner og menn i samme aldersgruppe. Klær og mote er noe som ofte forbindes med kvinner, men er noe som angår alle. Unge voksne er interessante fordi garderoben og klesstilen kan være i endring som følge av endring i livssituasjonen. Skjold beskriver unge voksnes garderober som «a wardrobe that is getting more stabile [sic], as people find dress styles that start to 'feel right'» (2014, s. 48). Fra en periode med mange og raske endringer både i kroppen og livet blir endringene langsommere, og kravene til klær endres etter som man blir eldre (Klepp & Storm-Mathisen, 2005). Alle går med klær, og det ble ikke stilt spesielle krav til intervjupersonene utover kjønnsbalanse og alder. Men jeg forsøkte å finne informanter som hadde ulik smak, jobbsituasjon og lignende for å få en variert gruppe. Rekrutteringen foregikk gjennom bekjente, og jeg tok personlig kontakt med informantene. Noen av informantene kjente jeg fra før og andre

hadde jeg hilst på ved ulike anledninger. Det kan være en fordel å kjenne hverandre fra før, da det kan oppleves som personlig å slippe andre inn i sitt private hjem og garderobe (Klepp, 2001; Skjold, 2014; Woodward, 2007). I tillegg opplevde jeg det som fruktbart å ha like referansepunkter siden vi er i samme aldersgruppe. Jeg valgte å starte med en gruppe på seks informanter, men var åpen for å utvide gruppen etter som intervjuene ble gjennomført. Etter de første seks vurderte jeg det til at informasjonen var tilstrekkelig og variert nok til å sette i gang analysearbeidet, og valgte derfor å ikke gjennomføre flere intervjuer.

2.6 Intervjuene

I forkant av intervjuene gjorde jeg et prøveintervju med en medstudent hvor intervjuguiden ble testet ut. Hensikten var å undersøke hvordan temaene hang sammen, egnet rekkefølge, hvordan og om spørsmålene ble forstått og å finne ut tiden det tok å gjennomføre. Prøveintervjuet var for meg god øving og en verdifull erfaring.

Innen garderobestudier er det viktig at klærne er der under intervjuet, og det er vanlig å være hjemme hos informantene (Klepp, 2001; Skjold, 2014). Å være nær klærne det er snakk om kan ha innvirkning på informantenes minner og historier (Klepp & Bjerck, 2012, s. 378). Skjold understreker også viktigheten av å faktisk være i garderoben, hvor man kan se og ta på objektene under intervjuet. Både det sanselige og rasjonelle aspektet må være til stede (2014, s. 56). Intervjuene foregår ansikt til ansikt, da det ofte er lettere å snakke om personlige eller følsomme emner når man er fysisk sammen (Jacobsen, 2005, s. 143). Man bør være bevisst konteksteffekten fordi sammenhengen intervjuet foregår i kan påvirke innholdet (Jacobsen, 2005, s. 147).

Intervjuene ble, med unntak av ett, utført hjemme hos informantene i perioden oktober-november 2015. Slik kunne vi se på plaggene som ble nevnt underveis. De kunne titte i garderoben hvis det var noe de ville vise fram eller ikke helt husket, og det var lett å gå i gang med del to av intervjuet etterpå. I del to så vi på informantenes klær. Spørsmålene var ikke rettet mot spesielt sensitive emner. Mitt inntrykk var at informantene ikke hadde problemer med å svare på spørsmålene, annet enn at det kunne være krevende å formulere noe om tanker rundt egen klespraksis. Denne er ofte rutinepreget og noe man ikke er vant til å snakke om. Det kan hende at det føltes trygt at intervjuet foregikk på hjemmebane. Hvert intervju varte mellom en og to timer.

Det ble gjort lydopptak av alle intervjuene. Jeg noterte i tillegg underveis plaggene de nevnte, slik at vi husket dem til del to. Da intervjuguiden var gjennomført fulgte intervjuet andre del umiddelbart. Her så vi på plaggene som hadde blitt nevnt, i tillegg til eventuelle andre plagg informanten ville trekke fram og si noe om. Alle plaggene ble fotografert, og mens dette foregikk svarte informantene på spørsmål som omhandlet hvert enkelt plagg. I snitt ble det registrert omkring ti plagg hos hver person, men antallet varierte fra fem til nitten. Denne variasjonen kan ha oppstått som en følge av antall plagg i garderoben og hvor hyppig de var i bruk, men kan også ha vært en konsekvens av at de hadde en ulik bevissthet rundt hvert plagg og dets historie.

Etter intervjuene skrev jeg oppsummeringsnotater rundt hva jeg hadde oppfattet som viktigst for informantene og reflekterte rundt gjennomføringen. Transkriberingen foregikk i dagene rett etter hvert enkelt intervju. Dette var nyttig fordi innholdet ble repetert etter kort tid. På denne måten kunne egen innsats vurderes, og meningsanalysen av det informantene fortalte kunne begynne (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 207). Jeg transkriberte ordrett, med pauser, ord som «eh», latter, og markerte også hvis de la trykk på ord. Slik kunne jeg huske bedre hvordan informantene hadde sagt noe i analyseprosessen, og dette var viktig for å forstå betydningen av utsagnene.

Det var flere fordeler ved å bearbeide intervjuene etter kort tid. Jeg var nær intervjuet og situasjonen rundt det, og kunne huske hvordan ting ble sagt utover det som hørtes på opptakene. Det var lettere å identifisere spørsmål som ikke fungerte, for eksempel spørsmål som tangerte de samme temaene og dermed virket overflødige fordi nyanseforskjellene ikke kom fram. Eksempler på dette var spørsmål som «hva liker du å gå i?», «hva synes du er godt å ha på deg?», «hva føler du deg fin, kul, vakker, bra i?» og «hvilke materialer liker du å bruke?». Disse spørsmålene fikk veldig like svar, og jeg opplevde det som at informantene gikk litt lei av å svare på det de oppfattet som spørsmål om det samme. Noen av disse utgikk etter hvert som de ble besvart.

2.7 Etikk

Dette prosjektet er meldepliktig og er følgelig innmeldt og godkjent av personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste⁶. Informantene fikk i forkant delt

⁶ Se godkjenning, vedlegg 3

ut et informasjonsskriv og samtykkeskjema⁷, og informantene ble informert om og samtykket til lydopptak under intervjuet. Her ble studiens formål og bakgrunn beskrevet. Informantene kunne trekke seg når de ville, om de skulle ønske det. Min veileders og min kontaktinformasjon ble også oppgitt.

Opptakene og transkripsjonene er blitt lagret på hvert sitt sted i låste skuffer og på enheter med passord, i tråd med NSDs anbefalinger for å ivareta konfidensialiteten. Sensitive personopplysninger ble ikke hentet inn utover navn og kontaktinformasjon. Navn, byer og enkelte spesielle hendelser som informantene beskrev har blitt anonymisert i transkripsjonen. På samme måte er informantenes navn byttet ut med pseudonymer i transkripsjonene, notatene og analysen.

Fotografi har vært en viktig del av undersøkelsen. Det ble tatt mellom fem og tjue bilder hos hver informant. Flere viser informantenes favorittplagg som er brukes hyppig. Da bildene gjør at informantene kan gjenkjennes, har jeg valgt å ikke ha dem som illustrasjoner i teksten eller som vedlegg. Skulle jeg hatt dem som vedlegg burde oppgaven klausuleres, og det er ikke ønskelig.

Johannessen, Tuft og Christoffersen skriver at forskeren ikke bør kle seg veldig forskjellig fra intervjupersonene (2010, s. 143), da dette kan skape avstand mellom forsker og informanter. Jeg kledde meg slik jeg gjør til vanlig, men ønsket å framstå både som meg selv og litt «profesjonell». Woodward (2007) skriver at hun i sin studie kledde seg ut fra hvordan hun forestilte seg at informantene var, og at dette både slo galt og riktig ut (s. 39). Jeg hadde ikke tilsvarende opplevelser, men mine klær fungerte ofte som referansepunkter og eksempler både for informantene og meg i løpet av intervjuene.

Da informantene og jeg er mer eller mindre jevnaldrende, og i mange tilfeller hadde hilst før, var det forhold som bidro til en nærhet mellom oss. Kvale og Brinkmann skriver om «empatisk intervjuing», som går ut på å ha en positiv holdning til informantene og deres fortellinger, meninger og opplevelser, og beskrives som en «vennskapsmetode» (2015, s. 121). Denne tilnærmingen er nær den som er brukt her, da jeg har vært opptatt av å holde en vennskapelig tone uten særlig avstand mellom oss. En innvending mot denne

⁷ Se vedlegg 2

tilnærmingen kan være at informantene vil tilpasse svarene sine til det de tror at intervjueren vil høre eller forventer (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 122).

Gjennom fortolkningen kan man tillegge det informantene sier en bestemt mening. Dette bør ses i sammenheng med etikk og makt og forholdet mellom intervjuer og informant: «En av farene ved intervjuforskningen er «ekspertgjøringen» av meningene, hvor eksperten eksproprierer meningene fra intervjupersonens livsverden og setter dem inn i sine egne kategorier for å uttrykke en mer grunnleggende realitet» (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 244). Jeg har tilstrebet å være tro mot informantenes mening, og ikke satt dem ut av kontekst. Min intensjon har vært å framstille deres utsagn slik de ble sagt, men min tolkning, påvirket av min forforståelse, kan avvike fra det informantene har ment, og det må jeg stå til ansvar for.

2.8 Analyse

I analyseprosessen har intervjuene blitt analysert sammen med fotografiene jeg tok av klærne informantene fortalte om. Jeg har tatt utgangspunkt i en fenomenologisk analyse som er presentert av Johannessen et al. (2010). Her er meningsinnholdet i sentrum, og man leser det fortolkende ved at det er den dypere meningen som blir viktig. Forfatterne presenterer Kirsti Malteruds fire hovedsteg for en slik analyse:

1. helhetsinntrykk og sammenfatning av meningsinnhold
2. koder, kategorier og begreper
3. kondensering
4. sammenfatning (2010, s. 173).

Analysearbeidet begynte allerede under transkriberingen. Deretter skrev jeg ut intervjuene og leste gjennom enda en gang, og begynte å merke meg temaer i større grad. I den andre fasen så jeg etter «meningsbærende elementer» i materialet (Johannessen et al., 2010, s. 174). Her begynte kodingen ved hjelp av ulike farger. Etter å ha lest gjennom, streket under, notert og markert det som kunne fortelle noe om verdi i hvert intervju telte jeg over og lagde tabeller. Hvor ofte ble relasjoner til andre nevnt, for eksempel? Jeg så også på fotografiene av plaggene og noterte informasjonen informantene hadde oppgitt om hvert plagg. I tillegg oppsummerte jeg det jeg oppfattet som viktige temaer for informanten.

Deretter gikk jeg tilbake til dokumentene på dataen og sorterte sitater og utdrag i egne dokumenter⁸. Der kommenterte jeg sitatene i en kolonne, og satte det i sammenheng med begreper og mulige kategorier i en annen. Her gikk jeg fra beskrivende koder, som setter merkelapper på det som fortelles om, til tolkende koder som setter innholdet i sammenheng med begreper og mulige perspektiver (Johannessen et al, 2010, s. 176). Denne prosessen nærmer seg kondensering, hvor man reduserer materialet og ordner det etter kodeordene. I denne delen av analysearbeidet ble det tydeligere hvilke kategorier som overlappet og kunne slås sammen eller deles opp. Her ble materialet samlet i mer abstrakte kategorier. Det som først ble sortert inn under «anskaffelsesformer» viste seg for eksempel å være knyttet til kjærlighet.

Sammenfatningen i analysearbeidet gikk ut på å utforme begreper og beskrivelser ut ifra intervjumaterialet, og å se etter mønstre som ikke var synlige i første omgang (Johannessen et.al., 2010, s. 177). Her ble intervjumaterialet og analysen vurdert på nytt for å undersøke om det var samsvar mellom mønstrene jeg hadde sett og det opprinnelige materialet. I tillegg vurderte jeg om kategoriene skulle endres eller slås sammen, og sjekket det opp mot kategoriene plaggene var registrert i. Fotografiene ble benyttet under hele prosessen. De hjalp meg å huske det informantene hadde sagt på en annen måte (Klepp & Bjerck, 2012, s. 378). De fungerte som gode visuelle «knagger» å hekte begrepene på. Sammenhengen så vel som ulikhetene mellom de ulike informantene og innad i garderobene ble også tydeligere når bildene ble satt opp sammen. Å plassere de 63 plaggene inn i kategorier gjorde det klart hvilke verdier som var viktige, og var en visuell måte å sortere resultatene på, underbygd av sitater fra intervjuene. Fotografiene var et godt supplement til intervjumaterialet i analysearbeidet, men de snakker ikke for seg selv, og må settes i sammenheng med fortellingene og meningene til informantene (Rose, 2012, s. 326).

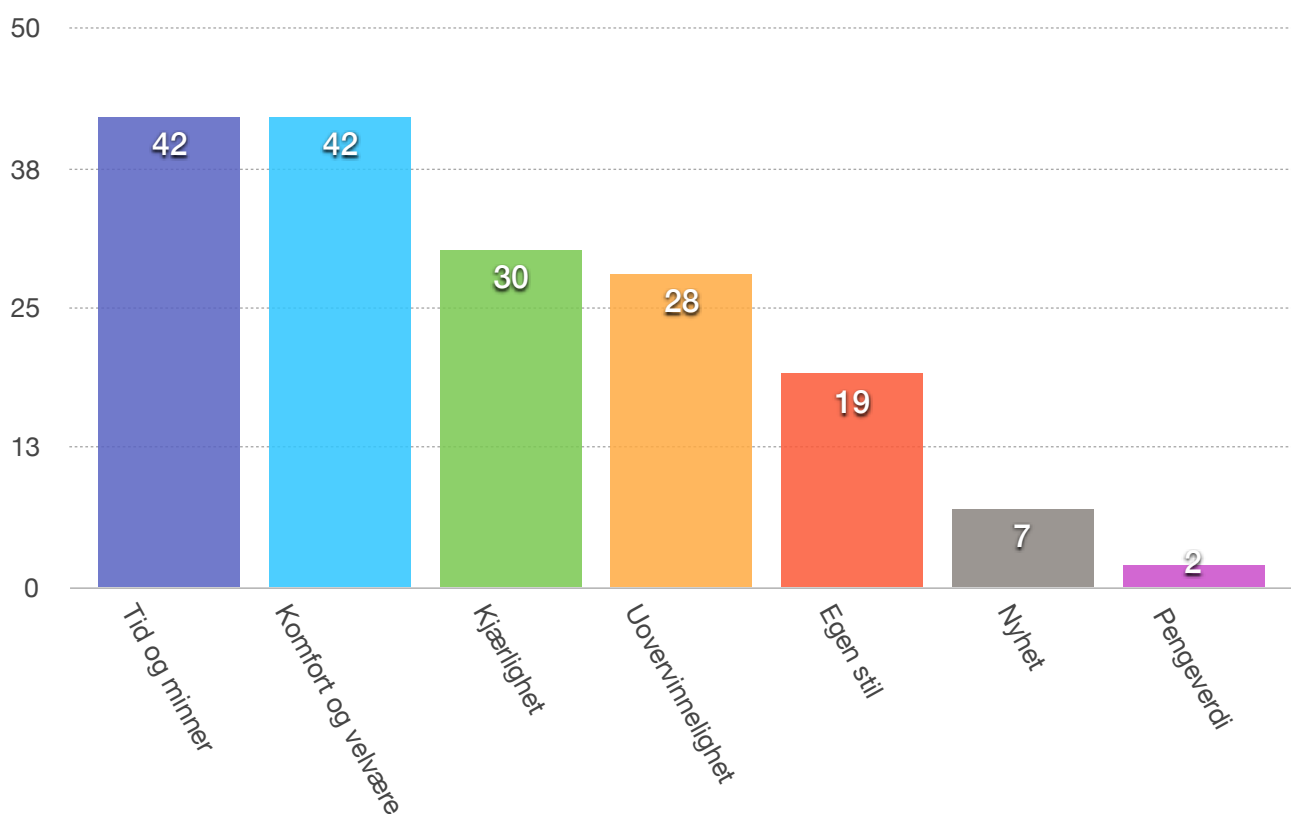
De endelige kategoriene er en kombinasjon av induktive og deduktive koder. Jeg hadde noen koder og kategorier i intervjuguiden som jeg antok at kunne anvendes, men jeg måtte også lage nye kategorier ut fra selve materialet, da de opprinnelige kategoriene ikke var dekkende nok (Johannessen et al., 2010, s. 174). Kategoriene ble valgt med utgangspunkt i det jeg hadde lest, min egen forforståelse før intervjuene ble satt i gang og

⁸ Se eksempelside analyse, vedlegg 4

det jeg oppfattet som viktig for informantene i løpet av intervjuene. Jeg har forsøkt å lage kategorier med minst mulig overlapp, og har justert dem underveis. I tidligere forskning på klær har mye av fokuset vært på kommunikasjon og moter og klærs verdi i form av pengeverdi. Imidlertid er det ikke dette mine informanter er opptatte av. Her er det relasjoner, velvære og assosiasjoner som stadig trekkes fram.

De fleste plaggene som ble registrert kunne plasseres i flere kategorier. Det er ofte flere årsaker til at et plagg anses som verdifullt. Plaggene som betraktes som mest verdifulle har aspekter ved seg som gjør at de kan høre hjemme i nesten alle kategoriene. Figuren under viser hvor mange av plaggene som kunne plasseres i hver enkelt kategori.

Figur 1: Søylediagram over antall plagg i hver kategori



2.9 Validitet og reliabilitet

«En valid slutning er korrekt utledet fra sine premisser», og den handler om metoden egner seg til å undersøke det den skal (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 276). For å sikre at forskningen er valid bør man ha innsikt i og være bevisst sine egne fordommer. I denne undersøkelsen er validiteten forsøkt bevart gjennom refleksiv praksis og veiledning. Kvalitative intervjuer gir også i prinsippet informantene mulighet til å kommentere og protestere mot intervjuerens spørsmål og forutsetningene for dem, samt fortolkninger underveis (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 275). Også denne måten kan validiteten ivaretas. Under redegjøres det for ulike valg og vurderinger jeg har gjort underveis i prosessen. En måte reliabiliteten kan styrkes på er å sette intervju materialet og analysen i sammenheng med annen forskning. Dette har jeg gjort i kapittel fire, der resultatene av denne studien settes i sammenheng med tidligere forskning.

Reliabiliteten i transkripsjonen bør også vurderes. Jeg har som tidligere nevnt valgt å transkribere ordrett, men hvor punktum og komma settes og hva som kjennetegner en pause eller nøling, er min fortolkning (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 212). Sitatene som er satt inn i teksten er skrevet om til en viss grad. Dette er av ulike årsaker. For det første av hensyn til informanten. Det være overraskende å se hvor usammenhengende det muntlige språket er, og man kan føle seg framstilt på en dårlig måte. I tillegg har navn og lignende blitt anonymisert eller fjernet for å ivareta konfidensialiteten (s. 213). Omskrivingen er også for å bedre tekstens lesbarhet (s. 307). Samtidig har jeg til en viss grad villet vise pauser, nøling, omformuleringer og lignende for å ivareta informantenes utsagn så godt det har latt seg gjøre. Det har også blitt lagt til ord der det har vært nødvendig, disse er plassert i klammer.

2.10 Refleksivitet og drøfting av metode

Jeg har forsøkt å ha en refleksiv prosess. Dette innebærer i mitt tilfelle å vise hvor prosessen kommer til kort og å vise til nye spørsmål ut fra dette materialet, samt å være kritisk til egen tolkning gjennom prosessen. Denne refleksjonen bør tilpasses egne muligheter og evner og studiens formål (Alvesson & Skoldberg, 2009, s. 316). Den innebærer en forståelse av at alle referanser til empirisk data er resultater av tolkning, og å

være bevisst seg selv, sitt forskningsmiljø og samfunnet i helhet med kulturelle og intellektuelle tradisjoner (s. 9).

Man bør være bevisst vurderingene som er gjort i forkant av undersøkelsen, med avgrensning i hvem man intervjuer, hvilke spørsmål man stiller og hvilke svar man følger opp. Videre er utvalget som er gjort i intervjumaterialet, kategoriene materialet er sortert i og teorien det er satt i sammenheng med også resultat av min forståelse og tolkning. Den som blir intervjuet gjør også en rekke refleksjoner og tolkninger rundt hva de skal svare på hvilke spørsmål og hva de anser som viktig og uviktig for seg selv, og kanskje også for meg som intervjuer (Alvesson & Skoldberg, 2009, s. 287). Min forforståelse bygger på kunnskap fra fagfeltet, men også egne erfaringer knyttet til klær og klespraksis. Jeg har forsøkt å være åpen for informantenes syn på disse temaene, og la dem være styrende for det endelige materialet. Samtidig er jeg bevisst på at andre kan tolke det samme materialet på en annen måte.

I intervjuene opplevde jeg ofte at det var utfordrende for informantene å forklare eller utdype enkelte aspekter ved temaet. Praksiser knyttet til klær og hvordan vi bruker dem er ofte lite uttalte og bevisste, og det er ikke lett å formulere noe vi vanligvis ikke snakker om eller tenker på. Slik som hvorfor de tar de valgene de tar, hvorfor de liker plaggene de liker og hva som gjør at de kler seg slik de gjør. Det kan være taus kunnskap, og et av problemene med denne typen studier kan være å oversette uttalte erfaringer rundt klær til skriftspråk (Klepp & Bjerck, 2012, s. 375). Flere av informantene fortalte at de ble gjort oppmerksomme på aspekter ved egen klespraksis som de ikke hadde tenkt over før, og at de opplevde dette som spennende.

I bearbeidingen av intervjumaterialet har jeg vurdert om jeg burde ha hatt en annen tilnærming. Kanskje hadde det vært bedre å begynne med klærne i seg selv, og bedt informantene om å vise meg et antall favorittplagg, for deretter å undersøke hva de kunne fortalt om disse. Samtidig kunne denne framgangsmåten ha ført til at temaer som viste seg å være viktige for informanten ikke hadde blitt nevnt. Det var flere tilfeller hvor informantene fortalte at de ikke hadde tenkt over at noe var viktig for dem før vi kom inn på temaer som berørte dette. Kvale og Brinkmann skriver at «intervjuet kan være en læreprosess for så vel den som blir intervjuet som for intervjueren» (2015, s. 49), og slik opplevde jeg det. Jeg håper at informantene hadde en lignende opplevelse.

Det kan tenkes at enkelte av intervjuene ble litt for lange, slik at informantene og jeg ble slitne. Dette kan ha ført til at spørsmålene ikke ble fulgt opp godt nok. Samtidig har det vært vanskelig å se hvilke spørsmål som kanskje burde ha blitt fulgt opp bedre før i analysearbeidet. Da dette var i gang kom flere temaer til syne enn jeg først hadde vært oppmerksom på, og det ble tydelig hvor materialet kom til kort. Det er enkelte temaer informantene tar opp som jeg gjerne skulle ha visst mer om, men som er problematiske å tolke og diskutere fordi det ikke er nok materiale til det. På samme måte er svar som ikke er så relevante for denne studien blitt fulgt opp, og dermed har det blitt brukt mye tid på enkelte temaer. At plaggene og temaene informantene selv valgte å legge vekt på ble styrende, har også ført til at det er emner det ikke finnes mye materiale om, slik som økonomisk verdi. Jeg har valgt å konsentrere meg om temaene som informantene snakket mest om, i tillegg til de konkrete plaggene som nevnes og det de kunne fortelle om disse.

Det har også vært utfordrende å finne ut av mine egne roller i det hele, som student, intervjuer og venn. Det kom tilbakemeldinger etter enkelte av intervjuene om at det var fint hvis jeg sa noe om hva jeg tenkte. Da kunne de bli minnet på enkelte hendelser det ikke var enkelt å si noe om, men som de hadde opplevd. Samtidig kan det føre til at intervjuet ble lengre, avsporing eller at det kunne ha blitt stilt ledende spørsmål. Jeg vurderte min egen innsats kontinuerlig i prosessen. Blant annet under transkripsjonen og etter hvert intervju. Som intervjuer erfarte jeg til tider at jeg kan ha lukket spørsmålene litt for fort ved å forklare eller utdype spørsmålet uten at informantene fikk en lang nok tenkepause. Mye av det kan komme av vanlig samtaleskikk eller høflighet, og at jeg ikke ville presse informantene. På denne måten kan jeg kanskje ha stilt ledende spørsmål. Samtidig kan ledende spørsmål styrke reliabiliteten ved at man kan verifisere fortolkningene sine (Kvale & Brinkmann, 2015, s. 201).

2.11 Praktisk-estetisk arbeid

En av delene i denne masteroppgaven er et praktisk-estetisk arbeid som presenteres etter innleveringen av denne teksten. Oppgavens hovedvekt er på det teoretiske, og det vil gjenspeiles her. Mitt praktisk-estetiske arbeid blir en presentasjon av denne studien og resultatene av den. Slik blir det formidlingen av prosjektet som blir i fokus. Jeg ønsker en presentasjon som kan få publikum til å reflektere omkring egne klespraksiser, hvilke klær som er verdifulle for dem og hvilke egenskaper og karakteristikker disse har. Dette kan

gjennomføres ved å stille spørsmål og be de som kommer for å se utstillingen forestille seg sin egen garderobe og hvilke klær som er verdifulle for dem (Hethorn, 2008).

Da jeg begynte masterarbeidet var planen å stille ut informantenes klær. Etter hvert ble det tydelig for meg at disse klærne ikke «snakker» for seg selv. Mange av plaggene er estetisk sett lite påfallende. De bør settes i sammenheng med informantenes historier. Et annet aspekt ved dette er at det kan være problematisk å vise klærne av personvernshensyn, og jeg har derfor besluttet å ikke gjøre det slik.

3. Teoretiske perspektiver

«It's an obvious truth that the relationships between fashion and high-volume consumption conflicts with sustainability goals», skriver Fletcher (2014, s. 139). Hun etterlyser et skifte fra «value-free fashion» til «fashion based on values». Gjennom å reintrodusere verdibegrepet i moten kan man nærme seg en mer bærekraftig praksis. Det vil være fruktbart å undersøke hva verdi kan være. I mote er verdi ofte definert som det nyeste, men dette er ikke i tråd med verdiene som informantene trekker fram. Disse verdiene presenteres nærmere i neste kapittel.

Jeg ønsker å undersøke hvilke klær i en garderobe som har verdi og hvorfor. Teori som kan belyse dette finnes i flere fagfelt og ikke bare i litteratur om klær. Teorier om verdi generelt har bidratt til min forståelse, sammen med forskning som behandler individets tilknytning til objekter mer spesifikt. I teorier om individers tilnærming til klær har jeg funnet mest å hente fra diskusjoner om begrepene identitet, stil og kleskompetanse.

3.1 Verdi

Verdi defineres slik av Store norske leksikon:

Verdi, kvaliteten ved noe; det som er godt ved noe. En tings verdi sies gjerne å bestemme dens viktighet med hensyn til hvordan vi bør gjøre våre vurderinger og beslutninger. Verdi kan i utgangspunktet tillegges alle ting (personer, objekter, handlinger, tilstander), og en ting blir gjerne sagt å ha en større eller mindre grad av verdi. (Sagdahl, 2015)

Det er i denne varierte sammenhengen begrepet «verdi» ofte brukes. Det er denne vide forstanden begrepet vil benyttes i det følgende, og slik jeg tolker Fletchers bruk av begrepet i «fashion based on values» (2014). For å forstå forskjellige perspektiver på verdi har jeg lett i litteratur og undersøkt hvordan dette diskuteres teoretisk. Dette er både for å stille gode spørsmål og for å tolke det informantene sier. Oppgavens formål er å bidra til en forståelse av ulike måter klær kan ha verdi på, og hva denne verdien innebærer. I denne sammenheng er det ofte snakk om subjektiv verdi - den verdien informantene oppfatter selv - men det kan også være andre måter plaggene kan ha verdi på.

