

Ingrid Lie

“Angelically elegant and demonically chic”

En kritisk diskursanalyse av klesdesignanmeldelser

Masteroppgave i kunstkritikk og kulturformidling

Norges teknisk-naturvitenskapelige universitet

Det humanistiske fakultet

Institutt for nordistikk og litteraturvitenskap

Trondheim høsten 2012

Innholdsfortegnelse

Forord	5
Sammendrag	7
1 Innledning	9
1.1 Kritikk av motekritikken	9
1.2 Problemstilling.....	12
1.3 Litterært grunnlag	13
1.4 Klesmotens vokabular	13
1.5 Forventninger til den kunstkritiske sjangeren	16
1.6 Strukturering av oppgaven.....	17
2 Motekritikkens historie: mellom kropp, kapital og kunst	19
2.1 Kropp – moral, likestilling og helse	20
2.2 Kapital – forbruk, etikk og bærekraft	28
2.3 Kunst – autonomi, mening og mote på museum	36
3 Metode: diskursanalyse	41
3.1 En kritisk innfallsvinkel.....	42
3.2 Analysematerialet	46
3.3 Vurderingskriterier som koding.....	50
4 Tekstanalyse: vurderingskriterier i klesdesignanmeldelser	53
4.1 Estetiske vurderingskriterier	54
4.2 Kommersiell verdi	70
4.3 Tekniske vurderingskriterier.....	74
4.4 Affektiv påvirkning	77
4.5 Andre vurderingskriterier	77
4.6 Ubegrunnede bedømmelser	78
4.7 Interessante avvik	80
5 Tolkning og forklaring: motekritikk som diskursiv- og sosial praksis	81
5.1 Mellom billedkunstkritikk og forbrukerjournalistikk.....	82
5.2 Normer og regler i medieinstitusjonen	89
6 Konklusjon: et estetisk-kommersielt kritikkparadigme	95
Litteraturliste	101
Vedlegg	115

Forord

Jeg har vokst mye i løpet av denne skriveprosessen, både faglig og personlig. For det første var det spennende å fordype seg i et så lite utforsket tema som klesdesignanmeldelser fra et akademisk ståsted. Jeg har lært mye om motehistorie, moteteori og praksiser i motejournalistikken. Samtidig har jeg fått en mer grunnleggende forståelse for hvorfor det er viktig å ha en offentlig meningsutveksling om kunst og design. Inspirasjonen til prosjektet kommer nemlig fra et personlig engasjement. Da jeg kjøpte mitt første Vogue en sommerdag i 1999 var det som dørene ble åpnet til en helt ny verden av fantasi og skjønnhet. Men enda lenger tilbake, helt siden jeg som liten begynte å sjekke pH-verdien i bekken bak barndomshjemmet på Notodden, har jeg også vært ivrig engasjert i miljøvern. Jeg klarte ikke, og klarer fremdeles ikke, å lukke øynene for alle de negative konsekvensene moteindustrien fører med seg og i mange år syntes derfor disse to lidenskapene å være uforenelige. Nå forstår jeg at det ikke er en motsetning mellom å være moteelsker og motekritiker. Tvert i mot.

For å gjennomføre denne masteroppgaven har jeg fått uvurderlig hjelp. Jeg vil først og fremst takke veilederen min Nina Lager Vestberg som har gitt meg koordinatene til å finne frem til det endelige målet og for å minne meg på å holde hodet hevet i utfordrende deler av oppgaveprosessen. Jeg vil også takke Ståle Rainer Strøm Finke som oppmuntret meg til å skrive masteroppgave om klesdesign. Tore Kirkholt fortjener også en takk fordi han sa seg villig til å være "nødveileder" de siste ukene før innlevering når Lager Vestberg gikk ut i svangerskapspermisjon. Jeg vil takke familie og venner som har heiet på meg fra sidelinjen og min kjære samboer for stadig oppmuntring, korrekturlesing og ikke minst for en ny datamaskin med stor skjerm som gjorde uendelige timer med skrivearbeid mer behagelige. Til slutt vil jeg takke den lille, gode gjengen i KRIT '10-kullet. På grunn av dere har jeg aldri angret på at jeg flyttet tilbake til Trondheim og begynte på masterstudiet i kunstkritikk og kulturformidling.

Nå er det endelig juleferie!

Ingrid Lie, Trondheim 2. desember 2012.

Sammendrag

I en masteroppgave i journalistikk fra 2007 undersøkte Kjersti Skar Stårvik norske kvinnemagasiners motestoff og konkluderte blant annet med at det ikke fantes innhold med kritisk vinkling. I denne oppgaven tar jeg opp tråden fra Skar Stårviks undersøkelse og analyserer kritisk motejournalistikk der den faktisk finnes, i klesdesignanmeldelser i engelske og amerikanske nettpublikasjoner. Mitt eget inntrykk av klesdesignanmeldelser i forkant av dette prosjektet var at de er nokså konforme innholdsmessig og med en tendens til å bedømme de fleste kleskolleksjoner positivt, som om de var styrt av et sett med regler og normer for hvordan klesdesign skal vurderes. Dette ledet til problemstillingen om i hvilken grad det finnes et rådende kritikkparadigme i den nettbaserte motejournalistikken, og hvordan dette kom til uttrykk i klesdesignanmeldelser av kleskolleksjoner under de internasjonale moteukene høsten 2011.

For å svare på problemstillingen anvendte jeg metoden kritisk diskursanalyse. Dette innebar å foreta en tekstanalyse, for deretter å undersøke hvilke sjangre og diskurser det trekkes på i tekstene og hvilke sosiale kontekster som påvirker denne praksisen. Analyse materialet var et utvalg på 60 klesdesignanmeldelser og sammenligningsgrunnlaget var hvilke *vurderingskriterier* motejournalistene anvendte når de vurderte kleskolleksjoner og hvordan disse ble anvendt. Resultatene jeg kom frem til var at estetiske vurderingskriterier og kommersiell verdi utgjorde over 88 % av den totale kriteriebruken. Temaer som moral, politikk og etikk ble ikke problematisert og det var kun antydning til negativ kritikk i mindre enn én femtedel av tekstene.

Sjangermessig er klesdesignanmeldelsene en slags kombinasjon av billedkunstkritikk og forbrukerjournalistikk. Fusjonen av sjangrene skjedde på starten av 1990-tallet på samme tid som da *The New York Times* ansatte sin første motekritiker, muligens som følge av en større tendens til hybridisering av kunst og kapital i postmodernismen. Selv om den kunstkritiske sjangeren er uvanlig i motejournalistikken, virker det som institusjonelle normer og regler i mediestrukturen, som det tette båndet mellom moteredaksjoner og motebransjen, legger føringer for hvordan kritikken skal utøves. Konklusjonen er at det i høy grad eksisterer et estetisk-kommersielt kritikkparadigme i den nettbaserte motejournalistikken og at dette kommer til uttrykk gjennom vurderingsgrunnlaget i klesdesignanmeldelser.

1 Innledning

1.1 Kritikk av motekritikken

“Men han har jo ikke noget på!” sagde et lille barn. “Herre Gud, hør den uskyldiges røst!” sagde faderen; og den ene hviskede til den anden, hvad barnet sagde. “Han har ikke noget på, er der et lille barn, der siger, - han har ikke noget på!” “Han har ikke noget på!” råbte tilsidst hele folket. Og det løb kejseren koldt ned ad ryggen, thi han syntes, de havde ret, men han tænkte som så: “Nu må jeg holde processionen ud.” Og så holdt han sig endnu stoltere, og kammerherrerne gik og bar på slæbet, som slet ikke var der.¹

I Hans Christian Andersens velkjente eventyr fra 1837 er det et lite barn som til slutt påpeker det ingen andre turte å si om keiserens klær, eller mangelen på sådanne. De voksne hadde gått fem på når to bedrageriske designere hevdet at de nye klærne var usynlige for dem som ikke dugde i jobben sin eller var dumme og ingen ønsket å bli avslørt som hverken udugelig eller dum. Jeg påstår ikke at klesdesignere er bedragere eller at motekritikere er som barn, men det danske eventyret viser at oppriktig motekritikk avhenger av at kritikeren ikke kjenner til eller bryr seg om normene som ellers får mange til å liste seg stille rundt i motebransjens ganger.

Det er ikke rart at begrep som motekritiker og motekritikk ikke vekker umiddelbare assosiasjoner. Selv om klesmote har blitt problematisert i århundrer, er motekritikk som litterær sjanger kun omlag 20 år gammel. I 1993 ansatte *The New York Times* for første gang en journalist med særlig ansvar for å skrive anmeldelser av de nyeste kolleksjonene til klesdesignere og det var på denne tiden at yrkestittelen “fashion critic” eller “motekritiker” ble tatt i bruk.^{2 3} Motekritikksjangeren har heller ikke blitt særlig utbredt siden den gang. Så vidt jeg vet er den engelske publikasjonen *Address – Journal for Fashion Writing and Criticism* det eneste papirmagasinet dedikert til motekritikk per i dag.⁴

¹ Hans Christian Andersen, *Keiserens nye klæder* (København: Forlaget Skandinavia, 1984), 22.

² Richard Martin, “Addressing the dress,” i *The crisis of criticism*, ed. Maurice Berger (New York: The New Press, 1998), 53.

³ Cynthia Haven, “The Times’ fashion critic talks about the business,” *Stanford Report*, 21. oktober, 2010, besøkt 29. april, 2012, <http://news.stanford.edu/news/2010/october/fashion-critic-horyn-102110.html>

⁴ “About Address,” *Address. Journal for fashion writing and criticism*, besøkt 21. november, 2011, <http://addresspublications.com/about.html>

I Norge er motekritikk enda sjeldnere, om en ser bort i fra Jan Thomas terningkast for sladderpressen. Den nasjonale nettportalen for kunstkritikk, *kunstkritikk.no*, har kun publisert én anmeldelse av klesdesign siden nettstedet ble opprettet for snart ti år siden.⁵ En fem år gammel masteroppgave om norsk motejournalistikk viser dessuten at norske mote- og kvinnemagasiner er nærmest kjemisk rensket for innhold med kritisk vinkling.⁶ Klesdesignanmeldelser finnes først og fremst i utenlandske og nettbaserte motemagasiner og nettaviser, som allerede nevnte *The New York Times*.

Motstand mot den motekritiske sjangeren kommer fra flere hold. Negativ omtale synes for eksempel å være et sårt tema for flere klesdesignere som sanksjonerer journalister etter selv lett negative bemerkninger. I 2001 ble for eksempel Suzy Menkes utstengt fra visningene til alle designerne som tilhører det franske konsernet Moët Hennessy Louis Vuitton (LVMH). Dette skjedde etter at hun skrev en anmeldelse av John Gallianos visning med spørsmålet “Isn’t there enough aggression in the world without models snarling at the audience?”⁷ Senest i år ble dessuten Pulitzer-prisvinnende Robin Givhan henvist flere rader bakover på en av Karl Lagerfelds visninger etter at hun fikk publisert artikkelen “Is Chanel Designer Karl Lagerfeld Spread Out Too Thin?” i *The Daily Beast*.⁸

Som følge av internettets utvikling utover 1990- og 2000-tallet har også selve legitimiteten til profesjonelle motekritikere blitt utfordret. Bilder og videoopptak av nye kleskolleksjoner publiseres umiddelbart etter, om ikke direkte under catwalkvisningen. Det som pleide å være forbeholdt spesielt inviterte har blitt offentlig og hvem som helst kan avsi en dom over de nyeste kolleksjonene på blogger og netttforum. Dette har ført til at flere har stilt spørsmålet om det i det hele tatt er behov for profesjonelle motekritikere lengre.⁹

I en spalte for *V Magazine* i september 2011 går for eksempel popstjernen og stilikonet Lady Gaga til angrep på det hun selv kaller “Extreme Critic Fundamentalism”. I følge Gaga har profesjonelle motekritikere utspilt sin sjanse ved å uttrykke seg på en måte som er

⁵ Cecilie Mossige, “Frelserne kommer?” *Kunstkritikk*, 27. august, 2008, besøkt 16. april, 2012, <http://www.kunstkritikk.no/kritikk/frelserne-kommer/>

⁶ Kjersti Skar Stårvik, “En undersøkelse om norske kvinnemagasiners moteskribenter og motestoff” (Masteroppgave i journalistikk, Universitetet i Oslo, 2007), 63.

⁷ John Seabrook, “A Samurai in Paris,” *Booknoise.net*, 17. mars, 2001, besøkt 4. desember, 2011, <http://www.booknoise.net/johnseabrook/stories/design/menkes/>

⁸ Charlotte Cowles, “Robin Givhan’s Critique of Karl Lagerfeld Cost Her a Front-Row Seat at Chanel,” *New York Magazine*, 3. august, 2012, besøkt 5. august, 2012, <http://nymag.com/thecut/2012/03/robin-givhan-karl-lagerfeld-front-row-seat-at-chanel.html>

⁹ Haven, “The Times’ fashion critic talks about the business.”

grunnleggende negativ og direkte fornærmende og at kritikken heller bør komme fra motebloggere som 16 år gamle Tavi Gevinson, som hun mener er genuint interessert i faget.¹⁰

Gagas påstander om en grunnleggende negativ motekritikk stemmer dårlig overens med mitt personlige inntrykk av klesdesignanmeldelser. Fra starten av 2000-tallet har jeg lest en rekke anmeldelser fra ulike nettpublikasjoner i forbindelse med de internasjonale moteukene og erfaringen min tilsier at negative vurderinger hører til sjeldenhetene. Jeg har i tillegg ofte en følelse av å lese den samme teksten om og om igjen, som om journalistene har fulgt en slags mal når de skrev anmeldelsene. Den amerikanske kunst- og motehistorikeren Richard Martin hadde kanskje derfor et interessant poeng når han allerede i 1998 hevdet at det største problemet med motekritikken ikke er egensindige skribenter, men heller miljøet kritikken skal produseres i samt mangelen på faglig grunnlag. I artikkelen *Addressing the dress* skriver han:

Occasional mischievous or wayward writers or persuaders may be a smaller problem than the general environment of vitiated objectivity and of unquestioning enthusiasm in avoidance of critical judgement. Further, the lack of buttressing – or enforcing – by a collateral academic discipline of historical and critical study like that of art history, theory, and critical studies may leave the journalist-critic without immediate resource to a critical model, even as the blandishments of cooperation and congratulations arrive.¹¹

Hvis Martins antakelser er riktige og gyldige fremdeles, kan det tyde på at årsaken til den tilsynelatende standardiserte motekritikken og mangelen på negative vurderinger finnes i praksiser innenfor motejournalistikken som institusjon. Slike praksiser kan legge føringer for hvordan journalistene skriver klesdesignanmeldelser, lik et sett med normer og regler for hva tekstene skal inneholde og uttrykke. Om noe slikt forekommer kan det betraktes som et kritikkparadigme, det vil si et slags mønstereksempel eller fremherskende tenkemåte omkring hvordan motekritikk skal utøves innenfor den nettbaserte motejournalistikken.¹²

¹⁰ Miss Gaga, "Gaga Memorandum No. 3," *V Magazine*, september, 2011, besøkt 13. februar, 2012, <http://www.vmagazine.com/2011/09/gaga-memorandum-no-%E2%80%893/>

¹¹ Martin, "Addressing the dress," 56 – 57.

¹² Tor Guttu, "Paradigme," *Norsk Ordbok*, besøkt 15. september, 2011, <http://www.ordnett.no/search?search=paradigme&langno>

1.2 Problemstilling

Med utgangspunkt i egne erfaringer og den generelle kritikken av motekritikk ønsker jeg å undersøke om det er noe som styrer produksjonen av klesdesignanmeldelser. Oppgavens overordnede problemstilling kan sammenfattes som:

I hvilken grad finnes det et rådende kritikkparadigme innenfor den nettbaserte motejournalistikken, og hvordan kom dette til uttrykk i anmeldelser av kleskolleksjoner under de internasjonale moteukene høsten 2011?

Med rådende kritikkparadigme mener jeg et sett med normer og regler eller et mønstereksempel som legger føringer for hvordan klesdesignanmeldelser produseres. I selve paradigmebegrepet ligger det dessuten et premiss om at mønstereksempelet har vært eller kunne vært annerledes, så spørsmålet om forandring fra tidligere mønstre og alternativer til paradigmet er også sentralt. For å sette den nåtidige praksisen med klesdesignanmeldelser i et historisk perspektiv vil jeg derfor forsøke å kartlegge de viktigste temaene i motekritikken fra slutten av 1700-tallet og frem til i dag. Som det kommer frem i det innledende avsnittet finnes sjangeren klesdesignanmeldelser først og fremst i nettbaserte motemagasiner og nettaviser. Jeg kommer derfor til å bruke tekster fra nettpublikasjoner som analysemateriale. Siden dette prosjektet startet høsten 2011 var det naturlig å velge anmeldelser som ble skrevet i forbindelse med de pågående moteukene i New York, London, Milano og Paris.

Jeg har anvendt kritisk diskursanalyse for å svare på oppgavens problemstilling med utgangspunkt i klesdesignanmeldelser. Dette er en teori og metode for å undersøke forholdet mellom tekst og bredere sosial praksis. Ved å identifisere mønstre i det tekstlige innholdet i klesdesignanmeldelser kan jeg teoretisk sett få større innsikt i både hvordan tekstene er frembrakt og hvilke sosiale praksiser som påvirker denne produksjonen. Den engelske professoren Norman Faircloughs innfallsvinkel til gjennomføring av kritisk diskursanalyse har lagt grunnlaget for hvordan jeg gjennomførte tekstanalysen og hvordan jeg tolket og forklarte analyseresultatene.

1.3 Litterært grunnlag

Selv om klesmote stadig oftere undersøkes som et seriøst og viktig tema i akademia har ikke sjangeren klesdesignanmeldelser fått stor oppmerksomhet. Den eneste faglige artikkelen jeg har funnet som omhandler temaet direkte er den allerede nevnte artikkelen *Addressing the dress* som ble utgitt i antologien *The crisis of criticism* i 1998. Mye kan allikevel ha endret seg i motekritikken siden Richard Martin skrev artikkelen for 14 år siden. Jeg har heller ikke funnet konkret forskning på motekritikk i Norge. Den mest relevante teksten er antakeligvis Kjersti Skar Stårviks masteroppgave i journalistikk fra 2007 kalt “En undersøkelse om norske kvinnemagasiners moteskribenter og motestoff”. Her konstaterer i hvert fall Skar Stårvik at motekritikk er fraværende i norsk motejournalistikk. Det konkrete analyse materialet, det vil si klesdesignanmeldelser skrevet høsten 2011, vil derfor være den viktigste kilden til kjennskap om den kritiske diskursen i den nettbaserte motejournalistikken. Temaer knyttet til klesmote og klesdesign som har vært spesielt utsatt for problematisering og kritikk i de siste århundrene har jeg utledet fra litteratur om motehistorien. Jeg har også brukt litteratur om kunstkritikk for å sammenligne klesdesignanmeldelser med generelle forventninger til den kunstkritiske sjangeren.

1.4 Klesmotens vokabular

I denne oppgaven anvender jeg en del ord og uttrykk knyttet til klesmote og klesdesign og vil derfor gjøre rede for noen av dem innledningsvis. Selve begrepet mote er omdiskutert og det eksisterer ingen allment akseptert definisjon på hva det betyr og omfatter. Jeg kommer ikke til å drøfte ulike oppfatninger av begrepet, men nøyer meg med å klargjøre hvordan ordet forstås og brukes i denne oppgaven. Jeg har tatt utgangspunkt i definisjonen av mote i boken *The Fashion Reader* av Linda Welters og Abby Lillethun fra 2007 hvor det oppsummeres som “changing styles of dress and appearance that are adopted by a group of people at any given time and place.”¹³

¹³ Linda Welters og Abby Lillethun, *The Fashion Reader* (Oxford: Berg, 2007), ix.

Slik Welters og Lillethun oppfatter det, er altså mote forandringer i klesstil og utseende som aksepteres av en gruppe mennesker på et gitt sted og tid. Forandring er altså en sentral del av motebegrepet. I for eksempel oldtidens Hellas eksisterte ikke klesmoten slik som vi oppfatter den i dag, siden klesstiler forble uforandret i lang tid over flere generasjoner. Moten oppstod først i Europa i senmiddelalderen når de rådende klesstilene begynte å endre seg i løpet av en generasjon og mennesker begynte å skifte ut klær på grunn av stil, ikke fordi de var utslitt.¹⁴

I klesmotens vokabular betyr begrepet *stil* betyr en kombinasjon av silhuett, konstruksjon, tekstiler og detaljer som skiller et objekt fra andre objekter i samme kategori. Nye stiler skapes både av klesdesignere og i subkulturer, såkalt gatestil. Gamle stiler hentes også frem igjen og brukes på nytt, for eksempel ved bruk av vintageklær eller nye klær inspirert av tidligere stiler, kalt historisme.¹⁵ Men for at stilen skal bli mote, må den altså tas i bruk av en gruppe mennesker. Det blir på en måte feil å kalle klesdesigneres nyeste kolleksjoner for mote før en vet om klærne kommer til å brukes av en gruppe mennesker eller stilen på klærne blir kopiert. De aller fleste klesdesignere er derimot, bevisst eller ubevisst, påvirket av generelle endringer i smak og klesstil og følger derfor moten selv. På grunn av dette mener jeg det er greit å bruke begrepet motekritikk også om anmeldelser av nye kleskolleksjoner.

Frem til 1800-tallet ble klær hovedsakelig sydd på bestillinger basert på kundenes egne ønsker og moteriktige klesstiler ble skapt i samarbeid mellom rike, aristokratiske kvinner og skredderne deres. Midt på 1800-tallet ble imidlertid denne praksisen radikalt endret da innovative franske skreddere begynte å diktere hvordan klærne skulle se ut på egenhånd for deretter å selge det ferdige designet tilpasset kunden, såkalt haute couture.¹⁶

Frem til midten av 1900-tallet hadde franske klesdesignerne nærmest monopol på moteskaping. Men da Paris ble okkupert og avsondret fra resten av verden under Andre Verdenskrig økte fokuset på designere fra andre land. Som konsekvens av dette er det i dag motemetropoler over hele verden.¹⁷ Fra 1970-tallet ble det stadig mer vanlig at klesdesignere lager kolleksjoner som masseproduseres i standardiserte størrelser i tillegg til eller i istedenfor haute couture, såkalt prêt-à-porter eller ready-to-wear.¹⁸

¹⁴ Welters og Lillethun, *The Fashion Reader*, ix.

¹⁵ Welters og Lillethun, *The Fashion Reader*, ix.

¹⁶ Alexandra Palmer, "Haute Couture," i *The Berg Companion to Fashion*, ed. Valerie Steele (Oxford: Berg, 2010), 392 – 396.

¹⁷ Francesca Sterlacci, "Fashion Designer," i *The Berg Companion to Fashion*, ed. Valerie Steele (Oxford: Berg, 2010), 283 – 285.

¹⁸ Welters og Lillethun, *The Fashion Reader*, 66.

I media får gjerne den enkelte klesdesigneren æren for å ha laget hele kleskolleksjoner alene, slik det gjerne fungerte på slutten av 1800-tallet og første halvdel av 1900-tallet. Sannheten i dag er at det som regel står et helt team bak design- og produksjonsprosessen, som egentlig kunne bli kalt produktutvikling. For enkelhets skyld kommer jeg allikevel til å referere til sjefsdesigneren eller navnet på motehuset når jeg omtaler disse i tekstanalysen og ellers i oppgaven. Ideer til kolleksjoner utvikles i opptil ett år før de ferdige plaggene er klare til presentasjon. Designteamet velger tekstiler, lager mønster og syr prøveplagg.

Kleskolleksjonene, som er en samling av vareprøver, vises under moteuker i leide lokaler eller i motehusenes egne utstillingslokaler. Haute couture-kolleksjoner presenteres bare to ganger årlig i Paris, men ready-to-wear kan bestå av opptil fem kolleksjoner i året. Det ferdige klesdesignet havner vanligvis ikke ut i butikkhyllene før mange uker eller måneder etter de ble vist for første gang.¹⁹

Til slutt vil jeg forklare litt generelt om yrket motejournalist, siden jeg antar at det først og fremst er motejournalister som har skrevet klesdesignanmeldelsene jeg analyserer i denne oppgaven. Selv om motejournalistikk har eksistert siden 1700-tallet ble det regnet som en lite seriøs type journalistikk inntil amerikanske Virginia Pope begynte å skrive rapporter fra haute couture-visningene i Paris i *The New York Times* i første halvdel av 1900-tallet. Selv om motenyhetene ble spredd langsomt i starten, ble det etter hvert vanlig å skrive rapporter om nye kleskolleksjoner rett etter visningen på samme måte som i sportsjournalistikken. Eugenia Sheppard får æren for å være en av de første som gjorde motejournalistikken underholdende på 1950-tallet, blant annet ved å snike seg inn på lukkede visninger til fornemme motehus som Balenciaga.²⁰

Det er flere måter å bli motejournalist på. Noen motejournalister har studert klesdesign, andre journalistikk, media og kommunikasjon. Andre har ingen formell utdanning, men har isteden jobbet seg oppover til stillingen. Typiske oppgaver for motejournalister er i dag å skrive om nye trender, rapportere klesdesigneres nyeste kolleksjoner, formidle generelle nyheter fra bransjen og intervju mennesker som jobber med mote. Motejournalisten kan jobbe både i trykket presse og for nettpublikasjoner, og være fast ansatt eller frilans.²¹

¹⁹ Welters og Lillethun, *The Fashion Reader*, 350.

²⁰ Marylou Luther, "Fashion Journalism," i *The Berg Companion to Fashion*, ed. Valerie Steele (Oxford: Berg, 2010), 293.

²¹ Carol Brown, *Fashion & Textiles. The Essential Careers Guide* (London: Laurence King Publishing Ltd, 2010), 77 – 80.

1.5 Forventninger til den kunstkritiske sjangeren

Billedkunstkritikk var en av de mange nye dannelser som så dagens lys i den franske opplysningstiden. Selv om analyser og vurderinger av billedkunst i forskjellige sammenhenger har eksistert i lang tid før dette, var det altså nytt med en sjanger som til stadighet arbeidet med å vurdere samtidens kunst. Sjangeren oppstod som følge av tidsåndens krav til opplysning og retten til å framsette offentlig kritikk og det første initiativet til kunstkritikk kom fra Det Kongelige Franske Kunstakademi i Paris. Bakgrunnen for dette var etableringen av de offentlige salongutstillingene som ble holdt først hvert år og deretter annet hvert år i Louvre. Kunstakademiet ønsket en offentlig diskusjon om billedkunsten som ble utstilt der for å danne både kunstnere og publikum.²²

Selve ordet kritikk er avledet fra det greske verbet *krinein*, som betyr å skjelne, avgjøre eller dømme. Kritikk er altså en bedømmelse. En kritisk bedømmelse innebærer at en betrakter noe, vurderer det og deretter dømmer. Selv om den dagligdagse betydningen av ordet kritikk gjerne henger sammen med negativ bedømmelse, kan det i ordets rette forstand også være positiv bedømmelse. Kunstkritikkens formål er å tjene som en offentlig kvalitetsbedømmelse og være et innlegg i den løpende debatten om hva slags kulturytringer vi er tjent med. Som en journalistisk tekst er kritikken en subjektiv, faglig vurdering i motsetning til for eksempel reportasjen, der journalisten kun beskriver det hun eller han har sett.²³

I følge Berit Solhaug og Inger Stavelin bør en kunstanmeldelse inneholde en faglig vurdering av arbeidene til kunstneren og formidle journalistens opplevelse av, i dette tilfellet, kunstutstillingen. Anmeldelsen er også en god anledning til å drive folkeopplysning, det vil si lære leserne noe om kunsten som anmeldes. Dessuten bør det være rom for polemikk og debatt. I tillegg til en faglig og en subjektiv vurdering, inneholder kunstanmeldelsen også vanligvis beskrivelser av kunstverket eller kunstverkene, kunsthistorisk plassering og beskrivelse av teknikk.²⁴

²² Kasper Nefer Olsen et al., *Diderot. Salonerne 1759 – 1781. Den moderne kunstkritiks fødsel* (Hellerup, Edition Bløndal, 1997), 13 – 14.

²³ Thore Roksvold, *Kritikk av kunst, bok og musikk* (Fredrikstad: Institutt for Journalistikk, 1994), 5 – 11.

²⁴ Berit Solhaug og Inger Stavelin, "Kunsten å skrive om kunst", i *Kritikk av kunst, bok og musikk*, ed. Thore Roksvold (Fredrikstad: Institutt for Journalistikk, 1994), 29.

Begrepe kunstkritikk og anmeldelse brukes gjerne om hverandre. Hvis en skal peke på forskjeller mellom dem, er det antakeligvis riktig å si at kunstkritikk betegner mer teoretisk-akademiske artikler i tidsskrifter og noen aviser og at anmeldelser er de litt enklere og kortere tekstene en finner i dagspressen. Dessuten kan kunstkritikken gjerne ta for seg eldre verk, men anmeldelsene skal i likhet med nyhetene være aktuelle.²⁵ I denne oppgaven blir begrepe kritikk, kunstkritikk og anmeldelse for øvrig brukt litt om hverandre.

1.6 Strukturering av oppgaven

Innledningsvis har jeg gjort rede for kritikk av den nåtidige motekritikken, mitt eget inntrykk av sjangeren klesdesignanmeldelser, oppgavens overordnede problemstilling, samt avgrenset prosjektets omfang i tid, sted og litterære grunnlag. Jeg har også forklart sentrale begreper relatert til klesmote og gjort rede for generelle forventninger til den kunstkritiske sjangeren. I neste kapittel presenterer jeg en oversikt over sentrale temaer i motekritikkens historie i den vestlige verden fra slutten av 1700-tallet og frem til i dag. I tredje kapittel gjør jeg rede for kritisk diskursanalyse som teori og metode, samt hvordan jeg valgte ut analyse materialet og hvordan jeg gjennomførte tekstanalysen. Tekstanalyseresultatene presenteres i oppgavens fjerde kapittel og blir tolket og forklart i femte kapittel. I sjette og siste kapittel oppsummerer jeg hovedfunnene i analysen og forsøker å sammenfatte en konklusjon på problemstillingen om kritikkparadigmet i den nettbaserte motejournalistikken basert på disse resultatene. Etter siste kapittel følger litteraturliste og kildevisninger til illustrasjoner, samt vedlegg.

²⁵ Cecilie Wright Lund, *Kritikk og kommers. Kulturdekningen i skandinavisk dagspresse* (Oslo: Universitetsforlaget, 2005), 15.

2 Motekritikkens historie: mellom kropp, kapital og kunst

Det er stor enighet blant motehistorikere om at klesmoten begynte i Europa på 1300-tallet, samtidig med økende handel, større bysamfunn og mer raffinement ved de kongelige hoffene. Selv om klær og kroppsdekorasjon allerede hadde eksistert i et par hundre tusen år, skulle ikke klær lenger bare være funksjonelle og klesdesign repeterende, men hele tiden framsette noe nytt og være originalt, kreativt og skapende. Disse stadige endringene har gitt ustanselig rom for debatt knyttet til mange forskjellige temaer.²⁶ Hvis en diskurs forstås som en måte å uttrykke seg på som gir betydning til opplevelser fra et bestemt perspektiv, kan en si at motekritikken har kommet fra mange forskjellige perspektiver de siste århundrene.²⁷

Siden jeg ikke har funnet litteratur som kun tar for seg motekritikkens historie, har jeg forsøkt å lage en oversikt selv basert på diskusjoner i motehistorien slik de fremstilles i tre sentrale verk. Elizabeth Wilsons *Kledd i draumar* fra 1989 ansees som en klassiker i motelitteraturen. Selv om boken er over 20 år gammel, er den unik i det henseende at Wilson både forsvarer klesmote som et seriøst og viktig tema, samtidig som hun ikke går av veien for å drøfte blant annet moteindustriens skyggesider. Det andre verket er antologien *The Fashion Reader* fra 2007, hvor Linda Welters og Abby Lillethun har samlet betraktninger omkring motehistorie og moteteori fra en rekke forfattere. Det tredje verket er den omfattende moteencyklopedien *The Berg Companion to Fashion* fra 2010 som er redigert av Valerie Steele. Jeg har også supplert med utdrag fra annen litteratur der det følte nødvendig med utdyping.

