

Linköpings universitet
KSM, HT09
P4

Cheap chic

- Om den globala finanskrisens påverkan på små och stora modedesigners

Henrietta Thönnersten
Madeleine Liedberg

Inledning – Kommer sen

Syfte/ Frågeställning

Syftet med vår uppsats är att upplysa om en annorlunda vinkel på den ekonomiska krisen. I media hör vi mest om hur stora företag tvingas säga upp sina anställda och hur dollarn går ner i värde. I ljuset av den globala ekonomikrisen ställer vi frågan om modevärlden påverkas och i så fall hur. Kan man urskilja någon skillnad på påverkan mellan stora modehus och lokala små designers? Har det i så fall att göra med kundernas köpvilja eller med ekonomin som gör att materialet blir dyrare?

Sviker kunderna, eller blir de fler i en tid där konsumenterna får allt mindre pengar att röra sig med och hur påverkas modeskaparna av kundernas köpvilja?

Bakgrund – Den Globala finanskrisen

Avgränsning

Det gjordes vissa avgränsningar i uppsatsen eftersom undersökningstiden var knapp.

Därför valde vi att hålla oss till minsta möjliga antal informanter att intervjua. I samråd med vår handledare kom vi överens om att tre stycken informanter var minsta möjliga antal, men de kunde ändå erbjuda oss en bra grund att utgå ifrån i vår undersökning.

Då även tiden för transkribering av materialet är väldigt tidskrävande kände vi att det inte skulle vara möjligt att utföra mer än tre stycken intervjuer. Vi valde även att välja ut ett antal artiklar att undersöka för att ge oss en generell bild av hur de större modedesignerna har blivit påverkade av den ekonomiska krisen. Dessa artiklar valde vi ut utefter de vi ansåg relevanta för vårt ämne. Eftersom vår uppsats berör just den ekonomiska krisen valde vi att avgränsa oss till artiklar som skrevs efter att den ekonomiska krisen började, alltså artiklar från 2008 och framåt.

Syftet med vår uppsats är att lätt undersöka och få en inblick i hur en påverkan av ekonomin kan ha sett ut på modebranschen, små som stora designers. Då vårt materialutbud är begränsat kommer vår tes därför inte vetenskapligt kunna bevisas eftersom detta är omöjligt i en studie så liten som denna. Däremot kommer vi att behandla våra frågeställningar grundligt och förhoppningsvis kunna se ett spår av ekonomins globala förändring på modeindustrin.

Metod

Kursen ”Kultur och mediegestaltning i en globaliserad värld” inleddes med föreläsningar som berörde ämnet globalisering och hur dess utbredning kan gestaltas inom olika områden.

Indelningar gjordes och därefter bildades mindre grupper som tillsammans valde ett intresseområde som skulle ha möjlighet att utvecklas i flera uppsatser. Samtliga uppsatser berör kultur på en lokal och global nivå. Vår uppsats handlar om modebranschen utifrån en globaliserad värld med huvudfokus på den finansiella påverkan som eventuellt kan ha påverkat denna bransch.

När ämnesvalet var gjort för uppsatsen valde vi att söka fakta på Internet och olika artiklar för att se om vår tes faktiskt hade belägg. Efter detta sökte vi litteratur och valde tillvägagångssätt inom den metod vi valt att använda oss av.

Vi har valt att använda oss av en kvalitativ forskningsmetod eftersom den är mest lämplig för vårt intresseområde och eftersom vi söker den mer personliga verkligheten.

Efter att vi valt generella frågeställningar som vi ansåg passande för vårt arbete kom vi fram till att en intervju skulle ge oss det bästa resultatet. Vi anser att en intervju är bäst eftersom vi söker de personliga åsikterna och tankarna om mode och ekonomi. Därför skulle det inte ge oss rätt form av information om vi hade utfört en deltagande observation, då vi inte får några muntliga svar genom detta. Då arbetsprocessen var kort blev tiden ett problem som vi var tvungna att ta hänsyn till. Därför var vi snabbt tvungna att bestämma hur många intervjuer som skulle göras och bortse från gruppintervjuer eftersom vi ville ha enskilda intervjuer. Från början trodde vi att enbart en intervju skulle räcka till vår uppsats, men ganska snabbt ansåg vi att vi behövde fler röster för att ungefärligt kunna visa hur krisen påverkat de mindre designerna.