Antropologen Arjun Appadurais forståelse av verdi bygger på Georg Simmel: «Value, for Simmel, is never an inherent property of objects, but is a judgment made about them by subjects» (Appadurai, 1986, s. 3). Her bryter han med Marx' verditeori, som jeg kommer tilbake til i dette kapitlet. Slik Appadurai ser det, er det gjennom byttet at verdi skapes. Verdi er ikke iboende i objektet. Det er størrelsen på offeret som utgjør verdien, ikke om det er mangel på varen eller ei. Behov og begjær, gjensidig offer og makt i samhandling, kan skape økonomisk verdi i ulike sosiale situasjoner, mener Appadurai (s. 4). Det er ved å følge objektene i seg selv, og ved å forstå meningene, bruksområdene og banene deres, at man kan tolke de menneskelige transaksjonene og utregningene som gir tingen liv (s. 5). Objektets omløp er viktigere enn objektet selv. Denne måten å forstå verdi på legger vekt på måten objektene, i denne sammenhengen klærne, brukes, deles og byttes. Anskaffelsesformen kan bli avgjørende for hvordan plagget vurderes.

Antropologen Igor Kopytoff (1986) beskriver hvordan en vare kan bli «singularized». Han tar utgangspunkt i at alt som kan bli kjøpt er en vare, og at disse varene kan bli gjort unike - «singular». Slik kan vi tenke oss et plagg som først blir kjøpt, og som så får en spesiell betydning for eieren, og dermed blir unikt og utenfor handel. Likevel kan dette plagget få status som vare igjen. Dette er med på å utgjøre tingenes kulturelle biografi.

I vare-verdenen forteller en tings biografi om ulike singulariseringer. Objektet går inn og ut av kategorier som skifter avhengig av kontekstene. Dermed blir det vanskelig å sette en verdi på tingen (Kopytoff, 1986, s. 90). Denne singulariseringen foregår ikke nødvendigvis kun hos individet. Den kan også finne sted i lokale kulturer, kanskje ned til et familienivå (Hockey, Dilley, Robinson & Sherlock, 2014, s. 22). Grupper med kulturelt hegemoni kan avgjøre hva som er verdifullt, men hos andre forblir disse kategoriene private. Det eksisterer et tosidig verdisettingssystem, det homogene vare-området på den ene siden, og privat verdisetting på den andre. Dette gjør det hele komplisert ved at markedsprisen til slutt blir det som viser verdien. Det fører til veldig ulike biografiske profiler (Kopytoff, 1986, s. 88). Klær er i våre dager ofte globale, masseproduserte varer, men de er likevel svært personlige for oss. Slik kan det bli utakt mellom de to verdisettingssystemene.

I fokuset på tings sosiale liv, bør vi også huske på tings sosiale død (Hansen, 2003; Reno, 2009). Ting blir ødelagte, de kastes og blir borte. Det blir lagt energi og innsats i å bevare enkelte ting, slik som arvestykker, mens andre ting forfaller (Reno, 2009, s. 29-30). Utslitte klær er et eksempel på dette. De kan tømmes for verdi når de ikke kan brukes lenger.

Verdien finnes i forholdet mellom mennesker og ting, ikke i tingen alene (Shove et al., 2007, s. 119). Når tingen ikke er den samme lenger kan dette forholdet kanskje endres. Likevel kan funksjonalitet være en viktig verdi knyttet til klær, og hvis regnjakka ikke lenger er vanntett, vil den kanskje ikke være verdifull heller.

Som nevnt står Appadurai for et brudd med Marx' verditeori og produksjonsperspektivet, men Marx' teori er også interessant i denne sammenhengen:

En bruksverdi eller et gode har altså bare verdi fordi abstrakt menneskelig arbeid er blitt legemliggjort eller materialisert i den. Hvordan skal en nå måle størrelsen av dens verdi? Gjennom den mengden «verdiskapende substans», det arbeidet, som den inneholder. Sjølve kvantiteten av arbeidet blir målt etter hvor lenge det varer i tid, og arbeidstida har igjen sin målestokk i bestemte tidsdeler som time, dag, osv. (Marx, 1995, s. 97)

Nytten av en ting er tingens bruksverdi, og den er betinget av varens konkrete egenskaper (Marx, 1995, s. 44). Med klær så vil materialet de er laget av være bruksverdien. Den ene bruksverdien er verdt like mye som en annen når de er i proporsjon med hverandre (s. 46). Jo kortere tid det tar å produsere noe, jo lavere er verdien (s. 50), og masseproduserte klær kan være eksempler på dette. Klær som er håndlaget til informantene er spesielt verdifulle. Her vektlegges arbeidet som er lagt ned og tiden som er brukt. Informantene har en respekt for arbeidet.

3.2 Eiendeler og tilknytning

Antropologen Daniel Miller skriver at materiell kultur er et av de mest sentrale fenomenene i vår tid, og det som er minst forstått (1987, s. 217). Vi omgir oss med stadig flere ting, og dette antas å føre til at vi er mer overfladiske og materialistiske, og at forholdet vi har til disse objektene går på bekostning av forholdene til andre mennesker. Dette er klisjeer som sjeldent utfordres, skriver Miller. Det viser seg at jo nærrere forhold man har til objekter, desto nærrere forhold har man til andre mennesker (2008, s. 1). Dette kommer også til syne i flere undersøkelser rundt hvordan vi forholder oss til eiendelene våre (Belk, 1991; Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton, 1981; Miller, 2008; Wallendorf & Arnould, 1988), og noen av dem vil jeg gå nærmere inn på her.

Antropologen Grant McCracken (1988, s. 89) beskriver hvordan diskursen om personers forhold til objekter har «unnsluppet» Thorstein Veblens teorier om status i de senere år, og hvordan «goods as language» ikke er en gyldig forklaringsmodell. Veblens teorier om den uproduktive klasse og prangende forbruk fra 1899 har vært toneangivende innen forskning på forholdet mellom person og objekt. Her var statusen det viktigste, og dette trenger en utdyping, skriver McCracken (1988, s. 89). Han vil fokusere på hvordan mening er i konstant bevegelse i den sosiale verden, og forklarer hvordan mening kan knyttes til tre områder:

The culturally constituted world, the consumer good, and the individual consumer [...] Advertising and the fashion system move meaning from the culturally constituted world to consumer goods, while consumer rituals move meaning from the consumer good to the consumer. This is the trajectory of the movement of cultural meaning in modern, developed societies. (McCracken, 1988, s. 89)

Gjennom ulike ritualer blir varer meningsfulle for oss. Disse ritualene er ikke alltid synlige, men kan ha implikasjoner for handlingene våre. McCracken presenterer fire typer ritualer (1988, s. 83-7), som jeg sammenfatter her:

- Utvekslingsritualer: som gaver
- Ritualer knyttet direkte til eiendelene: slik som å vaske, vise fram eller fotografere dem. Denne varianten kommer spesielt til uttrykk i vår tid i sosiale medier og på blogger.
- Ritualer knyttet til «grooming»: Det kan for eksempel være innsatsen som legges i å se bra ut til en spesiell anledning, ved å bruke de fineste klærne sine, eller å stelle selve objektet, slik som å polere bilen.
- Avhendingsritualer: som er aktuelle når man vil slette meningen som ligger i en vare noen andre har eid før deg, eller når man skal kvitte seg med noe og må tømme tingen for mening.

Disse variantene kan hjelpe oss å forstå hvordan objekter, slik som klær, kan få mening for eieren. Det kan være ulike årsaker til at denne meningen skapes, og flere av ritualene kan utøves med samme eiendel (McCracken, 1988). Gjennom ritualene kan gjenstander bli en del av vår identitet, og ses i sammenheng med Belks teori om det utvidede selv (1988).

Professor i markedsføring og forbrukeratferd Russel W. Belk skriver at for å forstå forbrukerne og forbruk, må vi først forstå betydningen vi tillegger eiendelene våre. Nøkkelen til dette ligger i forståelsen av at vi ser på eiendelene våre som en del av oss selv - ubevisst eller ikke (Belk, 1988, s. 139). Det utvidede selvet operer ikke kun på et personlig nivå, men også på et kollektivt nivå, slik som familie, gruppe, subkultur og nasjonal identitet (s. 160). Belk beskriver hvordan ulike deler av selvet kan defineres gjennom objekter vi eier, og at objektet på kjøpstidspunktet bare innehar en liten del av den meningen som tillegges den etter hvert (s. 152). Når man bruker klær kan for eksempel minner være med på å gi dem mening.

«The possessions in our extended self also give us a personal archive or museum that allows us to reflect on our histories and how we have changed.» (Belk, 1988, s. 159) De er forbindelser til fortiden og tidligere utgaver av oss selv. Belk beskriver sorgprosessen som kan følge det å miste en eiendel, traumene som kan være en konsekvens av å bli frastjålet noe, og hvordan eiendelene preger livsløpet:

Emphasis on material possessions tends to decrease with age, but remains high throughout life as we seek to express ourselves through possessions and use material possessions to seek happiness, remind ourselves of experiences, accomplishments, and other people in our lives, and even create a sense of immortality after death. Our accumulation of possessions provides a sense of past and tells us who we are, where we have come from, and perhaps where we are going. (Belk, 1988, s. 160)

Disse perspektivene kan bidra til en forståelse av hvorfor og hvordan klær kan være verdifulle. Informantene i min studie er ganske unge, men har likevel en tilknytning til klærne sine hvor disse aspektene er aktuelle.

Professorene i markedsføring Susan S. Kleine, Robert E. Kleine III og Chris T. Allens (1995) undersøkelse av eiendeler som er «meg» og «ikke meg» kan også være relevant for å fortelle noe om tilknytning og verdi. Gjennom å se på et utvalg av de eiendelene informantene satte mest og minst pris på - fra klær til biler - kunne de sortere disse i ulike typer av tilknytninger knyttet til identitet og selvfølelse. Forskningen deres viser at eiendeler informantene har sterk tilknytning til hjelper dem å fortelle sin historie. Disse eiendelene reflekterer livet deres - hvem de har vært, hvem de er og hvem de er i ferd med å bli (Kleine et al., 1995, s. 328). De vektlegger at eiendeler ikke er selvet, men selvets artefakter (s. 341). Studien deres viser at eiendeler som sier noe om hvem

informantene er på vei til å bli, ikke har samme tilknytning til selvet som objekter som representerer fortiden, men de påpeker at andre studier kan utforske dette nærmere.

Den eksistensielle filosofen Jean-Paul Sartre undersøker forholdet mellom å være, gjøre og ha. I *Væren og intet* (1966) skriver han blant annet at det å være er å ha:

Tingenes verdi, deres instrumentelle rolle, deres virkelige nærhet og fjernhet (som er uten forbindelse med deres nærhet og fjernhet i rom) gjør ikke annet enn å tegne mitt bilde, dvs. mitt valg. Mine klær (uniform eller dress, skjorte med bløt eller stiv snipp), sjuskete eller velstelte, eksklusive eller vulgære, mine møbler, gaten hvor jeg bor, byen jeg lever i, bøkene som omgir meg, underholdningen jeg søker, alt det som er mitt, det vil i siste instans si verden som jeg hele tiden har bevissthet om - i det minste som betydning implisert i objektet jeg betrakter eller bruker - alt belærer meg om mitt valg, det vil si min væren. Men strukturen i den posisjonelle bevissthet er slik at jeg fra denne kunnskap ikke kan gå tilbake og gripe meg selv subjektivt, den viser meg tilbake til andre objekter jeg skaper eller disponerer over i forbindelse med de foregående, uten at jeg kan se at jeg dermed former stadig mer av mitt bilde i verden. (Sartre, 1966, s. 178)

Gjennom det vi har og velger former vi vårt bilde i verden, og minner oss selv om vår væren. Eiendeler slik som klær kan forme bildet av oss, men samtidig er det viktig å huske på at de enkelte objekter ikke kan gi konkret informasjon om oss til andre (Belk, 1988, s. 146). Dette bringer oss videre til identitet.

3.3 Identitet og kleskompetanse

Identitet er et begrep som brukes hyppig i diskurser som omhandler mote. Også i denne studien vil begrepet være viktig. Det er klærne som er verdifulle for individer som her står i fokus, og disse klærne kan være tilknyttet deres identitet på ulike måter. Jeg vil bruke professor i tekstil, klær og kjønnsstudier, Susan B. Kaisers definisjon av identitet: «An identity is the organized set of characteristics an individual perceives as representing or defining the self in a given social situation» (Kaiser, 1990, s. 186). Videre skriver hun:

Identities tend to be constructed, revised, and reconstructed in social transactions. The basis for these identities, however, may be linked to one of two processes. Identities may be *ascribed*, as when they are assigned and attributed to individuals by society, or they may

be *achieved*, as when people earn or create their own. In either case, the meanings and appearances associated with an identity are socially constructed. (Kaiser, 1990, s. 187)

Kaiser viser her at identiteter er sosialt konstruerte og kontekstavhengige. Disse identitetene kan også knyttes opp mot klær som kan være lettere å tolke, som uniformer, arbeidstøy og religiøse plagg. Mote er involvert i denne konstruksjonen av selvet, og det samme er motens ambivalens, mellom det autentiske og falske, det å passe inn eller skille seg ut og det å se muligheter eller få angst (Woodward, 2007, s. 9). Identiteter er «occasion-specific» og i utvikling (s. 19). Selv om klær kan fungere som uttrykk for identitet på ulike måter, er det ikke slik at de kan «leses» av andre. McCracken er en av mange som kritiserer ideen om mote som språk, fordi «when a clothing message exhibits the combinatorial aspect of language it renders itself imprecise» (1988, s. 67). I et forsøk hvor deltakerne skulle prøve å «lese» antrekk, var det bare de stereotypiske og konvensjonelle antrekkene de kunne tolke, ikke de som prøvde å formidle en ny melding. Det var umulig å forme nye «setninger» ved hjelp av klær med annet resultat enn å forvirre «leseren» (s. 66). Det vil ikke si at det ikke kan være en måte å kommunisere på, bare at det ikke uten videre kan oversettes til språk.

Å kle seg kan altså være en måte å konstruere identitet på, ved at når du velger hva du har på deg, kan du velge hvilke aspekter av deg selv og relasjonene dine som presenteres. Det er ikke alltid dette lykkes, og det kan føre til ubehag. Hva du velger å vise i hvilke sammenhenger er kontekstavhengig. Selvet er både kroppslig og situert, ut fra kjønn, klasse, religion og nasjonal bakgrunn. Siden man viser eller skjuler deler av selvet i bestemte situasjoner, er det heller ikke mulig å tolke bærerens identitet basert på et antrekk i en viss kontekst (Woodward, 2007, s. 7-19). Denne vekslingen mellom ulike sider av deg selv og forskjellige situasjoner krever kompetanse. Her ønsker jeg å bruke Karen Tranberg Hansens begrep «kleskompetanse» (2003). Hun bruker begrepet i forbindelse med zambiske kvinners tilnærming til klær. Det innebærer hvordan kvinnene sjonglerer mellom flere hensyn når de kjøper klær på brukmarkedet og bruker dem:

The desire for uniqueness, to stand out, while dressing the body on Zambian terms entails considerable skill in garment selection from the abundance of salaula⁹, making discriminating decisions on quality, style, and value for money, in context-dependent clothing coordination, and in the overall presentation and comportment of the dressed body

⁹ Salaula er importerte second hand-klær (Hansen, 2003)

to produce a 'particular look'. In order to highlight that shopping from salaula does not mean that anything goes, I have called this skill that is critical to the successful work of consumption for clothing 'competence'. The underlying sensibility in the preoccupation with clothing is a visual aesthetic that on first sight cultivates endless variation yet on closer analysis is also in the service of continuity. The two dimensions do not cancel each other out. (Hansen, 2003, s. 305-6)

I samfunnet Hansen beskriver, vanker det andre og mer alvorlige represalier om du trår feil i klesbruken enn i vestlige samfunn som det norske. Samtidig er konsekvensene langt mer alvorlige og voldelige andre steder i verden, slik som henrettelser for å bruke sminke under burkaen i Afghanistan (Skjold, 2014, s. 44). Noen av problemene som oppstår i vestlige samfunn kan være bagatellmessige i forhold, men de kan også være alvorlige. Et eksempel er når påkledning blir brukt som argument mot kvinner i voldtektssaker.

Konsekvensene av å føle seg feil kledd kan kjennes på kroppen, og de daglige erfaringene vi gjør oss knyttet til klær bidrar til å utvide kleskompetansen. Jeg vil gjerne sette begrepet kleskompetanse (Hansen, 2003) i sammenheng med Fletchers «craft of use», som hun foreslår som en mulig løsning for å få til et skifte til mote basert på verdi (2014, s. 144).

In the hands of users, garments have a life of their own. And it is this life of action, relationships, and material effects that influences how long these pieces last. The craft of use is thus an expression of the potential for satisfaction and individual agency with garments and a celebration of already existing extended use practices (Fletcher, 2012, s. 232).

Det er ikke slik at mote og trender er det eneste styrende i ens klespraksis. Nye plagg blir satt sammen med gamle, og vi blir skapere av nye objekter gjennom måten vi bruker dem på (Botticello, 2014). Disse klærne gjør at vi orienteres inn i garderoben vår, setter gamle plagg sammen med nye og uttrykker ulike sider ved oss selv preget av kontinuitet og noe nytt på samme tid (Skov, 2001). Skjolds forståelse av klespraksis som muskelminne eller taus kunnskap (2014, s. 42) kan være en forklaringsmodell her. Klespraksis bygger på tidligere erfaringer og praksiser, og huskes mer av kroppen enn hodet. Klepp skriver at denne tause kunnskapen får uttrykk i det som føles riktig for den kledde kroppen (2008, s. 10). Derfor vurderer jeg kleskompetanse som et nyttig begrep for å forklare informantenes praksiser. Den kommer ikke av seg selv, men bygges opp som følge av minner, erfaringer og sosialisering, og er et resultat av å leve i et samfunn. Preferansene som ligger i denne

kompetansen blir etter hvert så åpenbare og naturlige for den enkelte at de er utfordrende å sette ord på (Woodward, 2007, s. 33).

Kleskompetansen er bindeleddet i forholdet mellom mennesket og objektet, og er avhengig av tid og sted (Skjold, 2014, s. 45). Kleskompetanse dreier seg om mye av det samme som det Woodward (2007) kaller personlig estetikk, formet gjennom sosialisering og utvikling av personlige preferanser. Denne estetikken forandrer seg i løpet av livet, og innebærer blant annet kunnskap om hvilke klær som passer sammen og til hvilke anledninger de kan brukes (Woodward, 2007, s. 12). Det som omtales som gjeldende moter kan påvirke dette. Under vil jeg gå nærmere inn på mote og stil, og hva som skiller dem.

3.4 Mote eller stil

Mote påvirker oss blant annet gjennom media og hva som er tilgjengelig i butikkene. Sosiologen Bjørn Schiermers artikkel om «fashion victims» beskriver hvordan å følge moten ikke er et valg (2010, s. 97), og at begrepet «fashion victim» forklarer hvordan å bruke mote kan være en balansegang mellom det individualiserende og det de-individualiserende. «Mote-offer» henspiller ofte på en som ikke bare følger moten blindt, men som overdriver. Det er alle trender på en gang, og kanskje mer til (Schiermer, 2010). Dette er interessant fordi mange tenker at mote ikke er noe som angår dem, og at deres valg av blant annet klær ikke kan knyttes direkte til moten (Klepp & Storm-Mathisen, 2005, s. 330).

Schiermer skriver at vi ikke ønsker oss og liker objekter fordi vi vil være en del av en spesiell gruppe, men at vi vil tilhøre en spesiell gruppe fordi vi vil ha objektene som assosieres med dem. I presentasjonen av oss selv velger vi objekter som vi synes er attraktive. Hvorfor dette skjer, er mystisk, skriver Schiermer. Det er som en veksling mellom det sosiale og materielle, ved at det sosiale blir inkarnert i objektet. Han beskriver hvordan vi ikke vet at vi deltar i «motesirkuset» (2010, s. 95).

Thus for the seduced, the object is not even “fashionable” or “in,” but rather “chic,” “cool,” “hip,” etc. The parents did unknowingly—or “independently”—chose a name in fashion. They fell in love with an object only to discover later the fact that fashion lurked in its

shadow. Even the advertisements in the fashion magazines do not sell their clothes by literally prescribing that these objects are to be worn because they are “in fashion” but deliberately seek to highlight the individualizing pole of fashion: “choose your own style!,” “You are unique!,” are some of the usual exclamations. Yet this externalization would remain totally abstract, virtual, and impossible, were it not for the fashionable objects. Things have to speak for themselves without overtly pointing back to the social, to “mere fashion”; they have to be attractive on their own, and sometimes, of course, artistic photographing, glamour, and glossy paper help them to do just that. (Schiermer, 2010, s. 96)

Denne måten å forstå mote og hvordan den påvirker oss, er en god forklaring på hvorfor mange tenker at mote angår andre, men ikke dem selv. Hvis ikke alle fra tid til annen er ofre for moten, ville vi aldri ha ristet på hodet over det vi har på oss på gamle bilder (Schiermer, 2010). Slik ser vi at mote har en innvirkning på hvordan vi kler oss og hva vi er opptatte av. Samtidig kan vi benytte et annet begrep for å beskrive tilnærmingen til klær, nemlig stil.

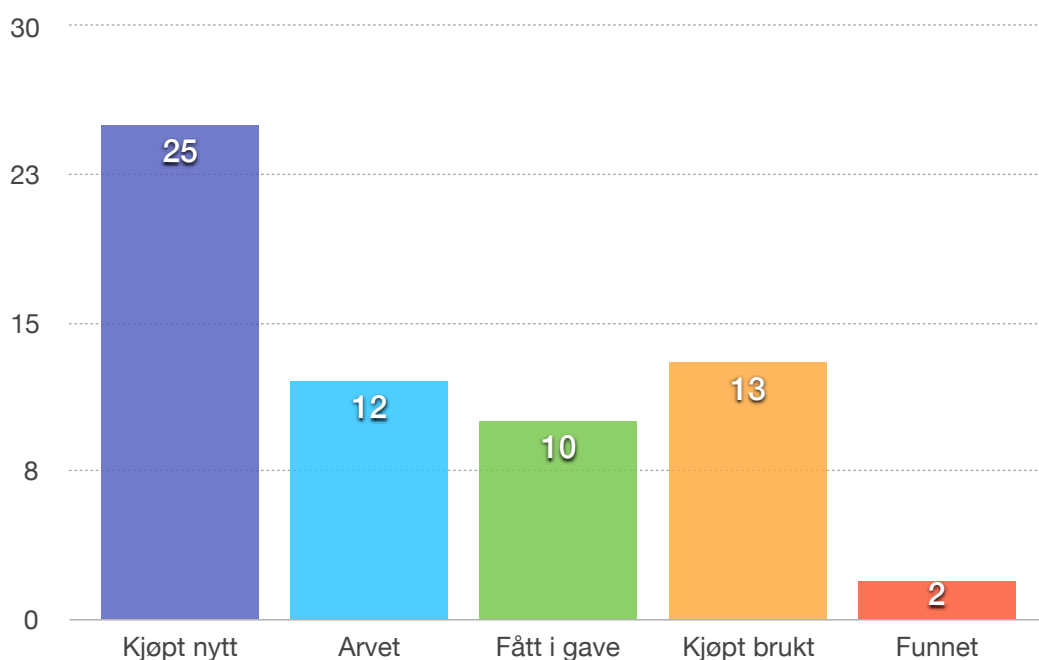
Roland Barthes skiller mellom mote og stil («style») og eksemplifiserer med å bruke de to designerne Chanel og Courrèges. Chanel er bildet på stil, tradisjon og plagg som skal vare lenge. Courrèges representerer det motsatte - nemlig det helt nye (Barthes, 1967). Det blir et skille mellom moten som noe temporært og en del av kapitalismen, og stil som mer langsiktig (Warkander, 2015, s. 236). Skjold utdyper med «the logics of fashion are about what happens in the epicentre of new trends, while the logics of style are about what happens, as people appropriate only some of these trends and convey them into their own logics of dressing» (2014, s. 16). Dette samsvarer med Woodward's studie: «the ways in which women dress fashionably is always in relationship to the clothing they already own» (2007, s. 133). Slik jeg ser det henger «stil» mer sammen med kleskompetansen enn «mote», og det er i denne sammenhengen begrepet er brukt heretter.

4. Presentasjon og drøfting av resultater

I dette kapitlet vil jeg presentere de ulike typene av verdi analysen av intervjuene og garderobestudien har resultert i. Her settes informantenes utsagn i sammenheng med hverandre og med annen forskning. Dette kommer jeg inn på i hver enkelt kategori, og knytter det opp til relevant teori underveis. Kapitlet består av syv kategorier som presenteres sammen med underpunkter. Den første kategorien, tid og minner, er den det finnes mest materiale på basert på informantenes utsagn og den er følgelig størst.

Det er registrert 63 plagg i forbindelse med intervjuene, og disse kan plasseres i flere kategorier. Se figur 1 på side 20 for antall plagg i hver kategori. Plaggene har vært i samme garderobe i mellom en dag og 14 år. Mange av klærne er eldre enn det, fordi de er kjøpt brukt eller arvet¹⁰. Plaggene har en gjennomsnittsalder på 4,2 år. Figuren under viser hvordan plaggene er anskaffet.

Figur 2: Søylediagram over plaggenes anskaffelsesform



4.1 Tid og minner

Forholdet mellom mote, klær og identitet har vært mye omdiskutert og er et sentralt tema innen moteforskning. Entwistle advarer mot å legge for mye vekt på det klærne våre kan gi

¹⁰ Se tabell med oversikt over alle klærne, vedlegg 5

uttrykk for om identitet, slik som kjønn og klasse. Siden klær ikke er symboler som har en konkret mening, kan man heller ikke lese dem som det. Faren for feiltolkning er stor (2015, s. 112). Vi kan selvfølgelig tolke andres klær og klesuttrykk som vi vil, men om det gjenspeiler det bæreren ønsker å gi uttrykk for, er ikke sikkert. Men klær kan minne oss på hvem vi er, ønsker å bli og hvem vi ikke er lenger. Mange av plaggene informantene nevnte var klær de hadde hatt over lengre tid, og disse plaggene kan i sin tur fungere som en del av identiteten deres. Disse klærne kunne minne dem om perioder, konkrete hendelser, personer og steder. Denne kategorien tar for seg både tid og langvarig bruk, og minner, suvenirer og assosiasjoner. I denne sammenhengen bruker jeg begrepet suvenir slik Csikszentmihalyi og Rochberg-Halton bruker begrepet, nemlig et objekt som minner om et spesielt sted (1981, s. 57).

Garderoben kan framstå som et bibliotek (Cwerner, 2001, s. 89) eller som en materiell biografi (Skov, 2011, s. 12) for eieren. Minnene er ikke kognitivt tilgjengelige og arkiverte, men er mer som Belk skriver:

Objects that stir our memories include souvenirs, photographs, heirlooms, antiques, monuments, and gifts. Such possessions are used mnemonically to create, store, and retrieve a sense of past that is instrumental in managing our identities. It would be a fundamental mistake however to assume that the processes involved are those of cognitive information storage and retrieval. For mementos evoke nostalgic, affective, and often fanciful links to the past rather than more documentary cognitive linkages. Material memory processes operate intentionally as well as unintentionally, at both individual and aggregate levels of identity, with systematic differences over the life course. Although they appear to be pervasive and inescapable, such processes have been the subject of very little prior research. (Belk, 1991, s. 114)

Sitatet handler om identitet og hvordan den utvikles. Det er betydningsfullt å ha eiendeler som minner oss på hvem vi er, som bekrefter eller avkrefter sider ved identiteten vår. Minnene kan ikke nødvendigvis knyttes til konkrete hendelser. Objektene blir mer som en nøkkel til fragmenter av og assosiasjoner til mange ulike minner og følelser. Denne type eiendeler gir eieren en følelse av fortiden, av å høre til, og det blir avgjørende for å forstå hvem man er. De blir som ankre for oss. Hvis man ikke husker hvor man har vært blir det vanskelig å bestemme hvor man skal (Belk, 1991). Det kan være utfordrende å sette ord på slike type minner, fordi de gjerne er nokså uspesifikke.