Historien om motekritikk starter sannsynligvis ved motens begynnelse, men siden den utvalgte litteraturen ikke belyser middelalderen i særlig grad har jeg valgt å starte min egen fremstilling på slutten av 1700-tallet. For å gjøre historien mer oversiktlig har jeg delt inn kapittelet i de tre hovedtemaene kropp, kapital og kunst som jeg mener oppsummerer de store linjene i problematisering av klesmote. Under disse hovedtemaene vil jeg gjennomgå mer spesifikke kritikker og holdninger knyttet til moral, likestilling, helse, forbruk, etikk, bærekraft, samt drøfting av klær som meningsbærende og som kunstform. Selv om jeg har forsøkt å lage en kronologisk fremstilling, vil de problematiske temaene tidvis overlappe hverandre historisk og fortellingen vil derfor hoppe litt frem og tilbake i tid.

²⁶ Welters og Lillethun, *The Fashion Reader*, xxi.

²⁷ Winther Jørgensen og Phillips, *Diskursanalyse som teori og metode*, 79 – 81.

2.1 Kropp – moral, likestilling og helse

Problematismen av klesmoten knyttet til menneskekroppen har kretset rundt temaer som moral, likestilling og helse. Kristendommen knyttet seksualitet sammen med en følelse av skyld og menneskekroppen til skam og noen av de tidligste innvendingene mot klesmoten var av moralsk karakter. Enhver klesstil som viste for mye bar hud eller på annen måte rettet oppmerksomhet mot den nakne kroppen var umoralsk fordi den spilte på seksuelt begjær. Mote omtales ofte som et kvinnefenomen selv om dette ikke stemmer historisk. Frem til tidlig på 1800-tallet var det nemlig særlig velstående menn som fulgte motene. Kvinnenes roller var mer restriktive. De kledde seg tradisjonelt og konservativt etter de nådde en viss alder og ble gift. Menn kunne derimot følge moten hele livet.²⁸ Dette ble tydeligvis raskt glemt, for kritikken har senere stort sett vært rettet mot stiler i kvinnemoten. Helsefare og plager knyttet til klær i bestemte tekstiler samt kroppsmodifisering gjennom bruk av plagg som korsetter og høye hæler har også skapt debatt.

Moral og kvinneundertrykking

Tidlig på 1780-tallet forårsaket den franske dronningen Marie Antoinette litt av en skandale da hun lot seg portrettere i en såkalt “chemise dress”. Chemise kan oversettes til underkjole på norsk og kjolen var laget i hvit muselin i en rett fasong med høyt liv. Selv om Antoinette var et moteikon på sin tid, ble dette antrekket kritisert for å være for uformelt for en dronning og i Paris gikk rykteflommen om at dronningen hadde blitt malt i bare undertøy.^{29 30}

Selv om chemise-kjolen ble et akseptert og populært plagg på starten av 1800-tallet, var fremdeles klesmoten preget av sterke moralske føringer hele dette århundret og kvinner ble vurdert etter motstridende verdier. De skulle både vise at de hadde god smak og fulgte moten, samtidig som de skulle være strengt moralske og ivareta ikke-materielle verdier. Å balansere disse motstridende idealene var en pågående beskjeftigelse for kvinner på denne tiden og motemagasinene var fulle av råd om hvordan de burde te og kle seg til forskjellige anledninger. Ikke helt ulikt vår egen tid, kanskje.

²⁸ Welters og Lillethun, *The Fashion Reader*, 4.

²⁹ Welters og Lillethun, *The Fashion Reader*, 18.

³⁰ Se illustrasjon 1 på neste side.



Illustrasjon 1: Marie Antoinette portrettert av Élisabeth Vigée-Lebrun i 1783 i en undertøylignende kjole som ble kritisert for å være for uanstendig for en dronning.

I 1860-årene kretset de moralske debattene om kvinnemoten rundt en arketype kalt “The Girl of the Period”, som var hentet fra en artikkel av Eliza Lynn Linton i *Saturday Review*. Linton var bekymret for den lave moralen til unge, motebevisste kvinner som brukte sminke. Disse stod i kontrast til en annen arketype, “The Angel in the House” som ved å dedikere seg til ektemannen og husarbeid var i tråd med det viktorianske idealet.³¹

Ettersom kvinner tok stadig større del i yrkeslivet og flere fritidsaktiviteter i løpet av 1800-tallet, økte behovet for en mer praktisk klesstil og ideer om en reform av kvinnemoten ble frontet av amerikanske kvinneverrettighetsaktivister. De første buksene, så kalte bloomers, var oppkalt etter Amelia Bloomer som beskrev antrekket i feministtidsskriftet *Lily* i 1851. Den nye stilen møtte fiendtlige reaksjoner, spesielt av menn og i konservative tidsskrifter, men en liten gruppe amerikanske kvinner fortsatte å gå kledd slik livet ut.³²

Det skulle ta lang tid før bukser fikk gjennomslag som et vanlig kvinneplagg. Vel hundre år etter bloomers skapte kontrovers kom bukser for alvor på moten igjen med androgyne klesdesign som Yves Saint Laurents *Le Smoking* i 1966.³³ Selv om det var akseptert å gå i bukser de fleste steder på starten av 1970-tallet, førte bruken av plagget fremdeles til at noen kvinner ble nektet servering, arbeid og adgang til skoler selv i land som USA.³⁴

Debatten om akseptabelt badetøy er et annet eksempel på hvordan moralske kritikk av kvinnemoten fortsatte utover 1900-tallet. I 1907 ble den australske svømmeren Annette Kellerman arrestert i Boston for å ha vist seg i en todelt badedrakt.³⁵ Den første bikinien ble ikke lansert før i 1946 og var oppkalt etter Bikiniatollen i Stillehavet hvor USA foretok atomprøvesprengninger, angivelig fordi det lille plagget var like sjokkerende som atombomben. Siden bikinien viste så mye bar hud ble det av religiøse årsaker umiddelbart forbudt å bruke i land som Spania, Portugal og Italia. Det forble tabu gjennom hele 1950-tallet og ble nesten bare brukt av filmstjerner og rike kvinner på steder som den franske rivieraen og i skjønnhetskonkurranser i Florida og California. Sosiale forandringer som mer innflytelsesrik ungdomskultur og større fokus på kjendiser i media, samt utvikling av nye tekstiler som spandex gjorde at bikinien ble et vanligere syn på 1960-tallet.³⁶

³¹ Welters og Lillethun, *The Fashion Reader*, 34 – 39.

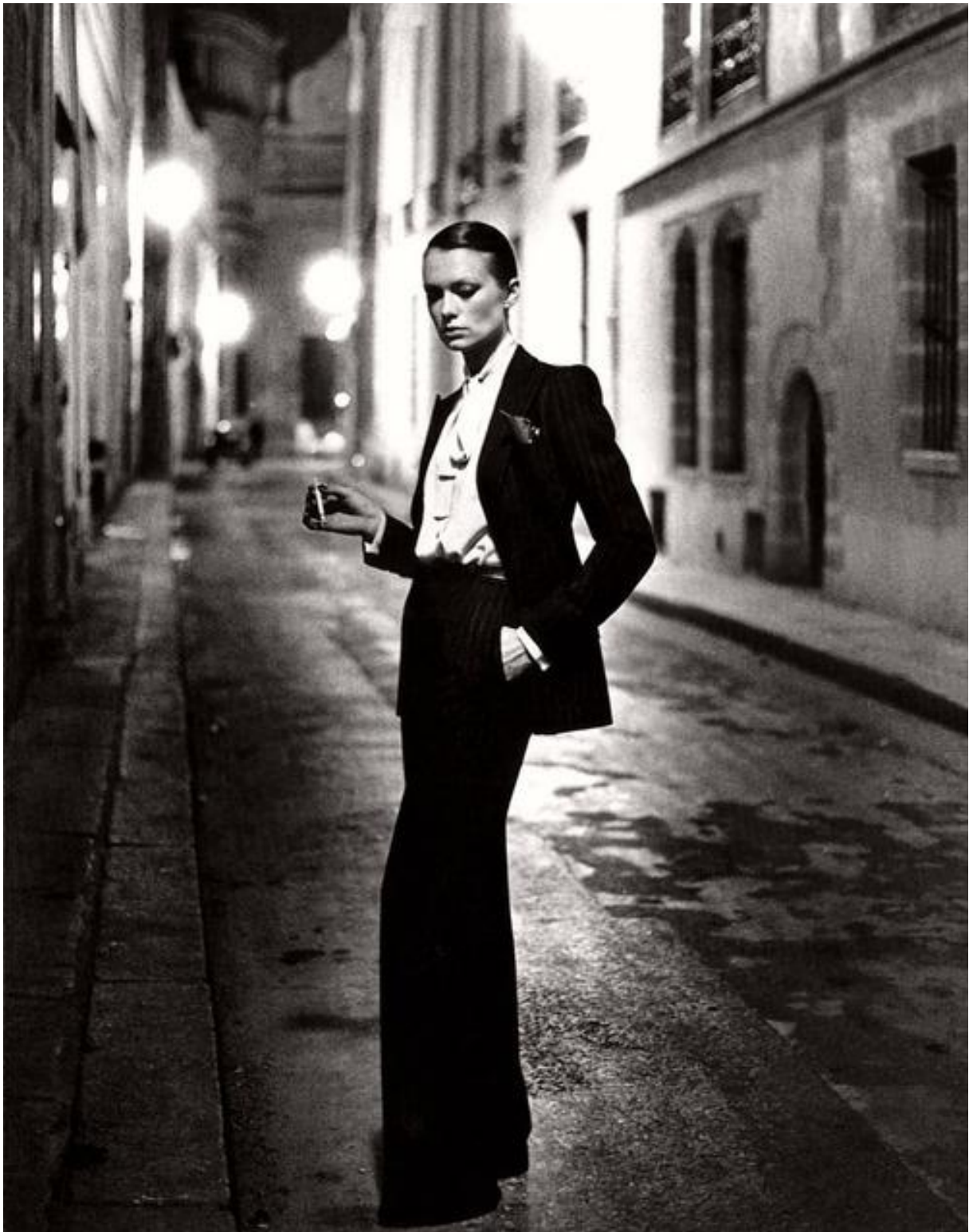
³² Welters og Lillethun, *The Fashion Reader*, 31.

³³ Se illustrasjon 2 på neste side.

³⁴ Welters og Lillethun, *The Fashion Reader*, 62.

³⁵ Jennifer Craik, *The Face of Fashion: Cultural Studies in Fashion* (London: Routledge, 1993), 142.

³⁶ Tiffany Webber-Hanchett, “Bikini”, i *The Berg Companion to Fashion*, ed. Valerie Steele (Oxford: Berg, 2010), 77 – 78.



Illustrasjon 2: Modell i Yves Saint Laurents Le Smoking fotografert av Helmut Newton i 1975.
Kvinner i bukser var fremdeles kontroversielt flere steder på 1970-tallet.

Det har vært spekulert i om den nedlatende holdningen til kvinnemote rett og slett skyldes mannsjåvinisme. På 1950-tallet hevdet journalisten Doris Langley Moore at det bare var menn som skrev om mote og at de i tillegg skrev om temaet ut fra rådende konservative holdninger til kvinner, gjerne i en tone som var koketterende, fornøydlig nedlatende og tidvis direkte fornærmende, og i hvert fall gjennomført useriøs.³⁷ James Lavers teori om “skiftende erogene soner” er i følge Elizabeth Wilson et klassisk eksempel på menns forenkling av kvinners interesser og ikke minst intensjoner med å følge klesmoten. Teorien går ut på at det til enhver tid må være en del av kvinnekroppen som blir ekstra fremhevet av den rådende moten, men at disse delene stadig må endres så ikke menn går lei. Laver mente for eksempel at trenden på trettitallet med åpne rygger på kjoler var et resultat av at menn ikke lenger ble tiltrukket 20-tallets bare legger.³⁸

Homofili har også blitt beskyldt for å være årsaken til kvinneundertrykking gjennom klesmoten. På 1950-tallet kom den amerikanske psykoanalytiker Edmund Bergler med påstander om at alle moteskapere er homofile og at moten er et resultat av deres hat mot kvinner. På 1920-tallet hadde de homofile designerne visstnok forsøkt å få kvinner til å se ut som unge gutter, og på 1950-tallet viste de hatet ved å tvinge jentene inn i “utspjåkede, narraktige og stygge klær.”³⁹

Boka *The Feminine Mystique* av Betty Friedan fra 1963 får ofte æren for å ha satt forgang i feministbevegelsen på slutten av det 20. århundret. Selv om boka ikke omtaler klær og mote direkte, inspirerte den mange kvinner til å bli mer oppmerksomme på hvordan de ønsker å bli behandlet og retten til å ta egne valg. Mange feminister på 1970-tallet så på klesmoten som et fengsel, som stengte kvinner inn i trange, stereotype oppfatninger om kvinner og kvinnelig skjønnhet.⁴⁰

Selv om moralsk kritikk av klær og mote kan virke fjernt og utdatert i den vestlige verden i dag, har ikke temaet forsvunnet helt. I debatter om voldtekt og skyld blir for eksempel kvinners antrekk stadig gjort til medvirkende årsak til at overgrepene skjedde. Vi hjemsesøkes

³⁷ Wilson, *Kledd i draumar*, 51.

³⁸ Wilson, *Kledd i draumar*, 94 – 95.

³⁹ Wilson, *Kledd i draumar*, 95 – 96.

⁴⁰ Welters og Lillethun, *The Fashion Reader*, 101.

fremdeles av spøkelset til fristerinnen Eva, som sosiologen Joanne Entwistle sier det, med andre ord at det ofte er kvinner som får skylden når menn gjør noe galt.⁴¹

Helse

Hvordan kritikk av moteriktige tekstiler er knyttet til helse har mye å gjøre med hvordan en forstod sykdommer før i tiden. Helt siden antikken hadde det hersket en overbevisning om at sykdom var forårsaket av en slags damp som kom fra dypt inne i menneskekroppen og i et kaldt og fuktig miljø ble denne dampen, istedenfor å fordampe, blokkert og sendt tilbake til de indre organene hvor den forårsaket betennelser og all mulig sykdom. Redselen for dette kalde og fuktige miljøet gjorde klær viktig for helsen. Klærne skulle helst både beskytte kroppen fra fukt og kulde, men samtidig slippe ut “dampen” som kom fra kroppen.⁴²

Den tyske professoren Dr. Gustav Jäger ved Universitetet i Stuttgart promoterte de hygieniske fordelene med ullundertøy med boka *Die Normalkleidung als Gesundheitsschutz* fra 1880. Han mente at vegetabiliske fibre var farlig for helsen og at ufarget saueull var det beste materialet å lage klær av.⁴³ Den engelske kjøpmannen Lewis Tomalin kjøpte etter hvert opp navnet og startet klesmerket Jaeger basert på disse ideene og merket eksisterer fremdeles.⁴⁴

I løpet av 1800-tallet fant en ut at ull absorberer fuktighet og deretter kondenserer den i kaldere omgivelser, og sender varmen fra kondenseringen tilbake til kroppen. Bomull og lin har ikke slike egenskaper. De blir stadig kaldere helt til de ble tørre og forårsaker risikabel nedkjøling av kroppen. Det ble derimot oppdaget at ull kunne være farlig i den forstand at det er vanskelig å vaske og kan huse lopper, lus og andre sykdomsbærere. Forestillingen om at kaldt og fuktig vær er årsaken til sykdom har for øvrig vedvart inn i det 21. århundret. Å gå tynnkledd får for eksempel ofte skylden for forkjølelse og influensa, selv om det bare er én av mange årsaker til at en får disse sykdommene.⁴⁵

⁴¹ Joanne Entwistle, “Attacks on fashion,” i *The Berg Companion to Fashion*, ed. Valerie Steele (Oxford: Berg, 2010), 310.

⁴² Susan M. Watkins, “Fashion, health, and disease,” i *The Berg Companion to Fashion*, ed. Valerie Steele (Oxford: Berg, 2010), 313.

⁴³ Welters og Lillethun, *The Fashion Reader*, 42.

⁴⁴ “About us”, Jaeger, besøkt 20. september, 2012, http://www.jaeger.co.uk/About_Us_New

⁴⁵ M. Watkins, “Fashion, health, and disease,” 313 – 315.



Illustrasjon 3: En modell snubler i høye hæler på catwalken under moteuka i Beijing i 2010.

Annen kritikk mot klesmoten relatert til helse har handlet om kroppsmodifisering ved hjelp av diverse klesplagg. Det populære korsettet har for eksempel vært et av de mest kontroversielle plaggene i historien. Mot midten av 1800-tallet ble kvinnemoten stadig smalere i livet og dette krevde stram snøring. Den såkalte “vepsemidjen” møtte kritikk allerede på 1830-tallet i USA og utover århundret forkynte flere leger at korsettet fører til en rekke helseproblemer som pustebesvær, besvimelser, ribbeinsbrist, spontanabort og skader på indre organer.⁴⁶

Motstandere av korsettet forfektet endring av kvinnemoten og ved overgangen til 1900-tallet var klesfasongen blitt mindre dramatisk. Men korsettet forsvant ikke. Forsøk på å begrense eller erstatte det slo rett og slett ikke i gjennom. Kvinner ville ikke kvitte seg med korsettet fordi det ville bety å gi avkall på den smale midjen, som var et viktig tegn på feminitet.⁴⁷ Forfengelighet var altså viktigere enn helse og velvære. Og selv om korsettet ikke lenger er et hverdagslig plagg, bruker kvinner for eksempel hold-in undertøy for å oppnå en slank silhuett.

Risikoen ved å gå i høye hæler har også vært gjenstand for debatt. I boka *Extreme Beauty* fra 2001 skriver sjefskurator på The Costume Institute på The Metropolitan Museum of Art, Harold Koda, at de høye stiletthælene som kom på 1950-tallet deformerer føttene på samme måte som kinesiske lotusføtter.⁴⁸ I tillegg kan de lett forårsake ankelskader- og brudd, forkorte leggmusklene og gi ryggproblemer.^{49 50} Likevel har ikke høye hæler gått av moten, snarere tvert i mot.

⁴⁶ M. Watkins, “Fashion, health, and disease,” 314.

⁴⁷ Welters og Lillethun, *The Fashion Reader*, 31 – 42.

⁴⁸ Kinesisk fotbinding eller fotsnøring.

⁴⁹ Harold Koda, *Extreme beauty. The body transformed* (New York: Metropolitan Museum of Art, 2001), 140.

⁵⁰ Se illustrasjon 3 på forrige side.

2.2 Kapital – forbruk, etikk og bærekraft

Klesmotens påvirkning på forbruk og de negative konsekvensene i kjølvannet av moteindustrien ble tidlig problematisert. Før overgangen til det 20. århundret var det å følge stadig skiftende trender i klesstil stort sett forbeholdt de rike og et sikkert tegn på velstand. Som følge av økonomisk utvikling siden middelalderen hadde folk blitt stadig mer opptatt av verdslig suksess og luksus, og moteriktige klær ble ansett som en luksusvare. Samtidig oppfordret prester og filosofer til vektlegging ikke-materielle verdier. Dette har ført til en konstant moralsk spenning mellom materialitet og måtehold.⁵¹ Moteindustriens utnyttning av arbeidskraft, naturressurser og dyr har også vært viktige temaer siden 1800-tallet og er fremdeles aktuelle i dag.

Prangende forbruk og utnyttning av arbeidskraft

På samme måte som med temaet kropp, starter jeg historien om motekritikk knyttet til kapital på slutten av 1700-tallet i Frankrike. Den overdådige livsstilen og forbruket til kongefamilien og deres hoff skapte forargelse i den fattige franske befolkningen, og som kjent ble dette systemet veltet av revolusjon i årene mellom 1789 til 1799. I kjølvannet av den franske revolusjonen ble overdådig klesstil i enda høyere grad koblet til noe negativt. Ekstravaganse ble direkte politisk og klesstil kunne være et spørsmål om liv eller død fordi tegn på aristokrati, spesielt dyre klær og smykker, ble oppfattet som uttrykk for at en var fiende av staten. Som følge av dette kan en si at “moten ble umoderne” og den franske moteindustrien, som på denne tiden sysselsatte om lag 25 000 mennesker bare i Paris, ble rasert. Parykker og pudder forsvant nærmest over natten og ble erstattet av revolusjonære ideer om frihet, likhet og demokrati. For en periode fant de nye ideene estetisk uttrykk i den enkle empirestilen som var inspirert av antikken og renessansen, som symboliserte revolusjonære dyder og enkle og republikanske holdninger.⁵²

Kritikken av overdrevent forbruk av klær økte utover 1800-tallet, da moten ble spredd raskere over større områder og klær ble produsert raskere i større kvanta. Mote ble snart synonymt med sløseri og ikke minst utnyttning av arbeidskraft.⁵³ Bomullsindustrien startet den

⁵¹ Wilson, *Kledd i draumar*, 26.

⁵² Wilson, *Kledd i draumar*, 40.

⁵³ Entwistle, “Attacks on fashion,” 311.

industrielle revolusjonen i England og på få år dominerte den britiske bomullsindustrien hele verden. De nye maskinene rev opp livsgrunnlaget og livsstilen i mange småsamfunn. Utviklingen gikk ut over både egenrådighet og levestandard og førte til en utnyttning av kvinner og barn som ingen tidligere hadde sett. Utnyttningen av tekstilarbeidere på 1800-tallet er en velkjent historie. I *Kledd i draumar* skriver Wilson at “Den grufulle kontrasten mellom motens kostbare luksus og lidningane til dei som gjorde luksusen oppnåeleg, har fått mange til å venda seg frå alt som heiter mote, med avsky.”⁵⁴

Den moralske forargelsen over en forfengelig klesdrakt ble altså forsterket av vissheten om den sosiale urettferdigheten den medførte. Problemene skyldtes blant annet mangelen på fagorganisering og Manchester i England ble for eksempel et yndet sted å utvikle nye virksomheter på, fordi byen ikke hadde noen tradisjon for laug eller arbeiderorganiseringer. Resultatet var billig arbeidskraft, lange arbeidsdager og lav lønn for tekstilarbeiderne.⁵⁵ I USA var arbeidsforholdene like dårlige og det var spesielt jødiske immigranter som jobbet på klesfabrikker. Forbedringene begynte sakte og ble styrket etter grunnleggingen av International Ladies Garment Workers Union i 1900.^{56 57}

På andre enden av rangstigen fantes de som omfavnet klesmoten. I 1899 ga den amerikanske økonomen og sosiologen Thorstein Veblen ut den sosialkritiske boka *Theory of the Leisure Class* hvor han retter skarp kritikk mot det han kaller ledighetsklassen og “conspicuous consumption”, som jeg har oversatt til “prangende forbruk”. Veblen var inspirert av marxist-filosofi og mente at en stadig større klasse av rike og mektige fikk prestisjen fra velstand fremfor personlig talent. Disse menneskene, mente Veblen, brukte penger kun for å vise frem egen suksess.⁵⁸ Selv om han kritiserte en rekke av forbrukspostene til ledighetsklassen, som hus, mat, hager og kjæledyr, syntes Veblen at klesmote var det minst hensiktsmessige og det mest prangende forbruket.⁵⁹

⁵⁴ Wilson, *Kledd i draumar*, 71.

⁵⁵ Wilson, *Kledd i draumar*, 71.

⁵⁶ Welters og Lillethun, *The Fashion Reader*, 40.

⁵⁷ Se illustrasjon 4 på neste side.

⁵⁸ Welters og Lillethun, *The Fashion Reader*, 42 og 78.

⁵⁹ Michael Carter, “Thorstein Veblen,” i *The Berg Companion to Fashion*, ed. Valerie Steele (Oxford: Berg, 2010), 705 – 706.



Illustrasjon 4: En plakett fra The International Ladies Garment Workers Union som ble dannet i USA i 1900.

Veblens påstander om prangende forbruk møtte for øvrig kritikk fra blant annet den tyske sosiologen og filosofen Theodor Adorno. Han mente at dersom vi skulle følge Thorstein Veblens logikk måtte vi hatt en gjennomført fornuftig verden hvor selv gleden var unyttig, siden den ikke har noe å gjøre med vitenskapelig fremgang. Og i en slik verden blir all kultur redusert til noe overfladisk og meningsløst. Tross denne motargumentasjonen hevder Wilson at forestillingen om forbruk av klær som prangende likevel har dominert drøftingen av klesskikk hos mange motehistorikere.⁶⁰

Klassedistingvering har også blitt brukt som forklaring på hvorfor klesmoten endrer seg. Den tyske filosofen og sosiologen Georg Simmel blir ofte kreditert for “trickle-down theory”, selv om Thorstein Veblen hadde beskrevet dette systemet allerede i *Theory of the Leisure Class*. I 1904 hevdet uansett Simmel at mote bare kan eksistere i kulturer der det er mulig å bevege seg oppover i de sosiale klassene. Teorien hans er at moten forandrer seg fordi lavere klasser kopierer klesstilen til høyere klasser for å klatre oppover i systemet, og de høyere klassene skifter deretter klesstil for å opprettholde skillet.^{61 62}

Det kan tenkes at det var hold i Simmel og Veblens trickle-down theory frem til starten av 1900-tallet, men så skjedde det endringer som snudde opp ned på det tradisjonelle systemet med de rikes klesstil som forbilde. Selv om endringene ikke kan tilbakeføres til én person alene, hadde den franske designeren Coco Chanel helt klart en finger med i spillet. Under første verdenskrig begynte Chanel å lage enkle plagg inspirert av sportsklær i ukonvensjonelle tekstiler som tricot og flanell, tidligere kun brukt til herreunderbukser- og jakker. Stilen ble enormt populær og snudde opp ned på tanken om mote som utstilling. Mange mente likevel det var uhørt å bruke slike tekstiler til kvinneklær og den britiske motefotografen Cecil Beaton skal ha kalt stilen til Chanel for “nihilistisk antimote”. Beaton mente nemlig at det lå en ufattelig motsetning i å betale dyre dommer for en mote som var “usynlig”.⁶³

⁶⁰ Wilson, *Kledd i draumar*, 54.

⁶¹ Marilyn Revell DeLong, “Theories of fashion,” i *The Berg Companion to Fashion*, ed. Valerie Steele (Oxford: Berg, 2010), 321 – 322.

⁶² Tim Jackson og David Shaw, *The Fashion Handbook* (London: Routledge, 2006), 26.

⁶³ Wilson, *Kledd i draumar*, 42 – 43.

Endringene i motehierarkiet utover 1900-tallet tvang for øvrig frem nye teorier om hvordan moter oppstår og spres. Den opprørske ungdomsstilen på 1950-tallet ble for eksempel kopiert av alle samfunnsklasser, selv om den ikke var knyttet til økonomisk status. To av forslagene var “trickle up” som snudde opp ned på Simmels teori, og “trickle across” som går ut på at moter oppstår og forsvinner i alle klasser, på alle nivåer samtidig.⁶⁴

Klesstil som sosialt distingverende ble likevel tatt opp igjen av den franske sosiologen Pierre Bourdieu i 1979. I boka *Distinksjonen: en sosial kritikk av dømmekraften* argumenterer Bourdieu for sammenhengen mellom smak, sosial tilhørighet og makt. Han mente at det som plasserer mennesket innenfor klassesystemet er ulike former for kapital, det vil si økonomisk, kulturell og sosial kapital. Jo høyere opp i rangstigen et menneske er, jo mer er det bevisst distinksjonene. Dessuten vil smaken en tilegner seg gjennom oppveksten være den samme resten av livet.⁶⁵ I følge Bourdieus teori, slik jeg leser den, vil mennesker fra forskjellige klasser med ulike former for kapital også ha forskjellige preferanser når det kommer til klesstil. Klær fungerer derfor som sosialt distingverende.

På slutten av 1900-tallet ble det opprettet en rekke frihandelsavtaler som innebærer at det lønner seg for vestlige klesprodusenter å plassere produksjonen til utviklingsland. Dette har ført til fornyet bekymring for arbeidsvilkårene til fabrikkarbeidere.⁶⁶ I skrivende stund er for eksempel det svenske konsernet Hennes & Mauritz under lupen i media etter at dokumentarprogrammet Kalla Fakta avslørte elendige forhold på fabrikker som syr klær for klesprodusenten i Kambodsja. Fabrikkarbeiderne rapporterte om massebesvimelser og at de kun tjener 2-3 kroner timen. Dette har blant annet fått den norske barne- og likestillingsministeren Inga Marte Thorkildsen til å reagere og å fremstille høyere krav om rettfærdige arbeidsforhold i tekstilbransjen.⁶⁷

⁶⁴ Revell DeLong, “Theories of fashion,” 321 – 322.

⁶⁵ Pierre Bourdieu, *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* (London: Routledge & Kegan Paul, 1984), 1 – 8.

⁶⁶ Welters og Lillethun, *The Fashion Reader*, 59.

⁶⁷ “Klar tale fra Inga Marte,” Initiativ for etisk handel, 20. november, 2012, besøkt 22. november, 2012, <http://etiskhandel.no/Artikler/9639-html>

Bærekraft

Fokus på miljøvennlig klesproduksjon har vokst frem i siste halvdel av 1900-tallet. I 1962 rettet den amerikanske forfatteren Rachel Carson oppmerksomhet mot industriens misbruk av naturen i boka *Silent Spring* og tiåret etter svarte industrien med å bruke mer naturfiber og innføre systemer for bedre håndtering av avfallsprodukter fra produksjonen.⁶⁸ Den andre bølgen med fokus på miljøvennlig mote kom på 1990-tallet med designere som Katharine Hamnett i spissen, som laget t-skjorter i økologisk med store slagord som “Ban pollution” og “Save the world”.⁶⁹

Fremdeles mener mange at klesindustrien har en lang vei å gå før den kan kalles bærekraftig. I forordet til boka *Eco Fashion* av Sass Brown tegner klesdesigneren Geoffrey B. Small et dystert bilde av fremtiden om vi ikke forandrer måten vi lever, produserer og forbruker på. Ressursmangel, forurensing og global oppvarming er allerede et kritisk faktum og kan bli ytterligere forverret når jordens befolkning stadig øker, får bedre økonomi og krever høyere levestandard. Det er estimert at vi må redusere de totale CO2-utslippene med 60 til 80 % innen 2050 for å holde den globale oppvarmingen på et overkommelig nivå. Men, som B. Small uttrykker det, “if fashion reflects the times, you would be hard pressed to see it.”⁷⁰

Som eksempler på hva som er galt med moteindustrien peker B. Small på at folk kaster flere millioner tonn med klær hvert år i Storbritannia, etter å ha brukt plaggene kun seks ganger i snitt. Berg av klær i syntetiske tekstiler som ikke brytes ned havner på store søppeldynger i Afrika, hvor de forurenser jord og vann. Dessuten er bruken av sprøytemidler og vann for å dyrke for eksempel bomull enorm. B. Small går så langt som å si at “fashion today is one of the industrial age’s biggest human failures.” Og han skylder på de store, globale selskapene som sponser media for å øke forbruket ved å oppmuntre folk til å tro at det er greit å være egoistiske, apatiske, overfladiske og grådige. For å løse denne krisen mener B. Small at det trengs en ny definisjon av mote med et nytt sett av verdier som prioriterer engasjement og bærekraftige løsninger.⁷¹

⁶⁸ Welters og Lillethun, *The Fashion Reader*, 65 – 66.

⁶⁹ Sandy Black, “Ethical fashion and ecofashion,” i *The Berg Companion to Fashion*, ed. Valerie Steele (Oxford: Berg, 2010), 256.

⁷⁰ Geoffrey B. Small, introduksjon til *Eco Fashion*, av Sass Brown (London: Laurence King Publishing Ltd, 2010), 7.

⁷¹ B. Small, introduksjon til *Eco Fashion*, 7 – 9.

Dyrevern

Utnytting av dyr for forfengeligheits skyld har ført til både reaksjoner og aksjoner. På starten av 1900-tallet var det for eksempel populært å pynte hatter med strutsefjær og fugler ble jaktet på og drept kun til dette formålet. Sterke reaksjoner på denne praksisen førte til blant annet til etableringen av fuglevernorganisasjonen The National Audubon Society i 1905.⁷²

Pelsindustrien har også blitt et stadig viktigere tema i motekritikken. Pels har vært i bruk så langt tilbake en kjenner kleshistorien, både for praktisk beskyttelse og til å vise rang og rikdom. Men i de siste tiårene har pelsindustrien for alvor kommet i søkelyset på grunn av de etiske komplikasjonene knyttet til pelsoppdrett og jakting på sjeldne dyrearter. For å hindre utrydding av dyrearter som følge av pelsindustrien har det blant annet blitt opprettet både nasjonale og internasjonale lovgivninger for å regulere pelshandel.⁷³ Dessuten har dyrevernorganisasjoner som People for the Ethical Treatment of Animals (PETA) jobbet aktivt mot pelsindustrien gjennom flere tiår ved hjelp av demonstrasjoner og iøynefallende kampanjer.^{74 75} I Norge har vi aksjoner som Mote Mot Pels i regi av dyrevernorganisasjonen NOAH – for dyrs rettigheter.⁷⁶

Det finnes likevel mange som forsvarer pelsbruk og de vanligste argumentene er at pels er en viktig inntektskilde, for eksempel for urfolk i Canada, Grønland og Alaska, og at pels er et miljøvennlig materiale å lage klær av. Selv om forbedringen av kunstig pels har vært stor de siste tiårene mener også noen at syntetisk pels er mer miljøskadelig enn ekte, som designeren Mariouche Gagné, som resirkulerer pels.⁷⁷ En annen designer som støtter bruk av pels i moteindustrien er den tyske designeren Karl Lagerfeld. I 2009 kalte en talsperson fra PETA Lagerfeld for “a fashion dinosaur who is as out of step as his furs are out of style” på grunn av hans utstrakte bruk av pels i kolleksjoner for motehusene Chanel og Fendi.⁷⁸

⁷² “History of Audubon and Waterbird Conservation,” Audubon, besøkt 17. februar, 2012, <http://birds.audubon.org/history-audubon-and-waterbird-conservation>

⁷³ Julia Emberley, “Fur,” i *The Berg Companion to Fashion*, ed. Valerie Steele (Oxford: Berg, 2010), 353 – 355.

