



MARS

MÅNADSBREV FRÅN DET
MODEVETENSKAPLIGA STUDIERÅDET.

Influencers – älskar /
älskar inte? SKRÄD-
DARSYTT – MAX
OSVALD..DENIZOU
I SIN FÖRSTA IN-
TERVJU NÅGON-
SIN Euforiskt mode
– favoriter från serien
STICKAT – @DELICI-
OUSBALLE / HOT-
TEST IN FASHION
Välekiperad – Varför
slutade vi klä upp oss?

Ord från ordförande.

Jag, och säkerligen många med mig, känner stor meningslöshet just nu. När nyheterna än en gång fylls till ytpänning med hjärtskärande bilder från ännu ett krig står rapporter från modeveckorna i stark kontrast. Hur kan något så ytligt som nya trender vara relevant när människor dör, drivs från sina hem, lämnar delar av sina familjer och hela sina liv för att överleva?

Efter Balenciagas visning gick Demna Gversalia ut med en text som jag tyckte var fin och viktig. Han skrev hur han kände igen sig i bilderna från kriget, eftersom han själv flydde från Georgien på 1990-talet. Han skrev att han hade funderat på att ställa in sin show, eftersom modeveckan blir en absurd realitet när ett krig precis brutit ut i närheten. Men han skrev att – och det här tror jag är viktigt för alla att begrunda – att ställa in är att ge upp sig själv inför kriget. Jag själv tänker mycket, mycket på att min lycka inte räddar någon, men den är heller aldrig av ondo för en annan människa. Skulle vi inte känna någon glädje alls har kriget och dess arkitekt redan vunnit. Vi måste göra vad vi kan, med ögonen hela tiden riktade mot målet – fred och en demokratisk värld – men det är tillåtet att känna glädje på vägen. Hur annars ska man orka?

Det gäller i andra kamper också, jämställdhet inte minst. Internationella kvinnodagen är en för mig ofta smärtsam påminnelse om hur långt kvar vi har att gå tills lika förutsättningar råder, inte bara i Sverige. Produktionen av kläder består till största del av kvinnor och mitt cyniska jag känner ibland att det bästa hade

varit att avskaffa skiten. Å andra sidan, om modevärlden innehåller mest kvinnor – tänk då vad man kan göra för skillnad bara genom att ändra den här enda branschen! Om alla var med och bidrog med sitt strå till stacken, tänk vilken stor förändring vi kunde göra! Samtidigt vill jag poängtera att inte allt ligger på en individs axlar – för att orka kämpa för fred och mot orättvisor måste man ta hand om sig själv först. Få saker rämnar om man tar en paus. Glöm inte det.

Den här månaden gör Cecilia Wennerström debut i månadsbrevet, när hon snackar med Emma Derwinger, upphovsperson bakom Delicious Balle och balaklavahysterin som rätt i vår klass under vintern. Också Johanna Boman funderar över stickning som något mer hållbart. Siri Lindvall gör även hon debut som skribent när hon går in på sina modefavoriter i Euphoria. I övrigt skriver Gabriella Edman om konsten att klä upp sig – något som jag tror att vi alla längtar efter just nu – och Maja Morenius funderar kring det alltid aktuella ämnet influerarnas hållbarhet, något som också Tilde Malm går in på. Jag själv har snackat med skräddaren Max Osvald Denizou om hur det är att jobba på teater och vad han drömmer om att göra i framtiden och som alltid har vi med tre tips från Filippa Trajkovski.

Trevlig läsning önskar jag, njut av vårens analkande och ta hand om er och era kära

Varför slutade vi klä upp oss?

Av Gabriella Edman



Vi har hela livet på oss att vara avslappnade och vardagsklädda – det är dags att dra fram chiffongen och galna mönster. Dags att gå på fest, bjuda in till gala-liknande middagar, låtsas att du fått en inbjudan till Met-balen eller varför inte tvinga dina vänner ta kort på dig när du går över gatan iklädd tyll! VÅGA KLÄ UPP DIG!