4.1.1 Tilknytning over tid

Plaggene som blir trukket fram som verdifulle under intervjuene har ofte vært en del av garderoben over en lengre periode. Noen av plaggene det fortelles om er over ti år gamle. Med tanke på alderen til informantene, betyr det at de bruker enkelte plagg som de har hatt omtrent halve livet. Eieren har en spesiell tilknytning til disse klærne, og denne tilknytningen kan bunne i at informanten for eksempel husker at han anskaffet seg plagget i en spesiell periode i livet, slik som Filip forteller om ei jakke han kjøpte brukt, her:

Den husker jeg at jeg kjøpte. For det var sånn derre rundt den der tida hvor jeg begynte liksom å dra inn til Oslo som ungdom. Og da husker jeg, jeg husker at jeg kjøpte den. Og jeg husker hvor jeg kjøpte den. Og jeg har hatt den, altså - jeg tror det er ingen som jeg ser på en vanlig basis, som jeg har hatt mye sosial omgang med de siste åra, som ikke har sett meg i den. (...) Det er bare sånn derre, du føler bare at den: det er meg.

Det er ei blå bomberjakke, som har svart ribb med mangefargede striper, og som bærer preg av at han har hatt den lenge og at noen har brukt den før. «Den er skikkelig slitt. Det er sånn hølete-slitt, liksom. Men.. jeg får meg ikke til å på en måte slutte å bruke den,» forteller Filip. Han har brukt jakka mye, men den har også vært ute av bruk. Dette går igjen hos flere av informantene. Denne jakka forbindes med en tid hvor han fikk lov til mer enn før, i overgangen fra barn til ungdom. At han fortsatt bruker den ofte, og føler seg som seg selv i den - og at også andre gjenkjenner den som «hans» jakke - er interessant. Jakka blir et uttrykk for hans identitet, og vennene hans oppfatter det også slik.

Hyppig bruk over lang tid kjennetegner de fleste plaggene i undersøkelsen, noe som overrasket meg litt. Jeg hadde en antagelse om at de plaggene vi så på som verdifulle ble «spart på», og at eierne kanskje var redde for å bruke dem, slik at de ikke blir ødelagte eller slitt. Antagelsen var at enkelte plagg ble sett på som klenodier og hadde en annen status enn øvrig garderobe (Klepp, 2001, s. 152). I tillegg er det ofte det aller nyeste som trekkes fram når det er snakk om klær og mote. Det ser heller ut til å være motsatt. Plaggene som brukes mest *blir* de mest verdifulle. Det kan handle om minner, identitet i utvikling og at de blir så godt innarbeidet i garderoben. Informantene vet hva de kan bruke plagget sammen med, i hvilke situasjoner de egner seg og hvordan det føles å ha det på, slik vi for eksempel bruker jeans (Klepp, 2002, s. 134). Det kan også handle om at de har gjort et godt valg. De har kjøpt et plagg som holder lenger enn et par sesonger, og dette

valget kan bekrefte deres egen stil og identitet - og at de er personer som vet hva de vil ha.

Men det er liksom, ja, det som er verdifullt for meg er på en måte det som har holdt, da. Eller som man liksom kunne hatt og.. ja. Kanskje det som man liksom kunne ha hatt over en periode, og liksom være like glad i det. Hele tiden.

Davids sitat kan tolkes i den retning at han er stolt av å ha et plagg over lengre tid. Å ha noe, og være like glad i det lenge, kan gjenspeile at han har gjort et godt valg i utgangspunktet - ved å kjøpe nettopp det plagget. I tillegg kan det handle om at han har greid å ta vare på noe over lang tid. Klær trenger ofte vedlikehold, og at han har klart å beholde plagget kan fortelle noe om han som person. Dette kan ses i sammenheng med Csikszentmihalyi og Rochberg-Haltons studie, hvor serviser ofte nevnes som «spesielle» eiendeler. En av årsakene til det kan være at eieren er stolt over at disse skjøre objektene ikke har blitt ødelagt gjennom årenes løp (1981, s. 83). Sitatet over viser også hvordan dette ikke har noen faste talemåter - det er uvant å snakke om - og dermed er det ikke lett å sette ord på akkurat hva som gjør disse klærne verdifulle for han.

Informantenes yndlingsplagg viderefører de personlige historiene, som hos Filip. Ved å bruke den samme jakka han har hatt siden han var seksten sammen med nye plagg, får han et nytt uttrykk uten å forkaste deler av historien sin. Dette kan knyttes til informantenes kleskompetanse. Gamle plagg blir satt inn i nye sammenhenger, og disse sammensetningene representerer kontinuitet og noe nytt på samme tid.

4.1.2 Framtid

Hvordan informantene ser for seg framtiden er også et tema i intervjuene. Det er flere som sparer på plagg som ikke er i bruk lenger, enten fordi de ser for seg å begynne å bruke plagget igjen senere, eller fordi de ønsker at eventuelle barn skal få dem. I Klepps rapport fra 2001 fremkommer også dette. Her opplevde hun at mange av informantene hadde plagg de ikke brukte, men som ikke var aktuelle å kvitte seg med. Plaggene ble spart både med tanke på yngre slektninger og framtidig bruk, og fordi de hadde klenodie-status. Dette tøyet var ofte forseggjort og i god teknisk kvalitet - men også typiske moteklær. Her var motivasjonen i utgangspunktet ikke at noen skulle bruke klærne i framtiden, selv om informantene ikke var fremmede for det. Bevaringen i seg selv var det viktigste (Klepp,

2001, s. 152). Klærne mine informanter ønsker å bevare er også preget av denne motivasjonen. Dette er klær informantene kan fortelle noe om, slik som Emilies band-t-skjorter som beskrives under. Her er ikke den tekniske kvaliteten viktig, de er «vanlige» bomulls-trøyer. Det sentrale er historiene trøyene forteller, om bandene, arrangementene og ikke minst om Emilies ungdomstid. Slik forteller hun om t-skjortene:

ja, nå kom jeg på en annen verdi og, på en måte, for jeg har masse.. gamle band-t-skjorter, som jeg på en måte har samla opp gjennom årene, og jeg bruker veldig få av de i dag, men jeg *har* de. (...) Nei, jeg tror jo ikke at jeg kommer til å klare å kvitte meg med de, mitt håp er jo at jeg får barn en dag som har lyst til å bruke de, [som] syns at det er veldig kult.

Disse t-skjortene vitner om en del av ungdomstiden som på mange måter er over, men som har vært viktig for henne og hvordan hun er i dag. Hun bruker dem ikke like mye lenger, men de står igjen som bevis på hva hun har gjort og hvem hun har vært. Det kan tolkes slik at dette kan være noe hun vil formidle til framtidige barn. På denne måten kan hun vise dem denne tidligere versjonen av henne. Det kan også handle om at hun ønsker å bli minnet på denne perioden av livet, ved å se klærne på eventuelle barn. Slik kan båndene mellom generasjoner synliggjøres, slik det blir diskutert i kapittel 4.1. Der ser vi at hjemmestrikkede ullplagg som er laget til Bendik, brukes av nevøene hans i dag, og at han ønsker at egne framtidige barn også skal bruke dem.

Kleine og hennes kollegaers undersøkelse av eiendeler som er «meg» og ikke «meg» viste at informantene ikke hadde sterk tilknytning til eiendeler som var framtidorienterte. Tilknytningen var sterkest til de objektene som var knyttet til nåtiden eller fortiden. Samtidig ville de ikke avvise teorien om at framtidorienterte objekter også kan ha en spesiell betydning for folk (1995, s. 341). I denne studien ser vi at informantene ofte beskriver klær som de ønsker at eventuelle barn eller andre skal overta, og som dermed kan knyttes til framtidige aspekter ved selvet. Årsakene til dette er orientert mot fortiden, det kan bli en måte å la framtidige barn ta del i informantenes historie. Ellers er også respekten for arbeidet en motivasjon for å ville bevare disse plaggene, og for å la dem gå videre i arv. Det kan se ut til at årsakene til å spare på disse klærne er en kombinasjon av at de minner om fortiden og at de ser for seg en framtid for plaggene, og for seg selv. Informantene mine har altså en sterk tilknytning til plagg som er framtidorienterte. Verdien ligger ikke bare i det som har vært, men også i det som kan bli.

4.1.3 Bruk og vedlikehold

At informanten har brukt klærne mye og brukt tid på å vedlikeholde dem, gir plaggene verdi. Når Charlotte blir spurt om hva som er verdifullt for henne, forteller hun at «det kan også være noe jeg har spart lenge på, noe jeg liksom har brukt mye tid på». Her er hun også inne på det med å ha et plagg i sin eie over lengre tid, men også det å bruke tid på klærne i seg selv. Det kan omfatte vasking, stryking, bretteing, lapping eller annet vedlikehold. Videre beskriver hun en Ralph Lauren-skjorte hun har slik: «Så den er jeg veldig glad i. Og den er liksom - det er kanskje det plagget jeg vasker oftest, vil jeg tro.» Når Charlotte vektlegger vaskingen slik, kan det være for å beskrive både hvor ofte plagget er i bruk og tiden hun bruker på å ta vare på det.

Det at hun bruker tid på plagget i seg selv kan gjøre at hun blir glad i det. Men plagget skal også holde seg fint over tid. Det er få som er opptatt av at det skal synes at klær blir brukt, og som nevner det jeg tolker som patina under intervjuene. De fleste forteller at de ikke liker at plagg blir slitte, og at det kan være en faktor som bidrar til at de slutter å bruke klærne. De nevner plagg som har blitt mykere av å bli brukt mye som noe positivt, men disse plaggene nedgraderes ofte til «hjemmeklær». En av de som ser på spor etter bruk som noe positivt er Astrid. Slik beskriver hun forholdet til slike plagg:

Jeg liker at ting har.. altså at ting.. det gjør ikke meg noe om ting har en flekk som ikke går bort, fordi da vet jeg hvor den flekken kommer fra.

Otto von Busch skriver om hvordan en flekk kan fungere som et «snapshot». Flekken blir et visuelt bevis på et spesifikt øyeblikk (2005, s. 5-6). Slik kan flekker, hull, og andre mer eller mindre uønskede elementer, bli til patina og noe som har mulighet til å øke plaggets verdi for eieren. Det blir et element i plaggets historie, en fortelling. Hvorvidt dette blir sett på som negativt eller positivt kan komme på plagget. Merker og slitasje blir ofte tolerert på plagg som jeans (Klepp, 2002), men kan også godtas på penere plagg. En av favorittkjolene til Astrid har for eksempel blitt lyserosa i vask, etter å ha blitt vasket sammen med noe rødt. Dette forhindrer ikke Astrid i å bruke den. Tvert imot, det bidrar til kjolens historie, slik at den framstår som mer spesiell for henne.

Disse plaggenes verdi kan forstås ut fra McCrackens eiendelsritualer (1988). Å vaske klær, for eksempel, kan være en nødvendighet, men det kan ha en tilleggseffekt ved at eiendelen i større grad blir «din». Denne prosessen observeres lettest gjennom fraværet

av den, og det er dette som gjør at enkelte kan hevde at det aldri virket som om plagget tilhørte dem (McCracken, 1988, s. 85). Gjennom å bruke tid på et plagg kan det bli «ditt», og dette kan også forsterkes gjennom spor som settes på plagget, som patina eller flekker.

4.1.4 «Tidløshet»

Tidligere undersøkelser av klesvaner viser at mange bruker uttrykk som «tidløs» eller «klassisk» når de skal beskrive egen smak (Klepp, 2001, s. 85). I denne gruppen er det få som bruker disse ordene. Det kan diskuteres om plagg noensinne er utenfor motebildet, eller om de kan være tidløse. Halvparten av informantene beskriver at noe av appellen til hjemmestrikkede ullgensere er at de aldri går av moten, eller ikke kommer til å bli «rare». På spørsmål om det er noe hun ikke ville kvittet seg med, forteller Charlotte om en grå og hvit Setesdalsgenser moren har strikket til henne.

Hmm.. Ja, men det blir jo sånn som den - typ den genseren igjen, da. Som jeg tror.. ja, som jeg tror jeg kommer til å ha egentlig. Så lenge jeg har muligheten til å ha det. Den betyr mye for meg, og jeg vet at jeg alltid har mulighet til å bruke den da. At den aldri kommer til å bli for rar, eller.. At jeg kommer til å bli lei av den eller noen ting, da. For sånn er det med mye andre klær, jeg vet at det er ikke sikkert at jeg syns disse er fine om ti år, på en måte.

Her forespeiles også framtidige praksiser. Dette plagget kan hun se for seg å bruke over lang tid, og det er ikke like lett med andre klær. I tillegg er det en type klær hun gjerne vil at andre skal overta og som har lange linjer i ulike garderober. Astrids ullgenser er også et eksempel på dette: den ble strikket av farmoren hennes for omkring 50 år siden. Farmoren strikket den til seg selv, og senere arvet Astrid den. Også Filip trekker fram en Fanagenser som bestemoren har strikket til han. Den «norske» ullgenseren er godt representert hos informantene, som i mange andre norske garderober. Bruk av ull er utbredt blant nordmenn, og er tett knyttet til norsk identitet. Det kommer til uttrykk i design med tradisjonelle norske mønstre, og forbindes med «norske» aktiviteter som hytteturer og skigåing (Hebrok et al., 2012, s. 93). Charlotte beskriver hvordan det var «helt perfekt» å bruke Setesdalsgenseren på skirenn i Holmenkollen. Det er ikke bare når vi bruker ull som er viktig, men også hvordan. Å kle seg i lag med ull er sett på som både ansvarlig og riktig når det kommer til å håndtere kulda, og blir anbefalt av «alle» - fra sportsmerker, til DNT og barnehager (Hebrok et al., 2012, s. 93).

Selv om informantene ikke bruker begrepet "tidløs" mye, trekker de fram klær som de tenker at vil fortsette å være brukbare og ikke "rare" også om mange år. Dette er som oftest hjemmestrikkede og "norske" ullgensere, men også andre plagg.

4.1.5 (Ubrukt) potensial

At tilknytning skjer over tid, er ikke alltid tilfelle. Det kan også handle om ubrukt potensial. Dette forteller Bendik:

Det blir mindre og mindre [farlig å miste plagg] jo lenger jeg har eid plagget, da. Men sånn særlig i starten etter jeg har kjøpt meg ny jakke og sånt, så tenker jeg alltid på det. At det liksom er så fort gjort, at det hadde vært skikkelig kjipt.

Det å miste noe er aldri gøy, og kanskje spesielt ikke hvis du akkurat har fått det. Det kan handle om økonomi, at du har lagt penger i noe og ikke fått «avkastning» på det gjennom bruk. Det kan også være trist å miste noe fordi du har hatt det lenge, og det er innarbeidet i garderoben. Emilie har hatt en slik opplevelse:

Og jeg klarer ikke å kvitte meg med de, fordi de betyr veldig mye for meg de også, og da er det jo også litt knytta til minner - altså, jeg var på den og den konserten da og da, så det er klart det. Og jeg har opplevd å miste et sånt type plagg før, og det var så kjipt, husker jeg.

Dette kan ses i sammenheng med det Belk skriver (1988, s. 142), at når vi mister objekter vi er glade i, kan det føles ut som om vi har mistet noe av oss selv og vår egen identitet. Hvis vi anser eiendeler som en del av det utvidede selvet, går altså en del av oss selv også tapt hvis vi mister noe vi har hatt en sterk tilknytning til. Genseren Emilie mistet kan fungere som en form for advarsel når hun skal kvitte seg med klær. Hun vil være nøye med å spare lignende plagg.

4.1.6 Assosiasjoner og affeksjonsverdi

Affeksjonsverdien til klær kan oppstå som en konsekvens av ulike forhold. Den kan bunne i hvem informantene har fått plagget av, som vi kommer inn på i kapitlet om kjærlighet, at de har hatt den over lang tid eller at de knytter spesielle minner til plagget. Det er disse

minnene som er i fokus i resten av dette kapitlet. Det kan dreie seg om reiseminner i form av at plagget blir en slags suvenir. Det kan handle om en anledning hvor informanten brukte plagget, eller at de forbinder det med en periode i livet. «Possessions tend to evoke richly textured webs of personal memories» skriver Belk (1991), og dette er greit å ha i mente. Eiendelene våre kan hjelpe oss til å avdekke flere lag i minnene, og på denne måten forsterke en følelse av fortiden.

4.1.7 Suvenerer

Flere av informantene forteller at de pleier å kjøpe seg klær når de er på reise. Enkelte nevner også det de kaller «reisegarderobe», klær som er egnet til å ha med på tur eller som de husker å ha brukt på spesielle steder.

[Jeg har] mye festivalminner og reiseminner. Reiseklær. Reisegarderobe. Så jeg har jo klær som er stadfestet til sinnsstemninger og steder i verden da - jeg har vært. Det syns jeg er veldig gøy. Ehm.. og festivalantrekk. Jeg drar mye på festivaler, jeg har en uniform. Ett hundre prosent. Det er de samme klærne jeg går i hver gang.

Her beskriver Astrid reiseklærne sine. Hun bruker samme antrekk på festivaler, og det blir en slags uniform som hun ikke bruker ved andre anledninger. Reiseklærne kan være de klærne hun føler seg vel i, og som det derfor er greit å ta med seg når hun har begrenset med plass i bagasjen eller skal være lenge på tur. Da er det praktisk å ha plagg hun vet passer sammen, som egner seg i ulike temperaturer og som hun vet «virker». Andre plagg som forbindes med reise, er klær som er kjøpt på et spesielt sted. Bendik nevner en genser han kjøpte på festival i Spania: «Jeg kjøpte jo den genseren fordi at jeg hadde lyst på noe derfra, liksom.» Charlotte forteller noe lignende om en kjole hun kjøpte i Japan:

Jeg har en kjole, som jeg kjøpte på en vintagebutikk i Japan, og det syns jeg er - det er liksom veldig kult, altså (...) jeg syns ikke plagget i seg selv er sånn veldig fint, men det er liksom hele historien ved det da, at jeg vet, for det første det at det er vintage, og fordi det er fra Japan, og jeg vet at det er produsert i USA, og så er det ganske gammelt, da.

Disse plaggene blir som suvenirer. Selv om Charlotte ikke synes kjolen er så fin, har den en annen verdi for henne, på grunn av det den minner henne om. Hun føler at hun vet noe om kjolens historie, og fordi den er et håndfast bevis på og minne om turen til Japan, får den en ekstra dimensjon. Det kan ha noe å gjøre med at det er fint å bli

påminnet turen for sin egen del, men kanskje også at det kan være morsomt å fortelle om og vise fram kjolen til andre. Det blir en del av plaggets historie.

Det er flere av klærne informantene trekker fram som er kjøpt brukt. Hva er det med disse klærne som gjør at de blir spesielle? Det kan dreie seg om å være den raskeste, å gjøre et kupp, økonomisk bevissthet, kvalitet eller vår «collective past» (Botticello, 2014).

Motivasjonen kan være stil, kvalitet og uttrykk for individualitet gjennom å kjøpe noe ikke «alle» kan få tak i (Cassidy & Bennet, 2012, s. 259). Dette kan også handle om kunnskap og tidsbruk. Bourdieu skriver om ervervelsen av antikviteter slik:

Det er «personligheten» som står på spill, det vil si at det er en persons *kvalitet* som ligger i selve *ervervelsen*, og gjennom det vitner om eieren: Ervervelsen av dem krever tid, slik som bilde- eller musikkultur, altså evner som ikke kan tilegnes under hastverk eller gjennom stedfortredere og som derfor framstår som sikre vitnesbyrd om personens indre kvaliteter. (Bourdieu, 1995, s. 101)

Astrid forteller at hun sluttet å kjøpe klær for omkring fire år siden. Likevel forteller hun at hun pleier å kjøpe klær brukt. Det er akkurat som om hun ikke anser denne innkjøpsformen som kleskjøp. En av årsakene til at hun sluttet å kjøpe nye klær er å protestere mot klesindustrien, som hun anser som uetisk. Å kjøpe brukt blir beskrevet som en form for skattejakt - mer som et mål enn et middel. Denne formen for innkjøp kan sammenlignes med Bourdieus beskrivelse. Det kreves kunnskap om kvalitet, materialer og design, og det krever tid. Selve letingen i seg selv blir viktigere, og det kan forklare hvorfor Astrid ikke ser på “shopping” og å kjøpe klær brukt som det samme.

David beskriver klær han kjøpte i løpet av utvekslingsåret sitt på universitetet

At jeg liksom husker sånn.. for det var så gøy også, å gå i bruktbuikker der. Så jeg liksom husker det godt, da. Det var liksom sånn.. De fleste [plaggene] er egentlig fra Oslo, så det, eller sånn flyplass og sånt er liksom ikke så.. Men jeg kan jo huske at jeg var på tur, da. De plaggene er på en måte - at jeg kan huske hvor det er, og så er det nostalgisk at det er liksom den.

Det var et annet utvalg i butikkene, og han synes dermed at det var morsommere å handle der. De tingene han kjøpte er kanskje ikke like lette å få tak i her hjemme, så de skiller seg fra andre klær i garderoben. Det blir nostalgisk, som han sier, å tenke på at de er kjøpt på en plass han bodde over en lengre periode. Klærne står igjen som håndfaste minner.

4.1.8 Episoder og perioder

Minner tilknyttet klær kan også springe ut fra enkeltepisoder eller perioder i livet. Minnene kan være konkrete, slik Charlotte forteller om Setesdalsgenserens sin her:

(...) den ullgenserens igjen. Som minner meg veldig om skirenn i Holmenkollen faktisk. Fordi det var liksom veldig sånn - jeg hadde nettopp fått den og skulle dit (...) å, det er helt perfekt å liksom kunne ha den på seg der og sånn. Så tenker jeg liksom på den dagen, da. Når vi var der. Når jeg ser den.

Her er det en spesiell dag som trekkes fram, men plagg kan også minne om lengre perioder, slik Emilie forteller her:

Jeg har jo masse klær fra tida hvor jeg var mer aktiv på Blitz. Så det er jo klær som jeg ser på som mer punkete enn jeg ser på meg selv i dag, da, men jeg klarer ikke å kvitte meg med de klærne, fordi at de betyr så mye, for at den tida betyr så mye for meg. Så det er jo på en måte en viktig periode av mitt liv, og da.. har jeg fortsatt de klærne. Jeg kan bruke de av og til, men det er sjeldent.

Disse klærne er ikke helt i tråd med slik hun ser på seg selv lenger, men perioden og klærne er likevel en viktig del av den hun er. Informantene kan kanskje ikke knytte konkrete minner til klærne, men de har hatt dem lenge og har et forhold til dem som noe «mer». Slik beskriver David det:

Det minner meg liksom om.. tid.. steder (...) Ja. Eller noe plagg husker jeg at jeg liksom brukte da.. og da.. og da.. Og andre ting er kanskje ikke sånn.. så mange.. knytta til. Men jeg vet ikke, det er liksom ikke noe sånn fellestrekk ved de minnene eller.. Det er jo selvfølgelig minner fra ting som ikke er helt hverdags- vanlig. Eller.. Ikke vanlig dag. Men kanskje noe som ikke er så ofte, eller ja. At hvis man liksom har vært der med det, eller.

Denne følelsen er det lett å kjenne seg igjen i. Den gjelder minner fra helt vanlige hverdager, hvor ingenting utenom det vanlige skjedde. Kanskje er klærne fra perioder som er over på ulike vis. Selv om du bor i en annen by, et annet land, har en annen jobb og et annerledes liv, er genseren den samme.

Astrid hadde en gang en skjellsettende opplevelse, hvor hun var uten penger og uten noe sted å bo på en lengre reise. Hun måtte få seg en jobb for å kunne dekke sine basale behov, som mat og tak over hodet. Hun fikk tilbud om å begynne i en serveringsjobb, men

måtte ha et sort skjørt som arbeidsuniform. Dette skjørtet måtte hun skaffe for å kunne begynne i jobben, og hun brukte dermed de siste kronene sine på det.

dette skjørtet.. et plagg, ikke sant, som skal endre alt, fordi hvis jeg ikke får tak i det skjørtet, så kan ikke jeg gå på jobb! Og da får jeg ikke penger til mat. Eller noe sted å bo.

Hun har ikke brukt skjørtet siden, men hun har beholdt det. Det er et a-formet kort skjørt. Det kostet tre dollar og er sydd i et syntetisk materiale. Skjørtet symboliserer opplevelsen av å stå på utsiden, og det var denne opplevelsen som var utslagsgivende for at hun sluttet å kjøpe nye klær. Hun forklarer at hun ville leve mer nøkternt. Dette er følelser mange av oss ikke har måttet kjenne på, og det tar oss tilbake til det helt essensielle - klær er en av nøklene for deltakelse i samfunnet (Entwistle, 2015, s. 7). Dette skjørtet blir et minne om hvordan det kjennes å stå utenfor, og å komme seg på beina igjen.

4.1.9 Materiell biografi

Plaggene i denne kategorien kjennetegnes av at de kan knyttes til hvem informantene er, har vært eller ønsker å bli. Slik blir det ofte et spørsmål om tid, hvordan og når klærne har blitt brukt, og hvordan de forestiller seg framtidig bruk. Forskjellige årsaker kan bidra til at klær kan knyttes til minner, men det er ofte klær som brukes mye og ofte over lengre tid. På det viset får de økt potensial til å bli «rike», fulle av mening og minner. Forholdet mellom klærnes utseende og evnen de har til å bli bærere av minner, er interessant. Er det slik at klær som har potensial til å bli gamle - fysisk og estetisk - har større sjanse til å bli bærere av minner? Dette kan i tilfelle stemme med tanke på de «norske» ullgenserne. Slik som Charlotte sier blir de ikke «rare», og kan derfor overleve lenge i hennes garderobe, og kanskje i flere. Her ser vi at holdbarhet dreier seg om minst to faktorer - kvalitet i materiale og i design. De bør være komfortable å ha på seg og fine å se på over lengre tid.

Plaggene med viss status, slik som disse ullgenserne og kanskje også dyrere merkeklær, har man muligens en annen innstilling til enn andre plagg. Når Charlotte tenker at hun kan ha ullgenseren lenge, ser hun for seg langvarig bruk. Dette skiller seg sannsynligvis fra hva man tenker om en bomullsgenser fra H&M på anskaffelsestidspunktet. Noen klær kan ha en verdi i samfunnet generelt. Andre plagg får ikke samme status, men kan ha høy verdi for individet. Disse plaggene kjennetegnes av det Klepp, Tobiasson og Laitala har

kalt sosial holdbarhet (2016, s. 395). Klær kan fungere som en materiell biografi på mange ulike måter, og dette er en viktig årsak til at de blir verdifulle for eieren.

4.2 Komfort og velvære

Å være komfortabel og føle seg vel i klærne blir vektlagt i stor grad av informantene. I utgangspunktet antok jeg at komfort hang tett sammen med materialer, sånn som at det for eksempel er komfortabelt å ha på seg ullklær i kulden. Etter hvert som jeg analyserte intervjuene ble det tydelig at komfort ikke bare handler om fysiske faktorer, men vel så mye om det emosjonelle, og at dette er en viktig forutsetning for at informantene liker klærne sine. Men hvorfor føler de seg vel og hva kjennetegner disse klærne? Det kan se ut til at det handler mye om å føle seg som seg selv, å kle seg riktig for anledningen, at plaggene sitter godt på kroppen og at de ikke «svikter» i krevende situasjoner. Det kan være plagg informantene føler seg fine i, eller plagg som de ikke tenker over at de har på seg i det hele tatt. Disse klærne er i hyppig bruk, og brukes ofte i varierte situasjoner. Velvære har vært behandlet i tidligere forskning, og også her blir forholdet mellom de fysiske og emosjonelle sidene ved begrepet diskutert. Dette vil jeg se nærmere på, før informantenes utsagn igjen blir gjenstand for oppmerksomhet.