⁷⁴ “All About PETA,” People for the Ethical Treatment of Animals, besøkt 10. februar, 2012, <http://www.peta.org/about/learn-about-peta/default.aspx>

⁷⁵ Se illustrasjon nummer 5 på neste side.

⁷⁶ “Hva er Mote mot Pels?” Mote mot Pels, besøkt 10. februar, 2012, <http://www.motemotpels.no/hva-er-mote-mot-pels/>

⁷⁷ Emberley, “Fur.”

⁷⁸ Stephen Adams, “Karl Lagerfeld defends fur industry saying ‘beasts’ would kill us if we don’t kill them,” *Telegraph*, 2. januar, 2009, besøkt 3. mars, 2012, <http://fashion.telegraph.co.uk/news-features/TMG4075783/Karl-Lagerfeld-defends-fur-industry-saying-beasts-would-kill-us-if-we-didnt-kill-them.html>



Illustrasjon 5: PETA-kampanje mot pels med artisten Sophie Ellis Bextor fra 2002.

2.3 Kunst – autonomi, mening og mote på museum

Den siste delen av denne fremstillingen av motekritikkens historie har jeg viet til spørsmålet om statusen til klesdesign som kunstform og problematiseringen av meningen med mote og klær som meningsbærende. Svaret på spørsmålet om klesdesign er kunst må nødvendigvis være om klesdesign faller innenfor definisjonen på hva kunst *er*, men definisjonen på kunst er uklar og foranderlig. Måten klesdesign produseres på har dessuten forandret seg over tid, fra skreddere som tok i mot bestillinger, til selvstendige couturier og til produktutvikling og masseproduksjon. Og selv om klesmoten har inspirert kunstnere, og klesdesignere har vært inspirert av kunstverk, har aldri klesdesign fullt ut blitt anerkjent som en ekte kunstnerisk virksomhet. Hvis kunsten er opphøyd, meningsfull og viktig, så er klesmoten overfladisk og fjollete, i beste fall lett underholdning.⁷⁹

Det autonome kunstbegrepet

I en artikkel med tittelen “Is fashion a true art form?” i *The Observer* fra 2003 fortalte designeren Zandra Rhodes og museumsdirektøren Alice Rawsthorn hva de mener om klesmote som en form for kunst. Rhodes var positiv til at klesmote kan regnes som kunst, og sa at : “I think fashion is an art form - you might call it decorative or applied art as opposed to fine art, but what's the distinction? Because the same amount of artistic expression goes into clothes, a piece of pottery or a painting.” Rhodes påstod også at klesdesign er mer kunstnerisk enn mye av samtidskunsten, som hun mener er rent søppel. Rawsthorn hevder derimot at selve spørsmålet om klesmote er kunst er meningsløst, fordi hun synes at det er så opplagt at det *ikke* er det. Problemet, i følge Rawsthorn, er at klær ikke evner å uttrykke en dypere mening og at det er praktisk, i motsetning til ekte kunst. Det betyr allikevel ikke at hun utelukker klesdesign fra museum. Som hun ble sitert: “On the contrary, an exquisite haute couture dress - like the ones that Cristóbal Balenciaga created in his 1950s heyday - can look as perfect as a beautiful painting or sculpture.”⁸⁰

⁷⁹ Adam Geczy og Vicki Karaminas, *Fashion and Art* (London: Berg, 2012), 3.

⁸⁰ “Is fashion a true art form?” *The Observer*, 13. juli, 2003, besøkt 28. august, 2012, <http://www.guardian.co.uk/artanddesign/2003/jul/13/art.artsfeatures1>

Rawsthorns uttalelser sammenfatter noen av de vanligste innvendingene mot at klesdesign kan være kunst. For det første kan ikke klesdesign være kunst fordi det er praktisk, og kunst skal ikke være praktisk. Det andre er at klær ikke kan uttrykke en dypere mening eller inneholde et budskap i likhet med kunsten, og det siste er at haute couture er den eneste formen for klesdesign som potensielt kan regnes som kunst.

Tanken om at kunst ikke skal ha en praktisk eller nyttig funksjon har røtter i gammel estetisk teori, som den tyske filosofen Immanuel Kants idé om det skjønne som et interesseløst velbehag i boka *Kritik der Urteilskraft* fra 1790. Magne Malmanger har oversatt deler av Kants tekst i boka *Kunsten og det skjønne. Vesterlandsk estetikk og kunstteori fra Homer til det 19. århundre*, som: “Det skjønne vekker (derfor) intet bestemt begjær hos den som erfarer det, intet ønske hverken om å tilfredsstillе et behov eller nå et mål. Dømmekraften søker intet annet enn å forbli i selve erfaringen, altså rent betraktende.”⁸¹ Kunst er kun for kunstens skyld, og klesdesign kan ikke være kunst fordi det har en funksjon. Men både fotografi, glass, keramikk og arkitektur har blitt godtatt som kunstformer i løpet av det siste århundret, selv om disse åpenbart fyller en funksjon.⁸²

Jakten på mening

Når det gjelder klesmotens meningsinnhold, er det gjort flere forsøk på å undersøke dette i de siste tiårene. Utvikling i språkteori fra midten av 1900-tallet fikk for eksempel konsekvenser for forskning på mote. Den franske litteraturteoretikeren Roland Barthes var inspirert av Ferdinand de Saussure og strukturalistisk språkvitenskap. I boka *Système de la mode* fra 1967, oversatt til *The Fashion System*, forsøker han å foreta en semiologisk analyse av beskrivelser av kvinneklær i motemagasiner. For mange som har prøvd å lese boken, meg selv inkludert, fremstår analysen som nokså ugjennomtrengelig og i ettertiden regnes *The Fashion System* som en semiologisk katastrofe, selv av forfatteren.⁸³

⁸¹ Magne Malmanger, *Kunsten og det skjønne. Vesterlandsk estetikk og kunstteori fra Homer til det 19. århundre* (Trondheim: Aschehoug & Co, 2005), 195.

⁸² Welters og Lillethun, *The Fashion Reader*, 253.

⁸³ Malcolm Barnard, *Fashion as Communication* (London: Routledge, 2002), 96 – 99.

Det er viktig å merke at analysen i seg selv ikke er en kritikk av mote, men at Barthes gir moten noe av skylden for at analysen ble så vanskelig å gjennomføre. Han mener dette er fordi moten er motstridende. Den er både fullstendig diktatorisk og fullstendig vilkårlig på samme tid, altså helt irrasjonell. Nettopp derfor mener Barthes at motediskursen fremstiller tegnene sine så de fremstår som naturlige faktum og rasjonelle, uten at de egentlig er det.⁸⁴

Av norske bidragsytere i diskusjonen omkring motens mening er filosofiprofessoren Lars Fredrik Svendsen sentral. I boka *Mote – Et filosofisk essay* fra 2004 reflekterer han over både motehistorien og moteteori i jakten på motens “mening”. Svendsen drøfter mote i forhold til temaer som språk, kropp, kunst, konsum og livsideal, uten å finne den fornuftige forklaringen han synes moten bør ha for å kunne rettferdiggjøres. Til slutt skriver Svendsen at “Konklusjonen etter disse studiene kan neppe bli annet enn at moten er et mangfoldig fenomen som foregir å ha mening, men som i realiteten har det i svært liten utstrekning.”⁸⁵

Fra haute couture til masseproduksjon

Rawsthorn mente at kun haute couture-plagg er verdige nok å bli stilt ut på kunstmuseum. Dette er i tråd med kunsthistoriens tendens til å holde på et eliteskille mellom “profesjonell kunst” og “folkekunst”. Den “profesjonelle moten” var haute couture og da den tradisjonen avtok fra 1960-tallet, kunne ikke moteskaperen lenger opphøyes som kunstner.⁸⁶

Klesdesignere hadde en gang status som kunstnere, i hvert fall i noens øyne. Masseproduksjon av klær utover 1800-tallet skapte et marked for spesialdesignede antrekk som kunne distingveres fra billigere kopier og klærne til rike, motebevisste kvinner ble regnet som verket til én spesiell formgiver. Engelskmannen Charles Frederick Worth etablerte systue i Paris høsten/vinteren 1857-58, og regnes som grunnleggeren av haute couture-industrien og som den første kleskunstneren. Tidligere hadde aristokratiet dikterte moten, men nå var det designeren som bestemte utviklingen. Designeren skapte moter som malere skapte nye retninger innen billedkunsten.⁸⁷ Worth jobbet dessuten hardt for å bli anerkjent som kunstner. Og når en kjøpte klesdesignet hans, kjøpte en ikke bare et plagg. En kjøpte en *Worth*.⁸⁸

⁸⁴ Roland Barthes, *The Fashion System* (Berkeley: University of California Press, 1990), 263.

⁸⁵ Lars Fr. H. Svendsen, *Mote. Et filosofisk essay*. (Oslo: Universitetsforlaget, 2004), 158.

⁸⁶ Wilson, *Kledd i draumar*, 52.

⁸⁷ Wilson, *Kledd i draumar*, 40.

⁸⁸ Geczy og Karaminas, *Fashion and Art*, 7.

I løpet av en hundreårsperiode hadde den generelle samfunnsutviklingen derimot ført til at klesmoten stadig ble mer uformell og fra slutten av 1960-tallet var det merkbart nedgang i markedet for haute couture. På slutten av 1970-tallet begynte designere derfor å lage ready-to-wear-kolleksjoner som var billigere og ment for masseproduksjon.⁸⁹

Mote på museum og klesdesignanmeldelser

Selv om diskusjonen om klesdesign som kunstform ennå ikke er avklart, kan nye tendenser rundt overgangen til det 21. århundret tyde på at kunstinstitusjonen selv begynner å åpne dørene, bokstavelig talt. Kunstmuseer begynte å knytte seg til klesmoten på 1970-tallet da den tidligere Vogue-redaktøren Diana Freeland fungerte som kurator på The Costume Institute på The Metropolitan Museum of Art i New York. Hun var for eksempel den første kuratoren som arrangerte utstilling av en levende klesdesigner, Yves Saint Laurent.⁹⁰ Denne tradisjonen utviklet seg og det siste tiåret har en rekke designere, avdøde og levende, blitt hyllet med retrospektive utstillinger på museer og gallerier verden over. Disse inkluderer Giorgio Armani, Elsa Schiaparelli, Vivienne Westwood, Coco Chanel og Alexander McQueen.^{91 92} I Norge har Per Spooks kreasjoner blant annet vært stilt ut på Nasjonalmuseet.⁹³

Det kan tyde på at en slik inkludering er med på å viske ut skillene mellom klesmote og kunst. Som det står i forordet til boka *Fashion and Art* av Adam Geczy og Vicki Karaminas:

When fashion is placed within the context of the space of the museum and the art gallery, its value as a commercially driven mass-market product transitions from consumable merchandise to art installation. In one quick swoop, fashion's fast-paced commercial role ceases, and it realigns itself within a new value system – a rarefied commodity to be collected.⁹⁴

Den relativt nye sjangeren klesdesignanmeldelser, som jeg undersøker i denne oppgaven, kan også være en indikasjon på at klesdesign er i ferd med å opphøyes til en kunstform. Det kan i hvert fall tyde på at publikasjoner som *The New York Times* mener at det er på tide at klesdesign får samme offentlige kvalitetsbedømmelse som andre kunstformer.

⁸⁹ Welters og Lillethun, *The Fashion Reader*, 66.

⁹⁰ Welters og Lillethun, *The Fashion Reader*, 277.

⁹¹ Welters og Lillethun, *The Fashion Reader*, 59 – 61.

⁹² Se illustrasjon 6 på neste side.

⁹³ Vibeke Johnsen, "Stiller ut Spooks haute couture," *NA24*, 1. desember, 2005, besøkt 14. mai, 2012, <http://www.na24.no/article504237.ece>

⁹⁴ Geczy og Karaminas, *Fashion and Art*, 3.



Illustrasjon 6: Klesdesign på kunstmuseum, fra utstillingen Alexander McQueen: Savage Beauty på The Metropolitan Museum of Art i New York i 2011.

3 Metode: diskursanalyse

I forrige kapittel ga jeg en historisk oppsummering av problematisering av klesmote siden slutten av 1700-tallet. Oversikten viste at motekritikk har vært en del av diskurser som tilhører mange forskjellige sosiale domener, fra kristendom til kunst, og at flere av disse problematiseringene fremdeles er aktuelle i dag. Dette kapittelet handler om hvordan jeg har anvendt metoden kritisk diskursanalyse for å undersøke i hvilken grad det eksisterer et kritikkparadigme i den nåtidige nettbaserte motejournalistikken og hvordan dette kom til uttrykk i innhold og språkbruk i et utvalg klesdesignanmeldelser fra høsten 2011.

I første del av dette kapittelet introduserer jeg kritisk diskursanalyse og gjør rede for hvordan jeg forstår og anvender denne teorien og metoden. I andre del forklarer jeg hvordan jeg valgte ut og samlet inn analyse materialet, det vil si klesdesignanmeldelser. Til slutt viser jeg hvordan jeg konkret gikk frem i tekstanalysen ved hjelp av vurderingskriterier som koding.

Selve begrepet diskurs er avledet av de latinske ordene *dis* og *currere*, som betyr å løpe og springe. I moderne dagligtale er diskurs synonymt med diskusjon, samtale eller tale. I enkleste forstand er diskursanalyse en analyse av tale eller språkbruk, men både diskurs og diskursanalyse forstås og brukes på forskjellige måter avhengig av fagdisiplin. Innen lingvistikken og litteraturteorien har teorien røtter i arbeidene til den franske filosofen Michel Foucault som var en sentral teoretiker innenfor strukturalismen. I 1972 ga Foucault ut *The Archaeology of Knowledge* hvor han foreslår anvendelsen av en slags kunnskapens arkeologi for å avdekke sosiale holdninger og strukturer ved å dekonstruere diskurser.⁹⁵

I nyere litteratur om diskursanalyse, som boka *Diskursanalyse som teori og metode* av Marianne Winther Jørgensen og Louise Phillips fra 1999, handler diskurs om at språket vårt er strukturert i forskjellige mønstre som utsagnene våre følger når vi agerer innen forskjellige sosiale domener, som “medisinsk diskurs” eller “politisk diskurs”. Diskursanalysen undersøker så disse mønstrene.⁹⁶

⁹⁵ Iver B. Neumann, *Mening, materialitet, makt: en innføring i diskursanalyse* (Bergen: Fagbokforlaget, 2001), 13 – 17.

⁹⁶ Winther Jørgensen og Phillips, *Diskursanalyse som teori og metode*, 9.

3.1 En kritisk innfallsvinkel

Det finnes flere tilnærminger til å undersøke, forstå og forklare mønstre i måten mennesker uttrykker seg på og kritisk diskursanalyse er en slik tilnærming. Kritisk diskursanalyse er også en større retning innenfor diskursanalyse tilknyttet flere teoretikere. Jeg har valgt å følge innfallsvinkelen til Norman Fairclough slik den fremstilles av Winther Jørgensen og Phillips fordi de omtaler denne som “den mest utviklede teori og metode til forskning i kommunikasjon, kultur og samfund” innenfor den kritisk-diskursanalytiske retning.⁹⁷ I det følgende vil jeg gjøre rede for de viktigste aspektene ved det teoretiske grunnlaget for kritisk diskursanalyse og Faircloughs forskningsmetode, siden dette påvirket både hvordan jeg gjennomførte egen analyse samt tolket og forstod analyseresultatene.

Teoretiske forutsetninger for kritisk diskursanalyse

For å gjennomføre en kritisk diskursanalyse må en ta utgangspunkt i særlig fem grunnleggende oppfatninger av hvordan diskurs fungerer og bør undersøkes. For det første sees diskursiv praksis som en viktig form for sosial praksis som er med på å skape sosial virkelighet, inkludert sosiale relasjoner og identiteter. Det er delvis gjennom produksjon og konsumpsjon av diskurs i hverdagslivet at sosial og kulturell reproduksjon og forandring finner sted, selv om selvsagt ikke alle sosiale fenomener er av diskursiv karakter. Måten vi tenker på, oppfører oss og handler innenfor sosiale domener påvirkes altså av måten vi uttrykker oss på i forhold til disse domeneene.⁹⁸

Men diskurser er ikke bare med på å skape virkelighetsforståelse. Måten vi uttrykker oss på er også skapt av sosiale praksiser. For å bruke Winther Jørgensen og Phillips ord, kan en si at diskurs både er *konstituerende* og *konstituert*. Diskurs er altså ikke bare en handling som kan forandre sosial praksis, det er også en avspeiling av sosial praksis og det vil derfor være mulig å oppnå mer kunnskap om sosial praksis i et sosialt domene ved å analysere diskursen eller diskursene som inngår i dette. For eksempel vil måtene vi uttrykker oss på om klesdesign påvirke hvordan vi handler i forhold til klesdesign, men måtene vi handler i forhold til

⁹⁷ Winther Jørgensen og Phillips, *Diskursanalyse som teori og metode*, 72.

⁹⁸ Winther Jørgensen og Phillips, *Diskursanalyse som teori og metode*, 73 – 74.

klesdesign, også de måtene som ikke er diskursive, påvirker også hvordan vi uttrykker oss om klesdesign, for eksempel i klesdesignanmeldelser.⁹⁹

Diskurs fungerer dessuten ideologisk i den forstand at diskursive praksiser bidrar til å skape og reproducere ulike maktforhold mellom sosiale grupper, som for eksempel klasseskiller og likestilling mellom kvinner og menn. Tanken er at mennesker uttrykker seg på en måte som fremmer deres ønsker og overbevisninger om hvordan virkeligheten bør konstrueres, for eksempel hvilken verdi klesdesign bør ha, selv om dette ikke nødvendigvis er bevisst. Men maktforholdene som skapes og reproduseres kan være urettferdige i den forstand at de undertrykker noen grupper og styrker andre. Det endelige formålet med den kritiske diskursanalysen er da altså å avdekke diskursive praksisers innvirkning på opprettholdelse av potensielt urettferdige maktforhold og deretter undersøke muligheter for forandring av disse maktforholdene til det bedre. Analysen er derfor heller ikke politisk nøytral. Kritikkk skal i dette henseende forstås bokstavelig, som samfunnskritikk, maktkritikk og ideologikritikk, derav betegnelsen *kritisk* diskursanalyse.¹⁰⁰

Ideen om at det eksisterer noe som Winther Jørgensen og Phillips kaller “diskursordener” er også helt sentralt for det teoretiske grunnlaget i den kritiske diskursanalysen. Diskursordenen forklares som summen av de diskurstyper som brukes innenfor en sosial institusjon eller et sosialt domene, for eksempel en motemagasinredaksjon. Ordenen består også av sjangre, forstått som språkbruk som er forbundet med og konstituerer en del av en bestemt sosial praksis, som for eksempel kunstkritikk. Diskursordenen er i utgangspunktet de ressursene mennesker har til rådighet når de kommuniserer i en gitt sosial institusjon eller et sosialt domene som en del av et system. Dette systemet opprettholdes når diskursen reproduseres, for eksempel hvis en journalist trekker på en diskurs som rutinemessig brukes innenfor media. Da er han eller hun med på å reproducere mediesystemet. Men kreativ språkbruk kan også endre en diskursorden, hvis noen for eksempel trekker inn diskurser og sjangre fra en annen diskursorden.¹⁰¹

⁹⁹ Winther Jørgensen og Phillips, *Diskursanalyse som teori og metode*, 74.

¹⁰⁰ Winther Jørgensen og Phillips, *Diskursanalyse som teori og metode*, 75 – 76.

¹⁰¹ Winther Jørgensen og Phillips, *Diskursanalyse som teori og metode*, 79 – 83.

Sist men ikke minst er det et poeng i kritisk diskursanalyse å studere språkbruk empirisk slik det brukes i sosial interaksjon, for eksempel når motejournalister formidler sine meninger om nye kleskolleksjoner til lesere av nettpublikasjoner. Et konkret tilfelle av språkbruk kaller Fairclough for en “kommunikativ hendelse”. For å nå målet med den kritiske diskursanalysen framsetter Fairclough et forslag om å studere den kommunikative hendelsen i tre dimensjoner, nemlig tekst, diskursiv praksis og til slutt sosial praksis. Og ved å undersøke hvordan den kommunikative hendelsen forholder seg til diskursordenen innenfor en sosial institusjon eller et sosialt domene kan en finne ut om maktforhold reproduseres eller forandres.¹⁰²

Norman Faircloughs tredimensjonale modell

For å gjennomføre en kritisk diskursanalyse av klesdesignanmeldelser i praksis har jeg tatt utgangspunkt i Faircloughs tredimensjonale modell hvor tekst, diskursiv praksis og sosial praksis analyseres hver for seg, selv om dimensjonene står i et dialektisk forhold til hverandre. Den første dimensjonen i Faircloughs modell er den konkrete teksten. I min diskursanalyse er selve teksten, eller tekstene, klesdesignanmeldelser. Det første steget er derfor å foreta en detaljert tekstanalyse for å få innsikt i hvordan diskursive praksiser kan avleses lingvistisk. De diskurser og sjangre som artikuleres sammen for å produsere en tekst har nemlig en bestemt lingvistisk oppbygning. Det er imidlertid viktig å påpeke at tekstanalysen alene ikke er tilstrekkelig for å belyse forbindelsene mellom tekst og større samfunnsmessige og kulturelle prosesser og strukturer. Her er det også nødvendig med en sosial analyse, som jeg vil komme tilbake til.¹⁰³

Sentralt i denne delen av analysen er også min egen tolkning av språkbruken i klesdesignanmeldelsene, som påvirkes av virkelighetsforståelsen min. Dette innebærer selvsagt mine egne, subjektive holdninger til hva som er viktig og ikke viktig å fokusere på i motekritikk. Personlig er jeg for eksempel svært opptatt av både miljøvern og dyrevelferd, og ville antakeligvis trukket inn både miljødiskurs og dyreverndiskurs om jeg selv skulle skrevet klesdesignanmeldelser. Dette er for øvrig et eksempel på hvordan diskurser fungerer ideologisk. Den siste delen av dette kapittelet er satt av til en grundigere beskrivelse av hvordan jeg utførte selve tekstanalysen.

¹⁰² Winther Jørgensen og Phillips, *Diskursanalyse som teori og metode*, 75 – 79.

¹⁰³ Winther Jørgensen og Phillips, *Diskursanalyse som teori og metode*, 78 – 82.

Undersøkelse av diskursiv praksis handler om å se på hvordan det aktuelle tekstlige materialet er produsert. En kan også undersøke hvordan det tekstlige materialet er konsumert, altså hvordan for eksempel klesdesignanmeldelser tolkes og brukes av lesere, men dette kommer ikke jeg til å fokusere på. Selv om denne dimensjonen er svært interessant har jeg valgt ett fokus med hensyn til oppgavens omfang. Det nærmeste jeg kommer undersøkelse av konsumpsjon er nok de betraktningene jeg gjør omkring min egen forståelse av det tekstlige materialet, som jeg gjorde rede for i avsnittet over. Produksjon av tekster handler om hvordan tekstforfattere, for eksempel motejournalister, trekker på allerede eksisterende diskurser og sjangre for å lage tekster. Her bruker Fairclough begrepene intertekstualitet og interdiskursivitet. Intertekstualitet går enkelt forklart ut på at en ikke kan bruke ord og uttrykk en ikke har hørt før, og alle tekster er i den forstand deler av en lang intertekstuell kjede. Det samme gjelder diskursene tekstene trekker på.¹⁰⁴

Målet mitt er å finne ut i hvilken grad det eksisterer et kritikkparadigme i den nettbaserte motejournalistikken, altså om det finnes et slags mønster for hvordan klesdesignanmeldelser produseres. Om det finnes et slikt mønster som brukes om og om igjen, kan en si at diskursen er reproduserende. I følge Faircloughs teori kan en finne ut dette ved å undersøke om det er lav eller høy grad av interdiskursivitet i tekstene som analyseres. Lav interdiskursivitet er et tegn på reproduksjon av en etablert orden, det jeg kaller paradigme, mens høy interdiskursivitet tyder på at det skjer forandringer i den diskursive praksisen.¹⁰⁵ Det er altså helt sentralt for meg å undersøke nivået av interdiskursivitet i klesdesignanmeldelsene.

Til slutt vil jeg forsøke å forklare tekstanalyseresultatene og den diskursive praksisen ved å se disse i lys av en bredere sosial praksis rundt produksjonen av klesdesignanmeldelser. Undersøkelsen av sosial praksis går ut på å kartlegge de delvis ikke-diskursive, sosiale og kulturelle relasjonene og strukturene som konstituerer den bredere konteksten rundt produksjonen av tekstene, kalt “the social matrix of discourse” av Fairclough. Den sosiale praksisen kan for øvrig ikke forklares ut fra diskursanalysen alene og det er nødvendig å trekke inn andre teorier, som sosial eller kulturell teori. Det er også i analysen av den diskursive praksisen opp mot en bredere sosial praksis at den kritiske diskursanalysen teoretisk sett blir kritisk og dermed når det endelige målet.¹⁰⁶

¹⁰⁴ Winther Jørgensen og Phillips, *Diskursanalyse som teori og metode*, 84.

¹⁰⁵ Winther Jørgensen og Phillips, *Diskursanalyse som teori og metode*, 84.

¹⁰⁶ Marianne Winther Jørgensen og Louise Phillips, *Discourse Analysis as Theory and Method* (London: Sage, 2002), 86.

3.2 Analysematerialet

Det totale analysematerialet i dette prosjektet er 60 klesdesignanmeldelser som alle er skrevet i forbindelse med moteukene i New York, London, Milano og Paris høsten 2011.¹⁰⁷

Anmeldelsene er vurderinger av ti forskjellige designeres kleskolleksjoner og publisert av ti forskjellige nettaviser- og nettmagasiner. Siden hele det aktuelle materialet, det vil si *alle* anmeldelsene fra vår/sommerkolleksjonene som ble vist denne høsten naturlig nok var alt for stort for omfanget til dette prosjektet, trengte jeg klare rammer og utvalgsriterier. I det følgende vil jeg beskrive hvordan jeg gikk frem for å velge ut analysematerialet.

Ti designere

De første utvalgsriteriene gjaldt hvilke designere som skulle representeres i analysen. Det måtte blant annet være designere som mange nettaviser- og magasiner prioriterte å publisere anmeldelser av, så det ble mulig å finne flere anmeldelser av samme designer. Jeg ønsket også variasjon i de utvalgte designernes stiluttrykk og posisjon, for å unngå at eventuelle likheter i analysematerialet hovedsakelig skyldtes likheter i verkene som ble vurdert.

Jeg kom frem til fem forskjellige karakteristikk og deres motsetning, som er typiske i omtale av designeres stiluttrykk og posisjon. Til sammen ble dette ti karakteristikk. Jeg valgte så ti designere som synes å passe til hver av disse karakteristikkene basert på egne kunnskaper samt beskrivelser av designere i de nettbaserte mote-encyklopediene *Voguepedia* og *The Fashion Model Directory*. Designerne presenteres hver for seg med tilhørende karakteristikk og henvisning til eksemplifiserende fotografi fra vår/sommerkolleksjonene i oppgavens vedlegg.

Den første motsetningen jeg har valgt er mellom klassisk og avantgardistisk stil. Italienske *Giorgio Armani* hadde sin første ready-to-wear-visning i 1974 og har siden den gang blitt verdenskjent for sin enkle og tidløse stil med skreddersydde dressjakker og nøytrale fargepalett. Han presenterer sjeldent noe radikalt annerledes, men holder seg til variasjoner av det samme stiluttrykket sesong etter sesong. Armani-kolleksjonene vises i Milano.^{108 109}

¹⁰⁷ Kleskolleksjonene som ble vist høsten 2011 skulle ut i butikk til våren og sommeren 2012.

¹⁰⁸ "Giorgio Armani," *The Fashion Model Directory*, ikke datert. Besøkt 6. september, 2011, <http://www.fashionmodeldirectory.com/brands/giorgio-armani/>

¹⁰⁹ Se illustrasjon 13 i vedleggene: Klassisk stil, Giorgio Armani ready-to-wear vår/sommer 2012.

En langt mer eksperimentell designer er Rei Kawakubo som har stått bak merket *Comme des Garçons* (fransk for “som gutter”) siden det ble grunnlagt i Tokyo i 1969. På 1980-tallet ble Kawakubo en av de første representantene for japansk avantgarde i Paris og hennes ukonvensjonelle design ble raskt populært i intellektuelle og kunstneriske kretser. Kawakubo eksperimenterer med forskjellige tekstiler, komplekse mønstre og ulike oppfatninger av hva klær er og hvordan de forholder seg til kroppen. Ofte ligner designet hennes mer på skulpturer enn klær og mye volum gjør dem ofte lite anvendelige.^{110 111}

Den andre karakteristikken og dens motsetning er minimalisme og maksimalisme. Begrepet minimalisme er hentet fra kunsthistorie og betegner en stil som utforsker enkle former med rette linjer, rene flater og geometriske former. Dette kjennetegner stilen til det amerikanske merket *Calvin Klein Collection*, heretter bare referert til som Calvin Klein, som ble grunnlagt av mannen med samme navn i New York i 1967. I løpet av noen tiår bygde Klein et imperium basert på helt enkle klesplagg som jeans og “the slip dress”, som lignet en helt enkel underkjole. Siden 2003 har Francisco Costa vært sjefsdesigner for motehuset Calvin Klein og han viderefører den enkle stilen merket er kjent for.^{112 113} Maksimalisme er, i motsetning til minimalismens ideal om *minst mulig*, kjennetegnet av *mest mulig*, med komplekse former og stor detaljrikdom. Stilen til den italienske designerduoen *Dolce & Gabbana*, som har laget kolleksjonen sammen siden starten av 1980-tallet, er blitt synonymt med overdådighet og luksus. De er inspirert av blant annet italiensk film fra 1940 og 1950-tallet og korsett og leopardmønster regnes som en del av signaturen deres. De har også laget sceneantrekk for artister som Madonna.^{114 115}

Den tredje motsetningen er mellom designere eller motehus som har vært i bransjen i mange år kontra designere som nylig har debutert og kun har vist én eller noen få kolleksjoner offentlig. Det franske klesmerket *Lanvin* ble etablert i Paris i 1889 og selv om motehuset har hatt mange forskjellige designere siden den gang, har den estetiske visjonen til Madame Jeanne Lanvin blitt videreført. I dag holdes tradisjonen ved like av sjefsdesigneren Alber

¹¹⁰ “Rei Kawakubo,” *Voguepedia*, ikke datert. Besøkt 6. september, 2011, http://www.vogue.com/voguepedia/Rei_Kawakubo

¹¹¹ Se illustrasjon 14 i vedleggene: Avantgarde, *Comme des Garçons ready-to-wear vår/sommer 2012*.

¹¹² “Calvin Klein,” *Voguepedia*, ikke datert. Besøkt 6. september, 2011, [http://www.vogue.com/voguepedia/Calvin_Klein_\(Brand\)](http://www.vogue.com/voguepedia/Calvin_Klein_(Brand))

¹¹³ Se illustrasjon 15 i vedleggene: Minimalistisk, *Calvin Klein Collection ready-to-wear vår/sommer 2012*.

¹¹⁴ “Domenico Dolce & Stefano Gabbana,” *The Fashion Model Directory*, ikke datert. Besøkt 6. september, 2011, <http://www.fashionmodeldirectory.com/designers/domenico-dolce--stefano-gabbana/>

¹¹⁵ Se illustrasjon 16 i vedleggene: Maksimalistisk, *Dolce & Gabbana ready-to-wear vår/sommer 2012*.