Uppväxten utan influencers, innan tiden med sociala medier, gjorde att dom extravaganta kläderna bara syntes vid högtider eller på kändisar i Hollywood. Met-galan, Oscars och kanske nobelbanketten bjöd in oss

dödliga att för en kväll få se hur samhällets 'elit' klädde upp sig i de mest glamorösa plagg, och kanske drömer ni om att en dag få klä er lika extravagant. Så varför gör vi inte det?

Det enda tillfället jag personlig såg fram emot som liten var studentbalen, för där och då kunde mina drömmar om att klä upp mig antligen slå in. Balklänningen var obligatorisk och rädslan av att vara "för uppklädd" fanns inte. "Högtider, black-tie och bröllop är medelklassens oscarsgala", sa en vän till mig. Tråkigt nog vågar många av oss inte ens då låta fantasin sväva fritt i klädvalet och uppdelningen mellan man och kvinna begränsar många av oss när kvinnor

i regel ska bära klänning och män kostym.

Idag är det svårt att missa det avslappnade modet som gjort comeback från 1990- och tidiga 2000-talet. 'Du ska se ut som att du inte bryr dig' är trendigare än någonsin och kanske har det kommit med pandemins tuffa restriktioner och begränsade tillfällen att faktiskt klä upp sig som vi nu rör oss mot ett bekvämare mode. Jeans, sneakers och oversized skjorta är per definition ett säkert sätt att klä sig trendigt och "medvetet". Det avslappnade modet har i sig bidragit med diverse paradoxala känslor inom mig då vi antligen får "tillåtelse" att vara bekväma och samtidigt tren-



diga. Å andra sidan uppmärksammas den naturliga normsnygga skönheten kanske mer än någonsin och klädvalet upplevs oviktigt. Allt klär en skönhet eller vad man brukar säga. Trots detta ser jag mer och mer serier, filmer och sociala plattformar trycka ut bilder på unga människor med glamorösa, uppklädda silhuetter, nästan som att modevärlden vill att vi ska skapa fler tillfällen att klä upp oss. Så återigen, varför gör vi inte det?

Det finns absolut tillfällen i livet där en alltför uppklädd klädsel kan tyckas osmaklig, men vad händer om vi

bara för skojs skull vågar klä upp oss? Att ha en personlig stil eller att våga sticka ut i mängden kan bli vårens trend och kanske kan vi inspirera varandra att klä upp oss på ett sätt vi aldrig tidigare gjort.

Med denna text vill jag uppmana er att skapa tillfällen, våga vara överklädda och skita i vad fan någon tycker. KLÄ UPP ER! Det är lätt för mig att säga men se det som en hemläxa där vi tillsammans under april månad vågar klä oss utan att känna oro eller obehag i att sticka ut. Om inte annat - gör det för fina bilder, ha en tema-

fest eller spontan fotografering med dina vänner där era bästa och mest skrikiga plagg får vara en del av historien. Gör fotoalbum eller dela på sociala medier så att vi tillsammans kan blicka tillbaka på våra liv och inte känna att vi inte vågade klä upp oss. Kläder ska vara kul och säkert har du, likt mig, inte kunnat låta bli att med blicken följa personen på stan som vågade sticka ut just den dagen. Var den personen - tillsammans kan vi klä upp oss!



Knitting and mending.

So in style!

BOF calls it the hottest job in fashion. The pandemic's leisurewear boom and fashion's rising sustainability ambitions have pushed knitwear designers to the front of the industry's pecking order with an increase of 45 percent over the past 12 months.

The majority of my fashion-influenced friends knit. They do it as a hobby and for themselves and others to wear. The Balaclava was first out and people have been active on Instagram as a kind of micro-producing-selling-channel. This has now evolved and people are crazy about knitting and I believe skirts are the next thing that we will see knitted, as we're getting closer to spring and summer. I really see this DIY as a great substitute for consuming fast fashion and especially for the younger generation that shop even more second hand and make their own clothes.

I think that you also really can see the trend to mend – over all, small produced or re-used clothes are in focus, not the least in ACNE Studios "Emotional patch-working" the focus at their fashion show for FW22 where they show repairing as an act of self-expression.

Maybe It's just a phase or a minority of a generation who does this, but I hope it will grow and evolve for long term sustainability within the fashion business for a new way of consuming and producing textiles and fashion.