Både informantene og jeg tar det som en selvfølge at komfort er et viktig begrep og gode. Slik har det trolig ikke alltid vært. Historiker John E. Crowley har skrevet om hvordan komfort er en relativt ny oppfinnelse, og at begrepet har blitt brukt til å kritisere den materielle kulturen for så å forbedre den (2001, s. 142). Crowley skriver også at «Historical changes in the technology for elementary comforts depended on the existence of a fashion-conscious public that was made aware of the *dis*-comfort of what had previously been considered functionally adequate» (2001, s. 291). Det vil si at ideen om komfort kan bidra til økt forbruk, ved at det «ukomfortable» bør erstattes. Her kan det trekkes linjer til hvordan motebildet endres.

Klepp skriver at «det er gjennom kroppen de ulike kravene og avveiningene knyttet til klærne møtes. Det er kroppen som er mest følsom for hva som er 'riktig' påkledning i forhold til samfunnets klesnormer» (2001, s. 95). Komfort dreier seg om både fysiske og psykiske aspekter, og informantene rapporterer om ubehaget som oppstår når de går med umoderne klær (s. 90). Klepp understreker betydningen av komfortbegrepet i forskning på klesvaner, og påpeker mangelen på dette i tidligere forskning (2008, s. 9). Woodward

skriver «The notion of 'comfort' incorporates a physical sensation of comfort; but also in a more nuanced sense, comfort involves the notion of aesthetic fit: the wearing of clothes which are 'you'» (2005, s. 27), og dette er et viktig poeng. Komfort handler ikke bare om å kle seg etter moten og andre normer, men også om å ikke føle seg utkledd som noen andre.

Komfortbegrepet ble oppfunnet da kvinner gikk med korsett, men de ble sjelden betegnet som ukomfortable (Crowley, 2001, s. 144). Det var antageligvis mer ukomfortabelt å ikke bruke korsett, på grunn av brudd med både moten og vanen. Hva som inngår i komfort er altså avhengig av tid og kontekst. Det ubehagelige eller ukomfortable kan synes å oppstå når det er dissonans mellom samfunnet og en selv, og dette kan kjennes på kroppen, slik Klepp beskriver i sitatet over. Når det kommer til klær, følger vi usynlige normer, og det kjennes først og fremst på kroppen når vi bryter dem (Klepp, 2008, s. 26). Dette handler ikke så mye om klærne i seg selv. «Hjemmeklær» er for eksempel komfortable hjemme, men ikke nødvendigvis utenfor husets fire vegger. Erving Goffmans begreper om «front-» og «backstage» kan være til hjelp her. Utseendet kan fortelle noe om sosiale statuser og hvilke kontekster, formelle eller uformelle, man opptrer i (1959, s. 34). Bak scenen forberedes denne presentasjonen, og der vil publikum ikke være velkomne (1959, s. 231). Komfort kan også dreie seg om hvorvidt kroppens «innside», selvet, og «utside» passer sammen - om du kan uttrykke ved hjelp av kroppen hvem du «er» (Holliday, 2007, s. 324), og slik føle deg som deg selv.

Skjold har i sin doktoravhandling kombinert Entwistles idé om klær som en «bodily situated practice» med Shove og hennes kollegaers (2007) forståelse av hverdagspraksis som pågående prosesser. Skjold forstår dette som vanehandlinger, basert på tidligere erfaringer, hvor man har lyktes eller mislykkes, som justeres og revurderes (2014, s. 38). Det vi opplever at «føles rett» er basert på muskelminne eller taus kunnskap, og er både en delt og personlig kroppsliggjort følelse av hva det innebærer å kle seg riktig ut fra tidligere opplevelser (Skjold, 2014, s. 42). Den sanselige erfaringen klær gir oss bidrar til at vi kan opptre korrekt ut fra sosiale normer (s. 40), og er hva kleskompetansen innebærer.

4.2.1 Forholdet mellom kroppen og klærne

Det kroppslige og sanselige ved komfort og hvordan klærne de har på seg kan påvirke følelsene, blir vektlagt av informantene. Det handler ikke bare om hvordan andre ser dem,

men også om hvordan de selv føler seg. Disse følelsene er blant det som guider dem gjennom «rett og galt» i forbindelse med klær (Klepp, 2008). Astrid snakker om ett av favorittplaggene sine på denne måten:

Det blir jo yndlingsplagget ditt, ikke sant, fordi du føler deg så fin. Og det.. hvis du har en dårlig dag, da, jeg har veldig sånt forhold til klærne mine, at hvis jeg har en dårlig dag så vet jeg hva jeg skal ta på meg for at det ikke er så kjipt lenger.

I sitatet over forklarer hun hvordan hun kan hjelpe seg selv til å føle seg litt bedre gjennom visse klær:

Jeg syns tekstiler som er.. ikke puster - klør veldig, og jeg kan føle meg sånn.. få angst, nesten, av det. Litt for trange bukser, noen ganger kan bli helt, som å ha på seg tvangstrøye da. Så det.. Det er jeg veldig bevisst på. At hvis jeg har en dårlig dag, så må jeg ta på meg løse, gode, deilige, flytende klær.

Her kommer det fram at dagsform og komfort henger sammen. Astrid beskriver hvordan hun kan snu en dårlig dag til det bedre ved å ta på seg de riktige klærne. Dette kan også gå andre veien. Gale klær kan føre til selvbevissthet og usikkerhet. Disse handlingene baserer seg på kleskompetansen.

Elsker gamle ting liksom, elsker ting med sjel, elsker bruktbuotikker, eh, så det siste er det at det kler meg. Jeg synes ofte.. eller sånn, å være lav da, for eksempel, er det at passformen din blir liksom [...] å være lav og ha litt former, er liksom, det er ikke alt som er like pent! (Latter) Ting er ofte lagd etter en sånn rar form, eller sånn, lagd etter kvinnen som ikke finnes, føler jeg. Så det er også en sånn ting jeg er glad i, er ting som ser ut som de er lagd til meg. Og det, det, jeg har en kjole også som er kjøpt på en bruktbuotikk, den er håndsydd, men det ser ut som den er sydd til meg, og det er kjemperart, for da må det være en person som ser akkurat lik ut som meg i kroppsfasongen, som har fått denne kjolen sydd, og så gitt den til en bruktbuotikk, og så kan jeg gå og liksom kjøpe den for to dollar, da i Vancouver, jeg synes det er helt sinnsykt!

Her forteller Astrid om en kjole som hun synes ser ut som at er sydd til henne. Det er en kort bomullskjole med prinsessesnitt, som med tiden har blitt misfarget i vask. Nå er den lyserosa, men like fin i Astrids øyne. Da vi så på klærne hennes, hadde nesten alle kjolene hun trakk fram dette snittet. Da jeg bemerket det fortalte hun at hun ikke hadde tenkt over det før. Dette understreker hvordan klespraksis ofte springer ut fra taus kunnskap (Skjold, 2014, s. 42). Disse kjolene føles gode og riktige på kroppen, og hun kjøper slike gjentatte ganger uten å selv se en sammenheng. Astrid påpeker hvordan det føles å finne klær som

passer perfekt. Med masseproduserte klær må man ofte gjøre kompromiss, men her har hun funnet en kjole som passer henne slik hun er. Dette kan også føre til et slags felleskap med den tidligere eieren, selv om det er en fremmed kvinne i et helt annet land. Å vite noe om eller å kunne forestille seg plaggets historie, blir i denne sammenhengen en del av det som utgjør kjolens verdi for Astrid.

4.2.2 Trygghet

Det stilles forskjellige krav til klærne våre basert på hvilke situasjoner og anledninger vi skal bruke dem i. Klærne kan beskytte deg ved at de kan skape et skille mellom deg og de andre, de kan fungere som en «moderne rustning» (Entwistle, 2015, s. 120). Med klærne kan man verne om seg selv, men det er flere hensyn som må tas, både individuelle og sosiale. Det krever kulturell kompetanse. Klær og kropp henger sammen, og ytre faktorer blir dermed nære og kan oppleves som en indre splid (Woodward, 2005, s. 23). I intervjuene blir klær som egner seg til bruk på jobb og skole ofte nevnt. Her stilles det krav til funksjonalitet basert på arbeidsoppgavene informantene har, og at de skal kle seg korrekt, eller følge en uttalt kleskode. Samtidig kan også disse plaggene henge sammen med følelser, for eksempel at de skal føle seg trygge når de holder en presentasjon eller har eksamen. Plaggene som trekkes fram her er ofte de som både får informantene til å føle seg vel på et personlig plan og som samtidig passer inn i ulike kontekster. Blant plaggene i denne kategorien finnes de «sikre kortene». Slik oppsummerer Astrid det:

Men den er, ja, den, den er svart, liten og svart, og har lange ermer, og den sitter alltid som et skudd liksom. Så hvis jeg har prøvd sånn tusen kjoler, så til slutt, det er den.

Kjolen er i stretch-blonde, er kort og har trekvart-lange ermer. Hun har hatt kjolen i flere år, men bruker den ikke så mye lenger, fordi den har blitt slitt og nuppete. Astrid føler at hun ser bra ut i den, og den er dermed komfortabel å ha på seg. Den er allerede testet ut, og hun vet at den «virker» slik den skal til ulike anledninger, slik som David beskriver her:

Men jeg har liksom alltid noen plagg som er litt sånn safe-plagg. Den her som jeg har på meg nå, en rød ullgenser, eller brun - vinrød. Vinrød. Den er litt sånn, eller den har hvert fall vært, den begynner å bli litt slitt - ikke helt ny, eh, de har på en måte vært sånn å, den kan jeg bruke både liksom casual og litt finere (...) Det er liksom sånn man kan bruke, hvis jeg vet at jeg skal

på to veldig forskjellige ting da, for eksempel, ulike dresskoder, så er det liksom det. Og så har jeg noen skjorter som er liksom, ja. Å, den kan jeg ta på meg uansett..

Slike klær kan få han til å føle seg forberedt på det meste, også rent praktiske ting som å skulle på et arrangement etter jobb. Flexibiliteten i plagget er det som skaper trygghet for David. På denne måten risikerer han ikke å være feil kledd selv om anledningene varierer. Emilie forteller noe lignende om en sort genser og situasjonene hun bruker den i her:

Det kan være alt fra, ja, bare helt vanlig hverdag, til at jeg har hatt den på date, til og med. Fordi jeg føler meg vel i den (...) Og det kan være, hvis jeg skal stå foran mange mennesker. Det er en helt vanlig genser, men den bare, jeg føler meg vel i den.

For Emilie er det ikke lett å forklare akkurat hva det er som gjør at hun føler seg vel i den. Genseren er i en ullblanding. Hun har hatt den i noen år, og hun bruker den om og om igjen. Det viktigste er følelsen hun får av å ha den på seg. Slike plagg blir brukt ofte og i ulike situasjoner, og noen av disse situasjonene er mer pressede enn andre. Når du er på date eller skal holde en presentasjon er det viktig at klærne ikke «svikter» deg. Dette utdyper David:

Jeg har liksom det med noen plagg, hvis det.. Hvis man har en genser da, som ofte faller ned på armene hvis man bretter den opp eller tar den opp, og så faller den hele tiden ned. Det er et plagg som er litt sånn også, som jeg egentlig liker, men den bare.. jeg vet at jeg ikke kan ha den på meg på en dag hvor jeg liksom må føle meg - eller liksom ikke må bli satt ut da, hvis jeg for eksempel skal ha en presentasjon eller noe sånt, så er det litt sånn, okei, ikke ta på deg den. Da. For da blir det helt sånn.. Da må ting virke.

David ønsker klær som ikke hindrer han i det han skal gjøre - enten helt fysisk, for eksempel at han skal løfte noe og dermed ikke kan ha på seg dress, eller mer psykisk - at ting helst ikke bør stramme noe særlig i en situasjon hvor han allerede føler seg presset. I slike situasjoner må han ha klær som ikke svikter han. Helst skal ikke klærne være noe man tenker over i det hele tatt. De skal bare være der. Dette oppsummerer Charlotte godt:

Men så lenge jeg ikke tenker over hva jeg har på meg.. eh.. så føler jeg på en måte at jeg er fornøyd med det. Med en gang jeg begynner å tenke sånn.. Å, den buksen her skulle jeg ikke tatt på meg, eller.. ah, den genseren her var ikke så fin, eller, å, den sitter litt rart og sånne ting, så.. blir jeg jo misfornøyd, selvfølgelig.

Med disse klærne føler ikke Charlotte seg som seg selv. Hun blir selvbevisst og ukomfortabel. De kjente klærne, som gjør at hun ikke tenker over hva hun har på seg, er tryggere valg. Å ha på seg kjente plagg, antrekk og sammensetninger kan tilby trygghet - på denne måten kan de føle seg som seg selv i vanlige hverdagssituasjoner.

Det er.. olabukse, for det har jeg alltid på meg. Og så.. en skjorte og en cardigan. Det syns.. det syns jeg er ganske trygt å ha på meg.

Tryggheten Bendik beskriver her kan dreie seg om å minimere valg, være forberedt på ulike situasjoner og framstille seg selv slik han ønsker. Dette er antrekk som han har hatt på seg gjentatte ganger, og han slipper å vurdere hvilken skjorte som passer buksa eller omvendt. Det er hverdagsklær, og han føler seg som seg selv i dem. Det er flere av informantene som forteller at olabukse er et «trygt valg». Det er sosialt akseptert å gå i slike bukser til ulike anledninger. De har mange kombinasjonsmuligheter og de blir personlige i det de formes etter kroppen (Klepp, 2002; Woodward, 2007).

Klær kan også gjøre deg utrygg, og mange dager er ikke dette sjanser man ønsker å ta. Filip bruker samme grønne skjorte hver gang han har eksamen. Slik beskriver han det:

Men det er noe trygt med det og, da. Eksamen er jo.. grusom opplevelse, hver gang. Og du vil på en måte ikke se sånn derre.. altså.. Du.. Gjør deg litt i stand, selv om det sikkert.. Nei, jeg veit ikke, det blir kanskje et rituale man må gjøre når man har gjort det nok ganger. Bare sånn prøve å liksom utelate alle de derre.. stressfaktorene og alt mulig sånn.

Denne skjorta er et sikkert kort, men på en litt annen måte enn eksemplene over. Når Filip skal ha eksamen, har han som regel nok å tenke på fra før av. Når han har bestemt hva han skal ha på seg, har han ett problem mindre. Rutinen, og det at han har redusert antall valg, kan bidra til at han føler seg bedre forberedt. Han gjør det samme som han alltid pleier på eksamensdagen, og han vet at det virker. I tillegg handler det om å se ordentlig ut, om å gjøre seg i stand.

4.2.3 Sikre kort

Plaggene jeg har plassert i denne kategorien er ofte slik som David beskriver: «å, den kan jeg ha på meg uansett». Det er plagg som ikke svikter, som får informantene til å føle seg

trygge. For utenforstående ser mange av disse klærne ut som helt vanlig hverdagstøy, men følelsen av komfort og velvære de gir er meget verdifullt for eierne. Plaggene er ikke spesielt dyre eller påfallende, men de er blant informantenes favoritter, og av klærne som brukes oftest. Kroppen og det sanselige er viktig for å forklare hvorfor plaggene oppfattes som komfortable, kledelige og trygge. Informantene lager sitt eget rammeverk i sin klespraksis. Også her er det aktuelt å forstå klespraksis som taus kunnskap (Skjold, 2014). Det er utfordrende for informantene å sette ord på hvorfor de føler seg tryggere i et antrekk enn et annet, men de vet samtidig «hva de skal ha på seg for å gjøre en dårlig dag bedre», slik Astrid beskriver. Det handler om å veie mange ulike forhold opp mot hverandre: hva de skal, hvem de skal møte, dagsform og selvtillit. Hvis klærne ikke fungerer og det blir et misforhold mellom kroppen og klærne, kjennes disse klærne fremmede ut for brukeren, og det kan føre til selvbevissthet. Motsatt kan klærne bli til en utvidelse av selvet, hvis antrekket er vellykket (Woodward, 2007, s. 22). Fleksibilitet i plagg som gjør at de kan passe inn i ulike situasjoner og anledninger, er ofte et kriterium her.

Om klærne bidrar til å skjule eller framheve bestemte kroppsdeler (Banim & Guy, 2001) blir ikke uttalt i stor grad i denne undersøkelsen. Kanskje er det fordi det ikke er et område informantene legger vekt på, men det kan også ha en sammenheng med at det blir for personlig å snakke om komplekser eller tanker knyttet direkte til egen kropp. Derfor har jeg valgt å ikke konsentrere meg om dette, da det ikke finnes nok materiale til å diskutere det.

Når det kommer til komfort, samsvarer informantenes beskrivelser godt med tidligere forskning og litteratur (Entwistle, 2015; Klepp, 2008; Skjold, 2014; Woodward, 2005). Følelsen av trygghet klær kan gi er kanskje ikke behandlet tidligere i like stor grad. Woodward skriver at «clothing has the potential to betray the wearer, as the heels that were supposed to make the woman feel powerful rub and chafe her feet» (2007, s. 22). Klær er ikke bare noe vi bruker for å skille oss ut og passe inn, vi bruker dem også for å ta vare på oss selv. Selv om klærne kan ende med å svikte bæreren (Entwistle, 2000, s. 338), er det også plagg som ikke gjør det. Det er disse plaggene som får informantene til å føle seg trygge. Dette ser ut til å være et lite utforsket område, og her kan kanskje denne undersøkelsen tilføre kunnskap. Det ser altså ut til at ikke alle klær har dette potensialet, eller at de potensielt kan bidra til det motsatte. Det hadde vært interessant å utforske dette videre med et større materiale, og undersøke om disse plaggene har fellestrekk, om det er noe i plagget i seg selv, eller hvorvidt det er basert på erfaringer eieren har.

4.3 Kjærlighet

«Hvis jeg sier verdifulle klær, hva tenker du på da?» Slik lød et av de første spørsmålene i intervjuguiden. Allerede her blir plagg som dreier seg om forholdet til andre framhevet, og verdien er ofte noe følelsesmessig (Mauss, 1995, s. 191). Jeg har valgt å bruke ordet kjærlighet fordi det henger sammen med informantenes gode forhold til andre mennesker. Kategorien kjærlighet er med andre ord noe som mange tenker på, og denne tanken kommer fort opp når ordet verdi nevnes. Vi starter med å se på fem av informantenes tanker rundt dette.

Da tenker jeg på klær som har en spesiell betydning for meg. Som, ja, enten klær jeg liker å bruke, å ha på meg, eller klær som har noe.. hva heter det.. en verdi for meg, med tanke på enten hvem jeg har fått det fra, eller hvor jeg har kjøpt de. (Bendik)

Jeg tenker veldig mye - på en måte - særlig nå liksom, arvegods da. Jeg har jo veldig mye jeg har arvet. Av både venner (...) [og familie]. (Astrid)

Ja, for eksempel hvis jeg knytter ting til de, da. Så hvis jeg har fått noe eller, funnet noe eller, det kan også være noe jeg har spart lenge på, noe jeg liksom har brukt mye tid på. Vil jeg si, egentlig. Verdifull for meg, da. (Charlotte)

For eksempel, jeg har jo arva en god del klær av søstra mi, som døde (...) Og det er jo klart at de klærne betyr jo ekstra mye for meg, fordi de var hennes. Så de er veldig verdifulle for meg på en helt egen måte. (Emilie)

Da tenker jeg primært på.. egentlig ting jeg har fått da, som er liksom lagd til meg, på en måte. Sånn som sånne ting [ullgenser han har på seg], strikka for eksempel av mormor eller bestemor eller mamma eller sånne ting. (Filip)

Som vi ser av sitatene, er disse gode følelsene for andre mennesker nevnt sammen med en rekke andre verdier som kommenteres senere. Felles for utsagnene er at verdi har med relasjoner til andre mennesker å gjøre. Plaggene jeg har plassert i denne kategorien har ofte kommet til eieren på en spesiell måte. Det er plagg de har fått i gave, overtatt fra andre og som er håndlaget. Disse klærne kan bli symboler på kjærlighet og båndene de har til menneskene rundt seg - familie, kjæreste og venner. De kan fungere som en bekreftelse på at man blir elsket, sett, forstått, anerkjent og satt pris på. De rundt deg viser omsorg og omtanke ved å gi deg noe.

4.3.1 Den vellykkede gaven

Plagg informantene har fått i gave trekkes ofte fram som verdifulle i intervjuene. Disse gavene forbindes med personen informantene fikk dem av. Men hva skjer når forholdet til giveren endrer seg? Slik forteller Charlotte om videregående-kjæresten som sparte for å kjøpe jakker til henne:

(...) jeg har jo to jakker, for eksempel. Som jeg fikk av den første ordentlige kjæresten min. Og de har jeg jo enda. Og bruker. Det er ikke sånn at jeg tenker så mye på han, men jeg er liksom glad i de på en annen måte, da.

Da jeg ba henne om å utdype, fortsatte hun:

Det er kanskje fordi han.. brukte.. han sparte da, for å liksom kunne gi de til meg. Eh, og han syns at jeg var veldig fin i de, og jeg følte meg fin når han synes at jeg var fin, så det er kanskje noe med det, da. At.. ja. Jeg føler meg kanskje litt ekstra fin i de. De har en helt annen type verdi, liksom.

Her ser vi at jakka kan høre hjemme i flere kategorier. Det handler også om velvære, om å føle seg fin. Hun har hatt jakkene i mange år, og de har fått en annen betydning for henne nå enn de hadde i starten. Nå har de verdi også på grunn av den personen hun har blitt. Likevel er hun bevisst på hvem hun har fått dem av, og dermed har de en utvidet verdi for henne.

Bendik beskriver en grå ullgenser med knapper på skuldrene og rund hals, som broren har kjøpt til han:

(...) Yndlingsplagget mitt akkurat nå er en genser jeg har fått av broren min. En ullgenser.. Jeg liker at jeg har fått den av broren min. Det betyr mye for meg. Også at den er skikkelig god og varm. Det er veldig.. og så syns jeg (...) den er fin. Men.. Egentlig mest det at den er god og varm og at jeg har fått den av broren min, da. Alltid når jeg har på meg den så er jeg alltid skikkelig toasty¹¹, og det er godt. Jeg er jo skikkelig god venn med broren min, og jeg syns det er koselig å vite at han liksom har tenkt ut hva han tror at jeg kommer til å like. Og.. ja. Når han har kjøpt den til meg da, så liksom.. ja, bare vet jeg at han.. ja, setter pris på meg og sånn, da. Og at han.. jeg føler jo liksom litt at han kjenner meg skikkelig godt og da, når han kjøper et eller annet som jeg syns er veldig fint. Så.. Ja.

¹¹ Merriam Webster definerer «toasty» som «pleasantly or comfortably warm» (Toasty, udatert).

Dette sitatet forteller mye om hvorfor disse gavene blir sett på som verdifulle. Bendik føler at broren legger tanke og innsats i å gi han noe han tror han liker. Han lykkes, det blir satt stor pris på. Gaven kan fortelle noe om hvordan broren ser han som person, og om forholdet mellom brødrene. Genseren har ikke bare fysiske kjennetegn, men kan også ha en kulturell betydning broren ønsker at skal overføres med gaven (McCracken, 1986, s. 78). Slik flettes brorens intensjoner og genserens form sammen, og blir en dobbel varme for Bendik - som han sier: «skikkelig toasty».

Gaver er ikke alltid vellykkede. Mindre vellykkede gaver er noe som sjeldent brukes av mottakeren og som ofte ikke blir værende i garderoben (Klepp, 2001, s. 148; Laitala, 2014, s. 69). Derfor må det understrekes at det her er snakk om gaver som er vellykkede (Kleine et al., 1995, s. 340). Det blir ofte brukt mer tid, tanke og krefter på gavekjøp enn på kjøp til egen bruk, spesielt når det gjelder klær (Belk, 1982). Dette kan være en forklaring på hvorfor gaver blir satt stor pris på av informantene. Den mest siterte teorien om gavegiving er Marcel Mauss' bok *Gaven*. Den beskriver også forpliktelsen ved å motta gaver - man må gi tilbake mer enn man får (Mauss, 1995, s. 192). Når man får klær i gave, er hyppig bruk en form for tilbakebetaling. Å ikke bruke gaven kan bli en kilde til dårlig samvittighet. Bruk derimot er med på å forsterke båndet til giveren, slik Bendik fortalte om.

Samtidig som gavene som ikke faller i smak står i fare for å gå ut av garderoben, kan de også være blant klærne man aldri kvitter seg med. Dette er fordi de opprettholder et bilde av din identitet som handler om hvordan andre ser deg, men som du ikke kjenner deg igjen i (Banim & Guy, 2001, s. 208). Kleine et al. så i sin undersøkelse at gaver generelt ikke genererte sterk objektstilknytning, men at de vellykkede gavene var de som lyktes på to plan: de minnet informantene om giveren, samtidig som de passet mottakerens identitet - de var både «meg» og «oss» (1995, s. 340). Slike gaver gjenspeiler både mottakerens identitet og forholdet mellom mottakeren og giveren (s. 340). Dette kommer tydelig fram i sitatet fra Bendik over. Genseren lykkes som gave fordi Bendik synes den er fin, og den forteller noe om båndene han har til broren, samtidig som den forsterker disse.

4.3.2 Arv

Alle informantene nevner at de arver eller overtar plagg fra venner og familie. I enkelte tilfeller er det «tradisjonell» arv, med det forstår jeg at informantene overtar klær fra en avdød slektning, men ofte dreier det seg om at venner eller familie gir dem plagg som de

av ulike grunner ikke bruker lenger. Det er der eierskapet kommer etter hverandre i tid (Klepp & Laitala, under utgivelse, s. 43). Da «arv» er ordet informantene selv bruker, uavhengig av om det er i mer tradisjonell forstand eller når det gjelder å overta klær, velger jeg også å kalle det «arv» heretter.

Ja, og så har jeg jo arvegods, sånne ting som moren min sine gamle cowboy-boots fra lissom 60-tallet, og farmor sin hjemmestrikkede genser og fjell-anorakken til lissom.. mormoren min. Sånne ting synes jeg også er helt fantastisk da.

Her sier Astrid noe om det hun kaller «arvegods» - klær hun har overtatt etter familiemedlemmer. Familiemedlemmene er fremdeles i live, men plaggene kommer fra perioder i livene deres som er over. Astrid kommer tilbake til cowboy-bootsene i skinn og den hjemmestrikkede ullgenseren flere ganger i intervjuet, og kaller dem blant annet «magiske». Det er kanskje noe magisk ved det, også. Det handler om en tid som ikke er lenger, men klærne blir satt inn i en annen kontekst ved at en ny generasjon tar dem i bruk. Å bruke de samme klærne som bestemoren og moren har brukt, forsterker båndene mellom dem og generasjonene, og forteller noe om tilhørighet. Farmoren kan ikke strikke lenger, og genseren blir derfor enda mer verdifull for Astrid.

Innledningsvis i dette kapitlet forteller Emilie om klærne hun har etter sin avdøde søster, og at disse har en spesiell verdi for henne. Videre forteller hun at hun ofte bruker søsterens klær når hun er på besøk hos moren, og at dette blir som å komme «hjem» i dobbel forstand. I klærne kan det finnes spor etter kropper som ikke er lenger, i rynker, slitasje, merker og flekker, og på denne måten kan klær skille seg fra andre objekter slik som smykker (Stallybrass, 2012, s. 69). Klær man arver endrer etter hvert status, fra å være noen andre sine til å gradvis bli «bare» dine (Miller, 2008, s. 43), slik også Charlottes forhold til klærne hun har fått av ekskjærester i større grad representerer henne selv enn dem ettersom tiden går.

Astrid beskriver også utradisjonell arv, klær hun får av venninnene sine.

Så det er ofte sånne ting da, sånn at jeg har vært hjemme hos venninner også er de sånn "vet du hva den 'her skal du ha. Den er din, det er din personlighet.." så jeg har ganske mange sånne plagg.. som er liksom representasjonen av meg gjennom en annen persons øyne, og det syns jeg er helt fantastisk.