Elbaz.^{116 117} Greske *Mary Katrantzou* er derimot en helt ny aktør i moteverdenen. Hun er utdannet ved Central Saint Martins i London og viste sin første høst/vinter ready-to-wear kolleksjon under London Fashion Week i 2008. I løpet av noen få år har Katrantzou blitt kjent for blant annet bruk av trompe-l'oeil og fargerike digitale trykk på tekstiler.^{118 119}

Den fjerde karakteristikken handler om hvor mye designeren vektlegger etikk i produksjonen av klær. Noen designere spesialiserte seg for eksempel på å lage klesplagg og tilbehør i ulike typer pels og eksotisk reptilskinn selv om praksisen møter sterke reaksjoner fra for eksempel dyrevernsorganisasjoner. Andre tar bevisst avstand fra bruken av disse materialene på grunn av de etiske komplikasjonene, som engelske *Stella McCartney*. McCartney, som debuterte som designer i 1997, er svært opptatt av dyrevern både profesjonelt og privat og bruker aldri pels eller skinn i sine kolleksjoner. I stedet benytter hun materialer som vinyl og plastikk til sko og diverse tekstiler til belter og vesker. McCartney viser kolleksjonene sine i Paris.^{120 121}

Det italienske motehuset *Fendi* har derimot en lang tradisjon for bruk av pels. Merket ble grunnlagt av Adele Casagrande og Edoardo Fendi som åpnet en pels- og skinnvarebutikk i Roma i 1918. I dag er Karl Lagerfeld sjefsdesigner og han holder Fendis rykte som pelsspesialist ved like. Fendi-kolleksjonene vises i Paris.^{122 123}

Den siste utvelgelsen er gjort med utgangspunkt i de amerikanske stiluttrykkene “uptown” og “downtown” som viser til den geografiske tilhørigheten og økonomiske statusen til designerens kundegrupper. *Oscar de la Renta* er et eksempel på en designer som forbindes med stilen uptown. Helt fra De La Renta etablerte seg som designer i New York i 1963 har de romantiske og eksklusive klærne han lager vært populære blant velstående amerikanske kvinner.^{124 125} Den unge designeren *Alexander Wang*, som også viser kolleksjonene sine i New York, omtales derimot ofte som downtown. Wang etablerte merket sitt i 2005 og har selv uttalt at han ønsker å selge designerklær til en overkommelig pris. Som det står i

¹¹⁶ “Lanvin,” *Voguepedia*, ikke datert. Besøkt 8. september, 2011, <http://www.vogue.com/voguepedia/Lanvin>

¹¹⁷ Se illustrasjon 17 i vedleggene: Etablert, Lanvin ready-to-wear vår/sommer 2012.

¹¹⁸ “Mary Katrantzou,” *The Fashion Model Directory*, ikke datert. Besøkt 8. september, 2011, <http://www.fashionmodeldirectory.com/designers/mary-katrantzou/>

¹¹⁹ Se illustrasjon 18 i vedleggene: Nykommer, Mary Katrantzou ready-to-wear vår/sommer 2012.

¹²⁰ “Stella McCartney,” *The Fashion Model Directory*, ikke datert. Besøkt 6. september, 2011, <http://www.fashionmodeldirectory.com/designers/stella-mccartney>

¹²¹ Se illustrasjon 19 i vedleggene: Etisk bevisst, Stella McCartney ready-to-wear vår/sommer 2012.

¹²² “Fendi,” *Voguepedia*, ikke datert. Besøkt 6. september, 2011, <http://www.vogue.com/voguepedia/Fendi>

¹²³ Se illustrasjon 20 i vedleggene: Etisk likegyldig, Fendi ready-to-wear vår/sommer 2012.

¹²⁴ “Oscar de la Renta,” *Voguepedia*, ikke datert. Besøkt 7. september, 2011, http://www.vogue.com/voguepedia/Oscar_de_la_Renta

¹²⁵ Se illustrasjon 21 i vedleggene: Uptown, Oscar de la Renta ready-to-wear vår/sommer 2012.

artikkelen om Wang i *Voguepedia*: “Alexander Wang’s clothes have become a uniform of sorts for a downtown New York City crowd [...]”¹²⁶ ¹²⁷

Hvor designerne viste kolleksjonene sine geografisk vil ikke bli tillagt noen oppmerksomhet senere i oppgaven, selv om jeg forsøkte å få til en viss spredning i selve utvelgelsen.

Ti publikasjoner

Etter jeg hadde bestemt meg for hvilke designere og motehus som skulle representeres, ønsket jeg minst fem anmeldelser av hver designer fra ti forskjellige nettpublikasjoner. På denne måten fikk jeg en relativt stor spredning i skribenter og eventuell ulik redaksjonspolitikk. Utvalgsriteriet her var enkelt og greit de publikasjonene som publiserte flest anmeldelser av kleskolleksjoner under de internasjonale moteukene høsten 2011. Variasjoner som magasin kontra avis, økonomisk tilhørighet og lesermålgrupper er tilfeldig. De utvalgte publikasjonene er kort presentert under i alfabetisk rekkefølge:

ELLE UK: britisk motemagasin. Eies av Lagardère Group.

Fashion Etc: selvstendig amerikansk motemagasin.

Grazia Daily: nettutgivelsen til det britiske mote- og kjendismagasinet Grazia. Eies av Bauer Consumer Media.

SHOWstudio: selvstendig britisk motemagasin.

Style: amerikansk motemagasin. Eies av Condé Nast.

The Fashion Spot: amerikansk motemagasin. Eies av AtomicOnline LLC.

The Guardian: britisk avis som gis ut av The Guardian Media Group plc.

The New York Times: amerikansk avis. Eies av mediekonsernet The New York Times Company.

Vogue: amerikansk motemagasin. Eies av Condé Nast.

Womens Wear Daily: bransjemagasin i moteindustrien. Eies av Condé Nast.

¹²⁶ “Alexander Wang,” *Voguepedia*, ikke datert. Besøkt 7. september, 2011, http://www.vogue.com/voguepedia/Alexander_Wang

¹²⁷ Se illustrasjon 22 i vedleggene: Downtown, Alexander Wang ready-to-wear vår/sommer 2012.

60 anmeldelser

Etter utvelgelsesprosessen satt jeg igjen med et materialomfang på 60 anmeldelser. Hver designer er representert med mellom fem og syv anmeldelser og de ulike publikasjonene er representert med alt fra to til åtte anmeldelser. Tekstene er forfattet av 22 forskjellige navngitte journalister. Ni anmeldelser var usignerte. Siden anmeldelsene i de fleste tilfellene er signert av skribentene ser jeg ingen grunn til å anonymisere dem i presentasjonen av analyseresultatene. 60 tekster kan virke som et stort analysemateriale for en masteroppgave, men jeg følte at denne mengden var nødvendig for å ha mulighet til å si noe om generelle tendenser om kritikk i den nettbasert motejournalistikken.

3.3 Vurderingskriterier som koding

Som nevnt innledningsvis i kapittelet trengte jeg et konkret sammenligningsgrunnlag for selve tekstanalysen og jeg har latt meg inspirere av en artikkel kalt *Kritikk og kriterier* av Per Thomas Andersen fra 1987. Ved å bruke litteraturkritikk som eksempel argumenterer Andersen for at alle kritikere bruker visse *vurderingskriterier*, altså krav som må oppfylles, når de bedømmer verk. Andersen identifiserer og finner samsvar mellom flere av kriteriene litteraturkritikerne bruker og konkluderer med at det eksisterer et norsk kritikk-paradigme. Han undersøker også hvordan de ulike kriteriene blir brukt.¹²⁸ I likhet med Andersen ville jeg også bruke motejournalistenes vurderingskriterier som sammenligningsgrunnlag i tekstanalysen.

Analysearbeidet startet med at jeg studerte én og én anmeldelse og markerte alle setninger hvor skribenten foretok en vurdering av selve kleskolleksjonen eller presentasjonen av den. Deretter organiserte jeg disse vurderingene etter hvilket kriterium som syntes å ligge til grunn. Disse vurderingskriteriene kan kalles *koder*. Merk at denne kodingen i høy grad var en tolkningsprosess og at det også er den mest åpenbare svakheten i metoden jeg har anvendt, nemlig min egen tolkning av skribentenes vurderinger og baktanker. Jeg kan ha misforstått hva skribentene mente og tolket feil, noe som igjen kan ha gitt et uriktig analyseresultat. Jeg håper at det store analyse materialet bøter på denne svakheten.

¹²⁸ Per Thomas Andersen, "Kritikk og kriterier," *Vinduet* nr. 3 (1987): 17 – 25.

Etter gjennomgangen av analysematerialet satt jeg igjen med 19 slike forskjellige koder. Navnet på kodene, altså vurderingskriteriene, ble utviklet fra språket i anmeldelsene. Dette er for at kodene skulle være så tekstnære som mulig. I følge den norske sosiologiprofessoren Aksel Tjora er selve syretesten for god koding at kodene bare kunne vært utviklet fra den konkrete empirien og ikke satt opp i forkant av analysen.¹²⁹

Identifisering av kriterier

Utfordringen med identifisering av kriterier lå altså først og fremst i tolkningsarbeidet. Selv om noen skribenter ga nokså klart uttrykk for hva de vurderte kleskolleksjonen på grunnlag av, var mange svært vage. Per Thomas Andersen viste hvordan han gikk frem for å identifisere kriterier litteraturkritikere bruker ved å vise til eksemplifiserende setninger fra anmeldelsene han undersøkte. Som Andersen vil jeg forsøke å bøyte på reliabilitetsproblemene ved å gjøre valgene mine synlige gjennom eksempler på hvordan jeg tolket vurderende setninger fra anmeldelsene. For enkelhets skyld er alle de eksemplifiserende setningene nedenfor hentet fra anmeldelser av Alexander Wangs vår/sommer 2012-kolleksjon.

Grovt sett kan en dele de vurderende utsagnene til skribentene inn i *synlige og skjulte kriterier*. Synlige kriterier er de som kommer ganske tydelig fram av måten skribenten formulerer seg på, som direkte henvisning til hva som er bra eller ved å tydelig tillegge bestemte aspekter ved kolleksjonen en egenverdi, for eksempel:

*“There was little you couldn’t see hanging on a rack, walking down the street. And that’s a good thing.”*¹³⁰

Her uttrykker kritikeren klart at det er bra at klærne appellerer til forbrukerne, altså er kommersiell verdi et kriterium. Et annet eksempel på synlige kriterier er:

*“As for the bags, they weren’t my cup of tea, but they were certainly original.”*¹³¹

Selv om kritikeren innrømmer at veskene ikke passer hennes subjektive smak, mener hun allikevel de har verdi fordi de er originale. Altså er originalitet et kriterium.

¹²⁹ Aksel Tjora, *Kvalitative forskningsmetoder i praksis* (Oslo: Gyldendal Akademisk, 2012), 184.

¹³⁰ Meenal Mistry, “Alexander Wang,” *Style*, 10. september, 2011, besøkt 26. september, 2011, <http://www.style.com/fashionshows/review/S2012RTW-AWANG>

¹³¹ Sharon Feiereisen, “Alexander Wang Spring 2012 Runway Review,” *The Fashion Spot*, 11. september, 2011, besøkt 26. september, 2011, <http://www.thefashionspot.com/runway-news/news/168944-alexander-wang-spring-2012-runway-review#ixzz1Z4K1VKCv>

Skjulte kriterier er de som ligger bak ubegrunnede vurderinger, det vil si når kritikeren gir uttrykk for at noe er bra eller dårlig uten direkte å vise til hvorfor. For eksempel:

*“Once again Alexander Wang has reminded us why he is synonymous with New York downtown cool.”*¹³²

Selv om skribenten ikke forklarer hvorfor Wang er “downtown cool” forstår vi at hun synes det er bra at Wang holder seg til den stilen han er kjent for og jeg tolker det som at stilkarakteristisk er et kriterium.

Jeg vil understreke at dette bare var ment som eksempler på hvordan jeg gikk frem for å finne vurderingskriteriene. Selve tekstanalysen avdekket en rekke flere kriterier som presenteres i neste kapittel.

Skjematisk registrering

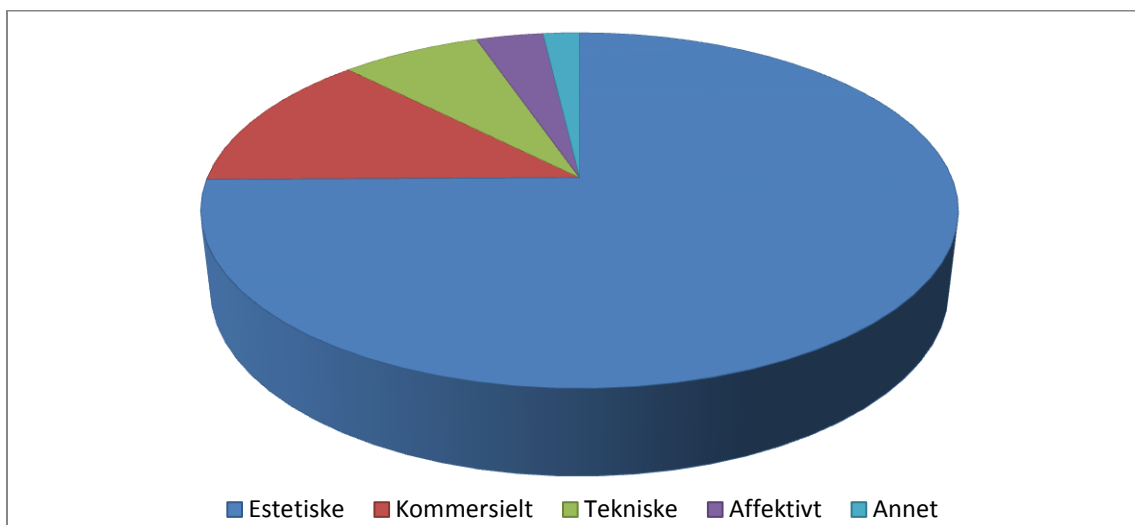
For å gjøre analyseresultatene oversiktlige og lett sammenlignbare registrerte jeg vurderingskriteriene skjematisk. På denne måten ble det også enkelt å finne ut i hvor mange anmeldelser hvert kriterium brukes i forhold til de ti forskjellige designerne. Det er viktig å understreke at jeg ikke teller antall ganger hvert kriterium blir brukt totalt, men antall anmeldelser som inneholder hvert enkelt kriterium. Om en skribent bruker det samme kriteriet i flere vurderinger i samme anmeldelse, teller dette bare som én registrering i skjemaet. Om to forskjellige kriterier blir brukt samlet til én vurdering, vil disse registreres som to forskjellige kriterier. Skjemaet inkluderes ikke i selve oppgaveteksten, men refereres til som vedlegg i neste kapittel.

¹³² Indigo Clarke, “New York Womenswear S/S 2012 Alexander Wang,” *SHOWstudio*, 11. september, 2011, besøkt 26. september, 2011, http://showstudio.com/collection/alexander_wang_new_york_womenswear_s_s_2012

4 Tekstanalyse: vurderingskriterier i klesdesignanmeldelser

I dette kapittelet beskriver jeg hvordan motejournalister vurderer nye kleskolleksjoner slik den fremstår for meg i et utvalg klesdesignanmeldelser fra ulike nettpublikasjoner. Som gjort rede for i forrige kapittel, valgte jeg vurderingskriterier som koding for at det skulle bli lettere å sammenligne innholdet i de utvalgte tekstene. Tolkingsarbeidet var til tider meget utfordrende fordi mange av bedømmelsene journalistene foretok manglet eller hadde uklare begrunnelser. Jeg identifiserte tilsammen 19 vurderingskriterier som jeg har fordelt på fem kategorier ut i fra hvilket overordnet tema jeg mener de tilhører. Som en kan se i den grafiske fremstillingen under, resulterte kategoriseringen i en stor bolk med estetiske vurderingskriterier og i synkende rekkefølge et kommersielt kriterium, tekniske kriterier, affektivt kriterium og en liten gruppe jeg har kalt annet.

Jeg presenterer kategoriene og kriteriene i henhold til forekomst sammen med eksemplifiserende sitater for å underbygge mine egne tolkninger av journalistenes utsagn. Jeg gjør deretter rede for noen setninger som uttrykker meninger om kleskolleksjonene, men hvor jeg ikke klarte å tolke det bakenforliggende kriteriet. Til slutt belyser jeg noen interessante avvik fra de generelle tendensene i måten vurderingskriteriene ble brukt på. Illustrasjonen under gir for øvrig et hurtig inntrykk av den prosentvise fordelingen av den totale kriteriebruken. Den skjematiske registreringen av vurderingskriteriene følger som vedlegg.



4.1 Estetiske vurderingskriterier

Den største kategorien av vurderingskriterier er altså de estetiske. 13 av de identifiserte kriteriene, eller 75 % av det totale antallet tolkede vurderinger, var på en eller annen måte relatert til det rent visuelle ved hele eller deler av designernes kleskolleksjoner.

Dessuten brukte nesten samtlige av de navngitte journalistene og den eller de anonyme journalistene fra *Womens Wear Daily* ett eller flere varianter av de estetiske vurderingskriteriene. Dette er en utbredelse av kriteriebruken jeg ikke finner i de andre kriteriekategoriene. Det eneste unntaket var Emily Gyben fra *Fashion Etc* som, selv om hun beskrev det visuelle i kolleksjonen, ikke brukte estetiske vurderingskriterier i anmeldelsen av Alexander Wang.¹³³

Stilkarakteristisk

Det første vurderingskriteriet jeg presenterer har jeg kalt *stilkarakteristisk*. Om kolleksjonen er stilkarakteristisk går ut på at anmelderen har visse forestillinger om hva som er den typiske stilen til en designer og foretar bedømmelser på grunnlag av forventninger til denne. Stil er, som forklart innledningsvis i oppgaven, en kombinasjon av silhuett, konstruksjon, tekstiler og detaljer som skiller et objekt fra andre objekter i samme kategori. Dette forutsetter at anmelderen har kunnskap om designerens tidligere kreasjoner. Kriteriet om at kleskolleksjonen var stilkarakteristisk ble anvendt i minst to anmeldelser av samtlige representerte designerne og i til sammen 34 av 60 anmeldelser. 16 av de 22 navngitte journalistene anvendte kriteriet. Sharon Feiereisen fra *The Fashion Spot* anvendte for øvrig det stilkarakteristiske kriteriet i samtlige av de fem anmeldelsene hun var representert med.

I noen anmeldelser kom det tydelig frem at journalisten var fornøyd med at designeren hadde designet en kolleksjon som var typisk hans eller hennes stil, som når Indigo Clarke fra *SHOWstudio* skrev:

Once again Alexander Wang has reminded us why he is synonymous with New York downtown cool – he has created a whole universe for his clearly defined ‘girl’, and whether

¹³³ Emily Gyben, “Alexander Wang Spring 2012 Review,” *Fashion Etc*, 10. september, 2011, besøkt 26. september, 2011, <http://fashionetc.com/fashion/runway/3007-alexander-wang-spring-2012-review>

she's effortlessly tackling the urban jungle or racing BMX's, she does it all in killer ensembles without breaking a sweat.¹³⁴

I noen av anmeldelsene måtte jeg tolke meg frem til at det var det stilkarakteristiske kriteriet som lå til grunn i bedømmelsene. Vincent Paul fra *Fashion Etc* uttrykte det for eksempel så enkelt som "The formula for perfect Fendi chic."¹³⁵ Nicole Phelps fra *Style* var heller ikke spesielt tydelig når hun siktet til det stilkarakteristiske i Stella McCartneys kolleksjon : "Something is definitely clicking for the designer, who seemed more in control of her confident, sexy message than ever this season."¹³⁶

Noe av det mest påfallende med det stilkarakteristiske-kriteriet var at det ble brukt i samtlige av de utvalgte anmeldelsene av Dolce & Gabbanas kolleksjon. Det levner ingen tvil om at journalistene som anmeldte visningen til Dolce & Gabbana hadde ganske klare forestillinger om hva som kjennetegner stilen til designerduoen på forhånd og ønsket å se mer av dette. Sarah Mower fra *Vogue* skriver for eksempel:

Close your eyes, think about Dolce & Gabbana, and what comes to mind? Sophia Loren, Italian summers in the fifties, boundless womanly sensuality, and a huge, optimistic appetite for life. Of course! Well, that's exactly what came to pass - in all its exuberant southern Italian variety - on their runway for spring.¹³⁷

Et innslag av glitter og glamour fremstår dessuten nærmest som en forutsetning for en vellykket Dolce & Gabbana-visning i følge et par av journalistene. Emma Sells fra *ELLE UK* skrev for eksempel "Of course, this being Dolce, there was a healthy dose of glitz too [...]" I *Grazia Daily* tar Paula Reed opp det samme poenget i en mer humoristisk formulering:

And the crystal embroidered dresses with beaded fringed hems, while probably carrying price tags equivalent to about 10% of Italy's GDP, were the kind of fashion fantasy Stefano and Domenico are always good for.¹³⁸

¹³⁴ Clarke, "New York Womenswear S/S 2012 Alexander Wang."

http://showstudio.com/collection/alexander_wang_new_york_womenswear_s_s_2012

¹³⁵ Paul Vincent, "Fendi Spring 2012 Review," *Fashion Etc*, 23. september, 2011, besøkt 26. oktober, 2011, <http://fashionetc.com/fashion/runway/3213-fendi-spring-2012-review>

¹³⁶ Nicole Phelps, "Stella McCartney," *Style*, 3. oktober, 2011, besøkt 4. oktober, 2011, <http://www.style.com/fashionshows/review/S2012RTW>

¹³⁷ Sarah Mower, "Dolce & Gabbana / Spring 2012 RTW," *Vogue*, ikke datert, besøkt 4. oktober, 2011, <http://www.vogue.com/collections/spring-2012-rtw/mdgabbana/review/>

¹³⁸ Paula Reed, "Milan Fashion Week Spring Summer 2012 Show Report: Dolce & Gabbana." *Grazia Daily*, 26. september, 2011, besøkt 4. oktober, 2011, <http://www.graziadaily.co.uk/showreports/archive/2011/09/26/milan-fashion-week-spring-summer-2012-show-report--dolce---gabbana.htm>

Visuell fremstillingsevne

Kriteriet om visuell fremstillingsevne går ut på om designeren evner å uttrykke en konkret inspirasjon eller et konsept gjennom klesdesignet på en måte som publikum kan oppfatte. Den visuelle fremstillingsevnen ble tatt opp i 30 av 60 anmeldelser og i mellom én og fire anmeldelser av alle designerne.

Alber Elbaz infernokonsept for Lanvin-kolleksjonen er et eksempel på et slikt konsept. Sarah Joynt fra *The Fashion Spot* skrev for eksempel:

When asked of his inspiration for the season, Elbaz spouted a tale of an angel in hell who has ended up back on earth. As far-fetched as it may seem, you can see the soft lines of an angel paired with the serpent coiled around her neck and the story comes to life.^{139 140}

Flere av anmelderne var også enige om at Giorgio Armani klarte å vise at han var inspirert av perler gjennom bruk av blanke tekstiler, som Feiereisen når hun skrev: “Armani was inspired by the gleam of pearls. Fittingly, Spring 2012 was brimming with iridescent fabrics that reflected the light as they made their way down the runway [...]”¹⁴¹ Og Tim Blanks virker enda mer imponert i sin anmeldelse av Armani for *Style*:

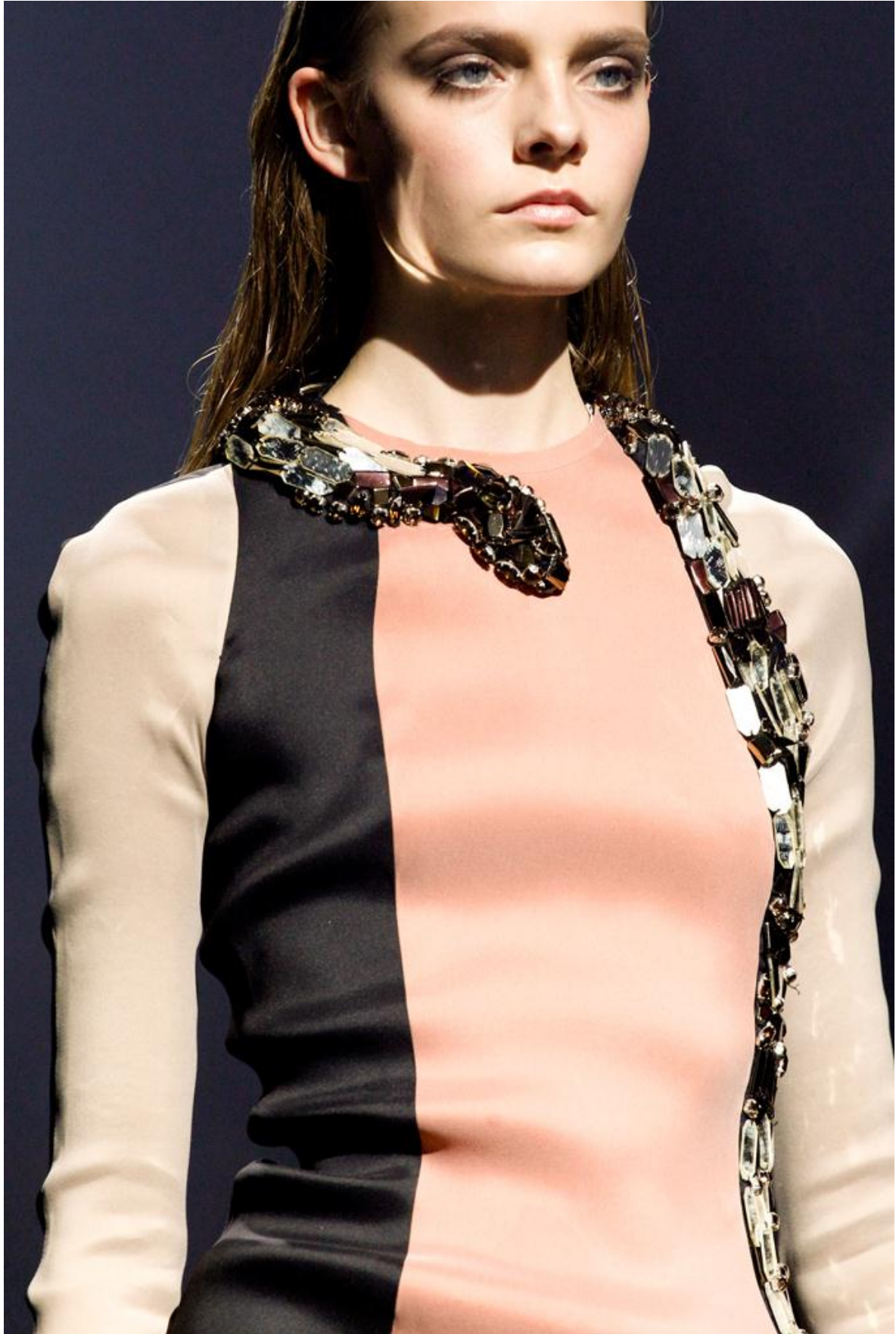
Giorgio Armani is obsessed with light this season. His Emporio show sparkled with hard starlight; his signature show shimmered with the translucent glow of the moon on the sea - or the mother-of-pearl lining of a seashell. Armani excels at translating such abstract notions into fabric.¹⁴²

¹³⁹ Sarah Joynt, “Lanvin Spring 2012 Runway Review,” *The Fashion Spot*, 1. oktober, 2011, besøkt 5. oktober, 2011, <http://www.thefashionspot.com/runway-news/news/169464-lanvin-spring-2012-runway-review#slide-1>

¹⁴⁰ Se illustrasjon 7 på neste side.

¹⁴¹ Sharon Feiereisen, “Giorgio Armani Spring 2012 Runway Review,” *The Fashion Spot*, 26. september, 2011, besøkt 6. oktober, 2011, <http://www.thefashionspot.com/runway-news/news/169350-giorgio-armani-spring-2012-runway-review#ixzz1a0tljij9>

¹⁴² Tim Blanks, “Giorgio Armani,” *Style*, 26. september, 2011, besøkt 6. oktober, 2011, <http://www.style.com/fashionshows/review/S2012RTW-GARMANI>



Illustrasjon 7: Lanvin ready to wear vår/sommer 2012. Slangen som er kveilet rundt halsen vitner om at Alber Elbaz har visuell fremstillingsevne i følge Sarah Joynt fra The Fashion Spot.

Visuell fremstillingsevne var forøvrig det kriteriet den eksperimentelle kolleksjonen til Rei Kawakubo ble vurdert etter flest ganger, det vil si i tre av fem utvalgte anmeldelser. Blanks fra *Style* formulerer dette på følgende måte:

For once, Rei Kawakubo's cryptic clue for her new Comme des Garçons collection made perfect sense. "White drama" was a precise summation of a show that felt like it tracked a progression through life's dramatic way stations: birth, marriage, death, transcendence. Tradition drapes each of those moments in white and attaches distinct rituals to them, which set off some fascinating echoes in Kawakubo's all-white collection.¹⁴³

Også motekritikkveteranen Suzy Menkes tar opp den visuelle fremstillingsevnen til Mary Katrantzou i anmeldelsen for *The New York Times*:

The last day of the London women's summer 2012 season opened with the intense, saturated prints of Mary Katrantzou, whose vision is not only artistic but also digital. And by using images that faced off nature and the man-made industrial world, as if on a split screen, the designer embraced 21st-century issues in a powerful way.¹⁴⁴

Mark Holgate fra *Vogue* snudde derimot bruken av visuell fremstilling som kriterium på hodet og var faktisk fornøyd med at Karl Lagerfelds konsept for Fendi *ikke* kom så tydelig til uttrykk:

You've got to hand it to Karl Lagerfeld. There is no way that the inspiration behind his spring collection for Fendi would have been obvious to anyone. (Please take a look and feel free to disagree.) This, incidentally, is intended as high praise; he never let the concept, which was based on the idea of mathematical formulas, with their rigorous purity of systematic and rational thinking, overshadow the clothes.¹⁴⁵

¹⁴³ Tim Blanks, "Comme des Garçons," *Style*, 1. oktober, 2011, besøkt 4. oktober, 2011, <http://www.style.com/fashionshows/review/S2012RTW-CMMEGRNS/>

¹⁴⁴ Suzy Menkes, "Screen vs. Clean: When Print Meets Purity," *The New York Times*, 20. september, 2011, besøkt 4. oktober, 2011, http://www.nytimes.com/2011/09/21/fashion/mary-kantrantzou-as-londons-summer-2012-shows-end.html?_r=1&scp=2&sq=kantrantzou&st=cse

¹⁴⁵ Mark Holgate, "Fendi / Spring 2012 RTW," *Vogue*, ikke datert, besøkt 26. september, 2011, <http://www.vogue.com/collections/spring-2012-rtw/fendi/review/>

Stilsans

Det var utfordrende å finne et passende begrep for denne måten å vurdere klesdesign på. Jeg har tatt utgangspunkt i at journalistene omtaler kleskolleksjonene med ord som referer til en sikker sans for det estetisk tiltalende, altså *stilsans*. Journalistene forklarer derimot ikke *hvorfor* de synes noe er estetisk tiltalende. *Stilsans* ble vurdert i 24 av 60 anmeldelser og minst én gang om alle kolleksjonene bortsett fra Comme des Garçons.