If you want to read more about knitting within high fashion and brands click [here](#).

Av Johanna Boman



Foto: William Sjöberg Dietsch

@Deliciousballe

Emma Derwinger, 22 år, är bosatt i Malmö pluggar modevetenskap. Här berättar hon om sitt stickande, balaclavas och @Deliciousballe för sin vän Cecilia Wennerström.

Varför började du sticka?

Jag hade stickat lite grann när jag var yngre och sedan för två år sedan så ville jag ha en balaclava. Då var de inte massproducerade eller trendiga, så jag bestämde mig för att sticka en egen. Det var väldigt svårt men efter ungefär två månader fick jag till en väldigt ruffig balaclava.

Hur började du sälja dina kreationer?

Det var faktiskt en tjej i klassen som sett att jag suttit och stickat på tåget på väg till Campus som undrade om jag kunde sticka en åt henne också – vilket jag jättegärna gjorde. Jag hade redan då stickat ett dussintal som jag skickat till släktingar och kompisar så det var väldigt kul att ha någon som faktiskt uttryckte att de ville ha en balaclava.

Av Cecilia Wennerström

Ja, det har märkts att dina balaclavas snabbt blev populära...

Ja, det är skitkul att så många har velat ha en. Jag tycker också att det är roligt att nu när balaclavan blev så trendig den här senaste vintern att folk väljer att inte köpa från H&M, Weekday eller massproducerade grejer, utan att de väljer att köpa en handgjord istället.

Hur mycket har du sålt?

Jag har inte helt kunnat hålla koll på ett exakt antal då i början stickade jag väldigt mycket under en kort tid men totalt, medräknat balaclavas, några mössor, väska och handvärmare, förmodligen cirka 50 olika saker sedan november 2021. Mina senaste kreationer har jag börjat numrera med etiketter.

Varifrån kom idén på namnet?

När jag stickade så mycket i vintras så blev jag så trött på att skriva balaclava och förkortade det, främst till mina kompisar, till balle för att göra det lite skojigare. Och sen så har jag ett matkonto [på Instagram] som heter @emmadelicious, och min vänner kallar mig ofta för Delicious. När jag skapade ett konto dedikerat till min stickning så ville jag ha ett skojigt namn så då blev det en sammanslagning av balle och delicious.



Har du något mål?

Inte direkt, så länge jag tycker det är kul och folk vill köpa kommer jag hålla igång. Men det jag siktar på just nu är att sticka färdigt min sommarkollektion som släpps den 15 april. Sommarkollektionen Knits and tits kommer innehålla lite olika klänningar, kjolar och toppar, men även en tröja och en väskmodell i lite olika storlekar. Allt kommer fortfarande vara made-to-order med valmöjligheter kring färg och detaljer!

Varifrån får du inspiration?

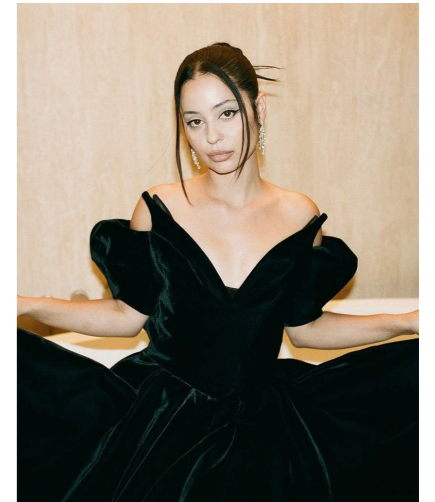
Jag gör främst made-to-order grejer som mina kunder beställer och då väljer de material, färg och passform. Så mycket av min inspiration kommer ifrån de som köper av mig helt enkelt. Men saker som jag gjort åt mig själv som min kantarell balaclava eller en hatt i form av en blåklocka är inspirerade av Elsa Beskow och drömska världar.