Dette kan peke mot noe av det samme som med Bendik sin yndlingsgenser. De som står deg nær ser deg for den du er, vil være, eller den de vil at du skal være, og gir deg noe som bekrefter dette. Det kan handle om trygghet og omtanke. De får bekreftet at andre ser dem slik de ønsker å framstå og at de kjenner dem og tenker på dem.

(...) det blir liksom sånne ting som ble lagd til meg når jeg var liten og sånn, de har liksom.. De har [jeg] jo fortsatt en liksom tilknytning til, da. Og sånn som at nevøene mine for eksempel, bruker de nå. Det er jo - det synes jeg er morsomt. Og de er sånn.. Det er sånne klær som jeg ikke vil at skal kastes for eksempel. Fordi at det.. hvis jeg noen gang får barn har jeg lyst til at de skal bruke de, liksom.

Det kan også handle om de lange linjene. Her er det snakk om plagg Bendik fikk som liten, som han ser nevøene sine bruke i dag. Han forteller at han ønsker at eventuelle framtidige barn også skal bruke disse klærne. På denne måten forenes fortid, nåtid og framtid, og gjennom felles bruk blir båndene mellom generasjoner forsterket. I sitatet belyses også hvordan det håndlagde blir ansett som verdifullt.

4.3.3 Håndverk

Håndsydde og hjemmestrikkede plagg går igjen i de fleste intervjuene. Ett plagg som blir nevnt hos alle er den hjemmestrikkede ullgenseren. Disse plaggene kan være laget spesielt til informantene, eller det kan være plagg noen har laget til seg selv eller andre, og som informanten har overtatt. Her gjenkjenner vi mange av de samme aspektene som ved den vellykkede gaven, men også noe mer, som respekt og anerkjennelse av tiden som er brukt og arbeidet som er lagt ned. Dette forteller Charlotte:

Så hvis jeg har fått noe eller.. en strikket genser mamma har sittet og laget til meg, for eksempel. Det ville jeg nok ha reddet, da. Noe noen andre har brukt mye tid på. For det vet jeg at jeg ikke får igjen.

Den omsorgen som ligger i at noen har tatt seg tid til å lage noe til deg blir verdsatt svært høyt. Som Charlotte sier i sitatet over, er tid noe hun ikke får igjen. Selv om hun får en ny strikket genser vil ikke den være den samme som Setesdalsgenseren hun forteller om. Under forteller Emilie om bunaden hun kanskje skal overta:

(...)drakta, som var søstra mi sin, så jeg har jo arva den og, og den har mamma brodert da, og lagd til henne, egentlig. Men nå har vi drivi å prata om jeg skal på en måte overta den, da. Jeg har egentlig aldri hatt lyst på noe sånt, for jeg vet liksom ikke når jeg skal bruke den, eller. Så nå føler jeg også at det er et veldig sånn, nesten stort ansvar, å ta over den. Men jeg gjør nok det, likevel, da. De skal bare tilpasse den litt til meg og sånn. Ja, så den har jeg jo og da. Og det er jo, det er klart at i og med at det er mamma som har brodert den, så blir det jo også ekstra viktig å på en måte ta den i bruk, da.

De tingene noen har nedlagt mye tid og arbeid i, bør brukes. Det tydeliggjøres i sitatet over, hvor Emilie, som tidligere ikke har brukt denne typen klær, nå vurderer det i større grad. Arbeidet moren har lagt ned i å sy og brodere denne drakten kan ikke være forgjeves, og på denne måten faller det kanskje et visst ansvar på mottakeren av slike gaver (Mauss, 1995). I tillegg spiller det en rolle at det er moren som har laget drakten. Emilie kjenner til hvor plagget kommer fra, både fordi moren har laget det og fordi plagget har en lokal forankring. Dette forteller Filip:

Det føles jo bedre, hvis man kan si det, på et eller annet sånt litt ubestemmelig nivå, å skulle ha på seg noe som noen faktisk har strikka kanskje med tanke på deg, for eksempel.

Omtanken som ligger i å gi en gave, spesielt en gave som man har brukt mye tid på, kan kanskje bidra til at mottakerne får en følelse av at de er noen som er verdt å bruke tid og krefter på. Gaven blir en bekreftelse på at man blir satt pris på.

At noe er håndlaget kan føre til at plagget kan få en ekstra verdi - håndlagde plagg huskes (Raunio, 2007). Det er noe kjent ved dem, uansett om du er flink eller dårlig i håndarbeid kan du ane noe om arbeidet som ligger bak. Håndverk og tid blir betraktet som knappe ressurser i våre dager, og håndarbeid krever ofte både tid og ferdigheter. Det kan representere et forhold mellom den som har laget plagget og den som får eller bruker det (Raunio, 2007, s. 70). Økt kunnskap rundt hvor klær kommer fra får konsekvenser for hvordan de blir tatt vare på. Det er klær vi får kjærlighet til og som kan være en faktor i et mer miljøvennlig forbruk (Klepp, 2015, s. 332).

Marx' teori om verdi og arbeid er relevant her. Respekten for arbeidet og tidsbruken kommer tydelig fram i hvordan informantene forteller om disse plaggene (Marx, 1995, s. 47). En årsak til at arbeidets verdi ikke vektlegges i forbindelse med de andre klærne, kan kanskje være at plagg som hjemmestrikkede ullgensere er det nærmeste vi kommer et

slikt arbeid i vårt samfunn. Det er mange som vet lite om hvordan klesproduksjon faktisk foregår. For enkelte er det overraskende at det er ekte mennesker som har sydd det vi har på oss. Vi har blitt fremmede for hvor klær kommer fra og hvordan de blir laget.

4.3.4 Nære bånd og relasjoner

Klær som relateres til menneskene rundt dem, er viktige for informantene, og nesten halvparten av de registrerte plaggene kan plasseres i denne kategorien. I hovedsak dreier det seg om klær de har fått i gave, arvet eller som andre har laget til dem. Båndene og tilhørigheten til andre mennesker er viktige for identitet (Kleine et al., 1995, s. 328) og kan representeres i eiendeler slik som klær. Men det forutsetter at man har slike sterke bånd til andre - i form av meningsfulle og velfungerende relasjoner (Belk, 1991; Csikszentmihalyi & Rochberg-Halton, 1981, Miller 2008, Wallendorf & Arnould, 1988). Disse båndene kan være viktige for unge voksne og andre i perioder av livet hvor mye forandres, fordi de representerer trygghet og understreker båndene til fortiden (Myers, 1985). Det kan være en forklaring på at det er så mange av klærne som går inn i denne kategorien. En annen forklaring er at alle mennesker i bunn og grunn er opptatt av relasjoner til andre.

Denne kategorien viser seg å være sentral i mitt materiale, men den er lite diskutert innen klesforskning generelt. Moteteori dreier seg oftere om status og hierarki enn kjærlighet og omsorg, men i annen type forskning blir dette mer anerkjent. Daniel Miller skriver i *Making Love in the Supermarket* (1998) om hvordan forbruk ofte dreier seg om nettopp kjærlighet og omsorg for dem rundt deg. På samme måte kan vi kanskje tenke på dette når det kommer til klær og mote. Von Busch skriver: «our clothes are the vehicles that reveal a certain aspect of our personality and shape a mask for interaction, a mask not of distance but of closeness» (2005, s. 8). Gjennom klær viser vi deler av personligheten vår, men også tilhørighet og nærhet til andre mennesker, som ofte er en svært viktig del av oss selv.

4.4 Uovervinnelighet

Klærnes funksjonalitet er ikke det informantene nevner først, men noe som kommer fram etter hvert. Da er det noen punkter de fleste er enige om at er viktige. Klærne skal fungere til sitt bruk og være i god kvalitet i form av holdbarhet. Et overraskende og interessant punkt var følelsen av uovervinnelighet som oppstår når klærne kan hjelpe informanten til å

mestre omgivelsene sine. Funksjonelle klær er for eksempel klær som hjelper dem, som gjør det mulig å ha med seg saker i lommene, være ute i regnet, gå over våte områder eller holde dem varme dem om vinteren - klær de kan stole på.

4.4.1 Ting som virker

Mange av informantene er i en alder hvor hverdagen forandres. De går fra studier til fast jobb (eller omvendt), eller forbereder seg på yrkeshverdagen gjennom praksis i utdanningen. Dette kan bidra til nye praksiser og prioriteringer knyttet til å kle seg, og dermed andre krav til klærne.

Jeg har jo masse klær som kun er fordi de er praktiske, rett og slett. Jeg har jo, sånn som i fjor også, så kjøpte jeg meg sånne vintersko, for jeg tenkte bare nå gidder jeg ikke mer. Drittlei av å fryse på føttene. Samma åssen de ser ut, de skal bare være varme.

Her blir funksjonen viktigere enn hvordan skoene ser ut for Emilie. Skoene hun beskriver skal holde henne varm, blant annet i en arbeidsdag hvor mye tid tilbringes utendørs. Klær de skal bruke i jobb har egne krav, og det er spesielt i denne sammenhengen at informantene tenker på funksjonalitet.

Lommer og vesker i akkurat passe størrelse er noe som stadig nevnes. De gjør det mulig å ha med alt de trenger. Her forteller Astrid om ei grønn vintage militærjakke hun kjøpte for noen måneder siden. Fordi den er ganske stor bruker hun den med ermene brettet opp:

it's my favorite jacket, den har lommer over alt, så jeg trenger ikke å ha veske. De er store og dype liksom. Jeg tar bare jakka og så går jeg. Fordi alt ligger i lommene fra før av. Alt er der, solbriller, leppepomade, kort, studiekort.

Det lettvinde ved å bare ta med seg jakka og gå er en fin følelse. Slik slipper hun å passe på at hun har med seg alt, og hun trenger ikke å bære noe i hendene. Hun kan «bare ta jakka og gå», og det gir en frihetsfølelse.

Det er flere som beskriver det samme i intervjuene, og her blir en forskjell mellom klær for menn og kvinner synlig. Det er ikke så vanlig med vesker for menn, og det er ofte lagt bedre til rette for at de kan ha saker i lommene. Her forteller Bendik om en bukse:

en gang når jeg skulle kjøpe meg bukser, så prøvde noen å lure meg til å kjøpe jentebukser, og det var for så vidt greit, fordi at de så nesten like ut, men.. de hadde utrolig små lommer, og da gadd jeg ikke å kjøpe det, fordi jeg må ha lommer. Store lommer. Med litt plass i. Sånn er det med jakker og, egentlig. Jeg må ha ganske mange lommer, for jeg har.. pleier å ha ganske mye ting med meg. Så, jeg trenger - jeg trenger lommer i hvert fall.

Det er interessant hvordan bukser for kvinner og menn i mange tilfeller ser omtrent identiske ut, men at bukser ment for kvinner, ofte har lommer som nesten bare er til pynt. Da er det praktisk å ha en veske, slik Charlotte beskriver skinnvesken sin her:

Jeg har en veske som jeg bruker veldig ofte. Jeg syns egentlig ikke at den er så veldig fin, men den er så sinnssykt praktisk. Det er jo.. jeg liker den fordi.. det er en skinnveske, som har liksom perfekt størrelse, sånn at du får paraplyen oppi, og så får du, ja, lommebok og liksom.. jeg har veldig mye dritt oppi veskene mine, som bare samler seg. Så den har liksom plass til litt dritt. Litt.. ting jeg må ha.. (latter) Og, ja. Egentlig helt perfekt.

Her blir det som kjennetegner en bra veske oppsummert godt. Denne skuldervesken er middels stor i et enkelt design. Charlotte får med seg tingene hun trenger å ha med seg, i tillegg til litt ekstra. Den er så praktisk og funksjonell at hun bruker den mye, til tross for at hun ikke synes den er så veldig fin. Dette kjennetegner flere av plaggene som nevnes i denne sammenhengen - her er informantene villige til å overse objektets estetiske egenskaper, fordi de er så praktiske.

Det er et velkjent faktum at klærne våre muliggjør mye for oss - slik som for eksempel deltakelse i samfunnet (Entwistle, 2015; Klepp, 2002, 2008). Underveis i intervjuene kom også et annet aspekt ved dette fram, nemlig at klær kan gi en følelse av uovervinnelighet. Her forteller Emilie om ei svart Bergans-jakke hun har fått:

I fjer så ønska jeg meg - mitt ønske var- jeg vil ha en jakke som tåler alt. Som jeg bare kan ta på meg uansett hva slags dritt vær det er ute, og så vil den beskytte meg. Så en sånn jakke fikk jeg!

I.H: En allværsjakke? (latter)

E: En allværsjakke! (latter). Så den er jeg veldig fornøyd med. Jeg føler meg veldig.. uovervinnelig i sånne klær. (...) Jeg liker også veldig godt å gå i gummistøvler, for da kan jeg gå i sølepytter og i vått gress og bare «ha ha ha»!

I en hverdag med mye aktivitet utendørs og i varierende vær er det viktig å kle seg godt. «Det finnes ikke dårlig vær, bare dårlige klær» er et utsagn vi nordmenn kjenner godt (Klepp & Tobiasson, 2013, s. 19). Men det er lett å feiltolke været eller havne i situasjoner hvor man har kledd seg feil. Klærne Emilie beskriver over, gjør at hun i store deler av året ikke trenger å tenke over hva hun har på seg. Hun kan bare gjøre jobben sin. Dette gir makt og en følelse av å mestre omstendighetene - hun blir uovervinnelig med jakka på. Flere av informantene er også inne på dette i forbindelse med ullklær.

4.4.2 Verdifull ull

På spørsmålene som omhandlet materialer var det flere av informantene som fortalte at de ikke pleide å tenke over det. Det er få som sier at de sjekker den hvite lappen inni plaggene, men materialet og kvaliteten blir tydeligere for dem etter hvert, ved at ting holder og er behagelige å ha på seg. Dette er en medvirkende faktor til at de kan bruke plaggene lenger, men det ser ikke ut til å være avgjørende i kjøpsøyeblikket. En årsak til det kan være at materialet ofte følger typen plagg, og blir tatt for gitt: Jeans og t-skjorter er bomull og ullgensere er nettopp ull.

Selv om de forteller at materialet ikke er så viktig, er det ett materiale alle nevner som verdifullt, nemlig ull. Det er også det første materialet de kommer inn på. Sammen med bomull er det ull de forteller at de bruker mest. Informantene er opptatte av at det skal være tett opp til 100 % ull, og det er her det kommer tydeligst fram at de sjekker fibersammensetningen. Dette samsvarer med Hebrok og Klepps funn, hvor informantene oppga at de sjekket fibersammensetningen hvis de var i tvil om det var ren ull eller ullblanding (2014, s. 78). Dette sier Filip om ull:

Ull. Det er kvalitet. Hvorfor? Fordi det fungerer, det er jo et sånt natur-stoff, nærmest. Så det er jo veldig. Sånn helt - tenker man, det er kvalitet, for det er ull. Så, ull har det, det tenker jeg veldig mye godt om. Det er sånn når det er ordentlig kaldt, når det blir ordentlig kaldt både inne og ute så er det sånn - ta ull rett på kroppen. En ullgenser uten t-skjorte under, når det blir liksom den type vær, det er ganske digg. Når det på en måte er sånn at du føler at du kan ha på deg bare en genser inne, det er ganske digg.. Jeg føler egentlig at jeg bare bruker bomull og ull, mest bomull. Så jeg må si at jeg liker bomull. Bomull er snill mot oss.

Her er det mange sider ved ull som settes pris på. Det handler blant annet om det sanselige - at det er godt mot huden. Det er interessant at Filip ikke nevner kløe, men derimot liker å gå med relativt grove ullgensere direkte mot huden. Dette skiller seg fra hvordan mange oppfatter ull (Hebrok & Klepp, 2014). Videre anser han ull som ensbetydende med kvalitet, og trekker fram at det er godt å ha på seg når det er kaldt. Her er han på linje med mange norske forbrukere (Klepp, Tobiasson & Laitala, 2016, s. 56). De andre informantene beskriver det samme. At ull ikke trenger hyppig vask nevnes også av de fleste. Flere av informantene oppgir at de bruker ull nesten året rundt og at ullplagg brukes i mange sammenhenger, både til aktiviteter og finere anledninger. Slik forteller David om dette:

Jeg har faktisk nesten bare ullgensere. Så jeg liker egentlig veldig godt å gå i ull. Merinoull, og alpukka. Kashmir. Men.. Ja, jeg syns at det er mest behagelig. Om vinteren. Og høsten og våren. (latter) Sånn som den her jeg har på meg nå, er en genser som er ganske tynn liksom, men man holder liksom varmen hele dagen. Det er på en måte viktig at man ikke må bruke mye krefter på klærne i løpet av dagen, eller at klærne er ufunksjonelle på den måten at man må bruke tid på å drive å finne fram et pledd plutselig. Men så er det også det at det puster og sånt. Jeg syns det er veldig ubehagelig å gå i [syntetiske materialer] - klam, blir bare sånn..

For David henger plaggets materiale sammen med funksjonalitet. Han setter pris på plagg som regulerer temperaturen selv. Det er flere som forteller det samme som David om at de ikke skal trenge å bruke så mye krefter på klærne i løpet av dagen. I tillegg sier informantene at de setter pris på å kunne kle seg i flere lag og reguleringsmuligheten det gir.

Ull har altså mange gode egenskaper, men strikkede plagg er ikke vindtette. Ullgenser sammen med anorakk er en klassiker. Her sier Filip litt om dette:

Syns jo ull er veldig funksjonelt og. Sånn som de ullgenserne jeg har, selv om - det er sånn hvis du skal gå deg en skitur for eksempel (...) så tar du på deg anorakken og så går du med anorakk og ullgenser til vanlig og (...) eller hvis du skal gå ute eller hvis du skal gjøre sånne ting. Gå i fjellet, da tar man med seg de tinga.

Anorakken er et funksjonelt plagg, som er populært blant mine informanter. Tre av dem har anorakk som et av sine favorittplagg. Det kan dreie seg om noe av det samme som ullen. Den forbindes med friluftsliv og norsk identitet, og er et fleksibelt plagg. Sammen med en ullgenser blir anorakken ei vinterjakke, men kan fint brukes resten av året også. «Flexibility

is a key word in the informants' way of talking about wool, and it appears that wool is used more flexibly than clothing made of other materials.» (Klepp et al., 2016, s. 52). Dette er også framtreddende i min undersøkelse. Fleksibiliteten gjør det lettere å kle seg riktig.

Det er også flere som nevner at det er godt å «pakke seg inn», og at de gleder seg til høsten og vinteren av den grunn. På spørsmål om hva hun synes er godt å ha på seg, svarer Emilie dette:

Ullsokker. Veldig glad i ullsokker, faktisk. Og veldig glad i skjerf, jeg elsker å pakke meg inn i skjerf. Store gensere (...) Litt sånn forsvinne i plagg, merker jeg. Så er jeg glad i å ha på meg heller mer klær enn lite klær.. Jeg tror ikke det er fordi jeg vil skjule kroppen min, det er ikke det, liksom, men det er bare jeg liker den der å pakke-seg-inn-følelsen. Jeg synes det er litt godt når det begynner å bli kaldt ute, å kunne begynne å kle på seg litt lag og sånn. Så. Mm. Ja, så det er kanskje det der med å kunne regulere det mer selv da, egentlig. Kanskje det gir meg litt makt. (latter)

Dette kan dreie seg om trygghetsfølelsen som diskuteres i kapittel 4.2, og hvordan informantene kan ta hånd om seg selv med klærne. Emilie vektlegger muligheten til å kle seg etter temperaturen, og slik være komfortabel både innendørs og utendørs. Å like følelsen av å «pakke seg inn» i klær, kan også være en konsekvens av noe annet enn bare temperatur. Det kan være en følelse av en «second skin» (Klepp et al., 2016, s. 50). Det kan fungere som en måte å være snill mot seg selv, og skape avstand mellom seg og andre. Kanskje handler det om å la kroppen forsvinne litt? Å være trygg, som når man pakker seg inn i dyna på kvelden. Dette er temaer som er meget interessante, og som kunne ha fortjent ytterligere undersøkelser.

Bomull er det materialet som blir nevnt hyppigst etter ull, som informantene liker og bruker. Av de 63 plaggene jeg har registrert, er det mest bomull og ull, men det var nesten dobbelt så mange bomullsplagg som ullplagg. Det er ikke så overraskende, med tanke på at hverdagsklær ofte er i bomull, sånn som jeans og t-skjorter. Mens bomull ofte blir nevnt og brukt, blir den ikke snakket om på samme måte som ull. Filip sier at bomullen er «snill». Ellers er det et materiale som forbindes med renhet, siden det må vaskes ofte og tåler høye temperaturer (Klepp et al., 2016, s. 14). I sin rapport om ullsengetøy skriver Klepp, Tobiasson og Laitala at «det var få kjærlighetserklæringer til bomull» (2016, s. 22). Dette kommer også til syne i mitt materiale. Årsakene til dette kan være flere. Det kan være at informantene ikke kan så mye om bomullens egenskaper, eller at den ikke blir sett på som

like verdifull som ull i samfunnet generelt. Det kan også være at bomull er så vanlig, at den regnes som «standarden», og dermed ikke er noe som ofres mye tanke. Det har blitt økt fokus på ressursene bomullsproduksjon krever, med påfølgende diskusjoner rundt bruk av materialet. Det er likevel en tendens at naturmaterialer som bomull, ull og silke foretrekkes. I Laitalas doktoravhandling om klesforbruk (2014) kommer det fram at forbrukere ofte tenker at naturmaterialer er mer miljøvennlige enn syntetiske materialer. Det «naturlige» har høy status i Norge (2014, s. 86), og dette kan være en årsak til at de nevnes ofte. Naturmaterialer er ikke nødvendigvis bedre miljømessig enn syntetiske materialer (Fletcher, 2014, s. 142). Ull er, som nevnt i det foregående kapitlet, en større del av norsk identitet enn bomull. Det henger sammen med det «typisk norske», med hjemmestrikkede gensere og sokker, skiturer, vinterpåkledning, glade norske sauer på beite og kvalitet (Hebrok et al., 2012; Klepp et al., 2016).

4.4.3 Kvalitet som varighet

Kvalitet forstås av informantene som at plaggene ikke blir fort ødelagte og at de holder seg fine over lengre tid. Dette er ikke noe som ofres mye tanke når de kjøper klær. Derimot trer det tydeligere fram etter bruk, og i mange tilfeller er det en positiv overraskelse ved klærne som viser seg å holde lenge. Holdbare produkter ses ofte på som et svar på de miljømessige problemene moten skaper. Likevel er det slik Fletcher skriver: «durability is an outcome and not an aim of using products» (2012, s. 234). Dette stemmer med måten informantene tenker på holdbarhet - det blir en fin bonus, men det virker som om det i kjøpsøyeblikket er andre hensyn som er avgjørende. Slik forteller Emilie om det:

Det er mer hvordan plaggene.. ja, ser ut på meg, passer, alle de tingene blir viktigere da, når jeg kjøper klær. Eller, ja, ikke all slags klær, da - når jeg begynner å tenke meg om, for at det er liksom sånn uteklær og sånn, der går jeg på kvalitet. For eksempel en regnjakke skal jo tåle vann, ikke sant. Så da ser jeg jo på sånne ting. Men sånn hverdagsklær har jeg ikke tenkt så mye på, egentlig.

Det er i situasjoner hvor konkrete krav stilles til plaggene at kvalitet spiller en rolle, ser det ut til her. Tanken om at pris og kvalitet henger sammen er også framtrødende i intervjuene. På spørsmål om hun har noen plagg som hun synes er av god kvalitet svarer Charlotte dette:

Hmm. Ja. Det er jo.. Sånn som.. Ja, egentlig de plaggene mine som er dyrere. Som skjortene og sånt, spesielt. De merker jeg veldig forskjell på. Jeg merker det på hvordan de for eksempel ser ut etter vask. Hvordan de - om de krøller seg. Om de.. ja, blir hull, eller om det er noe i sømmen som går opp, altså sånne ting. Det merker jeg veldig forskjell på, faktisk. Knappene også. De sitter bedre. Og som regel syns jeg at de sitter bedre når det er litt..[dyrere]

Her nevner hun mange ting som betegner «god kvalitet». Sømmene skal være sterke, de holder seg bedre etter vask, og plaggene ser bedre ut på. Bendik legger vekt på noe av det samme, selv om han i utgangspunktet forteller at han ikke tenker så mye på kvalitet:

Hm... Aldri tenkt på før. Faktisk. Men jeg tror nesten at jeg må si nei. At jeg aldri, for jeg har aldri tenkt på det. Men.. Jeg syns jo det egentlig, med de fleste klærne mine, at.. liksom.. av de mest.. at ja, det er egentlig - det er god kvalitet. At det liksom er slitesterkt og alt mulig sånn da, at det holder. At det holder lenge, liksom. At det ikke blir fort ødelagt. Og.. Ja, det er litt sånn med de arbeidsklærne mine, da. Alle de arbeidsklærne mine er jo god kvalitet i den forstand, fordi at de er.. hvis ikke de hadde vært det så hadde jeg ikke kunnet brukt de.

Her er det som kjennetegner klær med kvalitet at de holder over lengre tid, og at de er slitesterke. I arbeidshverdagen hans er det viktig med klær som ikke ødelegges fort. Han bruker ofte tykke ullgensere og solide olabukser. Slik jeg tolker det, blir kvalitet og funksjonalitet nærliggende begreper - det er de plaggene som bidrar til å tilrettelegge for at han kan gjøre det han skal. Han gjør kanskje ikke en like god jobb hvis klærne hele tiden blir i veien, eller hvis han må bekymre seg over at de kan ødelegges. I sitatet kommer det fram at for Bendik er kvalitet holdbarhet, det er tykk denim. For andre vil kanskje kvalitet være fin silke.

At klær skal holde seg fine over tid, er noe de fleste vektlegger. Her forteller David om hva som er viktig for han når han skal kjøpe seg noe nytt:

At jeg tenker at jeg har lyst til å kjøpe klær som ser fine ut når de er litt slitt.

Men jeg har faktisk en sånn akrylgenser som er veldig - som ikke eldes, rett og slett. Som jeg har blitt veldig glad i fordi den bare holder seg så godt. Som er liksom velbrukt genser.

Her ser vi at det ikke trenger å være eksklusive materialer som ull eller silke, som kjennetegner kvalitet, og at kvalitet er noe som man ofte blir oppmerksom på gjennom bruk over tid. Det virker som om David har fått seg en positiv overraskelse. Akrylgenseren har vist seg å holde lenge uten å bli slitt, og derfor har han blitt ekstra glad i den. Ellers er

det naturmaterialer som oppfattes som god kvalitet. Her forteller Astrid om sitt forhold til dette:

Når jeg begynte å handle mye på bruktbuikker, så merket jeg også det med kvalitet i stoff med en gang liksom.. Ekte.. Bomull, ull, silke, eh, skinn. Varer for alltid. Dyre klær varer for alltid, sånn er det bare. Mens billige klær blir ødelagte med en gang og.. det er sånn kortvarig lykke. Det er som dop.

At pris og kvalitet ikke nødvendigvis henger sammen er en kjensgjerning. Men oppfatning om kvalitet gir utslag i hvordan plagget behandles, og hvilke forventninger som finnes til det. Terskelen er lavere for å kjøpe billige klær, og kjøpet blir ikke alltid like gjennomtenkt. Det kan ha konsekvenser for hvor lenge det holder (Klepp, 2001, s. 101). Det er ikke så «farlig» med de billige plaggene, fordi man uansett ikke forventer at de skal holde lenge. Dette kan bli en selvoppfyllende profeti. Dyrere plagg har en tendens til å vare lenger fordi man tar bedre vare på dem (s.102-3). Likevel kan forventninger til et kjøp vise seg å ikke stemme, og da kan plagg som David beskriver over bli mer verdt. Akrylgenseren er i god kvalitet for han, fordi den har holdt seg fin lenge. Han har gjort et bedre valg enn han først trodde, da han kjøpte den for en billig penge på UFF.