De fleste kommentarene som gjald *stilsans* refererte til at klærne på en eller annen måte var *elegante*. Ordet *chic* ble for eksempel brukt i ni forskjellige anmeldelser. Som Paul Vincent fra *Fashion Etc* på enkelt vis oppsummerer Lanvin-kolleksjonen til Alber Elbaz: “Angelically elegant and demonically chic.”¹⁴⁶ Men også andre ord som viser til eleganse ble hentet frem for å hylle kolleksjonene. Jess Cartner-Morley fra *The Guardian* mente for eksempel at Stella McCartney hadde laget glamorøse plagg: “For evening, there were full-length, long-sleeved jumpsuits in sharply cut shantung silk that looked every bit as glamorous as the miniscule cocktail dresses.”¹⁴⁷ Og Paula Reed fra *Grazia Daily* synes antrekk fra Armani-kolleksjonen var sofistikerte: “The Armani customer will love the soft crepe jackets over knee length skirts that had the ease of a lounge suit but the sophistication of city soiree.”¹⁴⁸

Journalistene brukte også ord knyttet til skjønnhet, som Nicole Phelps fra *Style* når hun vurderer en kjole designet av Oscar de la Renta: “White is a big trend this week, but we challenge you to find a lovelier, more ethereal dress than the one with the delicate handkerchief hem the designer put on Arizona Muse.”¹⁴⁹ Selv betegnelsen *søt* ble brukt for å rose skotøyet i kolleksjonen til Dolce & Gabbana av Paula Reed fra *Grazia Daily* “the high heeled Mary Janes and fishnet shoe boots were some of the cutest footwear on the runway.”¹⁵⁰

¹⁴⁶ Paul Vincent, “Lanvin Spring 2012 Review,” *Fashion Etc*, 3. oktober, 2011, besøkt 5. oktober, 2011, <http://fashionetc.com/fashion/runway/3345-lanvin-spring-2012-review>

¹⁴⁷ Jess Cartner-Morley, “Stella McCartney joins the dots at Paris fashion week,” *The Guardian*, 3. oktober, 2011, besøkt 4. oktober, 2011, <http://www.guardian.co.uk/fashion/2011/oct/03/paris-fashion-week-stella-mccartney?INTCMP=SRCH>

¹⁴⁸ Paul Reed, “Milan Fashion Week Spring Summer 2012 show report: Giorgio Armani,” *Grazia Daily*, 29 september, 2011, besøkt 6. oktober, 2011, <http://www.graziadaily.co.uk/showreports/archive/2011/09/29/milan-fashion-week-spring-summer-2012-show-report--giorgio-armani.htm>

¹⁴⁹ Nicole Phelps, “Oscar de la Renta”, *Style*, 13. september, 2011, besøkt 27. september, 2011, <http://www.style.com/fashionshows/review/S2012RTW-ODLRENTA>

¹⁵⁰ Reed, “Milan Fashion Week Spring Summer 2012 Show Report: Dolce & Gabbana.”

Farger og mønstre

Designerens valg av farger og mønstre på plaggene ble vurdert i 24 av de 60 utvalgte anmeldelsene. Dette kriteriet var også et av de enkleste å identifisere i tekstanalysen og handler enkelt og greit om journalisten liker fargene og mønstrene på plaggene eller ikke. Kriteriet ble brukt minst én gang om alle kolleksjonene bortsett fra Fendi, og i samtlige av de fem utvalgte anmeldelsene av Calvin Klein.

Det var spesielt de duse fargene i Calvin Klein-kolleksjonen som ble hyllet av journalistene. Som Indigo Clarke fra *SHOWstudio* skrev: “Rejecting the fanfare of over-the-top colour and prints we’ve become accustomed to seeing on the runways this season, Calvin Klein for spring 2012 was an exercise in subtlety on all counts.”¹⁵¹ Også nykommeren Mary Katrantzou fikk ros for bruken av mønstre i de fleste anmeldelsene. Som Tim Blanks fra *Style* formulerte det: “[...] Katrantzou's teasing trompe l'oeil - as in the elaborate metal obi that looked like Frank Gehry's Bilbao Guggenheim - is still one of fashion's marvels.”¹⁵² Og Sarah Joynt beskrev Katrantzou som “the new digital print master.”¹⁵³

Selv om den helhvite kolleksjonen til Rei Kawakubo var beskrevet i alle de utvalgte anmeldelsene, var det bare Jess Cartner-Morley fra *The Guardian* som hadde en mening om dette:

The simple-minded take-away here was that white was the new black. That’s a statement Kawakubo could love or loathe, but its interesting that just as she transformed black into the colour of fashion in the early eighties, today she transformed white from the ceremonial to the everyday, and from something sweet to something sinister.¹⁵⁴

¹⁵¹ Indigo Clarke, “New York Womenswear S/S 2012 Calvin Klein,” *SHOWstudio*, 15. september, 2011, besøkt 26. september, 2011, http://showstudio.com/collection/calvin_klein_new_york_womenswear_s_s_2012

¹⁵² Tim Blanks, “Mary Katrantzou,” *Style*, 20. september, 2011, besøkt 4. oktober, 2011, <http://www.style.com/fashionshows/review/S2012RTW-MKATRANTZOU/>

¹⁵³ Sarah Joynt, “Mary Katrantzou Spring 2012 Runway Review,” *The Fashion Spot*, 21. september, 2011, besøkt 4. oktober, 2011, <http://www.thefashionspot.com/runway-news/news/169248-mary-katrantzou-spring-2012-runway-review#ixzz1ZoBYYSiA>

¹⁵⁴ Alex Fury, “Paris Womenswear S/S 2012 Comme Des Garçons,” *SHOWstudio*, 2. oktober, 2011, besøkt 4. oktober, 2011, http://showstudio.com/collection/comme_des_garcons_paris_womenswear_s_s_2012

Flatterende

Kriteriet om at klesdesignet er flatterende ble brukt i 21 anmeldelser. Det ble brukt i minst én anmeldelse av alle designerne bortsett fra Rei Kawakubo. Francisco Costa ble for eksempel roset av Paula Reed for å ha myknet opp sin minimalistiske stil som sjefsdesigner for Calvin Klein og fokusert mer på former som komplimenterer kvinnekroppen: “Personally I have always thought that compromise was a good thing and never a cop out. The compromise that Francisco made between his minimalist line and a woman’s curve, made for a gorgeously feminine collection.”¹⁵⁵

Om designeren lykkes i å lage klær som fremhever kvinnekroppen på en forskjønnende måte brukes ofte ord som sensuell og sexy, som når Sarah Joynt skrev følgende om Oscar de la Rentas visning: “It had an air of bohemian sensuality”.¹⁵⁶ Det samme gjør Sarah Mower fra *Vogue* i sin vurdering av Dolce & Gabbanas kolleksjon: “Loren was singing ‘Mambo Italiano’ on the sound track and the girls were switching their hips in sexy fifties corseted dresses and swimsuits printed with a cornucopia of market-vegetable patterns.”¹⁵⁷

Hvorfor noe er sensuelt eller sexy kan for eksempel være på grunn av tekstilene klærne er laget av, at klesplaggene er kroppsnære eller at de viser bar hud.^{158 159 160} Men å vise hud er ikke ensbetydende med at antrekket er flatterende, noe Paula Reed gjør klart når hun kommenterer den bare magen som ble vist i kolleksjonen til Dolce & Gabbana:

I am less enthusiastic about the bare midriff which the Dolce Gabbana boys did their best to convince us was worth considering in bandeau tops and slim pencil skirts. Even under cover of those knee length coats guys, there aren’t enough hours in the day between now and next summer for the crunches I’d need to do to get the abs to go there.¹⁶¹

¹⁵⁵ Paula Reed, “NYFW S/S `12 Report: Calvin Klein Collection,” *Grazia Daily*, 16. september, 2011, besøkt 26. september, 2011, <http://www.graziadaily.co.uk/showreports/archive/2011/09/16/nyfw-s-s-12-report--calvin-klein.htm>

¹⁵⁶ Sarah Joynt, “Oscar de la Renta Spring 2012 Runway Review,” *The Fashion Spot*, 14. september, 2011, besøkt 27. september, 2011, <http://www.thefashionspot.com/runway-news/news/169046-oscar-de-la-renta-spring-2012-runway-review#ixzz1Z9KEwpBJ>

¹⁵⁷ Mower, “Dolce & Gabbana / Spring 2012 RTW.”

¹⁵⁸ Cartner-Morley, “Stella McCartney joins the dots at Paris fashion week.”

¹⁵⁹ Sarah Mower, “Lanvin / Spring 2012 RTW,” *Vogue*, ikke datert, besøkt 5. oktober, 2011, <http://www.vogue.com/collections/spring-2012-rtw/lanvin/review/>

¹⁶⁰ “Lanvin RTW Spring 2012,” *Womens Wear Daily*, 30. september, 2011, besøkt 5. oktober, 2011, <http://www.wwd.com/runway/spring-ready-to-wear-2012/review/lanvin>

¹⁶¹ Paula Reed, “Milan Fashion Week Spring Summer 2012 Show Report: Dolce & Gabbana.”

Fornyelse

Kriteriet fornyelse ble brukt i mellom én og tre anmeldelser av alle de ti designerne og til sammen i 21 anmeldelser. Fornyelse handler om at designeren gjør noe nytt, som å introdusere designelementer eller stiler som han eller hun ikke tidligere har brukt, og dette blir utelukkende positivt mottatt av journalistene. Det kommer tydelig frem i formuleringer som denne av Alex Fury fra *SHOWstudio* om Lanvin-kolleksjonen:

Much as its satisfying to see Elbaz expounding on his perfect, it's exhilarating when he decides to take us to pastures new. There's no greater aphrodisiac than change, or so the saying goes - be ready to be seduced afresh.¹⁶²

“Fresh” er et uttrykk som ble benyttet av flere av journalistene for å beskrive at noe var nytt på en positiv måte, som Nicole Phelps skriver om Oscar de la Rentas visning: “There was a fresh, upbeat look that went beyond the bobby-socks-and-heels act, the softly frizzed hair, and the no-makeup makeup. You saw it in a pair of bright silk taffeta ball gowns topped with T-shirts. Couture lace T-shirts, but you get the idea.”¹⁶³ Alexander Wang fikk dessuten positiv kritikk for å bruke mønster i vårkolleksjonen, Mary Katrantzou for å ha laget strikkeplagg og Rei Kawakubo for å være mer romantisk i stilen enn tidligere.^{164 165 166}

Francisco Costa fikk dessuten en ny tilhenger fordi han løsnet litt på sin typiske strenge geometriske og minimalistiske stil for Calvin Klein:

I must confess that there are times when I have found Calvin Klein a challenge. There is something about minimalism in fashion that demands you measure up: perfect hair, perfect skin, perfect poise and so on. And in my daily life I often find that wanting. Result: I feel defeated. And feeling competitive with your clothes is just not a good thing. [...] But for summer 2011 Francisco eased up and my Calvin conversion happened.¹⁶⁷

¹⁶² Alex Fury, “Paris Womenswear S/S 2012 Lanvin,” *SHOWstudio*, 1. oktober, 2011, besøkt 5. oktober, 2011, http://showstudio.com/collection/lanvin_paris_womensear_s_s_2012

¹⁶³ Nicole Phelps, “Oscar de la Renta.”

¹⁶⁴ Indigo Clarke, “New York Womenswear S/S 2012 Alexander Wang.”

¹⁶⁵ Menkes, “Screen vs. Clean: When Print Meets Purity.”

¹⁶⁶ Sarah Joynt, “Comme des Garçons Spring 2012 Runway Review,” *The Fashion Spot*, 2. oktober, 2011, besøkt 4. oktober, 2011, <http://www.thefashionspot.com/runway-news/news/169484-comme-des-garcons-spring-2012-runway-review#ixzz1ZodHkq3f>

¹⁶⁷ Reed, “NYFW S/S `12 Report: Calvin Klein Collection.”

Visuell sammenligning

Visuell sammenligning er kanskje ikke direkte et *kriterium*, men snarere en metode noen av journalistene bruker for å måle den estetiske verdien til kleskolleksjoner. Enkelt forklart går dette ut på å sammenligne utseende på plaggene i kleskolleksjonene med noe annet visuelt, og vurdere om det er bra eller dårlig i forhold til det som det ligner på eller eventuelt ikke ligner på. Visuell sammenligning ble brukt i 21 anmeldelser, mellom to og fire ganger om hver designer bortsett fra Comme des Garçons, Lanvin og Alexander Wang.

Designernes stil ble for eksempel sammenlignet med andre designeres stil, som Feiereisen gjorde når hun skrev følgende om Giorgio Armani: “His shows might not tend to pack the quirky and fun-to-watch thematic looks of say Moschino, but Giorgio Armani never fails to capture with his strikingly sophisticated designs.”¹⁶⁸ Kolleksjonene ble også sammenlignet med designerenes tidligere verk, for eksempel forrige sesongs kolleksjon, som Sarah Joynt gjør med Mary Katrantzou: “While last season’s lampshade dresses were beautiful, the thick and structured nature of the fabric was limiting in terms of who could wear it. This season had softer silhouettes and more wearable shapes - including this season’s printed suit trend.”¹⁶⁹

Kleskolleksjonene ble også sammenlignet med andre kolleksjoner fra samme moteuke, som i Paul Vincents anmeldelse av Fendi i *Fashion Etc*:

Next to over-stuffed, over-pumped evening clothes, Lagerfeld's fresh and easy offering literally felt like a breath of fresh air, with A-line skirts, fitted blazers with compass-cut circular slices across the shoulders, and even a few bib-fronted dresses (they looked unconventionally terrific).¹⁷⁰

Klesdesignet ble sammenlignet med helt andre gjenstander, som Hamish Bowles fra *Vogue* gjorde når han vurderte Calvin Klein-kolleksjonen:

[...] the palette an ethereal blend of face-powder pinks, ice blues, and mauves, and pale vanilla yellows like Jazz Age lingerie. In fact, many of the dresses resembled lingerie of the type that Daisy Buchanan might have worn, including elaborately cut little slip dresses to the mid-calf

¹⁶⁸ Feiereisen, “Giorgio Armani Spring 2012 Runway Review.”

¹⁶⁹ Joynt, “Mary Katrantzou Spring 2012 Runway Review.”

¹⁷⁰ Vincent, “Fendi Spring 2012 Review.”

(or ankle) worn over simple brassiere tops that tied around the body like the 1930s innovations of Charles James.¹⁷¹

Mote og moderne

Selv om nye kleskolleksjoner i prinsippet ikke er mote, i ordets rette forstand, er flere av journalistene opptatt av om klesstilene som presenteres kan *bli* moter og om de føles moderne. Kriteriet om at klesdesignet må være moteriktig og moderne ble tatt opp i 19 av de 60 anmeldelsene og brukt mellom én og fire ganger om alle designerne bortsett fra Comme des Garçons. Det ble brukt mest om Oscar de la Rentas kolleksjon, det vil si i fire av de seks utvalgte anmeldelsene.

For designere er det utfordrende å stadig holde tritt med de omskiftelige trendene og aller helst ligge et par skritt foran dem. Paula Reed legger blant annet vekt på dette når hun vurderer Giorgio Armani:

There is a mood of reassessment in Milan, as editors and designers all try and figure out how to be most relevant to their readers and customers in a changing world. Old ideas of luxury quickly look out of touch. And collections that were so desirable only last season, can seem to suddenly be cast adrift. The difference between getting it right and getting it wrong is a hair's breadth subtlety. Giorgio Armani got it pretty right.¹⁷²

Noen journalister forsøker dessuten å bruke klesdesignet som presenteres til å forutsi hva som blir de neste, store trendene. Dette kommer klart frem i formuleringer som denne av Mark Holgate i anmeldelsen av Fendi: “[...] better face it now: You won’t be able run from athleticism come next spring, even if you’re in training to join the U.S. Olympics 2012 track team”¹⁷³ Og denne skrevet av Carrie Gorman fra *ELLE UK* om Mary Katrantzou: “Yellow carnation print trousers were dipped knee down in pink – we tell you again, wacky pins are the look for next season.”¹⁷⁴

¹⁷¹ Hamish Bowles, “Calvin Klein Collection / Spring 2012 RTW,” *Vogue*, ikke datert, besøkt 26. september, 2011, <http://www.vogue.com/collections/spring-2012-rtw/calvin-klein-collection/review/>

¹⁷² Paula Reed, “Milan Fashion Week Spring Summer 2012 show report: Giorgio Armani.”

¹⁷³ Mark Holgate, “Fendi / Spring 2012 RTW.”

¹⁷⁴ Carrie Gorman, “Mary Katrantzou,” *ELLE UK*, ikke datert. Besøkt 4. oktober, 2011, <http://www.elleuk.com/catwalk/collections/mary-katrantzou>

Ikke alle journalistene er udelt positive til de stadige forandringene. Eric Wilson fra *The New York Times* er for eksempel fornøyd med at Alexander Wang har fortsatt å designe en spesiell type jakke i flere sesonger: “It’s nice to see several designers continuing to show sporty jackets for spring, reprising a dominant look from the fall collections. Fashion has been moving so fast these days, I was half afraid they would have already moved on to something else.”¹⁷⁵ Det samme ble tatt opp av Mark Holgate angående skjørtelengder i anmeldelsen av Giorgio Armani:

The jacket was cut on the bias, draped across the body with the merest suggestion of a closure, the skirt cut too on the bias, the slightest hint of a dip in the hem. (And thankfully only that. There have been so many up and down hemlines this season, it has been like looking at the performance of the financial markets on the pages of the *International Herald Tribune*—that is to say, deeply worrying, and leaving you desperate for a moment of even keel.)¹⁷⁶

Balanse

Balanse ble brukt som kriterium i 17 anmeldelser og mellom én og tre ganger om alle designerne bortsett fra Alexander Wang. Balanse i kleskolleksjonen handler om at designeren klarer å skape en likevekt mellom forskjellige elementer i stiluttrykket, for eksempel mellom uanstrengt og elegant som Paula Reed trekker frem i anmeldelsen av Armani “And the ankle length evening dresses with tulip shaped skirts looked both effortless and elegant at the same time.”¹⁷⁷ Balansen kunne også være mellom feminint og maskulint stiluttrykk, som Feiereisen trekker frem i sin vurdering av Stella McCartneys kolleksjon.¹⁷⁸

Om det blir for mye av enten det ene eller det andre, eller begge deler, kan det skape ubalanse i stiluttrykket. Dette tar for eksempel Tim Blanks opp i forhold til Mary Katrantzous kolleksjon:

¹⁷⁵ Eric Wilson, “Utilitarian Streetwear by Alexander Wang,” *The New York Times*, 10. september, 2011, besøkt 26. september, 2011, <http://runway.blogs.nytimes.com/2011/09/10/utilitarian-streetwear-by-alexander-wang/?scp=1&sq=alexander%20wang&st=cse>

¹⁷⁶ Mark Holgate, “Giorgio Armani / Spring 2012,” *Vogue*, ikke datert, besøkt 26. september, 2011, <http://www.vogue.com/collections/spring-2012-rtw/giorgio-armani/review>

¹⁷⁷ Reed, “Milan Fashion Week Spring Summer 2012 Show Report: Giorgio Armani.”

¹⁷⁸ Sharon Feiereisen, “Stella McCartney Spring 2012 Runway Review,” *The Fashion Spot*, 3. oktober, 2011, besøkt 4. oktober, 2011, <http://www.thefashionspot.com/runway-news/news/169500-stella-mccartney-spring-2012-runway-review#slide-1>

[...]she drew parallels between the serial repetition you find in nature - in the serried order of a flower field, for instance - and the industrial mass production of our society. It's a depth of thought you'd expect to find in art, but it's rare in fashion. And when the ideas and execution meld, Katrantzou has proved herself a remarkable new voice. Here, however, there was a slightly discombobulating distance between the two, almost as though the abstract was too abstract, the literal too literal.¹⁷⁹

Originalitet

I 16 anmeldelser ble tegn på originalitet trukket frem som noe positivt. Alle kleskolleksjonene ble vurdert ut i fra hvor originalt designet var, bortsett fra Calvin Klein Collection og Comme des Garçons. Jeg mener kriteriet om originalitet skiller seg fra kriteriet om fornyelse fordi originalitet handler om at designeren viser noe som er nyskapende og annerledes i forhold til andre designeres kreasjoner, ikke kun noe som er nytt i forhold til hva designeren pleier å lage.

Sharon Feiereisen fra *The Fashion Spot* brukte faktisk den samme formuleringen om originalitet i anmeldelser av to forskjellige designere. Om Fendi-visningen skrev hun: "Certainly the accessories won't be everyone's cup of tea, but they're strikingly original, which is a lot more than one can say from what we see on most runways."¹⁸⁰ Og om Alexander Wangs visning skrev hun "As for the bags, they weren't my cup of tea, but they were certainly original – inspired by golf club bags they were mostly oversized and worn cross-body."¹⁸¹ ¹⁸² Feiereisen ser åpenbart originalitet som en verdifull egenskap ved klesdesign på tross av egen smak.

¹⁷⁹ Blanks, "Mary Katrantzou."

¹⁸⁰ Sharon Feiereisen, "Fendi Spring 2012 RTW Runway Review," *The Fashion Spot*, 22. september, 2011. Besøkt 26. september, 2011, <http://www.thefashionspot.com/runway-news/news/169286-fendi-spring-2012-runway-review#ixzz1Z3e3Ueln>

¹⁸¹ Feiereisen, "Alexander Wang Spring 2012 Runway Review."

¹⁸² Se illustrasjon 9 på neste side.



Illustrasjon 8: Alexander Wang ready-to-wear vår/sommer 2012. Denne vesken falt ikke i smak hos anmelderen, men ble ikke slaktet fordi den var "original".

Originalitet kan handle om hvordan designeren presenterer klærne på visningen, som da Oscar de la Renta viste aftenkjolene først istedenfor til slutt som er vanlig praksis.¹⁸³ Det kan også dreie seg om å blande forskjellige elementer som vanligvis ikke forbindes med hverandre, som da Stella McCartney brukte barokkdetaljer på sportsklær.¹⁸⁴ Suzy Menkes berømmet dessuten Mary Katrantzou for original inspirasjon bak kolleksjonen: “To call your own fashion show a car crash would seem a risky business. But what about an inspiration of a crushed metallic Cadillac on a field of vividly colored flowers among the exotic fish in the Pacific Ocean? Fantastic, fabulous and totally original!”¹⁸⁵

Helhet

Helhetsinntrykket av visningen ble brukt som grunnlag for bedømmelser i til sammen åtte anmeldelser, fire anmeldelser av Oscar de la Renta og i én anmeldelse av henholdsvis Calvin Klein, Dolce & Gabbana, Mary Katrantzou og Lanvin.

Det var ikke gitt at journalisten forklarte hvorfor han eller hun fikk et godt helhetsinntrykk av kolleksjonen. Et eksempel på dette er når Sarah Joynt kort oppsummerer visningen til Oscar de la Renta: “[...]with the exception of two dresses that featured billowing sleeves Donna Martin would wear to prom, the collection was a cohesive success.”¹⁸⁶ Men noen ganger trakk journalistene frem hva som gjorde helhetsinntrykket bra, som Stephanie LaCava fra *SHOWstudio* når hun skrev “What’s not to love about Led Zeppelin, teased out rock and roll hair, and some of the best evening dresses of the week? Nothing. Brava, Oscar de la Renta.”¹⁸⁷ Og likedan når en ikke navngitt journalist fra *Womens Wear Daily* skrev følgende om kolleksjonen til Dolce & Gabbana: “Southern Italy! Sicily! Carnivals! Zucchini! Chili peppers! Sophia Loren! If that’s not a recipe for a rollicking show, what is?”¹⁸⁸

¹⁸³ Jessica Vince, “NYFW S/S `12 Report: Oscar de la Renta,” *Grazia Daily*, 14. september, 2011, besøkt 27. september, 2011, <http://www.graziadaily.co.uk/showreports/archive/2011/09/14/nyfw-s-s12-report--oscar-de-la-renta.htm>

¹⁸⁴ “Stella McCartney RTW Spring 2012,” *Womens Wear Daily*, 3. oktober, 2011, besøkt 3. oktober, 2011, <http://www.wwd.com/runway/spring-ready-to-wear-2012/review/stella-mccartney>

¹⁸⁵ Menkes, “Screen vs. Clean: When Print Meets Purity.”

¹⁸⁶ Joynt, “Oscar de la Renta Spring 2012 Runway Review.”

¹⁸⁷ Stephanie LaCava, “Oscar de la Renta,” *SHOWstudio*, 14. september, 2011, besøkt 27. september, 2011, http://showstudio.com/collection/oscar_de_la_renta_new_york_womenswear_s_s_2012

¹⁸⁸ “Dolce & Gabbana RTW Spring 2012,” *Womens Wear Daily*, 25. september, 2011, besøkt 4. oktober, 2011, <http://www.wwd.com/runway/spring-ready-to-wear-2012/review/dolce-gabbana>

Helhetsinntrykket kunne også bli litt forstyrret om designeren hadde tilført elementer journalisten ikke syntes passet inn, som da en ikke navngitt skribent fra *Womens Wear Daily* kommenterte om Calvin Klein-visningen: “[...] there was a cohesive softness to the clothes, which came in shades of pale yellow, hazy lilac and gunmetal that blended beautifully with the blush tones. By comparison, the interlude of black styles was slightly jarring.”¹⁸⁹

Variasjon

Om det var variasjon i klesdesignet ble vektlagt i anmeldelser av tre forskjellige kleskolleksjoner. Feiereisen mente for eksempel at noen av antrekkene til Dolce & Gabbana følte litt repeterende.¹⁹⁰ En ikke navngitt journalist fra *Womens Wear Daily* mente Fendi-kolleksjonen hadde stor detaljrikdom selv om den tilsynelatende var nøytral og enkel.¹⁹¹ Og den samme eller en annen journalist fra samme publikasjon skrev følgende om Oscar de la Rentas kolleksjon: “Never a champion of restraint, for spring de la Renta offered a joy fest that was as beautiful and exuberant as it was diverse.”¹⁹²

Bevegelse

Kun tre journalister la vekt på hvordan klærne beveget seg når modellene viste dem frem på catwalken. En av disse gjaldt Calvin Klein-visningen og de to andre Giorgio Armanis kolleksjon. Som Holgate så uttrykksfullt beskrev klesdesignet til Armani: “they moved with the kind of sinuosity you’d normally associate with slippery little nothings of lingerie.”¹⁹³

¹⁸⁹ “Calvin Klein RTW Spring 2012,” *Womens Wear Daily*, 15. september, 2011, besøkt 26. september, 2011, <http://www.wwd.com/runway/spring-ready-to-wear-2012/review/calvin-klein>

¹⁹⁰ Sharon Feiereisen, “Dolce & Gabbana Spring 2012 Runway Review,” *The Fashion Spot*, 25. september, 2011, besøkt 4. oktober, 2011, <http://www.thefashionspot.com/runway-news/news/169324-dolce-a-gabbana-spring-2012-runway-review#ixzz1ZoQ86FDb>

¹⁹¹ “Fendi RTW Spring 2012,” *Womens Wear Daily*, 22. september, 2011, besøkt 26. september, 2011, <http://www.wwd.com/runway/spring-ready-to-wear-2012/review/fendi>

¹⁹² “Oscar de la Renta RTW Spring 2012,” *Womens Wear Daily*, 13. september, 2011, besøkt 27. september, 2011, <http://www.wwd.com/runway/spring-ready-to-wear-2012/review/oscar-de-la-renta>

¹⁹³ Holgate, “Giorgio Armani / Spring 2012.”

4.2 Kommersiell verdi

Tross det overveldende fokuset på estetisk verdi legger ikke journalistene skjul på at klær er et kommersielt produkt. Den kommersielle verdien blir faktisk vurdert minst én gang av 18 av de 22 navngitte journalistene og i 41 av 60 anmeldelser. Alle de representerte designerne ble vurdert etter kommersiell verdi i minst to anmeldelser. Rei Kawakubo's kolleksjon og Giorgio Armani ble vurdert færrest ganger med hensyn til kommersielle verdi og Alber Elbaz kolleksjon for Lanvin og Stella McCartney flest ganger. Kommersiell verdi utgjorde 13 prosent av den totale kriteriebruken.

Kort fortalt går dette kriteriet ut på at journalisten synes det er bra om det er sannsynlig at plagg fra den aktuelle kolleksjonen kommer til å bli solgt og brukt i det virkelige liv, noe som kommer tydelig frem i formuleringer som denne skrevet av Meenal Mistry fra *Style* om Alexander Wangs visning: "There was little you couldn't see hanging on a rack, walking down the street. And that's a good thing."¹⁹⁴

Noen av journalistene tok utgangspunkt i hva de selv kunne tenke seg å gå kledd i, slik som Carrie Gorman når hun omtaler Stella McCartneys design i *Vogue*: "Her designs are so easy to wear, fresh, modern and, crucially, make you wish you were wearing it right now."¹⁹⁵ Og Paula Reed forestiller seg konsekvensene av å kjøpe plagg fra Dolce & Gabbanas kolleksjon: "I can't wait to see my bank manager's face when I tell her I've blown my credit on a dress with garlic on it!"¹⁹⁶

¹⁹⁴ Mistry, "Alexander Wang."

¹⁹⁵ Carrie Gorman, "Stella's Olympic Effort," *ELLE UK*, 3. oktober, 2011, besøkt 4. oktober 2011, [http://www.elleuk.com/news/fashion-news/stella-s-olympic-effort/\(gid\)/812928](http://www.elleuk.com/news/fashion-news/stella-s-olympic-effort/(gid)/812928)

¹⁹⁶ Reed, "Milan Fashion Week Spring Summer 2012 Show Report: Dolce & Gabbana."



Illustrasjon 9: Journalistene ser etter kommersiell verdi i alle kolleksjonene, selv den avantgardistiske kolleksjonen til Rei Kawakubo for Comme des Garçons.

Andre vurderte den kommersielle verdien ut i fra hva de tror kommer til å falle i smak hos forbrukere generelt, som Emily Gyben fra *Fashion Etc* skrev om Alexander Wangs motorsykkelhjelmer: “Wang even outfitted a few of his models with BMX helmets in coordinating prints; we expect that, if produced, they’ll sell like hotcakes. Everyone loves a limited edition, no?”¹⁹⁷

Flere av journalistene fokuserer dessuten på *når* klesplaggene kan bli brukt av forbrukerne. Cathy Horyn fra *The New York Times* roser for eksempel Stella McCartney for å lage klær som også passer til fritidsbruk, og ikke bare til arbeid eller fest, eller som hun skriver det selv:

Ms. McCartney also does not have that designer problem of reducing a woman’s life to one or two moments: work, a fancy party. She also makes outfits that strongly hint of home, like a piped pajama shirt worn with a matching foulard-dot pantsuit, or a loose sweater or easy all-in-one to wear to a casual dinner.¹⁹⁸

Det samme gjør Mark Holgate fra *Vogue* når han forklarer hvordan Karl Lagerfeld løser “problemet” med å være stilig kledd i byen om sommeren:

Thus far this season, we’ve seen precious little clothes whose precision of cut and crispness of shape is balanced out by the kind of easy, unfussy approach that defines the pleasure of dressing for summer in the city. (Really, just how much vibrant tropical flora are the world’s sidewalks going to be able to withstand?) Which is why a striped shirting pajama pant, chic marine blue and white crocheted sweater plus navy skirt, or the new (and as yet, unnamed) structured Fifties resort-like totes in polished crocodile or earthy woven leather looked like ways to solve the often troublesome equation of looking chic in the heat—and just about everyone can understand that.¹⁹⁹

For noen av journalistene virker det også viktig å identifisere hvilket kundesegment som kommer til å like klesdesignet. Noen av skribentene synes for eksempel det er bra hvis designeren tilfredsstillter sin faste kundegruppe, for eksempel de rike fruene på Upper East Side som liker Oscar de la Renta. Som Nicole Phelps skriver i *Style*: “Not to worry, ladies: He hasn’t abandoned his core clients, the ones who return year after year for the tweedy skirtsuits,

¹⁹⁷ Gyben, “Alexander Wang Spring 2012 Review.”

¹⁹⁸ Cathy Horyn, “Stella McCartney Keeps It in Perspective,” *The New York Times*, 3. oktober, 2011, besøkt 4. oktober, 2011, http://www.nytimes.com/2011/10/04/fashion/chloe-givenchy-hermes-john-galliano-stella-mccartney-fashion-review.html?_r=1

¹⁹⁹ Holgate, “Fendi / Spring 2012 RTW.”

the sleeveless sheaths, the entrance-making evening dresses.”²⁰⁰ Andre journalister synes det er positivt at Renta prøver å nå frem til nye grupper, som Sarah Joynt i *The Fashion Spot*:

Oscar de la Renta is one of the most reliable designers in New York. He always pleases his Upper East Side customer base without alienating the younger generation. For spring, the label walked that line a bit closer to the side of the new generation of de la Renta wearing partygoers.²⁰¹

Jess Cartner-Morley fra *The Guardian* ga også råd om hvordan kleskolleksjonen til Giorgio Armani kunne fått enda større kommersielt potensiale, da hun skrev: “The flared cropped trousers of last season have been tapered into a more appealing slim line. (There was a slit on the front of most of the trousers; it might be no bad thing if that particular catwalk styling detail was jettisoned before the trousers hit stores.)”²⁰²

Selv den avantgardistiske kolleksjonen til Rei Kawakubo ble vurdert ut i fra kommersiell verdi i et par anmeldelser.²⁰³ Sarah Joynt skrev for eksempel:

In spite of the dramatic and conceptual nature of the show, it wasn’t without commercial merit. The tailored silk shorts, embellished tops, and dresses would be completely wearable; and, with a few alterations, the outerwear too. Proportion was holding back the rest of the collection from widespread commerciality but without it we would have surely been unimpressed.²⁰⁴

²⁰⁰ Nicole Phelps, “Oscar de la Renta.”