Euforiskt mode

Av Siri Lindvall

Det är svårt att undgå succéserien Euphoria. Serien har uppmärksammats av flera anledningar, inte minst på grund av huvudrollsinnehavaren Zendaya tillsammans med nya stjärnskott som Hunter Schafer, Alexa Demie och Sydney Sweeney. Euphorias grepp om samtida modetrender är ett faktum. Euphorias begåvade kostymdesigner Heidi Bivens har utan tvekan överträffat sig själv i seriens andra säsong. Där förstärker hon karaktärernas uppseendeväckande personligheter genom att kombinera vintage med high-end, ett enligt mig vinnande koncept. Här är tre av mina favoritoutfits från seriens andra säsong.

Alexa Demie som i serien spelar karaktären Maddy Perez iklädd ett vintagefynd designat av Thierry Mugler. Vampire Dress som klänningen ursprungligen döptes till presenterades för första gången i modehusets fall/winter kollektion 1991. Klänningen kommer från Aralda Vintage i Los Angeles.



Maude Apatow som porträtterar Lexi Howard bär en tartan-mönstrad miniklänning av Miu Miu. Klänningen kommer från en av modehusets senaste kollektioner och knyter an till karaktärens sofistikerade, trendiga och lekfulla stil. Detta är endast ett flertalet plagg från modehuset som Bivens valt att klä Apatow i under säsongen.

Maddy Perez tar enkelt hem priset för snyggaste garderob. Karaktären syns här iklädd en skjorta från Jacquemus, en av de mest uppmärksammade modehusen just nu. Självaste Simon Porte Jacquemus har till och med fattat tycke för Euphorias användning av hans kreationer, eftersom han nyligen delade ett Instagraminlägg på Demie iklädd denna ikoniska outfit.





Fan, vilket stort ansvar det känns som att vi har.

Av Maja Morenius

Efter snart två år av studerande i Lund har vi på modevetenskap ett ämne som återkommer i nästan alla kurser: hållbarhet. Modebranschen står tyvärr för en stor del av förstörandet av vår planet. Vi älskar kreativiteten den faktiskt innehåller, men som alltid finns det två sidor av ett mynt. Vår utbildning har givit oss en god insikt i vad modebranschen faktiskt gör med vår jord, alltifrån dess förorening och klimatavtryck till de hemska arbetsvillkor människor utsätts för. Och vi känner ett ansvar, ett ansvar som inte tas av många i branschen. Under de senaste åren har influencers påverkan genom sociala medier kommit att bli enorm. Idag

ser vi dem skapa kollektion efter kollektion med olika fast fashion-återförsäljare men också framväxten av influencers egna modevarumärken. Strävan efter att "claima" något är ingenting branschen saknar, den saknar dock något annat; hållbarhetstänk! Ja, jag gjorde ett ! då detta tyvärr är något de flesta varumärken och kollektioner saknar, och det gör mig ledsen. Vi är den generationen som har mest insikt i vad modebranschen gör med vår planet, samtidigt är vi den generationen som konsumerar mest genom tiderna. Det finns såklart ett par logiska anledningar till detta, som att tillgänglighet till konsumtion inte funnits på samma sätt som den finns idag, men det borde fortfarande inte vara så.

Jag tycker ändå att influencers med tusentals, om inte miljontals, följare har ett visst ansvar. Snälla, fortsätt med det ni gör, men gör det rätt. Vi behöver inte fler croppade blazers, vi behöver inte fler kostymbyxor, men vi behöver människor som tänker utanför boxen och som ser till att förändring sker och gör det möjligt för en klimatsmart konsumtion. Ännu ett trenddrivet företag är ingenting som kommer göra att det sker en förändring. Det spelar ingen som helst roll hur företagets hållbarhetstänk ser ut, så länge det är trenddrivet kommer det fortfarande användas resurser, resurser som vi inte har. Jag ser hur influencers påstår sig vara hållbara att genom att påpeka att "vi använder enbart återvunnet polyester" eller "vårt läder är en biprodukt", det spelar ingen roll! Trots att det läder du använder är en biprodukt bidrar du fortfarande till en hemsk köttindustri som också ger stora avtryck på vår miljö. Processen att återvinna fibrer till nya fibrer kräver också energi och kemikalier som har negativ inverkan på miljö och klimat. Återvunnen

fiber som basmaterial för en ny textilprodukt kräver liksom en ny råvara ett antal olika tillverkningssteg. Att använda återvunna fibrer i en ny produkt minskar bara den totala klimatpåverkan med fem till tio procent jämfört med att använda "nya" fibrer.