4.4.4 «Den er fin»

Klespraksis er, slik jeg har vært inne på tidligere, ofte et resultat av taus kunnskap, og av den grunn kan det være utfordrende for informantene å sette ord på hvorfor de liker klærne sine. I blant kan det være enkelt å fortelle at de liker et plagg fordi det kan knyttes til noen de er glad i, at de har et spesielt minne fra å ha hatt på seg det eller fordi det er i et godt materiale. Andre ganger er det fordi klærne er fine. Og hva mer er det å si om det? David forteller generelt om noen av yndlingsplaggene sine på denne måten: «Det er bare - jeg er veldig glad i dem. (...) Men jeg vet ikke - jeg er bare veldig, synes de er fine..». Her har han vansker med å uttrykke akkurat hva han liker, men det er svaret som går igjen gjennom hele intervjuet. Han rydder og går gjennom klærne sine ganske ofte. Fellesnevneren for plaggene som får bli er nettopp at de er fine. I denne sammenhengen er mine kilder først og fremst det informantene forteller meg, og her kommer metodens begrensninger fram. Ved å se på hva plaggene i garderoben har til felles og hvilke plagg som han kvitter seg med, ville det kanskje vært mulig å si noe mer om «det fine». Dette ville vært interessant å utforske videre.

Woodward skriver «the sensual relationship to items of clothing means that often women are unable to verbalize why it is that they love an item of clothing so much» (2007, s. 32). Disse favorittplaggene er sterkt knyttet til det sanselige og vanskelige å si noe om. Årsakene til at plaggene blir kjøpt i utgangspunktet, kan kanskje knyttes til deres estetiske egenskaper. Det estetiske blir også forklaringen på hvorfor informantene liker dem. Men det er ikke nødvendigvis slik at det å like noe er nok for at eieren skal ha en spesiell tilknytning til objektet (Kleine et al., 1995, s. 335). Det kan forklare hvorfor materialet mitt er som det er. At informantene har likt et plagg og syntes at det har vært fint, er i stor grad forutsetningen for at de vil ha plagget i utgangspunktet. Men tilknytningen til plagget ligger i andre forhold som blir tydelige etter hvert.

4.4.5 Materialer og kvalitet i bruk

Funksjonalitet, materiale og kvalitet var skilt i to ulike kategorier til å begynne med. Etter hvert ble jeg oppmerksom på at materiale hang mer sammen med oppfatninger om funksjonalitet enn om komfort. Komfort har i intervjuene like ofte angått det psykiske som det fysiske. Dermed kan det bli litt overlapping mellom kategoriene her, men det er forsøkt å skille dem fra hverandre.

Spørsmål om kvalitet er ikke enkle å svare på for informantene. Det kan henge sammen med at de ikke tenker så mye over det, at de tenker at det finnes et fasitsvar og helst ikke vil svare feil, eller at de tar kvalitet for gitt. Men det er tydelig at informantene oppfatter holdbarhet som en viktig faktor for kvalitet, og at det i enkelte tilfeller forstås som ensbetydende med det. Samtidig er noen av de eldste plaggene i garderoben, som ei blå jakke hos Filip og ei olajakke hos Astrid nokså slitte, men brukes fortsatt. Denne slitasjen godtas kanskje fordi plaggene har vært en del av garderoben så lenge, og fordi det er «riktig» at de skal se slik ut. Dette gjør at plaggene er holdbare i en annen forstand enn den tekniske. Det kan være designet, minnene og vanen som gjør disse plaggene holdbare, og ikke materialet i seg selv. Klær trenger ikke å være fysisk robuste hvis de ikke brukes (Fletcher, 2012).

Hvis holdbarhet er synonymt med kvalitet, kan det føre til at informantene setter mer pris på de holdbare plaggene etter som tiden går. Dette kan ses i sammenheng med kleskompetanse og -kunnskap generelt. De har gjort et godt valg, og det kan gi en mestringsfølelse som i sin tur kan føre til at plagget får økt verdi. Det som også kommer

fram i løpet av intervjuene, er at informantene begynner å bruke klær igjen som har vært ute av bruk en stund. Da kan de sette sammen nye og gamle plagg på ulike måter og skape nye kombinasjoner. Holdbarhet i mote er ikke bare produktbasert fenomen, men et resultat som kommer til uttrykk i hvordan vi bruker klær. Dette bør tas hensyn til i materialbruk. Å få et plagg til å holde lenge i en garderobe innebærer mer enn å produsere noe teknisk holdbart (Fletcher, 2012, s. 223). Like viktig er brukerens kunnskap og evne til å ta det i bruk og kombinere med andre plagg.

4.5 Egen stil og personlig uttrykk

Dette kategorien behandler noe av det som moteforskning har vektlagt i stor grad, nemlig egen stil, identitet og kommunikasjon gjennom klær. Blant informantene er det er få som nevner dette eksplisitt, men temaene kommer likevel fram indirekte i noen beskrivelser. Identitet og kles-identitet er et vidt tema, og nesten alle kategoriene av verdi som kommer fram, kan sies å handle om identitet ved at det er individers erfaringer som behandles. Men hvis begrepet identitet rommer alt, forteller det oss ikke så mye. Det er i denne kategorien identitet knyttet til klær kommer tydeligst fram, selv om det også ligger implisitt i andre kategorier, spesielt når det gjelder tid, minner og komfort. Årsaken til at identitet diskuteres i dette kapitlet, er at her uttrykkes det spesielt noe om hvordan informantene tenker at andre oppfatter dem, eller hvordan de tenker at de ønsker å bli oppfattet. Dette ligger kanskje mer i underbevisstheden til vanlig, men her er det noe som fortelles om av informantene.

4.5.1 Kles-selvtillit

I løpet av intervjuene var det flere som nevnte at de opplevde en viss vennskapelig erting for enkelte klesplagg. Da jeg spurte om dette hadde en innvirkning på bruken av plaggene var svarene litt overraskende:

Jeg har ikke hatt en kjæreste ennå som synes at jeg kler meg kult. Og jeg har hatt ni stykker. Det er et tema ofte. Det er sånn «har du på deg sånn Willy Wonka-jakke i dag, du ja»? (latter) Okei, jeg *vet* at det ikke var positivt. (...) Han siste jeg datet hatet de gjennomsiktige skoene mine. Han ville egentlig ikke at vi skulle gå sammen hvis jeg hadde på meg de.

I.H: Men du.. ja, du brukte de fortsatt?

Astrid: Ja, jeg driter i det! (latter)

Skoene hun forteller om ligner på Dr. Martens. De er i gjennomsiktig plast med knall-rosa såle og lisser. I sitatet over kommer det jeg har valgt å kalle kles-selvtillit til syne. At hun ikke får utelukkende positive kommentarer for klesvalgene sine, har ikke så stor betydning fordi hun har tatt et riktig valg for seg selv. Antageligvis har hvem hun får kommentarer fra en viss innvirkning. Hvis en som ikke «kan» noe om klær kritiserer henne, er det kanskje ikke så farlig? Mote og klær er blant det som gjør det mulig å skille seg ut og passe inn på samme tid (Entwistle, 2015, s. 115). Dette kommer tydelig til syne i subkulturer, hvor medlemmene i en spesifikk gruppe ligner hverandre i stor grad, men skiller seg ut fra resten av samfunnet (Entwistle, 2015, s. 117). Kjærestene til Astrid har ikke likt alt ved hennes klesstil, men det er kanskje ikke så nøye for henne hvis de ikke har samme type klesuttrykk, eller hvis klær ikke er så viktige for dem. Et annet poeng kan være at det kanskje ikke var kjærestene hun kledde seg for i utgangspunktet.

Flere av informantene husker ikke spesifikke komplimenter de hadde fått, men Charlotte fortalte dette om noen sko hun har fått komplimenter for:

Kanskje litt sånn - hvis jeg har på meg noe ikke alle vennene mine kunne gått i. Men som de ser funker på meg, da. Sånn som.. I går faktisk, så kjøpte jeg meg noen nye sko. Som jeg har fått masse komplimenter for. Og.. det er litt sånne ting, som egentlig ikke er helt typisk meg, men litt meg allikevel. At jeg tør liksom. (...) Jeg fikk liksom - jeg var veldig usikker når jeg kjøpte de. [Men jeg har] fått en del komplimenter for det. Så da blir det på en måte - da er jeg veldig fornøyd med de, da. Jeg var jo redd for at andre skulle syns at de var veldig rare og sånne ting, men så.. det var [et] godt kjøp, så de har jeg blitt glad i. De er sånn - de kan jeg glede meg til å ta på i morgen, liksom.

Her snakker hun om det hun senere i intervjuet referer til som å ta «sin egen stil ett hakk videre». De plaggene hun får mest komplimenter for, eller de komplimentene hun husker best, er de hvor hun har tatt en sjanse, og gått for noe som er litt utenfor komfortsonen. En årsak til at hun husker disse komplimentene godt, kan også være at hun får bekreftet sin egen kleskompetanse. Uten risiko blir det ingen belønning. I tillegg forteller hun at disse klærne er klær som venninnene hennes ikke helt hadde «turt» å gå med, og på denne måten kan hun kanskje bli en inspirasjon for dem. «Stil» er noe kollektivt, det er definert ut fra forholdet til andre og kontekstbaserte normer (Warkander, 2014, s. 246), og det synes i hvordan Charlotte forteller om skoene. Hun var redd for at de andre skulle oppfatte skoene som «rare», men det gjorde de ikke, og det ble et godt kjøp.

Mange kan vente med å ta i bruk nye plagg fordi de kan være utenfor komfortsonen, av ulike årsaker. Slik forteller Emilie om det:

I. H: Skulle du ønske at du gikk i noe annet?

Emilie: Ja, absolutt. Det er mange plagg jeg har kjøpt med intensjonen om at kanskje en dag - kommer jeg til å bruke den, og [med] noen [plagg] gjør jeg det, etter kanskje et par måneder, så tør jeg å ta den i bruk, og så.. noen ligger der fortsatt, og kanskje den dagen kommer, jeg vet ikke. Det er vel bare plagg som går litt bort i fra det jeg bruker til vanlig, kanskje litt mer pynta, eller.. skiller seg ut - stikker seg ut på en annen måte. Som kanskje vil få mer oppmerksomhet, da, altså hvert fall sånn jeg føler det, også.. selv om kanskje ikke andre tenker over det, så føler jeg det vil tiltrekke seg mer oppmerksomhet, og så er jeg egentlig ikke klar for det, kanskje.

Dette kan sannsynligvis mange kjenne seg igjen i, og det er i samsvar med «på vent»-kategorien i Klepps rapport om avhending av klær (2001, s. 163). Dette gjelder for flere av informantene. Disse klærne har kanskje et potensial til å bli mer verdifulle, hvis informantene ønsker å ta sin egen stil «ett hakk videre», slik Charlotte forteller om. Det kan kjennes litt utrygt, men på sikt, når plagget er «gått inn», vil det muligens endre status. Alternativt blir det aldri tatt i bruk. I tillegg kan det være ett element til her, nemlig at klærne kjøpes inn som en måte å endre seg selv og stilen sin på. Det kan være at enkelte ønsker å bli mer feminin, fargerik eller voksen (Klepp, 2001, s. 141).

4.5.2 Meddelelse og kommunikasjon

I tidligere litteratur om mote har det vært stort fokus på hva vi prøver å kommunisere med klærne våre (for eksempel Barthes, 2006). Dette er ikke framtrødende i intervju materialet mitt, men vi ser det i Emilies og Charlottes sitater over. Her fortelles det om å våge eller ikke, og å gå i noe som skiller seg fra deres vanlige praksis. Men det virker som om de fleste vektlegger det å kle seg ulikt til forskjellige anledninger, og at det er enkelte det er viktigere å «kle seg opp for» enn andre, slik David beskriver her:

Så da er jeg litt sånn.. nei, jeg vil heller bruke noen plagg jeg bare kan slite ut i stedet for, i stedet for å bruke de fineste plaggene da. Som kan bli utslitt. Jeg tenker litt sånn.. I hvert fall hvis jeg bare skal hjem etter jobb, så tenker jeg litt sånn.. ja.. Da blir det sånn egne jobb-klær på en måte, og siden jeg ikke er med noen mennesker eller noe sånt - eller bare de samme, så.. er liksom litt nedtonet.

Her sier David noe om andres blikk. Det er ikke så nøye å bruke de fineste klærne på jobben. Han sitter stort sett med de samme menneskene, og deres meninger om klærne hans er ikke så viktige. Man kler seg ofte basert på hva man skal og hvem man skal møte. På jobb er det viktig å være presentabel, men kanskje ikke - i mangel på et bedre ord - kul? Dette vil selvfølgelig være avhengig av arbeidsplassens normer. Det er ikke sikkert man legger like mye vekt på klærne sine på jobb sammen med de samme menneskene hver dag, slik som David, som man gjør hvis man skal møte noen man ikke er fullt så fortrolige med. En annen måte andres blikk kan spille en rolle på, forteller Filip om:

For jeg syns, jeg var veldig fornøyd med den [ei oilskin-jakke]. Men det er litt sånn derre.. fått litt kvaler for å bruke det nå, for det er sånn derre du ender veldig fort opp å se ut som alle andre.. Og det er sånn, er det noe som er ubehagelig, så er det den derre.. Åja, vi har på oss samma tingen. Hva skjer med meg, eller de andre når jeg tar på meg noe som jeg veit at alle andre går med? Altså.. Prøver vi å uttrykke det samme? Har vi en felles interesse, eller, samme uttrykksbehov, eller? Har vi et liksom sammenfallende meddelelsesbehov? Det blir litt sånn derre (...) skal jeg gå aktivt inn for at vi skal se like ut, eller er det helt greit at vi ser like ut alle sammen? Jeg syns den jakka er så fin at jeg kan godt se lik ut som alle andre.

Her tar Filip et aktivt valg, han syns jakka er så fin at han godt kan se ut som alle andre, selv om de kanskje ikke ønsker å kommunisere det samme ved å gå med jakka. Akkurat hva han ønsker å kommunisere, og hva de andre kommuniserer som han oppfatter som ulikt eller likt, hadde vært interessant å vite mer om. Dette er et godt eksempel på mote som både differensierer og gjør oss like som andre (Entwistle, 2015). Filip har blitt «lik» en gruppe han kanskje vanligvis skiller seg fra, og han lurer på hvilke konsekvenser det har.

Astrid forteller at hun har en litt annerledes tilnærming til det å kle seg:

(...) det er mange som observerer deg, da, i løpet av livet sitt. Og etterhvert så ble jeg liksom mer og mer opptatt av å leve som det, at jeg blir observert da. Så jeg synes det er gøy å bli observert, jeg syns det er gøy hvis folk ser.. syns jeg er annerledes eller ser litt morsom eller ser søt ut da. Jeg får veldig mye oppmerksomhet av gamle mennesker! På trikken og sånt. (...) Men jeg liker å litt se ut som jeg er, som om jeg har på meg et kostyme da.

Astrid tenker på andres blikk når hun kler seg, og hun snakker mer om tanker rundt hvordan andre ser henne enn de andre informantene. Hun kler seg inn i ulike roller på et vis, og liker å bli observert. Disse identitetene eller rollene, er avhengig av konteksten. Det som er «meg» hjemme alene i min egen leilighet, er ofte noe annet enn det som er «meg»

i familieselskap. Det kan handle om å passe inn der du er, og det er viktigere i enkelte sammenhenger enn andre.

Komfort og å føle seg vel og som seg er altså viktig for informantene, og dette handler ikke bare om at plaggene sitter slik de skal på kroppen. Her forteller Astrid mer om militærjakka si:

Den er fin og grønn (latter). Den er bare jævlig kul, og [jeg] får masse komplimenter for den og. Altfor stor til meg, men det meste jeg går i er altfor stort uansett.. Litt sånn oversized.

Størrelsen passer er ikke helt, men jakka har andre egenskaper som enten overskygger det, eller gjør at den blir riktig på et vis likevel. Noe er bare «kult», og på den måten blir det kanskje komfortabelt også. Komfort handler om å føle seg bra i sitt eget skinn - og det som avgjør det er avhengig av ulike kontekster og situasjoner.

4.5.3 Stil og selvtillit

Andres blick og det å passe inn, er også deler av årsaken til at informantene kan føle seg komfortable eller ukomfortable, slik det diskuteres i kapitlet om komfort og velvære.

Årsaken til at jeg har valgt å skille disse kapitlene fra hverandre, er at her behandles de delene av klespraksis som handler om å skille seg ut. Dette krever kles-selvtillit, og villighet til å ta sjanser. Slike objekter kan knyttes opp til søken etter autonomi (Kleine et al., 1995, s. 333).

Det var litt overraskende at komplimenter ikke ble husket så godt, eller at informantene ikke forbandt plaggene sine spesielt med det, med unntak av Charlotte. Dette kan være fordi hun var usikker på et nylig kjøp, men fikk bekreftet at hun hadde valgt riktig. Det er ikke alltid lett å huske komplimenter, men kanskje de husker følelsen, og at plagget forbindes med noe vellykket. Komplimenter kan kanskje føre til at plagg blir «godkjent» i garderoben som en del av repertoaret. Jeg har lite grunnlag for å vurdere dette videre på grunn av begrensninger i intervjumaterialet, men det ville vært interessant å utforske videre hvordan andres blick og ord påvirker oss.

4.6 Nyhet og mote

Mote er ikke et begrep informantene bruker mye, men det trenger ikke å bety at de ikke er opptatt av eller påvirket av det. Mote påvirker alle gjennom hva som er tilgjengelig i butikker. I tillegg påvirker det oss mer ubevisst gjennom det vi ser blant annet i media. Det er vanskelig å komme unna mote. I vesten er ingen klær utenfor moten - «fashion sets the terms of *all* sartorial behaviour» skriver Wilson (2003, s. 3). Behovet for noe nytt er blant det som driver forbruket og moten framover: «The notion of always needing more assumes a public that always wants more, and requires businesses to maintain the necessary level of 'wanting' or consumption to support commercial activity» (Fletcher & Grose, 2012, s. 136). Det er et spenn i hvor ofte informantene kjøper seg klær. Noen hadde kjøpt et plagg samme dag som vi gjorde intervjuet, mens andre ikke hadde kjøpt seg noe på flere måneder.

Når mote nevnes er det i sammenheng med de hjemmestrikkede ullgenserne. Slik som Charlotte sier, blir de ikke «rare» på samme måte som andre klær. Dette er plagg de kan stole på at holder seg fine over lang tid - kanskje det er en slags kulturell enighet om at slike ullgensere alltid er på mote. Passform og farger kan endres som resultat av mote, men mønstrene og at den er strikket forblir det samme. «Alle har jo en eller annen bestemor som har strikka til dem», sier Filip, og dette kan være medvirkende til at disse genserne betraktes slik. Det kan handle om gjenkjenningfaktor og nasjonal identitet.

Det er sjeldent at informantene sier at noe har verdi for dem fordi det er nytt i garderoben, men mange av plaggene de nevner i andre sammenhenger, er ganske nye. Et viktig poeng her kan være det som Emilie forteller om, at man skal «gå inn» plaggene:

Jeg har en ny jakke, som jeg har blitt veldig glad i. Men den har jeg nå begynt å gå inn litt, så nå har jeg blitt mer glad i den. For den føltes ny og rar i starten.

Denne jakka er ei fora, uvaska og mørkeblå Levi's-jakke. Den ser derfor veldig ny ut, og det kan bidra til følelsen om at hun trenger å gå den inn. Noe av det samme nevner Charlotte. Hun føler at plaggene hun arver går inn under samme kategori som nye plagg, fordi det oppleves som at de ikke er helt «hennes» ennå:

Fordi når noe er nytt så kan jeg føle at det på en måte ikke tilhører meg, eller sånn, at jeg på en måte blir litt mer vant til det. Så det er kanskje litt sånn følelse jeg har med de plaggene jeg har arvet. Faktisk.

Dette kan være en årsak til at de nyeste plaggene ikke er så framtrødende i undersøkelsen. For at de skal få verdi bør de kunne plasseres i flere kategorier, og siden de ikke er så kjent med plaggene ennå, blir det vanskelig. De vet kanskje ikke helt hvordan de passer inn garderobehelheten, om de er komfortable å ha på eller om materialet og kvaliteten er bra.

Mange av favorittplaggene var kjøpt i løpet av det siste halvåret, slik som Astrids militærjakke, Bendiks olashorts, Charlottes nye sko og Emilies nye jakke. Så det er ikke nødvendigvis slik at tid og alder er en avgjørende faktor for verdi. Det kan likevel hende at klær de har hatt og brukt en viss periode tillegges større verdi enn helt nye klær, fordi de forbindes med mer og har flere positive assosiasjoner. De nye tingene har ikke fått den sjansen ennå, men de har potensial. Det kan være utfordrende å si noe om dette potensialet, fordi man ikke vet hvilken rolle plagget kommer til å spille i garderoben. Bendik, for eksempel, er mest redd for å miste de nyeste plaggene sine, se kap. 4.1.5. Informantene må gjøre klærne til sine egne, ved at de blir en del av minner og opplevelser, at de blir sett i dem og at plaggene blir «meg». Charlotte beskriver å kjøpe klær slik:

Og det er jo sånn når du går og skal kjøpe klær - eller, det er jo på en måte, når du ønsker deg noe klær så er det fordi [du vet] hvordan du føler deg når du får det på, da. At du liksom.. Det er sånn man har lyst til å se ut, på en måte. Veldig sånn fin følelse.

Dette er en følelse det går an å kjenne seg igjen i. Man gleder seg til å ta på seg det nye plagget sitt. Andre plagg blir kanskje litt nye i kombinasjon med det, og det kan kjennes ut som om du er en ny og bedre versjon av deg selv klesmessig. Som Charlotte sier det: «min stil ett hakk videre». De kan ta i bruk det nye plagget allerede samme dag, eller la det vente litt, slik Emilie forteller om:

Ja, det er liksom uansett alltid i sesongskiftet, så får man lyst til å kjøpe noe. Jeg har hele tiden - innimellom - får behov til å fornye meg, eller endre litt på det eller et eller annet sånt. Så det er da jeg ofte kjøper de plaggene som blir liggende en stund, da, sånn som den t-skjorta som foreløpig ligger.

Alle informantene forteller at de liker å ha nye klær, selv om de ikke alltid er så begeistret for å handle dem inn. Mange av de nye klærne blir ofte trukket fram og snakket om i positive ordelag i intervjuene. Likevel kan det se ut til at for å få en sterkere tilknytning og dermed høyere verdi, bør de være i garderoben over tid. McCracken skriver at når man kjøper noe som noen har eid før deg, må man «slette» det som kan assosieres med den tidligere eieren (1986, s. 80). Dette kan kanskje overføres også til kjøp av helt nye klær, og at noen har lettere for å gjøre det til «sitt» enn andre. Da handler det kanskje ikke om å «slette» noe, men heller om å «fylle» det med mening? Disse plaggene trenger muligens å bli en del av resten av garderobehelheten før eieren får en tilknytning til dem, slik som i Klepps «på vent»-begrep (2001). På denne måten kan ønsket om «noe nytt» tilfredsstilles gjennom «craft of use» (Fletcher, 2014, s. 144). Mange av plaggene som nevnes i mitt materiale har vært i garderobene lenge, og fungerer ofte som byggesteiner sammen med de nyere klærne.

En årsak til at mote og nye plagg ikke nevnes ofte, kan også være at informantene ikke vil framstå som «moteslave» eller «offer». Det er kanskje ikke så mange som ønsker å innrømme at de tar hensyn til mote. Det kan være viktigere å framstå som selvstendige personer som setter andre hensyn først (Klepp & Storm-Mathisen, 2005).

4.7 Pengeverdi

I mange sammenhenger blir verdi forstått som økonomisk verdi, altså hvor mye det har kostet å kjøpe noe, eller hvor mye det er verdt ved videresalg. Denne siste kategorien handler om dette. Plaggene pengeverdi nevnes innledningsvis av flere av informantene, men de legger lite vekt på dette i resten av intervjuet. En mulig grunn er at de er unge, og at de derfor ikke har så mange kostbare klær. Samtidig er det flere plagg som nevnes som har vært relativt dyre. Hva som anses som dyrt og billig er avhengig av inntekt.

Charlottes svarer nært opp til flere av de andre på spørsmålet om hvilke klær som er verdifulle:

Når du si.. med en gang, så tenker jeg.. først så tenker jeg dyrebare klær, men så tenker jeg mere.. verdi for meg. Så det kan godt være.. sånn sett så har det egentlig ikke noe å si hvor mye plagget har kostet.

Det er flere som forteller at de bruker en del penger på klær, og noen av plaggene som er registrert har kostet flere tusen kroner. Likevel er det ikke prisen som trekkes fram i den videre diskusjonen av verdi. Om de har lagt mye penger i et plagg, er det andre kvaliteter som ser ut til å veie tyngre senere.

Like mye som pris forteller noe om plagget, kan den si noe om egen evne til å gjøre gode kjøp, slik David er inne på under:

Men jeg kjøper ganske dyre plagg når jeg kjøper noe. [Å bruke mye penger på et plagg] det er litt sånn derre.. ja.. nei.. Men jeg føler meg litt glad, da, men det er jo fordi jeg syns de er veldig fine, plaggene. Jeg blir liksom glad når jeg finner noe som er billig, også. Men kanskje flere av de tingene som.. Noen ting er veldig fine som du finner som er sånn - blir liksom overrasket, og så er det andre ting som er litt sånn kanskje bare kjøper billig.. og så vokser det litt på deg. Ja.. Ting man kjøper liksom sånn, den var liksom grei.

Plagg han har kjøpt billig kan få samme status som de han har lagt mer penger i, hvis de viser seg å være gode og vokser på han, som han sier. En tolkning er derfor at det ikke er summen i seg selv som er viktig, men om summen gjenspeiler det han har fått - å få verdi for pengene.

I Millers *Theory of Shopping* beskriver han hvordan det å gjøre gode kjøp blir et mål i seg selv, og ikke et middel. Informantene hans tenker at de sparer når de kjøper ting på salg, selv om de i utgangspunktet ikke hadde tenkt å kjøpe noe (1998, s. 49), og videre «at the centre of almost all provisioning today is an experience by which what begins as an act of spending is transformed into an experience of saving» (s. 62). Denne tankegangen kan brukes til å begrunne både dyre og billige kjøp, enten ved at du har spart penger eller fått verdi for pengene.

På spørsmål om de har noen plagg de kunne ha solgt hvis det knep, er Bendiks svar typisk: «Nei, det tror jeg ikke (latter). Det ville nok ikke vært noen som hadde hatt lyst til å kjøpe klærne mine». For flere av informantene er det en fremmed tanke å selge klærne sine. De sier at de ikke orker å gjøre en innsats for det, og at de ikke tror de ville fått noe særlig igjen for det. Ett unntak er Charlotte, som forteller dette:

Jeg holdt på å selge den ene jakken jeg har fått - jeg fikk av han kjæresten min, men det.. turt - det klarte jeg ikke å gjøre. (...) Jeg har ikke noe som.. av høy verdi som jeg ikke liker. (...) For tingene jeg ikke liker de er kanskje sånn.. som har vært billige. Som har blitt fort

ødelagt - eller ikke, ja, da kunne jeg jo ikke ha solgt det, da. Jeg har ingenting jeg faktisk kunne ha solgt. Nei.

Her er det flere ting som hindrer henne i å ville selge plagget. Hun er knyttet til jakka, og har ikke lyst til å kvitte seg med den. Det er ei Burberry-jakke, som trolig kunne vært solgt om hun hadde forsøkt. Det ser ut til at følelsene hun har knyttet til jakka er verdt mer enn pengene hun kunne fått for den. Videre forteller hun at hun liker alle plaggene sine av høy (økonomisk) verdi, og tenker slik som de andre, at hun ikke ville fått noe igjen for å selge de som ikke var dyre i utgangspunktet. Hun beskriver også ei Canada Goose-jakke som hun hadde forsøkt å selge hvis den ikke var for «stygg», og at hun derfor ikke tror det finnes noe marked for den. Dette tyder på at informantene selv ikke legger stor vekt på klærnes pengeverdi, men med tanke på videresalg er det de dyreste plaggene som ville vært aktuelle å selge, hvis de skal få noe igjen for det. Her er det kanskje plaggets merke som blir viktigere enn andre forhold, slik som kvalitet. En annen årsak til at hun ikke har noe annet som har kostet mye som hun ikke liker, er at pris kan være avgjørende for hvor mye betenkning som legges ned i kjøpet (Klepp, 2001, s. 101).