²⁰¹ Joynt, “Oscar de la Renta Spring 2012 Runway Review.”

²⁰² Jess Cartner-Morley, “Milan fashion week: Armani retains a firm hold on neutral chic,” *The Guardian*, 26. september, 2011. Besøkt 6. oktober, 2011, <http://www.guardian.co.uk/fashion/2011/sep/26/armani-neutral-chic-milan-fashion>

²⁰³ Se illustrasjon 10.

²⁰⁴ Joynt, “Comme des Garçons Spring 2012 Runway Review.”

4.3 Tekniske vurderingskriterier

12 av de 22 navngitte journalistene og én eller to ikke navngitte journalister fra *Womens Wear Daily* brukte det jeg kaller *tekniske vurderingskriterier* i anmeldelsene. Jeg bruker begrepet teknisk fordi disse kriteriene viser til praktiske ferdigheter hos dem som har laget klesplaggene, ikke bare hvordan plaggene ser ut. Jeg har valgt å dele de tekniske vurderingskriteriene inn i håndverk og materialvalg. Disse kriteriene utgjorde for øvrig kun syv prosent av den totale kriteriebruken.

Håndverk

Den håndverksmessige utførelsen ble vektlagt i bedømmelser i 12 forskjellige anmeldelser og minst én gang om alle designerne bortsett fra Dolce & Gabbana, Stella McCartney og Alexander Wang. Giorgio Armanis kolleksjon ble vurdert etter dette kriteriet i fire forskjellige anmeldelser.

Mark Holgate fra *Vogue* beundrer åpenbart Giorgio Armanis skredderferdigheter når han skriver: “[...] located among his variations on those were two superchic suits, one dark pearl gray, the other a marine blue. Both were cut with the skill and refinement that you can achieve only if you’ve been manipulating fabric for five decades and counting [...]”²⁰⁵ Holgate får medhold av Jess Cartner-Morley fra *The Guardian* som formulerer det på denne måten: “A highlight were the loose, collarless jackets with concealed fastenings. You have to be a true master to make the complex art of tailoring look that guileless.”²⁰⁶ Håndverket ble ellers referert til med uttrykk som “perfect tailoring” om Lanvin, “beautiful handwork” om Oscar de la Renta og “sophisticated dressmaker detail” om Calvin Klein Collection.^{207 208 209}

²⁰⁵ Holgate, “Giorgio Armani / Spring 2012.”

²⁰⁶ Cartner-Morley, “Milan fashion week: Armani retains a firm hold on neutral chic.”

²⁰⁷ Kay Barron, “Paris Fashion Week Spring Summer 2012 Report: Lanvin,” *Grazia Daily*, 2. oktober, 2011, besøkt 5. oktober, 2011, <http://www.graziadaily.co.uk/showreports/archive/2011/10/02/paris-fashion-week-spring-summer-2012-report--lanvin.htm>

²⁰⁸ Phelps, “Oscar de la Renta.”

²⁰⁹ Bowles, “Calvin Klein Collection / Spring 2012 RTW.”

Materialvalg

Materialvalgkriteriet dreier seg om journalisten synes designeren har gjort et godt valg med hensyn til materialene klærne er laget av. Materialet ble vurdert i tre anmeldelser av Giorgio Armani og Mary Katrantzou, i to anmeldelser av Fendi og i én anmeldelse av Calvin Klein, Dolce & Gabbana og Stella McCartney.

Selve materialet kunne altså ha stor betydning for journalistens vurdering av plaggene. Dette kommer til uttrykk for eksempel når Alex Fury fra *SHOWstudio* skriver følgende om kolleksjonen til Mary Katrantzou: “Angular fusions of Mylar, printed tulle and knit gave a fresh voice to the metallics we’ve been seeing everywhere.”²¹⁰ Eller som Jess Cartner-Morley skriver om designet til Stella McCartney: “Panels of Airtex Mesh were spliced with boudoir silk and intricate lace, highlighting the fabric's delicacy and sex appeal, instead of its utilitarian appeal.”²¹¹

De eneste journalistene som tar opp pelsbruken til Karl Lagerfeld i Fendi-kolleksjonen er en ikke navngitt skribent fra *Womens Wear Daily* og Sharon Feiereisen for *Fashion Spot* og de utelukkende positive til dette. Feiereisen er virker for eksempel veldig fornøyd når hun skriver: “Given that, along with shoes and handbags, fur is what Fendi does best, it’s always a treat to see fur pieces on their runway - even if it’s a Spring collection.”^{212 213}

²¹⁰ Alex Fury, “London Womenswear S/S 2012 Mary Katrantzou,” *SHOWstudio*, 20. september, 2011, besøkt 4. oktober, 2011, http://showstudio.com/collection/mary_katrantzou_london_womenswear_s_s_2012

²¹¹ Cartner-Morley, “Stella McCartney joins the dots at Paris fashion week.”

²¹² Feiereisen, “Fendi Spring 2012 RTW Runway Review.”

²¹³ Se illustrasjon 11 på neste side.



Illustrasjon 10: Fendi ready-to-wear vår/sommer 2012. En journalist mener at "it's always a treat to see fur pieces on their runway."

4.4 Affektiv påvirkning

Hvilken følelse journalisten fikk av å se på visningen, altså om det var en god eller dårlig følelse, ble brukt som vurderingskriterium i 11 forskjellige anmeldelser og minst én gang om alle designerne bortsett fra Calvin Klein. Den affektive påvirkningen utgjorde kun tre prosent av den totale kriteriebruken. I et par anmeldelser kom dette allikevel nokså tydeligvis frem, som når Paula Reed skriver om Dolce & Gabbanas kolleksjon “Sure, it got a little too kitsch for comfort sometimes. But it was also the feel-good moment of the Milan season.”²¹⁴ Også Paul Vincent fra *Fashion Etc* forklarer hvilke følelser Fendi-kolleksjonen gav han: “Next to over-stuffed, over-pumped evening clothes, Lagerfeld’s fresh and easy offering literally felt like a breath of fresh air [...]”. Men beskrivelser av følelser ble også brukt svært vagt, nærmest som en metafor på klærnes utseende, som når en ikke navngitt journalist i *Womens Wear Daily* skriver at “[...] unlike elsewhere, Armani’s prints were on the soothing side.”²¹⁵

4.5 Andre vurderingskriterier

Publikum

I kun tre av de 60 analyserte anmeldelsene ble publikum tillagt betydning for journalistens opplevelse av visningen og dette dreide seg om kjendiser journalisten fikk se eller ikke se. Eric Wilson i *The New York Times* var for eksempel skuffet over at innredningen av visningslokalet til Alexander Wang skygget for utsikten hans til Linda Evangelista.²¹⁶ Indigo Clarke fra *SHOWstudio* synes derimot at bare Evangelistas tilstedeværelse på visningen var med på å gjøre den til dagens høydepunkt, eller som han skrev det: “the fact that Linda Evangelista was in attendance (and wearing an irresistible future-90s techy anorak) shot this show instantly to highlight of the day category.”²¹⁷ Den tredje vurderingen var av Jessica Vince fra *Grazia Daily* som likte at Justin Timberlake og Nicki Minaj var til stede på visningen til Oscar de la Renta.²¹⁸

²¹⁴ Paula Reed, “Milan Fashion Week Spring Summer 2012 Show Report: Dolce & Gabbana.”

²¹⁵ “Giorgio Armani RTW Spring 2012,” *Womens Wear Daily*, 26. september, 2011. Besøkt 6. oktober, 2011, <http://www.wwd.com/runway/spring-ready-to-wear-2012/review/giorgio-armani>

²¹⁶ Wilson, “Utilitarian Streetwear by Alexander Wang.”

²¹⁷ Clarke, “New York Womenswear S/S 2012 Alexander Wang.”

²¹⁸ Vince, “NYFW S/S ’12 Report: Oscar de la Renta.”

Musikkvalg

Valg av musikk til fremvisningen av kleskolleksjonene ble også kun trukket frem som noe betydningsfullt i tre anmeldelser og alle refererte til bruken av Led Zeppelin og Pink Floyd på Oscar de la Rentas visning. Den ene journalisten var Jessica Vince fra *Grazia Daily*, som for øvrig også var opptatt av publikum.²¹⁹ De andre to var Stephanie LaCava fra *SHOWstudio* og Nicole Phelps fra *Style* som skrev at “If he wanted to indicate a new mood for Spring, Oscar de la Renta couldn’t have picked a better soundtrack [...]”²²⁰

4.6 Ubegrunnede bedømmelser

I arbeidet med tekstanalysen var det en gjennomgående utfordring at journalistene ikke begrunnet vurderingene de fortok. De identifiserte vurderingskriteriene er i høy grad basert på mine egne tolkninger av journalistenes utsagn. Syv navngitte og to anonyme journalister uttrykte seg tidvis på en slik måte at jeg ikke klarte å tolke de bedømmende utsagnene deres. Disse bedømmingene ble derfor ikke tatt med i tellingen av vurderingskriterier. Slik at de som leser denne oppgaven kan få gjøre opp sin egen mening om utsagnene vil jeg likevel gi en kort oppsummering.

Et eksempel på ubegrunnede bedømmelser er kortfattede hyllester, som når når Carrie Gorman fra *ELLE UK* kun skrev “Gold medal standard” om Stella McCartneys kolleksjon.²²¹ Jeg er usikker på hva Jess Cartner-Morley fra *The Guardian* mener med “a strong daywear section” i anmeldelsen av Giorgio Armanis visning.²²² Jeg er også usikker på hva Paula Reed fra *Grazia Daily* mente med “[...] the 3D lace dresses and suits with bracelet length sleeves were no brainers.”²²³ I en anmeldelse av Giorgio Armani konkluderer den samme journalisten med at “Tough times separate the men from the boys and Mr Armani knows what he’s about.”²²⁴ Reed gir uttrykk for at Armani klarer noe mange andre ikke klarer, men jeg synes ikke det kommer frem hva dette er.

²¹⁹ Vince, “NYFW S/S ’12 Report: Oscar de la Renta.”

²²⁰ Nicole, “Oscar de la Renta.”

²²¹ Gorman, “Stella’s Olympic Effort.”

²²² Cartner-Morley, “Milan fashion week: Armani retains a firm hold on neutral chic.”

²²³ Reed, “Milan Fashion Week Spring Summer 2012 Show Report: Dolce & Gabbana.”

²²⁴ Reed. “Milan Fashion Week Spring Summer 2012 show report: Giorgio Armani.”

Jeg forstår heller ikke hva Feiereisen fra *The Fashion Spot* mener med “killer accessories” i sin anmeldelse av Alexander Wang, eller hva Sarah Joynt fra samme publikasjon synes fungerer når hun skriver følgende om Lanvin: “Rumors swirled that Elbaz was in the running for the big job at Dior, but let’s hope he stays right where he is because it works.”^{225 226}

I et par anmeldelser hevder journalistene at visse klær skiller seg ut, men følger kun opp påstandene med rene beskrivelser av klærne. Feiereisen skrev for eksempel om Giorgio Armanis visning: “Among those that particularly stood out were high-shine pants cut at the ankle with conspicuous slits, lapel-less navel-exposing angular jackets worn as tops, and a trio of strapless white sequin embellished gowns that capped of the show.”²²⁷ Og som en ikke navngitt journalist fra *Grazia Daily* skrev om Alexander Wang, “Some of the stand-out pieces in *Grazia Daily*’s opinion were the baggy, geometric patterned sweaters – the kind of thing you sling on over your bikini or sundress on holiday when the temperature begins to dip or just wear all the time if you are genuinely interested in sport.”²²⁸

En ikke navngitt journalist fra *Womens Wear Daily* er åpenbart positiv til Oscar de la Rentas visning, men det er ikke godt å si hvorfor når han eller hun skrev, “The wildly frizzed hair that flew back as the models walked suggested Seventies; the three billowing ballgowns under lace tops that opened the show, Eighties (the good part). But 60-some exits later, a fair conclusion was that Oscar de la Renta’s finest hour might be right now.”²²⁹

I et par anmeldelser fant jeg dessuten noen formuleringer som jeg ikke vet om er positive eller kun rent beskrivende, for eksempel som Meenal Mistry fra *Style* skrev om Wang: “He cycled easily through the collection’s groups - or “gangs,” as he called them. It was a jam-packed journey beginning with great dark laser-cut mesh bombers that revealed a dot matrix of bright polos layered beneath.”²³⁰ Det samme gjelder denne formuleringen skrevet av Kay Barron fra *Grazia Daily* om Fendi-kolleksjonen:

[...] this was teacher strictly off duty. And let me tell you, the teach off duty is pretty fine!

[...] On second thoughts, I’m glad my maths teach never dressed like this - on or off duty -

²²⁵ Feiereisen, “Alexander Wang Spring 2012 Runway Review.”

²²⁶ Joynt, “Lanvin Spring 2012 Runway Review.”

²²⁷ Feiereisen, “Giorgio Armani Spring 2012 Runway Review.”

²²⁸ “NYFW S/S `12 report: Alexander Wang,” *Grazia Daily*, 11. september, 2011, besøkt 26. september, 2011, <http://www.graziadaily.co.uk/showreports/archive/2011/09/11/nyfw-s-s-12-report--alexander-wang.htm>

²²⁹ “Oscar de la Renta RTW Spring 2012.”

²³⁰ Mistry, “Alexander Wang.”

otherwise I'd never have been able to concentrate on my quadratic equations, and clearly they've come in very handy...²³¹

4.7 Interessante avvik

Som jeg allerede har pekt på, ble for eksempel kolleksjonen til Dolce & Gabbana vurdert med hensyn til kriteriet om å være stilkarakteristisk i alle de syv utvalgte anmeldelsene. Dette er over dobbelt så mange ganger som de andre designerne i snitt. I analysen er det dessuten relativ stor forskjell på hvor ofte en designer vurderes ut i fra kommersiell verdi, fra kun to anmeldelser av Giorgio Armani og Comme des Garçons til seks anmeldelser av Lanvin og Stella McCartney. Jeg finner også at Comme des Garçons og Alexander Wang blir mindre "vurdert" av journalistene enn de andre designerne. Mens jeg telte minst 50 vurderinger av de andre designernes kolleksjoner og helt opp til 75 av Dolce & Gabbana, fant jeg bare 38 av Alexander Wang og så lite som 22 av Rei Kawakubos visning.

Sist, men ikke minst, fant jeg ingen balansert fordeling av positive og negative bedømmelser på grunnlag av disse vurderingskriteriene. Jeg så kun antydninger til negativ kritikk i under en femtedel av det totale analyse materialet, mer presist i kun 11 av 60 anmeldelser. Denne antydningen til negativ kritikk var dessuten kun skrevet av åtte forskjellige navngitte skribenter og én anonym fra *Womens Wear Daily*.

²³¹ Kay Barron, "MFW S/S `12 Show Report: Fendi," *Grazia Daily*, 23. september, 2011, besøkt 26. september, 2011, <http://www.graziadaily.co.uk/showreports/archive/2011/09/23/mfw-s-s-12-show-report--fendi.htm>

5 Tolkning og forklaring: motekritikk som diskursiv- og sosial praksis

I dette kapitlet forsøker jeg å tolke og forklare tekstanalyseresultatene i tråd med Norman Faircloughs metode for kritisk diskursanalyse. Hensikten er å kartlegge forbindelsene mellom språkbruken i klesdesignanmeldelsene og en større sosial praksis.²³² For å klare dette, må en først analysere den diskursive praksisen. Som jeg gjorde rede for i kapittel tre handler diskursiv praksis om hvordan tekster blir produsert og konsumert og jeg har valgt å fokusere på produksjonsaspektet. Undersøkelse av den diskursive praksisen kan fortelle hvilke implisitte regler og rutiner teksten har vært underkastet, som igjen kan si noe om den sosiale praksisen som påvirker tekstproduksjonen. Dette mener jeg kan gi svar på i hvilken grad det eksisterer et kritikkparadigme i den nettbaserte motejournalistikken.

Jeg vil innledningsvis gjøre rede for noen forbehold om og avgrensning av hva som vil bli drøftet i dette kapitlet. Tekstanalysen genererte et stort omfang av vurderingskriterier, men det var spesielt de estetiske vurderingskriteriene og kommersiell verdi som så ut til å være mest brukt som grunnlag i bedømmelsene av kleskolleksjonene. Det er derfor primært det estetiske og kommersielle vurderingsgrunnlaget jeg kommer til å bruke som utgangspunkt for å undersøke den diskursive praksisen, samt noen av de interessante avvikene. Og siden det er den nettbaserte motejournalistikken jeg undersøker i denne oppgaven, undersøker jeg hovedsakelig den sosiale praksisen rundt nettopp dette yrket.

Den første delen av kapitlet har jeg kalt “Mellom billedkunstkritikk og forbrukerjournalistikk” og her drøfter jeg hvilke sjangre og diskurser jeg mener motejournalistene trekker på når de skriver klesdesignanmeldelser, hvordan de forholder seg til den historiske motekritikken og hvor lenge den diskursive praksisen kan ha foregått. Den andre delen har jeg kalt “Normer og regler i medieinstitusjonen” og her diskuterer jeg hvordan institusjoner som motemagasinredaksjoner kan påvirke produksjonen av klesdesignanmeldelser, om den diskursive praksisen er med på å opprettholde urettferdige maktforhold, samt hvilke større, kulturelle tendenser som kan være årsaken til at kunstkritikken ble en del av motejournalistikken på starten av 1990-tallet.

²³² Winther Jørgensen og Phillips, *Diskursanalyse som teori og metode*, 82.

5.1 Mellom billedkunstkritikk og forbrukerjournalistikk

Som jeg gjorde rede for i metodekapittelet er altså formålet med å undersøke den diskursive praksisen i dette prosjektet å finne ut hvordan motejournalister produserer klesdesignanmeldelser gjennom interdiskursivitet. Teorien forutsetter at klesdesignanmeldelser ikke er en uavhengig teksttype som har oppstått ut av intet, for eksempel i *The New York Times*-redaksjonen tidlig på 1990-tallet, men at det er tekster som er satt sammen av allerede eksisterende sjangre og diskurser. Dette kan være sjangre og diskurser som finnes innenfor diskursorden i det sosiale domenet tekstene ble produsert, eller de kan trekke på sjangre og diskurser fra andre diskursordener. Høy grad av interdiskursivitet tyder på diskursiv forandring, mens lav interdiskursivitet tyder på stabilitet, med andre ord det jeg kaller et *kritikkparadigme* i denne oppgaven. For å finne ut hvilke diskurser og sjangre motejournalistene trekker på i klesdesignanmeldelser tok jeg utgangspunkt i tekstanalyseresultatene og hva jeg mener vurderingskriteriene kan fortelle om den interdiskursive sammensetningen.

Billedkunstkritikk

Tekstene jeg har analysert er skrevet i sjangeren kunstkritikk, eller mer presist anmeldelser, siden de er forholdsvis korte, lite akademiske og teoretiske. Dessuten vurderer de helt nye verk.²³³ At tekstene er en form for anmeldelser kommer direkte til uttrykk når overskriftene inneholder ordet “review”, som for eksempel “Alexander Wang Spring 2012 Runway Review.”²³⁴ Kunstkritikk og anmeldelser er en vanlig journalistisk sjanger, men ikke nødvendigvis innenfor motejournalistikken.²³⁵ Når Skar Staarvik undersøkte norske motemagasiner fant hun for eksempel ikke noe journalistisk stoff med kritisk vinkling.²³⁶ Det er sannsynlig at dette gjelder motemagasiner generelt.

I de amerikanske og engelske nettpublikasjonene som jeg har undersøkt finnes det derimot anmeldelser av kleskolleksjoner som publiseres i takt med de internasjonale moteukene. Jeg vet ikke hvor lenge denne praksisen har foregått, men Horyn mener som tidligere nevnt at

²³³ Wright Lund, *Kritikk og kommers. Kulturdekningen i skandinavisk dagspresse*, 15.

²³⁴ Gyben, “Alexander Wang Spring 2012 Review.”

²³⁵ Jon Peder Vestad og Bjarte Alme, *Mediespråk. Form og formidling i journalistikk* (Gjøvik: Det Norske Samlaget, 2002), 75.

²³⁶ Skar Stårvik, “En undersøkelse om norske kvinnemagasiners moteskribenter og motestoff,” 63.

tittelen motekritiker oppstod i 1993 – 1994.²³⁷ Dette var jo i internettets spede begynnelse, så det er godt mulig klesdesignanmeldelser først eksisterte i trykte medier og deretter ble vanligere i nettpublikasjoner etter hvert som verdensveven utviklet seg utover 1990- og 2000-tallet.

Selv om tekstene per definisjon er anmeldelser, mener jeg motejournalistene trekker mest på billedkunstkritikken på grunn av den store vektleggingen av det rent estetiske. Dette er i hvert fall tendensen i klesdesignanmeldelser slik det fremstår for meg etter å ha gjennomført tekstanalysen, nærmest som om journalistene vurderte ren billedkunst, ikke klær.

De estetiske vurderingskriteriene utgjorde hele $\frac{3}{4}$ av alle vurderingskriteriene jeg identifiserte i tekstanalysen og i følge mine resultater er det altså helt sikkert at kleskolleksjonen til en designer kommer til å bli vurdert på grunnlag av det estetiske. Bruken av estetiske vurderingskriterier varierte derimot ganske mye. Ut i fra det totale antallet ganger de estetiske vurderingskriteriene ble brukt, skulle de i snitt vært fordelt slik at hver designer ble vurdert ut i fra dette 24 ganger i 10 anmeldelser. Det reelle resultatet var derimot mer variert, med hele 31 estetiske bedømmelser av Giorgio Armanis visning imot kun ni av Comme des Garçons. Dette henger for øvrig sammen med en generell tendens til at Rei Kawakubos kolleksjon ble mindre vurdert, som jeg vil komme tilbake til om litt.

Journalistene referer derimot ikke til noen teori om det skjønne når de vurderer den estetiske verdien til klærne, som for eksempel Kants idé om det interesseløse velbehaget.²³⁸ Derfor antar jeg at de fleste estetiske bedømmelsene har forankring i skribentenes egen smak, kanskje med unntak av det stilkarakteristiske kriteriet, hvor skribenten vurderer om designet er typisk designeren eller ikke.

De representerte journalistene var generelt heller ikke spesielt opptatt av å begrunne de subjektive vurderingene. Å tolke seg frem til vurderingskriteriene som lå til grunn for anmeldernes bedømmelser var definitivt det mest utfordrende i arbeidet med tekstanalysen. Dette er i uoverensstemmelse med forventningene til den kunstkritiske sjangeren slik de ble redegjort for innledningsvis i oppgaven. Det kan imidlertid tyde på at uklare eller fraværende begrunnelser ikke bare er et fenomen i motekritikken. Når Berit Solhaug og Inger Stavelin undersøkte billedkunstanmeldelser, noterte de at “sjelden finner vi anmelderens premisser for

²³⁷ Haven, “The Times’ fashion critic talks about the business.”

²³⁸ Malmanger, *Kunsten og det skjønne. Vesterlandsk estetikk og kunstteori fra Homer til det 19. århundre*, 195.

vurderingene.” De mener for øvrig at dette rett og slett er brudd på god journalistikk.²³⁹ Jeg er enig i at det er uriktig at lesere skal behøve å tolke seg frem til hvorfor en kjole er “fantastisk.” Det tyder imidlertid på at dette problemet ikke er isolert til motejournalistikken, men er et generelt problem i kunstkritikksjangeren.

Billedkunstkritikk skal teoretisk sett også inneholde en faglig vurdering. Om en ser på klesdesign som et fag, for eksempel som et kunsthåndverksfag, viser få av motejournalistene til faglig kunnskap.²⁴⁰ De tekniske vurderingskriteriene jeg identifiserte, håndverk og materialvalg, utgjorde kun 7 % av det totale antallet kriterier. Det var bare 12 av de 22 navngitte journalistene og én eller to ikke navngitte journalister som ga uttrykk for at de var opptatt av det tekniske aspektet ved klesdesign. Det er godt mulig noen av disse skribentene har studert klesdesign selv før de ble journalister. Suzy Menkes, som er representert med én anmeldelse i denne analysen, har for eksempel studert skreddersøm i Paris før hun ble motejournalist og hun var en av de relativt få journalistene som brukte tekniske vurderingskriterier i dette analyseutvalget.²⁴¹

Selv om det bare er ren spekulasjon, kan muligens mangelen på faglig kunnskap forklare hvorfor kolleksjonen til Rei Kawakubo for merket Commes des Garçons, som er mest kunstnerisk og minst kommersiell av de utvalgte designerne, ble mindre vurdert enn de andre designerne i utvalget. Anmeldelsene av denne kolleksjonen inneholdt for det meste rene beskrivelser enn bedømmelser og jeg tror det kan skyldes at journalistene synes det er vanskelig å ha en mening om noe de ikke helt forstår. Hvis journalistene hadde tatt utgangspunkt i estetisk teori, og hadde større faglig tyngde på faglige felt som billedkunst og klesdesign kan det hende at Kawakubos kolleksjon hadde blitt vurdert i større utstrekning.

²³⁹ Solhaug og Stavelin, “Kunsten å skrive om kunst,” 34.

²⁴⁰ Dette gjelder selvsagt bare om en ser bort fra generell kunnskap om mote og motehistorie som faglig.

²⁴¹ Seabrook, “A Samurai in Paris.”

Forbrukerjournalistikk

Et annet område hvor tekstene bryter med forventningene til billedkunstkritikksjangeren er det relativt store fokuset på kommersiell verdi. Solhaug og Stavelin fant for eksempel ut at penger er tabu i norske billedkunstanmeldelser.²⁴² Om dette også gjelder billedkunstanmeldelser i for eksempel USA og England vet jeg ikke. Men i klesdesignanmeldelsene jeg har undersøkt er ikke det kommersielle tabu, snarere tvert i mot. Selv om kommersiell verdi kun utgjorde 13 % av den totale kriteriebruken, så ble det brukt i nesten 70 % av de 60 analyserte anmeldelsene. Calvin Klein, Fendi, Mary Katrantzou, Lanvin, Oscar de la Renta, Stella McCartney og Alexander Wang ble vurdert i forhold til kommersiell verdi i samtlige eller nesten samtlige av anmeldelsene jeg hadde valgt ut. Selv kolleksjonen til Rei Kawakubo, som anmelderne generelt ser ut til å ha problemer med å bedømme, ble vurdert ut i fra kommersiell verdi i to av de fem utvalgte anmeldelsene.

Jeg kan med rimelig stor sikkerhet anta at forbrukerjournalistikk allerede er en del av diskursordenen i de fleste motepublikasjoner, både de som er trykket på papir og de som publiserer på internett. Selv om jeg ikke har noen statistikk på forbrukerstoffet i engelske og amerikanske nettpublikasjoner som skriver om mote, kan disse muligens sammenlignes med norske forhold. Skar Staarvik fant ut at over halvparten av det totale antallet artikler i magasinene var forbrukerjournalistikk, det vil si kjøpetips og trendrapporter med og uten pris.²⁴³ At motejournalistene trekker på denne sjangeren i klesdesignanmeldelser er vel derfor ganske forventet.

Den påfallende overvekten av positive vurderinger kan dessuten tyde på at motejournalistene trekker på en slags promoteringsdiskurs, som også er typisk i motejournalistikken. Som jeg viste i tekstanalyseresultatene var det kun antydning til negativ kritikk i under én femtedel av analyse materialet. Selv om dette kan være tilfeldig, tror jeg det hersker en tendens til at motekritikerne fokuserer på det positive ved kleskolleksjonene. Hvis så er tilfelle, sår det tvil om klesdesignanmeldelser i det hele tatt kvalifiserer til å bli kalt *kritikker*. Dette stemmer i hvert fall på ingen måte med Lady Gagas forestilling om en “Extreme Critic Fundamentalism” hvor alle motekritikere er negative og fornærmende.²⁴⁴

²⁴² Solhaug og Stavelin, “Kunsten å skrive om kunst,” 24.

²⁴³ Skar Stårvik, “En undersøkelse om norske kvinnemagasiners moteskribenter og motestoff,” 62.

²⁴⁴ Lady Gaga, “Gaga Memorandum No. 3.”

I et historisk perspektiv

Sammenlignet med temaene som ble presentert i gjennomgangen av den historiske motekritikken, er det lite som samsvarer med vurderingsgrunnlaget i de nåtidige klesdesignanmeldelsene jeg har undersøkt. Jeg identifiserte for det første ingen vurderingskriterier som var relatert til temaene moral, likestilling, helse, etikk og bærekraft, selv om jeg viste at dette er aspekter ved klesmoten som fremdeles er aktuelle å problematisere i dag i oppgavens andre kapittel.

Forbruk ble slik som jeg tolket det, kun fremstilt som noe positivt i de undersøkte anmeldelsene, uten negative konsekvenser. I den historiske motekritikken har klesmotens påvirkning på økt forbruk blitt knyttet til alt fra motstand mot demokratiet, til en prangende måte å vise rikdom på og ikke minst uforsvarlig utnyttning av både mennesker, naturressurser og dyr. Bruken av kriteriet om kommersiell verdi i de nåtidige klesdesignanmeldelsene handlet derimot først og fremst om hvor sannsynlig det er at forbrukere kommer til å kjøpe plagg fra de nye kleskolleksjonene.

Klær som meningsbærende ble for så vidt vektlagt, i hvert fall indirekte, når motejournalistene vurderte designernes visuelle fremstillingsevne. Som jeg skrev i presentasjonen av tekstanalyseresultatene, handler dette kriteriet om at designeren evner å uttrykke en konkret inspirasjon eller et konsept gjennom klesdesignet på en måte som publikum kan oppfatte. Dette forutsetter åpenbart en grunnleggende positiv holdning til at klær kan formidle dypere meninger.

Når det gjelder spørsmålet om klesdesign kan regnes som en kunstform ble ikke dette tatt opp direkte. Men selve valget av sjangeren kunstkritikk for å formidle meninger om nye klesdesignkolleksjoner kan være et uttrykk for at disse publikasjonene anerkjenner klesdesign som et tema verdig samme form for offentlig vurdering som for eksempel billedkunst. Dette vil jeg komme tilbake i undersøkelsen av sosial praksis.

Det mest påfallende skillet fra den historiske motekritikken synes jeg uansett er fraværet av moralske og etiske kriterier for å vurdere om klesdesignet er vellykket eller ikke. I formuleringer som “Angelically elegant and demonically chic” fra en anmeldelse av Lanvin i *Fashion Etc*, har forestillinger om godt og ondt tilsynelatende blitt redusert til tomme ord, eller i beste fall kun assosiasjoner til hvordan godt og ondt *ser ut*.²⁴⁵ Dette sitatet har for øvrig

²⁴⁵ Vincent, “Lanvin Spring 2012 Review.”

fått æren av å bli tittelen på denne oppgaven, fordi jeg synes det representerer hvordan moralske og etiske dilemmaer undergraves til fordel for vektleggingen av estetisk verdi.

Når det gjelder hvor lenge dette har vært praksis i den nettbaserte motejournalistikken, kan jeg kun spekulere. En mulig innfallsvinkel kan være å se på hvordan de to motekritikkveteranene Suzy Menkes og Cathy Horyn har produsert de to anmeldelsene de er representert med og sammenligne dette med det generelle resultatet fra tekstanalysen. Hvis en forutsetter at Menkes og Horyn har skrevet klesdesignanmeldelser på noenlunde samme måte siden de begynte å jobbe som motekritikere på 1990-tallet kan det indikere at dette har vært standarden siden 1990-tallet. Deres bruk av vurderingskriterier sammenfaller nemlig godt med den generelle tendensen.

Begge, men spesielt Menkes, er opptatt av det estetiske. Mer konkret gjelder dette kriteriene originalitet, farger og mønstre, fornyelse, fremstillingsevne og stilsans. Dessuten bruker begge det kommersielle kriteriet. Menkes bruker også det tekniske vurderingskriteriet om materialvalg og hun er en av de få motejournalistene som tar opp spørsmålet om affektiv påvirkning. Ingen av dem bruker publikum eller musikkvalg til å bedømme kleskolleksjonen.

Disse resultatene stemmer altså godt overens med resultatene fra hele tekstanalysen, spesielt måten Menkes anmelder på. Hun er også den som har lengst erfaring som motekritiker av disse to. Om det faktisk stemmer at Menkes fungerer som et forbilde for motekritikk, så kan det være et interessant perspektiv at Menkes selv *ikke* kaller seg en motekritiker.²⁴⁶

Selvfølgelig kan Menkes og Horyn ha blitt inspirert og påvirket av andre motekritikere, men akkurat i dette prosjektet er det nok disse to som har lengst fartstid når det gjelder å forfatte klesdesignanmeldelser og jeg synes derfor det er naturlig å anta at de kan ha vært med på å sette standarden. For å komme nærmere et riktig svar på dette, altså omtrentlig *når* denne typen diskursiv praksis ble rådende, ville det vært nødvendig med en diskursanalyse av klesdesignanmeldelser helt fra tidlig på 1990-tallet og fremover til i dag.