Philippa Parnevik sa för någon månad sedan; "If you are that passionate about fashion, come up with a brand that thinks about sustainability in every garment you make and kicks the fast fashion brands to the curb." Än så länge har jag sett ett "influencer-märke" som har ett bra tänk gällande hållbarhet, kläder som är relativt tidlösa, för en rimlig summa. För det är också ett problem när det kommer till ett hållbart märke, priset. Som influencer har du redan en stor skara följare. När du utvecklar ett varumärke måste du göra en affärs- och marknadsplan, du måste identifiera din målgrupp. Om priset på produkterna inte matchar din målgrupp kommer inte produkterna att säljas och du kommer bli hängandes med nyproducerade produkter som enbart har utnyttjat resurser som inte existerar. En influencer som har en följarskara med mestadels tonåringar kan inte ta fram ett varumärke där produkterna kostar tusentals kronor, produkter som målgruppen inte har råd att köpa - både för plånbokens och miljöns skull.

Missförstå mig rätt, jag är inte heller perfekt. Jag handlar inte bara hållbara kläder, men jag har inte heller samma påverkan och inflytande på människor som influencers har. Snälla fortsätt vara kreativa och fortsätt göra saker som gör er glada, men LÄS PÅ och gör om gör rätt!



Max

Osvald

Denizou –

Foto: Max Osvald Denizou

teaterskräddaren som vill göra kläder för riktiga människor

Av Alva Nyblom

Han jobbar som skräddare på Folkteatern i Malmö, men längtar efter att få skapa plagg som kommer att användas.

- Jag vill göra kläder för människor, säger han till Alva Nyblom när de möts över en öl.

Jag trillade över Max Osvald Denizous arbete på Redan Galleri i slutet av februari. Egentligen var det inte huvudobjekten - alltså de skräddade plaggen - som fångade min uppmärksamhet, utan de stora gamla lakanen som Max målat med svart färg på.

- Jag gjorde dem egentligen bara som pynt, det var inte meningen att de skulle säljas, säger Max med en öl framför sig på Scandwich.

Hans farfarskeps ligger bredvid honom på bänken, snusnäsduken är kvar runt halsen. Det känns inte som en högodsare att han är halvfransos och har studerat design och mönsterkonstruktion i Paris.

- Jag pluggade en kandidat, det tyckte jag fick vara nog eftersom jag tänkte att jag inte ville hålla på med mode utan mer kostym. Jag känner mig inte så hemma i modebranschen. Det kommersiella och trenderna...

Max Osvald Denizou har sytt så länge han kan minnas - "sen jag var typ fem" - och jobbar nu som skräddare på Stadsteatern i Malmö.

- Nu när jag gör kostym känner jag verkligen att nu vill jag hålla på mer med mode. Därför var det så roligt att få göra det på Redan, men det var superstressigt. Jag började jobba med det redan i januari, samtidigt som jag jobbade heltid på teatern. Det är därför jag kallade projektet för Nattsydd, för det var på nätterna jag hann sy.

Han skrattar.

- Jag såg det inte som en konstutställning, utan mer som en popup. Det kom förbi en gubbe och sa typ "jag ser bara kläder, varför ställer du ut det här, det är ju inte konst?" och jag sa att nej, jag har aldrig påstått att det är det!

"Behöver inte vara stor produktion"

Anledningen till att Max ställde ut alls på Redan Galleri var för att han känner ägarna. När en vecka mellan två andra utställningar var ledig under våren frågade de honom om han ville ha den.

- Jag hade gärna kunnat jobba med det på heltid. Ha en egen ateljé där jag kan sy och sälja mina plagg, utan någon chef. Få bestämma själv! Det kan inte bli någon stor produktion kanske, men det behöver det inte vara.

Allt material som han använder sig av köper han second hand.

- Jag har aldrig köpt nya kläder, så det känns naturligt. Jag tycker om när man ser patina på saker och ting. Det gör inget att det är lite halvslitet. Man kan hitta fina tyger som bara ligger.

Max Osvald Denizou trivs på teatern, men efter att ha drömt om att göra kostymer är han nu inne mer på att skapa kläder som är till för att användas och slitas.