4.7.1 Status og kjærlighet

Å forklare mote fenomenet med økonomi har alltid vært populært, skriver Wilson. Mote er svaret på kapitalismens behov for stadig ekspansjon, ved at moten endrer utseendet på klærne. Dette er ikke tilfelle, da moten som kjent svinger, og det kan være vanskelig å forutse hva som slår an og dermed gir inntjening. Et annet forsøk på å forklare mote er at den kun fungerer som statusmarkør slik det kommer fram i Veblens idé om «prangende forbruk» (Wilson, 2003, s. 51-52). Veblen skrev at «[...] our apparel is always in evidence and affords an indication of our pecuniary standing to all observers at first glance» og at «we find things beautiful, as well as serviceable, somewhat in proportion as they are costly» (2011, s. 125-127). Det er klærns pengeverdi og hva den kan si om bæreren, som er viktigst, ifølge Veblen. Disse teoriene har preget diskusjoner rundt klær siden (Wilson, 2003, s. 53), men det har også kommet teorier som tyder på noe helt annet, slik som Millers syn på shopping som et uttrykk for kjærlighet:

Shopping is not therefore best understood as an individualistic or individualizing act related to the subjectivity of the shopper. Rather the act of buying goods is mainly directed at two forms of 'otherness'. The first of these expresses a relationship between the shopper and a

particular other individual such as a child or a partner, either present in the household, desired or imagined. The second of these is a relationship to a more general goal which transcends any immediate utility and is best understood as cosmological in that it takes the form of neither subject nor object but of the values to which people wish to dedicate themselves. (Miller, 1998, s. 12)

Teorien er basert på en undersøkelse av hvordan familier i Nord-London handler inn til hverdags, hovedsakelig mat, men også klær og andre nødvendigheter. Han understreker at det ikke nødvendigvis er en romantisk form for kjærlighet, men «[...] rather love as the ideological foundation for the complex relations that exist between household members» (Miller, 1998, s. 150). Dette forholdet til andre er også beskrevet av informantene i denne undersøkelsen, både at de setter pris på klær som de knytter til andre, og at de er opptatte av å passe inn i sosiale situasjoner.

Dette perspektivet kan bidra til å forklare at det ikke nødvendigvis er den økonomiske verdien som kjennetegner plaggene som blir betegnet som verdifulle. Det er likevel flere som sier at dyre klær er bedre og holder lengre enn billige. Så de blir verdsatt til en viss grad. Pris er en faktor når det blir snakk om å erstatte ting, og at det ville vært kjedelig å miste noe de har lagt mye penger i. Til tross for at intervjuene ikke gir mye informasjon om dette, har jeg forsøkt å få fram informantenes tanker om økonomisk verdi. Spørsmål knyttet til pris på klær kom sist i intervjuguiden, men hvis de nevnte det tidligere, gikk vi over til den kategorien. Disse spørsmålene kom til sist fordi jeg ikke ønsket at det skulle prege diskusjonen, eller at informantene skulle «låse» seg til ideen om verdi som penger. Jeg lot plaggene være styrende i diskusjonen, og da ble plaggets pris sjeldent et tema. Derfor er det ikke mye materiale å diskutere ut fra her. De gangene penger var et tema var det enten i forbindelse med at plagget hadde vært spesielt rimelig i forhold til det de følte det var verdt - altså et «kupp» - eller at de hadde brukt plagget mye, og at det derfor var en god investering.

Klærs verdi blir ofte knyttet til pengeverdi når det gjelder mote og klær i litteratur og media. Det gjenspeiles i hvordan informantene først nevner noe om pengeverdi, men så sier «verdi for meg» med ulike ord. Det kan hende dette ville sett annerledes ut om informantene var i en annen aldersgruppe, eller hvis de hadde hatt flere plagg som for eksempel bunader eller pelskåper. Likevel tror jeg at disse plaggene også ville ha gått inn under flere kategorier. En bunad, for eksempel, går ofte i arv og representerer lokal tilhørighet, samtidig som den kan ha høy pengeverdi. Det kan være at det er det prisen

representerer som har verdi for informanten, og at det dermed ikke er pengene som er lagt ut som fokuseres på. Dette kan dreie seg om merkevarens status eller at høy pris sidestilles med god kvalitet.

Det er kun to plagg som har blitt kodet med pengeverdi i min analyse. Disse er også knyttet til andre temaer, slik som sparing. De hører i tillegg hjemme under flere andre kategorier, slik som kvalitet eller kjærlighet. I flere av tilfellene nevner informantene plaggets pris, enten den har vært lav eller høy i deres mening, men aldri som svar på spørsmål som «hvorfor liker du plagget». Prisen var mer til opplysning. Den kan likevel være en årsak til at de liker plagget, men det er ingen som uttrykker det, og jeg har derfor ikke belegg for å tolke det i særlig stor grad. Det kan være at informantene selv ikke ønsket å legge vekt på det i intervjuet. De visste at denne oppgaven skulle handle om klærs verdi, og de kunne kanskje tenke at jeg var ute etter noe annet enn pengeverdi. Samtidig tror jeg at pengeverdien hadde hatt mulighet til å dominere intervjuene i større grad, hvis det var det informantene var opptatte av.

5. Oppsummering og avsluttende refleksjoner

I dette siste kapitlet presenteres svaret på problemstillingen, det vises til mulige veier videre og gjøres noen avsluttende refleksjoner rundt validitet, relevans og gjennomføring.

Å undersøke hva som faktisk er verdifulle klær har gitt kunnskap som kan være viktig både med tanke på design og eget forbruk. Gjennom å lære mer om og sette ord på egen kleskompetanse, kan vi kanskje gjøre bedre valg som forbrukere, og være mer fornøyd med objektene vi omgir oss med. Denne type kunnskap etterlyses.

Innad i motebransjen og tekstilindustrien er det mange initiativer som prøver å finne nye løsninger og ta ansvar for å sikre en mer etisk og miljøvennlig bransje. Ut fra slike miljøer kommer flere interessante forslag til løsninger. Hos klesmerker som Filippa K, kan du leie hvilket som helst plagg ut fra hele kolleksjonen deres i butikken (Filippa K, 2016). Nye former for eierskap gjør seg gjeldende i andre felt, slik som med biler, og vil kanskje spres til klær også. Likevel tror jeg at det vil være viktig for mennesker å ha sine egne ting. Gjennom denne oppgaven har jeg forsøkt å gjøre det tydelig at klærne informantene omgir seg med er viktige for dem på ulike plan, og kan være med på å bekrefte dem som individer på forskjellige måter.

5.1 Svar på problemstilling

Jeg har forsøkt å svare på problemstillingen «hvilke klær i en garderobe har høyest verdi for eieren?» gjennom intervjuer og garderobemetoden. Jeg har hatt seks informanter, tre kvinner og tre menn. Svaret på problemstillingen presenteres i form av syv kategorier i kapittel fire. Disse kategoriene er 1) tid og minner, 2) komfort og velvære, 3) kjærlighet, 4) uovervinnelighet, 5) egen stil og personlig uttrykk, 6) nye klær og mote, og 7) pengeverdi. Kategoriene er presentert etter hyppighet i forekomst, og de viktigste kategoriene er de fem første. Det har likevel vært nødvendig å presentere de to siste kategoriene, da disse vanligvis forbindes med mote og klær.

Kroppen som bærer klærne er lett å glemme i motediskurser (Entwistle, 2015), og i mitt materiale er det tydelig at kroppen spiller en avgjørende rolle for om klær blir brukt og likt. Slik jeg ser det, er kleskompetansen tett forbundet med kroppen og fungerer som et

bindeledd mellom de to. Å føle seg komfortabel i klærne sine bygger på sosiale rammer og erfaring. Klærs evne til å vekke minner, følelser og assosiasjoner er også en årsak til at klær blir verdifulle, og dette er viktig for informantene. Båndene informantene har til andre mennesker er blant de viktigste årsakene til at klær blir verdifulle for informantene, og dette er et underkommunisert emne i moteforskning og i den allmenne oppfattelsen av mote. Videre er klærs funksjonalitet essensielt. De må ikke svikte eller hindre brukerne i det de skal. Slike klær kan varme dem og holde dem tørre, og føre til en følelse av uovervinnelighet og mestring. Informantene vil se ut som «seg selv» og ha en personlig stil.

De fleste av plaggene går igjen i flere kategorier og har slik verdi på flere måter. Å vite noe om plaggets historie ser også ut til å ha verdi for informantene. Det kan være at de vet hvordan og hvor det er laget eller anskaffet, eller at de kan fortelle noe om plagget basert på tiden det har vært i deres eie. Tid er i det hele tatt viktig, og de plaggene som har vært i garderoben lenge har mulighet til å bli bærere av minner gjennom hyppig bruk. Derfor kan det se ut til at klær som kan «bli gamle» kan være en nøkkel til at klær skal få verdi. Disse klærne må være holdbare fysisk og estetisk, og derfor er de «norske ullgenserne» et godt eksempel på slike. De bør være komfortable og trygge.

Bildene av plaggene presenteres ikke her sammen med det andre materialet av personvernshensyn. Det kan bemerkes at de fleste klærne som er registrert er nokså alminnelige og lite iøynefallende. Det er vanskelig å se ut fra plaggene hvilken betydning og verdi de har for eierne. Dette er med på å avvise ideen om klær som språk - for å forstå verdien av plaggene for eieren må vi høre deres fortellinger og historier rundt dem. Klær er mer enn semiotikk, mer enn mote, status og pengeverdi. De kan representere deler av selvet og båndene til andre, og er knyttet til sanselig erfaring og minner. Von Busch skriver i forbindelse med broderi at det er bæreren alene som kan bestemme den «sanne» historien og verdien til et plagg (2005, s. 16), og dette stemmer også med mine funn.

Det blir spennende å se om noen av funnene kan ha konsekvenser for designpraksis, og det får bli stående som et spørsmål for videre utforskning for min del. Ut fra undersøkelsens resultater, ser det ut til at åpenhet rundt og lett tilgjengelig informasjon om produksjon kan være positivt. Det synes på måten informantene forteller om ullgenserne sine, men også om plagg som er kjøpt brukt, er hjemmesydd eller produsert i ett bestemt land. Å vite noe om hvor og hvordan noe er laget kan bidra til at plagget får økt verdi -

kanskje med forbehold om at denne produksjonen er utført på en etisk måte. Videre er fleksibilitet viktig, både i materiale og i design. Plagget bør passe til ulike anledninger, temperaturer og kanskje også dagsform. Plagget må være slik at folk ønsker å bruke det mye. Det kan føre til at det blir verdifullt gjennom blant annet minner, og at det kjennes kjent og komfortabelt ut. Teknisk kvalitet er også viktig. Klær som varer lenge vil lettere kunne bli bærere av gode minner. Hvordan disse plaggene bør se ut er det analyserte materialet ikke egnet til å svare på. Det er ikke slik at det er mulig å se på klærne at de er spesielt verdifulle.

5.2 Validitet og mulighet for generalisering

Gjennom å redegjøre for metoden, metodiske valg og gjennomføring har jeg tilstrebet å sikre validiteten. Videre har jeg forsøkt å sette resultatene i sammenheng med tidligere forskning, og slik ivareta oppgavens troverdighet. Å legge ved intervjuguide og eksempler på analyse, kan bidra til transparensten, i tillegg til å gjøre rede for når og hvor intervjuene foregikk.

Proessen med å se på klærne etter intervjuene kan ha hatt en validerende effekt, ved at temaer fra første del av intervjuet ble tatt opp igjen. Her ble enkelte plagg ikke registrert fordi de viste seg å ikke være så viktige for informanten som jeg først hadde tolket det. Motsatt kunne plagg som ikke ble nevnt under intervjuet trekkes fram i etterkant, fordi informanten kom på hvor viktige de var for hun eller han. Noe jeg må spørre meg om informantene kan ha tilpasset svarene sine etter mine forventninger, og det kan de ha gjort. Samtidig kan også den andre runden hvor vi så på de fysiske plaggene, ha ført til at utsagnene ble begrunnet mer ut fra det konkrete enn det abstrakte, og dermed tettere opp mot virkeligheten, slik de oppfatter den.

Det har ikke vært noe mål for meg å generalisere, og med utvalgets størrelse er det heller ikke en mulighet. Men derimot kan kanskje noe av innsikten og tolkningen fra dette prosjektet være overførbar til andre prosjekter (Johannessen et al., 2010, s. 366). Et tema jeg i liten grad har behandlet, er spørsmål knyttet til kjønn og klasse. Jeg vet lite om informantenes sosiale bakgrunn. At de er nyutdannede eller studenter på samme alder på Østlandet, gjør også at potensielle forskjeller ikke er framtrædende. Da utvalget mitt ikke er stort, hadde det vært en utfordring å sammenligne de tre mennenes og de tre kvinnenes

forståelse av verdi. Når det er sagt er mitt inntrykk at de ikke hadde så ulik tilnærming til klær som det kanskje er vanlig å anta. Her bør det kanskje nevnes at jeg med min forforståelse heller ikke forventet dette.

Det kan hende at andre temaer hadde blitt aktuelle hvis informantene hadde vært overvektige, hatt funksjonshemminger eller lignende. Det kan være andre hensyn å ta til bekledning hvis kroppen er avvikende på ulike måter (Klepp & Rysst, 2016), som mine ikke trenger å tenke på. I tillegg kan det også være slik at mennesker hvis kropper ikke passer inn i idealene, ikke liker klær eller å kle seg i det hele tatt (Franklin, 2013), og da ville kanskje resultatet blitt noe annerledes. Det kan også nevnes at denne oppgaven er skrevet ut fra og setter fokus på en vestlig kontekst med norske informanter. Pengeverdi ville kanskje blitt vektlagt på en annen måte hvis undersøkelsen ble utført med informanter som kanskje må gi mer penger og innsats for å skaffe seg klær.

5.3 Spørsmål til videre utforskning

Ett punkt for videre utforskning er hvor lenge klærne er verdifulle for informantene. Er det slik at det endres ofte? Er de spesielt knyttet til klær som representerer tilknytning til andre mennesker fordi de er i en fase i livet hvor det er ekstra viktig? Eller er dette noe alle er opptatte av? En studie av eldres forhold til verdi ville kunne belyse dette. Kanskje det hadde vært andre verdier som hadde kommet til syne hvis de samme informantene hadde blitt spurt senere. En longitudinell studie hadde her vært spennende.

Det viser seg at klær som kan knyttes til andre mennesker, er veldig verdifulle for informantene. Dette fortjent å bli studert nærmere. Hvordan denne kjærligheten gjenspeiler seg i klespraksis er et spennende tema. Når man kler seg tar man mange hensyn, og det kan være for å glede andre, ikke bare for å markere likheter og forskjeller. Man vil se fin ut for kjæresten sin, være presentabel for bestemor og være pent kledd når man skal feire andre. Dette kan dreie seg om noe mer enn å passe inn. Det hadde vært interessant å undersøke i hvilken grad kjærlighet og omsorg er avgjørende for menneskers klespraksis. Følelser forandrer seg også. Relasjonene og følelsene som trekkes fram av informantene er positive, men hva skjer med klær etter en skilsmisse eller i sammenhenger hvor det negative kan dominere?

Selv om klærne har verdi for eierne nå, er det ikke gitt at de kommer til å ha denne verdien for alltid. Det kan hende at plagg som føles riktige ut nå, etter hvert vil bli helt feil, for slik er «naturen» når det kommer til klær. Kroppen, hverdagen og moten forandrer seg. Men det er ikke sikkert at det er dette som skal vektlegges, spesielt ikke i den grad det er gjort tidligere. Disse klærne har mening og verdi for informantene nå, og det har de hatt en stund. Vi kan gå tilbake til Bachelard og tingenes hus (1994). Hva fant vi i disse garderobene? Skattene fra garderobens intime rom kan oppsummeres slik: sikre kort, kjærighet og minner.

Litteratur

- Alvesson, M., & Sköldbberg, K. (2009). *Reflexive Methodology: New Vistas for Qualitative Research* (2. utg.). London: SAGE Publications Ltd.
- Appadurai, A. (1986). *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bachelard, G. (1994). *The Poetics of Space*. Boston: Beacon Press.
- Banim, M. & Guy, A. (2001). Dis/continued Selves: Why Do Women Keep Clothes They No Longer Wear? I A. Guy, E. Green & M. Banim (Red.) *Through the Wardrobe: Women's Relationships with Their Clothes* (s. 203-220). Oxford: Berg.
- Barnard, M. (2007). *Fashion Theory: A Reader*. Abingdon: Routledge.
- Barthes, R. (2006). *The Language of Fashion*. Oxford: Berg.
- Belk, R. W. (1982). Effects of Gift-Giving Involvement on Gift Selection Strategies. *Advances in Consumer Research* 9(1), 408-412. Hentet fra <http://acrwebsite.org/volumes/6036/volumes/v09/NA-09>
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research*, 15(2), 139-168. doi: 10.1086/209154
- Belk, R. W. (1991). Possessions and Sense of Past. I R.W. Belk (Red.), *Highways and Buyways: Naturalistic Research from the Consumer Behavior Odyssey* (s. 114-130). Provo, UT: Association for Consumer Research.
- Botticello, J. (2014). Fashioning authentic selves: Second-hand clothing and the materialization of enduring values. *Critical Studies in Fashion & Beauty*, 5(1), 111-124. doi: 10.1386/csfb.5.1.111_1
- Bourdieu, P. (1995). *Distinksjonen: En sosiologisk kritikk av dømmekraften*. Oslo: Pax.
- Busch, von. B. (2005). *Notebook on Textile Punctum: Embroidery of memory*.
- Bye, E. & McKinney, E. (2007). Sizing up the Wardrobe - Why We Keep Clothes That Do Not Fit. *Fashion Theory*, 11(4), 483-498. doi: 10.2752/175174107X250262
- Cassidy, T.D. & Bennett, H.R. (2012). The Rise of Vintage Fashion and the Vintage Consumer. *Fashion Practice*, 4(1), 239-262. doi: 10.2752/175693812X13403765252424
- Cluver, B. G. (2008). *Consumer clothing inventory management* (Doktorgradsavhandling, Oregon State University). Hentet fra <http://search.proquest.com/docview/304488324?accountid=26439>
- Crowley, J. E. (2001). *The Inventions of Comfort: Sensibilities & Design in Early Modern Britain & Early America*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.

- Csikszentmihalyi, M. & Rochberg-Halton, E. (1981). *The meaning of things: Domestic symbols and the self*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Cwerner, S.B. (2001). Clothes at Rest: Elements for a Sociology of the Wardrobe. *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, 5(1), 79-92. doi: 10.2752/136270401779045725
- Entwistle, J. (2000). Fashion and the Fleshy Body: Dress as Embodied Practice. *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture*, 4(1), 323-347. doi: 10.2752/136270400778995471
- Entwistle, J. (2015) *The Fashioned Body: Fashion, Dress & Modern Social Theory* (2. utg.). Cambridge: Polity Press.
- Filippa K. (2016). *Filippa K Lease: A Way to Sustainable Consumption*. Hentet 29.3.2016 fra <http://www.filippa-k.com/no/filippak-world/lease/>
- Falch, M. & Leffler, C. (2015). *Dårlig råd med nål og tråd. En undersøkelse om tekstilarbeideres kjøpekraft*. (Framtiden i våre hender-rapport nr. 12/2015). Hentet fra <http://www.framtiden.no/rapporter/rapporter-2015/777-darlig-rad-med-nal-og-trad/file.html>
- Fletcher, K. (2012). Durability, Fashion, Sustainability: The Processes and Practices of Use. *Fashion Practice: The Journal of Design, Creative Process & the Fashion Industry* 4(2), 221-238. doi: 10.2752.175693812X13403765252389
- Fletcher, K. & Grose, L. (2012). *Fashion & Sustainability: Design for Change*. London: Laurence King Publishing.
- Fletcher, K. (2014). *Sustainable Fashion and Textiles: Design Journeys* (2. utg.). London: Routledge.
- Franklin, A. (2013). Phenomenal dress! A personal phenomenology of clothing. *Clothing Cultures* 1(1), 83–91. doi: 10.1386/cc.1.1.83_1
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Harmondsworth, Middlesex: Penguin Books.
- Hansen, K.T. (2003). Fashioning: Zambian Moments. *Journal of Material Culture* 8(3), 301-309. doi: 10.1177/13591835030083005
- Hebrok, M., Klepp, I.G., Tobiasson, T.S., Laitala, K., Vestvik, M., & Buck, M. (2012). *Valuing Norwegian Wool*. (SIFO-rapport nr. 5/2012). Hentet fra http://www.sifo.no/files/file78335_fagrappport_5-2012web.pdf
- Hebrok, M. & Klepp, I.G. (2014). Wool is a knitted fabric that itches, isn't it? *Critical Studies in Fashion & Beauty*, 5(1), 67-93. doi: 10.1386/csfb.5.1.67_1
- Henrichsen, A.J. (2009). Garderobe. *I Store norske leksikon*. Hentet fra <https://snl.no/garderobe>

- Hethorn, J. (2008). Consideration of Consumer Desire. I. Hethorn, J. & Ulasewicz, C. (Red.) *Sustainable Fashion: Why Now? A conversation about issues, practices and possibilities*. (s. 53-76). New York: Fairchild Books, Inc.
- Hille, J. (2011). *Norsk forbruk i miljøperspektiv: Om forbruksnivå, trender, miljøbelastning og økonomiske virkemidler for å vri forbruket i grønnere retning*. (Framtiden i våre hender-rapport nr. 1/2011). Hentet fra <http://www.framtiden.no/rapporter/rapporter-2011/572-norsk-forbruk-i-miljoperspektiv-2010/file.html>
- Hockey, J., Dilley, R., Robinson, V., & Sherlock, A. (2015). 'There's not just trainers or non-trainers, there's like degrees of trainers': Commoditisation, singularisation and identity. *Journal of Material Culture*, 20(1), 21-42. doi: 10.1177/1359183514560665
- Holliday, R. (2007). The Comfort of Identity. I M. Barnard (Red.), *Fashion Theory: A Reader* (s. 318-332). London: Routledge.
- Jacobsen, D.I. (2005). *Hvordan gjennomføre undersøkelser? Innføring i samfunnsvitenskapelig metode* (2. utg.). Kristiansand: Høyskoleforlaget.
- Johannessen, A., Tuftte, P.A., & Christoffersen, L. (2011). *Introduksjon til samfunnsvitenskapelig metode* (4. utg.). Oslo: Abstrakt forlag.
- Kaiser, S. B. (1990). *The Social Psychology of Clothing: Symbolic Appearances in Context* (2. utg.). New York: Fairchild Publications.
- Kawamura, Y. (2005). *Fashion-ology: An Introduction to Fashion Studies*. London: Bloomsbury.
- Kleine, S.S., Kleine III R.E., & Allen, C.T. (1995). How is a Possession «Me» or «Not Me»? Characterizing Types and an Antecedent of Material Possession Attachment. *Journal of Consumer Research*, 22(3), 327-343. Hentet fra <http://www.jstor.org/stable/2489618>
- Klepp, I.G. (2001). *Hvorfor går klær ut av bruk? Avhending sett i forhold til kvinners klesvaner*. (SIFO-rapport nr. 3/2001). Oslo: Statens institutt for forbruksforskning.
- Klepp, I.G. (2002). Jeans og «den lille sorte»: Hvorfor yndlingsklær er mer miljøvennlige enn andre klær. I *P2-Akademiet Y*. Oslo: NRK Fakta.
- Klepp, I. G. & Storm-Mathisen, A. (2005). Reading Fashion as Age: Teenage Girls' and Grown Women's Accounts of Clothing as Body and Social Status. *Fashion Theory*, 9(3), 323-342. doi: 10.2752/136270405778051329
- Klepp, I.G. (2008). Clothes, the body and well-being. What does it mean to *feel* well dressed? (Prosjektnotat 1-2008). Oslo: SIFO.
- Klepp, I.G. (2010). Snapshot: Why Do Women Throw Out Clothes. I L. Skov (Red.), *Berg Encyclopedia of World Dress and Fashion: West Europe*, Vol. 8 (s. 169-170). Oxford: Berg.
- Klepp, I.G. & Bjerck, M. (2012). A methodological approach to the materiality of clothing: Wardrobe studies. *International Journal of Social Research Methodology*, 17(4), 373-386. doi: 10.1081/13645579.2012.737148

- Klepp, I. G. & Tobiasson, T. S. (2013). *Ren ull*. Oslo: Aschehoug.
- Klepp, I.G. (2015). Pelles nya kläder, och våra. I M. Larsson, A. Palmensköld, H. Hörnfeldt & L.-E. Jönsson (Red.), *I utkanter och marginaler. 31 texter om kulturhistoria* (s. 237-334). Stockholm: Nordiska Museet.
- Klepp, I.G & Rysst, M. (2016). Deviant Bodies and Suitable Clothes. *Fashion Theory*, 1-26. doi: 10.1080/1362704X.2016.1138658
- Klepp, I.G., Tobiasson, T. S., & Laitala, K. (2016). Wool as an Heirloom: How Natural Fibres Can Reinvent Value in Terms of Money, Life-Span and Love. I R. Figueiro and S. Rana (Red.), *Natural Fibres: Advances in Science and Technology Towards Industrial Applications, RILEM Bookseries 12*, DOI 10.1007/978-94-017-7515-1_31
- Klepp, I.G. & Laitala, K. (under utgivelse). Klesforbruk i Norge. Oslo: Forbruksforskningsinstituttet SIFO
- Kvale, S. & Brinkmann, S. (2015). *Det kvalitative forskningsintervju* (3. utg.). Oslo: Gyldendal Akademisk.
- Kopytoff, I. (1986). The cultural biography of things: commoditization as process. I A. Appadurai (Red.), *The social life of things: Commodities in cultural perspective* (s. 64-95). Cambridge: Cambridge University Press.
- Laitala, K. (2014). *Clothing Consumption: An interdisciplinary approach to design for environmental improvement* (Doktoravhandling). Hentet fra <http://brage.bibsys.no/xmlui/handle/11250/229724>
- Marx, K. (1995). *Kapitalen: Kritikk av den politiske økonomien. Første bok: Kapitalens produksjonsprosess. Del 1*. Oslo: Forlaget Oktober A/S.
- Mauss, M. (1995). *Gaven: Utnvekslingens form og årsak i arkaiske samfunn*. Oslo: Cappelen akademisk forlag AS.
- McCracken, G. (1986). Culture and consumption: a theoretical account of the structure and and movement of the cultural meaning of consumer goods. *Journal of Consumer Research*, 13(1), 71-84. doi: 10.1086/209048
- McCracken, G. (1988). *Culture and Consumption: New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities*. Bloomington: Indiana University Press.
- McNeil, P., & Riello, G. (2010). *The Fashion history reader: Global Perspectives*. London: Routledge.
- Miller, D. (1987). *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Miller, D. (1998). *A Theory of Shopping*. Cambridge: Polity Press.
- Miller, D. (2008). *The Comfort of Things*. Cambridge: Polity Press.