²⁴⁶ "Suzy Menkes," *The New York Times*, ikke datert, besøkt 19. november, 2012, http://topics.nytimes.com/top/reference/timestopics/people/m/suzy_menkes/index.html

Forandring eller reproduksjon

Undersøkelsen av den diskursive praksisen knyttet til produksjon av klesdesignanmeldelser har avdekket både forandring og reproduksjon. Det er sannsynlig at forandringene skjedde tidlig på 1990-tallet da *The New York Times* begynte å ansette journalister med særlig ansvar for å skrive anmeldelser av klesdesignkolleksjoner. På denne måten ble kunstkritikksjangeren for kanskje første gang en del av motejournalistikken. Selv om klesdesignanmeldelsene ikke lever opp til alle forventningene til den kunstkritiske sjangeren slik jeg gjorde rede for i innledningen til oppgaven, er de allikevel en form for anmeldelser.

Samtidig er det en liten grad av interdiskursivitet i anmeldelsene jeg undersøkte og i følge Fairclough tyder dette på reproduksjon av diskursiv praksis. Tekstanalysen viser nemlig at vurderingsgrunnlaget i de utvalgte klesdesignanmeldelsene var nokså begrenset. Med begrenset vurderingsgrunnlag mener jeg at det var lite utvalg i *type* vurderingskriterier, i hvert fall etter kategoriseringen. I praksis satt jeg kun igjen med fire typer vurderingskriterier, nemlig *estetisk, kommersielt, teknisk og affektivt*, om en ser bort fra musikkvalg og hvilke kjendiser som kom på visningen. Dessuten overskygget de estetiske og kommersielle vurderingskriteriene de tekniske og affektive vurderingskriteriene. Det sterke innslaget av forbrukerjournalistikk, og muligens promoteringdiskurs, som lenge har vært en del av diskursordenen i motejournalistikken er også et uttrykk for lav grad av interdiskursivitet.

Slik jeg tolker den diskursive praksisen virker det altså som om det har skjedd forandring i diskursordenen i første halvdel av 1990-tallet, da sjangeren billedkunstkritikk ble tatt opp i motejournalistikken. Samtidig indikerer det lave nivået av interdiskursivitet i klesdesignanmeldelsene at det foregår en reproduksjon av en diskursiv praksis. Min antakelse er derfor at det ble etablert et slags mønster for hvordan klesdesignanmeldelser skal produseres i sjangerens startfase og at dette mønsteret fremdeles brukes når motejournalister skal skrive anmeldelser av klesdesignkolleksjoner. Reproduksjon av diskursiv praksis betyr også reproduksjon av sosial praksis, som jeg vil komme nærmere inn på i det følgende.²⁴⁷

²⁴⁷ Winther Jørgensen og Phillips, *Discourse Analysis as Theory and Method*, 76.

5.2 Normer og regler i medieinstitusjonen

Analysen av den diskursive praksisen var bindeleddet mellom selve innholdet i klesdesignanmeldelsene og den bredere sosiale praksisen rundt produksjonen av disse. I forrige del av kapittelet kom jeg frem til at det er liten grad av interdiskursivitet i de utvalgte tekstene og at dette i følge Faircloughs teori er et tegn på reproduksjon, ikke bare av diskursiv praksis, men også sosial praksis. Dette må først og fremst være en sosial praksis som medfører at både kunst og kapital blandes sammen i en forholdsvis ny sjanger innen motejournalistikkens diskursorden. Som jeg vil forklare nærmere i neste avsnitt, mener jeg at den sosiale strukturen rundt produksjon av klesdesignanmeldelser først og fremst er medieinstitusjonen, eller nærmere bestemt motemagasin som *institusjon*.

I denne siste delen av drøftingskapittelet vil jeg derfor først gå nærmere inn på hvordan den institusjonelle strukturen i motemagasiner påvirker hvordan motejournalister produserer tekster. Deretter vil jeg diskutere hva jeg mener er problematisk med denne institusjonen og hvordan slike problemer kan komme til uttrykk i klesdesignanmeldelser. Til slutt undersøker jeg en mulig forklaring på hvorfor sjangeren kunstkritikk i det hele tatt ble tatt opp i motejournalistikken en gang på 1990-tallet. Jeg har for øvrig valgt å bruke teorier fra litteratursosiologi og samfunnsvitenskap for å sette den diskursive praksisen inn i en større sosial kontekst, siden ikke diskursanalysen alene kan svare på dette.

Diskursens sosiale matrise

Fairclough kaller de delvis ikke-diskursive, sosiale og kulturelle sammenhengene og strukturene som utgjør den bredere konteksten rundt den diskursive praksisen for “the social matrix of discourse”, som jeg har oversatt til *diskursens sosiale matrise*. Når det gjelder klesdesignanmeldelser mener jeg at det først og fremst er den institusjonelle strukturen i media, som motemagasinredaksjoner, som utgjør den sosiale matrisen rundt klesdesignanmeldelser. Sosiale praksiser innenfor denne institusjonen er altså de som påvirker tekstene mest direkte.²⁴⁸

²⁴⁸ Winther Jørgensen og Phillips, *Discourse Analysis as Theory and Method*, 86.

Jeg har tatt utgangspunkt i litteratursosiologi for å forklare hvordan medias institusjonelle struktur påvirker produksjonen av klesdesignanmeldelser og dermed også innholdet i dem. Litteratursosiologi går ut på å studere økonomiske, politiske, sosiale og juridiske forhold som direkte eller indirekte har innflytelse på produksjon, spredning og forbruk av litteratur. Målet er blant annet å avdekke autonome trekk ved produksjon, spredning og konsum, for at ikke litteraturen, i dette tilfellet klesdesignanmeldelser, skal reduseres til en betinget variabel i det store samfunnsmaskineriet. Det er altså ikke tilfeldig eller helt relativt hvordan disse anmeldelsene produseres, distribueres og forbrukes.²⁴⁹ Dette synes jeg samsvarer godt med Faircloughs begrep om diskursens sosiale matrise.

En institusjon kan forstås som et sett sosiale relasjoner som gjentas i tid i henhold til skrevne eller uskrevne regler og avtaler. Institusjoner er samfunnslivets minst foranderlige relasjoner og de reproducerer seg selv uopphørlig. Institusjonalisering er et samlebegrep som brukes om de prosessene der aktører etablerer og formaliserer regelbundne, rutinemessige og standardiserte adferdsmønstre til å ta form av sosiale institusjoner. Situasjoner som varer over tid, eller handlinger som har preg av å være vane, vil ofte utgjøre grunnlaget for denne prosessen. Institusjonaliseringen kan gjennom etableringen av roller og normer regulere samhandlingsmønstre. Typiske trekk ved en institusjon er blant annet felles talemåter og uttrykk for de som er inkludert i institusjonen, bestemte ansvarsroller, og at atferd styres av sed og skikk, og felles oppfatning av sømmelig atferd.²⁵⁰

Personer i institusjoner, som motejournalister, blir instituerte slik at de følger bestemte atferdsmønstre, med sine forventninger, sine talemåter og stående uttrykk. Dette kan skje gjennom en såkalt *internalisering*, det vil si den læringsprosessen der bestemte normer, verdioppfatninger, kunnskaper, vurderinger, persepsjonsmønstre og ytre strukturer blir gjort til en del av selvet.²⁵¹ Motejournalister gjennomgår sannsynligvis en slik internalisering når de jobber for ulike publikasjoner. På denne måten tilegner de seg reglene for “slik gjør vi det her” i motemagasinene de skriver anmeldelser for.

²⁴⁹ Olav Korsnes et al., *Sosiologisk leksikon* (Oslo: Universitetsforlaget, 1997), 183.

²⁵⁰ Korsnes et al., *Sosiologisk leksikon*, 130 – 132.

²⁵¹ Korsnes et al., *Sosiologisk leksikon*, 131 – 136.

Motejournalisten Tony Glenville vedgår for eksempel i et intervju om jobben sin at det er viktig å skrive på en måte som egner seg for den bestemte publikasjonen: "If you are writing for the Mirror or the Times you cannot use the same voice." Jeg oppfatter dette som et slags vitnesbyrd på at institusjonen legger føringer for hvordan journalistene forfatter tekstene sine. I samme intervju anbefaler Glenville derimot aspirerende motejournalister å søke inspirasjon i andre journalistiske tekster for å utvikle "sin egen stemme".²⁵² Dette fremstår jo nærmest som en selvmotsigelse. At motejournalisten både skal ha "en egen stemme" og samtidig tilpasse etter hvem de skriver for.

Reproduksjon av problematiske bånd til moteindustrien

Selv om en skulle tro at en kritisk sjanger innenfor den generelt svært ukritiske motejournalistikken var et stort skritt i riktig retning, vil jeg påstå at selv klesdesignanmeldelser i en viss grad er med på å opprettholde de problematiske båndene mellom motepublikasjoner og moteindustrien. Jeg sikter spesielt til tendensen til fokus på kommersiell verdi, kombinert med svært lite negativ kritikk og mangelen på problematisering av sider ved moteindustrien som er godt kjent som problematiske, som uetiske arbeidsforhold, utnyttning av naturressurser og forurensing og mishandling av dyr.

Det er ingen hemmelighet at motemagasiner er avhengige av annonsører fra moteindustrien, som designere og motehus, for å overleve. Det er reklameplassene som genererer inntekter, ikke abonnementene.²⁵³ Og negativ vinklet spalteplass ved siden av annonser er åpenbart lite heldig for salget. Dette kan føre til at designerne ikke lenger ønsker å annonsere i publikasjonen og publikasjonen mister inntektskilder. Negativ kritikk og drøfting av problematiske aspekter ved industrien blir vanskelig å utøve i et slikt avhengighetsforhold. I Skar Stårviks oppgave kommer det frem at én fjerdedel av respondentene i en spørreundersøkelse om yrket sitt som motejournalist har opplevd press fra markeds- og annonseavdelingen i publikasjonen de jobber for til å forfatte positiv omtale.²⁵⁴

²⁵² Brown, *Fashion & Textiles. The Essential Careers Guide*, 82.

²⁵³ Welters og Lillethun, *The Fashion Reader*, 276.

²⁵⁴ Skar Stårvik, "En undersøkelse om norske kvinnemagasiners moteskribenter og motestoff," 79.

Redaksjonens avhengige forhold til moteindustrien, som forskjellige designere, påvirker altså motejournalistene og tilegning av normer og regler for hvordan tekster skal utformes med hensyn til annonsører skjer gjennom internaliseringsprosessen som er beskrevet ovenfor. Resultatet blir en manglende kritisk distanse mellom journalisten og det han eller hun skal kritisere. Dette problematiseres også av Richard Martin i *Addressing the dress*. Han trekker frem amerikanske Kennedy Fraser som eksempel på en motejournalist som var kritisk på 1970- og tidlig 80-tallet, men nærmest overga seg til motebransjen etter at hun ble selvutnevnt “datter” av *The New Yorker*. Som Martin skrev: “If Fraser har succumbed, as Hainly argues, to the relentless seamliness of fashion’s integration and ambient comfort, she has inexorably lost critical distance.”²⁵⁵

Det er heller ikke uvanlig at motehus utnytter redaktørene og skribentenes formidlende funksjon til sin egen fordel ved å “smøre dem”, som ved å plassere dem på første rad under visningene og gi dem gaver. Dette kan selvsagt kompromittere enhver formidlers objektivitet.²⁵⁶ Og muligens forklarer dette hvorfor journalister som Suzy Menkes ikke vil bli assosiert med tittelen motekritiker, nettopp fordi det assosieres med en negativ innstilling til en bransje hun selv ønsker å være dus med.

Selv i klesdesignanmeldelser, som per definisjon skal være kritiske, er jeg altså redd for at det tette båndet til moteindustrien er med på å opprettholde motejournalistikkens tradisjonelle formidling av klær som en uproblematisk forbruksvare. Med uproblematisk mener jeg at det ikke fokuseres nok på komplikasjoner utover det rent estetiske, som for eksempel produksjonsforhold, bærekraft og dyrevern. Ingen av disse temaene ble tatt opp i mitt utvalg på 60 anmeldelser, så det er sannsynlig at dette er et generelt problem. Med hold i teorien om diskurs som konstituerende, kan en dermed si at praksisen som gjelder for produksjon av klesdesignanmeldelser i dag ikke kommer til å føre til økt oppmerksomhet rundt moralske og etiske implikasjoner knyttet til produksjon og konsumpsjon av mote, og dermed heller ikke sosial forandring mot det bedre.

²⁵⁵ Martin, “Addressing the dress,” 51 – 52.

²⁵⁶ Martin, “Addressing the dress,” 55.

Hybridisering av kunst og kapital i postmodernismen

For å se det hele i en større sammenheng, kan det tenkes at sammensmeltingen av kunstkritikk og forbrukerjournalistikk i klesdesignanmeldelser er en konsekvens av det Anne-Britt Gran og Donatella De Paoli kaller *hybridisering* av de tradisjonelt separerte feltene kunst og kapital i overgangen fra modernismen til post-modernismen. I Norge mener de for eksempel at denne hybridiseringen kommer til uttrykk blant annet frilanskunstneres pendling mellom kunstinstitusjonen, reklame og medier, områder som tidligere var atskilt. Og ikke nok med at kunst og kapital blander seg med hverandre. De holder seg heller ikke på de plassene de ble tildelt i moderniteten, nemlig markedets og kunstinstitusjonen. Begge kan maskere seg som noe annet enn seg selv i nye kontekster. Hybridiseringen har vært en økende tendens siden 1960-tallet og slo ut i full blomstring på 1990-tallet, det vil si på samme tid som *The New York Times* begynte å publisere klesdesignanmeldelser.²⁵⁷ Det er derfor ikke utenkelig at klesdesignanmeldelser kan forstås som et slags postmoderne hybrid mellom kunst og kapital.

Denne nye foreningen av den tradisjonelt ikke-kommersielle kunsten og kapitalistiske interesser kan imidlertid provosere. Modernismen var kjennetegnet av klart avgrensede felt, og fra renhetens perspektiv blir ikke slike “bastarder” dømt mildt. Jeg synes Gran og De Paoli formulerer dette på en svært god måte:

Når for eksempel integrert redaksjonell produkt plassering i film, integrert kultursponsing og kjøpt redaksjonell omtale i pressen vekker så mye harme, er det blant annet fordi her blandes fenomener som det moderne menneske har holdt strengt atskilt. Forestillingen om at kunst og kommersialisering, objektiv journalistikk og interessebasert redaksjonell omtale hører ikke sammen, har lange historiske røtter. Modernitetens fundament var differensieringen, og mange vil gå langt for å forsvare gevinstene av denne differensieringen. Kunsten ble fri fra oppdragsgivernes innblanding, politikken ble fri fra religionens klamme hånd og vitenskapen ble fri fra moralen som mistet mye av sin myndighet i moderniteten.²⁵⁸

Tekster som klesdesignanmeldelser og måten de er produsert på er nok spesielt provoserende for de som konsekvent avviser klesdesign som en mulig kunstform og for de som mener kunst ikke skal blandes med kommersialisering.

²⁵⁷ Anne-Britt Gran og Donatella De Paoli, *Kunst og kapital. Nye forbindelser mellom kunst, estetikk og næringsliv* (Oslo: Pax Forlag, 2005), 242 – 256.

²⁵⁸ Gran og De Paoli, *Kunst og kapital. Nye forbindelser mellom kunst, estetikk og næringsliv*, 252.

Det er ikke godt å vite om den nye tradisjonen med å skrive klesdesignanmeldelser peker i retning av at klesdesign nærmer seg en bredere aksept som kunstform. For det første foregår denne praksisen i liten utstrekning, nesten utelukkende i nettbaserte motepublikasjoner og for det andre reflekterer ikke disse tekstene selv over den kunstneriske verdien klær potensielt kan ha. Likevel kan det tyde på at disse publikasjonene mener at klesdesign fortjener samme offentlige kvalitetsbedømmelse på linje med de gjeldene kunstformer. På sikt kan dette påvirke en større prosess som utvider kunstbegrepet.

Sist men ikke minst er det et tankekors om klesdesignanmeldelsene jeg har analysert egentlig er kunstkritikk med et innslag av forbrukerjournalistikk, eller forbrukerjournalistikk forkledt som kunstkritikk. Er det kunsten som maskerer seg eller kapitalen? Selv om tekstene tilsynelatende er kritikker har jeg funnet flere ting som bryter med forventninger til denne sjangeren. I den postmoderne paringen av kunst og kapital finnes både hybrider som er kunstneriske og markedsføringshybrider, men disse kan og møtes i samme hybrid, som jeg tror er tilfellet i klesdesignanmeldelser. Da blir det opp til øyet som ser hva som er det virkelige motivet til hybriden.²⁵⁹

²⁵⁹ Gran og De Paoli, *Kunst og kapital. Nye forbindelser mellom kunst, estetikk og næringsliv*, 253.

6 Konklusjon: et estetisk-kommersielt kritikkparadigme

Innledningsvis i denne oppgaven tok jeg opp kritikk av motekritikken og mitt eget inntrykk av klesdesignanmeldelser i motemagasiner på internett som nokså konforme innholdsmessig og med en tendens til å bedømme de fleste kleskolleksjoner positivt, som om de var styrt av et sett med regler og normer for hvordan klesdesign skal vurderes. Dette ledet til spørsmålet om i hvilken grad det eksisterer et rådende kritikkparadigme i den nettbaserte motejournalistikken. Jeg ønsket dessuten å finne ut hvordan et slikt paradigme kom til uttrykk i klesdesignanmeldelser skrevet i forbindelse med de internasjonale moteukene høsten 2011.

På grunnlag av resultatene jeg kom frem til etter å ha gjennomført en kritisk diskursanalyse av klesdesignanmeldelser med utgangspunkt i Norman Faircloughs metodemodell er min endelige slutning at det i høy grad eksisterer et kritikkparadigme i den nettbaserte motejournalistikken. I det følgende vil jeg gi en sammenfatning av hva jeg mener dette paradigmet innebærer, hvordan det kom til uttrykk i de undersøkte tekstene, samt hvordan og hvorfor det ble etablert og fremdeles er rådene.

Jeg har valgt å kalle det rådende kritikkparadigmet i den nettbaserte motejournalistikken for et *estetisk-kommersielt kritikkparadigme*. Dette er fordi jeg mener det særlig er estetiske, men også i høy grad kommersielle verdier som styrer diskursen om motekritikk innenfor motejournalistikken som institusjon. Det er også sannsynlig at det eksisterer en slags implisitt konsensus blant motejournalister om å fokusere på det de liker ved kleskolleksjonene fremfor det de ikke liker, for å promotere designere fordi de er viktige annonsører i nettpublikasjonen de jobber for, samt å unngå kontroversielle temaer som moral, politikk og etikk.

Grunnlaget for disse påstandene er analysen av 60 utvalgte klesdesignanmeldelser som ble skrevet i forbindelse med de internasjonale moteukene i New York, London, Milano og Paris høsten 2011. Anmeldelsene var vurderinger av de nyeste ready-to-wear-kolleksjonene til klesdesignerne og motehusene Giorgio Armani, Calvin Klein, Dolce & Gabbana, Fendi, Comme des Garçons, Mary Katrantzou, Lanvin, Oscar de la Renta, Stella McCartney og Alexander Wang. Jeg hadde valgt ut disse designerne og motehusene med hensyn til variasjon i typiske stilkarakteristikk som brukes i motejournalistikken for å unngå at sammenligningsgrunnlaget ble for likt.

Gjennom en høy grad av min egen, subjektive tolkning genererte tekstanalysen et omfattende resultat over hvilke vurderingskriterier motejournalister bruker når de skriver anmeldelser av klesdesign. Alle kriteriene som handlet om det rent visuelle ved kleskolleksjonene ble gruppert som estetiske vurderingskriterier. Sammenlagt med kriteriet om kommersiell verdi utgjorde disse om lag 88 % av den totale kriteriebruken. De andre kriteriene utgjorde derfor kun om lag 12 % av den totale kriteriebruken og inkluderte tekniske vurderingskriterier, affektiv påvirkning og andre vurderingskriterier som inkluderte publikum og musikkvalg. I tekstanalysekapittelet gjorde jeg også rede for noen bedømmelser hvor jeg ikke klarte å tolke hva slags kriterium som lå til grunn for vurderingene. Jeg pekte dessuten på et par interessante avvik, som at den avantgardistiske kolleksjonen til Rei Kawakubo for Comme des Garçons blir mindre vurdert enn de andre kolleksjonene og at det bare var antydninger til negativ kritikk i under en femtedel av analyse materialet.

Det var unektelig utfordrende å tolke seg frem til hvilke kriterier som lå til grunn for de fleste bedømmelsene i klesdesignanmeldelsene og andre ville muligens ha kommet frem til et noe annerledes tekstanalyse resultat enn meg. Andelen av estetiske og kommersielle vurderingskriterier er derimot så markant at jeg likevel tror de store linjene hadde blitt det samme. Ubegrunnede vurderinger er for øvrig ikke et problem isolert i motejournalistikken, men sannsynligvis i hele kunstkritikken som sjanger.

I undersøkelsen av den diskursive praksisen, altså produksjonen av klesdesignanmeldelsene, kom jeg frem til at tekstene hovedsakelig er skrevet som sammensetninger mellom billedkunstkritikk og forbrukerjournalistikk. Selv om billedkunstkritikk er en vanlig journalistisk sjanger, er den ikke det i motejournalistikken. Det er derimot forbrukerjournalistikken. Jeg tror også journalistene trekker på en slags promoteringsdiskurs på grunn av den påfallende overvekten av positive vurderinger av kleskolleksjonene. Det er også tydelig at motejournalistene bryter med flere av forventningene til den kunstkritiske sjangeren som jeg beskrev innledningsvis i oppgaven, som liten grad av faglige vurderinger, manglende begrunnelser for bedømmelser og vektleggingen av kommersiell verdi. Mangelen på faglig grunnlag kan muligens forklare hvorfor kolleksjonen til Rei Kawakubo ble mindre vurdert enn de andre kolleksjonene i undersøkelsen.

Jeg syntes det var viktig å undersøke den diskursive praksisen i et historisk perspektiv for å finne ut hvilke andre temaer knyttet til klesdesign motejournalistene *kunne* ha problematisert i klesdesignanmeldelsene. Som jeg viste i oppgavens andre kapittel kalt “Motekritikkens historie: mellom kropp, kapital og kunst” har klesmoten vært utsatt for kritikk siden den oppstod en gang på 1300-tallet. Min fremstilling begynte på slutten av 1700-tallet i Frankrike og viste at motekritikkdiskursen i all hovedsak har kretset rundt temaer knyttet til moral, likestilling, helse, forbruk, etikk og bærekraft, og spørsmål om klær som meningsbærere og kunstform. I de nåtidige klesdesignanmeldelsene blir de fleste temaene bevisst valgt bort eller i beste fall forbigått. Forbruk blir utelukkende knyttet til noe positivt og de negative konsekvensene av moteindustrien ble ikke tatt opp av noen av motejournalistene. Flere av motejournalistene så derimot ut til å anerkjenne at klær kan formidle dypere meninger gjennom bruken av kriteriet om visuell fremstillingsevne.

Det skjedde forandringer i diskursordningen til motejournalistikken da kunstkritikksjangeren ble inkludert på starten av 1990-tallet av aviser som *The New York Times*. Ettersom internett utviklet seg har denne diskursordningen fortsatt i en del nettbaserte motemagasiner og nettaviser. Samtidig indikerer det lave nivået av interdiskursivitet i de undersøkte klesdesignanmeldelsene at det foregår en reproduksjon av både diskursiv og sosial praksis knyttet til produksjon av disse tekstene. Antakelsen min er derfor at klesdesignanmeldelser har blitt produsert på mer eller mindre samme måte siden sjangeren oppstod for om lag 20 år siden. Noe som styrker denne antakelsen er at vurderingsgrunnlaget i anmeldelsen til Suzy Menkes, som har skrevet motekritikk siden 1990-tallet, stemte forbausende godt med det generelle resultatet fra tekstanalysen. Hvis en antar at Menkes har skrevet klesdesignanmeldelser på omtrent samme måte siden hun begynte, er det god grunn til å tro at hun har fungert som et slags forbilde for hvordan denne sjangeren skal være.

Den sosiale matrisen rundt produksjonen av klesdesignanmeldelser er medias institusjonelle struktur, som magasin- og avisredaksjonene. Gjennom internaliseringsprosesser i institusjonen lærer motejournalistene normene og reglene i kritikkparadigmet og gjør dem om til sine egne holdninger. Denne praksisen er med å reprodusere problematisk tette bånd mellom motebransjen og motejournalistikken, i hvert fall om en etterstreber en fri presse. Grunnen til at kunstkritikken i det hele tatt ble en del av den tradisjonelt kommersielle motejournalistikken kan være den større, kulturelle tendensen til hybridisering av kunst og kapital i postmodernismen som begynte å blomstre på nettopp samme tid som *The New York Times* ansatte sin første motekritiker.

“Den perfekte kolleksjon”

For å oppsummere tekstanalyseresultatene og hvordan det estetisk-kommersielle kritikkparadigme kom til uttrykk i vurderingskriteriene, har jeg laget en fiktiv beskrivelse av det som må være den perfekte kleskolleksjon i den nettbaserte motejournalistikken. Jeg understreker at dette selvsagt er satt på spissen, både fordi ingen av journalistene i analysen stilte alle disse kravene i én og samme anmeldelse, og fordi ingen designere kan innfri så mange forventninger i virkeligheten. Jeg synes uansett dette gir et godt inntrykk av hva som vektlegges i klesdesignanmeldelser og hvordan de ulike vurderingskriteriene blir brukt. I den fiktive anmeldelsen har jeg kalt designeren for “x”.

“Den nyeste kleskolleksjonen til x er veldig stilkarakteristisk for designeren og viser derfor hva x kan best. X viser dessuten en fremragende visuell fremstillingsevne og har en sikker stilsans. Plaggene har utsøkte farger og mønstre og er utformet i en flatterende fasong. X tør å satse på fornyelse og visuelt sammenlignet med andre kolleksjoner som ble vist samme moteuke og hva x har gjort tidligere, er dette veldig bra. Klærne ser veldig moderne og moteriktige ut og x har funnet den perfekte balansen mellom for mye og for lite. Tilbehøret var også svært originalt. Selv om kolleksjonen fremstod som helhetlig, var ikke antrekkene ensformige, og klærne beveget seg vakkert når modellene gikk forbi. Kolleksjonen kommer helt sikkert til å bli en kommersiell suksess og det var mange antrekk som kan brukes til forskjellige anledninger av forbrukerne. Plaggene håndverksmessig godt laget. Dessuten hadde x valgt de riktige tekstilene og materialene for å oppnå riktig stiluttrykk. Visningen ga publikum en god følelse. Sist men ikke minst, passet musikken til stilen på klærne som ble vist på catwalken og det var mange kule kjendiser blant publikum.”

Hvis en leser klesdesignanmeldelser i noen av de nettpublikasjonene jeg undersøkte i denne oppgaven, er det stor sannsynlighet for at de vil inneholde én eller flere av bedømmelsene fra den fiktive anmeldelsen ovenfor. Det forklarer hvorfor jeg i en årrekke har følt at jeg har lest den samme klesanmeldelsen om og om igjen under de internasjonale moteukene.

Kritikkparadigmet i den nettbaserte motejournalistikken fører til en nokså forutsigbar og ensidig vurdering av klesdesign hva angår hvilke temaer som problematiseres og hva utfallet av vurderingene blir.

En oppmuntring til kritisk språkbevissthet

Selv om jeg i denne oppgaven har avdekket en del misforhold i motekritikken slik den fremstår i klesdesignanmeldelser på nett, ønsker jeg ikke at resultatene skal brukes av motejournalister som utgangspunkt for å konstruere en “perfekt” motekritikk. Det som derimot er viktig å ta med seg, enten en allerede skriver klesdesignanmeldelser eller ønsker å gjøre det, er å være klar over at måten en uttrykker seg på og skriver tekster aldri er helt fri, men alltid i større eller mindre grad styrt av normer og praksiser selv om de ikke nødvendigvis er uttalte.

Jeg tror at et viktig utgangspunkt for å endre den diskursive praksisen som gjelder produksjon av klesdesignanmeldelser, og i motejournalistikken generelt, er at journalister etterstreber en *kritisk språkbevissthet*. Dette uttrykket har jeg oversatt fra Faircloughs “critical language awareness”, som han mener bør gi mennesker innsikt i den diskursive praksisen de selv er en del av og de sosiale strukturer og maktforhold som den diskursive praksisen både former og er formet av. Om motejournalister øver seg på kritisk språkbevissthet kan de bli mer klar over begrensningene på egen praksis og mulighetene for motstand og forandring.²⁶⁰ Dette gjelder ikke minst motejournalistikken i Norge.

I denne oppgaven undersøker jeg praksiser i utenlandske nettpublikasjoner, praksiser som kanskje ikke eksisterer i Norge per i dag. Disse analyseresultatene kan likevel fungere som en tankevekker for de som mener det er riktig og viktig å forsøke å etablere en tradisjon for klesdesignanmeldelser også her til lands. Det er ingenting som tilsier at den diskursive og sosiale praksisen i motejournalistikken er annerledes i Norge enn i for eksempel USA og England. Oppgaven til Skar Stårvik tyder på det. Om norske motemagasiner og motejournalister begynner å produsere klesdesignanmeldelser, kan det derfor godt hende at det estetisk-kommersielle kritikkparadigmet kommer til å råde her også. Med kritisk språkbevissthet kan en derimot unngå at det nesten bare er to aspekter ved klesdesign som blir vurdert.

²⁶⁰ Winther Jørgensen og Phillips, *Discourse Analysis as Theory and Method*, 88.

Forsvar av motekritikken

Jeg innledet oppgaven med kritikk av motekritikken og avslutter med et forsvar.

Kunstkritikkens formål er å tjene som en offentlig kvalitetsbedømmelse og være et innlegg i den løpende debatten om hva slags kulturytringer vi er tjent med.²⁶¹ Klesdesign er en form for kulturytring med store ringvirkninger utover selve artefaktene som skapes. Og siden klær er noe som angår alle mennesker, er det naturlig at det eksisterer mange forskjellige og motstridende meninger om hvilke krav vi bør stille til utformingen og produksjonen av dem. En kritisk motejournalistikk er en viktig forutsetning for å holde denne diskusjonen i gang.

Motekritikkens gehør og påvirkning kan virke liten i den store og mektige motebransjen. Det er heller ikke rart at noen betviler behovet for profesjonelle motekritikere når alle og enhver kan publisere meninger om klesmote på internett. Men hvis klesdesignere føler seg truet av negative omtaler fra motejournalister fordi det kan påvirke både salgstall og renommé, i den utstrekning at de føler det er nødvendig å hindre disse journalistene i å avsi meninger om fremtidige kleskolleksjoner, så må disse meningsytringene fremdeles være av stor betydning. Kanskje større betydning enn motejournalistene vet selv.

Selv om motekritikken selv får kritikk fra flere hold, inkludert denne oppgaven, betyr ikke dette at vi er bedre tjent uten sjangre som klesdesignmeldelser. Langt derifra. En ukritisk motejournalistikk er ikke bare kjedelig, den er også farlig. Som Richard Martin skrev i 1998: “In a world in which there is no blame, praise become meaningless. This is a dangerous situation for business or artistic endeavours: it strips away internal rigour and lays the way open for unchecked indulgence.”²⁶² Om de ikke får oppriktig kritikk kan hvem som helst være blinde for sannheten. Noen må ta risikoen og fortelle keiseren at han går uten klær.

²⁶¹ Roksvold, *Kritikk av kunst, bok og musikk*, 5 – 11.

²⁶² Martin, “Addressing the dress,” 70.

Litteraturliste

Bøker

Andersen, Hans Christian. *Kejserens nye klæder*. København: Forlaget Skandinavia, 1984.

Barnard, Malcolm. *Fashion as Communication*. London: Routledge, 2002.

Barthes, Roland. *The Fashion System*. Berkeley: University of California Press, 1990.

Bourdieu, Pierre. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge & Kegan Paul, 1984.

Brown, Carol. *Fashion & Textiles. The Essential Careers Guide*. London: Laurence King Publishing Ltd, 2010.

Craik, Jennifer. *The Face of Fashion: Cultural Studies in Fashion*. London: Routledge, 1993.