- Det spelar ingen roll hur det ser ut inuti när det kommer till kostym, det ska hålla för att vara på scen och sedan för att hänga i ett förråd. Så jag kan vara inspirerad av det, men jag vill göra kläder för människor.

Nyårslöfte – ett år av second hand

Tilde Malm har lovat sig själv att endast köpa kläder second hand under hela 2022. I den här följetongen får vi följa hennes framsteg, utmaningar och funderingar kring att bli en mer medveten konsument.

Mars - del 3

Linn Ahlberg, Bianca Ingrosso och Hanna Friberg. Tre av Sveriges största influencers som tillsammans når ut till miljoner individer genom sina kanaler. I takt med att influencing blir mer accepterat som ett riktigt arbete blir det också ett allt mer attraktivt. Jag ser dock flera problem med detta där ett är att sysselsättningen helt och hållet grundar sig på att ständigt uppmana till konsumtion.

Som influencer besitter du en enormt stor makt. Du har möjligheten att påverka vad andra tänker, tycker och gör genom en skärm. Till skillnad från dagens andra medier har influencers byggt upp en personlig relation till sina följare och vad om inte en "vän" kan påverka dig i de val du gör? Men med detta utblir dock källkritiken, för det som influencers säger måste ju vara sant? Eller vill influencers bara ha makt och stora summor pengar men inte något ansvar?

Ett evigt konsumerande, aningslöshet och slösaktighet – det är vad många associerar influencerbranschen med. Men de finns de influencers som förstår vilken makt de bär på och vad deras arbete egentligen innebär. En av dem är Therése Lindgren. För några veckor sedan gick hon ut med att hon ska sluta marknadsföra fast fashion på sina kanaler. Tillsammans med det presenterade hon elva kriterier som hon och hållbarhetsexperten Jo-

hanna Leymann har sammanställt. Ett företag måste uppfylla samtliga kriterier för att hon ska vilja samarbeta med dem. Tanken med detta är att främst arbeta med företag som aktivt verkar för en minskad nyproduktion och som tar tillvara på det som redan finns.

När man har flera hundra tusen, kanske till och med miljoner, följare på sina sociala medier är det något som bör tas på allvar och något som bör användas till något positivt. Att använda sina kanaler rätt kan få sina följare att själva börja reflektera över saker och eftersom att de influeras av personen på andra sidan skärmen, förhoppningsvis göra samma smarta val. För hade folk vetat bättre hade de också gjort bättre.

Jag tycker att detta är ett otroligt initiativ som Therése Lindgren har tagit och jag hoppas på att detta kommer att inspirera fler i samma bransch att göra samma val. Tänk bara vilken effekt det skulle kunna få! Det är dock även upp till oss som följare att vara en del i förändringen. Välj därför att följa influencers som är medvetna om sin makt och faktiskt gör något bra med den. I nästa månads nummer kommer jag att tipsa om några!

Ses i april!

Tre korta...

Med Filippa Trajkovski

Att läsa...

Så fort I-D Magazine kom ut med sin The Out of Body-utgåva beställde jag hem den direkt. En intervju av Anne Collier och fotografen David Macke fångade mitt intresse lite extra där de samtalade om kropp och identitet.

"Every time I go to a museum I think about all the nudity in the sculpture and the paintings, and I watch the people looking at those works of art and not being offended because it's contextualised. And I think that context is really important."

Läs den [HÄR](#)

Att lyssna på...

Podcasten som fick mig att bli ännu mer intresserad av modebranschen! Fashion No Filter med Camille Cheriére och Monica Ainley.

Att titta på...

I samband med Internationella Kvinnodagen blev jag inbjuden till ett virtuellt event av [Meta Nordics](#) vars syfte var att lyfta kvinnliga profiler och entreprenörer och skapa gemenskap genom inspirerande intervjuer och panelsamtal. Eventet leddes av Eva Röse, skådespelerska och UNICEF-ambassadör, som intervjuade och samtalade med Pernilla Nyrensen, grundare av RevolutionRace, och Deqa Abukar, medgrundare av Bling startup, bland andra inspirerande och framgångsrika kvinnliga entreprenörer.