- Myers, E. (1985). Phenomenological Analysis of the Importance of Special Possessions: an Exploratory Study. *Advances in Consumer Research Volume 12*(1), 560-565. Hentet fra <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bsh&AN=6431029&site=eds-live>
- Raunio, A.-M. (2007). Clothed Landscape of Memories. *The Design Journal*, 10(2), 62-72. doi. 10.2752/146069207789272695
- Reno, J. (2009). Your Trash Is Someone's Treasure: The Politics of Value at a Michigan Landfill. *Journal of Material Culture* 14(1), 29-46. doi: 10.1177/1359183508100007
- Rose, G. (2012). *Visual Methodologies*. London: SAGE Publications Ltd.
- Sagdahl, M. (2015). Verdi. I *Store norske leksikon*. Hentet fra <http://www.snl.no/verdi>
- Sahlins, M. (1976). *Culture and Practical Reason*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Sartre, J. -P. (1966). *Væren og intet: I utvalg*. Oslo: Pax.
- Schiermer, B. (2010). Fashion Victims: On the Individualizing and De-individualizing Powers of Fashion. *Fashion Theory*, 14(1), 83-104. doi: 10.2752/175174110X12544983515196
- Shove, E., Watson, M., Hand, M. & Ingram, J. (2007). *The Design of Everyday Life*. Oxford: Berg.
- Skjold, E. (2014). *The Daily Selection* (Doktoravhandling, Design School Kolding & Doctoral School of Organisation and Management Studies Copenhagen Business School). Hentet fra http://openarchive.cbs.dk/bitstream/handle/10398/8992/Else_Skjold.pdf?sequence=1
- Skov, L. & Melchior, M. R. (2008). *Research Approaches to the Study of Dress and Fashion*. Copenhagen Business School: København.
- Skov, L. (2011). *Entering the Space of the Wardrobe*. Copenhagen Business School: København.
- Stallybrass, P. (2012). Worn Worlds: Clothes, Mourning and the Life of Things. I J. Hemmings (Red.), *The Textile Reader* (s. 68-77). London: Berg.
- Toasty. (udatert). I *Merriam-Webster's online dictionary*. Hentet fra: <http://www.merriam-webster.com/dictionary/toasty>
- Veblen, T. (2011). Dress as an Expression of the Pecuniary Culture. I L. Welters & A. Lillethun (Red.), *The Fashion Reader* (s. 125- 127) (2.utg.). London: Bloomsbury.
- Wallendorf, M. & Arnould, E.J. (1988). «My Favorite Things»: A Cross-Cultural Inquiry into Object Attachment, Possessiveness, and Social Linkage. *Journal of Consumer Research*, 14(4), 531-547.

- Warkander, P. (2013). «*This is all fake, this is all plastic, this is me*»: An ethnographic study of the interrelations between style, sexuality and gender in contemporary Stockholm, (Doktorgradsavhandling, Stockholm University). Hentet fra <http://su.diva-portal.org/smash/get/diva2:609449/FULLTEXT02.pdf>
- Warkander, P. (2014). "NO PANSIES!!": Exploring the Concept of "Style" through Ethnographic Fieldwork. *Fashion Theory*, 18(3), 233-250. doi: 10.2752/175174114X13938552557763
- Wilson, E. (2003). *Adorned in Dreams: Fashion and Modernity* (2.utg.). London: I.B Tauris & Co Ltd.
- Woodward, S. (2005). Looking Good: Feeling Right: Aesthetics of the Self. I S. Kuchler & D. Miller (Red.), *Clothing as Material Culture* (s. 21-40). Oxford: Berg.
- Woodward, S. (2007). *Why Women Wear What They Wear*. Oxford: Berg.

Vedlegg

Vedlegg 1: Intervjuguide del 1 og 2

Vedlegg 2: Informasjonsskriv og samtykkeerklæring

Vedlegg 3: Godkjenning fra NSD

Vedlegg 4: Eksempelside analyse

Vedlegg 5: Registreringsskjema alle klær

Vedlegg 1: Intervjuguide del 1 og 2

INTERVJUGUIDE KLÆR OG VERDI

- Alder
- Bosted
- Utdanning
- Yrke
- Familiesituasjon
- Interesser

1. Inngangsspørsmål om verdi

- Hvis jeg sier verdifulle klær, hva tenker du på da?
- Hvilke klær i din garderobe har verdi for deg? På hvilken måte?
- Hva ville du ha reddet hvis huset brant?
- Hva ville det vært kjedelig å miste? Har du mista noe? Blitt frastjelt?
- Har du noe du aldri vil kvitte deg med? Og hvorfor?
- Hvilke klær bruker du mest?
- Skulle du ønske du gikk i noe annet?
- Hva bruker du sjelden?

2. Komplimenter

- Hva føler du deg fin/kul/bra/vakker i? Hvorfor?
- Hva har du på deg når du får komplimenter?
- Er det noe du føler at alt blir feil i?

3. Affeksjonsverdi (gode minner/assosiasjoner/lykkeplagg/ulykkeplagg (magiske klær))

- Har du noen spesielle minner knyttet til et plagg? En god eller dårlig kveld, en bra tid i livet, en reise, mennesker, hendelser e.l?!
- Har du noen plagg hvor det skjer noe spesielt med deg når du har det på? Bra eller dårlig?

4. Håndverk

- Er det noen klær du er glad i som har lokal tilknytning, knytta til et spesielt sted? - ikke nødvendigvis noe i seg selv, men der man har hatt det?
- Er det noe du har som er laget av deg selv eller andre?
- Kan du sy, strikke eller holder du på med annet håndarbeid? Når er sist gang du lagde noe?

5. Tid/patina - **kan ta pause her hvis det trengs**

- Er det noen plagg du har hatt veldig lenge?
- Kan du huske det første plagget som hadde en betydning for deg? I så fall, på hvilken måte?

- Har du noen plagg du har brukt mye tid på? F.eks ved å lage de selv, reparere eller endre på noe vis?
- Har du noe som er godt å gå i fordi du har brukt det så lenge at det passer perfekt til kroppen? Eller ser kult ut fordi det er slitt?
- Har du noe nytt du er veldig glad i? Hvor lenge er noe «nytt»?

6. Gave/arv/delte klær/lån

- Har du noen plagg du har fått i gave? Hva synes du om disse? Arver du klær? I tilfelle, av hvem?
- Låner du klær av andre? Låner du bort?
- Har du et spesielt forhold til disse klærne? God eller dårlig følelse? Hva er arv? Noe man er lei av - eller noe man blir gitt for at man skal ta vare på det?
- Deler du klær med noen? Med hvem og hvilke plagg, i tilfelle?

7. Kvalitet/materiale

- Hva er «kvalitet for deg»?
- Har du noen plagg du synes er av god kvalitet?
- Hva synes du er god kvalitet?
- Hva synes du er godt å ha på deg? Hvorfor?
- Hvilke materialer liker du å bruke, og hvorfor?
- Er noen materialer mer verdifulle for deg, i tilfelle hvorfor?
- Hvis du har klær du ikke lenger kan bruke, er det noen du helt sikkert ikke vil kaste i søpla? I tilfelle - hvilke, og hvorfor?

8. Komfort/funksjonalitet/passet til alt?

- Har du noen plagg du synes er komfortable og funksjonelle? Hvilke og på hvilken måte?
- Hva liker du å ha på deg?
- Er funksjonalitet viktig for deg? På hvilken måte?
- Har du noe du alltid føler deg vel i? Et plagg du kan «safe» med?

9. Penger

- Har du et anslag på omtrent hvor mye penger du bruker på klær?
- Hva er det dyreste plagget du har kjøpt deg? Hvordan fikk det deg til å føle? Bruker du dette plagget?
- Har du noe du kunne ha solgt hvis du måtte ha ekstra penger?

10. Generelt:

- Når kjøpte du noe sist? Hva var det?
- Hvordan pleier du å skaffe deg klær? Kjøpe nytt, brukt, arve, byttelåne, finne, lage?
- Liker du å handle klær? Hvilken følelse får du av det?

- Hva tenker du på når du kler på deg om morgenen? Hvilke hensyn tar du? Hva med det du har på deg i dag?
- Hvilket plagg er favoritten/det fineste du har nå? Hva ville du tatt på deg om du skulle pynte deg i dag?
- Når kvitta du deg med noe sist? Hva var det?
- Hva gjør du med klær du selv ikke kan bruke lenger?
- Til sist - har du et klesplagg med en spesiell historie?
- Er det noe du synes jeg ikke har spurt om og som er viktig for det tema vi har snakket om?
- Du har i løpet av intervjuet ikke nevnt ... bunad (og eventuelt andre ting som andre informanter ofte trekker frem , strikkegensere kanskje, sentimentale plagg, brudekjole, dress) er det noen bestemt grunn til det?

INTERVJUGUIDE DEL 2

Etter alle disse spørsmålene kan vi gå gjennom alle plaggene som blir nevnt systematisk, og jeg stiller en rekke nye spørsmål om hvert enkelt plagg.

- Hvor har du fått det fra/kjøpt det?
- Hvor lenge har du hatt det?
- Hvor ofte bruker du det?
- Husker du sist gang du brukte den?
- Hva er det du liker ved det? (Kvalitet, materiale, håndverk, komfort, minner?)
- Har følelsene dine vedrørende dette plagget endret seg mens du har hatt det? I såfall på hvilken måte?
- Er det godt å ha på seg?

FORESPØRSEL OM DELTAKELSE I FORSKNINGSPROSJEKTET

Bakgrunn og formål

Studiens formål er å undersøke hvilke klær i en garderobe som har verdi for eieren, hva som gjør disse objektene verdifulle, samt om dette har konsekvenser for bruk av plaggene.

Prosjektet er en masteroppgave i estetiske fag, mote og samfunn ved Høgskolen i Oslo og Akershus. I tillegg er det en del av KRUS-prosjektet som ledes av Statens institutt for forbruksforskning (SIFO).

Hva innebærer deltakelse i studien?

Undersøkelsen består av et intervju om hvilke klær du oppfatter som verdifulle av ulike årsaker, og en gjennomgang hvor vi ser på de fysiske plaggene som nevnes. Spørsmålene vil også omhandle ditt forhold til klær og egen garderobe på mer generelt grunnlag. Du kan også få en forespørsel om å svare på oppfølgingsspørsmål innen en avgrenset periode på omkring to måneder.

Data registreres som notater, lydopptak, transkripsjoner, og bilder av de enkelte plaggene.

Hva skjer med informasjonen om deg?

Alle personopplysninger vil bli behandlet konfidensielt, og kun student og veileder har tilgang til dem. Personopplysninger og opptak lagres adskilt fra øvrig data. I intervjumaterialet vil navn være erstattet med en kode. Deltakerne vil ikke gjenkjennes i publikasjonen. Etter planen skal prosjektet avsluttes 1. juni 2016, og alle personopplysninger slettes senest denne datoen.

Frivillig deltakelse

Det er frivillig å delta i studien, og du kan når som helst trekke ditt samtykke uten å oppgi noen grunn.

Dersom du trekker deg, vil alle opplysninger om deg bli anonymisert.

Dersom du ønsker å delta eller har spørsmål til studien, ta kontakt med Ingrid Haugrud, tlf 90958460, e-post i.haugsrud@gmail.com, eller veileder Karun Nordgård, tlf 67238791 , e-post karun.Nordgard@hioa.no.

Studien er meldt til Personvernombudet for forskning, Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS.

SAMTYKKE TIL DELTAKELSE I STUDIEN «KLÆR OG VERDI»

Jeg har mottatt informasjon om studien, og er villig til å delta

- Jeg samtykker til å delta i intervju*
- Jeg samtykker til at det jeg sier kan siteres anonymt i publikasjoner*
- Jeg samtykker til at eventuelle bilder av mine plagg kan brukes i publikasjoner (anonymt, det tas ikke bilder av deltakerne)*

Vedlegg 3: Godkjenning fra NSD

Norsk samfunnsvitenskapelig datatjeneste AS

NORWEGIAN SOCIAL SCIENCE DATA SERVICES



Harald Hårfagres gate 29
N-5007 Bergen
Norway
Tel: +47-55 58 21
Fax: +47-55 58 96
nsd@nsd.uib.no
www.nsd.uib.no
Org.nr. 985 321 8

Karun Nordgård
Institutt for estetiske fag Høgskolen i Oslo og Akershus
Postboks 4, St. Olavs plass
0130 OSLO

Vår dato: 01.09.2015

Vår ref: 44256 / 3 / KH

Deres dato:

Deres ref:

TILBAKEMELDING PÅ MELDING OM BEHANDLING AV PERSONOPPLYSNINGER

Vi viser til melding om behandling av personopplysninger, mottatt 19.08.2015. Meldingen gjelder prosjektet:

44256	<i>Klær og verdi</i>
<i>Behandlingsansvarlig</i>	<i>Høgskolen i Oslo og Akershus, ved institusjonens øverste leder</i>
<i>Daglig ansvarlig</i>	<i>Karun Nordgård</i>
<i>Student</i>	<i>Ingrid Haugsrud</i>

Personvernombudet har vurdert prosjektet og finner at behandlingen av personopplysninger er meldepliktig i henhold til personopplysningsloven § 31. Behandlingen tilfredsstiller kravene i personopplysningsloven.

Personvernombudets vurdering forutsetter at prosjektet gjennomføres i tråd med opplysningene gitt i meldeskjemaet, korrespondanse med ombudet, ombudets kommentarer samt personopplysningsloven og helseregisterloven med forskrifter. Behandlingen av personopplysninger kan settes i gang.

Det gjøres oppmerksom på at det skal gis ny melding dersom behandlingen endres i forhold til de opplysninger som ligger til grunn for personvernombudets vurdering. Endringsmeldinger gis via et eget skjema, <http://www.nsd.uib.no/personvern/meldeplikt/skjema.html>. Det skal også gis melding etter tre år dersom prosjektet fortsatt pågår. Meldinger skal skje skriftlig til ombudet.

Personvernombudet har lagt ut opplysninger om prosjektet i en offentlig database, <http://pvo.nsd.no/prosjekt>.

Personvernombudet vil ved prosjektets avslutning, 01.06.2016, rette en henvendelse angående status for behandlingen av personopplysninger.

Vennlig hilsen

Katrine Utaaker Segadal

Kjersti Haugstvedt

Kontaktperson: Kjersti Haugstvedt tlf: 55 58 29 53

Vedlegg: Prosjektvurdering

Dokumentet er elektronisk produsert og godkjent ved NSDs rutiner for elektronisk godkjenning.

Avdelingskontorer / District Offices:

OSLO: NSD, Universitetet i Oslo, Postboks 1055 Blindern, 0316 Oslo. Tel: +47-22 85 52 11. nsd@uio.no

TRONDHEIM: NSD, Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet, 7491 Trondheim. Tel: +47-73 59 19 07. kyrre.svarva@svt.ntnu.no

TROMSØ: NSD, SVF, Universitetet i Tromsø, 9037 Tromsø. Tel: +47-77 64 43 36. nsdmaa@svt.uit.no

Vedlegg 4: Eksempelside analyse

Anskaffelsesform Minner	Så verdifulle klær.. vil jeg si - ja, har.. noe som betyr noe for meg , da. Og.. Jeg vet at jeg ikke kommer til å få tak i det igjen , på en måte.	«noe som betyr noe for meg» - på hvilken måte kan plagg ha betydning for noen?
Suvenir	Jeg har en kjole, som jeg kjøpte på en vintagebutikk i Japan, og det syns jeg er - det er liksom veldig kult, altså sånn ,jeg er ikke så, jeg syns ikke plagget i seg selv er sånn veldig fint, eh, men det er liksom hele historien ved det da, at jeg vet, for det første det at det er vintage, og fordi det er fra Japan, eh, og jeg vet at det er produsert.. det er produsert i USA, og så.. er det ganske gammelt, da.	Reiseminne, håndfast bevis på den turen Å vite mer om et plagg gjør kanskje at man får en sterkere tilknytning til det?
Minner		
Plaggets historie		
Tid		
Identitet - norsk	Da er det også den ullgenser den igjen. Som minner meg veldig om skirenn i Holmenkollen faktisk. Fordi det var liksom veldig sånn - jeg hadde nettopp fått den og skulle dit, og da var jeg sånn veldig, å det er helt perfekt å liksom kunne ha den på seg der og sånn. Så.. Når jeg tenk - så tenker jeg liksom på den dagen , da. Når vi var der. Når jeg ser den.	Norsk identitet med ullgenser på skirenn, å være riktig kledd for anledningen - passe inn og vel så det.
Velvære - å passe inn		Minner fra en vellykka dag.
Minner		
Funksjonell	Jeg har en veske som.. eh.. jeg bruker veldig ofte. Jeg syns egentlig ikke at den er så veldig fin, men.. den er så sinnsykt praktisk. Og den har på en måte.. vennene mine begynt å erte meg for at jeg går med - ikke på en sånn slem måte, men det er sånn haha har du med deg grandmampursen i dag. (latter). Og det er sånn, den tenker jeg veldig mye tilbake til.. på.. når jeg var i København sist med.. med noen venninner. For da hadde jeg den, og så hadde jeg på sånn derre (latter) refleks. På hanken, liksom.	Å være trygg på seg selv, og vennene sine.
Identitet, selvsikkerhet		
Egen stil		Plagg som får navn
Minne fra en reise		Minner om en reise
		Selvironi

Vedlegg 5: tabell over alle registrerte klær

Plagg	Alder	Anskaffelse sform	Materiale	Info	Eier	Kategorier
Snekkersho rts kamo- mønster	3 år	Kjøpt ny	Vevd bomull	Slitt, sitter som et skudd, «safe», festivalminne . Komfort.	Astrid	2, 1, 4
Vest med hette	2 år	Arvet av venninne	Strikket bomull	Misfarget i vask samtidig som kjole, bruker mye	Astrid	3, 1
Hvit kjole	5-6 år	Kjøpt på bakgårdssalg , fra NoaNoa	Silke	strl xxl, ser alltid bra ut i, pynte seg	Astrid	2
Olajakke	Ca. 14 år.	Fikk av moren i en barnebutikk i hjembyen	Bomull	Patina, eldste plagget, bruker hver sommer, flere som har prøvd å kjøpe den av henne	Astrid	1, 2, 3
Hjemmestrik ket genser	ca 55 år, usikker på hvor lenge hun har hatt den selv	Strikket av farmoren til henne selv	Strikket ull	«det fineste jeg har», brukt på tur, kommer alltid til å være moderne. Magisk.	Astrid	3, 4, 1, 6
Svart skjørt	3 år	Kjøpt i brukbutikk, 3 dollar	Polyester? Fake semska skinn	«øyeblikket jeg forsto verdien av penger» beholder det for å huske hvor godt hun har det	Astrid	1
Nirvana t- skjorte	ca 11-12 år?	Kjøpt på internett	Bomull	«hatt veldig lenge». Bruker ikke lenger. Kjøpt etter første sommerjobb. Ingen andre som hadde sånne.	Astrid	1

Plagg	Alder	Anskaffelse sform	Materiale	Info	Eier	Kategorier
Anorakk	ca. 30-40 år, hun har hatt den i 3-4 år.	Arvet av mormor, moren har også brukt den	Bomull?	«vindtett, vanntett, alt var fint med den» brukt på tur, vinterjakke, snowboardutstyr	Astrid	4, 3
Ullbukse	Hatt noen måneder, 6 mnd	Arvet av venninne, fra Malene Birger	Ull	«kan ha på seg en dårlig dag for at det ikke skal være kjøpt lenger» velvære. «Ridebukser»	Astrid	2, 1, 3
Ballkjole	11 år	Kjøpt ny	Polyester?	«et nøkkelplass» brukt på juleball i 10.klasse + nyttårs-aften for noen år siden	Astrid	1, 3
Paraply	minst 50 år. Hatt i 5 år	Kjøpt på Fretex		«helt unik» reparert flere ganger. Historie. Komplimenter. Farge.	Astrid	1, 3, 5, 4
Svart kjole	8 år	Tror at hun kjøpte den på nettet	Blanding bomull/ polyester? Blonde m. stretch	Slitt og nuppete, men «sitter alltid som et skudd» safe	Astrid	5, 2
Gjennomslittige sko	Rundt ett år	Kjøpt i en barnebutikk i Canada	Plast	«han siste jeg datet hatet de»	Astrid	5, 4
Militærjakke	Ny for henne, noen måneder. Nyeste i garderoben. Men gammel - 20-40 år?	Kjøpt brukt men ny, deadstock? Fra det italienske forsvaret.	Bomull	komplimenter, alt i lommene, liker fargen. Onesize. Ny	Astrid	4, 2, 5, 6
Rosa kjole	40 år? Hatt den i 3 år.	Kjøpt brukt i California, 2 dollar, hjemmesydd	Bomull	Håndsydd, «sydd til meg». Blitt misfarga i vask.	Astrid	2, 3, 1

Plagg	Alder	Anskaffelse sform	Materiale	Info	Eier	Kategorier
Skinnbukse	30 år?	Fått i en bruktbuikk	Skinn	Malingsfleck ete	Astrid	1, 2, 4, 3
Skinn-boots	40-50 år? Hatt i 10 år, omkring	Arvet av moren, funnet på loftet	Skinn	Nevnt først, ville aldri lånt bort. Håndverk. Kule - «klenodiums-sko»	Astrid	3, 4
Festivalantrakk: belte, shorts, genser	Skjørt, 5 år, belte	Kjøpt i Portugal og arvet av venninne	Skinn, ull, skinn	Festival-uniform	Astrid	3, 4, 2, 5, 1
Stråhatt	minst 25 år	Funnet i huset	Strå?	Brukt på fest - festlig	Bendik	1
Olashorts	noen måneder	Kjøpt ny	Bomull	«utrolig god» forbinder den med godt vær	Bendik	2, 6, 1
Badeshorts	7-8 år	Overtatt fra en venn	Polyester?	Forbinder den med en tur med venner. Gått litt ut av moten	Bendik	3, 1
Rutete skjorte	5 år	Kjøpt ny	Bomull	Kjøpt på en festival, ble ødelagt samme kvelden, men fikset igjen	Bendik	3, 1, 2
Ullgenser	2 år	Fått av broren, Samsøe & Samsøe?	Ull	Yndlingsplagg, gave, god og varm	Bendik	1, 2, 3, 4
Festivalgenser	noen måneder	Kjøpt på festival i Spania	Bomull	vennskapelig erting, festivalminne	Bendik	1, 5, 3
Rutete skjorte, rød	2 år	Kjøpt på Gant	Bomull	Yndlingsskjorte	Bendik	2
Ullgenser, arbeid	ca 10 år	Militærutsalg	Ull	Daglig bruk, god kvalitet, arbeidsklær. Endra litt status - var ikke arbeidsklær fra begynnelsen	Bendik	1, 4, 2

Plagg	Alder	Anskaffelse sform	Materiale	Info	Eier	Kategorier
Olabukse, arbeid	20 år?	Funnet i huset	Bomull	— —	Bendik	1, 4, 2
Hvit t-skjorte	en måned	Kjøpt ny, Cubus	Bomull	Går i hele tiden «meg» «enkel»	Charlotte	2, 5
Topp med vide ermer	1, 5 måned	Kjøpt ny, Zara	Viskose?	«min stil ett hakk videre» pynte seg	Charlotte	2, 5
Kjole med knapper	2 år	Kjøpt brukt i Japan, Ralph Lauren	Bomull	liker den pga historien, at den er gammel	Charlotte	1
Stripete skjorte	1 år	Fått av eks-kjæreste, jul 2014	Bomull	Ønsket seg lenge, glad i, minner, bruker mest, vasker mest	Charlotte	3, 1, 2, 4
Trench-coat	6-7 år	Fått av eks-kjæreste	Bomull?	Fikk på vgs, han sparte. Føler seg ekstra fin	Charlotte	3, 2, 1, 7, 5
«vaffel-jakke»	6-7 år	Fått av eks-kjæreste		— — allsidig, fleksibel.	Charlotte	3, 2, 1, 7, 5
Setesdalsgenser	Omtrent ett år	Strikket av mammaen	Ull	Tid, verdi, Holmenkollen	Charlotte	3, 6, 4, 1
Svart bukse	Noen uker	Kjøpt ny, i Milano	Bomull	Funksjonell og behagelig, jobb	Charlotte	2, 4
Svart olabukse	Ca ett år	Kjøpt ny	Bomull	Bruker på skolen, enkelt, med hvit t-skjorte «meg»	Charlotte	5, 2
Skoleveske	5 år	Kjøpt ny, Longchamp	Bomull/nylon og skinn?	Hatt siden vgs, «en del av hverdagen». Blitt mer og mer glad i	Charlotte	1, 4, 2
Skinneske	1 år eller mer	Arvet av tanta, hun hadde aldri brukt den	Skinn	«ny» følelse, erta vennskapelig, funksjonell	Charlotte	1, 3, 4, 5, 6

Plagg	Alder	Anskaffelse sform	Materiale	Info	Eier	Kategorier
Skinnsko	kjøpt dagen før	Kjøpt nye	Skinn	Får komplimenter , ikke helt «typisk meg», godt kjøp	Charlotte'	5, 6,
Ullskjerf	ca 8-9 år	Kjøpt brukt	Ull	«bare er der», trofast	David	1
Ullgenser	ca 7 år	Kjøpt brukt	Ull	Holder seg godt, veldig glad i	David	1, 4, 2
Rutete skjorte	1 år	Kjøpt brukt i Canada	Rayon og polyester	Glad i, minner om tid og steder, god å ha på.	David	2, 1
Ulljakke	Noen år?	Arvet av venninne, som har kjøpt den brukt	Ull	Ville redda hvis det brant, bruker ofte, glad i, gode minner	David	1, 2, 3, 4
Akrylgenser	ca 3 år	Kjøpt brukt	Akryl	«eldes aldri», «vokst på han», praktisk	David	2, 4
Kasmir-cardigan	1 år	Kjøpt ny i Canada	Kashmir	Fin farge, god, litt dyr	David	1, 2, 4
Slips	40 år?	Arvet av bestefar		Liker mønsteret, arv	David	3, 1, 5
Sommerbukse	5 - 6 år	Kjøpt ny i Dublin	Bomull	Veldig glad i, men bruker ikke så ofte.	David	1, 2
Rutete skjorte uten krage	4 år	Kjøpt ny	Bomull	«safe», enkel og fin passform, sitter fint på. Bruker mye	David	2
Skinnsko	2, 5 år	Kjøpt nye, dyre	Skinn	«ekstremt fine», passer til alt, tar de med til skomaker	David	2, 4,
Svart kjole uten ermer	2-3 år	Kjøpt ny	Bomull	Safe	Emilie	1, 2
Fora olajakke	Noen måneder	Kjøpt ny	Bomull, syntetisk for	«gåes inn», blitt veldig glad i,	Emilie	6, 2, 4

Plagg	Alder	Anskaffelse sform	Materiale	Info	Eier	Kategorier
Allværsjakk e	1-2 år?	Fått av moren i gave		blir «uovervinnelig» med denne på, tåler alt, bruker masse	Emilie	3, 2, 1, 4, 5
Fuskepelsjakk e	3 år	Kjøpt ny	Polyester?	Bytter fram og tilbake med venninne, litt utenfor komfortsonen. Fest	Emilie	3, 1
Anorakk	30-40 år? Hatt den i minst 7 år selv	Arvet av søster, mor har sydd	Bomull?	Veldig verdifull, fin å bruke i skogen	Emilie	1, 3, 4
T-skjorte med trykk	ca 10 år	Kjøpt ny i forbindelse med demonstrasjonen,	Bomull	Minner, sparer til barn. Viktig sak, Bruker i blant	Emilie	1, 2, 3
Svart genser	2-3 år	Kjøpt ny		Safe genser, fra hverdag til date	Emilie	2, 1, 5
Ullsokker		Strikket av moren	Ull	«beste gaven man kan få»	Emilie	2, 3, 4
Blå jakke	ca 11 år	Kjøpt brukt	Polyester?	«den er meg», kjøpt på ungdomsskolen, har litt sjel	Filip	1, 2, 3, 5
Skjorte	ca 5 år	Kjøpt ny i Kina	Bomull	eksamensskjorte	Filip	2, 4, 5, 1
T-skjorte med trykk	ca 6 år	Arvet av stefar	Bomull	funker alltid, liker motivet	Filip	2, 3
Anorakk	2 år	Fått i gave av foreldre		Yndlingsplaget nå	Filip	3, 2, 4