Valet av intervjupersoner blev ett enkelt val då en utav oss är bekant med samtliga modedesigners som skulle intervjuas. Vi anser att detta är en fördel eftersom dessa personer förhoppningsvis känner sig mer bekväma i intervjumomentet med någon som dessa är bekanta med sedan tidigare och möjligen kan ge oss som forskare djupare svar än om vi hade varit främlingar för dessa.

Vi försökte även få andra intervjutillfällen med ytterligare en person som arbetar inom samma område men som har ett bredare fält framför sig. Därför ansåg vi att denna person skulle ha kunnat ge oss en bredare syn på hur modebranschen ser på eventuella skillnader sedan den ekonomiska krisen drabbade världen. Dock fanns det tyvärr ingen möjlighet för denna person att ställa upp på en intervju.

Då intervjun som metod, skulle bli vårt huvudsätt att tillge oss information om ämnet, förutom artiklar, så studerade vi olika intervjutekniker innan intervjun skulle göras.

Intervju

Vi valde att använda oss av en semistrukturerad intervju då vi ansåg att den var mest passande för vårt ämne samt för våra tre informanter. Den semistrukturerade intervjun omfattas av olika teman som man förhåller sig till och man får då möjlighet att ha vissa bestämda frågor att ställa, men man har även möjlighet att ändra sina frågor beroende på vad för typ av svar man får av informanten. (Kvale s. 117)

Vi använde oss av Steinar Kvales ”Den kvalitativa forskningsintervjun” där vi främst använde oss av hans intervjuguide som beskriver hur man på ett tematiskt och dynamiskt sätt gör en bra semistrukturerad intervju. Med tematiskt menar Kvale att man ska använda sig av frågor som gynnar forskningen, som har relevans för resultatet. Dynamiskt för att intervjun ska bidra till ett bra samspel mellan intervjuare och intervjuperson. För att underlätta för våra informanter och kunna erbjuda lättförståeliga frågor valde vi att göra en blandning av tematiska och dynamiska frågor. Eftersom vi ville ha svar på våra frågeställningar delade vi ner dem i fler enklare frågor som blir enklare för informanten att svara på. (Kvale s. 123)

En utav intervjuerna höll vi på en av informanternas arbetsplats, det var denna informant som var den ursprungliga informanten som vi även filmade till vår produktion. Vi ansåg att det skulle vara positivt att göra intervjun på hennes arbetsplats eftersom hon säkerligen skulle känna sig mer bekväm där, då hon spenderar mycket tid på arbetet.

De övriga två intervjuerna som tillkom lite senare i undersökningen utförde vi via telefon då det på grund av tidsbrist inte fanns möjlighet att resa till informanterna eller att be dessa komma till oss.

Innan intervjun ägde rum skickade vi ut ett brev till informanterna eftersom en utav dem önskat att se ett utkast av exempel på frågor vi skulle ställa. Vi ansåg att det inte skulle orsaka någonting negativt för intervjun, utan snarare ha en chans att berika informantens svar.

Förutom exempel på frågor så skickade vi även med de forskningsetiska principerna som man bör använda sig av när man gör en undersökning.

Dessa forskningsprinciper innefattar; *Informationskravet* som innebär att man som forskare bör informera undersökningsdeltagaren om vad denne har för rättigheter i undersökningen och att man när som helst får avsluta sin medverkan. Man bör även förklara vad undersökningen kommer att användas till och eventuellt vart denna kommer att publiceras/visas.

Nyttjandekravet innebär att man inte får använda information som man tagit del av till någonting annat än i forskningssyfte.

Samtyckeskravet används för att få ett samtycke av den, i vårt fall, intervjuade för att vara med i vår undersökning och vara medveten om att dennes medverkan kommer att offentliggöras i vår uppsats och produktion. I vissa fall väljer man att fingera informantens namn när det kommer till känsligare undersökningar. Eftersom vår undersökning inte behandlar känsliga aspekter så är detta inte ett problem för oss eller våra informanter.