Geczy, Adam og Karaminas, Vicki. *Fashion and Art*. London: Berg, 2012.

Gran, Anne-Britt og De Paoli, Donatella. *Kunst og kapital. Nye forbindelser mellom kunst, estetikk og næringsliv*. Oslo: Pax Forlag, 2005.

H. Svendsen, Lars. *Fr. Mote. Et filosofisk essay*. Oslo: Universitetsforlaget, 2004.

Jackson, Tim og Shaw, David. *The Fashion Handbook*. London: Routledge, 2006.

Koda, Harold. *Extreme beauty. The body transformed*. New York: Metropolitan Museum of Art, 2001.

Korsnes, Olav et al. *Sosiologisk leksikon*. Oslo: Universitetsforlaget, 1997.

Wright Lund, Cecilie. *Kritikk og kommers. Kulturdekningen i skandinavisk dagspresse*. Oslo: Universitetsforlaget, 2005.

Malmanger, Magne. *Kunsten og det skjønne. Vesterlandsk estetikk og kunstteori fra Homer til det 19. århundre*. Trondheim: Aschehoug & Co, 2005.

Nefer Olsen, Kasper et al. *Diderot. Salonerne 1759 – 1781. Den moderne kunstkritiks fødsel*. Hellerup: Edition Bløndal, 1997.

- Neumann, Iver B. *Mening, materialitet, makt: en innføring i diskursanalyse*. Bergen: Fagbokforlaget, 2001.
- Roksvold, Thore. *Kritikk av kunst, bok og musikk*. Fredrikstad: Institutt for Journalistikk, 1994.
- Tjora, Aksel. *Kvalitative forskningsmetoder i praksis*. Oslo: Gyldendal Akademisk, 2012.
- Vestad, Jon Peder og Alme, Bjarte. *Mediespråk. Form og formidling i journalistikk*. Gjøvik: Det Norske Samlaget, 2002.
- Welters, Linda og Lillethun, Abby. *The Fashion Reader*. Oxford: Berg, 2007.
- Wilson, Elizabeth. *Kledd i draumar*. Oslo: Det Norske Samlaget, 1989.
- Winther Jørgensen, Marianne og Phillips, Louise. *Discourse Analysis as Theory and Method*. London: Sage, 2002.
- Winther Jørgensen, Marianne og Phillips, Louise. *Diskursanalyse som teori og metode*. Gylling: Roskilde Universitetsforlag, 1999.

Antologier og introduksjoner

- B. Small, Geoffrey. Introduksjon til *Eco Fashion*, av Sass Brown. London: Laurence King Publishing Ltd, 2010.
- Black, Sandy. "Ethical Fashion and Eco-fashion." I *The Berg Companion to Fashion*, ed. Valerie Steele, 251 – 260. Oxford: Berg, 2010.
- Carter, Michael. "Thorstein Veblen." I *The Berg Companion to Fashion*, ed. Valerie Steele, 705 – 707. Oxford: Berg, 2010.
- Emberley, Julia. "Fur." I *The Berg Companion to Fashion*, ed. Valerie Steele, 353 – 355. Oxford: Berg, 2010.
- Entwistle, Joanne. "Attacks on fashion." I *The Berg Companion to Fashion*, ed. Valerie Steele, 309 – 313. Oxford: Berg, 2010.

Luther, Marylou. "Fashion Journalism." I *The Berg Companion to Fashion*, ed. Valerie Steele, 293 – 296. Oxford: Berg, 2010.

Martin, Richard. "Addressing the dress." I *The crisis of criticism*, red. Maurice Berger, 51 – 70. New York: The New Press, 1998.

M. Watkins, Susan. "Fashion, health, and disease." I *The Berg Companion to Fashion*, ed. Valerie Steele, 313 – 315. Oxford: Berg, 2010.

Palmer, Alexandra. "Haute Couture." I *The Berg Companion to Fashion*, ed. Valerie Steele, 392 – 396. Oxford: Berg, 2010.

People for the Ethical Treatment of Animals. "All About PETA." Besøkt 10. februar, 2012. <http://www.peta.org/about/learn-about-peta/default.aspx>

Revell DeLong, Marilyn. "Theories of fashion." I *The Berg Companion to Fashion*, ed. Valerie Steele, 321 – 328. Oxford: Berg, 2010.

Solhaug, Berit og Stavelin, Inger. "Kunsten å skrive om kunst." I *Kritikk av kunst, bok og musikk*, ed. Thore Roksvold, sidetall. Fredrikstad: Institutt for Journalistikk, 1994.

Sterlacci, Francesca. "Fashion Designer." I *The Berg Companion to Fashion*, ed. Valerie Steele, 283 – 285. Oxford: Berg, 2010.

Webber-Hanchett, Tiffany. "Bikini." I *The Berg Companion to Fashion*, ed. Valerie Steele, 77 – 79. Oxford: Berg, 2010.

Avhandlingar

Skar Stårvik, Kjersti. "En undersøkelse om norske kvinnemagasiners moteskribenter og motestoff." Masteroppgave i journalistikk, Universitetet i Oslo, 2007.

Artikler og nettsteder

Adams, Stephen. "Karl Lagerfeld defends fur industry saying 'beasts' would kill us if we don't kill them," *Telegraph*, 2. januar, 2009. Besøkt 3. mars, 2012.

<http://fashion.telegraph.co.uk/news-features/TMG4075783/Karl-Lagerfeld-defends-fur-industry-saying-beasts-would-kill-us-if-we-didnt-kill-them.html>

Address. Journal for fashion writing and criticism. "About Address." Besøkt 21. november, 2011. <http://addresspublications.com/about.html>

"Alexander Wang." *Voguepedia*, ikke datert. Besøkt 7. september, 2011.

http://www.vogue.com/voguepedia/Alexander_Wang

Andersen, Per Thomas. "Kritikk og kriterier." *Vinduet* nr. 3 (1987): 17 – 25.

Audubon. "History of Audubon and Waterbird Conservation." Besøkt 17. februar, 2012.

<http://birds.audubon.org/history-audubon-and-waterbird-conservation>

"Calvin Klein." *Voguepedia*, ikke datert. Besøkt 6. september, 2011.

[http://www.vogue.com/voguepedia/Calvin_Klein_\(Brand\)](http://www.vogue.com/voguepedia/Calvin_Klein_(Brand))

Cowles, Charlotte. "Robin Givhan's Critique of Karl Lagerfeld Cost Her a Front-Row Seat at Chanel," *New York Magazine*, 3. august, 2012. Besøkt 5. august, 2012.

<http://nymag.com/thecut/2012/03/robin-givhan-karl-lagerfeld-front-row-seat-at-chanel.html>

"Domenico Dolce & Stefano Gabbana." *The Fashion Model Directory*, ikke datert. Besøkt 6. september, 2011. <http://www.fashionmodeldirectory.com/designers/domenico-dolce--stefano-gabbana/>

"Fendi." *Voguepedia*, ikke datert. Besøkt 6. september, 2011.

<http://www.vogue.com/voguepedia/Fendi>

"Giorgio Armani." *The Fashion Model Directory*, ikke datert. Besøkt 6. september, 2011.

<http://www.fashionmodeldirectory.com/brands/giorgio-armani/>

Guttu, Tor. "Paradigme," *Norsk Ordbok*, besøkt 15. september, 2011.

<http://www.ordnett.no/search?search=paradigme&langno>

Haven, Cynthia. "The Times' fashion critic talks about the business." *Stanford Report*, 21. oktober, 2010. Besøkt 29. april, 2012. <http://news.stanford.edu/news/2010/october/fashion-critic-horyn-102110.html>

"Is fashion a true art form?" *The Observer*, 13. juli, 2003. Besøkt 28. august, 2012. <http://www.guardian.co.uk/artanddesign/2003/jul/13/art.artsfeatures1>

Jaeger. "About us." Besøkt 20. september, 2012. http://www.jaeger.co.uk/About_Us_New

Johnsen, Vibeke. "Stiller ut Spooks haute couture." *NA24*, 1. desember, 2005. Besøkt 14. mai, 2012. <http://www.na24.no/article504237.ece>

"Klar tale fra Inga Marte," Initiativ for etisk handel, 20. november, 2012. Besøkt 22. november, 2012. <http://etiskhandel.no/Artikler/9639-html>

"Lanvin." *Voguepedia*, ikke datert. Besøkt 8. september, 2011. <http://www.vogue.com/voguepedia/Lanvin>

"Mary Katrantzou." *The Fashion Model Directory*, ikke datert. Besøkt 8. september, 2011. <http://www.fashionmodeldirectory.com/designers/mary-katrantzou/>

Miss Gaga. "Gaga Memorandum No. 3." *V Magazine*, september, 2011. Besøkt 13. februar, 2012. <http://www.vmagazine.com/2011/09/gaga-memorandum-no-%E2%80%893/>

Mossige, Cecilie. "Frelserne kommer?" *Kunstkritikk*, 27. august, 2008. Besøkt 16. april, 2012. <http://www.kunstkritikk.no/kritikk/frelserne-kommer/>

Mote mot Pels. "Hva er Mote mot Pels?" Besøkt 10. februar, 2012. <http://www.motemotpels.no/hva-er-mote-mot-pels/>

"Oscar de la Renta." *Voguepedia*, ikke datert. Besøkt 7. september, 2011. http://www.vogue.com/voguepedia/Oscar_de_la_Renta

"Rei Kawakubo." *Voguepedia*, ikke datert. Besøkt 6. september, 2011. http://www.vogue.com/voguepedia/Rei_Kawakubo

Seabrook, John. "A Samurai in Paris." *Booknoise.net*, 17. mars, 2001. Besøkt 4. desember, 2011. <http://www.booknoise.net/johnseabrook/stories/design/menkes/>
"Stella McCartney." *The Fashion Model Directory*, ikke datert. Besøkt 6. september, 2011. <http://www.fashionmodeldirectory.com/designers/stella-mccartney>

"Suzy Menkes." *The New York Times*, ikke datert. Besøkt 19. november, 2012. http://topics.nytimes.com/top/reference/timestopics/people/m/suzy_menkes/index.html

Klesdesignanmeldelser

Barron, Kay. "MFW S/S '12 Show Report: Fendi." *Grazia Daily*, 23. september, 2011. Besøkt 26. september, 2011. <http://www.graziadaily.co.uk/showreports/archive/2011/09/23/mfw-s-s-12-show-report--fendi.htm>

Barron, Kay. "Paris Fashion Week Spring Summer 2012 Report: Lanvin." *Grazia Daily*, 2. oktober, 2011. Besøkt 5. oktober, 2011. <http://www.graziadaily.co.uk/showreports/archive/2011/10/02/paris-fashion-week-spring-summer-2012-report--lanvin.htm>

Blanks, Tim. "Comme des Garçons." *Style*, 1. oktober, 2011. Besøkt 4. oktober, 2011. <http://www.style.com/fashionshows/review/S2012RTW-CMMEGRNS/>

Blanks, Tim. "Giorgio Armani." *Style*, 26. september, 2011. Besøkt 6. oktober, 2011. <http://www.style.com/fashionshows/review/S2012RTW-GARMANI>

Blanks, Tim. "Mary Katrantzou." *Style*, 20. september, 2011. Besøkt 4. oktober, 2011. <http://www.style.com/fashionshows/review/S2012RTW-MKATRANTZOU/>

Bowles, Hamish. "Calvin Klein Collection / Spring 2012 RTW." *Style*, udatert. Besøkt 26. september, 2011. <http://www.vogue.com/collections/spring-2012-rtw/calvin-klein-collection/review/>

Bowles, Hamish. "Oscar de la Renta / Spring 2012 RTW." *Vogue*, udatert. Besøkt 27. september, 2011. <http://www.vogue.com/collections/spring-2012-rtw/oscar-de-la-renta/review/>

Bowles, Hamish. "Stella McCartney / Spring 2012 RTW." *Vogue*, udatert. Besøkt 4. oktober, 2011. <http://www.vogue.com/collections/spring-2012-rtw/stella-mccartney/review/>

Cartner-Morley, Jess. "Milan fashion week: Armani retains a firm hold on neutral chic." *The Guardian*, 26. september, 2011. Besøkt 6. oktober, 2011.

<http://www.guardian.co.uk/fashion/2011/sep/26/armani-neutral-chic-milan-fashion>

Cartner-Morley, Jess. "Stella McCartney joins the dots at Paris fashion week." *The Guardian*, 3. oktober, 2011. Besøkt 4. oktober, 2011.

<http://www.guardian.co.uk/fashion/2011/oct/03/paris-fashion-week-stella-mccartney?INTCMP=SRCH>

Clarke, Indigo. "New York Womenswear S/S 2012 Alexander Wang." *SHOWstudio*, 11. september, 2011. Besøkt 26. september, 2011.

http://showstudio.com/collection/alexander_wang_new_york_womenswear_s_s_2012

Clarke, Indigo. "New York Womenswear S/S 2012 Calvin Klein." *SHOWstudio*, 15. september, 2011. Besøkt 26. september, 2011.

http://showstudio.com/collection/calvin_klein_new_york_womenswear_s_s_2012

Feiereisen, Sharon. "Alexander Wang Spring 2012 Runway Review." *The Fashion Spot*, 11. september, 2011. Besøkt 26. september, 2011. <http://www.thefashionspot.com/runway-news/news/168944-alexander-wang-spring-2012-runway-review#ixzz1Z4KIVKCv>

Feiereisen, Sharon. "Dolce & Gabbana Spring 2012 Runway Review." *The Fashion Spot*, 25. september, 2011. Besøkt 4. oktober, 2011. <http://www.thefashionspot.com/runway-news/news/169324-dolce-a-gabbana-spring-2012-runway-review#ixzz1ZoQ86FDdb>

Feiereisen, Sharon. "Giorgio Armani Spring 2012 Runway Review." *The Fashion Spot*, 26. september, 2011. Besøkt 6. oktober, 2011. <http://www.thefashionspot.com/runway-news/news/169350-giorgio-armani-spring-2012-runway-review#ixzz1a0tIjiJ9>

Feiereisen, Sharon. "Fendi Spring 2012 RTW Runway Review." *The Fashion Spot*, 22. september, 2011. Besøkt 26. september, 2011. <http://www.thefashionspot.com/runway-news/news/169286-fendi-spring-2012-runway-review#ixzz1Z3e3UeIn>

Feiereisen, Sharon. "Stella McCartney Spring 2012 Runway Review." *The Fashion Spot*, 3. oktober, 2011. Besøkt 4. oktober, 2011. <http://www.thefashionspot.com/runway-news/news/169500-stella-mccartney-spring-2012-runway-review#slide-1>

Fury, Alex. "London Womenswear S/S 2012 Mary Katrantzou." *SHOWstudio*, 20. september, 2011. Hentet 4. oktober, 2011. http://showstudio.com/collection/mary_katrantzou_london_womenswear_s_s_2012

Fury, Alex. "Milan Womenswear S/S 2012 Fendi." *SHOWstudio*, 22. september, 2011. Besøkt 26. september, 2011. http://showstudio.com/collection/fendi_milan_womenswear_s_s_2012

Fury, Alex. "Paris Womenswear S/S 2012 Comme Des Garçons." *SHOWstudio*, 2. oktober, 2011. Besøkt 4. oktober 2011. http://showstudio.com/collection/comme_des_garcons_paris_womenswear_s_s_2012

Fury, Alex. "Paris Womenswear S/S 2012 Lanvin." *SHOWstudio*, 1. oktober, 2011. Besøkt 5. oktober, 2011. http://showstudio.com/collection/lanvin_paris_womenswear_s_s_2012

Gorman, Carrie. "Mary Katrantzou." *ELLE UK*, udatert. Besøkt 4. oktober, 2011. <http://www.elleuk.com/catwalk/collections/mary-katrantzou/>

Gorman, Carrie. "Stella's Olympic Effort." *ELLE UK*, 3. oktober, 2011. Besøkt 4. oktober, 2011. [http://www.elleuk.com/news/fashion-news/stella-s-olympic-effort/\(gid\)/812928](http://www.elleuk.com/news/fashion-news/stella-s-olympic-effort/(gid)/812928)

Gyben, Emily. "Alexander Wang Spring 2012 Review." *Fashion Etc*, 10. september, 2011. Besøkt 26. september, 2011. <http://fashionetc.com/fashion/runway/3007-alexander-wang-spring-2012-review>

Holgate, Mark. "Fendi / Spring 2012 RTW." *Vogue*, ikke datert. Besøkt 26. september, 2011. <http://www.vogue.com/collections/spring-2012-rtw/fendi/review/>

Holgate, Mark. "Giorgio Armani / Spring 2012." *Vogue*, ikke datert. Besøkt 6. oktober, 2011. <http://www.vogue.com/collections/spring-2012-rtw/giorgio-armani/review/>

Horyn, Cathy. "Stella McCartney Keeps It in Perspective." *The New York Times*, 3. oktober, 2011. Besøkt 4. oktober, 2011. http://www.nytimes.com/2011/10/04/fashion/chloe-givenchy-hermes-john-galliano-stella-mccartney-fashion-review.html?_r=1

Joynt, Sarah. "Comme des Garçons Spring 2012 Runway Review." *The Fashion Spot*, 2. oktober, 2011. Besøkt 4. oktober, 2011. <http://www.thefashionspot.com/runway-news/news/169484-comme-des-garcons-spring-2012-runway-review#ixzz1ZodHkq3f>

Joynt, Sarah. "Lanvin Spring 2012 Runway Review." *The Fashion Spot*, 1. oktober, 2011. Besøkt 5. oktober, 2011. <http://www.thefashionspot.com/runway-news/news/169464-lanvin-spring-2012-runway-review#slide-1>

Joynt, Sarah. "Mary Katrantzou Spring 2012 Runway Review." *The Fashion Spot*, 21. september, 2011. Besøkt 4. oktober, 2011. <http://www.thefashionspot.com/runway-news/news/169248-mary-katrantzou-spring-2012-runway-review#ixzz1ZoBYYSiA>

Joynt, Sarah. "Oscar de la Renta Spring 2012 Runway Review." *The Fashion Spot*, 14. september, 2011. Besøkt 27. september, 2011. <http://www.thefashionspot.com/runway-news/news/169046-oscar-de-la-renta-spring-2012-runway-review#ixzz1Z9KEwpBJ>

LaCava, Stephanie. "New York Womenswear S/S 2012 Oscar de la Renta." *SHOWstudio*, 14. september, 2011. Besøkt 27. september, 2011. http://showstudio.com/collection/oscar_de_la_renta_new_york_womenswear_s_s_2012

Menkes, Suzy. "Screen vs. Clean: When Print Meets Purity." *The New York Times*, 20. september, 2011. Besøkt 4. oktober, 2011. http://www.nytimes.com/2011/09/21/fashion/mary-katrantzou-as-londons-summer-2012-shows-end.html?_r=1&scp=2&sq=katrantzou&st=cse

Mistry, Meenal. "Alexander Wang." *Style*, 10. september, 2011. Besøkt 26. september, 2011. <http://www.style.com/fashionshows/review/S2012RTW-AWANG>

Mower, Sarah. "Comme des Garçons / Spring 2012 RTW." *Vogue*, udatert. Besøkt 4. oktober, 2011. <http://www.vogue.com/collections/spring-2012-rtw/comme-des-garcons/review/>

Mower, Sarah. "Dolce & Gabbana / Spring 2012 RTW." *Vogue*, udatert. Besøkt 4. oktober, 2011. <http://www.vogue.com/collections/spring-2012-rtw/mdgabbana/review/>

Mower, Sarah. "Mary Katrantzou / Spring 2012 RTW." *Vogue*, udatert. Besøkt 4. oktober, 2011. <http://www.vogue.com/collections/spring-2012-rtw/mary-katrantzou/review/>

Mower, Sarah. "Lanvin / Spring 2012 RTW." *Vogue*, ikke datert. Besøkt 5. oktober, 2011. <http://www.vogue.com/collections/spring-2012-rtw/lanvin/review/>

Phelps, Nicole. "Calvin Klein Collection." *Style*, 15. september, 2011. Besøkt 26. september, 2011. <http://www.style.com/fashionshows/review/S2012RTW-CKLEIN>

Phelps, Nicole. "Dolce & Gabbana." *Style*, 25. september, 2011. Besøkt 4. oktober, 2011. <http://www.style.com/fashionshows/review/S2012RTW-DGABBANA>

Phelps, Nicole. "Oscar de la Renta." *Style*, 13. september, 2011. Besøkt 27. september, 2011. <http://www.style.com/fashionshows/review/S2012RTW-ODLRENTA>

Phelps, Nicole. "Stella McCartney." *Style*, 3. oktober, 2011. Besøkt 4. oktober, 2011. <http://www.style.com/fashionshows/review/S2012RTW-SMCCARTN>

Reed, Paula. "Milan Fashion Week Spring Summer 2012 Show Report: Dolce & Gabbana." *Grazia Daily*, 26. september, 2011. Besøkt 4. oktober, 2011. <http://www.graziadaily.co.uk/showreports/archive/2011/09/26/milan-fashion-week-spring-summer-2012-show-report--dolce---gabbana.htm>

Reed, Paula. "Milan Fashion Week Spring Summer 2012 show report: Giorgio Armani." *Grazia Daily*, 29. september, 2011. Besøkt 6. oktober, 2011. <http://www.graziadaily.co.uk/showreports/archive/2011/09/29/milan-fashion-week-spring-summer-2012-show-report--giorgio-armani.htm>

Reed, Paula. "NYFW S/S `12 Report: Calvin Klein Collection." *Grazia Daily*, 16. september, 2011. Besøkt 26. september, 2011. <http://www.graziadaily.co.uk/showreports/archive/2011/09/16/nyfw-s-s--12-report--calvin-klein.htm>

Sells, Emma. "Dolce & Gabbana, molto italiano." *ELLE UK*, 26. september, 2011. Besøkt 4. oktober, 2011. <http://www.elleuk.com/news/fashion-news/dolce-gabbana-molto-italiano?>

Vince, Jessica. "NYFW S/S `12 Report: Oscar de la Renta." *Grazia Daily*, 14. september, 2011. Besøkt 27. september, 2011. <http://www.graziadaily.co.uk/showreports/archive/2011/09/14/nyfw-s-s12-report--oscar-de-la-renta.htm>

Vincent, Paul. "Dolce & Gabbana Spring 2012 Review." *Fashion Etc*, 26. september, 2011. Besøkt 4. oktober, 2011. <http://fashionetc.com/fashion/runway/3238-dolce-a-gabbana-spring-2012-review>

Vincent, Paul. "Fendi Spring 2012 Review." *Fashion Etc*, 23. september, 2011. Besøkt 26. oktober, 2011. <http://fashionetc.com/fashion/runway/3213-fendi-spring-2012-review>

Vincent, Paul. "Lanvin Spring 2012 Review." *Fashion Etc*, 3. oktober, 2011. Besøkt 5. oktober, 2011. <http://fashionetc.com/fashion/runway/3345-lanvin-spring-2012-review>

Wilson, Eric. "Utilitarian Streetwear by Alexander Wang." *The New York Times*, 10. september, 2011. Besøkt 26. september, 2011. <http://runway.blogs.nytimes.com/2011/09/10/utilitarian-streetwear-by-alexander-wang/?scp=1&sq=alexander%20wang&st=cse>

Ikke navngitte klesdesignanmeldelser

"Calvin Klein RTW Spring 2012." *Womens Wear Daily*, 15. september, 2011. Besøkt 26. september, 2011. <http://www.wwd.com/runway/spring-ready-to-wear-2012/review/calvin-klein>

"Comme des Garçons RTW Spring 2012." *Womens Wear Daily*, 1. oktober, 2011. Besøkt 4. oktober 2011. <http://www.wwd.com/runway/spring-ready-to-wear-2012/review/comme-des-garcons>

"Dolce & Gabbana RTW Spring 2012." *Womens Wear Daily*, 25. september, 2011. Besøkt 4. oktober, 2011. <http://www.wwd.com/runway/spring-ready-to-wear-2012/review/dolce-gabbana>

"Fendi RTW Spring 2012." *Womens Wear Daily*, 22. september, 2011. Besøkt 26. september, 2011. <http://www.wwd.com/runway/spring-ready-to-wear-2012/review/fendi>

"Giorgio Armani RTW Spring 2012." *Womens Wear Daily*, 26. september, 2011. Besøkt 6. oktober, 2011. <http://www.wwd.com/runway/spring-ready-to-wear-2012/review/giorgio-armani>

"Lanvin RTW Spring 2012." *Womens Wear Daily*, 30. september, 2011. Besøkt 5. oktober, 2011. <http://www.wwd.com/runway/spring-ready-to-wear-2012/review/lanvin>

“NYFW S/S `12 report: Alexander Wang.” *Grazia Daily*, 11. september, 2011. Besøkt 26. september, 2011. <http://www.graziadaily.co.uk/showreports/archive/2011/09/11/nyfw-s-s-12-report--alexander-wang.htm>

“Oscar de la Renta RTW Spring 2012.” *Womens Wear Daily*, 13. september, 2011. Besøkt 27. september, 2011. <http://www.wwd.com/runway/spring-ready-to-wear-2012/review/oscar-de-la-renta>

“Stella McCartney RTW Spring 2012.” *Womens Wear Daily*, 3. oktober, 2011. Besøkt 3. oktober, 2011. <http://www.wwd.com/runway/spring-ready-to-wear-2012/review/stella-mccartney>

Illustrasjoner

Det er innhentet tillatelse til å bruke alle bildene som er trykket i denne oppgaven.

Illustrasjon på omslaget: Illustrasjon av motekritikere laget av Jean-Philippe Delhomme til artikkelen “Critical Mass” av Troy Patterson for V Magazine i september 2011. Illustrasjonen viser fra venstre: Bridget Foley, Cathy Horyn, Hilary Alexander, Suzy Menkes, Guy Trebay, and Robin Givhan. Hentet fra <http://www.wmagazine.com/fashion/2011/09/fashion-critics>

Illustrasjon 1: Marie Antoinette portrettert av Élisabeth Vigée-Lebrun i 1783 i en undertøylignende kjole som ble kritisert for å være for uanstendig for en dronning, hentet fra <http://souladream-blogjohntarttelin.blogspot.no/2011/04/royal-wedding-napoleon-and-marie-louise.html>

Illustrasjon 2: Modell i Yves Saint Laurents Le Smoking fotografert av Helmut Newton i 1975, hentet fra <http://foxesinbreeches.tumblr.com/post/1313027674/queering-billyjane-le-smoking-tuxedo-for-women>

Illustrasjon 3: En modell snubler i høye hæler på catwalken under moteuka i Beijing i 2010, hentet fra http://blogs.sun-sentinel.com/features_fashion/2010/12/do-fashion-models-need-a-regulation-agency.html

Illustrasjon 4: En plakett fra The International Ladies Garment Workers Union som ble dannet i USA i 1900, hentet fra <http://aidwatchers.com/2011/03/commemorating-the-triangle-fire/>

Illustrasjon 5: PETA-kampanje mot pels med artisten Sophie Ellis Bextor fra 2002, hentet fra http://www.mediapeta.com/peta/Images/Main/Sections/MediaCenter/PrintAds/sophie_ellis_bextor_fur_coat.jpg

Illustrasjon 6: Klesdesign på kunstmuseum, fra utstillingen Alexander McQueen: Savage Beauty på The Metropolitan Museum of Art i New York i 2011, hentet fra <http://www.hotelfashionland.com/fashion/alexander-mcqueen-savage-beauty-at-the-metropolitan-museum-of-art/>

Illustrasjon 7: Lanvin ready-to-wear vår/sommer 2012, hentet fra <http://www.style.com/fashionshows/detail/S2012RTW-LANVIN>

Illustrasjon 8: Alexander Wang ready-to-wear vår/sommer 2012, hentet fra <http://www.style.com/fashionshows/detail/S2012RTW-AWANG>

Illustrasjon 9: Comme des Garçons ready-to-wear vår/sommer 2012, hentet fra <http://www.style.com/fashionshows/complete/S2012RTW-CMMEGRNS>

Illustrasjon 10: Fendi ready-to-wear vår/sommer 2012, hentet fra <http://www.style.com/fashionshows/detail/S2012RTW-FENDI>

Illustrasjon 11: Klassisk, Giorgio Armani ready-to-wear vår/sommer 2012, hentet fra <http://www.style.com/fashionshows/complete/S2012RTW-GARMANI>

Illustrasjon 12: Avantgarde, Comme des Garçons ready-to-wear vår/sommer 2012, hentet fra <http://www.style.com/fashionshows/complete/S2012RTW-CMMEGRNS>

Illustrasjon 13: Minimalistisk, Calvin Klein Collection ready-to-wear vår/sommer 2012, hentet fra <http://www.style.com/fashionshows/complete/S2012RTW-CKLEIN>

Illustrasjon 14: Maksimalistisk, Dolce & Gabbana ready-to-wear vår/sommer 2012, hentet fra <http://www.style.com/fashionshows/complete/S2012RTW-DGABBANA>

Illustrasjon 15: Etablert, Lanvin ready-to-wear vår/sommer 2012, hentet fra <http://www.style.com/fashionshows/complete/S2012RTW-LANVIN>

Illustrasjon 16: Nykommer, Mary Katrantzou ready-to-wear vår/sommer 2012, hentet fra <http://www.style.com/fashionshows/complete/S2012RTW-MKATRANTZOU>

Illustrasjon 17: Etisk bevisst, Stella McCartney ready-to-wear vår/sommer 2012, hentet fra <http://www.style.com/fashionshows/complete/S2012RTW-SMCCARTN>

Illustrasjon 18: Etisk likegyldig, Fendi ready-to-wear vår/sommer 2012, hentet fra <http://www.style.com/fashionshows/complete/S2012RTW-FENDI>

Illustrasjon 19: Uptown, Oscar de la Renta ready-to-wear vår/sommer 2012, hentet fra <http://www.style.com/fashionshows/complete/S2012RTW-ODLRENTA>

Illustrasjon 20: Downtown, Alexander Wang ready-to-wear vår/sommer 2012, hentet fra <http://www.style.com/fashionshows/complete/S2012RTW-AWANG>

Vedlegg

Skjematisk registrering av vurderingskriterier i klesdesignanmeldelser

Vurderingskriterier	Armani	Calvin Klein	D & G	Fendi	Garçons	Katanzou	Lanvin	Renta	McCartney	Wang	Sum
Stilkarakteristisk	4	2	7	3	2	3	3	3	4	3	34
Visuell fremstillingsvegne	3	3	4	4	3	2	4	1	3	3	30
Stilsans	4	2	4	4		2	3	2	2	1	24
Farger og mønstre	3	5	3		1	4	1	1	4	2	24
Flaterende	2	4	3	1		1	3	1	4	2	21
Fornyelse	2	3	1	1	2	2	3	2	3	2	21
Visuell sammenligning	4	2	4	3		2		4	2		21
Mote og moderne	2	1	3	2		2	1	4	3	1	19
Balanse	3	3	3	1	1	1	2	2	1		17
Originalitet	2		1	3		3	1	3	2	1	16
Helhet		1	1			1	1	4			8
Variasjon			1	1				1			3
Bevegelse	2	1									3
Estetiske sammenlagt	31	27	35	23	9	23	22	28	28	15	241
Kommersiell verdi	2	4	3	5	2	4	6	4	6	5	41
Handverk	4	2		2	1	1	1	1			12
Materiavalg	3	1	1	2		3			1		11
Tekniske sammenlagt	7	3	1	4	1	4	1	1	1	0	23
Affektiv påvirkning	1		1	2	1	1	1	1	1	1	10
Publikum								1		2	3
Musikk								3			3
Andre kriterier sammenlagt								4			6
Sammenlagt per designer	79	64	76	61	23	59	53	71	65	40	



Illustrasjon 11: Klassisk, Giorgio Armani ready-to-wear vår/sommer 2012.



Illustrasjon 12: Avantgarde, Comme des Garçons ready-to-wear vår/Sommer 2012.



Illustrasjon 13: Minimalistisk, Calvin Klein Collection ready-to-wear vår/sommer 2012.



Illustrasjon 14: Maksimalistisk, Dolce & Gabbana ready-to-wear vår/sommer 2012.



Illustrasjon 15: Etablert, Lanvin ready-to-wear vår/sommer 2012.



Illustrasjon 16: Nykommer, Mary Katrantzou ready-to-wear vår/sommer 2012.



Illustrasjon 17: Etisk bevisst, Stella McCartney ready-to-wear vår/sommer 2012.



Illustrasjon 18: Etisk likegyldig, Fendi ready-to-wear vår/sommer 2012.



Illustrasjon 19: Uptown, Oscar de la Renta ready-to-wear vår/sommer 2012.



Illustrasjon 20: Downtown, Alexander Wang ready-to-wear vår/sommer 2012.