Slutligen *konfidentialitetskravet* som innebär att forskaren undanhåller känslig information om informanten, såsom personuppgifter etc. I vårt fall är detta inte relevant då våra informanter gladeligen medverkar med namn och eftersom undersökningen inte är utav känslig karaktär är detta inte väsentligt. (Kraven www.vr.se)

En intervju spelade vi in på videoband eftersom vi även kommer att använda intervjumaterialet till en medieproduktion senare under kursen. Detta var informanten införstådd med och gav sitt samtycke att bli filmad.

Vid de andra intervjuerna så spelade vi enbart in ljudet via en telefoninspelning.

Efter intervjuerna transkriberades materialet som vi samlat in och vi valde därefter ut relevant text för vår uppsats och utvalda delar i intervjun för vår produktion.

Material

Artiklar tillkommer

Teori

Globalisering förklaras av David Held och Anthony McGrew i Den Omstridda

Globaliseringen som ”frågan om hur djupt och i vilken utsträckning världen vi lever i håller på att förändras genom globala krafter och processer”¹.

Globaliseringstanken har sitt ursprung i arbeten från 1800- och tidiga 1900-talet, vilkas författare såg hur världen blev allt mer lik sig i takt med att den utvecklades och blev allt mer modern.² Idag finns det många olika tankar och tycken om vad globalisering är, hur den påverkar och om den överhuvudtaget finns. Kritiker menar att det många kallar globalisering inte är ett globalt fenomen; de menar att det istället rör sig om amerikanisering eller västerlandisering. Oavsett vad man kallar det kommer vi i vår uppsats utgå från att det finns någonting som gör att länder påverkas av varandra, detta framförallt på det ekonomiska planet då det är detta vi vill diskutera.

Globaliseringen skulle kunna sägas är en känsla av global samhörighet som går över patriotismen³. Exempel på detta är organisationer som vunnit mycket på att peka på att de problem som de sätter i fokus hänger samman tvärsöver nationella och regionala gränser. Ett exempel inom modevärlden är att det finns en global publik till modet, vilket gör att modeskaparna måste designa kläder som vänder sig till en ofta väldigt varierad marknad. I ekonomiska kristider gäller det även att anpassa sig efter det som säljer för att modehuset ska gå runt. Det skulle kunna beskrivas som en situation där ”makten”, modeskaparna, blir beroende av dem de har makt över, modepubliken, vilka bestämmer vad de är intresserade av att lägga pengar på när de har en mindre budget än vanligt att röra sig med.

I Den omstridda globaliseringen beskriver Held och McGrew en mängd olika internationella samfund och organisationer som skapats på senare år. I media kan vi läsa så gott som dagligen om olika möten där länders ledare träffas och diskuterar allt från miljön till mänskliga rättigheter, vilket gör att länder blir inblandade i vad och varför saker händer även på andra platser än i egna landet⁴. Held och McGrew beskriver också hur många stater utvecklats på ett liknande sätt⁵.

När ett fenomen, exempelvis ett sätt att bygga upp ett hållbart samhälle, har spridits över världen och därigenom börjar avknoppas i lokala sammanhang kallar Thomas Hylland Eriksen för re-embedding⁶. När vi i våra analyser utgår från ett lokalt perspektiv menar vi precis detta; ett globalt fenomen som fått lokal utformning.

Eriksen skriver att globalisering är lokalt då människor alltid befinner sig på en viss plats, oberoende på om de är transnationella eller inte. Held och McGrew skriver att ”även om storföretag såväl som småföretag kan välja större rörlighet i en värld där kommunikationerna sker nära nog på nolltid, så avgörs företagets framtid, vare sig de är stora eller små, fortfarande främst av deras lokala och nationella konkurrensförhållanden⁷”, vilket visar på att det lokala onekligen är betydande för ekonomisk verksamhet.

I vår uppsats vill vi undersöka om den så kallade ”modevärlden”, med de stora modehusen som Gucci, Chanel och Yves Saint Laurent påverkats av den nuvarande ekonomiska krisen. Om det finns tecken på påverkan hos dessa, vill vi undersöka om samma tecken finns hos mindre modeskapare. Vi vill alltså undersöka hur stor påverkan det lokala har på modeskapare med olika omsättning och om dess ekonomi är en av de större faktorerna i beslutet om vad de producerar.

Analys